

# iPad——报纸发展的革命性变革

□ 杨秀国 李行知

2008年报业寒冬以来,传统报刊媒体纷纷寻找新的发展模式,试图为报纸发展注入新的血液,增添新的活力。其中,与新媒体融合,推出网络版、手机

报等成为了传统报纸降低成本,摆脱困境的首选。2010年,美国苹果公司推出平板电脑iPad,引发了报纸媒体借助平板电脑发行报纸的热潮。从世界范围来

看,最显著的例子莫过于新闻集团推出专门在iPad上发行的“数字日报”The Daily。在我国,《中国日报》和《南方都市报》也率先推出了自己的iPad版

素养教育成为每一个学生从幼儿园到12年级(对应于我国的高中三年级)教育的一部分。无论是学童还是成人,媒介素养人人需要。<sup>①</sup>笔者认为,发达国家的这些做法,对于如今的中国来讲,值得研究和学习。

## 2. 名人应当进一步在微博上让出话语权

中央电视台主持人白岩松在被记者问及是否开通微博时表示,从某个角度上看,微博存在的意义是给了普通受众说话的权利,已经在现实生活中占有较多话语权的公众人物应当适当地让出话语权。笔者对此表示赞同。

以新浪微博为例,目前关注度排在前十名的用户都是公众人物,演员姚晨更是因为长期占据新浪微博排名第一的位置被人称作“微博女王”。如前文所说,普通网民由于微博的存在,正慢慢由受传者变化为传播者,但实际情况也像白岩松表示的那样,微博上最主要的信息传播者仍旧是那些已经在现实生活中成为被关注焦点的公众人物。人们出于对明星的喜爱,以及对公众人物私人生活的好奇,在微博上关注他们是可以理解的。但是从公众人物的角度来说,是否应该考虑适当地让出话语权,这成为了微博发展道路上的一个问题。

微博作为网站盈利的一种产品,当然希望明星的加入能够吸引更多的普通

用户。反言之,明星同样也希望借助微博这一热门的工具提升自己的人气。现在,各个微博产品分别推出公众人物的身份证明,在他们的名字旁边加上一个显著的“V”字符,表示VIP用户。这样的做法有一部分的原因是出于对明星的保护,防止有人恶意地冒充明星的身份进行不当的活动。但是,这样的做法在保护明星的同时却伤害了普通受众。一个小小的“V”字成为了身份的象征,拉开了明星与普通用户的地位差别,那些拥有“V”字的公众人物成为了微博上的“特权阶级”,他们可以吸引更多的关注,可以拥有更大的话语权利,而这一切优待并不是因为他们能够在微博上发表怎样的真知灼见,也不是因为他们提供了更多有助于社会发展的信息,仅仅是因为他们作为明星的特殊身份。

网络、微博,是虚拟的世界,在这个虚拟的世界里,人人都应当拥有平等说话的权利。但是,各个微博这种“差异化”对待用户的做法,以及明星们争夺虚拟世界话语权、关注度的行为,无疑造成了网络世界的的不平等。如果不加以控制,这种网络上的不平等会将渐渐属于普通网民的说话权利重新夺回去。

### 注释

① 李彬.全球新闻传播史(公元1500—2000年)[M].清华大学出版社,2009:352

② 沈中,许文洁著.隐私权论兼析人格权[M].上海人民出

版社,2010:155

③ 何瑶,陈晓芝.从受众视角解读微博现象[J].新闻爱好者,2010(10上):43

④ 郭庆光.传播学教程[M].中国人民大学出版社,1999:60

⑤ 陈力丹.传播学是什么[M].北京大学出版社,2007:7

⑥ 李永刚.我们的防火墙[M].广西师范大学出版社,2009:43

⑦ 李永刚.我们的防火墙[M].广西师范大学出版社,2009:35

⑧ [英]斯图亚特·艾伦著,方洁等译.新闻文化[M].北京大学出版社,2008:206

⑨ [美]迈克尔·舒德森著,徐桂权译.新闻社会学[M].华夏出版社,2010:9

⑩ [美]保罗·莱文森著,何道宽译.数字麦克卢汉[M].社会科学文献出版社,2001:173

⑪ 张淑华.网络民意与公共决策:权利和权力的对话[M].复旦大学出版社,2010:52

⑫ 陈力丹.马克思主义新闻观教程[M].中国人民大学出版社,2011:160

⑬ 王旭东.“微博大义”是纸媒的“金手指”[J].新闻世界,2010(9下):19

⑭ 王彦红.关于微博的批判性思考[J].东南传播,2010,12:38

⑮ [英]斯图亚特·艾伦著,方洁等译.新闻文化[M].北京大学出版社,2008:246

⑯ [美]希伦·A·洛厄里,梅尔文·L·德弗勒著,刘海龙等译.大众传播效果研究的里程碑[M].中国人民大学出版社,2009:14

⑰ [美]大卫·斯隆著,刘琛等译.美国传媒史[M].世纪出版集团,上海人民出版社,2010:525

⑱ [英]利萨·泰勒,安德鲁·威利斯著,吴靖,黄佩译.媒介研究:文本、机构与受众[M].北京大学出版社,2005:102

⑲ 沈中,许文洁.隐私权论兼析人格权[M].上海人民出版社,2010:151-152

⑳ 中华人民共和国民事法律法规全书[M].法律出版社,2010:297

㉑ 陈力丹.传播学是什么[M].北京大学出版社,2007:299

(作者简介:张红军,南京师范大学新闻与传播学院副院长、教授;王瑞,广西师范学院新闻学院研究生)

本。随后《南方周末》、《凤凰娱乐周刊》、《中国新闻周刊》、《东方早报》、《人民日报》等著名报刊也纷纷试水iPad版。到后来,甚至凤凰卫视和CCTV这样的电视媒体也开始在iPad上推出自己的“移动报刊”。

### 一、iPad版将成为报纸发行的新选择

苹果公司于2010年1月底宣布推出平板电脑iPad,截止到2011年3月,iPad在全球的销售量达到了1500万台。<sup>①</sup>2011年3月11日,iPad2代开始销售,而在一周之内就达到了100万台的销售量。<sup>②</sup>iPad在全球热销所带来的巨大潜在用户群,正是各大报纸纷纷推出iPad版本的原始动力。

iPad仅重0.68千克,采用9.7英寸电容触摸屏,而厚度却只有0.5英寸,接近于一本书或一本杂志的分量与尺寸,电池持续使用时间可多达10小时。而且iPad还能通过wi-fi或3G随时实现无线连接。因此,可以说iPad集多种媒介不同的优点于一身:能像手机、笔记本电脑一样随身携带,而比前者屏幕更大更适合展示大量信息,比后者更轻更薄而且电池续航时间更长;9.7寸的屏幕能完整地展示报纸杂志等纸质媒体的版面和图片的编排和设计;其强大的多媒体表现能力,更使得用户在阅读文字的同时浏览视频和音频信息;而且随时随地联机无线网络能最快地更新新闻信息。因此,报纸移植到iPad上,既能保留其原有的版面编排、系列报道等线性的传播特点,同时又能嵌入视频等多媒体表现手段,让内容更加具有吸引力,加上随时随地连接网络又能弥补报纸时效性不足的缺陷。这一切都表明,通过发行iPad版,报纸将会进化为一种全新形态的媒体。

### 二、报纸与iPad结合的优势

推出iPad版本的数字报刊,在继承传统报纸的版面特色、报道深度等特点之外,还能从形式到内容对报纸进行革新、给用户带来全新的体验和感受、将报纸优点与新媒体特色完美融合。

#### 1. 革新报纸的阅读体验

在iPad上读报,既能给用户原汁原味地还原纸媒的阅读体验,同时还能融入多媒体特色,带给用户全新的阅读体验。

从现在已有的iPad版的报纸来看,大都包含报头、分栏、头条、图片以及广告这些传统报纸上原有的设置。iPad拥有的宽幅显示屏给了报纸充分展示版面的可能性。“《华尔街日报》执行总编罗伯特·汤姆森表示,iPad版真正还原了报纸的本来面目。”<sup>③</sup>

另一方面iPad报纸也具备新媒体各种优势,具有很强的灵活性和定制性。如在iPad报纸上,可以根据各人喜好,将文字和图片任意放大或缩小。首先和使用电脑或手机一样,读者阅读iPad版报纸,可以自行设置字体大小、自行设置阅读模式、自由缩放图片大小。而且,因为iPad配备的分辨率极高的显示屏,色彩鲜明饱满,新闻图片出现在iPad上显然比在报纸上更具有视觉冲击力。随时随地连接互联网络,因而读者无须再订阅、购买报纸。只需下载所感兴趣报纸的软件,每日更新的报纸就会被程序自动“推送”到用户面前。这一切,都极大地方便了读者,免去了很多阅读传统报纸的不便。

此外,在阅读操作方面,iPad配备的电容触摸屏更是能够给用户带来全新的阅读感受。只需手指轻轻触动,就能实现放大文字、图片和翻页。从而将用手指翻阅报纸的体验延伸到了iPad上。相信对读者来说,这种阅读体验比在电脑上用鼠标来拖拉亲切得多。

#### 2. 革新报纸的信息价值

除了给用户带来阅读体验上的革新,从实际的内容信息价值来看,报纸iPad版也能既保留报纸的优势,同时融入新媒体特色,从信息价值上实现革新。

以现在唯一一份完全只在iPad上发行的报纸——新闻集团的The Daily为例,除了保留着封面报道、图片新闻等印刷媒体上的特征之外,高清视频、实时播报、还有主持人口播新闻也被嵌入了这份“报纸”。除此之外,更是实现了文字与多媒体的“融合”。例如在

阅读一篇题为“Cry Babies”(孩子哭了)的文章时,用户就会听到iPad上会真的发出一阵婴儿的哭声。而在2011年日本海啸引起的福岛核电站危机之后,The Daily刊出了一张题目是“毒风”的动画视频,显示的是核尘埃的漂流方向。而除了单纯的声音、视频等多媒体手段,The Daily更是努力运用iPad独有的点触、互动和视觉效果。例如将日本海啸前后两张的照片叠加在一起,用户可以用手指拖动画面进行对比灾难前后的景象。

因此,融入多媒体特色的iPad报和纸质报纸相比,改变和丰富了“阅读”的性质,增加了欣赏性和娱乐性元素,因此使“阅读”变得轻松。而与网络新闻相比,又能更完整、深度地展示信息内容,让用户能更加系统地了解新闻,而不是像浏览网站那样“蜻蜓点水”。

### 三、报纸推出iPad版的效果分析

在iPad平台上推出数字报纸,除了从内容上能融合新媒体优势,给报纸形态以新生之外,还能带来报纸读者群体的扩大、促进内容生产模式和盈利模式的革新。

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第26次中国互联网络发展状况统计报告》显示:“截至2010年6月底,我国网民规模达到了4.2亿,较2009年底增加3600万人,互联网普及率攀升至31.8%;手机网民规模为2.77亿,半年新增手机网民4334万。”<sup>④</sup>另据新闻出版总署发布我国第一份《2009年新闻出版产业分析报告》显示:“2009年我国数字出版总产出已经达到799.4亿元,总体经济规模超过图书出版。”<sup>⑤</sup>由此可见,网民的急剧增加使传统的阅读方式迅速被颠覆,以互联网、户外新媒体和手机媒体等为代表的新兴媒体正在成为主流。

iPad在全世界的热销,带来的是一个数目庞大的固定用户群体,这个群体正好和互联网用户有高度的重合性。在平板电脑尚未引起网络媒体特别注意的情况下,推出iPad报纸,培养起良好的用户接受习惯,既可以挽回那些被新媒体吸引过去的读者,同时又能将那些原

本将iPad仅仅视为娱乐工具的年轻用户也吸引过来,建立起“在iPad上读报”的阅读习惯。由此可见,iPad报纸可以扩大报纸的读者群体。

iPad报纸还会引起内容生产上的革新:文字、图片、声音、视频在iPad报上的融合,对信息生产者提出了更高的要求。传统报纸记者编辑仅仅停留在报道文字新闻显然无法满足这种要求。在组建The Daily团队的时候,默多克新闻集团不仅挖来了《纽约客》、《福布斯》这样的传统印刷媒体的编辑,更是聘用了AOL、Daily Beast等网站的优秀编辑。

除了对媒体人员提出更高要求之外,iPad报纸还能真正变传统新闻的单线传播方式为交互式新闻传播。首先,由于连接网络的便携性,用户可以通过相关设置很方便地对新闻内容进行即时评论,而这些评论又能成为iPad报纸内容的一部分。如读者在阅读《人民日报》iPad版上的文章之后,都可以在下面的互动通道按1-5分给文章打分,并发表自己的评论。其次,新款的iPad上加入了摄像头和iMovie视频软件,使得iPad用户自己就能成为新闻报道者。比如2011年3月21日,美国明尼阿波利斯市一位居民在上班的路上目睹了一起燃气爆炸事故,他很快地用自己的手机拍下了这个过程,并用iPad 2的iMovie软件的编辑功能绘制了地点的标识和路线,添加上了语音解说。紧接着他把这段视频传上了CNN、MSNBC、YouTube和iReport等网站,使得数以万计的人近距离第一时间看到了事态的现场。<sup>⑥</sup>因此通过iPad,传统的新闻报道和新兴的“公民新闻”的专业差距可能会越来越小,而iPad报纸显然能提供这一理想平台。

众所周知,传统报纸的盈利模式在于“内容的二次售卖”——将内容卖给用户,将广告卖给广告主,而后者如今已经成为了报纸盈利的主要来源。这一方面引起的是读者对各种广告内容越来越多产生的不满,另一方面是新闻报道越来越受制于广告主的“脸色”。但如

果没有了广告,对报纸来说显然是灾难性的。在一切都免费的互联网环境下,报纸无力与新闻门户网站从广告上进行竞争。而如果实行付费阅读,由于原创信息往往会被搜索引擎或门户网站肆意剽窃的问题,读者显然是不会愿意为之买单的。因此报纸绕过网站,转而在iPad上开发付费阅读程序就能还原付费阅读的传统。

对报纸来说,节省了油墨、纸张、发行等各种费用的iPad付费应用,显然会给报纸带来成本的节省和盈利的增加。而对读者来说,在iPad这一新媒体上能阅读到深度报道、分析报道、连载、调查报告、特刊等更具新闻价值的新闻。而且还能够通过各种反馈,加入到信息传播之中去。因此iPad报对报纸和读者来说,都是一件好事。

#### 四、报纸与iPad融合的前景

就现实来说,从iPad到整个平板电脑,普及的最大障碍来自于几千元的定价。此外,我国国内无线网络尚不发达也会导致iPad报纸发行不畅。iPad采用wi-fi无线上网或3G手机网络的方式接入互联网。而前者只在北京上海等大城市少数地方有信号覆盖,后者面临着成本偏高的问题。可以说iPad报纸普及很大程度上受成本和技术的制约。而这只能依靠于未来技术的不断进步和用户使用成本的降低。

由于iPad并不是一个单纯的媒体终端,还是一个极度多元化的娱乐平台。因此iPad报纸还要直面iPad的全环境竞争。iPad平台2010年总销量排名前十项应用中有6项是游戏,而媒体类应用往往连排名都上不了。因此,由于iPad平台的开放性,传统纸媒iPad产品将面临着来自各方面的激烈竞争。

由于iPad报纸内容的多样性,这决定了对作为内容生产者的编辑记者需要具备更综合的能力:不仅仅能写新闻稿,而且还要能制作视频、编辑图片、剪辑声音。可以预想如果iPad版报纸在未来得到普及,从技术上就会要求记者编辑真正实现全能型发展。另一方面,

如何既能保证新闻的深度、连续报道,又能克服传统报纸时效性不强的问题,实现新闻更新的“又快又好”是摆在未来的iPad版报纸编辑记者面前的又一道难题。

综上所述,在iPad上办报,将实现报纸形态的革命性变革。从物理形态上,真正实现了报纸的无纸化发行,方便了读者,也降低了媒体的发行成本。从阅读体验上来说,在iPad报纸上,既可以看到文字和图片的新闻,也可以看到相关的视频、音频信息,甚至还能与文章作者或新闻当事人通过留言、微博等方式进行互动,彻底改变了报纸的阅读体验。而从内容生产上,iPad报纸将把传统的单线传播彻底改变,真正实现内容的交互传播,促进“公民新闻”向专业新闻报道靠拢。最后,从盈利模式上,付费下载的模式能培养良好的用户使用习惯,既保护了作者的著作权益,又能为媒体带来可观收入。

也许,在不远的将来会有更多这种形式的iPad媒体应用出现,各种不同类型的媒体将以iPad报的形式进行整合,产生真正意义上的全媒体。在未来,iPad为代表的平板电脑将会成为人们生活中又一不可或缺的必需品。而iPad报纸这一为iPad量身打造的媒体,将成为又一全新的新闻媒体,为人们提供多种不同形式的信息。

#### 注 释

① 搜狐新闻.iPad销售量超1500万台占全球平板电脑销量九成[N].

<http://it.sohu.com/20110303/n279628297.html>

② 新华网.iPad2首周销量近100万[N].

[http://news.xinhuanet.com/jidian/2011-03/15/c\\_121188035.html](http://news.xinhuanet.com/jidian/2011-03/15/c_121188035.html)

③ 余婷.iPad来了,它能否拯救世界报业——从《华尔街日报》iPad版说开去[J].新闻实践.2010,07

④ CNNIC.第26次中国互联网络发展状况统计报告.2010,7

⑤ 中国新闻出版总署.2009年新闻出版产业分析报告.2010,7

⑥ 爱活网.iPhone和iPad 2联袂演出:一条新闻是如何诞生. <http://www.evolife.cn/html/2011/58392.html>

(作者简介:杨秀国,河北大学新闻传播学院教授;李行知,河北大学新闻传播学院学生)