

Convergence Theory on
Chinese Newspaper Conference News Reports

中国报纸 会议新闻报道 融合论

张 勤 著



中国出版集团
世界图书出版公司

本书获“中央高校基本科研业务费专项资金资助”

Supported by “the Fundamental Research Funds for the Central Universities”

中国报纸会议 新闻报道融合论

张 勤 著

中国出版集团

世界图书出版公司

广州·上海·西安·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国报纸会议新闻报道融合论 / 张勤著. —广州:世界图书出版广东有限公司, 2013. 1

ISBN 978-7-5100-5446-4

I. ①中… II. ①张… III. ①报纸—新闻报道—研究 IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 023603 号

中国报纸会议新闻报道融合论

策划编辑 吴小丹

责任编辑 汪再祥

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

<http://www.gdst.com.cn>

印 刷 东莞虎彩印刷有限公司

规 格 787mm × 1092mm 1/16

印 张 13.75

字 数 240 千

版 次 2013 年 11 月第 2 版 2013 年 11 月第 2 次印刷

ISBN 978-7-5100-5446-4/G · 1232

定 价 55.00 元

版权所有,翻印必究

序 言

20世纪90年代中期,最高域名CN主服务器的成功设置以及互联网的商用化,这两个事件标志着我国进入互联网时代。从此,各介质媒体相互渗透、相互卷入的力度和广度日益加深,媒体迈进融媒时代。在此背景下,会议新闻报道呈现出多元、复杂、交互性,与此同时,Web2.0网络技术、3G移动通信的发展进一步实现了载体性能的根本改变,使广大受众的集体智能和力量得以爆发并有可能主导会议新闻传播的走向,会议新闻报道变革研究日益呈现出前所未有的广阔领域。但长期以来,学者、业界从业者对其研究比较单仄,研究成果多集中在采访、写作、编辑的传统业务角度,而少有理论论著出现,这已经远远不能适应会议新闻报道的发展实际。

融合媒体带来了内容生产、传播渠道的拓展,尤其对于报纸而言,此次融媒浪潮中表现最积极的就是报纸。在“无限生态位”新型媒体环境下,报纸作为专业媒介组织虽然在会议新闻报道中依然占据主导地位,但不能否认的是,新媒介正在改变以往传媒的诸多特性,点面交织的复杂网络已经形成。

“会议信息传播总阀门”由传播主体完全掌握的时代已经结束,传播受众的主动性、自由性不断显现,转型期中,全国性、地域性舆情可以在很短时间内产生,甚至出现激情事件。报纸的会议新闻报道能否应对党政机关、团体、组织传播主导影响力式微的现状,适应整个社会舆情形态的变化,将对我国整个社会政治、经济、文化发展进程产生重大影响。

与此同时,我国党和政府日益重视会议新闻报道,不断强调要加强对会议报道的改革。加之我国大众传媒报道的会议活动经常反映党、政府、团体、组织的观念、意愿、方针、政策,与政治有着直接的联系,对传播准确性和舆论引导性的要求颇高,从这一程度上来说,我国会议新闻报道是整体宏观系统的“航标”。这就需要会议新闻报道依据系统开放性原则,与时俱进,不断自我完善,加强融媒实际和实践的实证研究;同时从该领域研究历史中寻找发展的支撑与动力,为会议新闻报道提供具有前瞻性、强有力的支持。

因此,本研究主要从传播学、心理学、生态学、市场营销学等学理角度出发,



综合采取文献分析、深度访谈及问卷调查三种方法,注重研究的理论性、应用性相结合,历史性、现实性和前瞻性相结合来研究报纸的会议新闻报道。

会议新闻报道融合论总结了报纸会议新闻报道中各环节出现的变革经验,或指出问题,或试图在政治、经济、技术发展的基础上寻找解决某些问题的对策,前瞻性地提出调适后的报纸会议新闻报道环节平衡于内容、渠道、终端融合三大环节,并将各环节非线性、多维度的各要素及其之间相互关联的特点、表现加以梳理,以此有效警醒、打消业界实践中一些不确定性顾虑,促使报纸积极培育融媒观念、革新融合新闻报道流程,为进一步做好重大会议新闻报道夯实基础。

为此,报纸会议新闻报道融合论的主要逻辑论述路线及章节如下。

第一章绪论部分介绍了研究背景、意义,界定了研究对象及范围,解释分析了资料收集、研究的方法;客观分析了中外研究者在会议新闻报道方面已有的论述,指出了以往研究在业务角度切入的贡献以及理论阐释的不足,强调了本研究注重从多种学理角度来建立会议新闻报道研究的理论范畴及创新点。

第二章论及了随着新媒体的发展,报纸融合各介质现象迅猛,日益冲击着报纸“有限空间生态位”的媒体环境。原来业已形成的互动和谐的平衡状态再次变化,推动报纸进入“无限生态位”媒体生态环境,进而带来控制环境、竞争环境、受众环境等一系列环境的调适、变革。同时总结了新“无限生态位”媒体环境下报纸进行会议新闻报道时的新变化,以及在报道环节出现的“交集循环”融合。

从第三章开始分章论述报纸进行会议新闻报道环节出现的质变。第三章主要论述内容融合,涉及到生产融合及产品融合两个层面。报纸在生产融合过程中,除了融合其他介质媒体进行会议新闻报道外,还重视受众的参与功能与作用。在自媒体帮助下,报纸需要充分注重受众从“接受者转向生产者”的变化,进而实现从主导至引导的角色转变;并在此基础上进行内容创新,同时提出报纸需要在内涵式组织变革下培育融媒观念及培养“T”型全媒体人才。

第四章论及报纸融合媒体报道会议新闻的传播渠道的融合。它通过介质融合以及在其基础上形成的新传播手段的融合,形成了会议新闻报道传递多媒体、多手段的立体化通路,强调突破政策、技术之囿,进一步构建深层融媒环境。

第五章是在内容融合和传播渠道的融合基础上最终实现的终端融合。报纸要做好会议新闻报道,必须精准定位融媒进程带给受众的变化,以此来策划、制定报道与传播策略,从而保证媒介产品的内容、形式能够创造性地适应受众的会议信息需求。同时再聚这些“碎片化、个性化”的受众需求,建构超越“传播



介质”、“传播手段”分类标准的媒体终端融合新格局,满足会议新闻报道中受众基于媒体层面的“使用与满足”体验化。本章最后提出了在受众“复杂网络”控制中建立新型舆论引导机制的重要性,以及导入 4V 营销理念来提升受众的忠诚回报。

会议新闻报道的新格局,必是适应“地球村”全球化传播的发展,对国家形象、政府组织形象以及报纸媒体的国际地位提升都有着重要的意义。因此,做好报纸在融媒时代会议报道的研究,加强对报道的了解及处理,可以在相当程度上加强党和政府的权威性;在满足受众知情权的基础上,有利于上令之下达、下情之上通,对维护社会稳定、推进社会进步和民主具有重要的现实意义。



目录

CONTENTS

第 1 章 绪论	001
1.1 研究背景、研究对象、研究范围	002
1.1.1 研究背景	002
1.1.2 研究对象与范围	003
1.2 基本概念的厘清	006
1.2.1 会议及会议新闻概念的厘定	006
1.2.2 会议新闻报道的基本理解	010
1.3 国内外文献综述	018
1.3.1 国外关于会议新闻报道研究的概述	018
1.3.2 国内关于会议新闻报道研究的概况	020
1.4 研究的创新点	022
1.4.1 理论化的研究:克服以往注重业务的极端趋势	023
1.4.2 系统化的研究	023
1.4.3 与时俱进的“融媒”时代特征	024
1.5 研究方法 & 研究框架	025
1.5.1 研究方法	025
1.5.2 研究的逻辑思路 & 研究框架	026
第 2 章 “无限生态位”新型融媒环境	029
2.1 融媒概念的厘清 & 发展历程	029
2.1.1 融媒概念的界定	030
2.1.2 融合媒体形成的诱因	033
2.1.3 融合媒体的发展历程	035
2.2 “有限空间生态位”下的报纸会议新闻报道创新	036



2.2.1	传统媒体下报纸的媒体生态观:有限空间生态位	037
2.2.2	“有限空间生态位”下的会议新闻报道创新	039
2.3	报纸“无限生态位”媒体环境的思辨性重构	041
2.3.1	控制环境:新闻规制的改革与建设	041
2.3.2	竞争环境:“垄断”属性转向垄断·竞争并存	048
2.3.3	受众环境:第四代“参与式”媒介素养的培养	049
2.4	“无限生态位”下报纸会议新闻报道特点	055
2.4.1	系统开放下的跨介质传递	055
2.4.2	数字网络平台支撑下的时效性	056
2.4.3	媒体革新生成海量会议新闻	056
2.4.4	“深度资讯”统领下的直观感受性	057
2.4.5	传受双方交融性的互动	058
2.5	“无限生态位”三大报道环节的“交集循环”融合	058
2.5.1	内容融合	059
2.5.2	渠道融合	060
2.5.3	终端融合	060
第3章	内容融合:生产融合下的内容创新	061
3.1	报纸主体身份危机及功能重构	061
3.1.1	受众对“会议新闻”报道主体的颠覆:从消费者走向生产者	062
3.1.2	受众参与会议新闻生产的形式	063
3.1.3	报道主体功能的重构:主导向引导转变	065
3.2	信息选择:“组织传播导向”向专业报道框架转变	066
3.2.1	组织传播导向下的会议新闻报道框架	068
3.2.2	信息公开背景下的专业报道框架	070
3.3	“多形态融合”会议新闻产品的创新	073
3.3.1	呼唤“人性回归”的报道主题	074
3.3.2	“亲民化解读”为中心的多视角平台	076
3.3.3	事实信息为重心转向事实、观点的多态呈现	083
3.3.4	会议新闻导入说服技巧以增加传播效果	084
3.3.5	诉诸视听综合的多媒体会议信息	087
3.4	发展:组织变革中的“T”型全媒体人才培养	088
3.4.1	内涵式组织变革下的“会议新闻报道流程”创新	088



3.4.2 融媒下全媒体人才“多能”还是“一专”的思考	094
第4章 渠道融合:多介质、多手段的立体化通路	097
4.1 媒体介质层面的融合	098
4.1.1 传统媒体“会议新闻报道”由竞争走向整合	099
4.1.2 会议新闻报道中的报网融合	103
4.1.3 报纸融合手机媒体:会议新闻传递的“便利性”渠道	112
4.1.4 媒体大融合,会议新闻报道的全息大汇流	114
4.2 媒体介质大融合背景下的报道手段全面化	116
4.2.1 微博,会议新闻信息新通道	118
4.2.2 博客,汇流成川的影响力	120
4.2.3 网络论坛 BBS,会议信息新的集散地	121
4.2.4 利用 QQ 群,增加会议新闻接近性	123
4.3 未来:突破政策、技术之囿,构建深度融合环境	124
4.3.1 打破政策壁垒,组建跨介质跨区域传媒集团	125
4.3.2 引进移动互联网竞争机制,打造 Web3.0 高速移动传播渠道	127
4.3.3 融媒管理模式规则化,提升融合报道执行力	129
第5章 终端融合:再聚分众的媒体“使用与满足”体验化	132
5.1 受众分化基础上的再聚:媒体“使用与满足”的充分条件	132
5.1.1 会议新闻报道中大众受众的“消解”与“分化”	133
5.1.2 分众后的再聚合	135
5.2 接受终端的融合:媒体“使用与满足”的必要条件	135
5.2.1 互联网“定点终端”自选服务	136
5.2.2 手机“移动终端”定制服务	137
5.2.3 发展新的便捷化、电子化、体验性接受终端	139
5.3 会议新闻报道中受众对媒体“使用与满足”的体验化 ——基于受众接触“全国两会”新闻调查分析	141
5.3.1 受众“使用与满足”的嬗变:信息层面转向媒体维度	141
5.3.2 受众对媒体“使用与满足”的体验化	143
5.4 存在问题与解决:“复杂网络”控制中的受众忠诚建立	147
5.4.1 “媒体—受众”场域的“复杂网络”属性	148
5.4.2 变“控”为“疏”的新型舆论引导	150
5.4.3 导入 4V 营销理念,构建受众“忠诚 ROI”	152
5.4.4 数字内容“收费阅读”趋势下的免费原则	154



结语：“非线性”融合特征	156
参考文献	158
附录1 受众接触“全国两会”新闻的调查问卷	171
附录2 受众接触“全国两会”新闻调查总结报告	174
附录3 “全媒体记者”访谈提纲	184
附录4 地方两会新闻报道“传播介质与手段发展”2007、2010、2012 总结	186



图表目录

图 1-1	研究逻辑思路及章节框架图	027
图 2-1	新媒体时代信息流动方式的变化	057
图 2-2	报纸会议新闻报道环节交集循环图	059
图 3-1	受众在“全国两会”报道中最关注的问题	075
图 3-2	受众对“全国两会”新闻报道视角的接受情况	077
图 3-3	烟台日报传媒集团全媒体报道流程	091
图 3-4	烟台全媒体新闻中心的会议报道流程	092
图 3-5	“融合会议新闻”报道流程	094
图 4-1	毛泽东的《告苏联革命人民书》	100
图 4-2	《钱江晚报》网络版	105
图 4-3	钱报网	106
图 4-4	大洋网	107
图 4-5	《人民日报》电子报纸	108
图 4-6	受众喜欢的“全国两会”互动讨论方式情况	117
图 4-7	《羊城晚报》开设“2010 广东两会·微博”专版	119
图 4-8	金羊网两会讨论圈子	121
图 4-9	《南方日报》与南方报网广东论坛“带你开两会”	122
图 4-10	《钱江晚报》“两会会客厅”QQ 群	124
图 5-1	《新京报》iPhone、iPad、Android 智能手机下载版本	139
图 5-2	受众对“全国两会”的重视程度	144
图 5-3	受众接触“全国两会”新闻动机分析	144
表 3-1	烟台日报传媒集团全媒体布局构成一览表	090
表 4-1	受众了解“全国两会”信息的渠道(媒体类别与载具)	098

第1章 绪论

中国现阶段会议新闻报道具有高度的政策性、政府行为性,是大多数媒体的必有新闻,由于长期以来注重党性宣传,因此存在亲民性不足的问题。随着融合媒体趋势的发展,如何打造会议新闻为受众喜读爱看的精品,利用融合渠道更广更深地到达受众,是各家报纸深感棘手的难题。此外,以新媒体为支撑点激发的媒体整合所带来的海量信息,使得受众面对相关会议新闻信息的选择性机制得到“内爆”。而会议新闻本身所承载的信息重要性,又需要报纸保证到达率、说服率等传播效果。为此,在融媒时代深研报纸会议新闻报道的变革,重新了解受众信息接受心理机制,导入报纸新生态环境研究,以及融合系统化运行环节来研究会议新闻报道,彰显了时代的重要性与必要性。

从1942年延安《解放日报》改版开始,中国共产党领导的新闻事业一直强调回归新闻规律的新闻改革,1978年更是开始了注重新闻客观性和价值的新一轮改革,“其中1983年以后信息概念的引入,以及1992年市场概念的深入人心,使新闻媒体对自身角色的认识更加丰富和多元化:在确立其为‘党、政府和人民的喉舌’的基本前提下,又加入了提供信息、经济服务、舆论监督、文化教育、以及娱乐生活等多重角色认知”^①。尤其在20世纪90年代中期,我国最高域名CN主服务器的成功设置以及互联网的商用化,标志着我国迈入互联网时代。新媒体下,中国新闻传统媒体不仅要继续做好“党、政府、人民喉舌”的公器,同时还要强调政治、经济、社会多领域信息传递,娱乐文化服务,引导舆论等多种功能。面对新媒体冲击,我国传统媒体与新媒体拉开了媒体大融合的序幕,延续、加大了自1956年新闻改革注重回归新闻规律大方向的力度,确立了真正以受众本位出发进行新闻报道的理念和内容。这同时也给报纸在融媒进程中实现会议新闻报道变革给予了有益的方向性、实践性指导。

^① 孟建、左玥:《改进会议报道:我国新闻改革亟须突破的一大瓶颈——兼论中西方会议新闻报道理念与实务的异同》,载《新闻传播》2009年第12期,第6页。



1.1 研究背景、研究对象、研究范围

综观我国会议新闻报道研究,起步明显晚于西方。现今学界和业界人士更多注重的依然是对会议新闻报道实务层面的研究,相关理论性专著、译著很少,研究成果多以业务性的期刊论文形式出现。这些前期成果为将来的理论研究奠定了一定的基础,但先前的研究显然很少从传播学角度系统地加以考察分析,尤其是从新闻传播规律出发对组织领导体制等控制环境进行拨乱反正式的回归思考。因此会议新闻报道融合论强调从发展的角度,注重融合媒体报道“无限生态位”下的新媒体生态环境,与时俱进的研究会议新闻报道以信息生产、传播、消费过程划分的新流程变革,导入受传者“使用与满足”机制嬗变对会议新闻报道的影响研究。同时归纳总结会议新闻报道变革中存在的问题、未来与趋势,并提出完善建议,以促使报纸媒体充分发挥自身优势,更好地进行会议新闻报道,满足受众通过会议新闻了解国计民生大事的需求。

1.1.1 研究背景

以往大量的会议活动以及信息传播史实证明,研究会议新闻报道应该是一门科学、系统的科学。但是长期以来,我国会议新闻报道研究大多囿于对采访、写作、编辑技巧的关注,且研究分散在各种采访写作的专著与教材之中,更多以期刊论文的方式出现。广西师范大学靖鸣教授对此的研究首成体系,但也只局限在如何做好会议新闻报道的研究视角,而没有对会议新闻报道过程本身的各环节、各要素以及运行规律本身进行传播学角度的深研,这些研究显然无法与我国会议具有“政治决策图景”的地位相匹配。

新媒体的出现极大地丰富了会议新闻报道的渠道,也改变了国家、各级政府组织、大众传播媒体完全掌控传播业态的格局。“会议信息传播总阀门”由传播主体完全掌握的时代结束,传播受众主动性、自由性不断显现,全国性、地域性的议题舆情可在很短的时间内产生,甚至出现对某一议题聚合化、激情化的现象,并演化为公共事件,这为政策性、政治性强的会议新闻报道研究提出了全新挑战和亟待解决的问题。若加强对会议新闻报道的了解及处理,可以在相当程度上提升党和政府的公信力,在满足受众知情权的基础上,有利于上令之下达,对维护社会稳定、推进社会进步和民主具有重要的现实意义。

会议新闻报道能否适应整个社会舆情形态,对我国整个社会政治、经济、文



化发展进程产生着重大影响。党和政府日益重视会议传播,强调加强对会议报道的改革。早在1992年,邓小平南巡讲话时要求,电视会议新闻要“多办实事,多做少说”;2003年,中共中央政治局《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》进一步对会议新闻报道进行了规范,“除党和国家举行的或经中央批准召开的具有全局性重大意义的会议外,会议报道不应把中央领导同志是否出席作为报道与否和报道规格的唯一标准,不应完全依照职务排序安排报纸版面和电视时段”^①;2006年底,重庆市发布了一个进一步改进会议报道的文件,“其中26条规范三方面内容:进一步改进会议报道,规范文件刊播;加强对基层和群众的报道;精简领导同志活动报道”^②,这个文件继续重申了2003年中央对会议新闻报道改革的原则;“湖北省委办公厅、省政府办公厅日前印发《关于进一步精简会议、文件和领导同志事务性活动的规定》,要求厉行‘三短一简’,即开短会、发短文、讲短话、简办事,切实改进会风、文风、话风、事风。”^③该文强调了会议改革,鼓励发“短文”。

现阶段,我国正处于深刻的转型期,社会利益、价值观等仍处于调整期,会议新闻报道效果将直接影响到社会的和谐与稳定。我国大众传媒报道的会议活动经常反映了政党、政府、团体、组织的观念、意愿、方针、政策,所以与政治有着直接的联系,具有强烈的政治色彩。会议新闻从某种程度上来说,在我国是整体宏观系统的“航标”。强政治性对会议新闻报道党性、舆论引导性的要求颇高,强调传播的准确性,不仅包括会议本身及会议相关信息,甚至包括参会者、领导顺序等都不能出错,否则将带来不良的政治影响,招致国外的种种猜测。

另外,随着全球化传播的发展,国际社会及媒体经常通过研究我国的会议信息来了解我国现状。因此做好该研究,对国家、政府组织形象以及提升媒体的国际地位有着重要的意义。

1.1.2 研究对象与范围

从传播学角度来分析,会议活动作为重要的信息载体和形式,其发生、传播、效果反馈是一种典型、复杂的社会信息次系统。葛广智编著的《会议词典》

① 中共中央办公厅:《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》,人民网,<http://cpc.people.com.cn/GB/64162/71380/102565/182147/11003018.html>,2011-11-10。

② 陈力丹、戴莉莉:《党报传统:按新闻价值而不依领导人职务编排版面》,载《新闻记者》2007年第5期,第6页。

③ 杨文平、王其涛、艾海滨:《提倡领导自己起草讲话稿》,载《长江日报》2012年1月30日,第4版。



指出,“会议雏形阶段可表现为人类活动的初期阶段,为获取具体的劳动对象(或狩猎或采集),由某一个个体示意召集而形成的临时和简单的商议过程。这种‘简单的商议过程’,虽是针对具体的劳动对象的临时聚合,但认真分析起来可以发现,它已经具备了人类会议活动所具有的三个要素:有三人以上参加,有共同的议题,有公认的召集或组织者”^①。这说明了人类会议活动从口头传播时代就已存在,只不过这一阶段的会议活动带有很大的偶然性、自发性和不稳定性,还只是人类简单劳动过程的一个组成部分。

与会议活动几乎同时出现的还有会议组织者对于会议信息的记录与传播。《马克思恩格斯全集》提到了马克思根据美国学者亨·摩尔根的著作《古代社会》,记述了美国印第安易洛魁人利用贝珠记录会议信息的情况,他在记述这个部落各酋长的谈判时写道:“‘我的话都保存在这条贝珠带中’,这是易洛魁人的酋长在会议上所常说的一句话,说这话时,他就交出一条珠带,作为他话语的凭据。在和对方谈判的过程中,要交出几条这种贝珠带。对方每接受一条建议也回赠一条贝珠带。”^②同时,马克思根据《古代社会》著作叙述了部落酋长去世后,部落通过派遣使者携带已故酋长的任职贝珠带,召集其他部落长老开会的会议活动传播现象。

进入文字传播时代后,标志报纸新闻纪元的《每日纪闻》,早在公元前59年就以官方公报的方式来通报元老院及公民大会的议事纪录,以此争取舆论支持及扩大政治影响。《每日纪闻》除写在石膏板供公众阅览以外,“还有人专事抄录,把《每日纪闻》的抄件送发到各地去,与我国的‘邸报’颇相类似。当时罗马还有一些职业报人,他们摘录了《每日纪闻》上的消息,再加上一些自己搜集到的新闻,登上自备的快艇,驶向目的地。在船上他对着十二名奴隶朗读这些新闻,奴隶们埋头誊录,等到船靠码头,已有了十二份复制的抄件,可以及时拿去分送给定户阅读。一些贵族夫人和小姐便足不出户,阅读到《每日纪闻》的‘家庭版’”^③。

15世纪中期,欧洲开始出现大量印刷教会会议新闻、国会消息等内容的新闻纸或新闻书。创办于1785年的《泰晤士报》,其创始人印刷商约翰·沃尔特认为报纸应该是时代的记录者,因此该报纸尽量公正、详实地报道国会辩论、国外动态以及商业行情等信息。

① 葛广智:《会议词典》,法律出版社1991年版,第1页。

② 卡尔·马克思:《路易斯·亨·摩尔根〈古代社会〉一书摘要》,中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局:《马克思恩格斯全集》第45卷,人民出版社1985年版,第449页。

③ 姚福申:《最古老的报刊》,载《新闻大学》1985年第10期,第125页。



由此可以看出,会议活动以及会议信息传播有着历史悠久的社会实践与传播基础,其信息传播类型广涉人际传播、组织传播、群体传播、大众传播。但从影响的深度、广度来讲,对社会发展起更大作用的是存在了数百年、经大众传媒传播的会议新闻。同时由于报纸保存时间长、适合深度报道等特性,使其成为适合会议新闻报道的优质媒体之一;加上融合媒体联合运作这一改革浪潮中最积极的多是报纸,“也许因为报纸在竞争中感受的压力最大,寻求出路的心情也最迫切”^①,因此,会议新闻报道融合论多以报纸层面的会议新闻报道活动作为研究对象。

会议新闻报道对我国“意见环境”构建与认知有着超乎他国、举足轻重的力量,因此,如何提高会议新闻传播效果就成为一个有意义的课题。对新闻媒体来说,某个会议活动能否进入新闻报道范畴,应按照新闻传播规律、依据新闻价值而不是按会议级别、参加会议领导职务来界定。但在中国现有传播体制下,不懂或不尊重会议新闻报道规律的现象层出不穷,这让会议新闻报道受到了一些负面影响,使会议报道本身发挥不了应有的上令下达的功能。因此,本研究导入了影响报纸进行会议新闻报道时的生态环境研究,以了解控制环境、竞争环境、受众环境对报道传播的影响。

与此同时,会议新闻报道的主渠道——大众传播媒体受到了来自互联网的严重挑战。“1994年4月20日,世行贷款项目‘中关村地区教育与科研示范网络’(NCFC)通过美国斯普林特公司联入互联网的国际专线正式开通,当年5月21日,我国完成最高域名CN主服务器的设置”^②,这标志着我国已经迈入互联网国家行列。1995年1月,邮电部电信总局在北京、上海为公众开通网速为64K的国际互联网接入服务,这标志着中国互联网进入商用化阶段;2005年,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》进一步指出,要加强宽带通信网、数字电视网和下一代互联网等信息基础设施建设,推进三网融合;而《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》提出“要使各类新兴媒体成为促进社会和谐的重要阵地”的要求,更是强调了媒体融合化趋势对会议新闻报道提出的新要求。这种融合媒体的生态环境,使会议新闻报道过程中涉及到的传播主体、传播客体、对象以及说服技巧、传播效果等环节和要素发生了质变,由此引发的会议新闻报道改革实践,强烈要求与之发展

^① 蔡雯:《新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起》,载《中国记者》2005年第9期,第70页。

^② 王一心:《报网联动的有益尝试》,载《新闻与写作》2004年第6期,第23页。



相匹配的系统的、科学的研究体系。就此,会议新闻报道融合论的研究范围进一步界定为:研究中国报纸在融合媒体冲击下,报道会议时出现的宏观性流程环节的新变化、新气象,以及在此过程中产生的新规律;归纳总结变革中出现的新问题以及未来的发展趋势,提出切实可行的促进报纸做好会议新闻报道的建议,为其发挥高品质的舆论导向作用夯实基础。

1.2 基本概念厘清

不管是论述会议,还是会议新闻、会议新闻报道,都可能面临业界多个学术概念,这些概念之间甚至会有冲突。因此我们有必要对核心概念会议、会议新闻及会议新闻报道的概念进行厘清。

1.2.1 会议及会议新闻概念的厘定

新闻是对新近发生的、公众所关心的,欲知、应知而未知的事实信息的报道、评述和解释。会议新闻,顾名思义就是对会议活动领域具新闻价值信息的报道、评论、解释。为了更好地论证本课题,我们需要了解会议、会议新闻的定义、内涵与特性。

1.2.1.1 会议的概念

会议,字面的理解是会聚议事,大家会聚在一起商计、讨论问题,其目的是“人们为了解决某个共同的问题或出于不同的目的聚集在一起进行讨论、交流的活动,它往往伴随着一定规模的人员流动和消费”^①。

会议在社会发展中具有不可忽视的作用。依据路易斯·亨利·摩尔根《古代社会》描述,自从产生人类社会以后,有了群居生活,可以说就产生了初级、不完备的会议。当原始社会人类出现群居后,继而出现了氏族组织,为了处理氏族的内部公共事务,比如推选酋长或军事首领、分配劳动产品以解决生产中的问题的时候,会议这种形式就产生了。

马克思去世后,恩格斯在整理其手稿时,发现了马克思对该书所做的摘要和批语。恩格斯根据摩尔根对美洲印第安人社会的研究,补充了他对古代罗马、希腊和日耳曼人社会的研究材料,写成了《家庭、私有制和国家的起源》。该书第三章“易洛魁人的氏族”部分,恩格斯细节性地描写了美洲大陆印第安人部

^① 百度百科:《会议》,百度网, <http://baike.baidu.com/view/531590.htm>, 2011-10-25。