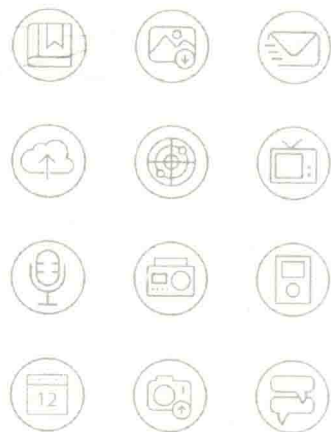


传媒与文化书系

# 新媒体与新闻

赵子忠 赵敬◎主编

中国传媒大学出版社



传 媒 与 文 化 书 系

# 新媒体与新闻

赵子忠 赵敬 ◎ 主编



中国传媒大学 出版社  
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体与新闻 / 赵子忠, 赵敬主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2017.9  
(传媒与文化书系)

ISBN 978-7-5657-2032-1

I. ①新… II. ①赵… ②赵… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 119157 号

传媒与文化书系

新媒体与新闻

XINMEITI YU XINWEN

---

主 编 赵子忠 赵 敬

策划编辑 姜颖昶 司马兰

责任编辑 姜颖昶 司马兰

特约编辑 刘 英 魏 征

封面设计 拓美设计

排 版 楠竹文化

责任印制 阳金洲

---

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

---

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 12

字 数 256 千字

版 次 2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5657-2032-1/G · 2032 定 价 49.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

# | 目 | 录

|     |                                        |                |
|-----|----------------------------------------|----------------|
| 第一章 | 传统媒体新闻的转型                              | 1              |
| 第一节 | 新媒体新闻与传统媒体新闻的传播特点比较                    | 姬 豹 3          |
| 第二节 | 报纸新闻的新媒体实践及探索                          | 苏兆龙 9          |
| 第三节 | 新媒体视域下电视娱乐新闻节目的探索与转型                   | 李 子 16         |
| 第四节 | 广播新闻的新媒体实践及探索                          | 卢 迪 22         |
| 第二章 | 新媒体新闻的实践                               | 29             |
| 第一节 | 门户网站的新闻实践探索                            | 赵梦萍 31         |
| 第二节 | Web3.0时代下公民新闻与微博的价值互换                  | 崔卓宇 37         |
| 第三节 | 只做不说的背后——百度新闻业态分析                      | 吴志远 金 欣 49     |
| 第四节 | 基于移动客户端的新闻业态分析                         | 张守信 56         |
| 第五节 | 微信与新闻创新实践分析                            | 陈 党 62         |
| 第六节 | 传统媒体在自媒体场域的竞争力重塑                       | 胡晓东 67         |
| 第七节 | 新闻可视化的应用                               | 李璐瑶 73         |
| 第八节 | 大数据新闻的探索与实践                            | 谭云明 章伟伦 陈仪萱 78 |
| 第九节 | 探索“出海口”，谋求“新大陆”——官方主流媒体的新媒体新闻制作与传播案例分析 | 高 阳 88         |
| 第三章 | 类型新闻的重塑与创新                             | 93             |
| 第一节 | 新媒体背景下的民生新闻：传播优势、变化趋势和路径探讨             | 陆学莉 孙 玲 95     |
| 第二节 | 新媒体影响下体育新闻的新变化与新发展                     | 惠悲荷 104        |
| 第三节 | 试论新媒体时代的娱乐新闻报道                         | 周 翔 109        |
| 第四节 | 新媒体环境下天气应用软件对气象信息传播的改变                 | 金 晶 117        |
| 第五节 | 新媒体影响下经济新闻的发展与演变                       | 王文锋 杨 珊 124    |
| 第四章 | 新媒体对新闻理论的影响                            | 131            |
| 第一节 | 新媒体新闻议程设置的思考                           | 黄琼瑶 133        |

|              |                                           |         |     |
|--------------|-------------------------------------------|---------|-----|
| 第二节          | 新媒体评论特性及其功能的传播学解读 .....                   | 钱晓文     | 141 |
| 第三节          | 新媒体新闻与意见领袖研究——以“烟草项目评奖”新闻的网络传播为研究对象 ..... | 万 幸     | 147 |
| 第四节          | 新媒体新闻传播效果研究 .....                         | 金 慧 张 迪 | 162 |
| 第五节          | 新型新闻媒体的经营管理模式 .....                       | 沈 唯     | 166 |
| 第六节          | 新媒体新闻的受众研究——用户：创造与分享 .....                | 郑亚楠     | 172 |
| 第七节          | 新媒体新闻工作者素养研究 .....                        | 郭雨欣     | 179 |
| 作者单位信息 ..... |                                           |         | 186 |

# 第一章

## 传统媒体新闻的转型

---



# 第一节 新媒体新闻与传统媒体新闻的传播特点比较

姬 豹

随着移动互联网的发展,各式各样的终端出现,新媒体走进了人们生活的各个领域,改变着人们的生活,影响着社会的发展。新闻传播是媒体最基本的使命,因此,它也成为新旧媒体对比研究中不可或缺的重要维度。毋庸置疑,新的媒介形态必然带来传播方式的改变,在以数字化为代表的新媒体时代,这种改变甚至是革命性的。相对于传统媒体,新媒体的新闻传播有哪些新特点?我们该以怎样的态度看待二者的差异?如何把新媒体的元素运用到传统媒体的新闻传播实践中,新媒体传播又有哪些地方需要传统媒体的补充?对这一系列问题的研究具有很强的现实意义。

要比较研究新媒体新闻与传统媒体新闻的传播特点,我们需要从新媒体的核心特点说起。

## 一、新媒体的特点

### (一) 数字化带来融合

关于新媒体的概念,在学术界可谓是百花齐放,众说纷纭。这里列出两种较有代表性的说法,由此开启我们对新媒体特点的研究。

先来看第一种说法,清华大学熊澄宇教授对新媒体的定义:“新媒体是个相对的概念,新相对于旧而言。相对于报纸,广播是新媒体;相对于广播,电视是新媒体;相对于电视,今天的网络又是新媒体。”<sup>①</sup>“当然,在一定的时间段之内,新媒体的内涵有其相对的稳定性,如印刷媒体、电子媒体、数字媒体。”<sup>②</sup>“今天的新媒体主要指:在计算机信息处理技术基础上产生和受到影响的媒体形态,包括在线的网络媒体和离线的其他数字媒体形式。”<sup>③</sup>

我们先来看定义的前半段。显然,这是从媒介发展史的角度来说的,熊教授认为,新媒体是一个历史概念,是相对而言的。虽然这个词语近几年才成为人们关注的焦点,但其实新媒体早就有了。在广播出现的那个时代,相对于报纸,广播是新媒体;在电视出现的那个时代,相对于广播,电视是新媒体;等到网络出现了,电视就成了旧媒体,网络成了那个时代的新媒体。

在定义的后半段提到,“今天的新媒体主要指,在计算机信息处理技术的基础上……”,很显然,每一种新媒体的出现,都离不开技术的推动。回看媒介发展史,我们不难发现,如

① 罗忆.论提升新媒体素养的重要性[J].新闻世界,2008(12):121-122.

② 夏焕堂,隗静秋.新媒体下大众期刊的发展策略[J].江西科技师范学院学报,2007(6):98-101.

③ 景东,苏宝华.新媒体定义新论[J].新闻界,2008(3):57-59.

果没有印刷术,就不会出现报纸;如果没有无线电技术的发展,就不会出现广播电视……那么在当今这个时代,当我们从电视走向网络,从网络走向手机,最大的技术推动是什么呢?当然是数字化。

把数字化看作当今新媒体时代的技术革命,一点也不为过。所谓的数字,其实指的就是0和1,当所有的数据形态,包括文字、图片、声音、视频、动画都可以用0和1表示时,看电影就不必只依赖于胶片,看电视也不必只依赖于电视机……正是因为数字化,特定的媒介依赖被打破,“媒介融合”才有可能。

## (二) 去中心化的高互动性

关于新媒体概念的第二种说法,来自美国《连线》杂志:新媒体是所有人对所有人的传播。很显然,这里强调的是新媒体的“互动性”或者叫“去中心化”。

一方面,以网络为代表的新媒体的出现,彻底打破了传统媒体“一对多”的传播模式,一种全新的、强调高互动性的“点对点”的传播模式迅速为人们所接受,开启了媒介发展史中的“全民参与”时代。

另一方面,这种去中心化的强互动性,带来了内容生产的新模式。以往对突发事件的报道,常常需要专业的新闻采编人员经过特定的流程才能完成;而在新媒体时代,每个网民都可以通过自己的移动设备在“第一时间”报道身边的新闻事件。当“第一时间”从传统新闻采编机构手中转移到普通民众那里时,时间上的去中心化就显现出来了。

## (三) 碎片化裂变传播

对于碎片化这一特点的研究,我们主要是针对时间维度而言的。从前人们获取信息的方式可能是一份报纸、一台电视机,这些都需要受众花费整块儿的时间去阅读或收看。在新媒体时代,用户可以在自己等车的时候拿出手机,打开不超过140个字的微博来获取信息,这时,用户的阅读时间被碎片化了,获得的信息也是一个个“短小精悍”的碎片化信息。

也就是说,新媒体传播的内容呈现出碎片化的特点,与传统媒体的长篇大论相比,新媒体的信息更多的是以“零零碎碎”的形式渗透到人们生活的各个方面。信息上的“短小精悍”,不仅提高了编辑效率,也易于在受众那里形成裂变式的传播效应,这在某种程度上满足了新闻传播“第一时间”到达受众的要求,因此,“碎片化”成为新媒体传播最具杀伤力的特点,并对传统媒体造成强烈的冲击。

## 二、新媒体新闻传播

下面就从新媒体的特点出发,来探讨新媒体新闻传播的特点。

### （一）多元数据形态让新闻传播过程更具个性化

在新媒体时代，文字、图片、声音、视频等数据形态统一成为计算机世界的0和1，突破了编辑制作时的格式壁垒，同时也使得多元数据形态集于一身成为现实。在互联网出现以前，数据形态的传输受到特定媒介形式的限制，阅读文字、图片需要购买报纸或期刊，要看到生动的影像则需要守在电视机前。而现在，我们可以通过电脑或者手机，随时阅读文字、关注图片、收看影像。从这个角度来看，新媒体呈现给观众的，可以是多元的、融合的、打破了媒介形态限制的接受体验。

不可否认，这种变革让新闻传播变得更加便捷，更容易满足受众的个性化。比如，一个习惯图文阅读或受到流量资费限制的受众，可以打开微博关注头条新闻的图文信息，或者直接下载相关APP（如网易新闻），来关注每天的新闻热点。当其回到家中，连接上WiFi便可以通过视频客户端来收看相关新闻的影像信息。

### （二）“人人皆媒体”的新闻生产模式

互动性作为新媒体最具生命力的特性，给新媒体所涉及的各个领域带来了巨大的变革，在新闻传播方面的表现尤为明显。所谓的“人人皆媒体”，指的是在新闻事件发生的现场，目击者都可以拿出手机记录事件发生的第一个瞬间，并发布到公共平台上，让其他人看到。

2005年7月6日8点51分，伦敦地铁的一声巨响，打破了成功申办2012年奥运会的狂欢。就在爆炸发生后不到3分钟，一张来自爆炸现场的图片就出现在手机博客网站Moblog上，这张图片由爆炸现场的斯泰西上传发布，同时配以文字说自己被困住了。后来，这张照片在第一时间由BBC网站转发，之后又上了世界各大新闻网站的头条，而到达的记者只能等着爆炸现场清理完毕，警戒线撤掉后方可进入。

无独有偶，2007年3月，沈阳遭遇百年罕见的雪灾，当地交通也因此瘫痪停滞，专业的记者无法抵达第一现场获取一手资料。这时候，优酷网上出现了上百条由当地居民通过手机、DV自拍上传的暴雪现场视频。这些视频不仅从不同角度展现了当时沈阳的街道、楼房现况，还展现了市民的灾后生活及其心理变化，其中有6段视频被中央电视台作为素材使用。网民通过自己拍摄制作并上传分享的草根视频，用近乎直播的方式报道了此次雪灾的现场，同时被权威媒体作为素材采用，因此，优酷网负责人古永锵称这次事件为“微视频发展的里程碑”，实至名归。

正是由于新媒体的高互动性、参与性，以往新闻传播中的接收者，摇身一变成为新闻信息的生产者、发布者，这种先发优势是传统新闻传播手段无法企及的。

### （三）裂变式的新闻传播模式

新媒体的互动性不仅孕育出了新闻内容的生产者，同时也造就了新闻事件的推动者。不

难理解,借助每一位网友的社交圈,新闻可以一传十,十传百。新闻事件以裂变传播的方式到达每一位受众,相较于传统媒体,这种传播速度也是惊人的。

2014年3月8日凌晨2点40分,一架从吉隆坡飞往北京的载有239人的波音777客机与管制中心失去联系。除了央视的专题报道外,微博也显示出强大的传播能力。关于该事件的报道最早由新浪微博@微天下在3月8日8点29分发布,之后由“大V”们参与转发;同时,失联人员的家属也开通了@马航MH370家属委员会,不断实时更新最新动态,而且粉丝数量一路攀升超过17万,话题热度居高不下。短时间内报道的新闻事件,第一时间被关注,并掀起热烈讨论,彰显了社交媒体裂变式传播的威力。

#### (四) 权威话语权被打破,新闻视角多元化

不管是新闻的生产制作,还是新闻的传播过程,新媒体时代的用户都充分参与其中,这带来了传统媒体权威话语权的式微,取而代之的是一种多元的、开放的新闻视角。

2015年1月16日下午,当红歌手姚贝娜在北京大学深圳医院不幸病逝。起初,社交媒体上充斥着的基本是一个声音——对歌手的不幸遭遇表示同情,缅怀的气氛以裂变式传播的方式充斥着社交网络;而就在这时,一篇名为《记者们在病房外,焦急地等待着她的死亡》的文章彻底扭转了舆论的话语导向。文章对记者们假扮医院工作人员进入太平间偷拍歌手遗体的行为进行斥责,把该报记者比作等待猎食的“秃鹫”……当歌手遗体被偷拍的事情得到证实后,网络舆论一边倒地支持这篇文章的观点,对记者的行为进行了铺天盖地的讨伐,展开了一场关于新闻道德的论战。但随着舆论的发展,渐渐出现了不同的声音:记者守在医院等待消息,第一时间报道的行为也不为过,这是保证新闻时效性的一种职业素养。记者们等待的是消息,并不是在等待歌手死亡。

本节并不想过多讨论某报记者的行为是否逾越了职业道德的底线,而是想从这件事中看到,传统媒体的权威性在这个开放、透明的新媒体时代略显式微,对于新闻事件的报道、评论不再是一种声音,而是多种声音,这种变革有利于接收各方声音,让新闻报道更加接近事实真相。

#### (五) 盲目传播可能导致新闻失实

如上所述,新媒体信息“短小精悍”以及裂变式传播的特点,让新媒体新闻的传播可以第一时间到达受众。但是新闻事件往往是复杂的,隐含在其背后的复杂信息并非第一时间就能得到,也不一定“眼见为实”,我们不禁要问,新媒体新闻传播在保证时效性的同时,更加重要的新闻的真实性及报道的准确性会不会打折扣?下面我们以2014年“西安手术室自拍事件”为例,加以分析。

2014年12月21日,西安某医院手术室的自拍照在微博上被疯狂转发,遭到网友的广泛吐槽。这组图片由网友“@当唯美不再唯美”发布,画面上医护人员各个面带笑容,摆

着各种 pose, 旁边手术台上躺着一名衣着不整的患者, 有明显的身体裸露。所配的文字是“作为一名医护人员, 我想说难怪医患关系这么紧张, 手术的同时你们在做什么”。虽然在当天该博主就删除了这条微博, 但在网友的推波助澜下, 这成为火极一时的微博新闻事件。

一开始, 网友的舆论倾向大多一边倒地支持博主的观点, 质疑并斥责相关医生的职业道德, 从不同的角度对当事人展开口诛笔伐: “请问医德、操守在哪里? 职业素养在哪里? 专业态度在哪里? 手术台要求的无菌环境在哪里? 忽略病人, 无视病人, 只有玩心、好胜心、炫耀心, 没有良心、怜悯心……无论何种理由此举都欠妥, 再说, 征求过病人和家属的同意了吗?”

迫于网络舆论的压力, 卫生部门很快对相关人员进行了处分, 有的记过, 有的留职查看, 有的被免职, 有的被扣发奖金。随着时间的推移, 网友们的呼声逐渐平息, 加上传统媒体的介入调查, 事情的真相渐渐浮出了水面。

8月15日, 一位农民工由于严重的腿伤被送往该医院, 经诊断很可能需要截肢, 手术难度也很高。医生们从上午十点一直忙到下午五点半, 不吃不喝, 终于保住了患者的左腿, 大家都很兴奋。加上医院搬迁, 这是该手术室里最后一场手术, 为了告别这个使用了十多年的手术室, 大家都决定拍照留念, 于是才有了那一组照片。

此时, 事件的真相也通过微博再一次成为舆论的焦点, 网友们的态度也发生了转变, 调查结果表明有超过六成的网友对医生表示理解, 对于之前的处罚表示过于严重, 甚至指责领导的决定过于草率。

从这一事件的传播过程中我们不难看出, 新媒体新闻传播由于传播主体专业性的缺失, 很容易导致错误的舆论导向。同时, 由于“短小精悍”带来的信息的缺失, 不免让事件的真实性大打折扣。随着传统媒体的介入, 有关事件的信息丰富、多元, 才使得新闻的报道更加接近事件本身。但是, 在这个传播过程中, 医生受到的伤害又该由谁来承担?

新媒体新闻传播固然可以足够简短, 也可以在第一时间进行现场报道, 但是, 如果以牺牲新闻的真实性为代价, 未免得得不偿失。从受众的角度来看, 宁愿晚一点知道信息, 也不愿意得到错误的信息。这是需要每一位新媒体新闻从业者、广大网友和社交媒体认真反思的问题。

### 三、新媒体新闻传播与传统媒体新闻传播的关系

从上面的论述中我们可以看出, 新媒体新闻传播与传统媒体新闻传播各有优势, 一味强调其中一种都未免片面, 二者应该取长补短, 相互配合。

一方面, 新媒体新闻传播虽然突出了时效性, 但是不如传统媒体那样翔实、具体、权威, 同时在舆论引导中可能表现出盲目性。因此, 传统媒体需要发挥自己的优势, 不断通过

权威、深度的报道对新媒体呈现出的单一化的内容进行补充,同时要及时辟谣,引导舆论朝着客观、真实的方向发展。

另一方面,传统媒体也应该结合新媒体传播速度上的优势,可以把新媒体传播平台上碎片化的信息进行整合,争取第一时间把新闻事件传达给观众。另外,传统媒体也应该想办法在自己的新闻报道中增强互动性,鼓励受众积极地参与到新闻事件中来。

传统媒体需要汲取新媒体的元素,新媒体也需要继承传统媒体的优势,只有这样,二者才能够相互配合,朝着健康的方向发展。

## 参考文献

1. 张婷艺美,罗忆.论提升新媒体素养的重要性[J].新闻世界,2008(12).
2. 夏焕堂,隗静秋.新媒体下大众期刊的发展策略[J].江西科技师范学院学报,2007(6).
3. 景东,苏宝华.新媒体定义新论[J].新闻界,2008(3).

## 第二节 报纸新闻的新媒体实践及探索<sup>\*</sup>

苏兆龙

新媒体是以现代电讯技术和现代网络技术为支撑而出现并迅速成长的媒体。它“全副武装”，有备而来，目标直指传统媒体，并迅速攻占了传统媒体的阵地，令传统媒体猝不及防，处境岌岌可危，而传统媒体中受到冲击最厉害的又首推报纸。

### 一、新媒体迅速崛起，传统报业损失惨重

#### （一）新媒体迅速崛起

以互联网的出现为标志的新媒体诞生于 20 世纪 60 年代的美国。中国于 1994 年 4 月 20 日全面接入国际互联网，正式成为全球互联网家族中的一员。20 多年来，尤其是近 10 年来，互联网获得了飞速发展。2014 年 7 月 21 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第 34 次《中国互联网络发展状况统计报告》（下简称《报告》）。《报告》显示，截至 2014 年 6 月，中国网民规模达 6.32 亿，其中，手机网民规模达 5.27 亿，互联网普及率达到 46.9%。在网民上网使用的设备中，手机使用率达 83.4%，首次超越传统 PC 整体 80.9% 的使用率，手机作为第一大上网终端的地位更加巩固。随着移动互联网的发展，新媒体也迅速崛起。《中国新媒体发展报告（2014）》一书认为，2013 年以来，中国新媒体发展进一步呈现出移动化、融合化和社会化加速的态势。在这种态势下，基于新媒体的微传播已经成为促进中国社会发展的新动力，中国新媒体呈现出两个方面的显著变化。第一，微传播成为主流传播方式。基于移动互联网的微博、微信、微视频、客户端大行其道，微传播急剧改变了中国的传播生态和舆论格局。第二，传统媒体和新兴媒体正在加速融合。传统媒体纷纷推出新媒体战略，拓展传播空间，而新兴媒体凭借技术优势整合传统媒体资讯进行再传播，新媒体引发了又一轮的传媒革命。二维码新闻、“云报纸”、报纸 APP 客户端、微博、微信等新媒体纷纷出现，给受众带来了全新的阅读体验。

#### （二）传统报业损失惨重

新媒体诞生后迅速成长、扩张，其速度之快、势力之强，给美国报业带来了前所未有的挑战。“据统计，自 2006 年至 2008 年，美国的平面媒体失去了 28% 的广告份额。2008 年迄今，美国已有 200 家报社倒闭，2.1 万名记者被裁员，500 多家杂志社关门，4% 的美国

<sup>\*</sup> 此篇文章为安徽科技学院人文社科研究项目（SRC2014353）“图像时代的文学传播研究”、安徽省高校省级质量工程项目（2015zy046）“编辑出版学专业综合改革试点”的阶段性研究成果。

人每年只买一本，甚至不到一本书。仅2009年上半年，就有105家报社被迫关闭，报业失业人数达到1万人。目前，整个美国报业的编辑记者也只有4万人，多数城市的综合性日报从原来的2家减少到1家。”“2008年12月8日，创始于1847年，拥有《洛杉矶时报》《芝加哥论坛报》《巴尔的摩太阳报》等10家日报社和23家广播电视台的美国第二大报业集团——论坛报业集团宣布申请破产保护。2009年，《西雅图邮报》《基督教科学箴言报》等老牌报纸均放弃印刷媒体，转型为电子媒体，靠网络版向读者供应新闻。”<sup>①</sup>而这些事件的“元凶”是以Google为代表的网站、以iPhone为代表的手机、以iPad和Kindle为代表的阅读器。

中国报业也面临着和美国报业同样的困难。“2012年1—11月传统媒体广告刊例花费同比仅增长4.6%，同比下滑近2/3。其中，电视增长6.5%，报纸下降7.5%，期刊增长7.5%，广播增长9.6%，户外增长2.0%，报纸成为唯一下降的媒体。”<sup>②</sup>中国新闻出版研究院《2013年新闻出版产业分析报告》的数据显示，全国共出版报纸482.4亿份，与2012年基本持平；总印张2097.8亿印张，减少113.2亿印张，降低5.1%；报纸出版实现营业收入776.7亿元，减少85.7亿元，降低8.9%；利润总额87.7亿元，减少11.6亿元，降低11.7%；总体经济规模综合评价由第四位降至第五位。

## 二、报网融合是报纸新闻生存的必由之路

面对新媒体的凌厉攻势，新闻管理者、新闻从业者、新闻研究者在痛心疾首的同时，更在深入思考报纸今后的生存之路。悲观者大有人在，报纸消亡论甚嚣尘上，颇有市场。联合国世界知识产权组织总干事弗朗西斯·加利（Francis Gurry）在2011年11月3日发表言论称，数字报纸将在2040年全面取代纸质报纸，而在美国，它们将于2017年消失。在国内，保守者认为，传统报业拥有强大的资金和采编人才的优势，加上中国地域广大、经济发展不平衡，报纸在短时期内不会消失，报纸应坚持独立办报的原则。绝大多数的新闻从业者则认为，传统的报纸媒体应该积极与新媒体联手，借新媒体之力拓展报纸的生存空间。新闻管理者给出了答案，中宣部部长刘奇葆在阐述新旧媒体关系时认为，“从意识形态领域看，互联网已经成为舆论斗争的主战场……传统媒体已经到了一个革新图存的重要关口。面对这种严峻的形势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展刻不容缓，必须跟上时代发展的步伐，加快融合发展进程，这是我们应当肩负起的历史责任”。以上这些观点可以说是观念领域的探索，那么付诸实践，传统的报纸又进行了哪些具体探索呢？通过具体的调研，我们发现无论是党报还是都市报，无论是全国性报纸还是地方性报纸，在新

① 张志安. 美国报业的危机、对策及启示 [J]. 科学发展, 2011(8): 112-116.

② 郭全中. 2013年，中国报业形势及突破路径 [J]. 新闻实践, 2013(5): 4-7.

媒体的环境下它们大致采取了以下几种做法。

### （一）“云报纸”

“云报纸”的具体传播形态可以描述为“报纸+二维码+手机+移动互联网+云计算”<sup>①</sup>。具体来说就是，智能手机用户首先从网上下载一个名为“联通亿拍”的手机客户端，然后打开“联通亿拍”中的“拍摄搜索”，拍摄自己喜爱的报纸图片或扫描二维码，即可享受图片或二维码背后更加丰富的相关视频与信息服务。读者通过“云报纸”不但可以获取更加丰富、细致的新闻资讯，而且还可以在线购物。“云报纸”能让原来平面纸媒上“死”的广告“活”起来，变平面广告为视频广告。与“云报纸”类似的做法有“二维码新闻”“全媒体报纸”等。“云报纸”这个概念最早是由京华时报社提出的。2012年5月17日，京华时报社推出了《京华时报·云周刊》；而“全媒体报纸”最早则是由《南京晨报》推出的。《南京晨报》与江苏新华传媒信息发展有限公司合作，利用其研制的二维码综合发布平台将《南京晨报》的内容与二维码背后的移动电视、网络、视频等连接起来，把新媒体元素用到报纸上，形成了“全媒体报纸”。2005年3月1日，《北京晚报》运用清华紫光的“北京优码”进行新闻报道；2006年7月，《精品购物指南》封面使用二维彩码；2006年6月，《每日新报》用二维码进行新闻报道等，这些都是类似的做法。

### （二）报纸 APP

互联网技术的不断发展，使得国内拥有移动终端的用户数量已经远远超过个人电脑的拥有量，目前移动互联网用户数量已经超过宽带上网用户数量。中国互联网络信息中心于2014年7月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》中的数据表明，截至2014年6月，我国网民上网设备中，手机使用率达83.4%，首次超越传统个人电脑整体使用率（80.9%），手机作为第一大上网终端设备的地位更加稳固。因此，移动互联网这个信息平台也成为各个媒体抢占数据流量的重要入口；而对于新闻媒体来说，这种便捷的信息传输平台为保证新闻时效性提供了更好的技术保障。所以，随着移动互联网平台成为信息传输和接收的主流渠道平台，各个新闻媒体也开始争抢移动互联网这块蛋糕。在智能手机普及之后，各大新闻网站首先开始推出自己网站的APP服务，随后，传统的报纸也纷纷推出了自身的APP软件。比如人民日报新闻客户端、南方都市报手机客户端等。多数报纸的客户端在内容上仍然非常重视原创的内容，原创才是留住客户的法宝。在内容的编排位置上，一般都会设置导航页和头条，许多客户对APP还较为陌生，导航页的设置可以方便用户深入阅读；头条则被认为是报纸最为重要的内容。APP的更新频次和时间节点也非常重要，这些需要深入研究受众的阅读心理。在形式上，APP应以文字、图片、音频、视频等多种手段综合传播，以提高推送效率；此外，还应具备客户注册、评论、分享的功能。在操作上，应支持

<sup>①</sup> 董天策.“云报纸”热的理性思考[J].中国报业, 2012(17): 9-12.

切换、滑动、缩放的功能。

### （三）建设报社门户网站

建设自己的门户网站是报纸融入互联网的传统做法。现在无论是全国性报纸还是地方性报纸，它们都有自己的网站，有的报纸还与腾讯等门户网站合作建设网站。为了方便用户浏览网页，进而争夺客户资源，这些网站都设计了电脑版和手机版。由于网站的容量大，互动性、及时性很强，因此，各报社都十分重视网站的开发与建设。从内容上来看，网站的内容要比当期的报纸丰富得多。例如，人民网手机版就设计了新闻、观点、军事、经济、国际、强坛、读图、教育、文化、历史、独家、专题等栏目。人民网电脑版在设置上也首推专题，其次才是新闻、视界、经济、军事、社会等内容。专题的内容都是当前国内外的重大事件，这些内容也是网民最关心的新闻事件。在专题栏目下还设计了新闻搜索，其他栏目下则设计了进入窗口，网民进入后可以获得更多更细致的新闻资讯，而且网民对这些新闻均可进行评论和互动。对于纸质报纸来说，囿于报纸版面的限制，诸如强坛这样的栏目就无法在报纸上呈现；另外，报纸新闻也无法进行评论互动。报社的门户网站在报业集团中所占的地位也越来越重要，它不再是报纸的补充，而成为独立的传播媒体。现在，各地的报业集团都在积极寻求新的发展模式，与四大门户网站合作推出新的网络媒体就是比较成功的做法。例如，腾讯网与重庆、湖北、四川、上海、广东、河南、浙江等地的报业集团合作成立了大渝网、大楚网、大成网、大粤网、大申网、大豫网、大浙网。但是，在腾讯的区域性布局中，虽然合作伙伴都是当地的报业集团，但由于是腾讯控股，所以对报业集团来说，这只能是一项财务投资。

### （四）开通官方微博

报纸官方微博是报纸在新媒体上的一个延伸。“刚刚过去的 2012 年可谓是媒体法人微博元年，@人民日报、@南方都市报、@新周刊、@人民网等全国各地的媒体纷纷开通了官方微博抢占第一舆论领地，短时间内迅速发展壮大，以期在微博平台上延伸并扩大自己在纸媒中的影响力。”<sup>①</sup> 微博影响力的大小取决于微博发布数量、议题内容设置、发布形式、发布类型、发布时间。<sup>②</sup> @人民日报的影响力很大，主要原因就取决于微博发布数量多、在议题内容的设置上定位明确、坚持党报地位不动摇，但“在以草根话语为主的微博平台上，@人民日报在发布政治、社会新闻时往往与民众站在一起，努力保持官方媒体客观、理性的态度和形象，直面官场中贪污腐败的问题，在网民关注的热点甚至敏感话题上不回避，第一时间发出声音，理性地讨论公共事务”<sup>②</sup>。为了增强报纸的亲合力，和网友互动交流，

① 吴媚. 报纸官方微博框架比较分析——以人民日报和南方都市报微博为例 [J]. 今传媒, 2013 (10): 45-47.

② 周必勇. 报业“媒介融合”热的冷思考 [J]. 当代传播, 2013 (5): 53-55.