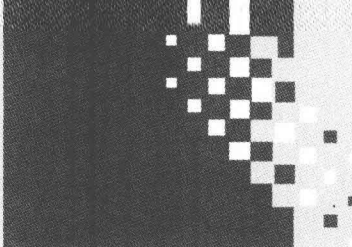


陈亚旭 著

Media Ecology and
Locality Broadcasting

媒介生态 与地域性传播

中国地市报生存发展态势研究



陈亚旭 著

媒介生态与地域性传播

中国地市报生存发展态势研究

MEIJIE SHENGTAI

YU

DIYUXING CHUANBO

GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS
广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

媒介生态与地域性传播：中国地市报生存发展态势研究 / 陈亚旭著. —桂林：广西师范大学出版社，2012.6

ISBN 978-7-5495-2007-7

I. 媒… II. 陈… III. 地方报纸—新闻工作—研究—中国 IV. G219.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 120421 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码：541001)
网址：http://www.bbtpress.com

出版人：何林夏

全国新华书店经销

广西民族语文印刷厂印刷

(广西南宁市望州路 251 号 邮政编码：530001)

开本：880 mm × 1 240 mm 1/32

印张：10.625 字数：260 千字

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

定价：28.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与印刷厂联系调换。

序

□ 罗以澄

陈亚旭是我近年带过的为数不多的一位“大龄”博士生，他的年龄要比我同期所带的其他几位博士生高出近二十岁，以致他的一些同学都私下管他叫“学叔”。我以为，对于亚旭而言，这一称谓是当之无愧的；这不仅因为他年龄偏大，更因为他读书与做人的执著、老到。

亚旭人生阅历丰富，他曾当过兵、做过工人，后来又干了十几年的记者，担任过报社的总编助理、周刊主编等职，在媒体做得有声有色。为了更好地干出一番事业，他立志考学深造，提升自我。由于外语的底子薄，他连续五年考博，四年名落孙山；但他心不灰，气不馁，屡败屡战，最后终于拼搏成功，成了我的博士生。亚旭做人做事这种“不达目的不罢休”的韧劲和坚守，令我感慨和钦佩，值得当今世人（尤其是青年人）好好学习。

当然，更值得赞许的是，亚旭在攻博三年期间所彰显出的勇攀高峰的学术旨趣和脚踏实地、自觉刻苦的求学态度。为了尽快掌握并迈入科学前沿，他废寝忘食地泡在图书馆或者互联网上，细心地搜索着世界各地相关研究的最新动向；为了弄清一些学术问题，他一遍又一遍查阅各类相关书籍资料，不厌其烦地求教于老师、同学和有关专家及同行。“求学就是为了求真知、真见（解）”，这是亚旭

攻博的一大感悟,也是他做人做事老到、执著的精髓和动力。

亚旭写这本书的过程我很清楚,因为书稿的原型源于我指导他撰写的博士论文。在整个书稿写作过程,他紧紧把握住了两点:问题与创新。问题是学术论著的基石所在;做学问一定要有强烈的问题意识,要善于发现问题、思考问题、解决问题。亚旭入学不久,便通过自己的观察和感受,思考着在当今社会转型和网络技术高速发展的双重冲击下,中国纸质媒体尤其是地市报的生存发展。之后,他围绕着这一问题,孜孜不倦地读书、调查、研究,再读书、再调查、再研究,终于找到了破解这一问题的科学途径。而创新,则是亚旭这本书所刻意追求的一大亮点。亚旭的这本书把中国地市报生存发展放在了媒介生态环境理论的视角之下进行研究,从媒介生态位、生态环境空间、生态种群、食物链、生态能量和生物钟等方面入手,把地市报作为一个有生命的活体进行剖析。不仅如此,在研究中他还十分注意运用热力学的一些原理,从生物能量学的角度,分析了地市报的能量聚集、耗散和转换,从中探寻地市报的“脱困”、“腾飞”之道。应该说,亚旭的这一另辟蹊径的研究视点和研究思路,给人耳目一新之感。与此同时,这部书稿在研究媒介生态环境的同时,对地市报的媒介素养教育、商品化趋势、数字化发展、应对三网融合的冲击以及国外区域性报纸比较等方面的问题也进行了较为系统、全面的探究。这在已有的地市报研究中也属罕见。

毋庸讳言,作为亚旭的第一部研究专著,其间也还存在着一些缺憾与不足;但瑕不掩瑜,从总体上看这是一部值得学界和业界同行阅读、参考的好书,我乐意向读者诸君推介。我衷心希望亚旭百尺竿头,在攀登学术高峰的征程上永不止步!我热切地期待着亚旭更多的学术精品面世!

2012年3月28日写于武昌珞珈山下

目 录

第一章 概 说	1
第一节 选题的意义与价值	1
一、本书选题的学术意义	2
二、本书选题的实用价值	4
第二节 国内外研究现状综述	5
一、国外研究状况分析	5
二、国内研究状况分析	10
第三节 研究的难点、贡献与创新	16
一、研究的难点	16
二、贡献与创新	17
第四节 基本框架及研究方法	20
一、本书的基本框架	20
二、本书的研究方法	24
 第二章 地市报生态现状分析	 26
第一节 地市报生态历史与现状	 26

一、地市报历史钩沉	26
二、地市报目前的生态现状	27
三、地市报的千人日报拥有量	31
四、地市报生存特点分析	33
第二节 地市报的生态环境	34
一、地市报外生态环境	36
二、地市报内生态环境	38
三、地市报原生态环境	39
四、地市报三级生产者	41
 第三章 地市报生态空间分析	44
第一节 地市报的生态位	45
一、地市报生态位的独立空间	45
二、地市报生态位的竞争策略	47
第二节 地市报种群生态	49
一、地市报种群的密度	50
二、地市报种群的类别	53
三、种群之间的竞争	54
四、地市报业的生物钟	56
 第四章 地市报生态市场分析	59
第一节 地市报生态市场概况	60
一、地市报市场的 SWOT 矩阵	61

二、地市报的市场定位	64
三、地市报的受众市场	66
第二节 地市报的生态市场潜力	71
一、城市化进程:地市报的发展机缘.....	71
二、农村市场:地市报潜在的市场.....	74
三、地市报的广告市场潜力	75
四、地市报的发行市场潜力	77
五、地市报生态市场的运作机理	82
第三节 地市报走向市场的三部曲	84
一、地市报进入市场须去行政化	84
二、细化市场,套牢盈利性受众.....	85
三、放下架子,服务好受众.....	86
 第五章 地市报商品化生态分析	 88
第一节 新闻生产的商品性特点	88
一、商品化是传播政治经济学的精髓	88
二、地市报媒介市场商品化过程	90
第二节 商品化市场以受众为轴	91
一、受众中心论与 360 度新观念	91
二、地市报商品的卖点	93
三、地市报广告与社会消费镜像	94
第三节 商品化过程的弊端	97
一、重利轻义带来双重损失	97

二、同质化与娱乐化的倾向	99
第四节 多元经营与上市融资	102
第五节 报业商品化案例分析	104
一、以深度报道占领市场	105
二、以“厚报”奉献受众	106
三、以多变善变顺应时代	108
四、做中小企业的挚友	109
第六章 地市报生态能量分析	111
第一节 地市报生态能量的构造	112
一、地市报生态能量金字塔	112
二、地市报食物链与“微笑曲线”	114
第二节 地市报的生态能量因子	116
一、领导人员能量	117
二、新闻业务人员能量	117
三、经营人员能量	118
四、地市报的其他能量	119
第三节 各种能量之间的相互作用	119
一、主要能量与次要能量	119
二、内部能量与环境能量	120
第四节 地市报生态能量聚集韬略	121
一、物质聚能	121
二、精神聚能	123

三、策略聚能·····	125
第五节 地市报能量的熵分析法 ·····	127
一、熵分析法是生态环境的量度·····	128
二、熵分析法彰显能量品质·····	130
第七章 地市报熵增现象分析 ·····	134
第一节 关于熵概念的诠释 ·····	135
一、熵理论是科学第一法则·····	135
二、熵增是信息污染源·····	137
三、熵概念在传播学中的运用·····	138
第二节 地市报熵增的现象 ·····	139
一、决策熵增·····	140
二、人才熵增·····	143
三、内容熵增·····	145
四、资源熵增·····	148
五、体制熵增·····	149
六、“木桶原理”与最小量规律 ·····	151
第三节 遏制熵增的对策·····	154
一、构建优质决策层·····	154
二、强化职业素养与专业精神·····	155
三、优化报社资源结构·····	156
四、企业文化与抵御熵增·····	157
五、聚能战略的实施·····	158

第八章 地市报生态竞争策略	160
第一节 蓝海战略理论的应用	160
一、宽生态位道路,开创地市报蓝海	165
二、地域文化,地市报浩瀚的蓝海	168
三、本地民生,地市报独有的蓝海	170
四、项目策划,地市报创收的蓝海	173
第二节 波士顿矩阵的市场分析法	174
一、集群竞争,合力共防敌害	178
二、巩固基础,保护本地市场	181
三、张弛有度,从对抗到合作	183
四、杂交共栖,改良自我特性	185
第九章 地市报发展的数字化趋势	187
第一节 地市报为什么要实现数字化	188
一、实现数字化是时代需要	188
二、实现数字化是生存需要	189
三、实现数字化是绿色传播需要	191
第二节 数字化给地市报带来什么	192
一、数字化再造地市报传播流程	192
二、创新地市报新闻运作模式	194
三、扩大和细化地市报受众群体	197
四、数字化带来盈利新模式	198

五、造就多面手的“背包记者”	199
第三节 地市报实现数字化的困境	201
一、思想困境	202
二、机制困境	203
三、人员与经营困境	205
四、其他困境	206
五、地市报数字化的前景	207
 第十章 媒介生态与地市手机报	208
第一节 地市手机报的生态分析	208
一、地市手机报的生态位	208
二、手机报的基本类型	211
第二节 地市手机报的受众生态分析	213
一、手机报受众结构分析	213
二、手机报受众分众化的应对	216
第三节 地市手机报的立身之本	220
一、本土化是立身基石	220
二、互动是植根本土的条件	221
三、当地新闻是本土化的根据	223
第四节 手机报的经营战略	224
一、精准营销与“二八定律”	224
二、特色经营与分成模式	226
第五节 手机报发展的制约因素	227

第十一章 三网融合与地市报生态	232
第一节 三网融合的诠释	232
一、三网融合定义及发展历程	232
二、三网融合的优势	233
三、三网融合存在的缺陷	234
第二节 地市报面临的挑战与机遇	236
一、三网融合对地市报的生存挑战	236
二、直面三网融合,强化自我优势	237
 第十二章 地市报受众种群的媒介素养	240
第一节 媒介素养与媒介教育	240
一、何谓“媒介素养”	240
二、媒介素养教育理念与原则	241
第二节 地市报受众媒介素养分析	246
一、受众现状的描述	246
二、媒介素养教育目标	247
三、受众面临的窘况	249
第三节 地市报青少年媒介素养的培养	251
一、青少年媒介素养教育的缺失	251
二、青少年媒介素养教育的意义	252
三、青少年媒介素养教育的作用	255

第十三章 西方地域性报纸生态研究	257
第一节 美国报业生态空间分析	257
一、美国报业史:地域性报纸的历史	257
二、“一城一报”的稳定格局	260
三、第一张全国报纸的艰难成长	263
第二节 发行状况及战略分析	265
一、江河日下的报纸发行量	265
二、报纸的发行管理	268
三、美国报刊发行量核查局	269
四、报纸教育工程(NIE)	272
第三节 报业的市场竞争分析	274
一、“小鱼吃大鱼”的集团收购	274
二、报纸合作经营协议(JOA)	275
第四节 编辑部管理和人员管理	279
一、编辑部的基本结构	279
二、编辑部的管理	281
第五节 “服务至上”的经营理念	283
一、多样的促销手法	283
二、讣闻报道	286
三、食品烹饪与试验厨房	288
第六节 社区报纸	289

第十四章 广西地市报生态空间分析	292
第一节 广西报业发展概况	292
一、广西地市报基本情况	293
二、传媒集团报业格局初现	295
三、省报抢占地市报滩头阵地	297
第二节 《钦州日报》生存研究	299
一、七个人的创业	299
二、初尝数字化甜头	301
三、探索经营之路	302
四、努力留住人才	303
第三节 报社存在的问题及原因	304
一、“三多三少”的发展瓶颈	304
二、机制体制有待更新	307
三、队伍建设不可小觑	309
结 语	311
参考文献	315
后 记	321

第一章 概 说

第一节 选题的意义与价值

我国报业在今天广电、网络、手机等媒介的冲击之下,生存的空间在不断地萎缩,西方一些百年大报在百般无奈的情况之下,不得不放弃印刷纸质报纸而转向数字报纸,国内不少报纸的广告额也在逐年递减,其生存形势不容乐观。因此,“报业寒冬论”弥漫在媒介上空,有人甚至断言,在 2040 年的某月某日的上午,最后一位报纸读者将把最后一份报纸扔进垃圾箱,纸质报纸的命运就此完结。

如果说那些实力雄厚的报业集团都摆脱不了这种厄运,那么,作为实力单薄的地市报在这“寒冬季节”岂不更难存活,它们面对新媒体的虎视眈眈、国家及省级报业的强势入侵、同城异质媒体的全方位“蚕食”,将深陷重围、举目皆兵。特别是身处副省级以上城市中的地市(厅局)级报纸,它们在报业集团的夹缝里存活,生存的境遇更是举步维艰。

在我国媒介研究领域,如何运用媒介生态理论研究报业发展,

尤其是研究我国地市报生存发展问题尚属于一个较新的领域,是报业研究方面一个较为薄弱的环节,在当前我国纸媒生态环境发生急剧变化的前提之下,国内地市报业到底还有没有生存的空间,它的生态生存空间到底有多大,地市报的报业市场状况如何,它的市场潜力在哪里,地市报前景究竟如何等等问题摆在我们的面前,成为一系列迫在眉睫的研究课题。

一、本书选题的学术意义

研究地市报业的生存与发展问题,其学术性是显而易见的,该论题我们不能就事论事地在其表层游走,而应运用各种理论依据来探讨其深层的学理性。该论题是在媒介生态理论的框架之下,深层分析地市报业的生存与发展问题,这不仅涉及媒介生态的学术探讨,同时涉及与此相关的经济学、社会学、政治学、营销学、管理学和传播学等多种学科的学术探讨。

第一,本书运用媒介生态学原生态理论,对地市报业的生态位、生物钟、食物链及捕食技能的生存进行研究。运用媒介生态规律,研究媒介生态位生存竞争的多种技能,其中包括媒介生态位分离术、生态位整合术、生态位创造术及生态位细化术等;运用媒介食物链规律,剖析媒介生态食物链中的各种范式,将各种范式之间的食物网进行比较分类,从而找出最优化的地市报食物链范式;运用媒介的生物钟规律来分析地市报的生物状态与生物节律。

第二,以媒介生态学的内生态原理,对报业生态种群进行分析,在时间与空间的架构之中,研究传者种群、信息种群、符号种群、营销种群及受众种群等种群之间的个性与共性,通过对其空间特征、