

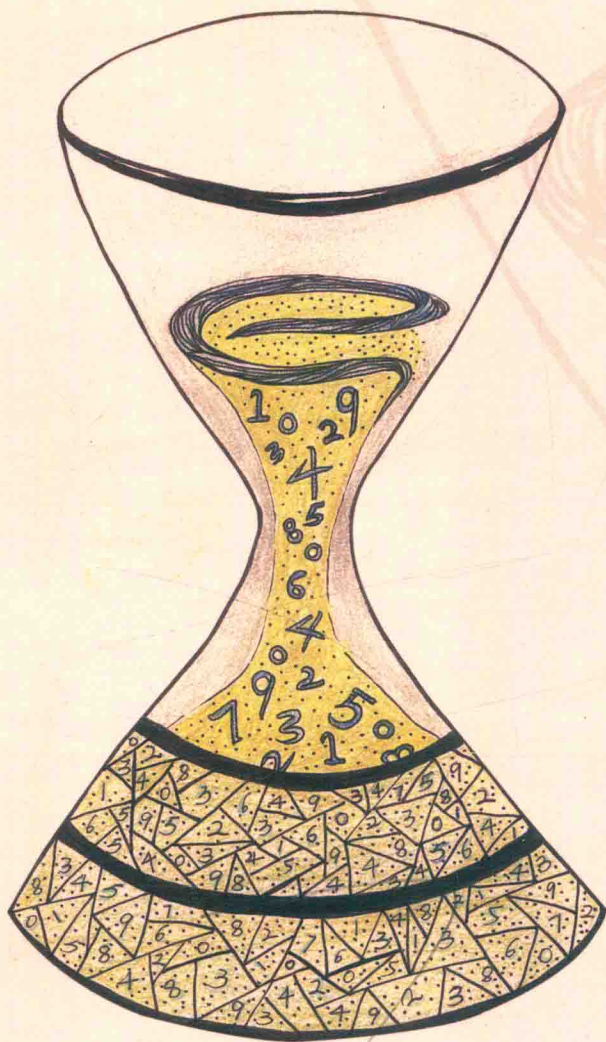
14

2017·03

传播力研究思想智库

深圳报业集团舆情与传播研究院 编

新传播
NEW COMMUNICATION



深化媒体融合要有智能思维

前沿聚焦：媒体深度融合

特别关注：庆祝香港回归20周年传播研究

人民日报出版社



新传播

NEW COMMUNICATION



图书在版编目(CIP)数据

新传播·媒体深度融合 / 深圳报业集团舆情与传播
研究院编. -- 北京: 人民日报出版社, 2017.8(总第14辑)
ISBN 978-7-5115-4873-3

I. ①新… II. ①深… III. ①传播媒介-文集 IV.
① G206.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第198066号

书 名: 新传播·媒体深度融合
编 者: 深圳报业集团舆情与传播研究院

出 版 人: 董 伟
责任编辑: 林 薇 梁雪云

出版发行: 人民日报出版社
社 址: 北京金台西路2号
邮政编码: 100733
发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510
邮购热线: (010) 65369530 65363527
编辑热线: (010) 65369526
网 址: www.peopledaily.press.com
经 销: 新华书店
印 刷: 深圳报业集团印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16
字 数: 180千字
印 张: 11.5
版 次: 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5115-4873-3
定价: 28.00元

如发现因印装质量问题而影响阅读, 请与承印厂联系调换。

编委会

主 任 陈 寅

副主任 宣柱锡

编委会委员

王跃军 姜东南 胡恒芳

刘凯章 周 斌 邓自强

丁时照 胡洪侠 吕延涛

白俊仁

执行主编 阮飞宇

编 辑 刘良龙

视觉设计 大 齐

封面插图 蒧 柯

校 对 陈光强 李战利

《新传播》编辑部地址

广东省深圳市深南大道 6008 号

深圳特区报业大厦 33 楼

邮政编码

518009

编辑部电话

0755—83518316

0755—83518910

编辑部邮箱

1754352384@qq.com

微信号: xinchuanbo2014



网址: xcb.sznews.com



目录

CONTENTS

卷首语

习近平论媒体融合发展	1
------------	---

本期特稿

深化媒体融合要有智能思维	陈 寅	7
融媒体变革时代的媒介人才诉求	鲍洪俊	14
寻找适合报纸的“场景”	陈国权	19

前沿聚焦：媒体深度融合

◆【新思路】

媒体融合发展要以“三创新”为支撑	梁金河	29
主流媒体融合发展的突出问题及对策研究	董开栋	37
浅谈新媒体语境下领导人形象与大众传媒的互动关系	侯月娟	44

◆【新平台】

客户端科技新闻如何凸显影响力		
——以读创为例	苏海强	52
以资本的杠杆撬动转型大格局		
——深圳新闻网挂牌新三板后战略思考与实践	蓝 岸	57
借力文化传媒资源整合推动媒介融合的思考	栗 战	65
用户思维下手机新闻客户端的优化路径	李宝华	70

◆【新技术】

虚拟现实新闻发展现状探析	汪苏华	77
--------------	-----	----

媒介融合下电视综艺节目创新的技术要素与实践

殷 韵 84

全媒体语境下的校勘变局与对策

钟响东 耿 伟 89

特别关注：庆祝香港回归 20 周年传播研究

传播逾 1.2 亿次现象级视频是如何炼成的

——读特 6 分钟视频《20 年前这位中国军人在香港一句话震撼世界》评析

刘绩辉 99

用脚步丈量深港 20 年融合与发展

——“深港齐步走——深圳晚报庆祝香港回归 20 周年大型采访”活动述评

夏献法 程安逸 103

以百姓情怀调制回归庆典报道“特色菜”

——晶报特别策划“深港双城记”小析

李婷菊 陈晓航 109

媒体生态多样化环境下举旗引领的成功实践

——香港商报庆祝香港回归 20 周年专题报道概述

祖恩华 114

摩托车轮上抢出来的首发图片

——20 年前拍摄驻港部队进驻香港情景回顾

赵 青 120

采编论见

新闻标题制作中常用的 15 种技巧

——以第 1 至 26 届中国新闻奖获奖作品标题为例

刘保全 127

对外传播

运用互联网图文赛事进行国际传播的实践与思考

李洪峰 141

广电视听

电视“选秀热”的冷思考	周思明	147
-------------	-----	-----

域外视野

从美国新闻设计协会年会看视觉化新闻生产	吴 莺	157
---------------------	-----	-----

微信微观

微言高论	李 明	165
------	-----	-----

进观外媒

外媒动向	辜晓进	173
------	-----	-----

习近平论媒体融合发展

【编者按】党的十八大以来，习近平总书记就媒体融合发展发表了一系列重要讲话，为我们做好媒体融合发展工作提供了行动指南和根本遵循。以下为习近平总书记关于媒体融合发展的论述摘编。

◆原则、方法、重点和目标

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。

——2014年8月18日，习近平在中央全面深化改革领导小组第四次会议上的讲话

◆关键在融为一体、合而为一

要研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维和一体化发展理念，推动各种媒介资源、生产要素有效整合，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。

——2015年12月25日，习近平在视察解放军报社时的讲话

融合发展关键在融为一体、合而为一。要尽快从相加阶段迈向相融阶段，从“你是你、我是我”变成“你中有我、我中有你”，

进而变成“你就是我、我就是你”，着力打造一批新型主流媒体。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

◆推进全方位创新

要顺应互联网发展大势，勇于创新、勇于变革，利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、体制机制等全方位创新，努力实现军事媒体创新发展。

对新闻媒体来说，内容创新、形式创新、手段创新都重要，但内容创新是根本的。

——2015年12月25日，习近平在视察解放军报社时的讲话

随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

◆必须坚持内容为王

需要强调的是，内容永远是根本，融合发展必须坚持内容为王，以内容优势赢得发展优势。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

◆加快构建舆论引导新格局

做好网上舆论工作是一项长期任务，要创新改进网上宣传，运用网络传播规律，弘扬主旋律，激发正能量，大力培育和践行社会主义核心价值观，把握好网上舆论引导的时、度、效，使网络空间清明起来。

——2014年2月27日，习近平在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上的讲话

要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。好的思想、观念、内容，要通过生动的形式、多样的手段表达出来。一个主题要有多种传播方法，形成全方位、多层次、多声部的主流舆论矩阵，达到“大珠小珠落玉盘”的效果。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

◆人在哪里新闻阵地就应该在哪里

现在，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化，特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。

——2015年12月25日，习近平在视察解放军报社时的讲话

阵地是意识形态工作的基本依托。人在哪里，新闻阵地就应该在哪里。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

◆努力成为全媒型、专家型人才

要掌握专业知识和技能，也要掌握经济、政治、文化、科技、历史、法律、社会、生态、国际、党建等各方面知识，完善知识结构，拓宽知识领域，善用现代传播手段，会使“十八般兵器”，努力成为全媒型、专家型新闻舆论工作者。

——2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话

（以上内容摘自人民日报、新华社及中央文献研究室编《习近平总书记重要讲话文章选编》）

New Communication

本期 特稿

陈寅

深化媒体融合要有智能思维

鲍洪俊

融媒体变革时代的媒介人才诉求

陈国权

寻找适合报纸的“场景”

深化媒体融合要有智能思维

□ 陈 寅

在人工智能条件下，实现媒体深度融合，首先要以科技创新为第一驱动力，依靠科技创新超越现有新兴媒体，开辟融合新道路，打破媒体旧格局；创新的核心在于新闻生产传播全链条各环节的智能化，而智能化必须始终以用户为中心；在展开微观层面媒体自身内部深度融合的同时，还要有宏观层面媒体行业的全局性融合，着力为深度融合创造良好的生态环境；最终，我们将打造出智能化新型媒体，从而抵达媒体融合发展的彼岸。

关键词：媒体融合 智能 科技创新 全链条 用户 全局

前不久，一家商业网络公司宣布推出智能媒体平台，向所有媒体从业者和内容创作者开放。在创作方面，可帮作者快速监控、捕捉和预测热点从而及早发现新闻线索，可为作者快速精准匹配各类素材并生成内容；为作者提供视频快速云剪和自动生成专题功能；在传播方面，借助以数亿用户大数据为基础的全面用户画像，可实现差异化、精准化内容推荐和分发。

这一智能媒体平台，与我们传统媒体的中央大厨房相比，有很多相似之处，也有不少差异，但总体上，未来的方向是一致的，

作者陈寅系深圳报业集团党组书记、社长

那就是打造人工智能时代的新型智能媒体。

朝着这个方向，在推进媒体深度融合的道路上，深圳报业集团近一年来迈出了新步伐。目前，集团由读特和读创新闻客户端领衔的各报刊网新媒体矩阵业已形成，用户数近6000万，年发稿量是平面媒体的3.27倍，集团主流媒体传播阵地得到有效拓展。时政类客户端读特覆盖用户50万，科技财经类客户端读创覆盖用户10万，深圳ZAKER覆盖用户500万、日活用户70万，深圳都市报客户端覆盖用户35万，晶报代运营政务新媒体50多家、覆盖用户1100万；深圳新闻网完成移动战略转型，在全国首推城市级自媒体内容平台“@深圳”，用户超2100万，2017年6月26日深圳新闻网在新三板挂牌，成为广东省第一家依托传统报业集团登陆资本市场的媒体公司。

尽管取得了一些进展，但与国内先进传媒集团相比，我们还有不少差距，需要加倍努力，尽快赶上去。我们既要与国内先进报业集团对标，也要从整个媒体格局来认识现实，把握未来。

根据一份中国移动互联网2017年夏季报告，截至2017年6月，以月活跃用户量排名，新闻客户端前10名中主办者仅有1家为传统媒体，位列第9；前20名中，有5家传统媒体，4家排在15名之后；这5家传统媒体客户端月活跃用户量总和不到第1名的十分之一。

这种格局不是2017年才出现的，而是近几年一直基本如此。在此背景下，我们必须对媒体深度融合做更深入的思考。

一、以科技创新为融合第一驱动力

在新闻客户端乃至整个媒体市场中，传统媒体与商业网络公司的差距，首要原因恐怕在于科技创新不足。

当今的商业网络媒体巨头，其竞争和制胜的核心依靠都是科技创新。他们并不具有新闻生产资质，但其新闻客户端却几乎瓜分了市场。恰恰证明，科技在赢得用户、占领阵地方面起着决定性作用。西方领先传统媒体在融合转型中，走的主要是一条科技创新之路。贝索斯收购《华盛顿邮报》后，大幅扩充技术队伍，达到近400人，超过全报社总人数的一半，号称堪比“硅谷的任何团队”。《纽约时报》建立新的科技实验室，专注于研究机器

学习和翻译，成立跨部门数字服务中心，编程已成为新进采编人员的必备技能。

值得我们传统媒体思考的是，我们算得上是科技公司吗？技术研发投入在营业收入中占比有多少？取得了多少项技术专利？我们说，融合发展要以技术为支撑。我想准确地理解，就是要让科技创新成为融合发展的第一驱动力，让科技创新引领融合发展。

二、超越融合才能真正实现融合

我们的传统媒体当前主要融合路径是对外建立以“两微一端”为主体的新媒体矩阵，对内以中央大厨房等方式重组生产流程，以适应新媒体传播的需求。通常对“你就是我、我就是你”的理解，就是传统媒体就是新兴媒体，新兴媒体就是传统媒体。也就是说，我们是以已有的新兴媒体为目标来推动和加深融合的。在我看来，如果把眼光停留在这样的层面上，恐怕很难实现融合发展的目标。

首先，一味模仿和依赖他人不可能超越他人。为了学本事、打基础，模仿和依赖他人未尝不可，但今天，我们是要从新兴商业网络媒体手中赢取阵地和用户，要超越他们，成为主角。这时模仿和依赖是无效的，跳出他人所设定的道路，开辟自己的新道路，才有望打破旧格局。正如有人所言，在同一条直道上追赶别人，总想弯道超车，十有八九会翻车，只有换道，或者换工具载体，才能实现超车。

其次，当前的新兴媒体并未对传统媒体形成实质上的超越。微博、微信、客户端、网站等形态的媒体，其内容生产依然是人工找线索、定题目、采写编、审核、发布和反馈这种传统方式。采集方面始终未变，呈现形式由一种变成了多种。传统媒体时代，受众本就可以通过多种媒体接收到同一信息的多种呈现形式，不过现在一家媒体即可做到，这对于受众不是根本变化。发布渠道虽然数字化、网络化了，但内容依然如前，实际仍是传统媒体的电子版。

所以，要实现“相融”，仅把传统媒体变成当前的新兴媒体是远远不够的，而是要超越已有新兴媒体，走向智能化新型