

从“跨界”到“无界”

——基于二维码技术的全媒体传播模式探索及展望

吴 楣

(湖北中烟黄鹤楼科技信息研究所, 湖北 武汉 430030)

摘要: 二维码是用特定的几何图形, 以在二维方向的平面上按一定规律分布的矩形方阵记录丰富数据符号信息的新一代条码技术。基于这一新技术的运用, 通过提供多种方式和多种层次的传播形态来满足受众的细分需求, 实现全形态、全天候、全方位的全媒体传播。

关键词: 二维码; 全媒体; 传播

中图分类号: G215

文献标识码: A

文章编号: 1672-8122 (2012) 04-0113-02

当前, 我们已经迎来了一个传统媒体和新兴媒体相互融合, 通过文字、图片、声频、视频等多重元素实现传播内容的全形态、全天候、全方位传播的全媒体时代。近年来, 诸多报刊社迅速盘整资源, 与新媒体从竞争走向合作, 逐步向全媒体转型。然而, 新旧媒体如何实现有效的聚合交融, 才能最终产生 1+1>1 的效应? 本文从二维码技术出发, 对信息化时代下的全媒体传播模式做出探讨。

一、二维码技术及其应用

(一) 二维码技术。二维码是用特定的几何图形, 以在二维方向的平面上按一定规律分布的矩形方阵记录丰富数据符号信息的新一代条码技术, 由一个二维码矩阵图形和一个二维码号, 以及下方的说明文字组成^[1]。这种新型的条码技术在传统一维码 (1-dimensional barcode) 储存信息方式的基础上, 实现了在二维平面上的扩展。由于充分整合了文字、图片、声频、视频等多媒体信息, 其存储的信息量远远高于一维码。受众只要用手机摄像头代替条码扫描仪, 对印刷在报纸、杂志、图书、海报、包装以及个人名片等上的二维码图形进行扫描, 或输入下方的二维码号, 即可实现手机快速上网, 便捷地享受浏览网页、下载图文、音乐、视频, 以及获取优惠券、参与抽奖、了解企业产品信息等服务, 而不用经历在手机上输入 URL 的繁琐程序。

(二) 二维码应用。问世于 20 世纪的一维码自诞生以来发展迅速。目前, 以中国标准书号条码系统、中国连续出版物条码系统、出版物销售 POS 管理信息系统等为代表的一维码技术在我国新闻出版行业的日常出版管理已经得到普遍运用^[3]。不过, 由于信息容量小, 纠错能力低, 对条码附载的介质以及扫描器材要求较高, 一维码的应用范围受到了很大的限制。二维码作为一种新的信息存储和传递技术, 可以在纵横两个方向存储信息, 具有面积小、信息量大、识别率和稳定性高、防伪性强等特征。当前, 最新的二维码识别技术, 对条码附载介质的要求大大降低。不仅条码可以印刷在普通新闻纸上, 易于制作、成本低, 具有巨大的市场前景, 而且用手机摄像头代替条码扫描仪就可以进行识别, 在国外, 手机二维码已经是非常成熟的技术, 常用的码制有 PDF417 二维条码、Datamatrix、Maxicode、QR Code、Code 49、Code 16K、Code one 等。其中最为通用的是流行于日本的 QR 码和流行于韩国的 DM 码。在我国, 二维码在传媒界的运用始于 2005 年 3 月 1 日。当天《北京晚报》在新闻报道中应用了清华紫光推出的二维码技术北京优码, 在短短一个月内吸引了逾百万手机用户下载^[4]。2006 年 7 月《精品购物指南》尝试在封面和专版报眉上一次性印刷彩色二维码, 之后在每期报纸的固定位置刊出彩色二维码, 成为国内第一家全面应用彩色二维码技术的报纸^[5]。2008 年借助报道北京奥运会的契机, 传媒界加快了推行二维码的步伐, 使其在报业的应用进入高峰。目前, 银河传媒、清华紫光、龙宇传媒等公司都推出了自己的二维条码手机识别及应用技术, 并已获国家专利。

二、基于二维码技术的全媒体传播模式

当“媒介融合”成为学界和业界发展的热门话题时, “全媒体”作为“多功能一体化”的媒体趋势被不断提及。在以网络技术为代表的新技术日新月异的今天, “全媒体”是一个不断发展的概念, 是媒体走向融合后“跨媒介”的产物。如果说传统的“多媒体”指运用各种表现形式, 如文、图、声、光、电来

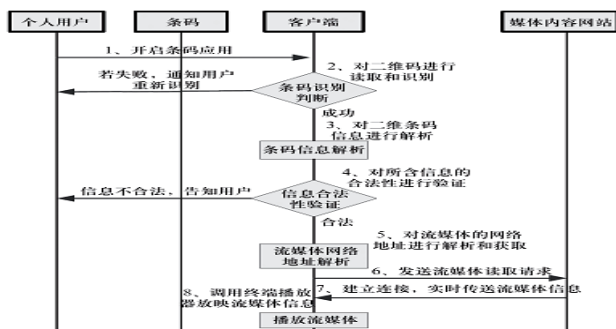


图1 用户通过二维码识别播放流媒体流程^[2]

收稿日期: 2012-02-15

作者简介: 吴楣, 女, 武汉黄鹤楼漫天游文化传播有限公司媒体事业部部长, 管理学博士, 主要从事文化产业管理及版权贸易研究。

综合展示传播内容,那么当前的“全媒体”则是在此基础上借助网络、通信等现代信息手段实现的在传播形态上的革命性突破,通过提供多种方式和多种层次的传播形态来满足受众的细分需求,使得受众获得更多元、更及时、更全面满足的传播体验。二维码的应用,为实现全形态、全天候、全方位的全媒体传播提供了新的契机。

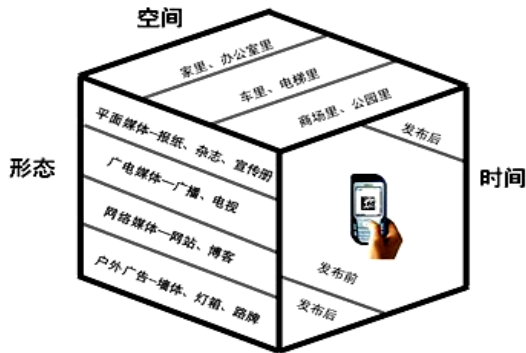


图2 基于二维码技术的全媒体传播模式

(一) 全形态传播。全媒体不是一种一成不变的单一模式,而是一个开放的系统。当互联网普及,博客、播客、电子杂志等媒介形态大行其道;当手机、PAD 逐渐普及,手机报、手机小说、手机电视风靡全球。未来,随着 3G 网络的成熟,4G 网络的开发成功,还将有更多意想不到的传播形态加入其中,丰富受众的媒体体验。在全媒体转型的大旗下,隐藏的是传统媒体对于自身媒体属性的回归和突破人为划分的媒体格局的冲动。在报刊等传统纸质媒体的全媒体传播实践中,二维码相当于一个“阅读引擎”,提供纸质媒体内容与网络图文、音频、视频的直接连接。通过手机扫描,帮助受众在十几秒钟内下载并自动播放主体报道的相关内容。简单地说,有了二维码,报刊可读可听又可看。通过扫描二维码,头版的文字的时政新闻可以变成“新闻联播”;体育版的报道,不仅可以知道选手夺冠的消息,还可以看到整个精彩赛事;娱乐版推荐的大片,不仅可以了解放映场次,还可以观看片花……二维码传播突破了传统媒体平面静态呈现的限制,颠覆了传统的阅读模式,为读者带来动态且内容丰富的全形态阅读体验。

(二) 全天候传播。人类对各类信息资讯的需求从来没有像今天这样强烈。一方面,信息总量在不断提高、累积,人们用于资讯的消费和时间也在不断增加;另一方面,在传统媒体与网络、手机等新兴媒体并行的全媒体时代,每个人都需要在有限的时间内,以最合理的方式获取最符合个性需求的信息。二维码这一新媒体形态,以时间轴和内容轴构成信息传播的双翼,为实现个性化的全天候传播提供了支撑。韩国 LG 公司曾推出一种号称能“左右时间”的带硬盘的电视。但事实上,这种电视只能通过录制节目让受众看到已经播放过的内容,却不能让受众看到还未播出的节目。而二维码的问世,却真正实现了对时间的“左右”。它不仅能让受众看到已经结束或闭幕的比赛和盛会,甚至还能让受众看到新闻信息在报刊截稿乃至印刷出版之后的后续动态。例如,一份报纸在凌晨 2 点截稿,3 点付印。当它在截稿乃至付印时,其二维码所指向的链接内容可能都还只是一条简讯甚至空白。然而,报社网站编辑人员可以利用报纸从凌晨付印到清晨送达的这段时间,补充发布相关新闻视频,链接相关

新闻报道、背景消息。等读者拿到报纸,并通过手机扫描二维码跳转到该网址时,看到的将是最新、最全的内容。二维码将使“截至本报发稿时”成为历史^[6]。

(三) 全方位传播。“全媒体”的“全”涵盖了报纸、期刊、图书、广播、电视、电影、网络、通讯等各类传播工具,力图实现对受众的全面覆盖。然而要想达到最佳传播效果,则更强调针对受众的不同需求,选择最适合的媒体形式和管道,深度融合,提供超细分的服务。相较于户外广告、平面媒体、电视广告等其它传播载体,二维码不受面积的限制、版面的约束、时间的考虑,支持受众通过手机拍摄扫描随时随地实现对内容的了解。这种全方位的了解,不是其它任何一种或几种传播形式所可以比拟。二维码相当于全媒体传播的一个数字化引擎。一方面,它提供了基于手机终端的新传播形式,不仅极大地扩充了传统平面媒体的信息量,而且可以及时实现信息的收藏、推送与转发;另一方面,它为受众提供了完全不同于以往的阅读体验和更加便捷高效的信息检索途径,以及与传播方随时沟通的渠道。如读者可以一边看杂志,一边利用手机扫描二维码登录杂志页面,对感兴趣的文章进行评论,在增加阅读的互动性和趣味性、时尚性的同时,使传播方可以迅速、精准地采集到社会各界的反馈信息,为传播的进一步优化创造条件。随着智能手机和 3G 通讯时代的来临,在网上购物、网上支付等领域,二维码更可以充分发挥其快速通道的作用。比如,当用户在报纸上看到有喜欢的电影上映,便可以拿起手机拍下影讯旁的二维码,通过移动支付的方式扣除票款,足不出户就可订到电影票。而电影票,也是以二维码的形式呈现,收到后存储在手机里,到了电影院只需将其扫入读码器即可入场。二维码技术的应用,将有效推动手机用户和媒体资源的对接,助推传统平面媒体实现从单纯的信息发布平台向全媒体信息互动服务平台的跨越。

三、展望

当前传统平面媒体承受着来自网络、通讯等新兴媒体的巨大冲击。二维码的出现为传统媒体突破平面的界限,迈向全媒体传播带来新的机遇。然而机遇总是与挑战并存。二维码的应用需要硬件的支持、数据库的支撑和用户使用习惯的培养。只有在实现了报刊杂志、户外广告等平面媒体与手机、网络等相关数据库有机结合的基础上,二维码的数据引擎功能才能真正得以发挥。而如何培养用户的使用习惯,以及如果让更多企业加入到二维码数据联盟也是需要解决的重要问题。总之只有在统筹兼顾好相关政策、企业合作、技术开发等多方面因素的前提下,才能保障新兴二维码应用与现有信息系统的协调运行,最大限度地发挥出二维码的作用,实现从“跨界”到“无界”的飞跃!

参考文献:

- [1] 佚名. 打开跨界互动营销之门[N]. 中国新闻采编网, 2012-01-28.
- [2] 于弼君, 谭裴. 基于二维码的网络流媒体播放系统设计与实现[J]. 电信工程技术与标准化, 2011(2).
- [3] 朱论, 刘玉柱. 二维码与平面媒体功能的拓展[J]. 传媒, 2007(7).
- [4] 郑智斌. 二维码的报业应用与意义[J]. 新闻知识, 2006(12).
- [5] 苏林森. 新媒体环境下报纸如何留住年轻读者[J]. 中国报业, 2007(7).
- [6] 佚名. 报业二维码缘何“雷声大雨点小”[N]. 中国新闻出版网, 2012-01-29.