



上海公关通讯

Shanghai PR Newsletter



上海市公共关系协会主办

2014年6月 第3期(总第114期)

大时代、微沟通——新媒体格局下的传播之道

——上海市第八届公关协会高端沙龙第一期在沪成功举办

随着众多“微平台”——微博、微信、微视频等如日中天且逐渐占领主流舆论高地,中国媒体环境正在发生历史性的变革。越来越多的企业,都将面临“微平台”带来的公关思维和沟通模式上的挑战。

为帮助本市公关企业更好地应对媒体转型带来的沟通挑战,5月15日下午1:30,由上海市公关协会主办、嘉利公关上海公司承办的第一期“高端公关沙龙”在沪启幕。上海市公共关系协会顾问、副会长、理事、会员,以及沪上知名专业公关公司的高层领导和专家学者近百人出席。

上海市公关协会会长胡炜首先致辞。



胡炜会长致辞

他说,中国公关行业已经迎来其发展的最好时期。同时,在公关行业发展的今天,正面临着一系列机遇和挑战,尤其是新技术、新媒体、微平台的出现和孕育,使我们面临着前所未有的新情况、新问

题。这就需要我们不断利用科学技术和科学方法去研究、去适应、去转型、去创新、去发展。因此,基于这样的历史背景和时代要求,上海市第八届公关协会一直在认真酝酿、积极筹备高端公关沙龙,主要目的是履行服务会员、服务行业、服务企业和服务社会宗旨,针对现阶段行业面临的新情况、新问题,为业内人士提供一个视角多元、深度探讨的开放平台。同时希望借助这一

平台,充分发挥公关协会与会员单位之间、公关企业与政府部门之间、会员与非会员之间的桥梁、纽带作用,进一步推动公关行业的科学化、规范化发展。

(下转第2版)



协会成功举办 2014 年 “精裕捷星”杯高尔夫邀请赛



2014年3月22日,由上海市公共关系协会主办,上海精裕捷星物流有限公司、东庄海岸高尔夫俱乐部共同承办的2014年“精裕捷星”杯高尔夫邀请赛在景色宜人的东庄海岸高尔夫俱乐部成功举办。60余位协会会员和邀请嘉宾参加了此次活动。

阳春三月,正值全民植树节期间,协会领导和参赛者兴致勃勃地挥锹挖土,参加了植树活动。随后,张贤训副会长主持了开球仪式,胡炜会长致辞并宣布开赛。随着一个个彩球击向长空,飞向远方,高尔夫比赛正式拉开了序幕。

本着友谊第一、比赛第二的精神,选手们展开了近5个小时的激烈角逐,

最后在友好、竞争的氛围中,产生出9个奖项的得主:龚伟华以优异成绩夺得总杆冠军,臧新民、罗锦潮分获总杆亚

军和季军;净杆冠军由江建明获得,张文荣、李彧分获净杆亚军和季军;最远距离奖由唐建获得;而最近球洞奖由张虹获得;李宏扬获得了BB奖。赛后颁奖仪式中,选手们相互探讨球技,分享比赛心得,在一片欢声笑语中本次邀请赛顺利闭幕。

选手们感谢上海市公共关系协会成功举办2014年高尔夫邀请赛,不仅为大家提供了一个一展球技的舞台,更是锻炼身体、交友聚会的良好契机。

张黎明副会长兼秘书长、张安腾、李德润、施永敏、郭建新、唐兵副会长等领导参加了此次活动。



(上接第1版)

本期沙龙盛情邀请了全国媒体界和公关行业的领军人物:新民周刊社长主编丁曦林、梅花网 CEO 刘建平、北京网众互动广告有限公司董事总经理史凌波、哲基公关执行董事王虎等四位主讲嘉宾,围绕“媒体变革带来的公关机遇和挑战”、“企媒之间的微沟通之道”、“维护媒体关系的有效策略

及方法”和“自媒体价值”等热点话题,开展了深入探讨。

最后,沙龙主持人、嘉利公关上海公司总经理赵健武作了总结性发言。他认为,伴随着中国媒体环境的深刻变革,包括政府在内的对外公共事务和企业的品牌对外沟通都随之面临挑战,也促使我们重新从专业角度去审视和思考。微信、微视频等“微平台”的

出现,使得文字承载越来越少,这让信息的准确表达和精确梳理变得更加重要。我们称之为“内容的回归”。他说,第一期高端公关沙龙只是一个良好的开端,希望未来有更多业内人士通过公关协会高端沙龙的平台产生更多的思想碰撞,也期望未来通过这样的平台,促进公关和媒体行业获得更健康的发展。

上海市第八届公共关系协会 第八次执委会会议召开

2014年6月5日(星期四)上午9:30,上海市第八届公共关系协会第8次执委会会议在陆家嘴管委会3107会议室举行。

胡炜会长主持会议。会议主要有三项议程:

一是听取张安腾副会长汇报“上海市第七届(2012-2013年度)优秀公共关系案例评选情况、获奖名单及颁奖大会建议方案”。经会议讨论研究,原则同意评委会关于上海市第七届(2012-2013年度)优秀公共关系案例评选情况及获奖名单,颁奖典礼定于6月19日(周四)下午在市委统战部会议厅举行。

胡炜会长对评委会工作给予充分肯定,并对做好颁奖工作提出了明确要求。希望通过评选和表彰,加强优秀公关案

例宣传,发挥普及公关知识、扭转社会偏见、扩大社会影响力的作用。

二是听取张黎明副会长(兼秘书长)汇报2014年会长会议建议方案。会议原则同意定于7月26日下午召开会长会议,听取上半年工作落实情况,并对进一步做好下半年工作展开讨论。特别要求加强组织工作,确保出席率。胡炜会长强调协会要不断吐故纳新,增强协会的凝聚力、生命力、感召力和向心力。对经常缺席会议的副会长,应该分析原因、提出建议,直至作出适当调整。随着我们不断的努力,形成一批铁杆的持有积极态度的会员队伍。

三是听取张贤训副会长汇报“关于增补俞斌为上海市第八届公共关系协会理事议案”。经会议讨论研究,原则同意

吸纳俞斌为协会理事会理事并按规定履行程序。

胡炜会长指出:我们协会是由一群志同道合、自愿参加的同志所组成。要鼓励广大会员热爱、热心协会工作,积极参与各项活动。我们要建立健全评估、激励、淘汰机制,对副会长、理事、会员进行统计分析:是否按时缴纳会费、是否积极出席各类活动、是否主动贡献自己力量等等。一段时间后作出合理科学的评估,形成激活协会内在动力的有效机制。我们还要及时吸纳自愿要求入会的人员,不断扩大我们的队伍。

会议还研究了其他事宜。

(上海市公共关系协会办公室)

加强沟通合作 促进行业发展

——宁波市公共关系协会访问本协会

2014年3月26日,宁波市公共关系协会会长常敏毅,常务副会长兼秘书长潘夏良,副会长励慧芳、张正逸、周芳、兰马等一行8人,访问了上海市公共关系协会,受到了本会胡炜会长热情接待。双方就公共关系行业的发展和前景,以及协会各项工作进行了认真坦诚的交流。

胡炜会长对来宾们表示热烈欢迎和真诚感谢。他说:宁波作为全国经济较发达地区,公关行业具有很大的贡献

力和发展潜力,值得上海市公共关系协会学习和借鉴。希望宁波市公共关系协会在新任会长常敏毅同志的领导下,继续与上海市公关协会保持密切联系与合作,共同推动全国公关行业的繁荣发展。

协会副会长兼秘书长张黎明向来宾介绍了上海市公共关系协会的发展情况及换届以来的工作重点。

常敏毅会长通报了宁波市公共关系协会近况。他说:作为宁波市公共关系协

会的新任会长,本次来访的目的主要有两个:一是宁波市公共关系协会刚刚完成换届,希望能够向上海同行学习成功经验,便于制定宁波市公共关系协会未来的发展方向;二是希望借此机会,加强与上海市公关协会的交流与沟通。他热情邀请上海市公共关系协会领导有机会到宁波去走一走,看一看,寻求更多的合作机会。

上海市公共关系协会副会长张贤训、张安腾出席了接待活动。

俄罗斯公关协会代表团再次来访 上海市公关协会并考察中国(上海)自贸区



胡炜会长会见俄罗斯公关代表团一行

2014年5月27日下午,由俄罗斯公共关系协会会长、欧亚公共关系研究中心执行主任斯坦尼斯拉夫·纳乌莫夫率领、列宁格勒州副州长德米特里·亚洛夫等俄罗斯政府官员和企业家组成的代表团一行16人,在上海市公共关系协会副会长张贤训、副会长兼秘书长张黎明、副会长张安腾等陪同下,来到中国(上海)自贸区参观考察。这是继去年11月俄罗斯公关协会代表团访沪之后第二次来到上海访问。

中国(上海)自由贸易区管委会常务副主任戴海波、副主任简大年热情接待了俄罗斯客人,双方进行了交流座谈。

晚上,上海市公共关系协会胡炜会长、中国(上海)自由贸易区管委会常务副主任戴海波在由由大酒店亲切会见了俄罗斯代表团。双方就各自工作情况作了介绍,并就双方加强互动、积极发挥公关协会作用、增进中俄两国友好合作等共同关心的话题,广泛交换了意见。

上海市公共关系协会会长胡炜表示,在不到半年时间里,很高兴再次与俄罗斯公关协会同仁见面。你们的到来,赶上了最好的时机——中俄的友谊在进一步发展中。我谨代表上海市公关协会、上海市政府热烈欢迎俄罗斯公关代表团的

来访。

中国(上海)自由贸易区管委会常务副主任戴海波表示,非常感谢胡炜会长给我们创造机会与俄罗斯公关代表团欢聚一堂,畅谈合作和友谊。这次俄罗斯公关代表团亲眼目睹了自贸区的有关情况。特别高兴的是,今天看到的都是俄罗斯的新一代企业家,既年轻又充满活力。随着两国关系进一步的发展,我相信,我们之间的经贸合作往来将会进一步加强。希望今天的会晤是个良好的开端,今后双方更要加强了解和合作。真诚欢迎俄罗斯公关代表团来沪洽谈合作事宜,共同推进两国的友谊,我们将会提供一流的帮助和支持。

会后,胡炜会长亲自安排俄罗斯企业家与上海企业家就商贸投资与合作进行了具体的对接与洽谈。

中国国际公共关系协会国际合作部主任何毅、上海外国语大学工商管理学院范徽院长等陪同俄罗斯客人在沪参观访问。



简大年会见俄罗斯公关代表团一行

由上海市公共关系协会、上海市体育总会共同主办的

2014“明华杯”大怪路子邀请赛圆满落幕

2014年5月31日下午13:30,由上海市公共关系协会、上海市体育总会共同主办,上海明华物业管理有限公司协办的2014“明华杯”大怪路子邀请赛在浦东新区老干部活动中心举行。这是上海市第八届公关协会连续第二年举办的牌类活动。

张贤训副会长主持开赛仪式。市委

常委、市委统战部部长沙海林宣布比赛开始。协会会长、副会长、理事、会员以及受邀的部分领导嘉宾100多人,组成的38支队伍,开展了3个多小时的激烈角逐,现场气氛紧张热烈。

在比赛中,选手们赛出了水平,也赛出了风格。经过紧张激烈的比拼,大赛在一片欢声笑语中圆满结束。会员们纷纷

表示:胜负并不是关键,关键是今天的活动给我们带来了快乐,创造了交流平台,让我们结识更多的新老朋友。希望协会今后多组织类似活动,促进各方和谐交流。

此次活动充分体现了公关协会“以牌会友、以赛聚友”,不断扩大联系面、增强凝聚力的活动宗旨。



上海市公共关系协会办公地址 搬迁告知

上海市公共关系协会将于2014年6月18日起迁址。办公地址迁至:浦东新区塘桥新路87号6号楼。

邮编:200127 联系电话不变:62563344,62567654

传真:62155734 联系邮箱不变:info@chspra.com

敬请按照上述地址保持联系。

上海市公共关系协会办公室

2014年6月3日

万博宣伟姊妹品牌 Creation 业务强劲增长 宣布正式组建全球领导团队

北京,2014年5月30日—万博宣伟公关顾问今日宣布,其姊妹品牌 Creation 市场传播顾问正式组建全球领导团队。

Creation 自成立以来,已经在北美、欧洲和亚太地区持续拓展业务,积累了丰富的客户经验。在此基础上,新的领导团队将致力于提升 Creation 这一万博宣伟的姊妹品牌。

George Coleman 被任命为 Creation 全球总裁,梁雪静(Cecilia Liang)负责亚太区科技组,Kate Steele 负责欧洲、中东和非洲地区科技组,Aaron Pearson 负责北美科技组。

Creation 定位为一家提供全线市场传播服务的机构,在其“创意工作室”理念之下聚集了数字营销、媒体传播、创意设计、编辑、策划、专业写手等行业中的各类人才,灵活运用各种免费、付费、自有传播平台,为客户提供极富创意的整合传播解决方案。

Coleman 表示:“众所周知,传播环境正在日趋变化——公关公司必须懂得社交化传播,数字营销公司需要适应移动互联网时代,而广告公司则要学习突破单纯的媒体购买而赢得更广泛、深入的媒体效应。在这种人人参与、互通互动、随时联网的时代中,Creation 应运而生。”

Creation 成立于 2011 年,客户已经

包括全球多个知名品牌,很早就在科技领域占据了领先地位,并将这种影响力逐渐扩张到了其它领域。Creation 近期赢得的客户包括育碧软件、塔塔通信公司和喜达屋酒店。

基于 Creation 不断巩固并扩大的业务规模,万博宣伟与其全球主要客户之一微软达成协议,在全球范围内将微软的传播业务转至 Creation 运营。经过这一调整,双方可以更好地开展长期合作。

万博宣伟中国区董事总经理戴宏轩(Darren Burns)表示:“Creation 依托埃培智市场咨询集团强大的全球资源,同时兼具创新专业团队的灵活性和挑战精神。我们深信,中国乃至整个亚太市场都拥有巨大的市场潜力,这对于我们而言是绝佳的机遇。我们的使命就是吸引业内最具创意的人们,无论是客户还是员工。”

片人、内容创意师以及活动策划人等等。凭借我们创新的传播战略与独具匠心的活动创意,我们多次斩获国内外大奖,主要包括:2014《广告时代》Agency A-list “A 类机构”、2013 年四项戛纳创意节公关类别奖项、公关周刊 (PR Week) “2013 年度最佳国际公关咨询公司”以及霍姆斯报告 (The Holmes Report) “2013 年度全球最佳医疗保健公关咨询公司”。除此之外,我们还屡次被评选为最佳企业雇主。

我们主要为客户提供的服务包括:企业形象传播、政府关系和公共事务、企业社会责任以及危机与事件管理,涵盖的行业包括快消品、金融业、医疗保健业、食品与健康业、高科技产业等等。同时,万博宣伟也拥有自创的社交、数字媒体的传播和分析方法,在新媒体和数字营销等独树一帜。万博宣伟是埃培智集团(NYSE:IPG)的下属成员。获取详细信息,请访问:<http://www.webershandwick.cn> 或 <http://www.webershandwick.asia>。

联系人

公司 田坤 万博宣伟中国市场部经理
电话 +86 10 8569 2321
+86 135 5229 6448
邮箱 htian@webershandwick.com

关于万博宣伟 (Weber Shandwick)

万博宣伟是一家全球领先的国际公关公司,在全球 81 个国家设有 126 个办公室。我们的团队拥有来自各行各业的专家,包括传播策略师、行业分析师到制

标
题
新
闻

5月25日,张安腾副会长赴北京参加了中国国际公关大会。

“大时代 微沟通”

上海市公关协会“高端公关沙龙”首期活动精彩实录

5月15日,上海市公关协会“高端公关沙龙”首期活动在文新大厦成功举办。高端公关沙龙由上海市公关协会发起并主办,嘉利公关上海公司作为会员单位,成为首期沙龙的承办方。嘉利公关上海公司总经理赵健武先生主持了此次沙龙对话。本刊将陆续刊登本次沙龙活动的内容,以飨读者。

作为主办方代表,上海市公关协会会长胡炜作了精彩发言,以下是发言实录:

各位会员、各位嘉宾朋友下午好。随着改革开放和经济社会的发展,中国的公共关系行业经历了20多年的风雨岁月,由诞生、稚嫩到成熟和不断的繁荣、发展,今天已经取得长足的进步和可喜的变化,为祖国的现代化建设作出了不可估量的贡献,尤其是一大批本土公关公司的崛起,引领了公关行业的发展,占据了我国现代服务业不可取代的重要地位。

今天放眼中国的公关业界,我们可以自信的说,中国的公关行业已经迎来它发展的最好时期,同时我们也很清醒地看到,在公关行业发展的今天,同样面临了一系列机遇、挑战,比如新技术、新媒体、微平台的出现和孕育,使我们面临着前所未有的新情况、新问题,刚才我与几位嘉宾在讨论。拿传统媒体来说,刚才梅花网的负责人刘建平说他们的数据是比较权威的,我问他这几年传统媒体广告数据的情况,他说2013年是一个拐点,2013年我们传统媒体的广告收入下降了13%。前年是13%,去年是6%,当然我的感觉是,传统媒体纸质媒体和电视媒体的广告收入可能下降了更多。现在最热门的是什么呢?最热门的是微信、微博、微平台。我看每个人都拿着手机,现在获得的信息,年轻人特别是90后,当然现在年纪大的也跟上了,什么消息都

是在微信中拿到、在微平台当中拿到。所以针对我们的企业、媒体和公关界都是一个新的机遇,也更是一个挑战。所以需要我们要不断利用科学的技术和科学的方法去研究、去适应、去转型、去创新、去发展。

基于这样的历史背景和时代的要求,上海市公关协会近年来一直在认真酝酿,积极筹备高端公关沙龙,主要目的是本着服务会员、服务行业、服务企业和服务社会的精神,针对现阶段行业面临的新情况、新问题,为业内人士提供一个视角多元、深度探讨的开放平台,来广泛交流和分享业内研究的智慧和成果,同时我们也希望借助这一平台,充分发挥公关协会与会员单位之间、公关企业与政府部门之间、会员与非会员之间的桥梁、纽带作用,进一步推动公关行业的科学化、规范化发展,使公关企业更具有活力和生命力。

我们说的是高端的公关沙龙,前一段时期我们一直在说,我们在政府任职的时候,一直有一种自豪感,认为我们是无所不能的,但是现实教育我们,在现代化、信息化更多元的情况下,政府的作用在减弱,我们的社会组织的影响力更加多元,我们这个沙龙希望是一个沟通各方的平台,是大家能够畅所欲言、能够进行思想火花碰撞和交流的更好平台。所以这一次我们感谢嘉利公关上海公司来承办这第一期,今天的4位主讲嘉宾我认为也选得非常好,因为我刚才跟大家接触了一下,感觉每个人都有内容可讲,接下来他们的讲话肯定会很生动。所以我很感谢嘉利公关。接下来每一期仍然会由一个公司承办,也同样会拟一个主题,或者多个主题,真正成为一个有生命力的沙龙,形式、内容都跟沙龙这个字相符合。今后我们将为更多专业公司引入更多的专家思想火花和智力支持,推出

一期又一期围绕时代主题、紧扣形势发展,高水平、高质量的高端公关沙龙,我们的会员单位对此具有很高的期望。我希望我们有高水平、高质量的沙龙内容,为全体会员和公关企业奉上一次又一次的思想盛宴,尽我们最大的努力来推动公关行业的健康发展,我衷心希望广大协会会员和公关企业继续参与,预祝今天第一期高端公关沙龙圆满成功,谢谢大家。

嘉利公关上海公司总经理赵健武:

作为公关行业的从业者,我想代表兄弟代表和在座的各位朋友,向协会的各位领导给予的呵护和这次活动举办的支持表示由衷感谢。至此,公关协会的首期高端公关沙龙也在此时此刻正式启动了。大家也看到,我们为什么选择这样的标题?同时我在过来的路上也想为什么这次沙龙要选择文新大厦43楼?实际还是有很深的意义在里面的。现在整个媒体的变革波澜壮阔,文新报业集团现在已经在改革,刚才胡会长也提到,一会儿会有几个嘉宾通过案例、数据和观点,会以不同的纬度为我们阐释在品牌传播和公关领域里,我们怎样才能做好行业内的沟通工作。确定这次沙龙的主题之前,我们征求了协会包括行业、客户很多意见和大家的一些思考。我们发现,伴随中国媒体环境的深刻变革,越来越多的微平台,从微博、微信一直到现在的微视频,整个的传媒环境发生了变革,我们知道传媒的变革是经济的预期力量,它影响了我们现在所有企业包括政府对外的公共事务和品牌的沟通,让我们重新去进行审视和思考。所谓微沟通,“微”有三层含义:第一层的含义是我们对于一个“度”的理解,当然现在你可以看到,比如说广告,离得近了你会反感,(下转第8版)

媒体的变革恰恰带来了内容的回归

(上接第7版)如果沟通的信息离得远了,你又感觉不到,所以“微”,它是恰巧在你的信息传播的度上有一个更高的要求。

第二层意义,我们对主题的理解,其实媒体的变革恰恰带来了内容的回归,微博140个字,微信、微视频,文字越来越少,那么对于信息的准确润色和梳理会变得更加重要。现在很多人讲一个媒体的主编就相当于一个媒体,事实上内容越是在纷纭复杂、科学发展的今天,它这种回归恰恰能把“微”体现到更精确的内容,包括沟通平台,信息内容价值的创新等方面,现在更加突出。最后一层含义,所谓微沟通,我想更多地从公关广告策略的角度,更多地体现了我们在从事这个行业做品牌沟通传播,你对策略和创意的真正的专业输出,所以我们的主题由此而来。

同时我们可以看到,事实上以纸媒和电视为代表的传统媒体舆论的主要的角色在新媒体的发展上,从长远来看,新媒体和传统媒体之间的关系并不是真的是谁取代谁,而应该是一种互补关系,相信这一点早已经成为各位的共识,一会儿我相信激烈的碰撞、会以不同的观点给大家更多的启发。今天也有幸请到了4位嘉宾,他们都是来自媒体、公共关系行业、各个不同的新媒体的平台,他们的领军人物也在新的不同环境下进行了有价值的实践和探索,当然对于新媒体环境下的沟通之道,他们都有自己深刻的思考和前瞻性的把握。

新民周刊社长、主编丁曦林先生:

非常感谢上海市公共关系协会和嘉利公关上海分公司提供这样一个机会,尤其是在唱衰纸媒、四面楚歌的情况下,还让我这样一个传统的纸媒人能够有机会直接跟公关界的朋友进行对话。我在纸媒已经工作了20多年了,目前还坐在纸媒里面,如果没有什么意外的话,我是准备在纸媒做到退休的。所以在这样的情况下,我愿意以一个非常理性

的态度、非常客观的思想与大家一起分享一下对新媒体环境下纸媒生存与发展的思考。

哈姆雷特说过,生还是死是一个问题,实际上,哪一个行业不面临这样的追问?互联网深刻改变了整个社会,银行业、百货业等等都面临着网络挑战,而互联网媒体本身实际上也在探索它的生存之道,也遭遇着生生死死。传统媒体面临着转型,我觉得不足为奇,但传统媒体的转型,与银行业与百货业的转型相比有相似之处,更有不同的地方。主要原因可能没有看清楚这个,包括我们产业圈子自己的一些同行也未必能够清醒认识到,实际上我们这个行业,它与银行业与百货业等行业不完全一样,传媒本质上它不是一般的商品,传媒是任何政权都想驾驭的战斗机。

美国有本畅销书叫《媒介与权势:谁掌管了美国》,这是我大学里看的一本书,这本书强调了一个观点,我到现在还牢记,前几天文汇报驻法国的记者郑若麟回来,我们一起探讨法国的很多政权问题、媒体问题、新媒体和旧媒体的问题,他也反复强调一句话,这在书里说了,谁掌握传媒谁就掌握世界,它道出了传媒的真相。

5月7、8、9号,韩正同志花了3天时间到解放日报、文汇报、新民晚报、上海报业集团进行调研,我也有幸参加接待,与韩正同志握了两次手。我也参加了和他面对面的座谈,我最大的体会是政治家站高望远,他看到的通常我们没有看到的一个景色,或者看到了没有看到的重大问题。这个重大问题就是传媒作为政治和市场的关系,传媒导向和效率的关系,传媒它本质上既有商品的属性也具有意识形态的属性,目前传媒市场发生变化主要是互联网以及移动互联网越来越发达,导致了传统媒体的通路受到了影响,导致传统媒体的广告发行有所滑坡。但是你们不要认为传统主流报刊不行了、要出局了,这可能吗?舆论不再具有商业价值和战略价值的绝对优势,

当下传统媒体遇到的问题究其根本,我认为其实不是由新媒体的崛起而带来的,而是由于新媒体的崛起而凸显的,什么问题呢?我也是体制内的,我也是从纸媒一路过来的,我太了解了,我们报纸的数量过多,内容同质化严重,特色不够鲜明,当人们随手可以从手机上就能读到每天很重要的新闻信息,为什么还要去掏钱买一份报纸呢?原因不要希望怪在新媒体人身上,而要怪我们自己的报纸,你是不是办得非常有料、有趣?怎么解决?内容优化。报网融合,扎扎实实研究互联网时代受众对纸媒的阅读期待等等都是关键,这是我讲的第一点。

第二点,我想说即便是纸媒有这样那样的问题,但纸媒所承载的舆论力量是任何国家当政者都不敢忽视的,传媒从来不是普通的商品,一手拿枪一手拿笔是权力的保障。而在新老媒体并存的当下,传播效应永远遵循“强者恒强”的规律。什么叫强者恒强?我认为传统媒体固有的权威性、公信力、影响力在全世界来说依旧非常强大,谁掌握了政府谁就掌握了舆论指导权、话语权,这就是所谓的阵地,首先是指传统的主流媒体,包括美国的《纽约时报》、《华尔街日报》、《洛杉矶时报》等等,包括欧洲的很多非常著名的报纸,中国、日本无不如此。当然我不否认,奥巴马利用互联网创造了总统竞选的优势,他一直在利用互联网赢得年轻一代的支持。我们中国的中央高层也很早动员了所有的传统的主流媒体,都要利用新媒体的手段打造新主流的影响力。都是因为看到互联网技术引领了新一代的阅读行为变化,碎片化阅读、移动化阅读以及交互性的阅读成为了一种流行。但是大家也要看到,即便在多种声音均有的互联网上,谁在决定话语权的走向?依旧是具有专业支撑的主流的大报大刊大台,他们的立场和态度影响着、引导着网民,相对而言我觉得互联网和移动互联网显示的更多的是渠道的力量。

(未完待续)