

基于移动互联网的报纸新发展

——以手机二维码应用为例

○刘美岑

【摘要】手机二维码与报纸的结合为报纸发展开辟了新的道路,无线网络、智能手机的普及为实现报纸与视频的空中联动提供了必要条件,而应用了二维码的报纸也正经历着新的变革。

【关键词】二维码 手机 报纸

2004年以来,报网互动成为国内报纸探寻的新媒体道路之一,如在报纸上开设网络版、在网络开设电子版报纸等。然而随着 web2.0 时代到来,纯粹地将报纸搬上网络的方式也不再受到欢迎。传统报纸和所属的新闻网站为了扩大影响力又一次对传播渠道进行创新。

2011 年 4 月 8 日《每日商报》推出全国首份二维码报纸,用手机扫描二维码在移动互联网下直接获得视频、音频、图

片等信息,实现了报纸与互联网的空中联动。2012 年 11 月,成都的《华西都市报》推出“魔码”应用、南京《金陵晚报》推出二维码报纸,一时间,报纸二维码应用似乎迎来了春天,报纸充满“动感”。

一、什么是二维码

二维码(2-dimensional bar code)是用某种特定的几何图形按一定规律在平面(二维方向上)分布的黑白相间的图形记录数据符号信息。在代码编制上巧妙地利用构成计算机内部逻辑基础的“0”、“1”比特流的概念,使用若干个与二进制相对应的几何形体来表示文字数值信息,通过图像输入设备或光电扫描设备自动识读以实现信息自动处理。^①由于二维码能够在横向和纵向两个方位同时表达信息,因此能在很小的面积内表达大量的信息。

手机二维码是指二维码技术在手机上的应用,将手机需要访问、使用的信息编码到二维码中,并利用手机的摄像头识读,实现快速上网、快速浏览网页,下载图文、音乐、视频等信息。二维码为媒体提供了一个与用户随时随地沟通的方式。

二、手机二维码在国内的发展

2004 年中国移动在内部交流大会上提出手机条码业务,2005 年开始在上海等地试点手机二维码业务,主要是将手机

二维码与商家促销进行合作。直到 2006 年 5 月联通公司才推出国内第一款识别条码的手机。

尽管中国的手机二维码相较欧洲日韩起步较晚,但是在某些领域也逐渐成熟,如移动订票、积分兑换,电子折扣券都已经广泛使用二维码,火车票上二维码更为人熟悉。

值得一提的是,2010 年 7 月 16 日,国内第一本将二维码应用于图书的数字出版物诞生,中国轻工业出版社携手北京飞普越网络科技有限公司推出《骑车游北京》一书,书中大量使用二维码,提供细致周到的骑行攻略,成为最实用的骑行宝典。这些二维码涉及视频、动画、图片、文字等内容形式,实现了读者、作者、编者论坛交互等功能。这些信息为图书增添了内容省去了纸张,既直观动感又低碳环保。

三、报纸“变形”,讯息延伸

麦克卢汉提出“媒介即讯息”,指出影响我们思维和行动的不是内容,产生“效果”或影响的实际上是媒介形式本身。每一种新的媒介都会改变我们过去的思维和行为习惯,新的媒介导致我们在感知、思考与行为上引入了新的“尺度”、新的“速度”、新的“模式”。^②媒介是人体的延伸,印刷媒介扩大了人的感知,人们的



视觉感受得以扩展,但是纸质媒介只能是线性的、连续的、序列的。这种单一的感知不能满足受众对于信息感官体验的追求。随着网络诞生,多媒体出现,传播形态复杂多样了。费德勒在 1997 年提出“媒介变形”概念,将媒介变形定义为“传播媒介的变形常常是由感知需要、竞争、政治压力、社会与技术革新等因素之间复杂的相互作用、相互影响引发的”。^⑤费德勒认为,新媒介不会自发和独立的产生,它们是在旧媒介的变形中逐步形成的。报纸和手机作为独立的媒介存在已久,正是将这两种已经存在的“旧”媒介相结合,形成了今天报纸手机二维码联动,成为一种新的信息传播方式。

这是报纸又一次开始的“变形”,将新的信息传播方式融合入自我的呈现中,实现信息从平面到立体的转换。可以预见,将来,单一的平面媒体将不复存在,报纸不仅延伸人的视觉,也会延伸人的其它感官体验。而手机与报纸这样可随身携带的媒介将这种全知觉的体验延伸到随时随地。

四、手机二维码的报纸应用的成熟条件

2012 年 4 月 8 日,杭州《每日商报》推出 bobo code 二维码应用软件,并首次在报纸上刊登 30 多个二维码,截止当天下午 17 点 30 分,通过该软件扫描的频率

达 9496 次。其中下载浏览次数最多的是该报自身的广告宣传片。11 月 4 日,《华西都市报》推出“魔码”二维码应用,近两周的时间超过 3 万智能手机用户下载客户端,在华西都市报刊登的 150 个二维码中,总扫码量达到 22 万次。二维码的应用让读报时代进入了扫报时代,二维码一触即发得益于移动网络和智能手机的快速发展。

1、智能手机——移动终端快速普及

手机被誉为第五媒体,看新闻、上网、拍照片、传输文件等电脑具备的功能正在大规模的复制到手机上。近年来,智能手机逐渐普及,手机屏幕的方寸之间显示出巨大市场,新闻、广告、电子商务等都想抢占用户手中的这一块天地。智能手机具备拍照扫码并解码的硬件和软件为二维码的广泛应用打下基础。纸媒是二维码呈现符号的最好载体,网络是二维码原始信息的载体,手机则成为了两者的中介。

2、3G 网络——无线网络高速发展

手机扫码之后需要联通网络才能观看二维码携带的信息,过去 3G 网络、wifi 资源不及现在丰富,二维码也没有广泛应用的条件。现在 3G 网络蓬勃发展,机场、车站、图书馆、餐厅、城市广场等许多公共场所都有免费的 wifi 网络覆盖,报纸推出二维码的应用正当其时。

一份报纸,一个手机,处在移动网络信号覆盖的地方,受众就可以“横扫”二维码,从文字阅读进入视听享受。报纸凭借其强大的信息采集、资源整合能力,为报纸的数字转型提供了新的路径。

五、报纸手机二维码应用后的新变化

报纸版面在改变,手机扫码在增加,手机二维码的应用为报纸带来了新的变化。

1、从及时性到即时性

一般报纸只能第二天刊登头天的新闻,新闻时新性是报纸的一大弊端。二维码应用之后,在报纸截稿时间后发生的新闻,可以预先刊登相关信息的二维码,即可对该事件进行报道。如 4 月 21 日,《每日商报》对凌晨 3 时 30 分才开赛的王杯决赛进行了二维码报道。比赛结束时,已是 5 时 30 分,报纸已经成版印刷。但《每日商报》的读者可以通过扫描

二维码看到相关比赛的视频和精彩镜头,可以说最大限度的缩小了时间差。报纸甚至可以将当天即将发生的新闻链接在报纸的二维码中,时间一到,读者就可以拿上自己的手机进行现场观看。实现从及时性到即时性的飞跃,这对于报纸可谓革命性的突破。

2、从有限版面到无限空间

报纸的版面是有限的,所有登报的新闻都经过层层筛选,确保新闻价值最大化。而二维码承载的信息量理论上是无限的,可以容纳无限量的新闻。当二维码应用到报纸上,就为报纸控制了版面,节约了印刷成本。11 月 16 日,《华西都市报》刊登《四川十大最美村落出炉 颁奖典礼本周日举行》的新闻,文字信息是难以将这些村落的美丽逐一呈现的。文字旁边二维码则将 40 个村落的图片涵盖,只要轻轻一扫,手机就可以看见图片,为读者提供了丰富的视觉信息,也为报纸节约了版面。

3、从平面单调到动态直观

报纸的传播方式是线性的,平面的。单一的文字和图片很难直观再现新闻事件发生时的状况。将二维码承载的视频信息刊登在报纸上,则全方位立体呈现新闻,同时增添新闻的易读性。11 月 15 日,《成都商报》在报道天宫一号和神舟八号对接新闻时配以二维码,读者可以通过二维码直接观看对接虚拟视频,将新闻直观化。

信息直观化还体现在报纸对服务信息的刊登,二维码丰富的内容为读者提供了实用性的服务。如 4 月 20 日《每日商报》对刊发的一则商铺招商信息配以二维码,通过扫描二维码可以显示商铺的具体位置,周边环境,有助于对该信息有兴趣的读者能深入了解。

4、广告营销新路径

二维码利用多种媒体互动的优势为静态的报纸图文广告增添了音频视频,成为广告客户的新宠儿。同时广告客户通过扫描次数、下载次数直观了解广告传播效果,帮助广告商找到最有价值的投放媒体。报纸媒体作为汽车、房产、家居投放广告的重地,视频广告为这些商家提供了最为生动直观的产品呈现方式,并且扫码之



论网络媒体人力资源管理模式的创新

○戴凌苏

【摘要】随着文化体制改革的不断深入发展,以信息技术为支撑,互联网作为新兴媒体迅速崛起并发展壮大,互联网企业的组织变化与调整也愈发频繁。创新成为社会进步和企业发展的主要动力。在这个过程中,互联网企业的人力资源管理遇到了新的挑战,如何以全新的思维重新思考定位让互联网企业在日趋激烈的竞争中立于不败之地,这就取决于人才。因此全面改进新媒体环境下人力资源的管理模式,实现互联网媒体企业发展的新跨越,具有深远的现实意义。

【关键词】互联网 人力资源管理 创新 管理模式

从微博到团购,从 SNS 到电子商务,从互联网到移动互联网,互联网行业企业在不断创造奇迹的同时,也处在异常激烈的竞争环境中。由于行业的快速发展变化,企业的组织变化与调整愈发频繁,时代的变化要求互联网企业必须建立相对柔性、灵活的组织,包括组织架构、人员岗位以及职责的设计。但是在企业快速扩张过程中,人才招聘困难、绩效考核不合理以及薪酬与激励措施管理等人力资源管理问题尤为突出。如何加强改进和创新互联网环境下的人力资源问题,我们都在积极的探索中。人才是所有企业核心竞争力的源泉。互联网行业的特点决定了其人力资源管理需要新的思路。

一、媒体人力资源管理

1. 媒体人力资源管理的含义

媒体是利用先进的传播技术,进行信息的生产、加工、发布等工作,向社会大多数人进行传播的专业性组织。所谓媒体人力资源,是指在媒体生产过程中所投入的人自身的力量,也就是人在媒体活动中运用脑力和体力的总和。媒体人力资源管理就是媒体对人力资源进行计划、组织、利用、开发和调配的过程和方法。^①

2. 传统人力资源管理和网络媒体的人力资源管理

传统的人事管理仅仅是一个行政服务部门,没有自己的职能,这种管理是内向的、封闭的、没有自主权的,很大程度上

抑制了工作的发展和创新。转变管理思想才是当务之急。

网络媒体的人事管理更加重视整个社会人力资源的供需平衡和协调发展,是一种有关资源配置的战略管理活动。具有以人为本,进行工作设计、规划工作流程和协调工作关系等职能。网络媒体的人力资源管理更多地要应用到计算机管理,可以实现远程培训、在线发布招聘信息等功能。

二、互联网对现代人力资源管理的影响

1. 互联网与企业人力资源管理的关系

网络的力量快速影响着经济发展和社会发展,改变着我们的思考模式。很多企业通过网络来提升企业的品牌效应,提高企业的生产力和反应力。网络的存在创

后可以保存信息,可以进行二次传播,在朋友亲人中分享,扩大广告影响力。

结语

报纸独特的信息接收方式和阅读体验是电子媒介永远不可代替的,但是在数字媒介的冲击之下,报纸仍需要探寻到适合自己发展的道路。手机二维码的应用至少在现阶段为报纸的发展提供了新的平台。

不久,无线上网服务将会成为城市的基础设施,“扫码”成为一种生活方式。生活节奏加快,人们几乎没有时间将完整的

一份报纸阅读完,而通过手机二维码可以在零碎的时间中对于自己感兴趣的信息进行深入的了解。新闻附上二维码,为新闻信息增加了厚度。可以想见,将来灾难新闻旁边的二维码不仅可以告诉人们灾难现场的最新情况,还可以附带如何在灾害中自我保护规避灾害的图示,再或者在电影发布会新闻旁通过扫码获得最新的电影宣传片和电影票折扣信息等。二维码的普及将新闻融入到每个人的生活。“无关者”会越来越少,而新闻的“参与者”则会越来越多,报纸与网络之间的联

系将会愈加紧密。□

参考文献

① 百度百科 <http://baike.baidu.com/view/132241.htm>

② 黄晓钟、杨效宏、冯钢:《传播学关键术语释读》,四川大学出版社,2005

③ Werner J. Severin/Jams W. Tankard, Jr 著,郭镇之 主译:《传播理论:起源、方法与应用》,中国传媒出版社,2006

(作者 西南民族大学文学与新闻学院研究生)

责编 姚少宝