



新媒体时代 党报创新与社会发展

龙运荣 著

中国社会科学出版社



新媒体时代 党报创新与社会发展

龙运荣 著



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体时代党报创新与社会发展/龙运荣著. —北京:
中国社会科学出版社, 2013. 4
ISBN 978-7-5161-2190-0

I. ①新… II. ①龙… III. ①中国共产党—党报—
新闻工作—研究 IV. ①G219.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 044617 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 郭晓鸿
责任编辑 陈肖静
责任校对 王兰馨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名:中国社科网 010-64070619
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2013 年 4 月第 1 版
印 次 2013 年 4 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 19.75
插 页 2
字 数 313 千字
定 价 56.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换
电话:010-64009791
版权所有 侵权必究

感谢教育部人文社会科学研究规划基金项目《新媒体语境下少数民族传统文化的现代性建构研究——以湖南侗族为例》（编号：12YJAZH083）资助

序 言

2004年，美国北卡罗来纳大学教授菲利普·迈耶在《正在消失的报纸：在信息时代拯救记者》一书中预测：到2043年第一季度末，日报的读者将归于零。2008年，他又在《美国新闻学评论》发表的《未来的精英报纸》一文中强调：“日报报纸读者数量将更加急剧地下滑”，事实上，“最后一个每天读报的读者的消失时间将早于2044年10月。”菲利普教授的预言带给整个全球新闻业特别是报纸业的震惊，不亚于美国当年在广岛投下的原子弹所产生的威力。的确，菲利普教授的预测也不是空穴来风，他的依据是，当前全世界新闻业所普遍面临的新媒体的冲击和影响。

正所谓世事难料。30年前，当拉里·罗伯兹（Larry Roberts）受命为美国国防部组建阿帕网（ArpaNet）时，谁也没有能够想到这种用于军方通信的虚拟电脑网络，会对今天人们的现实生活和工作产生如此巨大的影响，对当今新闻媒体的生存构成如此强烈的冲击。今天，当阿帕网演变成因特网（笔者注：Internet，又称互联网，如没有特别说明，互联网与因特网通用，下文同），成为人们信息传播中最重要的角色之一时，谁还敢说因特网对报纸的生存和发展不构成威胁！

其实，因特网作为信息传播手段真正为大众所认识和利用，还只是近20年的事。1994年11月，美国网景公司推出了其划时代的软件产品：因特网浏览器 Netscape Navigator 1.0，这极大地方便了人们在网上搜索与浏览信息，因而激起了第一次用户上网的高潮。此后，因特网的上网用户便一发不可收拾地以大约每月10%的发展速度迅猛增加。截至2011年12月底，全球因特网用户总数已经接近21亿，每秒新增8个用户，这就意味着全球平均差不多每3个人中就有1人上网。这是何等壮观的一个景象！

因特网之所以那么让人着迷，就在于其信息传播的特殊魅力。它不仅快捷、低廉，而且即时、互动，还拥有超乎想象的海量容量和丰富多样的表现手段。它的传播时效比报纸快得多，它的传播手段比电视更丰富，同时它又具有报纸和广播电视都没有的双向性和可选性。因此，如今再发生什么重大的突发性事件，网民不会冲上街去寻找报纸号外，也不会打开电视机等待实时新闻的播出，而是越来越习惯于掏出手机上网或打开电脑上网来获取新闻。这对以提供新闻为主要职能的报纸来说，无疑是个沉重的打击。正是遭受因特网的强烈冲击，传统报纸的读者正在一点一点的流失。据美国报协的有关统计，1994 年美国的报纸总数为 1548 种，到两年后的 1996 年底减少到 1520 种，减少了 2%，并且这种递减的势头一发不可收拾。2009 年 3 月 17 日，拥有 146 年历史的美国《西雅图邮讯报》停止发行印刷版。该报忠实读者 80 岁的大卫·郎内表示：“现在我感到一个老朋友要死了。”根据美国报刊发行量统计所对 635 种工作日出版报纸和 553 种周日出版报纸统计，2010 年 4 月至 9 月，报纸日平均发行量比去年同期减少 5%。2009 年 10 月至 2010 年 3 月，发行量跌幅增为 8.7%。

因特网在与报纸争夺受众的同时，还以势不可当的速度侵吞着报纸的广告份额。尽管因特网上的广告才刚刚起步，但是其发展速度及潜在的吸纳能量却不得不让办报人胆战心惊。因特网上的商业广告最早出现于 1994 年，当年即创下广告收入 1200 万美元的纪录；第二年广告收入翻了两番，达到 5500 万美元；1996 年又翻了两番多，达到 3 亿美元。美国 2011 年第三季度的互联网广告收入达 78.8 亿美元，而与此同时，美国报纸的广告份额却在逐步减少。据美国报协的统计，1994 年美国报纸的广告营业额占全美广告市场份额的 22.8%；1995 年缩减至 22.5%；1996 年又缩减至 21.7%。2008 年美国的报纸广告收入下降到 37.9 亿美元，预计到 2012 年，报纸广告收入将下滑至 28.4 亿美元。美国的报纸都是商业化经营的，其收入的 80% 以上来自于广告，广告的损失意味着报纸经济的下滑，最终走上破产。有鉴于此，许多人悲观地认为，在与因特网的较量中，报纸败下阵来是迟早的事。

报纸的命运，果真如此吗？

事实上，作为历史最悠久的大众传播媒介，报纸并不是首次遭遇如

此的生存挑战。20 世纪时，报业已经经历过两次大的威胁，第一次是广播的产生，第二次是电视的产生。20 世纪 20 年代末，当无线电广播刚刚出现时，曾有人预言报纸将因此而寿终正寝。美国著名的《编辑与出版家》杂志曾在 1927 年的一篇社论中提出了这样的疑问：“如果公众通过广播获得了新闻，那么还有什么必要再买一份报纸呢？”此后 20 多年，当电视出现时，这种疑问又再次被人们提出，并且许多人认为，在大众传播领域，集图像与声音于一体的电视应该是报纸的真正掘墓者。但是，现实的发展并没有应验预言家的预言，报纸不但没有消亡，并且仍然是当今世界上最主要的大众传播媒介之一。

那么，这一次来自因特网的挑战，会不会同样也是“狼来了”的喧嚣呢？

如果从历史的角度来看，我们完全有理由把它当做又一次“狼来了”的喧嚣。因为传播史告诉我们，任何新媒介都不可能完全取代已有的老媒介，就像电话不可能完全取代信函，照片不可能完全取代画像一样。但是，如果从现实的角度来看，用发展的眼光看问题，我们绝不能掉以轻心。报纸在与广播和电视竞争的过程中之所以没有败下阵来，一个普遍认同的最主要的原因，就在于报纸的文字信息比广播、电视的声音或图像更详尽、更深入、更便于保存。但是，报纸的这一优势与因特网相比便荡然无存。在因特网中传输的信息均以比特（bit）的形式存在，它可以是文字，也可以是图像，还可以是声音，因此有人说因特网是迄今为止所有传播媒介表现形式及其优点的集大成者。正是因为如此，它一出现就受到了人们的普遍青睐。有研究者发现，电子传播媒介从投入商用到达到 5000 万用户所耗费的时间，广播用了 38 年，电视用了 13 年，而因特网仅仅用了 5 年。

正是基于这一最基本但却是至关重要的认识，为了迎接因特网的冲击，世界各大报刊纷纷争先恐后地登上因特网创办网络版，竞相将自己的纸墨新闻转化成比特新闻，形成了一股强劲的报纸上网热潮。这种被迫之举确实给报纸带来了转机。以马萨诸塞州的《波士顿环球报》为例，其纸质报纸的发行量在 5 万份以内，并且其发行地域仅限于本州范围内；但是上网以后，该报网络版的读者平均每天有 73000 人，其中 27% 居住于马

萨诸塞州以外的地区。该报新媒介部副主任林肯·米尔斯坦（Lincoln Millseen）兴奋地说：“突然间，《波士顿环球报》有了许多新读者，他们远在送报卡车可能到达的距离以外！”老牌的《华尔街日报》上网后，其网络版的读者有 2/3 原先不是其纸质报纸的读者，其读者平均年龄也由 52 岁下降到了 40 岁。这不仅无形中扩大了报纸的读者群，而且带来了更多的广告收入。美国著名的未来学家尼古拉·尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte）在其影响广泛的《数字化生存》一书中指出：面对即将来临的数字化时代，“一个个产业揽镜自问‘我在数字化世界中有什么前途’时，其实，它们的前途百分之百要看它们的产品或服务能不能转化为数字形式”。如果他的这一论点正确的话，那么，因特网就不仅不再是报纸的竞争对手，而是报纸获得新生的现代化手段和工具。因为报纸行业所生产的信息与服务均可以百分之百地转化为数字形式，纸墨形态的服务可以转化成比特形态的服务，报纸能够在数字化时代得以发展。

虽然，我国电脑的普及率远没有美国那么高，但是随着近年来我国经济和科技的快速发展，电脑互联网发展十分迅猛。1997 年 10 月发表的《第一次中国互联网络发展状况调查统计报告》显示，截至 1997 年 10 月 31 日，我国上网用户数为 62 万；2007 年 7 月发表的《第 20 次中国互联网络发展状况调查统计报告》显示，我国上网用户数达 16200 万，10 年增长了 260 多倍；2012 年 7 月 19 日发布的《第 30 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2012 年 6 月底，中国网民规模达 5.38 亿，互联网普及率为 39.9%。中国已经跻身世界互联网用户数最多的国家。

网络的迅猛发展同样给中国报业带来了冲击和影响。从 2002 年开始，我国许多报纸出现了发行和广告下滑的现象，人们大呼中国报业“寒冬”即将来临。其实，作为应对之策，中国报业早在 20 世纪末就纷纷开始上网，实现数字化转型。1995 年 10 月，《中国贸易报》首开上网先河，成为中国报纸上网第一家。此后，中国报纸纷纷“触网”。据 1997 年 10 月在北京召开的“97 全国电子报刊经营现状与发展趋势研讨会”上透露的信息，当时国内上网的报刊已经超过了 100 家。到 2000 年，中国已有 273 种报纸上网，约占全国报纸总数的 1/7。到目前，几乎所有地市以上的报纸都实现了上网。此外，中国报纸还借助手机终端，通过新闻短信、手机报、

WAP 网站实现了报纸新的发展。

党报是我国报业独具特色的重要组成部分，在革命斗争、经济发展、政治建设和社会进步中发挥着不可替代的、十分重要的作用。党报的产生和发展既是历史的选择，也是现实的需要。新媒体时代，党报同样不可避免地遭遇了前所未有的冲击和挑战。对于党报的前途和命运，人们也是喜忧参半。

作为一个曾经为党报付出辛勤汗水的新闻人，笔者曾在《怀化日报》、《边城晚报》、怀化新闻网等地方媒体从事了 15 年之久的新闻采编与管理工
作，先后担任过编辑、总编室主任、副总编辑等职务，对党报始终怀有一种割舍不断的情感。笔者以长期的新闻实践为基础，通过传媒人类学的田野调查方法，详细描述了新媒体时代党报的生存与发展境况，全面观察了新媒体对党报带来的各种冲击，重点分析了新媒体对党报采编方式、发行方式、广告运营方式、产业发展以及党报理论创新等五个方面的影响，并就新媒体时代党报创新与社会发展提出了一些个人见解，意欲为新媒体时代党报的发展理清思路，敲响警钟，用理念和实践创新来提升党报的竞争力。然而，由于笔者水平有限，时间仓促，错误难免，旨在抛砖引玉，希冀能得到大家的帮助和批评，便是心满意足。

目 录

序言	(1)
第一章 进入新媒体时代	(3)
第一节 从木叶传情到光电传播	(3)
第二节 新媒体的概念之争	(20)
第三节 新媒体的特点	(27)
第二章 新媒体类型	(37)
第一节 网络新媒体	(37)
第二节 手机新媒体	(60)
第三节 电视新媒体	(66)
第三章 新媒体时代的党报采编与创新	(79)
第一节 铅火历练与数字化采编	(79)
第二节 内容为王与营销至上	(92)
第三节 来信来访与数字化通联	(102)
第四章 新媒体时代的党报发行与创新	(117)
第一节 我国党报发行的主要模式及影响	(117)
第二节 数字化阅读与党报发行	(131)
第三节 新媒体时代党报发行创新	(136)

第五章 新媒体时代的党报广告经营与创新	(147)
第一节 传统党报的广告及特点	(147)
第二节 新媒体对党报广告的影响	(154)
第三节 新媒体与党报广告经营创新	(163)
第六章 新媒体时代的党报文化产业发展与创新	(175)
第一节 文化产业及其作用	(175)
第二节 党报应做文化产业发展的排头兵	(190)
第三节 党报文化产业发展的新媒体策略	(193)
第七章 新媒体时代的党报理论与创新	(207)
第一节 独具特色的中国党报理论	(207)
第二节 新媒体对党报理论的影响	(219)
第三节 新媒体与党报理论创新	(248)
第八章 新媒体时代的党报前景与社会发展	(255)
第一节 大众传媒与社会发展之关系研究	(255)
第二节 当前党报发展趋势与前景	(269)
第三节 以党报创新促进社会发展	(288)
参考文献	(297)
后记	(306)

核心提示

满山木叶堆打堆，问郎会吹不会吹？

有朝一日学会了，只用木叶不用媒。

千两银来万两银，难买阿妹一颗心，

媒婆嘴巴磨出血，不抵一曲木叶情。

行在侗寨苗乡，走在山间小路，一阵阵乐声入耳，或婉转悠扬，或如泣如诉，或欢畅愉悦，或悲泣幽怨，远听似鸟儿啁啾，近闻似山泉叮咚，充满诗情画意。这是聪颖的少数民族同胞用木叶吹出的天籁之音。木叶，既是大自然赋予人类的天然乐器，也是人们传情达意的信息传递工具。

然而，斗转星移，日月如梭。伴随着滚滚的时间车轮，人们驶入了新媒体时代，一个光电流火、行色匆匆的世纪。人们不再使用木叶传情，不再唱山歌恋爱，而是通过被称为新媒体的互联网或手机打电话、发短信、上网聊天。无论你是远在天边，还是近在眼前，只要轻点鼠标，全部的爱恨情愁化为一连串虚拟的数字组合，穿梭如织，互诉衷肠。

相同的，是人们的思念与牵挂；不同的，是自然造物与人工职能，清新天成与隐蔽虚幻。

新媒体，一个相似却又不相同的新力量，植入了我们的时代，影响着我们的生活。

第一章 进入新媒体时代

传播是人类赖以生存和发展的基本方式，人类文明的历史就是使用媒介的历史。从远古先民的刻木记事到当代人们的光电传播，人类文明已经进入到了新媒体时代。

第一节 从木叶传情到光电传播

传媒是指人类用以传递信息的各种媒介。在现代化的大众传媒产生之前，人类曾使用各种媒介来传递信息。总体来说，人类先后经历了五大传媒形态发展阶段。从远古的手舞足蹈到现代的网络视频，人类的传播方式已经发生了天翻地覆的变化，我们面对的是一个全新的新媒体时代。

一 何谓传媒

现代意义上的“传媒”是由“传”与“媒”联合组成的复合词，其词义也由“传”与“媒”合并演化而来。

“传”字经历了甲骨文、小篆、楷体三种字形变化：

字源演变：



甲骨文

小篆

楷体

“传”的含义，基本有以下几种：

一是传递、传送：《孟子·公孙丑上》“速于置邮而传命”，《史记·廉颇蔺相如列传》“传以示美人及左右”，这里的“传”都是传递、传送的意思。

二是传授：韩愈《师说》“师者，所以传道授业解惑也”，传道授业解惑就是指传授为人之道、从业之能。

三是让位、传代：《孟子》“不传于贤而传于子”，是指万章问孟子说“是不是到了禹的时候道德就衰败了，（帝位）不传给贤人却传给儿子”。

四是留传：《盐铁论·非鞅》“功如丘山，名传后世”，就是指功高如山，流传后世。

五是充分或确切地表明、表达：《世说新语·巧艺》“顾长康画人，或数年不点目精。人问其故，顾曰：‘四体妍蚩，本无关于妙处，传神写照，正在阿堵中’”，就是指魏晋时期画家顾恺之所倡导的绘画要充分表达人物的神情。

六是召唤、叫来：《红楼梦》“黛玉一一的都答应着。只见一个丫鬟来回：‘老太太那里传晚饭了’”，就是指贾母那里派人来叫大家去吃晚饭了。

“媒”字经历了小篆、楷体两种字形变化：



小篆

楷体

其含义，有以下几种：

一是婚姻介绍人：《孟子·滕文公下》“不待父母之命，媒妁之言，钻穴隙相窥，逾墙相从”，媒妁就是媒婆，古时候专门从事婚姻介绍的人。

二是谋划、斟酌：《说文》“媒，谋也。谋合二姓”，即媒妁帮助两姓男女缔结婚姻，权衡适中、择善而定之意。

三是中介：《周礼·媒氏注》“媒，谋合异类使和成者”，指使不同之物相互沟通的中介。

四是媒怨，招致怨恨：《汉书·司马迁传》“今举事一不当，而全躯保妻子之臣随而媒孽其短，仆诚私心痛之”，指司马迁对李陵举事不当，只

顾保护自己家庭而招致怨恨表述同情。

传媒，或称“媒体”、“媒介”、“大众传媒”，乃由“传”与“媒”结合而成，原意为中间、适中、平均、调解人、传导体；也可以解释为手段、工具等。1943年，美国图书馆协会的《战后公共图书馆的准则》一书中首次使用传媒作为术语，并进行了解释：“传播信息咨询的载体。”^①现代意义上的传媒，已成为各种传播工具的总称，即信息传播过程中从传播者到接受者之间携带和传递信息的一切形式的物质工具、手段或机构。

传播学意义上的传媒，可以从两个层面来进行理解。

一方面，从传媒的物理属性来理解，传媒可以是一种技术手段、一种物理形式。比如电视传媒，我们可以从其物理形式来理解，就是接收和播放电视信号的电视机。

另一方面，从传媒的社会属性来理解，传媒是一种社会组织、专业机构。传媒的技术和物理属性要通过人的创造和使用来实现，传媒的性质由其所属的社会结构性质来决定。比如传媒系统的信息传播活动要依靠人们制定的一套社会规则来运作，从信息的采集、制作和传播都由人来决定。传媒既可以是私人机构，也可以是官方机构。比如西方国家的许多传媒集团都是私人的，世界最大的传媒集团之一的新闻集团（News Corporation）其主要的股东和首席执行官是鲁伯特·默多克，他的家族控制着这个公司30%的股份。而社会主义中国的许多传媒机构则是国家所有，以《人民日报》为代表的党报属于中国共产党中央机关报，其所有权属于国家。

传媒仅仅就其物理形式来看，是没有阶级属性的，它可以为任何阶级或社会集团使用和服务。传媒的物理形式跟传播技术的发展紧密相关，人类历史上的传媒形态曾发生过多次的革新。而从传媒的社会属性来看，传媒是社会阶级的产物，代表着一定阶级或集团的利益，为一定阶级或集团的利益服务；其传播内容和传播对象为一定社会的组织、政府和机构控制或影响。

^① 高丽华：《新媒体经营》，机械工业出版社2009年版，第2页。

二 传媒形态的历史进程

农历十月，一个很平常的早晨，“叮叮当当”的牛铃声从芷江碧河侗寨进宝冲^①的吊脚楼下响起了，偶尔夹杂着吆喝声，还有鸡叫声。笔者睁开双眼，窗外透进来一片晨光。笔者起身轻轻推开窗门，薄薄的云雾还萦绕在吊脚楼的前后。此时大约是早晨6点，碧河的村民开始了一天的生活。

笔者的报道人 YXJ 听到笔者起床的声音，也从被窝里爬起来，搓揉着睡意蒙眬的双眼，打着哈欠。也许是昨晚聊得太晚的缘故，我们都感到很疲惫。

YXJ 下床的第一件事便是把桌上的电脑打开，然后拿毛巾到屋外的自来水管旁洗脸，电脑播放出熟悉的刘德华的《天意》。趁 YXJ 洗脸的工夫，笔者打开他电脑桌面上的酷狗音乐盒，将其音乐列表抄录如下：

1. 刘德华：《天意》
2. 刘德华：《练习》
3. 赵传：《爱要怎样说出口》
4. 陈慧琳、刘德华：《我不够爱你》
5. 刘德华：《木鱼与金鱼》
6. 张学友：《想和你去吹吹风》
7. 王心凌：《第一次爱的人》
8. 王心凌：《喜欢你怎么办》
9. 信乐团：《死了都要爱》
10. 王力宏：《唯一》
11. 庞龙：《你是我的玫瑰花》
12. 张韶涵：《隐形的翅膀》

^① 作者博士论文田野调查点。芷江侗族自治县位于湖南省西部，地处武陵山系南麓云贵高原东部余脉延伸地带，东邻湖南中方县、鹤城区，南接湖南洪江市、会同县及贵州省天柱县，西连湖南新晃侗族自治县及贵州省万山区，北界湖南麻阳苗族自治县及贵州省铜仁市。芷江素有“滇黔门户、黔楚咽喉”之称。境内有蜚声海外的第二次世界大战反法西斯胜利的标志性建筑芷江抗战胜利受降纪念坊以及盟军第二机场芷江机场、中美空军联队俱乐部、受降堂、中国工农红军第二军团、第六军团司令部旧址、湘西剿匪烈士纪念碑等一大批纪念性建筑。