

## 传统媒体怎样利用和管理新闻博客

作者：郑建丽

传统媒体对博客新闻资源的利用中，新闻博客是其中最重要的一种新闻源类型，对新闻博客的有效利用与有序经营，对于传统媒体在新闻来源渠道的拓展和新闻报道方式的创新方面，无疑有着不容忽视的影响。

“新闻博客，顾名思义就是在互联网上建立，利用网页向公众发布自己采集的新闻以及发表自己观点的博客。”“博主”多为传媒专业人士和传媒机构，少部分是非传媒界人士；传播的资讯主要是其所采集的新闻资讯或者个人关于时事的看法与观点；开博目的旨在传播自己所采集和链接的新闻资讯和个人观点。其大致可分三类：一类是传媒机构在门户网站上开设的官方传媒博客；一类是传媒专业人士所开设的“记者博客”，如“柴静·观察”“小丫跑两会”等著名记者开设的博客；其三即是非传媒专业人士所开设的新闻博客，如美国著名个人新闻网站“德拉吉报道网站”等。

目前，国内传统媒体对于新闻博客多停留在对其信息资讯的采集、传播与利用上，但对博客本身的管理和经营意识比较薄弱，而这恰恰是传统媒体可以有一番作为的新领域：

### 如何利用媒体官方微博

目前，传统媒体网站普遍开设了本媒体的官方微博，这些官方微博或集中开设在新闻门户网站上，如新浪，或开设在本媒体的电子网站上，如新华网。这种代表媒体机构的集体性博客除了官方博客外，还有一种叫做博客杂志。

但传统媒体官方微博大多流于形式，几乎没能对媒体本身起到拓展作用。如，杂志和出版社的许多官方微博大多停留于介绍书讯、书展等最初级表层信息，没有深入的话题策划与讨论；报刊很多是书评或者历史钩沉，往事回忆，而对其大量内部新闻采集故事资源没能好好利用，这都是缺乏管理与经营意识的典型体现。

对于媒体官方微博的经营要根据新闻博客的特点，将之发展为传统媒体可以有所作为的另一个新平台。其一，与以推出新闻为主要特点的传统新闻网站相比，博客的互动性更强；其二，与互动性很强的网络BBS等即时聊天方式相比，博客由于其网络日志的独特媒介技术特性，得以保持话题的集中性、稳定性和连续性，这对于有针对性地开展大型话题的讨论和策划至关重要。因此，媒体官方微博可以利用博客这一特殊网络技术，有计划地进行大型话题的策划与讨论。

媒体对自己的官方微博和媒体内的记者博客也应当进行统筹规划，协调发展，让集体性的官方微博和个体性的记者博客相得益彰：前者可开展一些大型话题的策划与报道，并对记者博客信息资源进行有效整合；后者则着重展示记者们丰富多彩的个性特色，用富于个性的新闻故事和评论观点，对新闻进行纵深和延展报道。

### 发挥“记者博客”的双重特性

和媒体官方微博不同，记者博客具有双重性：一是和媒体官方微博一样，受媒体机构组织编辑方针和宣传制度的制约；二是和官方微博不同的是，记者博客鲜明的个体性：个体性体验、个体性故事、个体性观点和个体性记录。对于记者博客的管理和经营就要从两个方面来入手：媒体的公共性和记者的个体性。

大概从2006年开始,中国的记者博客开始勃兴,尤其两会期间,记者博客如雨后春笋般不断涌现。如何对记者博客进行有效利用和有序经营?如何将传统媒体和记者博客这样新兴的互联网报道形式有效结合起来,这是传统媒体拓展自身发展思路的一个良好契机。

1. 充分发挥记者的个体性:延伸报道和纵向拓展。记者博客最大的优势是可以把许多传统媒体“遗漏的新闻”再利用,并进行富于个性的叙述和评论,而且由于其篇幅不受限制,可以大大拓展信息报道的范围和深度,也就是延伸报道和纵向的拓展,从而弥补传统媒体的不足。

由于版面有限,记者采访到的许多一手新闻无法全部与受众见面,于是,许多被“遗漏的新闻”就成为媒体记者博客中的记录内容。如,此次汶川地震中许多记者催人泪下的第一线手记,即是通过新闻博客的形式得到传播。记者博客新闻对于传统媒体新闻报道来说起到广度和深度的双重拓展作用,而传统媒体也应该由此入手,合理规划与记者博客的取长补短式发展策略。

2. 遵守记者博客的公共性:必要约束与有效整合。记者博客一个不可避免的事实是其作为传媒人的职业身份,这使记者博客不可能和一般网民的博客那样在发表言论、记录事实时随心所欲,必须考虑到自己的身份影响力,兼顾自身所处媒体的立场和利益。这就是记者博客的公共性。

对于记者博客的这一特性,发展步伐更快的西方传媒已经对传媒人的博客做出了直接或间接的约束。如美国,直接约束即是对开设博客的记者做直接限定,如《洛杉矶时报》规定,任何试图开设个人博客的职员必须得到职期主管许可,只要其符合报纸的新闻职业标准将获得批准。在获批准后,职员应小心不要在他们的博客中写任何报纸不可接受的东西。而间接规定则是由通用的媒体准则对传媒人采集和传播信息的行为进行约束。国内一些传媒对于记者博客的管理还没有西方传媒有如此明确意识和比较系统的操作方法。所以,一方面缺乏对记者博客进行必要管理,另一方面也不能对记者博客信息资源进行富于成效的整合利用。

整合利用相对来说就复杂一些。一是鼓励记者,尤其是名记者开设博客,尽量把自己在采访一线所获、而在传统媒体上由于种种原因无法发表的资讯记录下来,并可相对自由地发表自己的观点与看法;二是对于已经开设的记者博客要进行资源上的有效整合和利用,如除鼓励记者尽可能把博客开在自己所属媒体的网站上以外,也不拒绝门户网站的资讯链接;三可重点策划和经营名记者博客,做出品牌效应等。

总之,随着记者博客的迅速崛起,传统媒体对记者博客的经营意识和经营策略应本着和传统媒体相辅相成的原则提到议事日程上来,以期在新媒体技术不断发展的今天获得双赢的结果。(作者单位:中央财经大学文化与传媒学院)

(纸媒文本见《中国记者》2008年第7期)

回首页

来源:《中国记者》  
阅读:351次  
日期:2008-07-25

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体: 大 中 小 】

上一篇:从道德价值观念的塑造看客家文化的儒家特质——以客家族群的自我救助为例

下一篇:张允若等:《外国新闻事业史》同步练习(八章)

>> 相关文章

- 默多克呼吁中国开放媒体
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(30)
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(29)
- 动态竞争环境下传媒战略管理新视角
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(27)
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(26)
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(25)
- 《编辑力初探1.0:写给编辑人的信》(24)

发表评论



- 尊重网上道德,遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任

点 评:

用户名:

密码:

发 表



字数0

- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .