

《东南商报文丛》

# 管思集

Guan Si Ji

陈仲侨  著



宁波出版社  
NINGBO PUBLISHING HOUSE

# 管思集

陈仲侨著



宁波出版社

NINGBO PUBLISHING HOUSE

图书在版编目（CIP）数据

管思集 / 陈仲侨著. — 宁波 : 宁波出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5526-0831-1

I. ①管… II. ①陈… III. ①新闻学—文集

IV. ①G21—53

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第014429号

## 管思集

---

作 者：陈仲侨

出版发行：宁波出版社

地址邮编：宁波市甬江大道1号宁波书城8号楼6楼 315040

责任编辑：王晓君

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 刷：宁波叠加数字印务有限公司

印 张：15.75

字 数：200千

版次印次：2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5526-0831-1

定 价：36.00元

---

如发现缺页或倒装，影响阅读，请与承印厂联系调换。电话：0574-87985155

# 《东南商报文丛》编委会

---

**主 编：**王存政

**副主编：**陈仲侨 唐惠明 陈剑虹 许雄辉

---

## 《东南商报文丛》总序

### 树木·树人

《东南商报》是2001年1月1日创刊的。这些年，东南商报人怀着满腔真情，践行贴心服务，积极打造报纸品牌，努力贡献价值和价值观，走进读者朋友的精神世界里。日出月圆之间，《东南商报》绿意葳蕤，生机盎然。

于是，我们有了选编《东南商报文丛》的想法。

我们自然是把办好报纸摆在最为重要的位置的。但是，我们还想生产更多的、生命力不止于“一天”的内容产品。在反映民情、服务民生、增进民主、引导舆论方面，我们确有经验值得总结、教训需要记取。我们考虑陆续选编出版有关东南商报和东南商报人的风采各异的作品集册，当然是从荟萃报纸精华出发，希望能够更有文化看点，更具营养、传承价值。事实上，达不到这样的要求也不要紧，哪怕开卷养心怡神、翻阅有趣得益；哪怕有闲时读读一段，触动怀想起曾经经历的某一件事、心湖里漾起几丝涟漪……人，本来就应该每天有一些时间和自己在一起，于抚今追昔之间，有所自得，有所自省，有所自励，进而发奋自强。更何

况，要不断提高我们队伍的能力水平，离不开生长的土壤、环境，离不开传帮带。由此而言，选编《东南商报文丛》，可以看作是从树木和树人上面立意、力行了。或可谓：“行吾心之所向”，“所传者，惟是矣”。

面对多个方面的激烈竞争，东南商报社的同仁经受住了考验。我们相信来日方长，我们相信我们的作品的质量是吸引读者、进而不断拓展市场的基础；我们相信我们竭尽全力的付出，一定能够赢得丰硕的回报。因此，我们将锲而不舍，重以修能，在尽心尽责地把报纸办好的基础上，“常行一直心”，也一年年一册两册三册地把《东南商报文丛》选编下去。

**东南商报社总编辑 王存政**

**2012年8月26日**

# 目 录

## 第一章 新媒体环境下传统媒体转型研究

融合各种媒介手段优势 搭设草根人物表现舞台	
——《东南商报》“天一红人堂”互动栏目样本解剖 .....	3
都市类报纸对网络信源的利用 .....	9
网络新技术下的社区新闻拓展	
——《东南商报》的社区新闻实践 .....	13
网络时代的信源陷阱及预防 .....	17
明辨是非 立场坚定	
——网络时代记者职业素质的新要求 .....	23
传统媒体应抓住微博新传播方式契机 .....	28
信息到达“零距离”	
——《东南商报》社区新闻的全媒体运作 .....	36
数字化转型中，传统媒体的困境和应对 .....	42
财经类都市报：怎么做、怎么转？	
——《东南商报》转型的探索 .....	49

## 厘清思路 加快行动

- 关于东南商报全媒体发展的思考····· 56

## 第二章 都市报差异化竞争创新发展研究

### 搞好双向互动型主题报道有利提高都市报品位

- 从东南商报实践看都市类报纸如何贯彻“三贴近”原则····· 65

### 强化原创新闻 提升独家品牌

- 兼论报纸与网络竞争的方法····· 71

### 都市报提高舆论引导能力的有效途径····· 76

### 民生新闻要有“大手笔”····· 83

### 注重报网互动 提升独家品牌

- 东南商报利用网络优势深化重大主题报道的做法····· 86

### 媒体搭桥爱心相助

- 都市类报纸开展心理咨询服务探讨····· 91

### 如何为读者“打开心窗”····· 96

### 读者一次求助引出一个好策划

- 东南商报开设“春运换票台”栏目解决群众买票难····· 101

### 差异化竞争促发展····· 105

### 构筑全媒体平台 创新活动盈利模式

- 东南商报探索社区全媒体建设路径····· 109

## 第三章 新闻策划创新实践及理论研究

### 新闻热线：联系媒介与受众的桥梁····· 117

### 提高经济报道的策划水平····· 120

挖出医药回扣大案	
——《出租车上发现蹊跷巨款》系列报道采写回顾·····	124
典型报道应注意的问题·····	127
《东南商报》的文娱新闻创新实践·····	131
强化“大民生”报道 满足读者新需求	
——《东南商报》做强做活重大主题报道提升报纸影响力···	135
互动 独家 创新 都市报重大主题报道的三大取胜法宝·····	142
看照片 讲故事 读历史	
——都市类报纸副刊差异化竞争浅析·····	146
敏锐抓“活鱼” 追访寻“真相”	
——《东南商报》关于朱枫烈士遗骸回归报道的启示·····	150
让重大自然灾害报道传递“正能量”	
——以宁波媒体抗击“海葵”台风报道为例·····	154

#### **第四章 传媒管理及采编业务研究**

试论体验式报道的倾向性·····	163
改制：东南商报的做法、实效与思考·····	167
批评性报道避免纠纷初探·····	176
改版后的《东南商报》版面设计·····	180
看到差距 感受挑战	
——“中奥媒介与营销管理”考察培训记·····	183
版面是报纸的面孔	
——参加第六届新华社新闻精编奖评选有感·····	186
对新闻媒体如何正确引导社会热点问题的思考·····	190

校媒合作 互利共赢	
——探索新媒体时代新闻人才培养新途径·····	199
新闻编辑策划实务	
——为浙江万里学院文传学院本科生讲座之一·····	203
微博的兴起与传播革命	
——为浙江万里学院文传学院本科生讲座之二·····	209
难忘的记忆：与杭州湾大桥一起跨越的日子·····	230
“公民态度”：说百姓事，讲百姓话	
——析东南商报时评版·····	235
后 记·····	241

第一章

新媒体环境下  
传统媒体转型研究





## 融合各种媒介手段优势 搭设草根人物表现舞台

——《东南商报》“天一红人堂”互动栏目样本解剖

随着网络媒体的迅速崛起，报纸的受众群体正在被分流。现在，年轻人获取信息的方式大多通过网络，传统的报纸似乎已经淡出了他们的视线范围。但是，报纸作为一种大众传播媒介，其自身的生命力还远远没有到终结的时候，如何让报纸通过和网络互动，吸引年轻读者，是摆在报纸面前的一大课题。《东南商报》与同属宁波日报报业集团的中国宁波网联手打造“天一红人堂”互动栏目，为都市类报纸与网络互动增加市场竞争力提供了一个成功的样本。

立足草根，为广大读者提供“当红”的机会，满足了网络普及大背景下，个人特点与大众传播的良好结合。

这个栏目开办之前，《东南商报》报网互动的在线社区版面已经运行了一年多的时间，逐步确立了报网互动在宁波都市类报纸的领先地位，已经聚拢了一定的人气，也相对固定了一批热心参与的读者与网友。在此基础上，结合中国宁波网的新媒体优势，决定在《东南商报》上开辟这样一个新的栏目，使得报纸更加活泼有趣，也使得在网络上流行的红人们，获得在传统媒体亮相的机会，让更多的

读者认识并且了解他们。刚开始的时候，“红人堂”的候选人都是通过网络海选，即在中国宁波网的天一论坛上，以帖子的热度为依据，根据网络的流行和受关注程度来选择当期的“红人”。此后，根据当时的热点新闻事件，选择平面媒体上的新闻人物作为嘉宾。

从2008年9月5日第一期开始，截至2009年2月底，“天一红人堂”已经累计举办了26期。在嘉宾的选择上，坚持以“草根”为主，让那些平时在民间或者网络上的“红人”有机会登堂入室，在传统媒体上露脸，扩大知名度，产生良好的公众效益。从网上卖蛋糕的“小飞侠”、“公交活地图”刘怡宁、义务奉献的心理咨询师，到同为健身教练的双胞胎兄弟，“天一红人堂”的嘉宾全都是草根出身。从嘉宾的选择上可以看出，不管你来自何方，不论你从事什么工作，只要是受众喜欢的、大家感兴趣的人物和事件都可以成为一时的热点，而参与其中的当事人就可能成为被邀请的对象，通过网络和报纸跟大家说说自己的故事，更进一步地与大家交流。可以说只有来自民间、来自广大网友的热议，才会激发大家的参与热情，使得这个栏目的草根性得以延续和加强。

有了草根嘉宾的参与，栏目的成功还需要草根主持人。如果说草根嘉宾是栏目的珍珠，那么那些富有市民特色，充满生机活力的草根主持人就是串联这些珍珠的线。只有两者很好地配合，才能把一堆散乱的珍珠串成美丽的珍珠项链。为了扩大栏目的影响力，让更多的普通人有机会参与进来，2008年12月中旬，《东南商报》和中国宁波网联合开展寻找“天一红人堂”民间主持人活动，广泛征集具有主持才华的年轻人参与。短短的10多天里，收到了几百封报名电子邮件和信件，报名者既有来自宁波各大高校的学生，也有都市白领，还有不少新宁波人，然后通过网络海选确定的50名入围者到街头现场PK，由现场专家团进行评议，选出正式的候选人，极大地扩展了该栏目的影响力和知名度。第二天《东南商报》进行专题报道，并且刊登候选人的照片和简历。接着组织网友和读者进行投

票,最终确定了8位来自民间的“草根主持人”。这样,通过自我报名、网络海选和现场PK三个环节,既选拔出了合适的草根主持人,又展现了栏目的整体形象,打破了读者心目中媒体的神秘印象,为栏目的成功打下了良好的群众基础。

实践证明,这些来自民间的兼职主持人能够很快地与嘉宾融合,少了以往那种职业媒体人高高在上的姿态,用市民自己的心态做自己的节目,因此效果很理想。无论是交流的顺畅度还是话题的整合度,都显示出高度的一致性和无间感,让整个栏目的运行始终处于和谐状态中。通过这样的草根结合,扩大了受众面,提高了都市报的可读性,也让网络更加贴近读者,可谓一举三得。

## 整合多样化的传播手段,充分体现了媒介的融合

“天一红人堂”在开始筹划的时候,就充分考虑到了传播手段的多样性。“天一红人堂”的操作流程是这样的:在确定当期主题和嘉宾以后,在《东南商报》在线版面和中国宁波网上发布预告,让参与者做到心中有数,也提前营造气氛,积聚人气。在活动举行的当天,利用流媒体技术在中国宁波网上进行视频直播和文字速录直播。并且通过在线QQ让广大网友和嘉宾交流,网友可以通过QQ由主持人向嘉宾提问,形成积极的反馈和交流。第二天,经过整理的文字会以稿件的形式出现在《东南商报》上,并且配以当天活动的现场照片。同步利用网络的方便快捷和及时性,以及报纸的权威性和阅读的轻松感,将多媒体技术和即时通讯工具很好地结合,再利用报纸的整合功能,采写稿件,使得整个活动内容从策划直到最后的总结具有连贯性。在线QQ群、热线电话、手机短信以及论坛发帖和报纸版面,各种传播交流手段一起上阵。这种“即时交流与事后整理相结合”的处理方式在保持信息顺畅的同时,体现了传统媒体在文字、图片和版面方面的优势,使得网络媒体与传统报纸保持了“和

而不同”，既发挥了各自优势，又取长补短，形成了良性互动。

媒体的融合在国外是一种趋势，而国内也有类似的先例。比如腾讯网和《重庆商报》联办的“大渝网”，开创了全国性的网络即时通讯工具与地方平面媒体合作的先河。从“天一红人堂”的操作流程来看，由于处于同一个媒体集团内部，因此合作起来更加高效。传统媒体（主要是报纸）的及时性和互动性确实不如网络等新兴媒介，而网络也需要依靠传统媒体来扩大和稳定受众群。这样，在互利共赢的前提下，不同的传播方式走到了一起，共同经营这样的一个跨媒介栏目。媒介的融合从根本上来说是为了更好地服务受众，不管是报纸、网络还是手机，在目前的传播大环境下都不可能独自霸占整个舞台。从相互竞争到相互协调，互相取长补短，已经是大势所趋。无论采取什么形式，最后的目的就是为了达到各方的利益最大化。

从“天一红人堂”的实践来看，网络承担的是一个前期的筛选和梳理过程。面对那么多的网络热点事件，如何从中找出相对应的新闻事件以及背后的故事和人物，如何组织和发动网民积极热议，都是一个相当艰巨而繁琐的工作。只有前期的工作到位，选择的人物和时间符合受众心理，才能为接下来的传播打好基础，奠定一个好的开始。

而作为具体实现的工具性手段，无论是依托网络的QQ、MSN、电子邮件，还是基于传统方式的信件和电话，无非都是一种交流和沟通方式。方式虽然多样，但是要达到的结果却是相同的，即受众通过各种交流方式，达到获取信息，愉悦情感，或者是解决问题的目的。

都市类报纸作为平面媒体，则是这些结果的最终承担者和体现者。通过网络筛选和整理过的议题，再以预告的方式进行二次传播，这个过程既是媒体合作的过程，也是信息重组的过程。报纸的特有属性会把那些无效甚至有害的信息过滤，呈现给读者的是一个相对完整的信息表达。而节目的访谈内容，经过记者的采写，编辑的整

理提炼，也会表现出和网络即时交流不一样的效果。因此，在这一系列的传播过程中，各种媒介都体现了自身特点，用不同的侧面来共同打造一个完整的信息链条。而最终的呈现版本，也是各取所需，让不同的受众有了不同的选择。各个媒介在共同的栏目背景下，创造出属于自己的媒体精彩。

从实际效果来看，这种方式取得了良好的反应和积极的反馈。对网友来说，可以通过即时通讯工具和在线视频以及发帖子，同步了解和参与节目的进程。而对于当时没有时间及时同步参与的读者和网友来说，可以通过第二天阅读《东南商报》的报道了解整个活动的详细内容，不会错过什么精彩内容，同时还能享受一份宁静而全面的阅读体验。现在，“天一红人堂”已经成为中国宁波网最受网友热议和追捧的频道栏目之一，网友们纷纷通过论坛建言献策，推荐心目中的嘉宾上“天一红人堂”。而《东南商报》也通过与中国宁波网的紧密合作，巩固了自己在宁波平面媒体中“时尚、先锋”的都市类报纸形象。

这样的结果也充分体现了媒介融合的巨大作用：在不同的投放地点和发布平台上体现了不同的传播风格，吸引了不同群体的受众。在不影响各自传播效果的前提下，获得信息传播的叠加效果，取得最大的有效传播。

### 这一新的报网互动模式，吸引了广告客户， 扩大了零售销量，取得了良好的经济效益

应该说，这样的一种互动形式对广告商还是很有吸引力的。从传播学角度来说，“天一红人堂”走的是分众传播的路线，就是在大众传媒的框架下，通过特定的栏目和角度，吸引一部分受众的高度关注，以达到传播的准确度和受众的忠诚度。所以，广告的吸收和投放也是具有高度的密集度和精确度的。不同于以往栏目拉赞助的