

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2019.05.016

重回“伞形结构”:传统媒体新闻客户端 创新的空间走向^①

朱春阳,曾培伦

(复旦大学新闻学院,上海 200433)

摘要:面对目前我国传统媒体新闻客户端发展的诸多困境,可以用“伞形结构”战略来开展客户端市场的存量改革,最终形成央媒客户端、硬新闻垂直新闻客户端和省、市、区县级新闻客户端的五级市场结构。这一存量改革,应以“互联网新型主流媒体”为发展模板,以“议程设置能力”和“社会沟通能力”为主要培养目标,使传统媒体新闻客户端在“伞形”的不同层级各司其职,最终成为“现代传播体系”的有机组成部分。

关键词:媒体融合;国家治理;新闻客户端;伞形结构;存量改革

中图分类号:G206.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-7835(2019)05-0118-08

一 研究缘起与问题提出

自2014年“媒体融合元年”至今,从中央和省市级媒体以“中央厨房”为龙头工程的融媒改革,到2018年掀起的县级融媒体中心建设风潮,由行政力量驱动的中国媒体融合进程取得了可观的成绩,各个层级、各种类型的传统媒体也在用不同的具体实践方式来展示对媒体融合的理解。无论是何种形式的实践,核心都是为了处理好“传统媒体”和“新兴媒体”之间的重要关系,即“中国媒体融合”的内涵——“传统媒体和新兴媒体融合发展”。

然而,传统媒体新闻客户端在“量”上的繁荣并不意味着传播与经营上“效”的实现。比达咨询(BigData Research)监测数据则显示,2018年第1季度主要手机新闻客户端同领域用户覆盖率、平均单次运行时长、人均日启动次数方面,今日头条、腾讯新闻、UC头条和ZAKER位居前列,而这些关键指标中能挤进前十的唯一传统媒体背景的客户端只有凤凰新闻,即使下载量高达2.5亿的

人民日报客户端也未在榜中^②。

为什么比其他形式拥有更大技术潜力的新闻客户端,却未在媒体融合中体现出传播方面的优势?面对投入了大量资金的传统媒体新闻客户端,如何进行存量改革来解决这种“量”与“效”之间的落差?

面对这两个问题,以个案为主要研究方式的现有文献似乎难以作出回应。因为每一层级的传统媒体新闻客户端所面对的改革任务和用户市场都是独特的,个案成功经验的复制很可能是无效的。基于这一研究现实,本文认为,应该在中国媒体融合所在的宏观产业与技术背景下进行分析,并回到中国媒体融合的逻辑起点——国家治理体系与治理能力现代化来通盘考虑,为不同层级的传统媒体新闻客户端确立新的发展坐标,这样才能最终将其打造为“互联网新型主流媒体”,使其在“各司其职”中成为“现代传播体系”的有机组成部分。

^① 收稿日期:2019-01-11

基金项目:复旦大学上海新媒体中心招标项目阶段性成果;复旦大学新闻学院高峰学科支持项目成果

作者简介:朱春阳(1972—),男,河南平舆人,教授、博士生导师,教育部青年长江学者,主要从事媒介管理研究;曾培伦(1985—),男,河南南阳人,博士生,主要从事媒介经济研究。

^②比达咨询:《2018年第1季度中国手机新闻客户端市场研究报告》,http://baijiahao.baidu.com/s?id=1603070697198243028&wfr=spider&for=pc,2018-05-15.

二 客户端创新的困境:传统媒体的蓝海,商业平台的红海

(一) 供给侧改革:打开蓝海大门,遭遇红海浪潮

2015年中央提出的“供给侧结构性改革”战略如今已深入各行各业,其重点是解放和发展社会生产力,用改革的办法推进结构调整,减少无效和低端供给,扩大有效和中高端供给,增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性,提高全要素生产率。具体到新闻和宣传方面,同样要减少无效供给,逐步缩减受众日益流失的落后渠道,减少受众不感兴趣的内容,提高舆论宣传和新闻信息的传播效果。如今的新闻客户端是传统传播渠道的补充和延伸,放在媒体融合的整体进程中看,是在中央厨房“一次制作、多渠道发布”布局下的关键环节,是“两微一端”标准配置榜样下的产物,同时也是县级融媒体中心建成之后的重要平台。而这些融合举措的核心,其实都属于能力再造和资源重组、流程重构、贴近和适应新媒体用户的“供给侧改革”。

有学者回顾了我国新闻领域多年来的改革历程,发现无论是都市报为代表的经营创新,还是后来整合优化资源的集团化战略,大体都属于供给侧性质的改革,有的涉及到劳动力、资本、技术和制度中某一项因素,有的则是涉及供给侧多个因素的综合性改革^①。但值得注意的是,如今的改革背景已与传统媒体时代迥然不同:以往的供给侧改革,都是在区域分割的市场条件下进行的。但是如今的传统媒体客户端则面对的是媒体融合的技术背景,是广袤无边界的互联网空间,区域藩篱被技术所消解,新闻市场和舆论空间从区域走向全国甚至全世界。在此情况下,如果依然试图像传统媒体一样“千报一面、各居一城”,无异于刻舟求剑。当同质化的新闻内容和功能设置出现在数百种新闻客户端时,最终一定会形成马太效应,大多数的新闻客户端都将沉淀至行业的底部。同时,当传统媒体新闻客户端与早进入市场且在技术和资本方面双双占优的商业新闻客户端同场竞技时,用户会用拇指在智能手机的屏幕上做出

选择,商业新闻客户端成长为行业的“头部企业”也就不足为奇了。

就新闻客户端而言,它相当于为传统媒体打开了一片通往未来世界的蓝海,而事实上,因为商业平台作为该领域的先头部队已经发育成熟,早已经是一片杀机四伏的红海。原以为上了客户端就解决了问题的所在,而事实上却是万里长征第一步,雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。这是作为供给侧改革的新闻客户端运营者必须面对的现实和必须具备的心里预期。

(二) 需求侧饱和:红海之中如何寻找通往未来世界的方向

互联网平台是开放的全国性市场,用户的需求也必须放在“全国一盘棋”的视角下审视。当年澎湃新闻的成功被很多客户端视为标杆,纷纷以时政新闻为方向努力做以信息和观点取胜的“严肃媒体”,然而近五年过去了,并没有出现第二个澎湃,这不是因为其他媒体做不到,而是市场本可能不需要第二个澎湃。因此,需求侧的状况往往决定了供给侧改革的真实效果。

就互联网新闻产品而言,无论供给的是宣传性内容,还是新闻性内容,用户的注意力都是最重要的。如微博的阅读、评论和转发量,微信的10W+和“在看”数量,客户端的日活跃度。只有内容的供给转化为需求侧的用户数据,这种供给才能成为有效供给。如果从用户互联网使用来看,大众媒体的消费时间是相对有限的,除了吃饭睡觉和工作,剩余的“可支配时间”是所有媒体竞争的战场。这种竞争无疑是零和博弈,用户在一个客户端上投入更多的时间,很可能是以减少使用其他客户端为成本的。数据显示,2018年人均单日在互联网使用时长为341.2分钟,相较于2016年增长了75.4分钟;其中,微信人均单日使用时间为85.8分钟^②。在数量方面,62.4%的用户常用的新闻客户端数量为2~3个,另外更有约1/4的用户只使用1个新闻客户端^③。因此,即便供给侧为用户提供了数百种新闻客户端,但在需求侧方面,对于单个用户来讲只有2~3个客户端

^①蒋亚平:《深化新闻供给侧改革 创新繁荣新闻产品供给——学习习近平关于新闻舆论和网信工作讲话有感》,《新闻与传播研究》2016年第7期。

^②QuestMobile:《中国移动互联网2018年度大报告》, <https://www.digitaling.com/articles/100162.html?2883973>, 2019-01-28.

^③艾媒咨询:《2016上半年中国手机新闻客户端市场研究报告》, <http://www.iimedia.cn/44054.html>, 2016-08-08.

的供给是有效的。而大量的传统媒体新闻客户端,因为内容范围窄、定制推送准确性差、新闻内容过于严肃、用户交互性差、更新速度慢等原因,而导致下载量少、活跃度低,甚至成为“僵尸”新闻客户端^①。

如上所述,如果将互联网空间作为一个整体市场看待,在马太效应之下的新闻客户端市场将永远是一个寡头垄断的市场,头部客户端占据更大的市场和更多的用户使用时间,这是毫无疑问的。从需求侧来讲,用户的新闻客户端使用时间是有限度的,大量雷同的客户端,反而分散了用户,不能达到预期的传播效果。

因此,在如此大的存量面前,为了避免其成为媒体融合的“沉没成本”,利用好已有的品牌影响、技术平台以及用户资源,传统媒体新闻客户端必须在既有的红海中找到通往未来世界的方向,才能走出一条独特之路,实现弯道超车的后发优势^②。

三 重回伞形结构:基于国家治理现代化建设的考量

(一)传统媒体新闻客户端与国家治理现代化建设

治理现代化是国家建设和社会文明的重要标志^③。党的十八届三中全会提出了“全面深化改革的总目标是完善和发展中国特色社会主义制度,推进国家治理体系和治理能力现代化”的命题。习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上所作的报告更是从战略高度出发,对国家治理体系和治理能力现代化提出了一系列新的要求。在政治学研究中,国家治理通常是指“国家政权的所有者、管理者和利益相关者等多元行动者对社会公共事务的合作管理,其目的是维护社会秩序,增进公共利益”。多中心,网络化,合作管理,被认为是治理概念的核心^④。2014年开始的我国媒体融合工程在中西对比的视野中看,也具有不同的内涵与框架:实践主体是传统媒体,主导和推动者为行政力量,其目标为重夺舆论场上议程设置的主导权领导权,巩固和扩展意识形

态舆论阵地。而从高层领导历次讲话来看,之所以将媒体融合视为“顶层设计”,正是因为其背负着在主流舆论引导方面的重任,而并非单纯市场经营的诉求。媒体融合工程所要建设的“新型主流媒体”,不单单是盈利状况优秀的媒体,也不再仅仅是依靠行政级别获取社会地位与影响力的媒体,而是当人们面对社会生活产生困惑时能够起到方向性指导的主流媒体^⑤。可以说,媒体融合工程是嵌入我国政治文明建设宏观系统的有机组成部分,在互联网多元舆论复杂并存的现实面前,如何通过互联网新型主流媒体展开有效的政治沟通,促进国家治理体系和治理能力现代化建设,是我国媒体融合工程的重要使命。

在实践方面我们也可以看到这种努力的方向。中央厨房的建设将主流声音“统一生成、多渠道播放”,让主流舆论在多个渠道中形成共振。县级融媒体中心则被视为“打通最后一公里”,在政治沟通薄弱同时又群体性事件频发的基层形成主流舆论的汇聚枢纽。与那些“借船出海”的政务公众号、微信号相比,新闻客户端在政治沟通中显然更具优势。首先,政务新媒体缺乏专业团队的加持。截至2018年底,经过新浪平台认证的政务机构微博达138 253个,各级党政机关单位共开通政务头条号78 180个。在众多的政务新媒体群体中,鱼龙混杂,未经过专业训练的操作团队常常成为诱发舆情的次生灾害滋生地。其次,由于平台的技术限制,并不能为公众提供更及时的回应,如很多机关微信公众号每天只能推送1次,在突发事件发生时根本无法提供及时的信息。最后,商业平台上也不方便进行主题直播、专题宣传等稍复杂的政治传播活动。

传统媒体客户端的政治传播能力也在实践中获得了用户的认可。艾媒咨询的统计显示,重大政治活动传播中,传统媒体新闻客户端言值(言值数值越高代表网民对其舆情评价越友好)具有明显的领先优势。2018年两会期间央视、人民日报、新华社的言值位居前三,其中央视新闻客户端最高,达79.9,而在市场占有率上领先的头条和腾讯则仅为

①高菲:《传统媒体新闻客户端的现状及其发展建议》,《新闻战线》2018年第13期。

②孙兵兵:《媒体融合进程中对外传播的时效度研究》,《湖湘论坛》2019年第1期。

③彭洲飞:《再探国家治理现代化——基于哲学视角的思考》,《新疆社科论坛》2017年第5期。

④贾立政等:《专家圆桌:“第五个现代化”启程》,《人民论坛》2014年第10期。

⑤朱春阳,刘心怡,杨海:《如何塑造媒体融合时代的新型主流媒体与现代传播体系?》,《新闻大学》2014年第6期。

46.7 和 40.8。这证明在舆论影响力方面,传统权威媒体的客户端具有更大的公信力和影响力^①。

因此,本文认为,新闻客户端作为传统媒体“移动传播矩阵”的旗舰力量,既要正视当前新闻客户端市场的“马太效应”,也要认识到当前社会治理者和社会舆论对于主流声音的需求。传统媒体新闻客户端建设,应以“互联网新型主流媒体”为发展的最终模型,以“议程设置能力”和“社会沟通能力”为核心的“传播能力”为主要能力培养框架,才能符合我国媒体融合和国家治理现代化的未来愿景。

(二)伞形结构:来自美国传媒业空间结构走向的经验坐标

在互联网出现之前,传统的美国报业的整体结构被詹姆斯·罗斯称为“伞状竞争”结构,按其分类,美国报纸存在 4 个竞争层面,每个竞争层面充当覆盖下一竞争层面城市的一种庇护。其中,第 1 个竞争层面由大规模的大城市日报组成,它们覆盖整个地区或州;第 2 个竞争层面由位于大城市中心周围的卫星城市日报组成,但卫星城市日报的新闻报道通常关注地方新闻,而不是大城市新闻;第 3 个竞争层面是由关注新闻报道范围非常窄的郊区日报组成;在第 3 个竞争层面之下,周刊和商品信息报的竞争构成了第 4 个层面的竞争^②。彼时,这一伞形结构分布的区域报业市场竞争主体能够有效形成错位竞争,实现报纸对区域市场的高效率、立体化开发。伞形结构也成为判断报业市场是否开放与成熟标准之一。

由于移动媒体的迅猛发展,美国报业的伞型结构随着报纸传播形态的不合时宜而不断收缩,但新兴的互联网平台巨头赖以崛起的空间结构走向究其本质来看依然是分层分级、错位竞争的“伞状结构”道路。首先,如今的互联网市场可以看作是被网络技术所扩大的当年的区域市场,只不过在市场中的竞争者由报纸变成了新媒体,而且互联网对区域垄断的消解也让我国新闻客户端市场具有了当年美国报业的市场化特质。其次,伞形结构的原理是不同层级的媒体在某一市场中利用“受众差异”和“产品差异”两种策略去觅得自己独特的利基市场。而如今我国传统媒体新闻

客户端市场中业已形成中央、省、市、区县等多层级客户端的竞争,这一天然的“层级”使“伞形结构”有了实现的基础。

更重要的是,参照国家治理体系现代化的目标,以及媒体融合的核心目标之一“建构现代传播体系”,传统媒体新闻客户端在宏观架构上必须科学合理,才能成为现代传播体系的组成部分。而不是像如今新闻客户端面临的窘境:要么在狭窄的同质化领域混战,要么脱离受众变成“僵尸客户端”。

因此,本文认为,如果传统媒体新闻客户端能够形成科学合理的伞形结构,在政治沟通中“分工合作、各司其职”,将会与国家治理体系形成结构性共振和同步,有助于国家治理现代化目标的实现。

四 新闻客户端空间结构的转向:五级伞形结构的实现路径

如今,我国传统媒体新闻客户端在各个层级都具有了相当的规模并且依然在飞速扩展。不但在初创期间要投入大量的人力、物力和财力,而且还经历了持续的升级迭代,这都需要依据市场环境追加投入。如前所述,如果这些客户端始终在“同质化”的窠臼中原地打转,像地市级新闻客户端跨层级地盲目模仿中央媒体新闻客户端的做法,那么其在统一开放的互联网市场中将毫无竞争优势,传统媒体新闻客户端的前期巨大投入也可能会变成媒体融合的“沉没成本”。因此,如果要在传统媒体新闻客户端中形成科学合理的“伞形结构”,中央级客户端到区县级客户端都须在助力国家治理现代化建设的政治沟通能力上找准自己的新功能坐标。本文在目前已有个案研究的基础上,尝试建构一套传统媒体新闻客户端的“五级伞形”产业结构,下面将结合相关案例对五个层级的客户端定位进行详细论述,以期为我国新闻客户端的存量改革提供一条可选路径。

(一)中央级媒体新闻客户端:主流舆论宣传的引领者

中央级媒体共有 18 家,但居于核心位置的无疑是人民日报、新华社和中央广电总台三家。在新闻客户端建设方面,三家各有所长,在各类排行

^①艾媒咨询:《2017-2018 中国手机新闻客户端市场研究报告》,http://www.iimedia.cn/60894.html,2018-03-22。

^②(美)罗伯特·G·皮卡德,杰弗里·H·布罗迪:《美国报纸产业》,周黎明译,中国人民大学出版社 2004 年,第 48 页。

榜中都位居传统媒体新闻客户端的前列。中央级媒体新闻客户端作为“伞形结构”的最顶端,担负着权威新闻信息发布和主流宣传信息传播的重任,即如习近平总书记所提出的“占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点”。

人民日报客户端于2014年6月上线,如今下载量已逾2.5亿,其口号为“有品质的新闻”,这种品质不单因其依托母报人民日报强大的采编力量和内容积累,使新闻产品本身维持在很高的水平,更重要的是其价值观的引领作用,尤其是在“两会”“国庆节”“建党节”等重大时间节点推出的一系列引导主流舆论的专题策划。如在2016年纪念建党95周年的报道中,人民日报客户端推出原创特稿《95年不易,中国共产党为什么能》、沙画视频《五分钟浓缩中国共产党95年历史》、H5产品《全体党员同志!习近平今天有话和你说,快听!》等生动的全媒体作品,在网民中得到大量的转发,有效地引导了当时的舆论主题。

新华社客户端和央视客户端分别在现场直播新闻和音视频领域具有巨大的优势,因此在新闻报道中也与人民日报客户端有不同的侧重,三者之间形成了既竞争又互补的良性互动关系,共同组成了代表党和政府发声的伞形结构的“顶端”。

另外值得一提的是2018年末横空出世的“学习强国”客户端,据权威的客户端行业数据网站appannie.com的排名,“学习强国”客户端自上线以来,在不足一月的时间内就登上了苹果应用市场免费排行榜前五,并在随后长期居于榜首的位置。闯奇科技·CQASO的监控数据也提供了同样的证据,学习强国上线以来以非常惊人的速度在免费榜攀升,并在2019年1月中旬之后基本稳定在第一的位置,直到4月份才出现波动^①。这背后,各级党组织的推动作用功不可没,多地还出台了正式文件来推进这一客户端的安装,积分制度也提高了党员干部的客户端使用时长。“学习强国”创办机构为中宣部,并非传统媒体,但其各频道中转载了大量的中央级媒体的权威新闻,这无疑会分流央级媒体客户端的使用时长。因此,面对这一竞争对手,如何在履行好“引导主流舆论”的职责的同时,保持并强化现有的传播力和

影响力,是伞形结构顶端的几家媒体应该尽早思考的问题。

(二)硬新闻垂直领域新闻客户端:重大新闻事件的参与者

除了中央级媒体外,还需要在时政、经济等硬新闻垂直领域形成一组单列的全国性新闻客户端。这些新闻客户端应以专业性取胜,与主打主流舆论引导的中央媒体形成区隔,也要与大众化的社会新闻保持一定的距离。在“新型主流媒体”的序列中,这类媒体需要在自己专长的领域形成权威性和影响力,在发生重大新闻事件时成为媒介议程的设置者,也要成为政府议程和公众议程的沟通者,促进社会共识形成,助力多元对话结构为基础的国家治理现代化体系。在这一定位上,如今的澎湃新闻、界面以及财新等客户端都做出了十足的努力,成为垂直市场的领跑者。

例如澎湃新闻,在创建伊始就宣称要“立志成为中国第一时政品牌”。截至2018年6月,澎湃新闻新闻客户端的累计用户数已达1.2亿。澎湃新闻把最主要的人力、财力和精力都放在内容生产上,聚焦时政与思想、调查和深度报道等专业门槛较高的领域,每年总成本的80%花在采编或与内容相关的部分^②。2016年3月,澎湃新闻跟踪报道了山东非法经营疫苗案,对这一涉案金额达5.7亿元、关乎人民群众身体健康的重大案件进行了深入详实的报道,揭示了二类疫苗领域的“体外循环”乱象以及政府的监管漏洞,并最终促成了《疫苗流通和预防接种管理条例》的紧急修改。

与社会、娱乐等软新闻相比,聚焦政经的硬新闻很难成为读者每天关注的热点,微博的“热搜”与百度的“搜索排行”多被八卦新闻占据。然而,对社会产生真实影响力的仍然是硬新闻,对重大新闻事件的调查、报道、评论与推动解决,关乎人民的切身利益。与中央级党媒客户端所形成的“伞形顶部”相比,这类客户端的重点并非主题宣传和主流舆论的塑造与引导,而更像是一个与受众并肩而行的专业的观察者、沟通者和参与者。

当然,这类面向全国的垂直新闻客户端的发展难度其实最大,因为其多脱胎于地方媒体,由地方走向全国,硬新闻领域也需要巨大的资本投入。

^①闯奇科技·CQASO:《学习强国App实时排名数据》, <https://www.cqaso.com/apps/1426355645/rank?country=CN>, 2019-05-11。

^②黄杨:《互联网新型主流媒体提升传播力的路径分析——以澎湃新闻为例》,《新闻与写作》2018年第11期。

澎湃总编辑刘永钢就坦言:从某种程度上说,澎湃难以复制。这里有时间窗口、区位优势,还有政策的支持力度等等^①。

(三) 省级媒体新闻客户端:区域舆论监测与管理平台

前两种客户端均为面向全国市场的媒体,共同居于伞形结构的最顶层,而在其之下则是省级媒体所建的新闻客户端。在实践中,作为上海报业集团新媒体拳头产品之一的澎湃新闻成了不少省级媒体的“创新榜样”,于是涌现出大量同走“时政”硬新闻路线的新闻客户端。但正如前所分析的,这一垂直领域的进入成本壁垒较高,而且往往只能容纳 1~2 名领先者,事实也证明这种对创新的效仿并未促成与澎湃新闻同量级的客户端出现。

因此,本文认为省级媒体新闻客户端的定位应立足“区域平台”,以“舆论监测与管理”为抓手,整合现有资源,形成全省“一张网”的客户端生态系统。向上可以对接央媒的新闻舆论宣传工作,向下可以统合与管理市县两级的媒体资源。

例如,山东省大众报业集团就意识到先前“客户端矩阵”所带来的注意力和影响力分散问题,于 2018 年底整合了新锐大众、山东 24 小时新闻客户端、山东手机报客户端、大众论坛、齐鲁壹点等客户端,建成了山东省新媒体大平台的移动端出入口——“海报新闻”客户端,并将逐步接入闪电新闻等省级及各市优质客户端,打通县域融媒体中心平台建设。正如其上线时声称的:“是一次主力军向主战场的战略进军,吹响了在移动端筑牢舆论主阵地的集结号”,而“链接政务、管理舆情、助力社会治理”则成为其功能的重要组成部分^②。这一整合在用户数据上也起到了效果,在苹果市场免费客户端的排名中稳定在 30 名左右,最高曾达到第 8 位^③。

另外,天津、湖北和湖南的党媒也以“云”的平台方式被整合起来。“津云·中央厨房”二期

工程“云上系列”已上线,目前有 177 家单位入驻。通过“津云”客户端中央厨房进行后台统一管理,目标是在移动端形成全方位、多层次、多声部的主流舆论矩阵,构建全市网络舆论管理“一盘棋”的生态格局^④。湖北广电集团“长江云”客户端将“舆论引导与意识形态管理平台”作为其定位之一^⑤,湖南日报的“新湖南”客户端也实现了类似的架构和功能,通过统一的“云”技术后台实现对省市县三级“一端两微”政务新媒体统一备案、集中管理、实时监测,“一键推送”党委政府权威声音,“一键删除”有害信息^⑥。

值得一提的是,如今不少央媒跳过省级媒体直接参与县级融媒体中心的建设,有可能造成省级媒体在省内媒体中的统合与管理功能的稀释。在我们的调研中,某省级媒体副总编就透露了类似的忧虑。但 2019 年初中共中央宣传部和国家广播电视总局联合发布的《县级融媒体中心建设规范》则提出了“县级融媒体中心应优先利用省平台资源,结合实际情况进行部署,已建设的系统应逐步对接到省平台”的部署原则^⑦。因此,在全国新闻客户端的“伞形结构”中,省级媒体应抓住“县级融媒体中心建设”的机遇,主动承担起区域平台构筑者的角色,尤其是关乎国家治理现代化建设的政治沟通能力的打造上,以“舆论”为中心配置客户端的平台监控和管理功能。

(四) 地市级媒体新闻客户端:政府与市民的沟通桥梁

与省级媒体新闻客户端常常在“全国”和“本省”两种定位间游移相比,地市级媒体新闻客户端对自我的评估与定位显得比较清晰,大多走的路径为“城市党报+都市报”的混合体,一方面传达市委市政府的各项权威信息、策划主题宣传、做好政务公开,一方面传播城市新闻、服务市民生活。

如宁波日报报业集团旗下的新闻客户端“甬

①林颖颖:《澎湃新闻的灵魂是主流价值观——专访澎湃新闻总编辑刘永钢》,《新闻与写作》2018 年第 10 期。

②海报新闻:《以报为名,以海为号!今天,“海报新闻”上线了》,http://www.dzwww.com/shandong/sdnews/201812/t20181212_18170639.htm,2018-12-12。

③闻奇科技·CQASO:《海报新闻 App 实时排名数据》,https://www.cqaso.com/apps/847521617/rank?country=CN,2019-05-11。

④“津云”中央厨房:《津云:构建网络舆论运营“一盘棋”的探索》,《中国记者》2017 年第 7 期。

⑤李彪,王永祺:《2017 年媒介融合趋势:从单向度融合到多层次融合》,《出版广角》2018 年第 3 期。

⑥毛晓红:《党媒由“端”到“云”的平台建设路径》,《新闻战线》2018 年第 1 期。

⑦中共中央宣传部,国家广播电视总局:《县级融媒体中心建设规范》,http://www.nrta.gov.cn/art/2019/1/15/art_2081_43372.html,2019-01-15。

派”,其定位就是“打造区域性、本土化、城市型融媒体中心”,不到两年注册用户数超过160万,日活跃度保持在22%左右,高于绝大多数城市新闻客户端,用户数量在2018年更是突破了300万。“甬派”还确定了为期6年的发展目标,从做新闻、打影响,到做服务、增黏性,意图建设“城市服务移动新平台”^①。城市党报和都市报一直以来都扎根本地,积累了优秀的社会公信力,而在其基础上诞生的新闻客户端,继承了这些无形财富,将城市党报的影响力从线下延至线上。以甬派为例,其一方面逐渐成为市委市政府领导层了解民情民意的快捷窗口,很多事关民生的批示都源于甬派的调查报道;另一方面,市民也通过客户端的“爆料”频道来反映问题,为甬派记者提供新闻线索。这样一来,甬派就成为沟通政府和市民的重要桥梁,以它为中介,社会管理者和大众在双向沟通的基础上共同完成对城市的治理。

(五) 区县级媒体新闻客户端:地方宣传与区域治理的枢纽

在中央“县级融媒体中心”战略的部署下,区县级媒体迎来了大整合的历史契机,县级广电、县级报纸和县党委政府开办的网站、内部报刊、客户端、微信、微博,以及县党委新闻中心或宣传报道组等所有县域公共媒体和宣传资源将合归一处。于是,传统的新闻宣传业务和政务服务都会集中在“融媒体中心”这一平台上实现。

从国家治理的角度来看,作为“最后一公里”的县域治理能力建设,需要承担非常重要的政府沟通任务,尤其是在网络传播的环境下,互联网治理已成为国家治理体系重要组成部分^②。县级融媒体中心的建设不仅要继续履行当年传统媒体的新闻宣传任务,更要扮演县域层面社会沟通中心节点的角色。2018年8月21日全国宣传思想工作会议上习近平总书记所提出的县级融媒体中心建设的建设标准——“引导群众、服务群众”,紧扣县域治理能力现代化的建设诉求。《县级融媒体中心建设规范》中,就包含了“党建”和“政务”

的模块。其中,党建模块对接党委部门技术平台,按照“媒体+”的要求,为党建提供信息发布及宣传、管理服务,协助党建工作的开展,包括党建新闻、党建管理、党务管理、在线培训考核、效果评估、党内沟通等;而政务模块则对接政府部门技术平台,为智慧政务提供信息发布及宣传、互动业务,包括新闻发布、政务公开、政务办理、建言资政、服务评价等^③。

目前的县级融媒体中心建设正在全面铺开,各种“模式”“样板”层出不穷,但总体上可以分为两种路径,一种为“单兵扩散”,如长兴传媒集团;一种为“云端共联”,如“赣鄱云”“浙江媒体云”等^④。但无论是哪种路径,在“移动优先”的战略下,客户端的重要性不言而喻。据调查,目前有579个县拥有新闻客户端,覆盖率达30.96%,已经具备一定的硬件基础^⑤。因此,基于县级融媒体中心的客户端,就要在建设县域社会沟通枢纽的目标下,履行好地方宣传和政府服务的职责。而具体形式上,是独立创办新闻客户端,还是依托市级或省级客户端开发“区县版”,则要依据当地的经济实力、政府支持力度以及媒体硬件基础来具体判断,丰俭由人。

五 结语

本文通过分析当下传统媒体新闻客户端的发展困境,参照美国传媒业空间结构走向的变迁,从媒体融合目标和国家治理的角度提出用“伞形结构”来开展客户端的存量改革。从面向全国的央媒客户端和硬新闻垂直新闻客户端,到省、市、区县级新闻客户端,构建出我国传统媒体新闻客户端的新型空间结构,强化了新闻客户端作为国家治理体系与治理能力现代化核心承载平台的基本功能。

与美国传媒业由传统报业的“伞形结构”向互联网行业的“伞状结构”的走向变迁相比,其本质差异性在于,我国新闻客户端的“伞形结构”并非基于商业市场细分的考虑,而是与国家治理体

①何建华:《深耕本城 精准连接 智能融合——城市型融媒体“甬派”现象透析》,《新闻战线》2017年第19期。

②应松年:《加快法治建设促进国家治理体系和治理能力现代化》,《中国法学》2014年第6期。

③中共中央宣传部,国家广播电视总局:《县级融媒体中心建设规范》,http://www.nrta.gov.cn/art/2019/1/15/art_2081_43372.html, 2019-01-15。

④朱春阳,曾培伦:《“单兵扩散”与“云端共联”:县级融媒体中心建设的基本路径比较分析》,《新闻与写作》2018年第12期。

⑤陈国权:《中国县级融媒体中心改革发展报告》,《现代传播》2019年第4期。

系和治理能力现代化的建设要求相匹配,以实现在舆论宣传方面多层次政府与民众的沟通功能。需要进一步考虑的是,驱动整个伞状结构体系中的各级媒体展开竞争的动力机制该如何设计?如果一个体系缺乏合理的动力机制,这一体系将陷入严重的空壳化困境,很难发挥作用。在当前的政治改革过程中,事业单位、企业化管理这一既有体制在十九大后被进一步强调,如何协调事业单位中作为驱动机制的企业化管理的正向功能,消除其对传播干扰的负向功能,应该是当下我国媒介融合过程中需要破解的重大难题。在没有更合适的机制被应用到如何办好一个“好的事业”的情况下,企业化管理在当下被再次寄予厚望。其中无奈如何言说?唯有通过不断大胆创新与探索,才能获得正解。这一问题将是下一步我们研究的重点所在。

回望当年,我国新闻客户端承载着传统媒体

在新媒体时代“独立行走”的梦想,投入了巨大的资本和人力,形成了较大的存量。但就目前来看,大多数的客户端并未实现创办时的期望,“两微一端”的组合甚至开始被“两微一抖”的说法取代。但是我们需要清醒地认识到,即便商业平台一时火爆可能为传统媒体带来一定的流量,这些流量也是留存在商业平台上的,而如何向传统媒体本身“引流”,才是更值得思考的问题。

因此,新闻客户端作为传统媒体在移动互联网时代融合发展的“嫡子”,理应受到足够的重视。这不仅仅需要不同层级的新闻客户端结合自身情况,找准自己的定位,也需要政府的顶层设计,站在“全国一盘棋”的高度,合理配置不同层级媒体的政治功能与社会角色。只有这样,我国传统媒体新闻客户端在迈向“互联网新型主流媒体”的道路上,才不至于陷入同质化和僵尸化的困境,才谈得上肩负我国媒体融合的历史使命。

Return to “Umbrella Structure”: Spatial Trend of Traditional Media News Apps Innovation

ZHU Chun-yang & ZENG Pei-lun

(School of Journalism, Fudan University, Shanghai 200433, China)

Abstract: There exist the development dilemmas of traditional media news apps in China. This paper proposes to carry out the stock reform of news apps with “umbrella structure”, and finally form a “five-level umbrella” market structure including the national media apps, the vertical news apps of hard news, and apps in provinces, cities and counties. This stock reform should take “the new mainstream media of the Internet” as the development template, and “the ability of agenda setting” and “the ability of social communication” as the main training objectives, so that the traditional media news apps can perform its duties, and eventually become an organic part of the “modern communication system”.

Key words: media convergence; state governance; news apps; umbrella structure; stock reform

(责任校对 龙四清)