

利用受众自制内容推动报纸网站创新

作者：王斌

从内容产品层面来看，报纸网站创新的基本前提是微内容的崛起。微内容指向互联网上细小的单元，包括一篇博客、一段视频、一句留言、一次点击乃至一次收藏行为。其中，对媒体内容产品有直接借鉴意义的是用户自制内容UGC (User Generated Content)，也就是那些蕴含着创造性努力、在网上公开可得、在专业渠道之外所生产的内容^①。微内容的出现改变了网络内容的分布格局，在数量上，大量由非专业人员制作的信息改变了网络信息的构成比例；在形式上，微内容展示了Web2.0条件下的维基、博客、社会网媒介（SNS）等多种传播手段的应用。需要思考的是，媒介对于传播内容构成巨变的回应是什么？网络媒体在这种趋势下所能体现的角色和功能是什么？以新闻报道为基石的报纸网站如何在这一传播趋势下彰显自身价值？

从微内容到新闻报道：媒体有效利用网络

目前，UGC已经在媒体的日常新闻生产中得到了一定重视。

一是UGC可以提供新闻线索，记者利用网民博客、视频、跟帖等发现新闻话题，沿线索追踪和挖掘新闻。

二是利用UGC直接作为报道素材。网民提供的事实和意见进入新闻内容，节省了采访人力物力耗费，尤其是一些敏感话题或时间要求紧迫的新闻事件，记者可以在第一时间从网上得到新闻素材。9月15日，有着158年历史的第四大投资银行雷曼兄弟公司（Lehman Brothers）向法院申请破产保护，引发了“金融海啸”迅速冲击全球市场，这是非常重要的财经和国际新闻。当日纽约各大媒体的数十辆转播车就聚集到该公司总部外，开始全天候报道。与各大媒体报道相伴的是网上涌现的大量用户自制内容，主要为金融界人士的目击描述、点评和感想。《新闻晨报》以一篇感情丰富的博客文章为基本内容，刊发了《雷曼华裔员工：简直像贾府被抄》的报道，其中原文引用数段博主的看法。该文迅速被新浪、搜狐、和讯、腾讯等网站转载。在短时发生的国际新闻面前，事件的距离和话题的专业性无疑为记者采访构成一定障碍，而博客作者熟悉投行业务、叙述细腻生动、又有中国文化背景，她的文章提供了解读这一事件的绝佳素材，是媒体青睐的半成品“新闻预制件”。

简言之，在采纳用户自产内容服务于新闻生产方面，传统媒体已经开始诸多尝试。但上述采纳UGC的媒体行为只限于新闻源上的开拓，总体上仍服从媒体筛选资讯、记者编辑充当“把关人”的基本模式。相比微内容的丰富和多维，网络媒体的载体特性和技术优势仍未充分发挥。报纸网站的理念更新不能局限于采纳一定量的UGC，还在于发掘更多UGC的价值。

微链接：网络媒体对新闻资源的深入挖掘

事实上，依靠拓展新闻源的方式仅能链接到有限的微内容，而互联网微内容是一个充满活力的海量资讯系统，在媒体有限的专业集纳能力、受众不断增长的资讯需求、微内容超越传统信息产品的效用这三者之间建立一种协调机制成为必要。具体到网络媒体就是进行微链接。微链接是指网络媒体在自身新闻采、编、发理念指导下，对符合新闻价值的微内容进行有序有效链接，使其产生对网民的实际利用效用。

从资讯生产的操作模式来看，微链接的过程就是报纸网站把原生态、混杂、分散的用户自制内容(UGC)做有序、有意义的链接，使其成为网络媒体信息生产链条的延伸。以用户自制内容中最常见的类型博客为例，美国大部分报纸网站都设立了突发新闻博客、天气预报博客、交通博客、专栏作家博客等，这些博客话题广泛，博主有

编辑记者，也有读者，而由非专业人士开设的博客成为具有活力的资讯来源。从微链接的理念出发，媒体不只是选择部分人在报纸网站开办博客，或者从很多博客中选登文章，而是要利用Web2.0的技术特性发掘整个博客世界的微内容价值。

美国地方报纸《诺克斯维尔新闻前哨》(Knoxville News Sentinel)在田纳西州已经有100多年的地方新闻报道历史。这家报纸就充分利用其长期报道本地事务的优势，通过微链接方式，将社区服务延伸到一个由报纸网站主办的博客平台Knoxville Blog Network (KBN)。他们以Knoxville当地很多人的博客为微链接对象，相关内容都是博主们撰写的本地新闻及衣食住行，这些微内容构成了一个远超过该报所报道信息的全面生动的“地方拼图”。报纸网站并没有创造新资讯，但是通过KBN这个平台，将当地的博客一网打尽，提供一个专门基于博客文章内容的检索系统，并推荐最热门博客、最活跃博客、最多回复博客、被链接最多博客等，以“有关诺克斯维尔的内容”为主题，充分利用微内容的自组织特性，将之有序呈现。其理念是：帮助用户以最快速度获得最有价值的博客内容。这种良好体验将促使用户对网站产生黏性，也使他们花费在博客的时间更有效。

从运行角度看，这个博客平台是报网互动的成功范例。KBN是由典型传统媒体（一家地方报纸《诺克斯维尔新闻前哨》）和专门化网络服务公司（博客新闻网BlogNetNews.com, BNN）合作建设的。BNN公司的技术专长则是优化博客空间的使用行为，一方面让读者更快速方便地找到所需信息，另一方面让博主更好地了解其他博主和读者兴趣。

从功能角度看，KBN提供了以下的使用特性：

依据Knoxville地区博主们链接的新闻故事而制作发布的当日要闻

只针对当地博客群范围的微型搜索引擎

快速链接Knoxville地区最火爆的博客评论

快速链接Knoxville地区每日最活跃的博客

Knoxville博主们链接最多的博客文章

采用这样的功能设计，微内容的使用过程不再是碎片化的资讯，而可以增添互动性和有效性。博主可以很快概览到博客圈有哪些更新以及值得链接的东西；老读者可以更有效地看到最新的他们喜欢的内容类别以及找到新的感兴趣的博主；新读者可以容易地了解该地区博客群的文化氛围并找到喜欢的内容。这种微链接实践体现了报纸网站作为媒体集团成员的分工细化和专业能力的扩展。以用户创新为导向的微链接可以帮助媒介超越自身的产制能力所限，在依靠用户引导用户的过程中嵌入人们的传播行为，进而更好地服务社区。

微链接的多重影响

微内容及微链接的源头虽然是个性化的用户自产内容，但其传播结果却将牵涉到多维度的社会影响，如知识产权法规的改进，文化环境的碎裂，个人隐私的保护等。从媒体组织创新的角度看，笔者认为微链接至少有三方面潜在影响，可以归结为微链接的3C。

第一，创意阶层(Creative Class)对媒体相关从业者的职业竞争。用户生产内容(UGC)也被称为用户创造的内容(User Created Content, UCC)，这个称呼反映出对网络用户创造性的重视。微链接把媒体与有生产能力的互联网用户连接起来，这将对目前的专业摄影师、设计人员、自由撰稿人等职业产生一定的冲击，基于微内容和微链接的媒体运营模式将会改变以往职业人群与媒体的内容供求关系。

第二，沟通平台(Communicative Platforms)作为媒体的新兴盈利模式。像本文提到的诺克斯维尔博客平台一样，网络媒体已经开始由生产在线内容转为提供UGC的传播平台。在微内容崛起的背景下，避内容生产之短，扬沟通能力之长是媒体的现实选择，专业媒体的角色就是参与式新闻时代的关系疏导者、游戏规则制定者。平台经济的相关理论是进一步探索网络媒体创新模式的研究方向。

第三，媒介价值链(Value Chain)的扩散。与媒介建立沟通平台对应的是，媒介价值链也会从信息生产为核心转向更为多元的价值诉求，包括观点(Opinions)链接、创意(Ideas)链接、讨论(Discussion)链接、协作(Collaboration)链接，评价(Recommendation)链接，也即包容了多元功能。媒介价值链的扩散是多种向度的，一方面可以延伸向媒介行业之外的领域，比如旅游服务，微链接可以提供基于特定地域或主题的毛细血管式的渗透，搭建体验式空间；另一方面沟通平台创造的利益也不是单向流动，将部分回报给那些制作UGC的用户，形成媒介与用户分享价值的模式，无论是直接分享媒体经营微链接的收益还是由使用这些UGC的人付费给生产者。

(作者单位：中国人民大学新闻学院，作者是瑞典媒介管理与转型中心访问学者)

(纸媒文本见《中国记者》杂志2008年第10期)

[回首页](#)

来源: 《中国记者》
阅读: 376 次
日期: 2008-10-17

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

上一篇: 人民日报、人民网、东方卫视合力打造《30年·30人》大型人物访谈节目开机

下一篇: 左翼作家对文艺大众化问题的讨论

>> 相关文章

- 《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》(39)
- 爱心铸品牌——徐州报业传媒集团6年助学提升品牌影响力
- 《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》(38)
- 《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》(37)
- 奋力开创新华社战略转型和事业发展新局面
- 《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》(36)
- 转型升级 破解难题 加快发展——浙江日报报业集团的新探索
- 《编辑力初探1.0: 写给编辑人的信》(34)

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责任
- 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

点 评:

字数0

用户名: 密码:

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 .