



媒体转型时代：

我们怎样做 新闻

主编◎何 伟

其实，实践的生命之树才会常青

传统媒体转型不一定能活好，但不转型必定消亡。

未来，我们是新闻人，不是报人，我们青春常在。



宁波出版社
Ningbo Publishing House

媒体转型时代：
我们怎样做
新闻

主编◎何 伟

图书在版编目(CIP)数据

媒体转型时代：我们怎样做新闻 / 何伟主编. —宁波：宁波出版社, 2014.2

ISBN 978-7-5526-1306-3

I. ①媒… II. ①何… III. ①新闻学—传播学—中国—文集 IV. ①G219.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 290330 号

媒体转型时代：我们怎样做新闻

主 编：何 伟

责任编辑：余怡荻 王松见

装帧设计：吉祥文化

出版发行：宁波出版社(宁波市甬江大道1号宁波书城8号楼6楼 315040)

网 址：<http://www.nbcbs.com>

印 刷：宁波报业印刷发展有限公司

开 本：889 毫米×1194 毫米 1/32

印 张：6.375

字 数：140 千

版 次：2014 年 2 月第 1 版

印 次：2014 年 2 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5526-1306-3

定 价：20.00 元

如发现缺页或倒装,影响阅读,请与承印厂联系调换。电话:0574-87685521

序 言

金君俐同志要我为《媒体转型时代:我们怎样做新闻》这本文集写个序言,这确实让我感到为难。因为文集的作者,每一位都是资深的新闻工作者,都是宁波日报报业集团和集团属下各家媒体的领导,他们在新闻传播领域摸爬滚打几十年,有着丰富的实践经验和理论积淀,收进文集的文章都是他们在新闻实践中的经验结晶和研究成果。这对于一个既缺乏新闻传播实际工作的长期历练,又缺乏系统的新闻传播理论学习,只是因为工作的需要在这一学科教过几门课因而算得上沾点边的门外汉来说,确实没有什么发表意见的资格。但是,一方面是金主任的坚持,另一方面也是因为各位领导和专家都是我们浙江万里学院的兼职教授,这些文章都是在他们于2012年下半年为我院新闻专业学生讲座的基础上整理出来的,我感到很有必要在这里表达我院师生对宁波日报报业集团领导和专家们的感激之情,衷心感谢各位对我们浙江万里学院文化与传播学院人才培养事业所付出的诚挚关心和全力支持,衷心感谢各位从本职工作的百忙之中抽出时间为我们学生传授知识和经验。这些真知灼见对于我们学生的成才成人,一定会发挥非常重要的促进作用。

当我读完这些文章,首先感到由何伟社长领衔的各位领导和专家所讨论的都是他们在长期的新闻工作实践中体会、感悟到的非常重要而又深刻的关键问题。这样的知识由于都是来自实际工作的第一线,都是在解决现实问题的过程中,充分调动自己的知识储存和经验积累,是思想在由此及彼、由表及里、由浅入深、循环往复的高度紧张热烈的运转之中产生的灼热火花结出的果实,也是个人和集体的智慧在解决实际问题的艰辛探索的过程中获得的新办法、新经验,以及在这一基础上形成的新观点。正是这样一些来自新闻传播实践的知识、经验、观点和理论,才是最为宝贵的。歌德曾经说过,“生命之树常青,而理论则是灰色的”。其实,实践中的生命之树才会常青,而从实践中获得的直接经验都是人类智慧的新拓展,这样的理论同样充满着勃勃生机,同样是郁郁葱葱的常青树。本书的每篇文章都是各位作者在继承中外新闻传播学理论的基础上,在深入广泛地吸收并且运用前人间接经验的过程中,为适应蓬勃发展的社会现实,在实际工作中展开富有创造性的探索,并且善于对工作中新发现的问题,尤其是解决这些问题的经验体会加以系统总结,逐步上升为理论结晶。他们用在实践过程中新获得的知识、理念,为新闻传播学术理论的创新发展作出了积极的贡献。

对于高校新闻专业的年轻学子来说,这些来自新闻传播第一线的知识,显得格外的珍贵。虽然担任相关课程教学的老师,有的曾经是新闻媒体的工作者,有的在完成教学任务的同时,始终关心当今新闻传播事业的发展,这是从事社会科学教学研究所必须具备的专业意识。但是,教学工作总是和生动活泼、日新月异的现

实发展会有一段距离,老师的知识传授也会和现实生活有一定的隔膜。所以,来自新闻传播第一线的专家们带来的新鲜经验和新颖见解,能让同学们直接感受新闻传播事业风生水起的发展态势,亲切领略新闻记者、编辑和管理者在传播好声音、传递正能量、鞭挞阴暗面、批评假恶丑的过程中付出的努力及经受的种种考验,让身在书斋里的学生能够更好地了解新闻传播在社会现实生活中的地位和作用,体会到作为新闻从业人员应有的综合素质和知识技能。这对于他们来说不仅仅是学习内容的扩充,更重要的是政治思想上的引领、职业道德上的熏陶和学术视野的开拓。因此,这样的知识传授也就显得特别的重要和格外的宝贵。

其次,我感到这本文集还有一个十分鲜明的特点,就是各位作者对于新闻传播的当下发展的深刻思考和积极探索。以互联网的迅速普及为标志,社会在进入信息时代之后,各种新媒体雨后春笋般地涌现,新闻传播的总体面貌发生了巨大的变化:无论是传播手段,还是人们参与传播活动的广度,都对以报纸杂志、广播电视为主要载体的传统媒体的运作,带来了强烈的冲击,网络、手机报、微博等新媒体在新闻传播的时效性上令人刮目相看,图文并茂的信息呈现形式和高度互动的信息交流过程,改变了报纸杂志对读者灌输式的信息传达方式,也不同于广播电视带给受众的那种有限选择的格局,受众在新媒体的传播活动中感受到很强的主体意识,过去的掌握在传播机构的信息发布的权力,现在已经被普通人分享,人人都是记者,都可以通过类似微博、微信这样的新媒体向成千上万的人发布消息,发表议论。这种来势迅猛的信息传播活动的新变化,对于传统的新闻传播业确实带来了很大的

冲击。

在这样的冲击面前,宁波日报报业集团的领导和专家们,没有在困惑之中忧天怨地,也没有盲目地加以排斥与否定,而是以科学的态度积极应对,再充分关注当今新媒体发展态势,深入了解新媒体的基本特点,理性分析它的正面作用与负面影响,准确把握处在变革中的传统媒体的发展趋势,积极探寻当今新闻传播的前进道路,然后对整个新闻传播事业的整体走向作出自己的判断,对当代媒体的创新与发展进行理论的阐述,对传统媒体的专业水平的优化与提升提出建议,并且以开放的态度积极采用新媒体,通过自己的艰苦探索促进新媒体不断完善。本书的作者们正是通过这样的努力,在当今新闻传播行业激流勇进的大潮中成长为乘风破浪的弄潮儿。正是这种首先适应千变万化的现实,在把握它的一些规律性的东西之后,在马克思主义新闻理论和科学发展观的指导下,树立敢想敢做的雄心壮志,脚踏实地的求实精神,精益求精的工作态度,实现了对新的传播形态的征服。本书就是对这一“适应与征服”过程中的经验总结和理论归纳,这是我们宁波日报报业集团的领导和专家们迎接高新科技考验所做出的精彩答卷。这份答卷,充分显示了作者们大胆挑战新事物的勇敢精神、开拓精神和科学精神,这样的探索表现出了非常鲜明的时代特色,对于当下新闻传播事业的科学发展具有十分重要的理论启迪价值和实践指导意义。

浙江万里学院和宁波日报报业集团已经有十多年的亲密合作,去年两家又重新签署了战略合作协议,双方在互派干部挂职锻炼,联合建立新闻实践基地,在新媒体与传统报纸的结合中开

展新闻传播创新等各个方面的探索中,在校企合作培养优秀新闻传播人才的事业中,已经取得了十分可喜的成绩。我们万里学院文化与传播学院高度重视在实践教学中培养高素质的新闻传播人才,努力使我们培养出来的学生能够适应社会需要,能够通过不断的锻炼成为卓越新闻工作者。因此,我们仰仗宁波日报报业集团这样实力雄厚、诲人不倦的智慧群体,为我们的学生传授新知识,传达新经验,引导他们学而不厌、锲而不舍,在成才的道路上高歌猛进。值得指出的是,何伟社长和宁波日报报业集团的领导和专家们,作为我们的兼职教授,就是我们万里学院文化与传播学院教师队伍中不可缺少并且是特别重要的组成部分,他们在本职工作的百忙之中,抽出宝贵时间为同学们授课。每一位专家都是精心备课,把自己的实践经验和新闻传播学的理论融合起来,深入浅出的讲授不但让同学们增加了知识,也让他们深深感受到老一辈新闻工作者满腔热情的关爱和期盼年轻人尽快成才的殷切期望。这种对青年学子全方位的教导和指引,一定会成为青年学子成长的动力,鼓励他们在人生道路上勇往直前。宁波日报报业集团各位长辈乐于为青年一代的成长积极奉献,我们师生都铭记于心,感激不尽,并且以感恩之心和工作学习的成绩报答领导和专家们的热情关心和无私帮助,同时殷切希望我们的合作能够百尺竿头更进一步,为我们伟大的时代培养更多更优秀的新闻传播人才,为满眼春花的新闻传播事业添砖加瓦。

浙江万里学院文化与传播学院 於贤德

2013年10月18日

目录

序言	於贤德 /001
传媒发展趋势与传统媒体转型	何 伟 /001
传播要讲“大道”	王存政 /024
坚守与变革	
——新媒体浪潮冲击下地方党报发展的思考	何英杰 /040
把新闻做大	
——泛媒体时代报纸的内容生产转型	袁志坚 /061
新闻策划艺术	
——从“中国梦”说起	邓少华 /078
新闻评论的策略与艺术	张登贵 /094
“大众麦克风时代”的网络舆论特点与引导	田 勇 /113
微博的兴起与传播革命	陈仲侨 /137
网络问政与服务民生	王 尘 /161
谈谈专业主义在我国新闻实务运用中的若干问题	金君俐 /173

传媒发展趋势与传统媒体转型

◎何 伟

作者简介

何伟,1962年10月生于青岛。祖籍宁波余姚。



宁波日报报业集团党委书记、社长、董事长,高级记者。

1984年到人民日报工作,相继担任夜班编辑、时政记者、河北记者站采编部主任、宁波记者站站长等。多次参加人民日报的重大战役和重大新闻事件的采访报道和策划,写下40多万字的新闻作品,曾多次获得人民日报和省部级以上新闻奖,以及中国新闻奖提名奖。出版有《冷暖五里亭》、《宁波活力》、《东张西望:

海外摄影作品集》等新闻、评述、摄影类著作。

2007年担任宁波市委宣传部副部长,2009年5月调宁波日报报业集团工作,任集团党委书记、社长、董事长。

前几天(2012年10月11日),莫言获得诺贝尔文学奖,这是中国人期盼已久的一个重大新闻。那么大家是怎么得知这个大新闻的呢?我们来回顾一下:这个消息是北京时间当晚7点宣布的,7点01分网易手机报就发布了,紧随着新浪手机报发布,1小时后新华社手机报发布;然后是央视、凤凰卫视等电视新闻铺天盖地报道;但所有的报纸,都是第二天才见报发布的——报纸读者读到这条新闻时,消息已是旧闻。

莫言获奖这件事告诉了我们什么?首先,告诉我们:中国文化软实力提高了,写小说可以成名致富,搞文学可以招商引资,文化确实可以成为产业了;同时,也告诉我们:报纸已经不再是人们获取新闻的首选地了,它从传媒的中心位置离开了。

作为报人或者传媒人,我们从这件事中得到了一些历史性的感受,不仅有文学史方面有所突破的兴奋,更有传媒史方面此消彼长的体会,还有我们所从事的报业发展面临转型的紧迫感。因此,今天我们要谈的话题,就是我国传媒的发展趋势与传统媒体的转型。当然这里有个范围的界定,我们谈的是内地的传媒发展,而不是国外的传媒,也不是港澳台的传媒。因为我们的传媒有自己的特性。

一、信息化生存,是当今人类社会最显著的特征

谈传媒发展趋势,首先要明确一个基本前提,那就是我们的时代特征是什么?或者说,放在人类5000年文明史的背景下考察,我们当下这个时代是什么样的时代?

1. 我们的时代特征是什么？

30年前有一本畅销书叫《第三次浪潮》，当时几乎人手一册，比这两年的畅销书《世界是平的》、《第三次工业革命》、《大数据》还要流行。这本书是美国未来学家托夫勒写的，主要观点是人类在经历了农业时代和工业时代后，即将进入信息时代；当时我们中国正一门心思推进工业化、城市化，对信息和信息社会还比较陌生。现在来看，这个预测是很准确的：不管你愿不愿意、接不接受，我们都已经生活在了信息时代。

什么是信息时代？就是信息的内容和载体成为我们工作生活的主要依赖。回顾人类文明史，农业社会主要靠农耕，工业社会主要靠制造，而当今社会，信息无处不在、无时不在。并且信息的发展是惊人的，称作“病毒式传播、爆炸式扩张”，信息传播的渠道和媒介呈现立体化网络状。

在古代，“读书破万卷”是文化人一生的目标；而现在，仅中国一年出版的书就有30万册，从信息接受量上说，在座的个个是大学士了。现在的孩子为什么聪明？就是因为接触的信息多！按照古代的标准，三岁写诗是神童；现在的三岁孩子什么不会啊，几乎个个是神童。所以当代人幸福，见多识广，但另一方面也痛苦。为什么？因为我们知道的太多，信息量太大，结果我们很容易淹没在信息的海洋里——要么左右为难，取舍不了；要么信息不对称，经常上当受骗。

幸福也好，痛苦也好，进入信息时代已经是人类社会的现实。现在新闻传播成为大学的热门学科，吸引了大批优秀学子，这也是信息时代的必然。

2. 当代人有什么样的生活特征？

信息无处不在、无时不在,但要看得见、摸得着,必须要有载体,这个载体就是媒介。在古代农业社会,没有大众媒介,人类生存没有任何问题,甚至更加美好,所以“桃花源里可耕田”、“采菊东篱下,悠然见南山”这样的诗句描绘的就是人们向往的理想生活状态。但现在的人们,离开大众媒介还能不能生存?

同学们可以观察一下自己的生活方式,是不是每天从媒体开始,以媒体结束?早上醒来就边上厕所边看边听新闻收信息,然后边吃饭边看手机刷微博发微信,一直到晚上还要看下手机才睡得着,是不是这样呀?今天的成年人,从早上醒来直到晚间入睡,只要醒着,就一直被媒体链接着。就像人类生存离不开阳光、空气和水一样,当代人类的社会生存,离不开身份证、手机、银行卡三大媒介,一个都不能少。媒介是人类生存的必需品,人类越进化媒介越发达。工作更离不开媒介。

过去我们是离不开看报纸听广播,后来是离不开看电视上电脑,现在是离不开刷手机了。这次国庆长假,大家报纸不看没问题,但手机微博不看过不去,睡不着。白领如此,蓝领亦然,现在菜农、环卫工人等也都用上了智能手机。年轻人更是这样,看手机成了年轻人日常生活的主要活动,我们现在这个报告厅就是这样。近20年前,美国学者尼葛洛庞帝有一本书叫《数字化生存》,预告“信息技术的革命将把受制于键盘和显示器的计算机解放出来,使之成为我们能够与之交谈,与之一道旅行,能够抚摸甚至能够穿戴的对象,同时之前的大众传媒也将演变成个人化的双向交流。这些发展将变革我们的生活方式”。现在来看,这些都已经成

为了现实,甚至到处都有所谓的“媒介控”(微博控、微信控)、“媒介依赖症”人群。这就是我们的生活特征。

3. 大众媒介是如何演变的?

人类历史上已经历了三次传播革命:印刷革命、电子革命、数字网络革命;据说现在还正在经历以微博和微信为代表的移动互联网革命。也有另类划分,是以这样三个划时代的媒介划分:拼音文字(公元前10世纪)、活字印刷(15世纪)、数字化计算机(20世纪后半期)。我们一般按前一种说法来了解传媒发展的历史。

第一,印刷媒体时代,主要是报刊、图书、照片等。1456年,德国人古登堡发明印刷机,开启了金属活字印刷时代,使大规模的报刊印刷成为可能;1839年,法国人达盖尔发明了照相术,从此可以通过摄影,用照片记录新闻事件。正是印刷革命,给人类带来了图书、杂志、报纸等纸质平面媒体的相继问世,使信息传播进入了大众媒体时代。

第二,电子媒体时代,主要是电报、电影、电台(广播)、电视等。1842年,美国人摩尔斯发明了电报;1896年,意大利人马可尼发明了无线电技术;1926年,英国人贝尔德发明了电视技术;后来美国无线电公司(RCA)于1939年推出黑白电视机,于1954年推出彩色电视机。以此为技术基础的电子媒体使大众传播突破了时空束缚,实现了新闻信息的超远距离即时传播。

第三,数字媒体时代,主要是台式电脑、手机、iPad等。1946年,第一台电子计算机“埃尼阿克”(ENIAC)在美国问世;1989年,英国人蒂姆·伯纳斯·李发明了万维网(World Wide Web),从此整个世界连接在了一起;2006年,美国人杰克·多西率领的团队发明

了推特(Twitter),后来中国人据此推出了微博;2010年,美国人乔布斯领导的苹果公司发明了 iPad;2011年,中国的腾讯公司推出了微信。这些层出不穷的数字技术使大众传媒进入了互联网和移动互联网的时代,让信息和媒介真正无处不在、无时不在。

纵观媒介的进化史,可以得出两个结论:不断推进的新技术革命不断催生新传播媒介,不断出现的新传播媒介又不断丰富新传播形式。举例来讲,正是造纸术→印刷术→摄影术→电报技术→无线电技术→互联网技术→移动互联网技术这些技术革命,推动了手抄报→报刊→广播→电视→网站→移动互联网媒体的媒介发展,也相继出现了语言→文字→图片→音频→视频→博客→微博→微信的传播形式,结果就是我们的信息生活越来越便捷。

另一个结论,就是每个媒介都像生命一样,从其诞生开始,就有成长期——成熟期——衰落期。而推陈出新越来越快的新技术革命,也越来越缩短了媒体的生命周期。比如,广播电台的黄金岁月在 20 世纪,尤其是战争年代电台的作用巨大,许多军事政变都是先占领电台,所以各国对电台的控制都非常严格。但电视出现后,曾经举足轻重的广播电台退出了传播媒介的主角地位,现在大家除了开车时听听,或台风、地震等特殊时期收听广播资讯,总体上大家平时不太听电台了。

当然,新旧媒体是动态的、相对的。随着智能手机、iPad 等互联网新媒体的崛起,年轻人对电视的兴趣也越来越淡了;在更加方便灵活的微博、微信面前,现在连台式电脑都已经是传统媒体了,甚至连刚刚还领风气之先的博客没几年就被微信取代而成了明日黄花,据说谷歌都有可能在 8 年内消失。微信也只是过渡产

品,可见,从传媒发展史的角度考察,媒介的此消彼长是传媒发展的必然结果。

二、传媒变化,是当今社会变革最显著的领域

在信息时代,传媒的变化是社会变革最显著的领域。当然传媒的变化趋势是全方位的,今天我们主要从四个方面来考察。

1. 从传播内容看,两个舆论场同时出现。

同学们肯定听过这样的段子:“看半天微博,要看七天新闻联播才能治愈。”这个调侃说明,中国目前确实存在着两个舆论场。是哪两个舆论场呢?新华社前总编辑南振中是这么解释的:在当下中国,客观存在两个舆论场。一个是党报、国家电视台、国家通讯社等“主流媒体舆论场”,忠实地宣传党和政府的方针政策,传播社会主义核心价值观;一个是依托于口口相传特别是互联网的“民间舆论场”,人们在微博、微信、BBS、QQ、博客上议论时事,针砭社会,品评政府的公共管理。

从单一的舆论场到“主流舆论场”和“民间舆论场”两个舆论场相对共存,这是我国传媒在内容上的明显变化。而这两个舆论场,由于发布主体不同(单位/个体),主要载体不同(报纸、电视/电脑、手机),传播职能不同(新闻宣传/新闻监督),信息内容不同(正面新闻为主/负面新闻为主),造成了二者完全不同。他们表现出来的区别,我们可以参考另一个段子:“电视是婚纱照,电脑是生活照。一开电视,就觉得社会和谐,人民幸福,载歌载舞,天下太平,长治久安;一开电脑,就觉得社会黑暗,官员腐败,恶势力横行,民不聊生。”

调侃归调侃,但分析一下两个舆论场,确实“民间舆论场”的载体主要是互联网新媒体,具有自发性、情绪化、不确定性、极端化等特点,“主流舆论场”的载体主要是传统媒体,具有真实性、公信力、相对理性、责任感等特点。

为什么会出现两个舆论场呢?前不久,美国尼尔森发布了一份亚太各国网民的用户习惯报告,称在整个亚太地区,只有中国网民发表负面评论的意愿超过了正面评论。约有 62% 的中国网民更愿意分享负面评论,而全球网民的这一比例则为 41%。因此,有专家称,中国不少网民患上了所谓的“坏消息综合征”。

为什么一些网民热衷于传播“坏消息”呢?这与不同舆论场的新闻传播特点有关。其一,是转型期凸显的社会问题导致一些民众心理失衡,民间客观存在一种被剥夺感、无助感、空虚感、不信任感或不安全感,刺激了负面信息需求。其二,是主流媒体未能满足公众的知情权,反应迟缓,自说自话,自娱自乐,甚至封堵信息,掌控舆论,拉远了官方媒体和民间受众之间的距离。其三,是互联网新媒体尤其是微博、微信等自媒体的传播更具便利性和冷幽默,往往简单化、碎片化,但能跨媒体传播、显现放大效应,客观上有助于传播负面信息。总之,两个舆论场的现象,表面看是新旧的两类媒介,实质是两种管理方法所致。

所以,传媒的这个发展趋势要求传统媒体必须采取各种方法来打通两个舆论场。2008 年,人民网组建舆情监测室时,就提出要打通体制内和民间两个舆论场。舆情监测的负责人祝华新这样告诫新闻学子:“如何鉴别网络信息的真伪,尤其是作为媒体记者在微博上应该关注什么、应该如何在网络互动社区上发言,在同一