



总主编 江作苏 张昆

高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材 · 新闻学系列

实用新闻采访

陈媛媛 周新华 主编

把复杂的问题简单化
学习与实用、就业紧密结合



[read more](#)

 清华大学出版社



总主编 江作苏 张昆

高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材 · 新闻学系列

实用新闻采访

陈媛媛 周新华 主编

编委（按姓氏笔画排序）：

李 靓 张 勤 明 童
易法万 金 璐 夏 青
夏兴通

新出图证(鄂)字10号

图书在版编目(CIP)数据

实用新闻采访/陈媛媛,周新华主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2017.5

(高等院校“十三五”规划新闻传播学系列“立体化”教材)

ISBN 978-7-5622-7824-5

I. ①实… II. ①陈… ②周… III. ①新闻采访—高等学校—教材
IV. ①G212.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第145408号

实用新闻采访

©陈媛媛 周新华 主编

责任编辑: 缪玲

责任校对: 肖绪旭

封面设计: 甘英

编辑室: 高校教材编辑室

电话: 027-67867364

封面制作: 胡灿

出版发行: 华中师范大学出版社有限责任公司

社址: 湖北省武汉市洪山区珞喻路152号

邮政编码: 430079

电话: 027-67861367(发行部) 027-67861321(邮购)

传真: 027-67863291

网址: <http://press.ccnu.edu.cn>

电子信箱: press@mail.ccnu.edu.cn

印刷: 湖北恒泰印务有限公司

督印: 王兴平

字数: 328千字

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 16.25

版次: 2017年9月第1版

印次: 2017年9月第1次印刷

定价: 30.00元

欢迎上网查询、购书

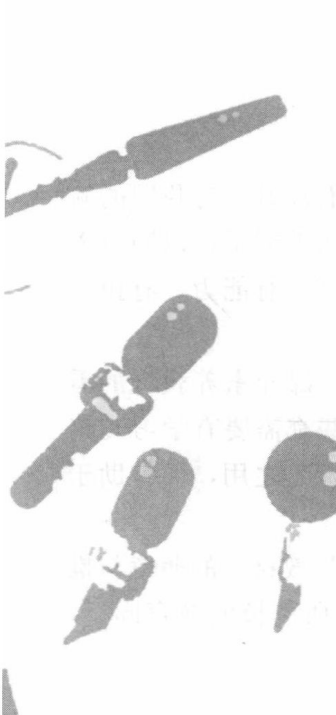
敬告读者: 欢迎举报盗版, 请打举报电话 027-67861321

高等院校“十三五”规划新闻传播学系列 “立体化”教材编委会

编委会主任：江作苏 张 昆

编 委：（按姓氏笔画排序）

孙 黎	杨光宗	陈洪友	陈媛媛
吴卫华	沈嘉达	姜小凌	柯 艺
郭 彧	盛银花	彭 涛	景遐东
廖声武			



序

进入 21 世纪，中国新闻传播教育迎来了新的发展和变化。在互联网已成为经济与文化的“底盘”，沟通与传播理论全面渗入社会基本操作系统的背景下，新闻学科的高等教育也在发生深刻变革。当代大学生已经习惯于电子阅读和多媒体环境教学，传统的单一化纸质教材已经不能适应新的教学模式之需要。因此，华中师范大学新闻传播学院与华中师范大学出版社携手，联合编纂“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”，积极融入新闻传播的改革、实践与竞争中，这不仅是为满足现实需求，更具有前瞻意义。

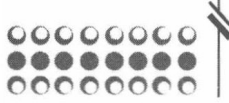
著名教育家叶圣陶曾说过：“教材无非是例子。”这就很直观地说明了教师是“用教材教”而非“教教材”。教材是对学生开展教育、传授知识、训练能力和发展智力的重要工具，它既有教学内容的结晶，也含科学研究的成果，因而它是衡量一所学校教学能力和学术水平的显著标志。有鉴于此，教材在高校教学中的重要的作用不可忽视，必须视作学校基础工作中一个不可缺少的组成部分，倾力精心建设。

教材的最初出现是作为教师教学的一个辅助工具，却在长期的发展当中渐渐反客为主，成为束缚教师的绳索。在旧的观念中，教师视教材为权威，唯教材是上，压制了教师的个性张扬和学生的个性发展。而现在呈现于读者之前的此套立体化教材，努力克服以往教材形式的单一，提高其适用性，满足现代学习者个性化、自主性和实践性的需求。本书应用了二维码导入，以网络扩展案例和背景资料，为教学提供整体解决方案，促进优秀教学资源有机整合与合理运用。

“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”在内容上有大幅更新，坚持马克思主义新闻观，增加了许多反映与学科相关的经济、文化、科技新进展的时代内容，及时兼收国内外科研与教学方面的前沿成果，适量并蓄本学科领域中尚在发展的新理论、新知识、新技术和新方法。在教材结构上亦有较大更改，强调多学科有机的沟通与融合，以丰富教材的学术性和开放性。

我国自改革开放以来，形成了文化多元、开放包容的社会氛围，人民获得各种信息





的方式空前增多，群众的知情权、表达权、参与权、监督权得到全面提升，对我国的新闻传播事业产生极大影响。这种传播格局也呼唤着高校面向社会、培养能手，以顺应人民群众的迫切需求。为在新的形势下及时造就一大批有理想、有信念、有能力、有担当的人才，我国高等新闻传播教育可谓任重道远。

在这个“人人都有麦克风，个个都是通讯社”的时代，开展全民媒介素养教育的需求显得十分迫切。媒介的应用与防止滥用，传播的赋权与维权，这些都需要有学习与培训的教材。因此，本系列教材在满足高校教学的同时，亦可供社会各界之用，俾有助于社会总体媒介素养的涵养与提升。

“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”的萌意与推动，既依托了华中师范大学新闻传播学院的师资，也联合了湖北多所高校的教育同行，戮力同心，耕耘有年，终得顺利付梓，众志成城。

是为序。

江作苏

华中师范大学新闻传播学院院长、教授

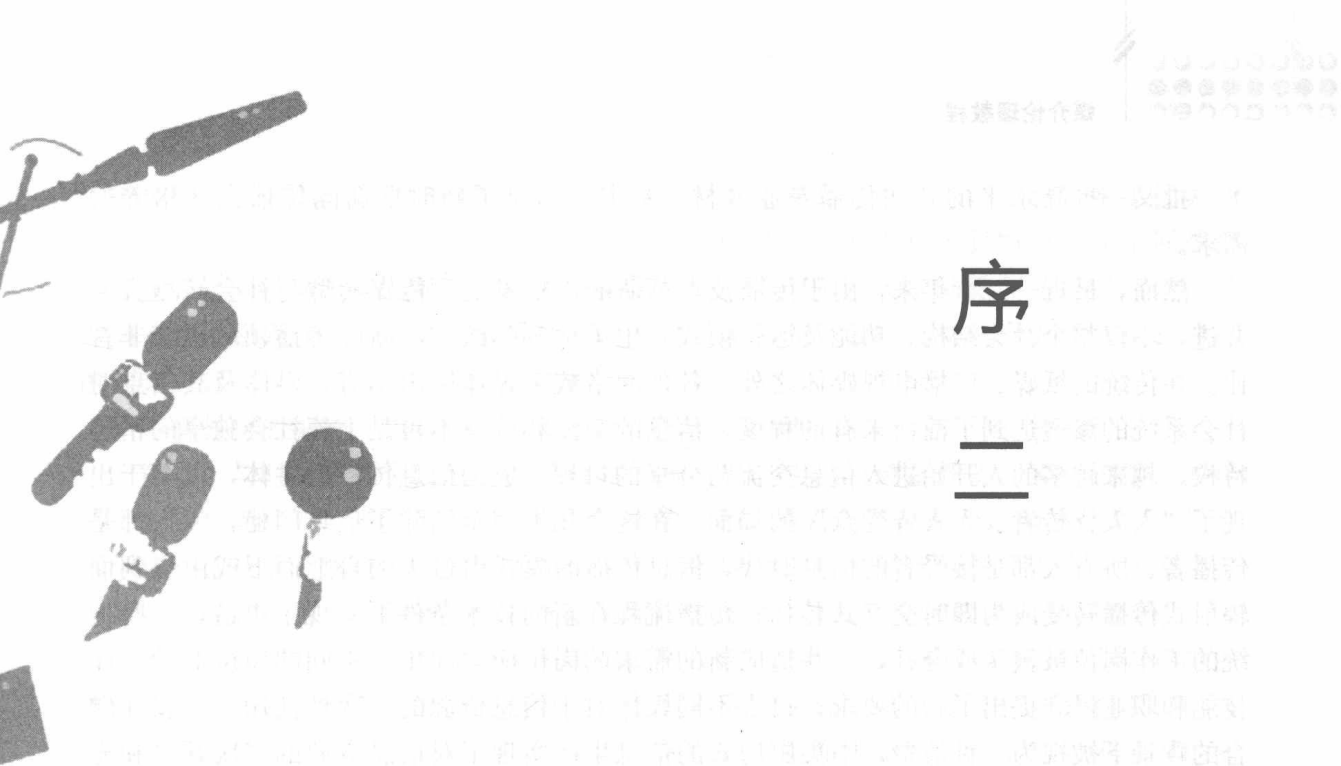
武汉大学新闻与传播学院博士生导师

中国新闻史学会媒介法规与伦理研究委员会副会长

中国新闻史学会媒介经济与管理研究委员会副会长

2017.1.1





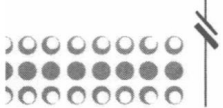
序

二

与时俱进，创新新闻传播专业的教材体系

人们常常把人类社会视为一个休戚与共的有机体，而有机体生命的延续，与其感知神经系统的功能有着直接的关系。如果说这种认知是正确的，那么是人类社会的哪个部门担负着类似感知神经系统的角色？英国社会学者斯宾塞尝试着利用生物学的原理解读这一问题。在他看来，社会系统的神经就是信息传播媒介。这一判断给予职业传媒人巨大的精神鼓舞和专业的自信。美国报人约瑟夫·普利策就把人类社会比喻为汪洋大海中航行的轮船，而当今社会的职业传媒人就相当于轮船上负责瞭望的水手。在整个 20 世纪，这一认知成为传媒业界的共识，也得到社会的普遍认同。虽然 20 世纪末到 21 世纪初期，随着传播技术的革新和网络新媒体的崛起，空前的受众参与改变了传媒的生态，人人都有摄像头，人人都有麦克风。但是，在众声喧哗中，职业传媒人的权威和公信力并没有因此而降低，相反，人们对于其理性、专业的声音表现出更加强烈的需求。

自 20 世纪初期欧美国家高等职业新闻教育产生以来，在绝大多数新闻传播事业发达的国家，新闻传播界从业者主要是来自大学新闻传播院系的毕业生。所以大学新闻传播院系不仅是新闻传播学术的重镇，也是新闻传播人才的摇篮。而新闻传播人才的培养，是一个复杂的系统工程。不仅涉及办学的物质条件（实验设备、资料储备）、师资队伍，更依赖于院系的文化氛围、课程体系和教材建设。其中，教材建设尤其重要。所以，言教育者，不可不谈教材。中国新闻传播教育虽然晚于欧美，但是相对于报业的历史进程，新闻传播教育与欧美诸国的差距不是太大。1918 年，北京大学新闻学研究会成立之初，徐宝璜、邵飘萍等编纂的第一批专业教材奠定了近代中国新闻传播教育的基础。30 年代以后，新闻传播教育在国内迅速兴起，教材建设也风起云涌，一片繁荣。1949 年以后，新闻传播教育虽然历经坎坷，但是在 80 年代以来，随着改革开放、经济社会发展和新闻传播事业及新闻传播教育的繁荣，新闻传播专业的教材建设进入了黄金时代。以中国人民大学、复旦大学、中国传媒大学及高等教育出版社为代表，集中国内智力，编纂出版



了一批又一批高水平的新闻传播专业教材，基本上满足了新时期新闻传播人才培养的需求。

然而，最近一二十年来，由于传播技术革命的迅猛发展，传媒转型与社会转型齐头并进，不仅整个社会结构、功能及运行模式发生了深刻的改变，新闻传播领域也今非昔比。在传统的纸媒、广播电视媒体之外，各种网络数字媒体层出不穷，媒体及其信息对社会系统的渗透达到了前所未有的程度。信息的交流和分享不再是上流社会独享的精神特权，越来越多的人开始进入信息交流与分享的过程，成为信息传播的主体，以至于出现了“人人皆传者、人人皆受众”的局面。在这个几乎完全消除了信息门槛，人人都是传播者、所有人都是接受者的信息时代，信息传播的模式由过去的自上而下或由点到面辐射式传播转变成为即时交互式传播；传播流程在新的技术条件下实现了再造，一些传统的工作岗位被裁汰或合并，一些适应新的需求的岗位应运而生，不同的岗位对于工作技能和职业操守提出了新的要求；过去不同媒体对于信息资源的一次性使用，在媒介融合的背景下被视为一种浪费，中央厨房式的信息生产实现了对信息资源的多次开发和充分利用；在这种情况下，信息传播的机制和对于传播渠道、手段的调控也发生了新的变化。所有这一切，必然会传导至新闻传播教育领域，对新闻传播专业人才的培养提出新的要求，从而倒逼新闻传播教育的改革。

在网络时代，职业传媒人应该有更加敏锐的新闻嗅觉、更加深刻的历史洞察力、更加全面的专业技能、更加丰富的知识储备、更加宽广的观察视野，能够胜任新闻传播过程中不同岗位的自由流动，新闻传播实务操作的十八般武艺，应该样样精通。对这种新的职业要求，必须从学校开始，进行有目的、有计划的系统培育，而教材建设就是其中最重要的一个环节。长期以来，新闻传播专业的教材在形式上一直停留在纸质教材的层面；在知识结构方面，基本上都是以课程为单位封闭的知识链环；其内容的组织，大体上都是满足于单一专业领域知识点的梳理和整合。这种教材编纂与印刷时代的知识传播特点是直接相关的。可是我们今天置身的时代环境已经全然不同于过去，信息时代的知识爆炸，网络环境下的大数据、云存储及移动互联的便利技术，使得知识的传播和学习方法也发生了重大的改变。在这种情境下，老师与学生的知识不对称状况已经不复存在。在教学过程中，学生比过去任何时候都要主动、积极，其获取知识信息的能力也远胜于既往。这一切不仅对老师的教学提出了严峻的挑战，对于专业教材的编纂也提出了更高的要求。

正是基于对这一现状的认识，华中师范大学出版社为了满足新形势下新闻传播专业人才培养的需要，着手编纂了这套“华大博雅·高等院校‘十三五’规划新闻传播学系列‘立体化’教材”。如前所述，到目前为止，在中国新闻传播教育空前发展的形势下，新闻传播专业教材的编纂出版也是相当繁荣。其中最具影响的有中国人民大学出版社、复旦大学出版社、中国传媒大学出版社，他们分别依托本校新闻学院的强势品牌和学术资源，在二三十年时间里，成系列地推出了整套的新闻传播专业教材；高等教育出版社亦以其统摄全国的特殊地位，集中全国顶尖师资，荟萃业内精华，组织出版了新闻传播专业系列教材，且影响有后来居上之势。在此之外，清华大学、北京大学、武汉大学、

华中科技大学等高校，也结合本校的新闻学院，牵头整合业内资源，出版了不少优秀的新闻传播专业教材。这些出自不同学校、不同出版社的新闻教材各具特色，在不同类型的专业、不同性质的学校具有不同程度的影响力。华中师范大学的新闻教育虽然创办的时间不长，积累还不够丰厚，但是在重视本科人才培养、重视教材建设方面，也有自己的独到之处。

本套教材的编纂，相对于各名校出版社推出的系列教材，有如下几个特点：

第一，与时俱进。全面地反映了新闻传播发展、变化的最新现实，紧密跟踪新闻传播行业的最新趋势，吸收了国内外新闻传播学术界的最新成果。在理论阐述、概念界定、知识梳理、技能训练等方面与时代接轨，与实践联通。站在时代的制高点上，鸟瞰当今的新闻传播，审视新闻传播现象，解读新闻传播规律，体现了与时俱进的创新特质。

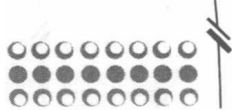
第二，应用性。基于新闻传播专业的职业教育特性和新闻传播学科的应用学科属性，本套教材的编纂，贯彻了鲜明的职业导向性和实践应用性原则。尤其是业务类课程的教材，如新闻采访、新闻写作、新闻评论、新闻编辑、新闻摄影等，注重与业界常规的对接，以案例为切入点，强调可操作性。至于新闻传播理论与历史课程的教材，则重在知识的系统化，重在线索脉络的梳理，强调理论与实践的联系、历史与现实的联系，以及老师讲授与学生思考的互动，以激发学生的想象力、创造力为旨归。

第三，开放性。本套教材的编纂自始至终致力于将新闻传播知识建构为一个开放的知识系统，而不是一个封闭的知识链环。各本教材虽然注重体系建构，但是不求完整，力求给老师、学生留下想象的空间。在每本教材覆盖的知识领域，都预留通向其他知识领域的路径，以便利与其他课程、其他专业、其他学科交叉或嫁接；同时，关注业界的最新动态、社会的最新变化，及其与新闻传播知识生产的联动，以利于拓展老师和学生的思维空间，培植新的知识增长点。

第四，立体性。在网络信息时代，由于传播渠道的多样化，信息传播与接收的日益便捷、快速，在传统的纸质媒介之外，光盘及网络资源不仅有超大的信息量，获取便利，而且还能实现教学互动。所以本套教材在策划之初，就注意突出纸质、光盘与网络介质的结合，发挥不同介质教学资源的优势，使各种不同介质的知识信息相互补充，彼此延展。配合着纸质教材，出版社还向主讲教师附送由作者制作的讲义 PPT、试题库等教学资源，对于主讲教师的教学和学生的学习，提供了莫大的便利。

特别还要指出的是，本套教材的定位与其他知名高校出版社新闻传播专业教材也明显不同。前述的几家国内知名出版社，在新闻传播专业教材编纂方面，几乎没有例外地瞄准一流研究型大学的新闻学院，主要是“985”、“211”大学新闻传播专业的学生，按照这样的定位去组织编纂者队伍，建构知识体系，其内容的呈现也要考虑到他们的接受习惯。但是在这些大学之外，更多的是省属重点大学、一般大学的新闻传播专业。与一流大学相比，这些学校学生的来源不同，学校的定位不同，学生的生涯规划也不一样，他们对教材当然也有自己的需求。华中师范大学出版社正是瞄准了这一特定市场、特定师生人群的发展需要，以个性化、差异化的知识生产、教材编纂，服务于其新闻传播人才培养的要求。





为了这套教材的编纂，华中师范大学出版社专门组建了专家委员会，我有幸成为专家委员会的成员。在专家组的周密策划之下，组建了一支老中青相结合的作者队伍。这些作者来自华中地区主要是湖北省的不同高校，但都是各个领域的专家。经过几年的共同努力，这套教材终于可以付梓。作为编纂团队成员之一，我参与、见证了这一历史过程，倍感欣慰，与有荣焉。在教材正式出版之际，除了表达祝福之外，我感到还有责任写出我对此的感想和体会，期待学界业界同仁的指教。

是为序。

张 昆

国务院学位委员会新闻传播学科评议组成员

中国新闻传播教育史学会会长

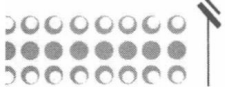
华中科技大学新闻与信息传播学院教授、院长

2017.1.8

目 录

第一章 媒体变局给新闻记者带来的挑战和应对	1
第一节 我们所面对的媒体变局	2
第二节 全媒体环境对新闻记者的挑战	6
第三节 全媒体时代记者的应对	10
第二章 新闻采访的价值属性	15
第一节 新闻采访与新闻写作的关系	16
第二节 新闻采访的特性	24
第三节 新媒体时代新闻采访的变化	29
第三章 新闻记者的职业要求和伦理道德	33
第一节 新闻记者的起源和分类	34
第二节 新闻记者的职责和任务	41
第三节 新闻记者的职业荣誉与风险	45
第四节 记者的职业热情和基本素养	48
第五节 记者的职业伦理道德	51
第四章 新闻的发现与处理	57
第一节 研究问题和发现新闻线索	58
第二节 新闻敏感的培养	67
第三节 新闻政策的规约	71
第五章 新闻采访整体策划	75
第一节 采访选题的把握与策划	76
第二节 新闻采访整体策划的含义与意义	83
第三节 新闻采访整体策划的内容与调控	87
第六章 新闻采访的方式	93
第一节 面对面采访	94
第二节 电话采访	96





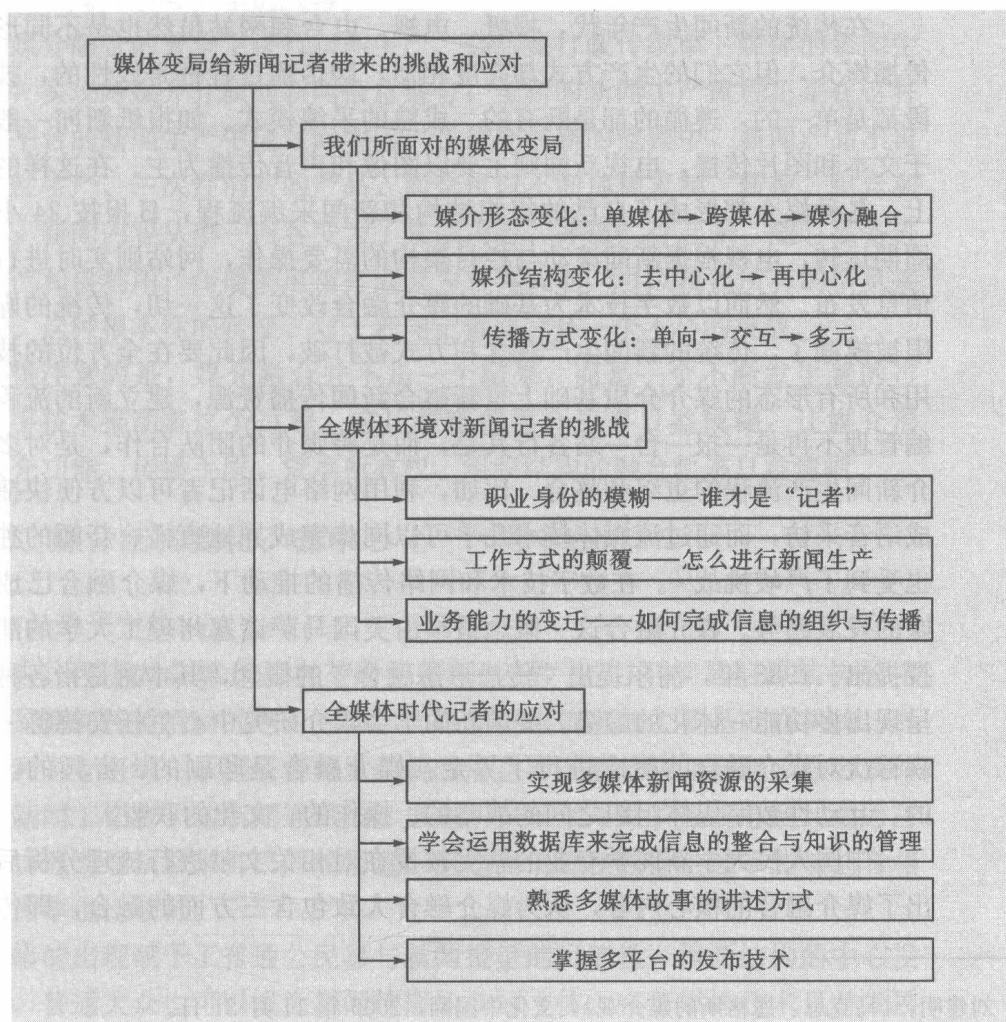
第三节	观察采访	99
第四节	新闻发布会	104
第五节	隐性采访	109
第六节	网络新闻采访	115
第七章	采访前的准备	121
第一节	搜集资料 and 知识储备	122
第二节	明确采访目的	126
第三节	选择并熟悉采访对象	129
第四节	谋划采访过程	133
第五节	采访的物质准备	140
第八章	采访中的提问	143
第一节	采访的前提	144
第二节	提问的种类和方法	151
第九章	新闻观察	163
第一节	新闻记者的观察力	164
第二节	记者观察的内容	168
第三节	记者的观察与思考	173
第十章	采访的过程要领	177
第一节	营造访问氛围	178
第二节	消除采访对象的心理忌讳	181
第三节	如何突破采访阻碍	183
第四节	控制采访局面	185
第五节	采访活动中的双向互动	188
第六节	常见采访注意事项及基本原则	190
第十一章	记录与核实	193
第一节	采访的记录与整理	194
第二节	事实与材料的验证与核实	203
第三节	记者手记	206
第十二章	网络技术在新闻采访中的应用	213
第一节	记者采访工具的变化	214
第二节	使用搜索引擎搜集线索和资料	220
第三节	进驻网络论坛以掌握专业热点	223
第四节	使用网络数据信息分析工具	227
第十三章	记者的资料积累和社会观察	233
第一节	资料积累：记者的“杂”与“专”	234
第二节	记者积累资料的内容与途径	238
第三节	记者的社会观察	242
后记		247



第一章

媒体变局给新闻记者带来的挑战和应对

本章知识结构图





第一节 我们所面对的媒体变局

伴随着数字技术的广泛运用与网络传播的迅猛发展,传媒形态的推陈出新与传媒产业的整合重组已是当今全球性的热门话题。在这一时代变局中,新闻传媒也正应势而动,从格局、形态到传播方式、传播功能等各方面都在发生着巨大的变化。这种变化,概括起来主要有以下几个方面。

一、媒介形态变化:单媒体→跨媒体→媒介融合

媒介行为是精神生产过程,属于意识形态领域,但媒介行为又不是纯粹的意识形态。事实上,媒介自诞生之日起,就带有形而下的物质生产的性质,随着媒介技术的不断发展、全新媒介的涌现,媒介生产方式的变革也必然随之而来^①。

在传统的新闻生产年代,报纸、电视、电台和网站虽然也是不同形态的传播媒介,但它们的生產方式却高度相似,即传播过程都是线性的,技术手段都是单一的,遵循的都是既有的、成熟的采编模式。如报纸新闻一般局限于文本和图片传播,电视新闻则主要以图像和声音传播为主。在这样的基础上,各种媒介都形成了自己的组织结构和新闻采编流程:日报按24小时的周期运转,电视根据新闻滚动与栏目架构的需要操作,网站则实时进行新闻信息发布。然而以数字技术为基础的媒介融合改变了这一切,传统的媒介界限被模糊了,传统的新闻生产观念和方式被打破,因此要在全方位的技术运用和所有形态的媒介介质基础上重新整合新闻传播资源,建立新的流程。采编管理不再是一报一台一站各行其是,而是跨媒介的团队合作,是对多种媒介新闻生产流程的重组和整合。比如,利用网络电话记者可以方便快捷地完成语音采访,而通过流媒体技术几乎可以同步完成异地直播,新闻的独家性也受到了严峻挑战^②。在数字技术和网络传播的推动下,媒介融合已成为传媒的发展趋势。媒介融合这一概念最早由美国马萨诸塞州理工大学的浦尔教授提出。1983年,浦尔提出“传播形态融合”的概念,其本意是指各种媒介呈现出多功能一体化的趋势。美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·纳奇森首次对媒介融合的概念进行了界定:媒介融合是印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟。

中国人民大学新闻学专业的蔡雯教授在对相关文献进行梳理分析后,提出了媒介融合的核心内容,认为媒介融合大致包含三方面的融合,即传播内

① 刘建明:《马克思、恩格斯的媒介观》,文化中国网,2005年11月21日。

② 孟建、赵元珂:《媒介融合:粘聚并造就新型的媒介化社会》,《国际新闻界》,2006年第7期。

容的融合、传播渠道的融合以及媒介终端的融合。因此,在媒介融合的大背景下,新闻传播的内容、形式、载体及传播观念都发生了巨大变化,并呈现出诸多全新特质,这对新闻记者的工作提出了新的挑战。

2005年是媒介融合概念引入中国的元年。经过十几年的理论研究和实践探索,目前,我国新媒体和传统媒体呈融合发展的态势,它们不是非此即彼,而是相辅相成、共生共荣。随着时代的进步,全媒体的范畴可以说非常广泛,包括越来越多的信息传播手段,它们为我们提供了获取新闻、资讯的新体验。跨媒体、混合媒体、全媒体经营可以综合利用资源,实现有效资源的价值最大化。在未来,单一媒体仅凭自己的传统平台是很难独立生存的。书、报、刊、网以及其他媒体的联动,应是传统媒体寻求突破的发展方向。

2006年4月,美国密苏里新闻学院副院长布莱恩·布鲁克斯(Brian Brooks)教授在中国人民大学作了一系列学术前沿讲座,专门指出“媒介融合是不可逆转的潮流”。那么,我们也应该承认,这股“不可逆转的潮流”已经拉开了媒介形态变革的大幕。

在媒介融合的背景下进行新闻生产,必然要打破传统单一媒体的新闻生产界限,实现跨媒介介质的新闻信息整合,全新的新闻生产流程正是在这种跨媒介平台的新闻生产中应运而生的。在这个崭新的流程中,新闻产品不再是一次性生产、一次性消费的产品,而是可以不断地被复制、转换、组合和再生产;新闻内容从单一内容变为了集成内容,并被贮存起来,随时准备进行再生产和再利用;传播渠道被打造成为立体式的,可以覆盖所有的信息接收终端。这种根本性的转变,对于新闻记者而言是一个不小的挑战。

值得注意的是,媒介融合并不是一个结果,而是一个不断发生着的过程,数字技术推动着这个过程,它让传统的媒介边界日益模糊,让媒介形态、媒介功能、传播手段、资本所有权、组织结构的融合轨迹日益清晰。

二、媒介结构变化:去中心化→再中心化

(一) 去中心化

过去,传统大众媒介基本垄断了新闻传播,它们不仅是信源结构的中心,也是新闻传播活动的绝对主体。为媒介提供信息的主要是政府机构、社会团体和企业组织,承担采集与发布新闻信息的主要是职业新闻工作者及作为“准新闻工作者”的新闻通讯员。虽然不少媒介开设了热线电话,或通过来信来访等渠道获取来自民间的信息,但这类信源在数量上远不能与前者相比,采用率也比较低。

网络的出现赋予了普通公民参与新闻报道的可能性,信源结构的中心发生偏移,普通大众也可以成为新闻传播活动的主体。在新媒体技术日益发展的今天,受众可以一改往日在新闻信息传递过程中的被动地位,积极主动地



参与到信息的制作和传播中来；他们不再被大众传媒“牵着鼻子走”，对于重要的新闻信息可以有自己的判断。大众媒体的职业记者并不一定是其所报道领域的权威专家，受众或受众集体的智慧更加受到关注。

网络的出现赋予了普通公民一种崭新的角色——新闻报道者。美国“德拉吉报道”（Drudge Report）对克林顿丑闻案的揭露无疑是这种新角色的证明，它使大众媒体感受到了另一类挑战者的存在。1998年1月17日，美国人马特·德拉吉在其个人博客网站“德拉吉报道”上发布了一条震惊世界的消息。“在最后一分钟，星期六（1月17日）晚上6点，新闻周刊杂志扼杀了一个重大新闻。这条新闻注定将动摇华盛顿的地基：一个白宫实习生与美国总统有染。”这条消息的发布使“德拉吉报道”成为最早报道时任美国总统的克林顿和莱温斯基丑闻事件的“媒体”。德拉吉利用传统媒体的犹豫不前，甘愿冒错误报道的风险，在没有证实消息完全属实之时，就抢在其他新闻报刊、电视、电台和网站之前公布消息。德拉吉以“每个公民都可以成为记者”的理念掀开了全球网络博客的风潮。在网络传播更加普及、媒介规制也相对宽松的当代，普通人发布新闻乃至创办媒体的案例层出不穷。在我国“华南虎照片”事件以及2008年“3·14”拉萨打砸抢烧事件的发展过程及其传播活动中，民众的信息和观点所激发的舆论威力及其所产生的社会影响也充分证明了这一点。

没有经过专业新闻训练的普通公众不仅可以通过运用新的传播技术来发布新闻信息，而且在为传统媒体提供的新闻信息、增加新的素材的同时，也可以通过这种方式对媒体所提供的信息进行查证和检验。

（二）再中心化

2015年下半年，这种趋势已经在悄悄发生。在经历了传统媒体的中心化组织阶段、新媒体去中心化阶段后，如今更大的互联网公司在整个社会的层面重新建立起以整个社会为整体的新型媒体中心。传媒行业出现了社会化的媒体组织、社会化的媒体中心，媒体进入了再中心化的过程。在美国，这种趋势表现为传统媒体以及门户网站利用既有的平台优势，收编公民记者，重回传播中心。美国《华盛顿邮报》已经开展了公民记者的业务，聘请社会上诸多公民记者加入到自己的队伍中，在新闻发生的第一时间邀请当地的社会公民记者进行现场采访和报道，再通过自己的平台进行传播。

而谷歌（Google）除了开放自己的互联网媒体平台以及提供搜索产品给公民记者使用外，还为这些社会上的公民记者提供了更多服务，包括基于谷歌搜索引擎成果之上的专业情报服务等，将自己的新闻线索提供给公民记者，从而完成了事实上“报料中心”的角色。

而此时在中国，正在发生着另外一种所谓的再中心化的过程。2010年以后传统媒体逐步衰落，传统媒体人纷纷离开体制，这些传统媒体人包括第一

批离开媒体组织进行独立创业的媒体人，他们以创业成功人士以及投资人身份重新在社会上形成了一个虚拟的社群，形成包括创业者、企业家、投资人、创业服务提供人群等在内的更大范围的社群组织，真正开始了再中心化的过程。2015年年底成立的“南友圈”社群组织（见二维码 1-1），定位服务媒体人创业第一站，形成了连接久负盛名的南方报业传媒集团离职员工的社群组织，用社群的方式在社会上形成了一个虚拟、松散却又集中的组织，形成新的媒体人聚集现象。这样的组织，是伴随着传统媒体核心精英人群纷纷离开体制下海加入创业大潮而自然出现的变化。



二维码 1-1

同时，在另外一个视角下我们依然能够发现，以内容聚合、自媒体入驻等方式形成的信息平台已经开始呈现出流量垄断的新格局，如今日头条、百度百家、搜狐自媒体等，一种渠道垄断基础上新的再中心化正在发生。真正拥有流量垄断地位的巨头企业，诸如 BAT（中国互联网公司百度公司 Baidu、阿里巴巴集团 Alibaba、腾讯公司 Tencent 三大巨头首字母缩写）以及移动互联网平台的今日头条等，形成了流量集中平台，成为真正意义上的媒体平台。而那些传统媒体出身且依然在苦苦挣扎、坚守着传统新闻传播理念的传统媒体人，正经受着移动互联网大潮的冲击，举步维艰却并未放弃过往的一切。互联网媒体平台与留存的传统媒体，共同构成了所谓的主流媒体。

去中心化、再中心化的媒体互联网化过程正开展得如火如荼，传媒业的新生态正在形成，原有的传媒业生态正在逐步瓦解。

三、传播方式变化：单向→交互→多元

媒介技术的发展让媒介实现了载体性能的根本改变，为新闻传播变革提供了根本基础。Web 2.0 的到来让每个人都能享受交互的乐趣，而 Web 2.5 时代即移动交互时代的到来，让公众可以在任何时间、任何地点对任何人进行传播。因此，从整个社会范围来看，新闻传播方式已经从传统媒介主导的单向式转变为专业媒介组织与普通公民共同参与的分享式、互动式，大众传播与人际传播已经实现了更加紧密的结合与汇流。

很难想象今天这个社会还有被信息传播所遗漏或遗忘的角落，即便被传统媒体、新媒体遗漏或遗忘，自媒体也能将这些“草根信息”挖掘出来，并仅靠类似于“口口相传”的“分享”网络散布出去。这就是人们所说的“人人都是记者，处处都有麦克风”的时代。

而新媒体和自媒体本身也呈现多元化存在的状态。博客时代的博主、Web 2.0 时代诞生的“草根大 V”、科技自媒体作者、得益于微信公众平台的自媒体营销号、拥有内容原创能力的自媒体（微信公众号平台），以及那些从传统媒体走出来的专业化媒体人开办的人格化自媒体等各展所长、共同发展。

诸多的自媒体主体参与到整个媒体话语权以及商业价值创造的争夺之中，形成了热闹的新媒体竞相发展格局。这种格局发展的最新风口，都指向

