

RONGMEI SHIDAI XINWEN CHUANBO JI QI BIANGE TANXI

融媒时代新闻传播 及其变革探析

张 涛◎著



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

融媒时代新闻传播 及其变革探析

张 涛◎著



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目(CIP)数据

融媒时代新闻传播及其变革探析/张涛著. —北京:
中国商务出版社, 2018. 7

ISBN 978-7-5103-2454-3

I. ①融… II. ①张… III. ①新闻学—传播学—研究
IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 138252 号

融媒时代新闻传播及其变革探析

RONGMEI SHIDAI XINWEN CHUANBO JI QI BIANGE TANXI

张 涛 著

出 版:中国商务出版社

地 址:北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编:100710

责任部门:职业教育事业部(010-64218072 295402859@qq.com)

责任编辑:周 青

总 发 行:中国商务出版社发行部(010-64208388 64515150)

网 址:<http://www.cctpress.com>

邮 箱:cctp@cctpress.com

照 排:北京亚吉飞数码科技有限公司

印 刷:三河市铭浩彩色印装有限公司

开 本:787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张:16.75 字 数:217 千字

版 次:2019 年 3 月第 1 版 2019 年 3 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5103-2454-3

定 价:64.00 元

凡所购本版图书有印装质量问题,请与本社总编室联系。(电话:010-64212247)



版权所有 盗版必究(盗版侵权举报可发邮件到本社邮箱:cctp@cctpress.com)

前 言

随着社会生产力水平的不断提高和科学技术的不断发展,新闻传播活动已经成为社会中的一种普遍现象,无时无刻不在为人们的生活服务。它既是文化的使者,又是文化的载体;既是阶级、政党、国家的事业,又是社会的、人民群众的舆论工具;既是阶级性、政治性、意识形态性的事业,又是一种信息性的、知识化的开放型产业。

近些年,随着数字化技术、信息技术的飞速发展,以互联网为代表的新媒体从诞生到逐步发展壮大,深刻改变了旧有的新闻传播方式,系统重塑了新的媒介生态和传播格局,媒介融合已经成为媒体发展的新趋势。在这一变局中,新闻传播也正应势而动,从规则、流程到渠道、方式都在发生巨变。鉴于此,作者特策划撰写了《融媒时代新闻传播及其变革探析》一书,以期能够使更多的人对融媒时代新闻传播及其变革的相关知识有所了解。

本书共包括八章内容:第一章为绪论,对媒介融合的内涵和发展趋势、媒介融合对新闻传播模式的影响以及融媒时代新闻传媒的变革进行了研究;第二章对新闻传播的相关知识进行了研究;第三章至第七章分别对融媒时代新闻传播的受众、传播者、介质、业务、舆论引导进行了研究;第八章则探讨了融媒时代新闻传播的新发展,内容主要包括融媒时代新闻事业发展的新趋向、融媒时代的新闻价值探析以及媒介互动层面下新闻资源的利用与开发。总体来说,本书结构清晰明了,理论明确系统,语言准确通俗,具有全面性、实用性等特点。

本书在撰写的过程中参阅了许多有关新闻传播方面的著作,

同时也引用了许多专家和学者的研究成果,在此表示最诚挚的谢意!由于时间仓促,作者水平有限,错误和不当之处在所难免,恳请广大读者在使用中多提宝贵意见,以便本书的修改与完善。

作 者

2018年5月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 媒介融合的内涵	1
第二节 媒介融合的未来发展趋势	8
第三节 媒介融合对新闻传播模式的影响	11
第四节 融媒时代新闻传媒的变革研究	14
第二章 新闻传播的内涵	23
第一节 新闻传播的特点与原则	23
第二节 新闻传播的功能与效果	31
第三节 新闻传播的模式与过程	41
第三章 融媒时代新闻传播的受众研究	50
第一节 新闻受众的内涵	50
第二节 融媒时代新闻受众的理论分析	62
第三节 融媒时代新闻受众权利与心理分析	64
第四节 融媒时代新闻受众的定位分析	77
第四章 融媒时代新闻传播的传播者研究	85
第一节 融媒时代新闻传播者的角色定位	85
第二节 融媒时代新闻传播者的素质要求	94
第三节 融媒时代新闻传播者的职业道德	105

第五章 融媒时代新闻传播的介质研究	114
第一节 纸质媒介研究	114
第二节 电子媒介研究	124
第三节 新媒体研究	134
第六章 融媒时代新闻传播的业务研究	146
第一节 新闻采访	146
第二节 新闻编辑	165
第三节 新闻写作	173
第七章 融媒时代新闻传播的舆论引导研究	188
第一节 新闻传播与舆论的关系	188
第二节 新闻传播的舆论导向	194
第三节 融媒时代新闻传播舆论的调控	200
第四节 融媒时代新闻传播舆论的监督	207
第八章 融媒时代新闻传播的新发展	220
第一节 融媒时代新闻事业发展的新趋向	220
第二节 融媒时代的新闻价值探析	225
第三节 媒介互动层面下新闻资源的利用与开发	242
参考文献	250

第一章 绪 论

随着数字技术、信息技术的飞速发展,以互联网为代表的新媒体从诞生到逐步发展壮大,深刻改变了旧有的新闻信息传播方式,系统重塑了新的媒介生态和传播格局,其中最显著的特征便是融媒趋势的逐渐明朗,即新闻传播产业在媒介形态、媒介功能、传播手段、资本所有权、组织机构等要素方面逐渐开始聚合和演进。在这种趋势下,以一种“全能型”媒介的形式来进行新闻生产的努力已现端倪,以至形成一种崭新的新闻传播形态——媒介融合。

第一节 媒介融合的内涵

一、媒介融合的概念及其表现形式

马萨诸塞州理工大学的浦尔教授最早提出了“媒介融合”的概念。他认为,“媒介融合”是指各种媒介呈现出多功能一体化的趋势。^① 后来,美国新闻学会媒介研究中心主任尼尔逊重新定义了“媒介融合”,他认为其就是“印刷的、音频的、视频的、互动性数

^① 范周. 创新·创意·创业:海峡——两岸文创研究报告 2015[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2016:382.

字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”^①。事实上,媒介融合早在传统媒介中就有所体现,只是并没有提出来而已。例如,电视媒介吸收报纸媒介的内容,产生了“电视读报节目”;报纸媒介与电视媒介合作,转载电视访谈(谈话)节目的文本内容等。到了数字媒介阶段,网络媒介其实本身就是媒介融合的结果,它将传统媒介的各种符号形式融为一体,使得在统一平台上充分展现文字、图片、音频、视频等多媒体内容。互联网的出现,把媒介融合推向了一个更高的境界。报纸与网络相互融合产生了网络报纸,广播与网络相互融合产生了网络广播,电视与网络相互融合产生了网络电视,手机媒介与报纸、电视相互融合产生了手机报、手机电视等。需要注意的是,媒介融合并不是多种媒介内容和形式的简单叠加,而是通过发挥各种媒介形式的优势,扬长避短,实现融合后的最佳效果。

“媒介融合”的表现形式主要有两种:一是在传媒业界跨领域的整合与并购,并组建起大型的跨媒介传媒集团;二是融合媒介技术,将新的媒介技术与旧的媒介技术联合起来形成新的传播手段,甚至是全新的媒介形态。

二、媒介融合的具体类型

媒介融合现象在形成的过程中也划分成不同的类别,由于各自的分类方法并不固定,所以存在着不同的分类标准。2003年,美国西北大学教授李奇·高登根据不同传播语境下的“Convergence”一词所表达的含义归纳了美国当时存在的五种“媒介融合”类型:所有权融合、策略性融合、结构性融合、信息采集融合、新闻表达融合。^②而提出了“融合连续统一体”概念的戴默也根据自己的观察和理解提出了另外五种模式:交互推广、克隆、合竞、

^① 蔡雯. 新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起[J]. 新闻采编, 2006(2): 57.

^② 黄宏. 媒介素养教程[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2013: 64.

内容分享、融合。^①综合来看,上面的两种分类实际上有所不同,但也有重叠之处。第一种划分更侧重于媒介融合所涉及的各种因素,第二种划分更侧重于媒介融合在新闻生产过程中的实际操作。国内的很多学者也对“媒介融合”进行过划分,但大都不会脱离这两种划分方法。为了整体地、全方位地认清媒介融合的类型,下面就对二者进行一定程度的综合和调整,并结合我国的实践,按“媒介所有权合并”“媒介技术融合”“媒体间战术性联合”“新闻报道融合”“媒介组织结构性融合”“新闻从业者的技能融合”这六种类型来分别讨论媒介融合的具体类型。

(一)媒介所有权合并

媒介所有权合并指的是媒介所有权的集中,它是当今时代新闻业在传媒组织(集团)这一层面的最高层次的融合。美国几个大的传媒集团,如维亚康姆公司、迪士尼、维旺迪集团全球出版公司以及美国在线时代华纳,都是媒介所有权合并的典型例子。传媒业所生产的媒介产品尽管属于精神消费层次商品,但它们同样有类似于物质资料的生产、交换、分配和消费过程。从这个意义上讲,媒体从事的信息传播活动也可以称为经济活动。媒介所有权是整个新闻传播体制的核心问题。从新闻传播法的角度来看,媒介所有权是一定社会的媒体所有制在新闻传播法上的反映,是国家用法律手段确认和保护一定社会里媒体所有制关系的法律规范的总和。目前,中国大陆媒体业呈现出多种媒介所有权并存的局面;同时,由国家媒体及媒体财产进行占有、使用、收益和处分。作为一种新闻传播的法律关系,媒介所有权是媒介所有人的权利,任何人都负有不得侵犯所有人的媒介所有权的义务。而作为一种传播财产权利,媒介所有权是所有人依法对自己拥有的媒体享有使用、占有、收益和处分的权利,也可以是按照法定形式将其财产所有权转让给他人的权利。

^① 姜平.媒介融合教程[M].武汉:武汉大学出版社,2015:10.

(二) 媒介技术融合

媒介技术融合是指信息的采集、制作和发布过程以数字化处理为基础,在原先不同的媒介之间实现了互通和共用。

每一种传统媒体都有自己的核心技术,这些核心技术之间本来并没有什么必然的联系,而数字技术的出现则可以将所有的传播技术迅速融合成一种普通的、计算机可读的数字形式。传统印刷媒体的编辑、排版和印刷技术基本上实现了计算机处理;电视媒体将制作好的视频放到互联网上进行再次传播;出版社将图书放到网上书店,使出版和流通领域得到了充分利用;数字电视把计算机处理器引入每个家庭,反过来,家用计算机也可以收看电视节目。总之,各种媒体都在数字技术的平台上,将其各自独立的技术融为一体。技术的融合是新闻传播领域一切融合的基础,是新闻业革新的最大动力。信息通信技术的进步,打造出了一批新兴的媒体形态,如手机报纸、手机电视、IPTV、车载广播、网络电台等,已经成为人们耳熟能详的新名词。这些名词既体现了媒介在技术方面的融合,同时也体现了它们有别于传统媒体的新特征,如媒介形态的交叉多元性、媒介功能的娱乐体验性、媒介运作的整合互动性。

(三) 媒体间战术性联合

媒体间战术性联合是数字时代不同所有制下的传统媒体之间、传统媒体与新媒体之间,以自愿互利为前提在内容生产、共享、传播、营销等领域的合作。现代的媒体共生理论认为,媒体之间只有相互依靠才能共生共荣。因此,尽管这种战术性合作的初衷是为了推销各自的传媒产品,但是联合的实际结果是双方不仅节约了资源,而且还有助于媒介信息共享的实现,做到信息传播和利润的最大化。从实践运作和未来前景来看,媒体间战术性联合的形式包括以下几种。

1. 电视媒体和手机媒体间的战术性联合

现代手机增加了视听功能(如 MP3、MP4 等),还可以下载收看电视、电影和在线欣赏节目。在数字无线传输飞快发展的背景下,电视和手机的联合成为必然。

2. 广播媒体和网络媒体间的战术性联合

这种联合是指广播台设立自己的网站,利用网络扩大宣传,同时网络广播又具有点播互动的功能,突破了传统广播时间段的限制。

3. 电视媒体和广播媒体间的战术性联合

电视与广播台一般都隶属于广电集团,因此,它们二者之间进行战术性联合比较方便。“广播的电视版”“电视的广播版”,是这种战术性联合的基本套路。

4. 电视媒体和网络媒体间的战术性联合

互联网越普及,分流电视观众的趋势越明显。因此,电视媒体要以新的传播技术改变旧的传播形态,与互联网接轨,开辟新的传播渠道,拓展新的经营思路。近些年来,中央电视台与吉通公司合作,对一年一度的春节联欢晚会节目进行全球网上直播,观众可对最喜爱的春节晚会节目进行网上投票,就是一种比较简单有效的战术性联合形式。

5. 报纸和广播电视间的战术性联合

报纸和广播电视之间的联合,仍然属于传统媒体之间的联合:双方共享新闻资源,实现采编互动,广播和电视纷纷设置读报时间(如凤凰卫视的《有报天天读》),提要性地介绍报业集团当天报纸的主要内容;而报纸则开辟专栏介绍广播、电视的各类节目。

6. 报纸和网络媒体间的战术性联合

纸质媒体的数字化,最早是从电子化开始的,“人民日报·网络版”是报纸与网络战术性联合的排头兵。通过这种联合形式,读者可以通过互联网阅读纸质媒体的内容。随着PDF版、专门的网络报纸阅读器EEO等的出现,阅读变得越来越轻松惬意,读者也逐步接受电子版报刊。与中国报刊电子版不同,美国报刊电子版多实行收费订阅的方式。《华尔街日报》网络版不仅收费,而且已经开始将电子版的订户纳入总发行量的范畴。

(四) 新闻报道融合

各种媒体之间的不断融合,促使传统的新闻学科也经历着“细分—整合”的过程。在此过程中,自然而然地出现了新闻学及相关学科间的融合。这种融合逐步推动新闻报道向纵深方向发展,反过来又促使新闻报道的文体呈现出多样化趋势。新闻报道的常见形式有消息、通讯、评论、调查报告和新闻照片等。其中,消息是新闻报道的主要形式,而且现代一切新闻报道形式都是由它衍生而来的。而新闻报道融合则促使新闻报道形式呈现出立体化、个性化和互动化的特征。媒介融合后,各类媒体在一个大平台上运作,以实现这些不同媒体之间的内容的相互推销和资源共享。此时,一个类似于“多媒体编辑”的角色负责统筹规划,将不同种类的新闻报道文体融合——文本、图片、图表、音频、视频等,将传统媒体和网络媒体的报道形式全部融合在网页上。

媒介融合也促使新闻报道在表达上实现了互动。比如,所谓的“网络文本”就是互动性新闻表达的代表。^①“网络文本”以互联网为平台,综合运用声音、图像、文字、特效等手段,实现新闻报道文本形式的多元化、传受者互动的表达方式。尽管“网络文本”尚未完善,但已经具备形式多样、版面活泼、即时更新、充分互动等

^① 姜平. 媒介融合教程[M]. 武汉:武汉大学出版社,2015:22.

特点,对传统新闻报道产生了深远影响。

(五)媒体组织结构性融合

媒体组织结构性融合与新闻采集和分配方式有关。媒体组织进行结构性融合后,传统媒体内部各个层次、各个部门之间的隶属和权力关系将出现重大的变化。传统媒体通常是垂直型结构,但随着跨媒介融合,新型的媒体组织必定是水平型的。我国报社内部的组织结构主要有三种:一是社务委员会领导下的社长负责制;二是社长领导下的总编辑、总经理分工合作制;三是董事会领导下的总经理负责制。这些组织结构形式多被报业集团、广电集团、出版集团和发行集团等股份制媒介企业广泛采用。但是,随着媒介融合进程的推进,这样的组织结构面临着挑战。不同集团的媒体在进行组织融合的过程中,往往会出现几种组织模式相结合的现象。比如,在总公司各部门采用的是垂直型组织结构模式,在总公司与其他子公司之间则采用水平型的组织结构模式,各子公司再按照自己需求的不同采用不同的结构模式。美国的《奥兰多哨兵报》决定雇用—个团队做多媒体的新闻产品,使报纸新闻能够加工打包后出售给电视台。在这种合作模式中,报纸的编辑记者可能作为专家到合作方电视台去做节目,对新闻进行深入报道与解释。

(六)新闻从业者的技能融合

新闻报道的文体逐渐融合,与之相应,新闻采集过程也要对此进行配合,于是对新闻从业人员的技能也提出了新的要求,新闻从业者要在职业技能上有所融合,成为“一专多能”甚至是“全能”型人才。

我国的新闻人才结构在当前呈现出“橄榄型”的结构,即以采编人员为主体,管理人员、技术人员比重较小,经营人才和特种岗位的人才稀少。作为传统媒体从业人员,往往是分工明确、各司其职。在媒介融合的形势下,媒体内部的人才结构将转化为“哑

铃型”，即以管理人员和技术人员为主，日常工作人员比例逐渐缩小。随着数字技术的开发和网络技术的应用，对高层次的管理人才和技术人才的需求也越来越大。目前缺少的正是技术和艺术结合的复合型人才。

媒介融合、新闻融合的趋势，对新闻从业人员的复合型要求提升。从宏观上看，复合型新闻人才应具有较高的外语能力、计算机能力和社会交往能力；从微观上看，新闻从业者除了要能胜任采、写、编、评的各项工作，还要能使这些生产过程适合不同的新闻发布（表达）渠道。当然，全能型的新闻人才是可遇而不可求的，但复合型的人才却是可以通过有意识、针对性的训练和培养来形成的。

第二节 媒介融合的未来发展趋势

媒介融合已成为全世界范围内媒介大整合之下的作业模式，展示出新闻传播界的崭新生态图景，可以说整个社会已经进入“融媒时代”。不过，受制于我国社会背景和新闻事业的发展现状，媒介融合还不得不遭逢这样那样的困境。即便如此，不断满足受众与社会需求而变革一直是新闻传播实践的基本发展规律，媒介融合正是顺应这种规律的显著体现。所以，可以这样说，各类媒介之间的融合与互补是新闻业的必然发展趋势，并具体表现为如下几个方面。

一、理论和技术进一步提升

媒介融合固然是一种新鲜活泼的新闻传播实践现象，同时更应当从理论高度予以定位和提升。虽然众多学者已经从不同角度对媒介融合概念进行了阐释。但是，目前尚未出现从整体上对媒介融合加以系统研究与深入探讨的著作，也未能形成关于媒介

融合的统一定义,而且媒介融合的相关研究也存在模糊、交叉、实践指导性欠缺等问题。因此,现有媒介融合理论还有待进一步突破、提升。

在实践层面,主要问题之一是技术的再开发与再成熟。目前,媒介融合的支撑技术正在不断革新与完善,但是还远远不够,蓬勃发展的受众市场与需求必然要求媒介融合技术能在不久的将来再次跃上一个新的台阶。具体从国内来看,在数字技术革命的推动下,电信、广播电视和出版业的产业边界日益模糊和收缩,三大产业的内容生产、传输平台和接收终端不断走向融合,传统传媒业纵向一体化的结构逐步裂变为横向一体化的结构。目前越来越多的大门户网站、搜索引擎以及诺基亚、苹果、联想等以技术为支撑点的大公司纷纷介入媒介融合这一领域,国内正在推进的“三网融合”(图 1-1)更是从国家政策的高度给予技术平台的融合以强大的支持。



图 1-1 三网融合

二、传播环境不断完善、优化

这里的传播环境指的是作为社会组织的媒介所产生和营造的社会环境。从国内来看,传播环境将因媒介融合的不断完善而得到优化。长期以来,我国媒体一直受传统观念影响,在政治体制和经济基础的影响下,充当的是宣传与训导工具的单一功能。而随着社会转型期的到来和各项改革的推进,社会领域各项改革不断深入,特别是构建“和谐社会”的目标提出后,媒介融合应该要达到“和谐”的目标。有学者更深刻地指出,媒介融合同时候也是

“文化冲突—融合—认同”的过程,媒介融合的关键在于传统文化要向媒介融合文化转变。对于自身而言,往往从已有文化结构出发,对外来文化加以甄别、筛选和提炼,吸收为自身文化的一部分;对于“外来者”而言,则需要努力寻求共同之处,适当地加以自我改造与适应。经由这样逐步渗透、演进、交互的过程,不同媒介以文化融合为深层次依托,逐渐实现真正意义上的媒介融合。

三、媒介生态将发生持续而渐进的变动

从深层次上看,在“融合为王”的汹涌大潮中,媒介生态将发生持续而渐进的变动。主要表现在:一方面,媒介融合所带来的理念变化与格局转换同时会对与媒介系统相关的其他社会子系统产生或多或少的影响。比如文化系统,媒介融合所蕴含的互补、融通、协调等理念将逐渐渗入文化系统之中,内化为其中的一部分。另一方面,其他社会子系统的发展成果也能为包括媒介融合在内的媒介系统的发展提供丰富的新鲜血液和有力支撑,从而更好地推动媒介融合的进行。具体到与媒介融合密切相关的新闻改革,我国新闻业正经历着“转企改制”的重大变革,很大一部分原来以事业单位身份存在的媒体将变成企业,进而形成事业单位和企业单位并存的“双轨制”。同时,在媒介生态持续变动的大背景下,推进媒介融合的重要因素就集中到媒体内部管理机制或运作机制的创新上。目前,南方报业传媒集团、广州日报报业集团、烟台日报报业集团等都已经对融合之后的媒体组织结构“再造”进行了积极尝试,并随之带动集团内部业务流程的“再造”。

总之,媒介融合作为信息社会发展的必然产物,也是新闻传播实践的重大革新,必将带来新闻传播理念上的一系列深刻调整。它已经成为席卷全球的时代浪潮,也正在对国内新闻业和新闻传播实践产生革命性的影响。当然,由于各方面因素的限制,媒介融合的过程中还存在着不少亟待解决的难点与困境,但是,这一趋势不可避免而且无法阻挡。