

网上中国

“游戏+虚拟现实”成新闻业新趋势

新融合“施法”新故事

本报记者 刘峻

足不出户却能“亲临”重大新闻现场,这样的场景正在从想象变成现实。日前,在华盛顿举行的世界新闻媒体大会上,世界编辑论坛发布了最新的新闻编辑部趋势报告,其一便是新技术——游戏、虚拟现实、可穿戴技术——与新闻的融合。报告认为,在新兴可穿戴技术和更便宜的虚拟现实设备的刺激下,游戏和虚拟现实技术正在改变新闻媒体生产故事的方式。技术,一直在改变着新闻故事呈现的方式。可穿戴设备、虚拟现实……这些“高大上”的名词究竟能对新闻施加怎样的魔法?

融合现雏形

今年9月,国家主席习近平在访美期间参观了微软公司总部。期间,微软工程师向习近平夫妇展示了3D“全息眼镜”设计摩托车造型和美国气象数据可视化系统。造型“酷炫”的“全息”眼镜,一度成为国内网友关注的焦点。事实上,利用眼镜、头盔等可穿戴设备来实现交互式体验,在工业、地理、游戏等诸多领域都已有所应用。而在新闻业,也有勇于吃螃蟹的先行者。2013年,美国传媒巨头甘内特集团旗下的《得梅因纪事报》在其网站推出了《丰收的变化》大型解释性报道,将虚拟现实和游戏元素融入其中,令人耳目一新。《丰收的变化》报道的主要对象,是4家位于当地的家庭农场。除了利用文字、图片、信息图表、音视频等元素外,该报还与知名虚拟现实技术公司Oculus合作,开发了虚拟现实的农场体验板块。利用专门的头盔设备,读者可以在360°全景视角中身临其境地走动,并完成各种收集“线索”的小游戏。通过对农场的历史变迁和现状的描绘,美国农业社会中人口、科技、家庭结构等方面的变迁跃然屏上。上线当天,报道的点击率就达到了普通新闻的近15倍。而美国广播公司(ABC)日前也推出了一系列虚拟现实报道。在名为《叙利亚之旅》的报道中,用户可以“亲临”叙利亚,与当地人在街道上散步。不少国外媒体正跃跃欲试,研发相关的新闻产品。

业界多乐观

虚拟现实正在现实中迎来最好的时光。尽管谷歌眼镜有些“雷声大雨点小”,但互联网大鳄并未停下在虚拟现实领域开发的脚步。近日,微软在其新品发布会上宣布其全息眼镜的开发者版本将于明年面世;此前,Oculus、索尼、HTC3家公司也计划在2016年开始销售其虚拟现实产品;社交网站脸谱创始人扎克伯格曾表示,虚拟现实是手机之后的下一代重要的计算和通讯设备。手机和移动互联网已经为新闻业带来的巨大影响,下一个改变世界的产品会与新闻产生怎样的化学反应?“虚拟现实元年”即将到来,乐于拥抱新媒体的新闻人也张开了想象的翅膀。电影制作人克里斯·米尔克认为,虚拟现实与新闻的结合,取消了中间人的角色,这使得人们对事件有了切身感受,与新闻中的人物形成更深刻的感情联系。美国南加州大学安娜堡新闻与传播学院副教授罗伯特·埃尔南德斯认为,可穿戴技术具有让用户身临其境地“听故事”的潜能,有可能改变新闻生产和消费的方式。甘内特集团副总裁米奇·格尔夫曼设想,未来,虚拟现实技术可以应用到有更多动作的场合,比如战场新闻报道、体育比赛等。这种类型的新闻报道很有可能在观众中激发起热情,让新闻消费变得“好玩儿”起来。

普及遇难题

有研究者认为,游戏和虚拟现实与新闻融合最大的意义,在于改变了人们对于获取新闻方式的既有认知。一方面,利用这些元素能够让信息更有效地传播;另一方面,能使受众获得更多的自由度和满足感。直视新闻中的人物,倾听他们的故事,主动探索和获取信息,虚拟现实技术仿佛让人回到了传播的“原始形态”。不过,虚拟现实与新闻融合的局限性显而易见。目前,对于新闻机构和普通读者而言,虚拟现实的新新闻报道都是一笔不菲的支出。例如,仅《丰收的变化》一篇报道,就耗费了报社3个月的时间和近5万美元的支出。这也在一定程度上限制了新闻报道的范围,对于时效性较强的新闻而言,目前的虚拟现实技术还远远不能满足新闻对速度的要求。而虚拟现实产品仍处于起步阶段,不菲的价格也让普通消费者望而却步。与此同时,将虚拟现实融合新闻报道,并使其游戏化的伦理问题目前也存在争议。如何在生动和有趣的同时,保留新闻议题的严肃性,不至于使新闻继续堕入娱乐化的“深渊”,仍需要新闻和科技从业者去探索。

互联网大数据助力“一带一路”战略 亿赞普与斯里兰卡合建跨境清算系统

本报电 互联网大数据如何助力“一带一路”战略?日前,全球领先的互联网跨境贸易及大数据应用公司——亿赞普科技集团董事长罗峰在斯里兰卡首都科伦坡与斯里兰卡央行行长阿朱那·马亨德拉,就合作发展中斯跨境清算系统达成共识。罗峰说,斯里兰卡地理位置优势明显,是印度洋上的重要航空枢纽。同时,斯里兰卡拥有科伦坡港等运作成熟的天然深水良港,是中国面向南亚及非洲等地区超过20亿人口的海上贸易重要门户。随着“一带一路”战略的逐步落地,在“南南合作”的背景下,斯里兰卡极具成为下一个贸易金融中心的潜力。亿赞普将通过其旗下的跨境支付金融公司钱宝,与斯里兰卡央行打造其境内境外清算服务平台,为双方贸易往来等各方交流提供便利的金融服务。斯央行行长马亨德拉表示,基于现有的中斯贸易金融体系,以美元作为中间载体的“卢比-美元-人民币”兑换过程给中斯企业的国际贸易带来了高昂的支付成本和汇兑风险,斯里兰卡十分希望能与亿赞普一同发展“卢比-人民币”跨境清算系统,从而降低中小企业贸易清算的成本和门槛,提升中斯双边贸易。据悉,随着南南合作援助基金的设立,中国将增加对不发达国家投资,力争2030年达到120亿美元。斯里兰卡不仅是“一带一路”重要节点,同时还是中国面向南亚、非洲等地区最不发达国家的航运必经之路。从长远看,中国可借助与斯里兰卡共建“一带一路”,进一步加强在南南合作、上海合作组织及金砖国家合作机制等领域的多边合作。钱宝是亿赞普集团旗下的跨境支付金融公司,为中小企业跨境贸易提供支付金融服务。目前,钱宝已覆盖全球104个国家和地区的收单支付网络,是中国国内最大的跨境支付平台。钱宝致力于降低中国中小企业跨境结算及支付成本,实现外国本币-人民币的直接兑换,加快中小企业回款速度,提升中国企业跨境贸易的便利化。钱宝从2013年开始在全球范围内部署支付清算网络,其覆盖区域已达中亚(吉尔吉斯斯坦等国)、中东(沙特、阿联酋等国)、欧洲(比利时、立陶宛等国)、非洲(安哥拉等国)。

海外网直击

荷兰皇家菲仕兰CEO鲁乐夫:

提升电商技术尝试全新销售

本报记者 徐蕾



图为荷兰皇家菲仕兰公司全球首席执行官鲁乐夫。

“尽管市场环境不是很好,今年上半年,美素佳儿在中国的销售业绩依然保持了两位数的增长。”荷兰皇家菲仕兰公司全球首席执行官鲁乐夫说。皇家菲仕兰公司在中国最受欢迎的产品是美素佳儿婴幼儿奶粉。这个在2007年才正式进入中国的品牌,目前在中国的销售业绩稳居第5名。日前,在荷兰皇家菲仕兰公司位于阿姆斯特丹的总部,海外网采访了新任的CEO鲁乐夫。他表示,调查报告显示,荷兰的年均消费奶制品量是350升,中国人消费水平则是25升,远远低于国际水平。“毫无疑问,中国乳品市场还有大潜力。问题不在于供应,而在于如何创造需求,增强中国消费者对乳品品质的信心,让中国的乳品消费达到荷兰的水平。”鲁乐夫说,“2015年,菲仕兰在大中华区的销售额预计达到10亿欧元,占其全球销售额的10%左右。在菲仕兰的计划中,到2020年,预计公司总营业额达到150亿欧元,其中大中华区的销售额达到20亿欧元,占全球整体市场销售额的比重将超过10%。”去年3月,中国国家主席习近平对荷兰进行国事访问时表示,中方欢迎荷兰扩大奶制品对华出口,并见证了《中荷乳业合作框架协议》的签署。“我们会抓住机会,加大荷兰奶制品进入中国的步伐。”鲁乐夫说,“第一,我们会继续加强婴幼儿配方奶粉品牌美素佳儿在国内的发展。第二,我们和辉山的合资公司已经成立,我们正在全力筹划,为在中

国推出第二个品牌的婴幼儿奶粉而努力。第三,我们会扩大在中国的品类,比如引入常温牛奶。”说到在中国很火的“电商”,鲁乐夫笑言,他已经观察到了。“现在,婴幼儿配方奶粉在传统和现代销售渠道的销量增速在下降,但在电商渠道的销量在增长。美素佳儿的销售保持两位数增长,这主要得益于对销售渠道的正确选择,我们在合适的时间选择了尝试一个全新的销售通路。”他说,“我们至今仍在不断提高我们的电商技术,确保我们快速、准确地了解消费者对美素佳儿这样的品牌的期望是什么。”今年是中国“一带一路”倡议的落实年,荷兰的鹿特丹也是“一带一路”的终点港,对此,鲁乐夫幽默地表示:“菲仕兰的产品包括婴幼儿配方奶粉都是从鹿特丹港口运到中国的,因此,菲仕兰一直在参与‘一带一路’。”谈及中国正在实施的“一带一路”战略时,他直言这个倡议高瞻远瞩,各国之间的贸易、合作和融合到最后将有助各国市场发展。“目前,还有一条铁路(渝新欧国际铁路)从鹿特丹出发,经由莫斯科,到达中国重庆。菲仕兰也可能考虑通过这条陆路,让产品能更快地到达中国,这比海运更快。”据了解,目前,菲仕兰的产品主要通过海运出口到中国,运程大约需要4个星期,但如果通过渝新欧国际铁路运到重庆,时间只需要15天。“我们对中国市场有信心也非常重视,投入很大。”鲁乐夫说,“中国是一个伟大的国家,充满了机遇。菲仕兰愿意和中国同业分享我们的经验,联手让中国市场上的乳制品更具有吸引力。”



网络

留言板

读者群体的舆论场

彭训文

在我上中学第一次接触电脑时,还没有网络社区、跟帖等,电脑里只有一块留言板,50多个同学在局域网里互相交流,大家照样玩得亦乐乎。十几年过去了,如今无论是新闻网站、商业网站、政府网站还是报纸门户网站等,很多都开通了留言板。在不断变革的网络大潮中,留言板存活了下来,可见其之于运营者、读者、之于新闻的巨大意义。

然而,在如今很多新闻网站中,因为经常充斥恶意回复或垃圾广告,留言功能被取消了;还有一些新闻网站因为保留网友留言而吃了官司。例如,今年6月,欧洲人权法院裁定,爱沙尼亚新闻门户网站Delfi因其读者发表的匿名言论而被追责。这同时也表明,即使网站不是有关评论的作者,也要对其承担法律责任。

关掉留言板,将让运营者和读者互动的桥梁完全卡死;审核留言,会增加人力成本,而且编辑的价值判断也会影响到编读互动的效果;全部保留,运营者又可能遭到读者刷屏或者遭受法律风险。关还是不关,这是一个问题。

对于一个拥有留言板的网站来说,能与浏览者或者读者互动往往是其主要预期。但现实的问题是,除去那些明显充满恶意或者广告性质浓厚的回复,很多留言本身并不触及,只是“有些过激”。但对于这样一个度的把握,目前缺乏有效标准。

“关闭论”支持者认为,留言的人并不是真正的读者,或者说,只占读者的一小部分。他们虽然看起来很活跃,但只占读者不到1%的比例,其意见并不具有代表性。

分析来看,这种观点恐怕没有注意到,即便留言的比例不到1%,但是看留言的读者又有多少呢?有媒体做的调查显示,90%的读者会关注文章后面的读者留言。在一些

商业网站上,读者留言成为商品购买的重要标准;在一些文章后,更有读者表示“我是来看评论的”,更有读者在评论中发明“评论接楼”等刺激读者群体积极参与的亚文化现象,很多网站的读者留言因为风格、倾向迥异而闹名,如“网易体”、“新浪体”、“腾讯体”等。

文章表达的意见被读者评论抢了风头,这表明,很多留言区已经成了读者围绕该话题而宣泄的一个舆论场。透过它,我们往往能够很清晰地把握这些读者对某事件、话题、现象的倾向性看法。

对于正在向新媒体进军的传统媒体(如报刊)而言,重视留言区的功能显得更加重要。在很多读者眼里,一家报纸的门户网站、客户端、微信,往往都被看作这家媒体基于各个新媒体类型开设的官方门户。其中的留言功能,往往是读者针对某篇文章、某个(类)话题而产生的最新意见。如果能准确、全面地将这些意见、建议搜集好,对于传统媒体更好地转型,对于国家相关大政方针的政策制定修订,往往能够起到事半功倍的作用。

例如,人民网于2006年创办的《地方领导留言板》,截至今年10月7日,累计有56位省委书记、省长公开回应网友留言,历史总留言达700181条,历史总回复397219条,成为党报用互联网留言板实现官民互动的典范。而人民日报海外版客户端“海客”,更是将《华声问答》栏目作为编读互动的常设栏目。

留言板连着运营者(作者)和读者(群众)这两头,这两头都是大概念。随着网络的不断发展,还将有更多包括报刊在内的媒介卷入其中。下一步,只要将专家意见引入、大数据运用、留言审核等问题处理好,网络留言板无疑将成为编者与读者互动的一个绝佳桥梁。