

媒介融合下党报转型升级与 科学发展研究简述

袁新洁^a, 周 艺^b

(湖南科技大学 a. 人文学院; b. 商学院, 湖南 湘潭 411201)

摘要:在媒介融合的视域中对党报进行观照,包括学界研究的三个阶段(铺垫期、起步期、拓展期);相关核心概念界定;研究的逻辑结构与拟采取的研究方法;研究的意义、目的;研究的创新点与不足等。对这一课题的研究,能够以新的传播理念和技术重塑党报的出版业态,推动党报在媒介融合下转型升级与科学发展,构建媒介融合下的舆论引导新格局服务。

关键词:媒介融合;党报;转型升级;科学发展

中图分类号:C56 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-5884(2014)02-0174-03

媒介融合的设计由来已久,早在1978年,麻省理工学院的尼古拉·尼葛洛庞蒂用一个图例演示了三个相互交叉的圆环趋于重迭的融合过程,表达了他对于电脑业、印刷出版业以及广播电影业正在和即将趋于融合的远见卓识^[1]。他的这种观点,在为新媒体提出了具有潜力的发展机会的同时,也为传统媒体提出了一个有潜力的再发展空间。

在我国,随着新闻体制改革的日益深入,特别是媒介融合引发的舆论传播方式和格局的历史性变化,使整个传媒环境发生了广泛而深刻的变革。历史从未像今天这样,拥有如此纷繁复杂的媒体形态。以互联网为代表的新媒体异军突起,电子媒体奋力争先,都市类报纸发展迅速,以党报为代表的传统主流媒体的生存空间受到了巨大的冲击和挤压。所以,媒介融合浪潮给报业带来的,或许是报业诞生400年以来最深刻的一次危机,也或许又是影响报业未来400年发展的一个最重要契机。

在此背景下,党报如何以更具包容开放的心态、更具力度的操作方式,以及更核心、更强大的竞争力,承前启后,继往开来,在当下和未来的竞争中拔得头筹,为构建媒介融合下的舆论引导新格局服务,是现实向我们提出的一个极具价值又亟需解决的问题。

1 本研究的发展阶段

媒介融合下的党报转型定位与发展方向,是现实向我们提出的一个极具价值又亟需解决的问题,学界对这一问题的研究已有一定基础。整体看,其进展可分为三个阶段。

1.1 第一阶段(2005年)——铺垫期

这一阶段的研究大多停留在对西方媒介融合概念的引入和现状的介绍上,对党报只是有所涉及,论述也较为分散。但论及媒介融合,对本研究有一定的学术铺垫作用。如蔡雯在《新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起》中介绍了美国“融合媒介”“融合新闻”的概念;王茫茫在《分众时代的媒介融合》中认为“媒体科技”和“科技媒体”已成为影响社会意识形态发展的一种力量;董甲勇在《新形势下,传统媒体面临挑战吗》中强调新生的网络媒体已经对庞大的传统媒体群发出了强有力的冲击波等。

1.2 第二阶段(2006年)——起步期

这一阶段的研究视角趋于多样化,尤其是关于媒介融合的作用、功能及影响的研究已较为详细、系统。涉及党报的部分,已开始关注党报融合的微观层面,即形态、功能的融合,并出现了一些争鸣的声音^{[2][213]}。这是一个重要的起步,如陈绚在《论媒介融合的功能》中认为,媒介融合带来了新闻采写、传播模式的变革和传播观念的革命性的进步;季林在《作为媒介的报纸:生存抑或死亡》中认为,只有应用新技术延伸报纸的终端,其命运才会具有生存的希望。张建军在《报业的危机与转型》中认为,人类传播发展的历史告诉我们,任何一种新媒体的出现不会取代已有的媒体,新旧媒体会共同生存,原有媒体需要与时俱进地进行变革,以谋求自身在环境中的位置等。

1.3 第三阶段(2007年以后)——拓展期

这一阶段的研究不仅有广度上的拓展,而且有深度

上的开掘,对党报的研究进入常态。仅“人民共和国党报论坛”第七届(2010)年会论文,就有1/3论及《人民日报》以及东部经济发达地区党报的全媒体化运作。意味着研究进入了系统化、能够构建自己理论体系的阶段:

产生一批有影响的相关论著。如徐沁的《媒介融合论》对多重视角下媒介融合的六大模式进行理论探讨;王菲的《数字新媒体时代下的媒介融合论》揭示了传媒业各种巨变背后的必然规律和未来走向;王佳航的《主流媒体核心竞争力:党报机制体制创新研究》回答了党报集团增量改革模式的创新问题;宋兆宽的《党报品牌建设研究》旗帜鲜明地提出党报品牌这一中心概念;吕尚彬的《中国大陆报纸转型》在学界率先提出了报纸转型的“总体性、分化、断裂、博弈、整合”五个范式等。

完成了一批有深度的硕士、博士论文。如郜书锴的《全媒体时代我国报业的数字化转型》讨论了全媒体时代新闻生产的基本原则、悖论和不同面向;袁秀丽的《我国党报的危机及应对策略》强调党报要做好报业主业,以应对“体制之痛”;王娟的《新媒体冲击下我国报业应对策略探析》提出应采用与新媒体联姻的方式,为报纸插上新技术的翅膀;谢娟的《报业的媒介融合之路》认为“大媒体时代”已经来临,媒介融合才是报业抵御新媒体冲击的解决之道等。

涌现了一大批有分量的学术论文。如孙玉双的《中国媒介融合的现状、表现形式与未来》认为我国媒介融合主要表现为跨媒介融合、传统媒体内部业务的融合和融合新闻等;葛玮的《中国特色传媒体制:历史沿革与发展完善》认为在新形势下推进传媒体制创新,必须从我国传媒业的发展历程来把握发展方向;胡思勇的《党报要做现代主流报纸》认为,党报既需要解决“市场进入”问题,又需要解决“市场提升”问题。张东明的《改变与坚守:党报集团全媒体转型的实践与思考》认为,党报集团变革中仍有核心的价值需要我们坚守和光大等。

出版了一批有力度的译著。如奎因(澳)、费拉克(美)的《媒介融合——跨媒体的写作和制作》从多个视角探讨了观察媒介融合问题的方法。菲利普·迈耶(美)的《正在消失的报纸——如何拯救信息时代的新闻业》提出了保存和稳定报业社会责任功能的商业模式——“影响力模式”。雷米·里埃菲尔(法)的《传媒是什么:新实践·新特质·新影响》从传媒的日益分众化的角度切入、质疑传统意义的“大众传媒”而今是否依然存在,并在新闻全球化的浪潮中,探求传媒市场的转型等。

综上所述,当下国内外对这一问题的研究日渐深入,虽然早期也有一些不同的声音(如“报业消亡论”),但目标渐趋一致,即实现媒介融合条件下党报的转型定位与科学发展。正如喻国明认为:“中国的媒介业(包括报业)在此番‘涅槃’式的洗礼之后,通过体制机制的创新、通过赢利模式的再造、通过数字化表现形态的整合,一定会迎来‘爆发式’发展的新局面。”^[3]但综观这些研究,作为传统媒体的党报到底应该实现怎样的转型定位?怎样实现转型定位?其发展方向到底指向何方?国内学界与业界都对此做了哪些有益探索?将这些问题归于一盘棋内进行系统研究的成果并不多见,或语焉不详。这表明该研

究领域还有较大的空间有待拓展。

2 核心概念界定

2.1 媒介融合

1983年,MIT政治学学者伊锡尔·德·索拉·普尔(Ithiel de Sola Pool)在《技术的自由》(Technologies of Freedom)一书中,最早提出媒介融合的概念。普尔的媒介融合,主要是基于数字技术进步所带来的媒体介质之间的融合,并预言这必将成为一种趋势。

本文所说的“媒介融合”,是基于互联网技术的媒体的内容、介质、渠道及终端的融合,报网融合、数字电视、网上广播、3G手机、还有众多网络互动媒体的出现都是媒介融合的具体例子。其本质在于消费者可以通过基于网络的便携终端,获取各自所需的信息与服务。

2.2 党报

本文所说的“党报”,除特别说明外,专指中国共产党在全国执政后的中央、省(自治区、直辖市)、地(市、州、盟)三级委员会机关报^{[4][7]}。实际上,我国仍存在少量的县(市、旗)级党报——主要是民族自治县(市、旗)的报纸及民族文字报纸。2003年中国报刊治理整顿,新闻出版总署规定:“县(市、旗)和城市区不办报刊,已办的要停办。对解放前由我党创办的报纸,民族自治县(市、旗)的报纸及民族文字报纸,予以保留等。”

2.3 报业集团

报业集团是企业集团的一种形式,是以报纸为核心,以报业和带有报业外延性质的实业为主体,兼营其它非报业经济实体的经济联合体。在我国现阶段,报业集团必然是以党报为龙头的企业集团,如人民日报报业集团、光明日报报业集团、南方报业集团、新华日报报业集团等。

2.4 传统型媒体

是相对于近几年兴起的网络媒体而言的,以传统的大众传播方式即通过某种机械装置定期向社会公众发布信息或提供教育娱乐的交流活动的媒体,主要包括报刊、广播、电视三种。本文所说的“传统媒体”,多指平面媒体中的党报这种传播载体。

2.5 现代型媒体

本文所说的现代型媒体,是指基于平面媒体、电子媒体、网络媒体的文化传播系统的总称,其最大特点是网络互联互通,信息资源共享,能为受众提供包含语言文字符号和非语言文字符号等在内的多种信息服务。

2.6 新主流媒体

《新京报》社长戴自更称,基于“把职业报人新闻理想和职业经理人的营销理念统一起来,把深厚的新闻底蕴和强烈的市场意识统一起来”(汤耀国:《市民报与“新主流媒体”》)的理念,新主流媒体应该是介于严肃的政党报和大众化的通俗的都市报之间的综合性城市日报^[5]。

2.7 新媒体

是相对于传统媒体而言,是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态,是利用数字技术、网络技术、移动技术,通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信

息和娱乐的传播形态和媒体形态。如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。新媒体具有交互性与即时性、海量性与共享性、多媒体与超文本、个性化与社群化等特征。相对于传统媒体、新媒体被形象地称为“第五媒体”。

2.8 自媒体(We Media)

“自媒体是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。”(自媒体. <http://baike.baidu.com/view/45353.htm>/2010-4-12。)主要包括博客、SNS、个人日志、个人主页、个人微博等。其中最具有代表性的托管平台是美国的 Facebook 和 Twitter, 中国的 Qzone 和 Weibo 等。

2.9 全媒体(omnimedia)

南京政治学院周洋认为,“全媒体”是媒体走向融合后“跨媒介”的产物。具体来说,是指“综合运用各种表现形式,如文、图、声、光、电,来全方位、立体地展示传播内容,同时通过文字、声像、网络、通信等传播手段来传输的一种新的传播形态。”^[6]它是信息、通讯及网络技术条件下各种媒介实现深度融合的结果。中国人民大学新闻学院彭兰认为,全媒体化“是指一种业务运作的整体模式与策略,即运用所有媒体手段和平台来构建大的报道体系。单一报道仍然可以是单媒体、单平台、单落点的。但是它们共同组成一个大的报道系统。从总体上看,报道便不再是单落点、单形态、单平台的,而是在多平台上进行多落点、多形态的传播。报纸、广播、电视与网络是这个报道体系的共同组成部分。”周洋的观点被称为“传播形态说”,彭兰的观点被称为“运营理念(模式)说”。我们认为,应该将二者结合起来考虑,才是当前对于全媒体比较完整的认识。

2.10 全媒体记者

所谓“全媒体记者”,其基本要求是能够利用一切传播技术为采访服务,能够根据媒体的不同特点,分别为平面媒体、电子媒体和网络媒体提供稿件。现在,“全媒体记者”模式及与其伴生的内容共享机制,正在广州日报报业集团、宁波日报报业集团、烟台日报传媒集团等推广。

3 研究内容、意义与创新点

本研究的内容主要由四个部分构成:第一部分是“挑战与机遇——媒体融合下党报的业态现状”;第二部分是“传统型向现代型——媒体融合下党报的转型升级”;第三部分是“增强核心竞争力——媒体融合下党报的历史方位”;第四部分是“全媒体经营——党报发展的未来之路”。本研究以“党报的业态现状分析”为前提和逻辑起点,阐述媒介融合条件下党报面临的挑战与机遇;以“传统型向现代型的转换”为主体,实现媒介融合条件下党报的转型升级;以“增强核心竞争力”为重心,锚定媒介融合条件下党报的历史方位;以“全媒体经营”为目标和落脚点,积极探索和稳步推进党报的全媒体发展。最终实现

党报的理性变革,形成新的党报业态。以上环节环环相扣,逐步深化,形成了研究思路的主轴。这条主轴,较好地回答了媒体融合条件下党报“转什么型,怎样转型?定什么位,怎样定位?怎样实现科学发展?实现怎样的科学发展?”等问题。

本研究在媒介融合的视域中对党报进行观照,有助于把握当下党报的转型定位与发展方向,推进对党报地位功能的再认识,为党报采取怎样的框架与逻辑应对当下的严峻局面,以新的传播理念和技术重塑党报出版业态,提供了理论支撑;进而为推动党报由传统型向现代型的战略转型,打造舆论引导新格局,提供一种有战略价值的思维范式。最核心的价值在于为高层决策者谋划有中国特色的媒介融合之路提供借鉴,为确保党的意识形态安全服务。

本研究创新点在于:第一,选题好,对媒介融合下党报的转型定位与发展方向进行专题研究。当前的研究,聚焦于媒介融合的多,聚焦于媒介融合下泛媒体的生态现状与发展对策的多,但把党报单独析出并进行专题研究的并不多见,至少是力量不强。党报是我们党、政府和人民的喉舌,是我们重要的执政资源,是当仁不让的主流媒体。党报的发展关乎党的利益、国家的利益和人民的利益,关乎我们的国家形象。在这样一个传媒环境日新月异的时代,亟需我们从理论和实践上进一步加大对党报发展的关注和投入。第二,视野广,把研究视野扩大到党报的历史作用、现实定位与未来发展等。媒介融合条件下党报的转型定位与科学发展,是本文研究的重点。在此基础上,将研究的领域延伸到党报的历史作用与未来发展,并借鉴国外主流媒体的先进做法,将本研究推进到一个更广阔的视野中,研究成果对新媒体格局下党报的发展具有更深层次的参考价值。不足之处在于:由于我国党报体制的特殊性,导致了党报在我国传媒业中的特殊地位(领头羊作用),一些关于媒介融合下党报的转型定位、发展对策研究,似乎也适用于普通的平面媒体,这在下一步的研究中需要引起注意。

参考文献:

- [1] 谢娟. 报业的媒介融合之路[D]. 成都: 四川大学, 2007.
- [2] (美)罗杰·菲德勒著,明安香译. 媒介形态变化: 认识新媒介[M]. 北京: 华夏出版社, 2000.
- [3] 喻国明. “拐点”的到来意味着什么——兼论中国传媒业的发展契机[J]. 中国记者, 2005(10): 32-34.
- [4] 邓小平论新闻宣传[M]. 北京: 新华出版社, 1998.
- [5] 吴刚, 徐文俊. 新主流媒体: 地市晚报的发展取向[J]. 新闻前哨, 2004(5): 68.
- [6] 罗鑫. 什么是“全媒体”[J]. 中国记者, 2010(3): 28-83.
- [7] 彭兰. 媒介融合方向下的四个关键变革[J]. 青年记者, 2009(6): 22-24.