

上海交通大学远东书院书系

传媒领袖 大讲堂

(第一辑)

谢耘耕 徐浩然 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

上海交通大学远东书院书系

传媒领袖 大讲堂

(第一辑)

谢耘耕 徐浩然 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书收录了上海交通大学和远东控股集团联合举办的“传媒领袖大讲堂”各位嘉宾的精彩演讲。新媒体背景下中国传媒业面临着怎样的机遇和挑战?传统媒体怎样顺应时代的变革,在新媒体的层层进逼中突围?新兴媒体如何一步步化茧成蝶,成为传媒业的开路先锋?当今中国的名报刊、名栏目经历了怎样的艰难洗礼才走到今天?本书将为您带来来自国内外传媒领军人物和著名专家学者的亲口讲述。本书内容独特,切中时务,既可作为新闻传播业界、学界的参考学习资料,又可作为普通大众了解传媒业发展态势、提高媒介素养的必备读物。

图书在版编目(CIP)数据

传媒领袖大讲堂 / 谢耘耕 徐浩然主编. —上海: 上海交通大学出版社, 2011

(上海交通大学远东书院系列)

ISBN 978-7-313-06979-5

I. ① 传… II. ① 谢… ② 徐… III. ① 传播媒介—研究—中国
IV. ① G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第239895号

传媒领袖大讲堂

(第一辑)

谢耘耕 徐浩然 主编

上海交通大学 出版社出版发行

(上海市番禺路951号 邮政编码200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

常熟市文化印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787 mm × 1092 mm 1/16 印张: 31.5 字数: 476千字

2011年4月第1版 2011年4月第1次印刷

印数: 1~3030

ISBN 978-7-313-06979-5/G 定价: 68.00元

版权所有 侵权必究

上海交通大学远东书院书系编委会

主 任：蒋锡培 刘 康

主 编：谢耘耕 徐浩然

副主编：刘 锐 徐 颖 吕 倩 裘一娜

编 委：蒋锡培 刘 康 蒋 宏 陈 进

徐浩然 谢耘耕 杨其明

编 辑：宫玉斐 吕 晴 王 平 王 蕾 李昊禹

序 言

探索新闻教育模式改革,培养一流新闻传播人才

欣闻《传媒领袖大讲堂》即将出版,在此表示热烈的祝贺。也许很多人会觉得奇怪,上海交通大学缘何会大手笔举办传媒领袖大讲堂?举办传媒领袖大讲堂的意义何在?我相信这不但是外界对上海交大此举的疑问,也是对中国此类讲堂在社会上存在价值和生存意义的诘难。

当今世界,信息化浪潮滚滚而来,势不可挡,尤其是新闻信息传播,成为一个国家、民族快速发展之基本要件。随着经济全球化步伐的加快,中国与世界的联系越来越紧密,国际影响力与日俱增,但是中国的国际话语实力尚未与之比肩同步。中国是个媒体大国,报刊数量、广播电视受众、上网人数均居世界前列,但还远称不上是媒体强国。中国传媒业的国际竞争力与政治大国、经济大国的地位极不匹配,在西方的强势话语之下,我们的国际话语处于边缘,甚至处在被消音的地位。为此,我们急需提升中国传媒业的国际竞争力和影响力,并为自身的发展创造有利的新闻信息环境,而这其中最关键的莫过于对一流新闻专业人才的培养。

新闻专业人才的培养,其根本在于新闻教育。近年来,我国新闻教育事业空前发展,国内新闻传媒院校现已达900多所,新闻专业在校生达15万,但是现在

新闻界所急需的高端新闻人才却极为匮乏,很多传媒老总都发出了“一将难求”的哀叹,即使是一般的媒体职位,不少新闻专业毕业生也显得心有余而力不足。造成这个现象的主要原因是长期以来新闻教育重视实践却脱离实践,以至于新闻教育的脚步远远跟不上传媒业发展的最新形势,所以培养出来的新闻人才无法满足业界的需求这一现象也就见怪不怪了。新闻教育如何改革创新新闻人才培养模式,培养符合社会发展和适应媒体需求的人才,已经成为摆在新闻教育界人士面前的一大难题。

时代的变化、新闻宣传环境和媒体技术的变化,要求新闻教育要进一步密切联系实际,紧跟业界潮流,开门办学的理念是时代发展之必然,新闻业界与学界的密切合作对于新闻业界来说同样善莫大焉。媒体和业界彼此互通有无,密切协作,是新闻传播教育发展的不竭动力和新闻业界实现可持续发展的必要举措。新闻学界要勇于打破与新闻业界的隔阂,积极促进与业界的融合,实现能量的交互传递。除吸纳业界人士,组建一支结构合理、实力雄厚的师资队伍,举办各种学术交流活动以及各种专业培训外,还应建立常设的交流机制,就共同关心的传媒业的前沿问题联合展开探讨,为业界和学界的交流互动提供良机。

上海交通大学远东书院举办的“传媒领袖大讲堂”,就是这样一次创新新闻教育模式的尝试,它试图在学界和业界之间搭建一个沟通平台,为培养未来的中国传媒精英做出贡献。

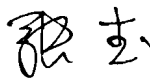
在上海交大远东书院“传媒领袖大讲堂”的讲台上,我们可以看到《纽约时报》副总裁 Gloria Anderson,中国新华新闻电视网总编辑陆小华,《环球时报》英文版执行主编张勇,《南方周末》执行总编向熹,解放日报报业集团社长尹明华,上海文化广播影视集团副总裁何建华,上海广播电视台副台长、上海世博会开闭幕式总导演滕俊杰,文汇新民联合报业集团副社长高韵斐,《文汇报》总编辑徐炯,《新民晚报》总编辑陈保平,《第一财经日报》总编辑秦朔,南京日报社总编辑卜宇,深圳广播电影电视集团总裁王茂亮,传媒杂志社常务副社长周志懿,新浪网副总编辑孟波,搜狐媒体副总裁于威,航美传媒董事长郭曼,上海唯众影视传播有限公司总裁杨晖,中央电视台著名节目主持人敬一丹,远东控股集团高级副

总裁徐浩然,上海交通大学人文艺术研究院院长、美国杜克大学中国传媒中心主任刘康,上海交通大学人文艺术研究院副院长谢耘耕,上海交通大学媒体与设计学院副院长李本乾等一批活跃在传媒一线的领军人物和专家学者,这批专家学者讲授当今世界和中国传媒业界发展的最新动态、传媒改革创新的经验与教训,预测传媒业未来发展的趋势,这不但契合了新闻院校开放式办学的理念,而且是培养高端新闻人才、提高新闻专业学生适应和创新能力,加强学界和业界沟通交流的重要举措。

实践表明,“传媒领袖大讲堂”有力促进了国际国内新闻传播学界业界的交流合作,深化了对21世纪新闻人才培养模式创新以及新闻媒体良性发展的认识,对我国新闻媒体和新闻教育的长远发展将产生积极的推动作用。2010年暑期举办的“传媒领袖大讲堂”吸引了来自北京大学、复旦大学、浙江大学、华中科技大学、武汉大学等全国各地高校的在校学生以及媒体从业者200多人参与,全国20多家媒体进行了报道。鉴于“传媒领袖大讲堂”广泛的社会影响,2010年11月,上海市教委还将其列为2011年上海市研究生教育创新计划,成为2011年上海市教委研究生暑期学校。

《传媒领袖大讲堂》(第一辑)一书即由2010年中外传媒领军人物在“传媒领袖大讲堂”上的精彩演讲结集而成,这是上海交通大学远东书院为社会奉上的一道精心烹制的、极具营养价值的思想文化盛宴。我们期待“传媒领袖大讲堂”演绎更多的精彩!也期待着进一步深化新闻教育模式的改革,培养出更多具有世界一流水准,具有强烈社会责任感、宽广的国际视野、深厚的文化修养和精湛的专业技能的高级新闻专业人才!面向未来,奔腾向前!

上海交通大学校长、中国科学院院士



2011年1月15日

目录

新兴媒体·传播变局

- 002 陆小华：新传播时代与中国的选择
- 035 孟 波：新浪微博：一场正在发生的信息传播变革
- 052 于 威：我们时代的媒体
- 078 郭 曼：高度成就梦想 品牌创造未来
- 110 陈保平：新媒体人的基本功和独门功夫
- 128 谢耘耕：新媒体环境下的危机传播与应对

传统媒体·改革突围

- 140 Gloria Anderson 等：新媒体环境下的报业生存与发展
——中美媒体高峰对话实录
- 150 高韵斐：新媒体时代的媒体融合
- 171 周志懿：数字化背景下，中国报业的出路在哪里？
- 191 何建华：传播变局与媒体发展
- 207 王茂亮：传媒发展趋势与深圳广播电影电视集团战略
- 237 尹明华：被阅读改变的世界
- 251 杨 晖：TV2.0时代的领跑者

对外传播 · 品牌形象

284 刘 康：中国国家形象与全球传播

298 张 勇：外宣需回归新闻本原

——浅谈中国对外传播能力建设热潮与国际形象塑造

319 滕俊杰：世博会开幕式幕后的精彩故事

348 李本乾：跨文化视野中的全球议程与国家形象

362 徐浩然：品牌时代的传播策略

传媒经历 · 个案解读

382 敬一丹：我与《焦点访谈》

401 向 熹：赢在“第一市场”

——《南方周末》的战略转变

429 徐 炯：智慧立报和报纸重生

457 卜 宇：区域性主流媒体源点的调整与确立

468 秦 朔：中国财经媒体的发展流变和未来

491 后记



新传播时代与中国的选择

时 间：2010年7月24日

地 点：上海交通大学闵行校区新图图书信息大楼8楼

主讲人：陆小华



陆小华

新华社音视频部副主任，中国新华新闻电视网总编辑，传媒研究专家，法学博士。享受国务院政府特殊津贴。曾任新华社新闻研究所所长、《中国记者》杂志总编辑，中宣部“四个一批人才”评审组成员，连续担任十届中国新闻奖评委；清华大学、北京大学、中国政法大学、中国传媒大学兼职教授、研究员，曾主持国家社科基金经济学、新闻学课题，承担完成多项中宣部重大调研课题。

2000年以来，主要成果有：《西部对策——抑制返贫与中西部发展》、《整合传媒——传媒竞争趋势与对策》、《再造传媒——传统媒体系统整合方略》、《激活传媒——传媒竞争力发掘与执行策略》、《新媒体观——信息化生存时代的思维方式》、《信息财产权——民法视角中的新财富保护模式》等。

主持人：我们常说，我们处于一个信息化和全球化的时代。相信在座的每一位，都对我们当今所处的时代有自己的看法，做出自己的判断。今天，中国新华新闻电视网总编辑陆小华先生，将以当今所处时代的五个判断为出发点，向大家描述这个新传播时代，以及在新传播时代我们中国的选择。

今天，全球合作从经济领域进入到更多领域，从共同应对气候变暖到共同促进文化的多元化，人们已经从利益合作开始走向生存合作。整个世界的格局在变化，中国因素、中国需求、中国取向越来越成为世界关注的重点和焦点。全球化的大背景下，中国如何在国际环境中做出自己的选择？媒介融合的大趋势下，中国的媒体如何在国际环境中做出自己的选择？影响传媒竞争格局的新关键因素又有哪些？陆小华老师将为大家一一解答。

陆小华：非常高兴有机会在交大跟大家做一次交流。今天我来是作为一个学者和大家分享我的想法，刚才要我在留言板上写字，我写的就是“智慧在于分享”。如果我们不能交流，任何对当今世界的判断和我们的观察，它仅仅是一个想法而已。智慧一定是在激荡中、在分享中产生的。

今天和大家讨论的题目叫做《新传播时代与中国的选择》。如果时间够的话，我准备了这样一些内容。估计我们可能讲不完——第一，对当前所处时代的五个判断；第二，新媒体浪潮与媒体融合趋势；第三，媒介融合的五個特征；第

四,影响传媒竞争格局的新关键因素及媒体的选择;第五,中国新华新闻电视网的新探索。最后,可能有点建议,我们根据时间情况,看能讲多少。

对当前所处时代的五个判断

首先,来讲第一个问题,对当前所处时代的五个判断。我们对于我们所处的时代,可以从很多个角度做出描述和分析。这里我想从我的观察对我们所处的时代做出一些判断。

首先,我把它称作新博弈时代。为什么称为新博弈时代?它有几个重要特征:第一,国家间的博弈开始呈现新的特点,这和以往是不同的。当今这个时代通过物理意义上的资源的争夺,依然是国家之间博弈的重点,但是,非物理意义上的资源的争夺成为国家间博弈的新的目标。我们可以看到很多。

国家间的博弈已经体现为规则之争。所谓规则之争,无论是在贸易上还是在标准之争上,都体现出来。最近西方传媒在炒的是中国是否履行了加入WTO时所作出的承诺。最近一些年,特别是金融危机之后,关于在外贸领域所体现出来的贸易保护主义,更多地呈现为安全标准,更多地呈现为其他的所谓技术性标准。十多年前,我出版的一本经济学的书中有两句话,中国现代化的核心在于两个基本点:第一,中国能否参与国际贸易规则的制定并影响规则的实施;第二,中国的农民能否从市场中获取收益。正好从外部和内部凸显出中国现代化所面临的两个问题,那么今天的国际世界如何运行,由一些规则所决定,这样的规则过去由所谓的发达国家所制定,今天作为一个崛起的国家,中国影响规则的制定和实施,成为一个重点。

其次,是形象之争,国家形象今天成为国家间博弈非常重要的因素。我举两个例子。一个是2004年的中法文化年,中法文化年的开年仪式在香榭丽舍大街上举行。当时我们派去的队伍是秧歌队、舞狮子、京剧的人物,在香榭丽舍大街上表演。在4年后的北京,法中文化年的开年仪式。那一年,有三个重要的活动影响很深,一个是法国印象派画展,这符合人们心目中提到的法国的印象;一个是出乎人们预料的法国百年工业设计展,展示了一百年来法国精美的工业设计,颠覆了很多人心目中的印象;还有一个法国的飞行表演队在北京的表演,他

们预定是在国庆节要飞越天安门的上空。当时,有一个公司是商业操作,卖很多票,可是那一年的天公不作美,非常少见的国庆节前几天都是阴云密布。所以,飞行表演没有飞成,公司还陷入一场要退票的风波。但是,那个飞行表演队在10月4号飞了一下,在10月6号飞越了长城上空。如果翻翻历史就可以发现,法国飞行表演队在任何一个有古老传统的国家,都要追求飞跃它的最重要的、作为灵魂标志的一个建筑物,比如说,飞跃埃及的时候,他会飞跃金字塔,一般的人看到飞行表演队掠过他的上空,其实他的上空还有一架飞机,会把他的飞行表演队掠过金字塔的情景拍下来。在香榭丽舍大街上,我们给人家的印象是一个古老的中国,是一个有古老传统文明的中国。但是,法中文化年在北京的表演和展览给人们的印象就是一个艺术的法国、一个有着强大工业实力的法国、一个有着特殊军事力量的法国,让我们想起法国是第一个脱离北大西洋公约组织军事机构的国家。这两组表演所构建出来的国家形象是有很大的区别的。这之后,我们会在很多场合看到一个国家的领导人、一个国家以各种手段、以各种方式或以某一个群体呈现国家形象。其实,我们仔细分析会发现,所有的呈现都可以是有目的的,都一定是传递出一种清晰的信号。问题是,在今天,我们是否有意识地构建并呈现这样的信号。

第三,是观点之争。在今天的国际舞台上,无数的政治家,包括学者在内,在讲述对这个世界的看法。这个世界今天讨论的是,会不会世界经济二次探底;欧洲的主权债务危机将可能深到什么样的程度;人民币的逐渐国际化,在未来的20年中,会不会成为一个可以和美元欧元比肩而立的世界第三货币。人们对这个世界的现实和未来做分析,用提出来的观点影响世界。观点之争的核心在国家博弈这个层面上,它实际上是一种博弈。

最后,是理念之争。正在上海举办的世博会,提出了重要的理念是“城市,让生活更美好”。使人类生活更美好,世博会从最开始的仅仅是一个产品的展示平台,到后来具有主题,这样的主题很具体——在推出一种理念、推出一种愿景。今天,中国世博会这个愿景,实际上体现了我们对于和谐世界的一种诠释,正是因为这样的一种诠释,才使得上海世博会可以在这样的大局下有如此之多和中国没有外交关系的国家和地区来参展。理念之争关系着我们对人类未来的

看法。

无论是规则、形象、观点和理念,实际上都成为今天国家间博弈的重点之一。

新博弈时代的第二个特点是,国家间的博弈呈现新的模式,贸易成为外交手段和安全重点。2010年上半年,我们曾经对苏丹的选举给予极大关注,中国的传媒对苏丹的选举做了重要的报道。为什么做重要的报道?是因为苏丹的选举的结果有可能决定了苏丹能否维持一个整体还是会分裂。中国中石油在苏丹有巨大的石油权益,今天的外交在很大程度上呈现为经济外交,外交为中国的“走出去”战略服务是一个重要的特征。发展环境也成为施加影响的重点。我们知道“金砖四国”这样的称呼,大家会发现有学者对今后的十年或者二十年这个世界上可能发展非常好的国家做出了另外一组预测——有的说是另外六个,甚至包括毒品比较多的哥伦比亚,因为哥伦比亚资源丰富、政治稳定,可能是下一组像金砖四国一样呈现经济发展迅速的国家;另外还有学者预测灵猫十一国,所谓灵猫十一国,是因为这些国家的第一个字母组合起来是英语中“灵猫”这个单词。不管不同的学者从什么样的角度去分析,未来世界哪些国家可能是经济发展比较迅速的地区,是人们所关注的,而从不同的国家而言,大家在不断地告诉这个世界,我们是投资安全的地区、经济发展最为活跃的地区、能给外来投资者带来重要收益的地区,我们的发展环境既是我们施加影响的重点,也是我们施加影响的目的。

第三,发展机会成为争取认同的手段。今天中国的经济大概能维持百分之八点几的增长速度,国际货币基金组织和世界银行预测中国在2010年下半年和明年还会有更好的增长,实际上,这个数字对于中国而言不够新鲜,但是对当今世界是一个很大的数字。在欧洲,欧元相对于美元从科索沃战争之前欧元出世的一比一点几,到科索沃战争之后一个欧元只能换0.86个美元,又到最高时一个欧元可以换1.5个美元,到现在只能换到1.2左右。对于欧元贬值从最高到最低,现在大约贬值30%,欧洲的主权危机以及今天早上公布的欧洲央行对欧洲一些主要银行做的压力测试,都表明人们对于欧元下一步的前景还表示担忧。对普通公众而言,到欧洲留学、到欧洲旅游变得更便宜,实际上,对于人民币而言,相对于美元已经升值大概百分之二十几、不到百分之三十,现在整个中国的对欧

出口都遇到了一定的问题。因此,我们对于欧洲而言就是一个有着巨大发展机会的市场和国家。今天,中国的企业和欧洲的企业谈判更为顺利,因为相对于欧洲,中国存在着更大的机会。

第四,话语能力成为国家实力的体现。一个国家的实力经常借助于软实力这样的称呼来体现,但是我经常把软实力看成是一个国家的话语能力。我们表达我们的观点,我们表达我们的意愿,我们表达我们对这个世界的判断,我们在我们自己的环境中表达是不够的。我们有没有能力把我们的观点、我们的意见让我们想要知道的人知道,让我们所想听到的人听到,这不是一个纯粹的技术能力,还包括善不善于用世界听得懂的语言、看得懂的形式来表达我们的观点,听得懂的语言和看得懂的形式不仅指我们用英语表达。2009年汶川地震一周年,国家在映秀镇举行祭奠仪式,那是一个特殊的仪式,那个仪式在开始就是一只小号,奏起了思念曲,那个仪式没有讲话,在整个过程中从国家领导人到普通公众排着队缓缓走向临时搭建的祭奠墙前,把手中的花放下。这个仪式整个延续了四十几分钟,全部场景就是这样。这是一个有国际特点的祭奠仪式,没有讲话,没有价值观的宣称,没有语言,但是它比有讲话、有自然语言有着更为强劲的穿透力。在我看来,它就是在用世界听得懂的语言、看得懂的形式来表达我们的观点、我们的价值观。这是非常好的一个案例。

话语能力还包括送达能力——我们有没有自己的新闻渠道,我们有没有自己的传播力量来影响世界。回到我们要讨论的媒体而言,我们可以把媒体分为区域性媒体和全国性媒体,这是在中国这个语境中。从世界范围来看,媒体分为小区域媒体、广区域媒体和全球性媒体。有一些媒体是对本地传播的,有一些媒体就是对本国传播的,而有一些媒体是对世界传播的。如果我们注意观察就会发现,以电视为例,中国有两千多个电视频道,世界上有多少个电视频道我都数不出来,在这些电视频道中,只有一些电视新闻频道是全球传播的。这些频道,它建立之初,它的存在理由、它的运行模式,就是向全球传播,比如说CNN、BBC、NHK、半岛。它就是要在全球范围内传播,拥有这样的全球传播的媒体,我们在物质上才有了一定的话语能力,否则我们只是在我们自己的语境里。当然,我们可以讨论我们怎样才能更好地利用西方国家的媒体来传达我们的声音,

但是我们还需要拥有我们自己的话语能力。因此,今后传媒研究的范围要从我们今天意义上的小区域媒体、广区域媒体更加扩展到对全球媒体的研究,因为全球媒体的运行模式,比如说,面向全球播出的电视媒体和面向本地播出的电视媒体,它的基本理念根本是不一样的——面向本地播出的电视媒体,我们在讨论它的收视率,会很仔细地计较收视率上升了多少份额;但是对全球播出的媒体,事实上,收视率就不是它要竞争的指标,它的影响力有另外的指标体现。

以上是新博弈时代。第二,是新融合时代。

今天全球合作从经济领域进入到更多领域,从共同应对气候变暖到共同促进文化的多元化,人们已经从利益合作开始走向生存合作。从某种意义上,对我们而言,气候变暖是对人类生存的最大威胁,其实文化单一化同样是对人类生存的巨大威胁。因此,在这样的前提下,在经济全球化的前提下,如何保持文化的多样化成为我们今天人们关注的问题。但是,毕竟从利益合作走向生存合作是一个突出的重点。

在今天,媒介融合也进入了一个新的阶段。今天我们会花很多时间来讨论,媒介融合如何体现在政治、经济、法律领域,也更体现在信息产业和传媒领域。在传媒领域,媒介融合、视觉传播、即时共享已经成为影响传媒竞争格局的新关键因素。在信息领域,今天人们所关注的三网融合,从物体层面上三张网能共享资源,互相进入,可能对传媒领域或更大的领域产生深刻影响。三网融合成为人们关注媒介融合的一个切入点。如果我们简单说几句对三网融合的评价,这和今天传媒报道有很大不同的是,三网融合绝不仅仅是广电和信息产业部门两个部门之间的博弈,绝不仅仅是传统通讯网与广播电视传输网两者之间业务上的互相进入。三网融合的核心是三大网逐渐走向互联网。

而在我看来,最大的机会是在于怎样满足人们移动化重组工作和生活这样一个重要趋势。这样的融合才会给世界带来更大的变化。十年前,我们是在静止状态下组织工作和生活。比如,我们是在办公室打电话、组织会议,我们是在办公室坐着读报看电视。十年后的今天,人们可能是在边开车,边打电话,边组织会议,甚至有个国际会议。边开车,边组织自己的个人生活。比如说打电话约会,比如说打电话去解决一个问题,比如说打电话去查询一件事情。人们在移动