



高校校报在校园媒体互动中的发展优势

时间：2004-3-10 11:53:04 来源：中国新闻研究中心 作者：周晓虹 阅读31685次

发稿：中国新闻研究中心

作者：周晓虹

单位：湖州师范学院党委宣传部

地址：浙江省湖州学士路1号

电话：(+86572)2321125

邮编：313000

摘要：社会四大媒体在日趋激烈的竞争中出现了以相互合作求共同发展为最终目的的媒体互动新趋势。在传播竞争中，作为传统媒体的高校校报已越来越呈现出它的局限性。因此，高校校报应在校园媒体互动中寻求自身发展的突破，在互动中找到新的发展优势，实现更大发展。

关键词：媒体互动 高校校报 发展优势

媒体互动是指在报道活动中不同媒体间的相互补充相互推动关系，媒体互动的结果会使传播效果更为完美，不同媒体也相得益彰。因为每种媒体有自己的长处和优势，也有自己的短处和劣势，而不同媒体间的互动，便可做到取长补短，优势迭加①。

社会媒体互动的启示

相对于网络这一新媒体来说，报纸、广播、电视是传统媒体。媒体之间竞争激烈，同一种媒体内部的竞争同样如火如荼。但在竞争的另一面，却是以相互合作求共同发展为最终目的的媒体互动。

1998年，《中国电视报》推出“我与电视”征文活动。中央电视台《我与电视》专题节目以电视媒体特有的方式和手段，将征文中的典型事例生动地表现出来，产生的冲击力和影响力是报纸媒体所无法或很难达到的。《我与电视》从报纸征文活动到电视专题节目，清楚地显示了前者是后者的基础，后者是前者的升华。

再如广播媒体与电视媒体的互动。电视虽然具有形象直观的优势，但大部分节目是前期拍摄制作，在播出时很难与观众进行即时交流。北京有线电视台信息频道与北京人民广播电台新闻台合作，由后者推出《京城广厦》广播版，在电视版首播刚刚结束，广播版立刻开通，记者和业界人士利用广播常用的热线电话方式，以本期电视版播出内容为主，回答听众提出的有关房地产的问题。这一节目电视版与广播版的互动，创造出一种新的节目形态，不仅使受众面扩大，而且在受众与媒体、业界的沟通，媒体、业界信息的纵深提供，信息的有效性等方面都得到了

- 娱乐广告传播模式
- 寻找“直指本心”的广告
- 企业新闻运作策略全析
- 焦虑性编辑倾向对报纸...
- 英雄形象传播的新趋势...
- 论卫星传播对国家主权...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 从“广东非典型肺炎事...
- 修辞学观照中的视听传播

拓展①。

随着第四媒体——网络的崛起，各传统媒体纷纷与网络联姻，建立自己的网站，据不完全统计，中国已经包括党报《人民日报》在内的三百多种报纸在网上发行了电子版；中央电视台体育节目《足球之夜》和《世界体育报道》把网络信息来源作为丰富节目的一个重要组成部分；广播方面，世界上著名的国际广播公司如英国的BBC已建立在线新闻网站，美国之音VOA用二十三种语言在网上进行音频广播②。中央电视台的央视国际网站（<http://www.cctv.com>）有网上直播节目；人民日报社的人民网（<http://www.peopledaily.com.cn>）以二十四小时滚动新闻弥补报纸出版时间和版面的限制；中央人民广播电台的中国广播网（<http://www.cnradio.com>）不仅增加了文字图片的传播形式，还在网上实现了在线直播和在线点播。

单一传统媒体与网络互动之外，为适应国内外日益激烈的竞争剧势，一些大型传媒集团也应运而生。如上海文广新闻传媒集团，它下属的媒体就有上海人民广播电台、上海东方广播电台、上海电视台、上海东方电视台、东方网络股份有限公司、每周广播电视报社等六家媒体，而这六家媒体分属四大媒体。这样的传媒集团出现就是为了整合媒体，实现资源共享，统一管理，强化党对新闻媒体的领导和控制力，不断增强新闻传媒业的活力和竞争力，进一步壮大实力，以应付日趋激烈的全国乃至全球传媒市场的竞争。

高校校园媒体发展现状

因为高校的思想政治教育和校园文化建设要求高校以多种媒体的不同功能来为之服务，因此，报纸、广播、电视、网络一般高校都已建立，但相对来说，受众范围较小，主要是校园内部，因此，媒体的规模较小，从业人员多为教师、学生。由于四大媒体的媒介不一样，他们之间真正意义上的合作并不明显。但校园媒体各自为政却有很大的制约性，新闻等资源无法实现共享，人力资源得不到最大限度的开发利用；潜在受众群资源也没有得到挖掘。

而校报和广播、电视相比，有其优势，但也有明显的局限性。它的主要局限性在于新闻更新速度太慢。2001年6月，笔者对浙江省内26所高校校报的情况进行了一次抽样调查，其中出版周期的情况为：出刊周报1所，旬报2所，半月报10所，双旬报3所，月报10所（由于条件所限，笔者只以浙江省高校校报的情况为例）。可见，高校校报的出刊周期普遍较长，报纸出版的时候其实新闻早就变成了旧闻，新闻的价值已明显降低。另一个局限性就是版面，26家校报中四开四版的小报占了20家，只有6家是八开四版的大报。而校外的报纸不仅多为大报，很多都已达十几甚至几十个版面。在网络以海量信息提供给人们的信息时代，校报的信息量严重不足，这使得校报要想在高校师生中成为主要的信息传播媒体有了一定的困难。以上两条对于以“新”来体现新闻价值的媒体——报纸来说是致命伤，相对于广播每日更新和以声音作媒介、相对于电视音像同步的声情并茂来说，纸质媒体的校报在竞争中过于被动。

而且，高校的校园媒体除了内部的激烈竞争外，还要面对社会媒体的冲击。师生有选择自己喜欢的、信任的媒体的自主权，当社会媒体以海量信息扑面而来时，校园媒体是势单力薄的，所以，高校媒体只有联合才能形成合力，以自己的特色去应对社会媒体的入侵。

另一个迫切需要校园媒体互动的原因是新媒体对传统媒体的冲击。高校学生，最接近科技新领域，也最容易接受新事物，所以，第四媒体的出现，高校学生成了最集中的受众群体。第四媒体本身具有的信息的丰富性、专门性和更新的快捷性、信息传播的同时性、个人化和交互性以及它的声音、画面和文字的一体性③，这些都对传统媒体提出了挑战。

校园媒体互动带给高校校报的发展优势

校园媒体互动带给每种媒体的是一个更广阔的发展空间，尤其对于相对静态的校报来说，一份动态的校报就是它今后的发展优势所在。

1、校园媒体互动，突破了校报资源单向限制。这里的资源主要包括人力资源、新闻资源。校园的各大媒体是锻炼学生的主要场所，但校园广播电台、电视台的学生往往多侧重播音、主持，对新闻写作并不擅长；网站的人员多注重网络技术；对于新闻写作，校报的记者、编辑更拿手。所以，他们可以同是四种媒体的记者、编辑，避免以往的单向服务，实现多向共享。就新闻资源来说，实现了媒体互动，校报的新闻资源跳过了贮存这一步骤，审完稿后就可以直接传到网上，或当天在广播、电视中播出，更能够实现新闻的最大价值。

2、校园媒体互动，突破了校报纸质媒介限制。报纸有一个发行的问题，受众只有拿到了这张报纸，才能看到各版的内容。实行了校园媒体互动后，通过电子版和网上的滚动新闻，广播台、电视台的每日新闻，受众不再通过单一的方式来阅读校报，而可以通过其它媒体的媒介听到、看到校报，从而突破了纸质媒介的传播限制。本来是广播、电视、网络的受众同时也有可能成为校报的受众，受众群就明显扩大了。另一方面，广播、电视也已与网络互动，通过技术平台的建立，还可以进行网上直播和网上点播，观众除了在网上看到新闻及新闻图片外，还可以通过网上直播、网上点播接收广播、电视节目，间接接受校报的信息。

3、校园媒体互动，突破了校报固定版面的限制。校报的固定版面，存在容量与版面美化的问题。校园媒体互动后，这种限制没有了。例如新闻栏目，由于网站的容量非常大，根本不受版面限制，可以发送几倍几十倍于校报的新闻，广播、电视的新闻，校报提供文字新闻内容，这主要由声像新闻的特定需要而定。由于上述媒体可以做到新闻每日更新，新闻量相对来说比较大，而报纸只有固定的版面，所以校报定稿的时候，就有了从上述媒体选择精品新闻的宽广范围。

4、校园媒体互动，突破了校报出刊时间限制。网站实行的内容实时更新，广播、电视实行的是准点播报（校园广播、电视一般每天固定新闻播报时间），而校报实行的是定期出刊制。即使每家高校校报都出刊日报，受众读到它的最早时间也要在第二天上午，它的更新速度远不如其它三种媒体。所以，实行校园媒体互动是突破校报出刊时间限制的好办法。

高校校报如何在校园媒体互动中实现更大发展

既然是校园四大媒体互动，就会涉及到栏目制作、稿件传送、人员调配等问题，在做好一些技术支持和制度建设之外，校报要在校园媒体互动中求得更大发展，主要应做好以下几方面：

1、新闻互动。新闻是报纸得以生存的主要器官，因此，校报首先要在校园媒体互动中实现新闻互动。电子版只是另一张静态的校报，校报要在网上建立新闻频道，通过滚动新闻来体现新闻的时效性。在广播电台、电视台，通过每日新闻给观众一天最新鲜的新闻。作为传统媒体的校报，拥有一支受过训练的采编队伍，又有一套严格的审稿制度，让校报编辑负责校园网新闻，它的真实性就得到了保证，正因为看到了媒体互动的优势所在，许多高校建立新闻中心，应校园媒体对新闻要求的不同，由中心统一采编，使得校园新闻统一了宣传口径，加强了宣传力度。

2、言论互动。报纸新闻，受众只有被动接受，但网络则不同，新闻一发送，还可以留一部分空间让师生们进行评论，广播、电视则可以通过热线或把受众请到节目现场进行评论。由于校报出刊日期相对滞后，可以在上述三种媒体的新闻评论中择优刊登，从而起到对新闻的分析、引导作用。同时，校报还可以通过校园BBS论坛收集一些学生见解独到的言论，形成言论互动。第153期《湖州师范学院报》二版的热点话题是《一些关于新生与老生的闲话》，向师生们提出了一个新生与老生在学习态度、生活方式、理想信念等方面的区别问题，而这一话题的由来就是该校思想政治教育网——先锋网（<http://www.pioneeredu.net>）BBS论坛上一位网名为网事如风的学生的留言。校报利用网络的信息优势，为我所用，又不拘泥于网络言论的层面，深入挖掘，在互动中对言论进行深层次探讨，体现了校报在传播竞争中的精品意识。

3、通讯互动。报道先进人物、先进集体的先进事迹对整个社会的道德风尚起到肯定、宣传和倡导的作用，是媒体宣传的一个重要功能。对于人物通讯类报道，电视媒体拥有最大的优势，它可以通过人物采访、生活情景反映等形式来增强观众的现场感，使观众受到的感召力更强大；广播也可以将先进人物和听众联系起来，通过把两者请到演播室做节目或请听众拨打热线的形式，让听众自己了解先进人物的内心世界，从而改变了听众没有主动获取信息权、只有被动接受节目内容的弊端。和网络、报纸相比，电视和广播的最大缺点就是节目保留性差，听过看过就没有了。因此，在通讯报道中，网络可以发挥其空间广阔的优越性，以大量图片来补充静态宣传的不足，报纸除了要写好人物通讯并配好图片外，为了深化主题，还可以配上相应的评论员文章，为了扩大影响力，报纸还可以采用连续报道的形式加大宣传。

4、校园文学互动。网络文学的兴起对传统的校园文学冲击很大。网站为文学爱好者提供的广阔空间，对繁荣校园文学起到了一定的作用，但网络文学中存在作品良莠不齐的现象。由校报对网络文学进行统一审稿，就能保证网络文学的质量。因为网络文学可以即时传送，除了容量更大之外，也没有了校报的出刊周期问题，进一步繁荣了校园文学。校报为了提高副刊文章的质量，还可在网上推出文稿征集活动，通过增加的网上投稿途径扩大作者群。

在媒体互动中，校报还可以和广播、电视合作，推出一些有品味的配乐文章、电视散文或情景小说，一方面丰富文学表现形式，另一方面，也突破了校报固定版面的限制，给校园文学一块更深厚的土壤。

高校校报在校园媒体互动中应加强自身发展

利用媒体各自的传播特点进行优势互补，校园媒体互动为高校校报提供了前所未有的发展前景，它已经不是几个版面、多少万字容量这么一个简单意义上的报纸了，而是以文字为载体，以声音、图像、网络为媒介的动态的校报，它的传播形式、容量发生了巨大的变化。

但是，广播、电视、报纸与网络这四大媒体互动不是他们的简单相加，所以，高校校报要想抓住媒体互动这个契机实现自我更新，还要在编辑队伍素质的提高上花大力气。

对于采编人员来说，首先要主动参与到媒体互动中去，要对广播、电视、网络的传播有一个基本的了解，特别是要对它们对新闻的写作要求有清醒的认识。

其次，广播、电视一般播报当天新闻，而网络则要求新闻随时更新。媒体互动向采编人员提出了一个速度问题，记者、编辑要能熟练操作电脑，运用电脑写作、查找资料，加强文字处理能力，但不能一味追求速度而忽略了质量，要严把质量关，维护新闻的真实性。

再次，校报记者、编辑要在媒体互动中加强与校园广播电台、电视台、网站工作人员的团结协作，以主动配合的积极态度适应媒体互动带来的新环境。

最后，校报的出版受到时间和版面的限制，因此，记者、编辑更要有精品意识。校报的内容并不是一周、半月内校报记者、编辑向其它三种媒体提供的新闻的简单相加，这里还有一个再编辑的过程。校报只有力争成为其它校园媒体的精装版，只有这样，它才能保留自己的优势。

媒体互动是新闻传播发展的新趋势。高校校报作为一种传统媒体，自身有着不可避免的局限性，只有以发展的眼光，借助校园媒体互动，才能求得更大的发展，但具体的做法不仅限于以上几种，还有待于在实践中不断创新。

参考文献

- ① 闵大洪，媒体互动与媒体联动，中国新闻传播学评论（网络版），1999
- ② 栾轶玫，强强联合 媒体新实验：广播与网络手拉手，北京，中国广播电视学刊，1999，1
- ③ 谢海光主编，互联网与思想政治工作概论，上海，复旦大学出版社，2000

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关专栏: 周晓虹

- 媒体应对诚信危机的思考 (2004-5-2)
- 对弱势群体的报道更需要新闻的人文关怀 (2004-3-10)
- 模糊语言的运用与新闻的真实性 (2004-3-10)
- 人文关怀在校园新闻中的构建 (2004-3-5)

>>更多

相关文章: 校报

- 高校校报应当重视版面创新 (2002-10-23)
- 校报策划三思 (2001-9-20)

>>更多

└─ 高校校报在校园媒体互动中的发展优势 会员评论[共 0 篇] ┘

└─ 我要评论 ┘

会员名: 密码:

关于CDDC◆联系CDDC ◆投稿信箱◆ 会员注册◆版权声明◆ 隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点击[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.