

内 蒙 古 自 治 区
社 会 科 学 研 究 课 题
课题编号：16C02

蒙古语报纸与新媒体融合发展研究

结 项 报 告

课 题 类 别：青年课题

课 题 负 责 人：锡林高娃

课 题 依 托 单 位：内蒙古大学

课 题 完 成 时 间：2017 年 3 月 21 日

内 蒙 古 自 治 区 社 会 科 学 界 联 合 会

目录

一、引言.....	3
二、《内蒙古日报》（蒙文版）新媒体融合现状.....	4
三、主流蒙古语报纸新媒体融合现状.....	6
四、蒙古语报纸新媒体融合问题.....	9
五、蒙古语报纸新媒体融合策略.....	13
六、蒙古语报纸新媒体发展机遇.....	20
七、结语.....	22
八、参考文献.....	22

蒙古语报纸与新媒体融合发展研究

一、引言

在当今移动互联网时代，传统媒体与新媒体正在加速融合，形成了以微博、微信和客户端为代表的沟通对话通道和舆论场。媒体融合(Media Convergence)，最早由伊契尔·索勒·普尔(Ithiel De Sola Pool)提出，他认为各种媒介在融合过程中呈现出多功能一体化的趋势，这是一个正在“模糊媒介间界线”的过程。国内对媒体融合未形成统一界定，但普遍认为媒体融合是在技术、产业利益和社会需求驱动下，媒体以多种手段实现不同媒介形态的内容、渠道和终端等全方位融合的过程。2014年8月，中央全面深化改革领导小组第四次会议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展指导意见》，该文件要求，在提升主流媒体的传播力、公信力、影响力和舆论引导能力的任务日益凸显的今天，需要加快媒体融合的步伐。鉴于此，习近平总书记2016年2月19日在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话，指出“随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时度效着力，体现时度效要求。要加强国际传播能力建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。”推动传统媒体和新兴媒体的融合发展不仅仅是党中央的重大战略，更是媒介适应市场经济发展壮大必经之路。在这样的发展趋势下，传统报纸如何实现华丽转身，继续掌握新闻舆论的话语权是需要不断研究的重要问题。国内关于报纸与新媒体的融合研究近十年才开始，学术研究主要集中在实践探索层面，从融合发展的现状、趋势、途径等综合角度和国内外个别媒体的融合发展的具体情况进行研究和分析。而关于蒙古语报纸媒体和新媒体融合的研究才刚刚开始，属于初级阶段，仅有几篇提出融合方法的学术论文，还没有形成较大规模的学术氛围。在新媒体迅速发展的大环境中，蒙古语报纸这种传统媒体如何与新媒体进行融合，更快更广泛地传播信息产品，服务用户，保持影响力，成为蒙古族新闻传播领域中急需探

讨和研究的课题。

二、《内蒙古日报》（蒙文版）新媒体融合现状

在中央“顶层设计”的推动下，2014年初，内蒙古日报社各有关部门负责人、骨干编采、技术人员赴中央媒体和省区市党报社考察、学习、培训。2014年制定了《内蒙古日报社媒体融合方案（2015-2017）》，明确了发展目标、融合路径、项目建设、体制机制，被列为全区传统媒体和新兴媒体融合发展试点单位。2016年4月，出台了《内蒙古日报社关于进一步加强媒体融合工作的意见》，进一步细化媒体融合工作。目前，内蒙古日报社已经从传统单一的纸质媒介，逐步发展为具有报纸、刊物、网站、微博、微信、客户端、电子阅报栏、二维码、手机报、网络电视、微播音、户外大屏幕等13种媒介，34个媒体（机构）及30多个微博和微信的融媒体矩阵，形成了由纸质媒体、网络媒体、移动媒体、户外媒体4种业态，蒙古语、汉语、俄语、斯拉夫蒙古语4种语言，5条业务线，6个融媒体编辑部构成的媒体融合发展体系。同年，启动了全媒体融合平台（现叫“中央厨房”）项目建设。由内部用户管理系统、互联网用户管理系统、考核评估系统、音视图产品采集发布系统、新媒体内容发布管理系统、报纸版面设计系统、报纸出版安全管理系统、广告发行管理系统等8个系统组成。打造全媒体“中央厨房”成为多家传统媒体的着力方向，通过“中央厨房”的集中处理，能够有效地整合媒介、新闻、信息、人力等各方面资源，实现“一次采集，多次生成，多元发布”的全媒体生产。

《内蒙古日报》（蒙文版）也全力推进媒体融合发展，探索创新融合发展的运作和考核机制，积极拓展新媒体传播渠道，在报社层面初步构建起了“一网二微三屏”的传播架构：“一网”即中国蒙古语新闻网，“二微”即内蒙古日报官方微博、公众微信号，“三屏”即指通过电脑屏、手机屏、平板电脑屏呈现“呼陆客”，其融合发展现状在所有蒙古语报纸当中处于领先地位。在蒙文报网联盟的基础上，建立蒙文媒体采集中心，蒙文融媒体编辑部、蒙文融视频编辑部；打造蒙文系列媒体的微博、微信、手机报、客户端、电子杂志等移动媒介终端；开

发了网络春晚、微电影等蒙文系列融媒体产品。中国蒙古语新闻网已发展成为国家重要的蒙古语第四媒体,有多个国家和地区的网民登录,网友遍及日本、蒙古、俄罗斯、美国等多个国家和地区,日均点击量过万次。网站目前共设有15个频道,600多个子栏目,是国内最大的蒙古语新闻信息服务网。中国蒙古语新闻网正逐步向少数民族文字大型门户网站方向发展。长远目标是把中国蒙古语新闻网平台建设成为“中国蒙古族网络文化示范基地”和“中国蒙古文网络文化大型资源库”。中国蒙古语新闻网在组织机构、运行机制和流程系统上,采取与内蒙古报(蒙文报)互动的模式,通过内容资源的深度融合和优化重组开发新数字产品,延伸产业链条,实现多终端延伸,多渠道拓展。与内蒙古蒙科立软件有限责任公司共同开发少数民族公共支撑技术;与内蒙古医学院蒙医药学院合办了健康(蒙医药)频道;与北京大成律师事务所合作开办了网络法律服务专业版块;与内蒙古电视台进行栏目合作(《社会观察》、《黑板》、《站》)等等。中国蒙古语新闻网为《内蒙古日报》(蒙文版)建构了可持续发展的平台,不断扩展其社会影响力,报纸发行量突破10万份,实现了报网融合的良性互动。2014年8月18日由内蒙古日报社精心打造的《内蒙古蒙语手机报》和《赛努·内蒙古》新闻客户端正式同步上线开通。《赛努·内蒙古》是中国蒙古语新闻网手机版本,有“首页”、“两会”、“新闻”、“社会生活”、“文化艺术”、“娱乐”、“女性”、“健康”、“蒙古学研究”、“法律”等18个频道。《内蒙古蒙语手机报》以手机短信的形式免费发送,上午和下午发布信息,每次有12-14页,每页发一条新闻或信息,有“图片”、“新闻”、“文化”、“体育”、“青年”、“天气预报”、“领导”、“服务”、“社会”、“学生”、“兴趣”、“通知”、“生活”、“搞笑”、“经济”、“法律”、“热点”、“专题”等多种版面。2016年12月30日,内蒙古日报社《呼陆客》蒙文客户端正式上线运行。该客户端是国内第一个自主研发的综合型蒙文客户端,标志着蒙文媒体融合发展实现新跨越。“呼陆客”是蒙古语,意为“骏马”。《呼陆客》蒙文客户端是内蒙古日报社媒体融合发展重点项目推出的蒙文移动新产品,由内蒙古日报社与潍坊北大青鸟华光照排有限公司经过一年的合作开发,有诸多技术指标填补了国内空白。《呼陆客》蒙文客户端的上线不仅推动了蒙古语言文字信息化的移动化进程、壮大了蒙文融媒体的业态力量,而且开创了蒙文新媒体自主研发、自主产权的新路子,对蒙文新媒体发展将起到引领作用。《呼陆客》蒙文客户端依托《内蒙古日报》(蒙文版)和内

蒙古日报社蒙文融媒体资源，突出原创、突出特色，做有品质、有温度的新闻，为广大用户提供优质信息服务。该客户端以内容区+功能区+用户区为基本结构，设新闻、政务、联盟、个人中心等四大模块。新闻模块看新闻、看视频、看数字报，并具有直播功能；政务模块进行最新政策发布以及权威政策解读。联盟模块由内蒙古蒙文报网联盟9个成员单位独立频道组成；个人中心包含了用户注册、登录等主流客户端具备的基本功能。

目前看来，《内蒙古日报》在融合发展中依然存在以下问题需要解决：1，多种新媒介采取整合运营方式，相同内容后进行整合运营，多个媒介主题共享，相同的新闻出现在多个媒介中，缺少差异化分别。这样做虽然提高了传播效率，将报纸媒体的内容通过新媒介得到广泛传播，但新媒介广阔的传播空间导致信息量过载，相同的内容和信息流变成了噪音，难以凸显媒体的差异化和独特性，同时严重干扰了用户接收有效信息。2，用户至上的服务尚未形成。虽然新媒体为用户交流提供了多种渠道，但是其运营资源有限，在新媒体运行过程中不能及时实现一对一的用户交流。不能及时处理用户在新媒体平台上的需求或反馈，失去了用户的信任。虽然《内蒙古日报》的新媒体产业拥有数量众多的用户群，作为内蒙古报业的领头羊具有先天的发展优势，但是如果一直缺失对用户的服务意识，也一样会导致用户流失，这也是目前各种新媒体快速出现、替代、消亡的原因之一。3，鉴于《内蒙古日报》是内蒙古地区权威性、公信力与影响力最强的报纸媒体，其新媒体不能为了吸引流量导致内容俗化，偏离了原有的价值定位，也不能总以正统的官方媒体自居，语言刻板严肃，新闻报道基本是高大上的用语，缺乏亲民性，读之乏味。进一步严把内容质量关，完善管理制度、明确奖惩，并且传播语态向卖萌活泼的口语化转变，才能吸引更多的用户，传播更多的正能量。4，创新的动力不足。《内蒙古日报》新媒体需要进一步在两微一端技术应用和运营模式上进行了创新，不能只局限于复制别家的新模式和新技术，在运营上不能继续沿用传统纸质媒体的操作模式，从产业发展的角度上也难以取得真正意义上的突破。

三、主流蒙古语报纸新媒体融合现状

在《内蒙古日报》媒体融合发展的带动下，2012年12月经内蒙古自治区党委

宣传部批准，由《内蒙古日报》蒙文编辑部牵头，联合中国蒙古语新闻网等5家网站和内蒙古日报蒙文版、呼伦贝尔日报蒙文版、兴安日报蒙文版、通辽日报蒙文版、赤峰日报蒙文版、锡林郭勒日报蒙文版、乌兰察布日报蒙文版、鄂尔多斯日报蒙文版、巴彦淖尔日报蒙文版、阿拉善日报蒙文版、内蒙古生活周报蒙文版、内蒙古少年报蒙文版等全区12家蒙文报编辑部组成内蒙古自治区蒙文报网联盟。蒙文报网联盟的宗旨是整体规划、联合建设、合作交流、资源共享、机会均等、利益共享。这是蒙古语媒体发展70余年历史上里程碑式壮举，此举是蒙文报纸在网络发展新时期和新阶段的必然结果，是报业转型升级持续发展的必由之路。蒙文报网联盟整合全区蒙文报纸和网络新闻资源，实现新闻产品创作、生产、传播流程数字化管理运营，增强报业竞争力，壮大宣传实力，提高传播能力，共享网络资源，推进新媒体建设，巩固和发展党的舆论阵地，具有基础性、先导性和战略性意义，对蒙古语报纸与新媒体融合发展产生深远的影响，标志着我区蒙文报业发展翻开了新的篇章，同时为蒙古语报纸与新媒体融合发展奠定了基础。至今内蒙古蒙文报网联盟成立5年，在资源共享、业务合作、人才培养等方面已经取得了显著成效。通过几年发展，全区蒙文党报和中国蒙古语新闻网、地方PC网站群实现互联互通，在内容、技术、平台方面融合发展，联盟成员单位的文字图片、音频视频等资源通过共享平台顺畅地相互交流使用，实现了蒙文报网一次采集、多次生成、多元发布，推进了蒙文媒体一体化发展。在“互联网+”大背景下，目前联盟媒体融合发展进入一个关键期，着力完成6项建设：1，联盟客户端群建设；2，联盟媒体传播中心（中央厨房）建设；3，搭建蒙文移动采编平台；4，开通手机报群；5，媒体后台融合发展建设；6，建设以微信为核心的公众平台。

在这样的大环境下，各盟市的主流蒙语日报也开始新媒体建设。经调查，目前《锡林郭勒日报》（蒙文版）、《巴彦诺尔日报》（蒙文版）、《鄂尔多斯日报》（蒙文版）、《乌兰察布日报》（蒙文版）、《赤峰日报》（蒙文版）、《通辽日报》（蒙文版）、《兴安盟日报》（蒙文版）、《阿拉善日报》（蒙文版）、《呼伦贝尔日报》（蒙文版）等蒙古语报纸都开发了网络版和开通了微信公众号，但是，依然是《内蒙古日报》（蒙文版）微信公众号吸引较多的用户，目前有3万多名用户，对比之下，《鄂尔多斯日报》（蒙文版）的微信公众号自从2015年1月开通后，目前关注数3000多。目前，《内蒙古日报》（蒙文版）、《阿拉善日报》（蒙文版）、《锡林郭勒日报》（蒙文版）的微信公众号发布信息数量

和阅读量最多，但是相比汉文版的，用户数量依然差距甚大。各盟市主流报纸蒙文版的微信公众号推送信息的频率以及用户的反馈见表一。从统计结果可以看出，《内蒙古日报》（蒙文版）微信公众号经营状况较好，用户的认可度较高，但是其信息推送的频率较低，其它盟市的主流报纸（蒙文版）微信公众号的经营状况较为惨淡。另外个人经营的微信公众号对官方蒙古语报纸微信公众号带来了较大的挑战，如《金轮》、《Erel》、《Unen2016》、《onoodor》等公众号经常发布蒙古历史、文化、习俗、文学、社会热点、访谈蒙古国知名人士或著名文学家的视频等颇受蒙古族用户的喜爱。部分报纸也注册微博，但大部分目前都是停止运行。《内蒙古日报》（蒙文版）开通了新浪微博，粉丝有22332人，发布的微博数有857，而2014年10月8日以后没有被更新。《内蒙古生活周报》发布的微博数有69，粉丝有72人，2014年4月25日之后没有被更新。《兴安盟日报》（蒙文版）共发布294个微博，2014年11月20日之后再没有更新。《巴彦淖尔日报》（蒙文版）共发布了10条微博。从上述研究看来，微博的技术含量较高，入手较难，目前并不适合蒙古族群众，而微信是蒙古语报纸需要占领的主战场。

表一各盟市主流报纸（蒙文版）微信公众号推送信息的频率和用户反馈

报纸（蒙文版）	每天发布信息次数	每次发布信息数量(条)	形式	最高阅读量	广告
内蒙古日报	1次	3-6	文字、图片、视频	21055	没有
内蒙古生活周报	1次（周末1次）	3	文字、图片	2277	没有
阿拉善日报	1次	8	文字、图片、音频、视频	8477	有
乌兰察布日报	1次（周末不发）	3	文字、图片、视频	1580	没有
锡林郭勒日报	1次	2-5	文字、图片、视频	8144	没有
赤峰日报	1次（周末不发）	4-5	文字、图片、视频	1471	没有
巴彦诺尔日报	1次	5-7	文字、图片、视频	2671	没有
鄂尔多斯日报	隔1天1次	6-8	文字、图片、视频	924	没有
通辽日报	隔1天1次	4-6	文字、图片、视频	525	没有
呼伦贝尔日报	1次（周末1次）	3-5	文字、图片、音频、视频	5029	没有
兴安盟日报	1次	5-7	文字、图片、视频	9229	没有

四、蒙古语报纸新媒体融合问题

目前，蒙古语报纸与新媒体融合发展中存在诸多问题。1，内容重复，形式单调。内容方面，网络版报纸、手机报、微信公众号上的文章与纸质版报纸的内容大同小异，文章的结构，语句甚至段落都一样，区别在于新媒体上发布的内容比纸质版的简短些，有时只是添加了些图片进行点缀而已。例如2015年8月23日《内蒙古蒙古语手机报》发布的题目为《蒙古学国际研讨会》的新闻与2015年8月22日《内蒙古日报》刊登的《蒙古学国际研讨会在呼市举行》的新闻在文章结构，语句上甚至段落都一样，区别在于手机报上的内容简短些。这种毫无区别的推送信息，看似扩大了信息的影响力，但其实是一种资源浪费，包括人力、物力和财力的浪费。其根源在于同一个记者的采编的稿子在不同的媒体共同使用，改变这种现象必须从宏观上建立新的供稿机制，同时扩大不同媒体采编供稿的记者队伍，分工明确，这样信息的供给更有差异性。

2，语言呆板严肃，缺乏亲和力。对于现在的受众来说，“打官腔”和“板起脸讲道理”已经没有市场了，更多的用户希望在轻松愉快中接受信息。而蒙古语报纸在这方面依然以传统的语态面对用户，呆板严肃。当然语言的传播是需要大环境，这需要相关记者在推送信息时多深入群众，将群众喜闻乐见的口语搬上新媒体。在这方面，就以《人民日报》为例，2015年4月，《人民日报》微信公众号以总阅读数3628万⁺，总点赞数71万⁺，新榜指数1018.1的成绩位居中国微信500强之首，同时也在时事类公众号排行榜中名列第一，其新浪微博粉丝亦高达3506.8万。它的成功有多方面原因，其中之一就是语态亲民化。即使是在报道枯燥乏味的时政新闻时，《人民日报》微信公众号，也摒弃了将报纸上的“官方发言”搬上网的情况。它运用熟悉且乐于接受的语言去表达，站在用户的角度，替大家去解读重大新闻事件，并且常常运用时下年轻受众喜爱的网络词汇进行表达，生动易懂。例如《人民日报》纸质版在2016年9月23日发表官方新闻题目为“习近平开始对美国进行国事访问”，同日“两微一端”发布的信息题目为“习大大的书单”。9月24日纸质版题目为“习近平出席中美省州长论坛”，同日“两微一端”发布内容信息的题目为“出席中美企业家座谈会的企业家都是啥来头”。9月26日纸质版新闻的题目为“习近平同美国总统奥巴马举行会谈”，而“两微

一端”题目为“还在纠结为何不是奥巴马接机？看懂习奥会这些你得知道”。当然有些蒙古语报纸微信公众号的语言风格也开始变得稍微亲切活泼些。例如：《鄂尔多斯日报》微信公众号在2016年8月10日推送题目为《从星期四开始雨姑娘回鄂尔多斯，天气会变凉些》的天气预报，这样就带给人一种亲切感。受大环境影响，这种亲民的蒙古语风格依然没有形成规模。本人对289人进行蒙古语报纸的新媒体用户进行问卷调查，有144人选择稍加口语化的亲切语言，占50%。90人选择传统媒体惯用语言，占31%，53人选择口语、大白话，占18%。从该结果中看出多数蒙古族群众还是欢迎稍加口语化的亲切语言。

3，用户数量稀少。新媒体时代，媒介的受众定位由以往的“单向受众”转变为“广泛用户”，并且用户享有选择信息的主动权，相较于以前，用户的定位发生了根本性的变化。面对这种转变，传统纸媒在媒介融合过程中必须给予高度重视，不断改善用户服务质量和体验。具体来说，以往传统纸媒的新闻采编往往是以记者、编辑的一己之好主导刊载内容，而随着新媒体时代“受众”主体地位的提升，纸媒在进行内容选编时必须综合考虑不同用户的需求，不仅要进行意见反馈收集，还要及时开展沟通互动，同时确保交流渠道的多样化，促使以纸媒为核心的主流媒体在新媒体全面推进的大形势下逐渐转型为了解民意和传递信息的最佳平台。内蒙古是以蒙古族为主的少数民族自治地区，在118万平方公里的广袤土地上居住着400多万蒙古族居民，蒙古语党媒作为党和政府的喉舌，在这里发挥着巨大的作用。受众对象比较特殊，因为蒙古族群众大多居住在交通不便和经济不发达的边境地区和农村牧区，文化水平较低，接受能力差。目前所有蒙古语报纸微信公众号里运营最好的《内蒙古日报》（蒙文版）微信公众号关注人数仅为3万多，由此可见用户数量太少。在发放给289人的问卷调查里112人选择不看《内蒙古蒙古语手机报》，占39%。不知道《内蒙古日报》（蒙文版）和其它盟市报纸蒙文版微信公众号的52人，占18%。相关调查数据显示，随着全球信息时代的到来和互联网技术、大数据模式的深入发展，我国传统媒体在新媒体的冲击下，发展态势已逐渐呈现下滑迹象。以2016年公布的《中国传媒产业发展报告》为例，2016年纸媒行业业绩及发展规模下滑态势明显，甚至陷入全面蔓延的困境。由此可见，加大新媒体宣传力度，降低新媒体准入门槛，深入到蒙古族群众中进行用户调查，了解他们在接触和使用蒙古语报纸手机报、微信公众号、微博、客户端过程中所遇到的困难，听取他们的需求和意见，是当前媒体从业人员

急待解决的问题。

4，内容形式单一。目前蒙古语报纸微信，客户端都以文字、图片、视频的方式发布信息，个别媒体使用音频，而《人民日报》夜晚发的心灵鸡汤类文章都会带音频，在用亲切的语气朗读文章内容并且配有优美的背景音乐，这种方式不仅给没时间或者不愿意读文字的人提供了方便还给人一种精神享受的感觉。蒙古语报纸微信公众号可以借鉴这种方式。蒙古语报纸新媒体还可以用表格、动画等更多形式，利用VR，H5等技术制作一些形式多样的内容吸引更多用户。综上所述，发布的所有内容和形式都以满足用户的需求为目标，以内容建设为根本，进一步增强媒体信息内容的核心竞争力。相关的文章报道提到，内蒙古日报记者、编辑、翻译们把手中的稿件先送新闻网，第二天纸质版发表，其它报网联盟单位共享稿件，报纸微信公众帐号把稿件拆分后发布，这是目前的情况。这其实不是融合，而是换种方式转载。所以如何丰富内容，传播形式多样的信息是办好蒙古语新媒体所注重的一个重要环节。在对蒙古语报纸微信公众号的调查中发现关于服务蒙古族群众生活，传播蒙古族文化方面的内容阅读量最多，例如：《锡林郭勒日报》发表的《牧民乌仁其木格自建冷库加工肉类包装出售》，《呼伦贝尔日报》发布的《为弱势群体提供法律援助的那仁朝克图》等新闻阅读量达到最高。《兴安盟日报》2016年8月19日发布的《告诉大家一个好消息-乌兰浩特至海拉尔开通了直达火车》信息阅读数为9229。《锡林郭勒日报》2016年8月17日以问答形式发表的政策解读阅读数为2150。作者发放289份《蒙古语报纸的新媒体用户问卷调查》发现，愿意接受服务农牧民生活的信息的有135人，占47%，国家和自治区政策解读的121人，占42%，蒙古族历史文化的118人，占41%。所以关于蒙古族历史文化，服务农牧民生活，政策解读等信息内容更容易吸引用户。经调查，本人对289人进行蒙古语报纸的新媒体用户进行问卷调查，喜欢看与自己职业相关内容的有172人，占60%，所以利用大数据等各种技术深入了解用户的兴趣、喜好，需求，注重用户的心理，增加与用户的互动，提升用户的参与热情，力求为用户提供多样化的信息，吸引更多的用户，树立服务用户的思维。

5，专业人才稀缺。新闻采编人员在以前普通纸质媒体的工作环境中，工作比较简单，每天可能就是进行采访写稿、对新闻进行排版等，随着新媒体时代的到来，采编工作需要适应新时代，工作要求也越来越高，这就需要记者进行全方位的发展，而不是只专注其中一项工作。新媒体要求采编记者不仅能够完成基本

的采编工作，而且还要具有较高的综合技能。例如记者必须具有较高的网络技术水平，能够通过互联网浏览和筛选信息。在信息的筛选和编辑方面，采编记者必须提高信息的吸引力，掌握一定的视频编辑技巧。现在的读者已经不再需要过去长篇大论的新闻报道，很多社会信息都是通过互联网获得，相对于比较枯燥的文本论述，加入插图或者视频的信息可能更吸引读者，引起他们观看的兴趣。这种现象就要求记者不但要能写出绘声绘色的新闻报道，同时还要拍出富有特色的图片，那么具有一定程度的摄影以及制作技术就是必要的了。有的记者更喜欢进行视频采编，那么相关的视频剪辑技巧和后期制作就是至关重要的。除了要将新闻多样化的展示给读者之外，掌握多种信息传播方式也是必须具备的一种能力。新媒体时代具有多种多样的信息呈现方式，新闻采编人员也要与时俱进，能够掌握各种方式来进行信息传播，例如使用微信和微博等手段传播信息。读者无论是获取国家信息还是娱乐八卦信息，主要来源都是网络，网络信息能够帮助到读者最大的原因就是其具有的真实性。一条信息若是缺少了“真实性”，那么它对社会的影响是不容小觑的。网络新闻缺少专门的“真实性”过滤人员，由于其传播速度非常快，而且传播方式也有很多种，很多信息或多或少都会失真，对信息真实性的把关工作增加了难度，所以网络中虚假信息的比例一直比较高。特别是设计到明星的话语内容，有很大的八卦成分在内，其中语言的真实性一般是不被考虑在内的。一条虚假的信息被一传十、十传百的传播出来，会误导很多读者。真实性是信息的基础，新媒体信息传播量很大，然而由于缺少专门的把关人员，难以保证信息的真实性。对于新闻采编人员而言，必须认识到媒体报道在这方面的不足，提高信息的真实性，对信息要去粗取精，甄别信息的真实性。在进行采编工作时，一定要保持“实事求是”的原则，严格审查每条信息，力求信息百分百的真实度。确保信息的真实性，要求记者要有一双雪亮的眼睛，还要具有专业的敏感性。除了明确辨识信息的真假程度外还要判断信息对社会的影响，是否具有积极向上的意义。由于信息传播渠道的多样化，采编记者的工作范围进一步扩展，采编工作者不能只重视报刊方面，其他的传播媒介也要兼顾。另外，多样化的信息方式也增加了采编工作的工作量。采编工作一旦精力不足，或者调查能力较弱，就会错失很多重要信息，这就需要采编记者具有更强的采编能力和调查能力，把握有用信息，同时对信息的数量和质量进行把控，采编工作者能力的高低直接影响着新闻信息的质量和数量。在多样化传播渠道中，一些信息被反复转载，长此

以往用户对此会失去兴趣，用户总是希望及时获取独家报道，新闻重要的就是实时性，千篇一律肯定是不行的，要多发觉信息背后的故事，深入调查，增加信息的新颖，为读者呈现不一样的新闻，这就要求新闻采编记者能够为用户提供不一样的信息视角，弥补新媒体在这方面的不足。在此基础上，蒙古语新媒体新闻采编人员还需要熟练掌握蒙文编辑和排版技术。总体来说，采编记者要能够跟上新媒体时代的发展步伐，就需要不断改变自身的综合素质，学习各种新技术。为了提升采访部门向全媒体平台发稿的主动性，促进工作人员从传统采编向全媒体采编的观念转变，可在管理考核办法的基础上，制订新媒体稿酬考核办法，拿出专款用于新媒体发稿奖励。新媒体稿酬支付可以采用点击量为核心指标，根据点击量多少，设多级稿酬，低于基本点击量的稿件不发稿酬；同时按照点击量排行，对排名居前的原创稿件给予奖励。此外报社可以对每个采编部门设新媒体发稿指标。根据采编部门发稿情况，每月考评一次，完成指标对部主任有奖，没完成的处罚，新媒体稿件也与报纸稿件一视同仁，纳入采编专业职务序列考核范畴。目前大部分报社实行事业、企业并存发展，事业编制人员和聘用人员双轨运行的模式。发展新媒体对员工的综合素质，即工作能力、互联网思维、熟练技术、文字功底、演讲口才等能力需要很高的要求，如何推进记者编辑向全媒体记者编辑转型是当务之急。为了快速发展新媒体，可采取措施对人才进行优化培养，一方面，对中青年员工进行多方位新媒体从业技能培训，另一方面与高校合作培养新媒体技术的储备人才，另外在机构设置、员工薪酬、特殊人才引进等问题上加大改革力度。目前新媒体的蒙古族从业人员数量不多，既懂得媒体传播理论，又具有蒙文编辑和互联网技术背景的人才更是稀缺。因此不仅需要引进人才，更重要的是从现有高校的专业建设提升未来从业人员的水平。

五、蒙古语报纸新媒体融合策略

针对现存问题，本人建议蒙古语报纸新媒体融合从以下几方面进行建设。1，整合运营。包括（1）信息资源整合，即蒙文报纸两微一端选题互通、内容共享、形成统一的供稿系统和内容输出机制，通过内容的一次发布、多渠道输出实现跨平台传播，但是在内容质量控制上下功夫，不能忽略了平台和受众的差异性。建立健全的全媒体平台来适应新媒体时代的发展是很有必要的。构建全媒体平台，并

不是单纯的将媒体方式进行叠加，而是将不同形式的媒体进行融合与创新，通过多样化、立体化的传播方式，为读者提供一个全面、真实、完整、有效的信息平台。以报刊为例，除了运用传统的报纸形式传播，还可以通过数字报、手机报等方式进行传播。同时，采编工作者的工作流程也会有很大的转变，各工作人员之间不是独立的关系，而是相互合作的关系。一条新闻出现之，全媒体的采编人员都要进行分工与合作。有负责采集信息的人员，有负责拍照、录视频的人员，也有资料整理之后进行整理与排版的，确保信息可以多次使用，就避免了信息的浪费。（2）人力资源整合，针对新媒体设置统一运营团队，专职人员工作部分交叉，对新媒体部门进行细化分工，明确权责，建立激励制度，统筹管理。另外，各采编部门可以自行运作多个微信公众号，从细分阅读、分众传播的角度，形成微信传播矩阵。例如，《人民日报》除官方微信公众号“人民日报”外，其下属各个部门、社属报刊也都在积极开设微信公众号，如“人民日报评论”、“人民日报文艺”、“人民日报政文”、“一撇一捺”、“人民网”、“人民论坛网”、“国家人文历史”“健康时报”、“生命时报”、“侠客岛”和“学习小组”等。

（3）日常分开运营，但在进行重大题材报道或重要项目中进行资源整合。媒体针对两微一端分设运营团队，日常采取分组运营方式，但在重大报道题材和项目中，以“虚拟项目团队”方式，从各小组中抽取人员组成临时团队，实现整合运营。该方式较为灵活，也有助于提升两微一端的传播效果。

2，平台建设。越来越多的专家认为，媒介融合在本质上其实就是数字化的过程，就是新闻与信息产业产品化的过程。可以着力打造一个以内容为核心开展各类运营的全媒体信息传播平台，实现新闻信息与产品的快捷立体化传播与经营，主要实施以下几个平台的建设。（1）全媒体采编平台：重新整合配置报、网、杂志、各个客户端资源，实现新形势下内部采访管理、编辑、制作、发布及数据库管理的数字化。报网融合的主要目的就是要通过流程再造，实现新闻信息的统一采集、加工和编辑，最终实现多平台发布、融合发展。全媒体采编平台具有热点监控、选题策划、新闻稿件编发等多项功能。记者编辑完成稿件写、编、审后，既可发往报纸编辑中心，也可一键发网，且这一操作流程可以在远程、移动端完成。在流程上，记者发回新闻后，网站编辑会进一步通过首页、要闻、热点推荐等形式，强化传播效果；优质内容还可以通过其它渠道进行推送和传播。通过多媒体组合传播模式，保证频道对接后信息传递的即时性、准确性和有效性。（2）

信息发布平台：建设一次制作、快速生成、多平台（含报纸、网站、户外大屏、公交站台广告、手机报、微博、微信、杂志等）发布的系统，实现信息发布的快捷、高效。（3）信息服务平台：建设新闻资料库和公众信息服务资料库，网友、读者资源数据库，公众服务中心。（4）数字化平台：主要是实现数字媒体建设所必需的硬软件服务，为集团数字化提供技术保障支持和传播手段支撑。（5）产业运营平台：主要建设电子商务、广告客户、印刷、发行等管理系统。这几个平台的建设，将会实现内容生产上的信息一次采集、内容多框架搭建、多介质发布，过去的仅拥有单一纸质报纸的平面媒体转变为拥有以内容生产制作为核心的立体传播、多形态呈现的新媒体集群。在产业化运营上，实现报业现有信息数据和管理体系的无缝融合，支持新闻采编、渠道建设、管理服务、产业经营等多种形态资源的整合，积极开展信息资源增值服务，商务运营稳妥运行。必须清醒地看到，在新一轮媒体转型中，传播平台终端具有战略价值，谁控制了传播终端，谁就拥有了占领市场的可能。构建报业直接可以掌控的各个新终端，是未来报业发展的趋势。只有搭建更多的新媒体语境下的传播平台，才能更好地整合资源并共享，实行内容生产与经营产业升级。

3，人才保障。习近平强调，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势，要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。新闻舆论工作者要增强政治家办报意识，在围绕中心、服务大局中找准坐标定位，牢记社会责任，提高业务能力，努力成为全媒型、专家型人才。要严格要求自己，加强道德修养，保持一身正气。我国现在已有公开发行的报纸2038种，报业集团38家。一方面同业竞争激烈，另一方面同新兴传媒业间竞争也异常激烈，不仅争夺用户，同时也在蚕食着相应的广告份额。而报业集团的人力资源管理也徘徊于传统的人事管理与现代人力资源管理的十字路口，人力资源浪费严重。为了应对激烈的竞争，很多报业集团已经开始大张旗鼓的改革，在用人制度的革新方面做出了有益的探索。人的知识资源、智慧资源、能力资源，能够成为报业创造财富的关键资源。拥有一批数量多、素质高的新闻人才，对报业集团的发展壮大起着决定性的作用，这便决定了现代报业集团的人力资源管理必须本着“以人为本”的原则。“以人为本”就是以人为中心，管理的本质就是激励人、引导人去实现预定的目标；就是要尊重人、理解人、信任人、关心人，要把员工置于组织中最重要资源的地位。这是人本管理与以“物”为中心的管理

的最大区别，它意味着管理活动都围绕如何识人、选人、用人、育人、留人而展开。人才是最核心的资源和竞争力的源泉，而其他资源都围绕着如何充分利用人才这一核心资源，如何服务于人而展开。现代报业人力资源管理的模式是“以事就人”，以人为本，使组织的成长配合个人能力的发展，使组织的目标与个人目标有机统一起来。作为报业的人力资源管理部门，理应在“人是核心”的理念指导下关注“人的问题”，认识人性尊重人性，强调管理上的“柔性”，其工作重点主要是研究人本身、人与人的关系，并在此基础上建立报业的人力资源开发和管理的各个系统。现代报业人力资源管理人员为了适应行业发展的需要，有必要掌握三方面的知识。一是关于人的心理、行为及本性的一些认识；二是心理、行为测评及其分析技术；三是职业分析技术，即了解工作内容、责任者、工作岗位、工作时间、怎么操作等各方面技术。报业的人本管理首先要给与员工物质生活保障，同时注重员工素质的培养。并且，报业实施人本管理不能停留在观念上，应该有制度保证，同时落实到行动上。从制度上来说，以人为本是指报业应创造一种制度环境，使每一位员工能够最大限度的发挥它的才能，实现他的价值，而他的作用的发挥和价值的实现又和企业的目标相一致。哈佛大学的一项研究表明，员工在充分激励时，可发挥能力的 80%到 90%，而在保住饭碗不被开除的低水平激励状态，员工仅仅发挥能力的 20%到 30%。对于报业管理来说，报业编辑人员大多是知识分子和文化素养较高的“理想化”人才，这些人往往有自己的个性和特点，在传统的管理环境下他们往往会感到大材小用。此时，如何激励这些员工成为报业人力资源管理面临的一个重要课题。而且，随着财富的增加和生活水平的提高，员工需要的不仅是工作本身带来的收入，还有各种心理满足，并且这种非货币的需要会越来越强烈。因此，报业管理层需要把员工真正看作有生命有情感和需要的人。从观念上，不分身份等级，将所有成员都看作可开发利用的资源；从主次关系上，把人力资本的开发、使用 and 培训作为管理重心，注重完善竞争机制和激励机制，利用政策杠杆挖掘人的潜力；从地位上，把人力资源管理者纳入管理层，关注人的存在和人的价值，形成尊重人、理解人的良好氛围。人才是报业的核心竞争力。但是，仅有这种认识是不够的，报业人才的开发、培养、使用，还需要我们建立起一套合理、科学、行之有效的人才开发使用机制。优秀的品牌需要优秀的人才来支撑。在报界整个行业中：写稿、编稿的人多，会经营的人少；一般经营的人多，既懂报业又懂经营的人少。我们要积极探索人才培养

的新思路、新方法,打造一支具有现代经营理念、富有开拓创新意识的干部队伍,打造一支政治强、业务精、纪律严、作风正的采编队伍,一支懂经营、善管理、熟市场、擅营销的经营管理队伍。在人才使用上,要树立新的新闻人才观,即“人才就是财富、人才就是优势、实践出人才”的观念,同时树立人才“不求所在,不求所有,只求所用”的观念。要一切从报业发展的实际需要出发,建立一个科学的人才评估机制,加快建立与社会主义市场经济相适应的人才管理体制,其重点是在选人、用人、育人、留人机制上实现重大突破,将有真才实学的人放在合适的岗位上,让其充分发挥作用,创造一个优秀人才脱颖而出的环境。

4, 盈利模式。2015 年,我国报纸印刷总量连续第三年下降,降幅达18%;报纸广告收入骤减35.4%,相较2011年累计减少55%;杂志广告收入也减少19.8%。目前我国传统纸媒正经受显著的受众流失及由之带来的盈利下降,整体生存状况堪忧。而与此同时,我国互联网发正如火如荼,移动化社交应用使用率前三位的分别是即时通信类(90.7%)、新闻客户端类(77.7%)和综合社交类(69.7%)应用,其突出代表微信、今日头条以及微博各约有6.5 亿、4 亿和1.8 亿活跃移动用户。“两微一端”已经成为目前我国最主要的、最吸引受众的移动互联网信息传播终端平台。从市场整体格局看,包括广播电视等在内的传统媒体的广告收入均加速下滑,而互联网的广告收入却逆势上行,所占份额已经超过传统媒体的总和,并维持继续增长势头。这折射出受众资源已经向互联网转移的态势。在以受众为中心的理念指导下,借助移动互联网兴起的契机,顺应市场规则来积极改造自身,重新夺回受众资源,成为传统纸媒在新形势下增加盈利、扭转颓势的基本出发点。就传统纸媒而言,要想找到有效的盈利模式,必须紧抓受众转移的“牛鼻子”,进一步将传统纸媒自身优势条件和“两微一端”提供的机遇有机结合起来。众所周知,传统纸媒具备的独特优势在于内容。目前受制度因素影响,其掌握一项其他市场化新媒体及自媒体所不具备的优势:时政新闻采编权,这赋予了传统纸媒在严肃主题内容方面的优势。此外,传统纸媒普遍具有专业素养更佳的内容创作团队,拥有对应行业的丰富上游资源,这都为纸媒的内容质量提供了保障。在这种优势下,蒙古语报纸需要不等不靠,主动转型,实现对广大移动互联网用户的引流。首先,凭借基于用户兴趣生产的优势原创内容资源,蒙古语纸媒可以将用户导流到更为集中、更易控制的微信公众号和新闻客户端上;随后,借助微信提供的谈话式平台和主动推送的传播模式,纸媒可以同订阅用户开展紧密

互动交流，提高用户注意力黏性，同时收集更有效的用户信息。当传统蒙古语纸媒成功转化成“两微一端”上的“流量主”时，也就有了进行二次售卖的充足资本，通过合理运营聚拢来的巨额受众数提供了大量的优质注意力资源，为传统纸媒提供同其他市场主体多方合作藉此盈利的机会，这种合作主要表现为广告和增值服务两种形式。首先，“两微一端”用户依照兴趣分类聚合的特征比较明显，广告传播更为精准化，广告形式也不再像平面广告那般单调苍白，更有吸引力。鉴于“两微一端”的新特性，传统纸媒在获得利用广告从流量中盈利的机会的同时，必须注意遵循新规律，把握用户兴趣，以期用较少的量实现更大的经济收益。

以《壹读》为例，在趣味百科视频中植入创意广告已经成为其新平台中广告的主要形式，受到广告主追捧的同时也得到了受众的好评，甚至出现了自发主动的社交化再传播现象。其次，微信公众号及自建客户端等优势渠道的建立，赋予了纸媒传统平台望尘莫及的高互动性，使其通过提供增值服务来从注意力资源中盈利变为可能。就当下状况来说，增值服务主要有两种表现形式，一是O2O服务，二是电子商务服务，且均已有多个成功盈利的先行者范例。如，《钱江晚报》通过微信公众号“杭州吃货”开展多种可盈利服务。以流量互换的方式同其他互联网企业开展商业合作，其“学烧菜”和“叫外卖”栏目会分别跳转至“下厨房”客户端和“点我吧外卖”客户端；同餐饮商家合作，设立“去哪吃”栏目，为商家提供宣传，设立“排队叫号”栏目，帮助用户预约商家座位；设立积分商城系统，用户通过每日签到来换取积分，积分可以用来换购商家的抵用券、优惠券；还利用自身既有餐饮圈资源提供了“太太训练营”等收费培训项目。作为一本反映城市青年生活的杂志，《城市画报》则在其微信公众号设立“午休狂拍”栏目，同时提供企业到个人和个人到个人的售卖平台服务，自身则通过收取广告费、从拍卖中抽成等方式获取盈利。据统计，截至2016年4月，拍卖共进行474期，平均每期有11320人次查阅相关信息，有6330人次询问价格，最终共有4154人次参与竞拍，几乎每期都有成交。内蒙古日报传媒集团通过整合技术部和正北方网等资源，成立北方新闻网络公司，正北方网在赢利模式上也进行了积极地探索。据2011年12月《报业之星》报道，当年8月，北方新闻网正式取得国家资质并更名正北方网后，公司依托品牌优势，大力开展自宣和营销活动，使得创收能力大增。北方新闻网络公司所有收入全部来自正北方网和手机报，其中正北方网实现收入90.99万元，手机报（仅上半年）13.18万元，新媒体收入比去年同期翻了一

番。截至当年10月30日，北方新闻网络公司实现主营业务收入104.17万元，完成集团年初下达的全年收入指标的104.17%，提前2个月完成了经营任务，实现利润23.69万元。由此可见，蒙古语新媒体的盈利并非难事，只要转变观念，顺应市场的变化，为用户服务，盈利还是有很大的提升空间。

5，体制机制。在急剧变化的传播环境与市场竞争中，沿袭了多年的报业经营体制，不仅计划经济的色彩颇浓，曝露出的弊端也日益显现。于是，报业体制创新，或者说体制改革就显得尤为迫切。在现有报社，依然有很多陈旧体制严重束缚着人们的思想和行动，已经成了阻碍事业前进发展的桎梏。而实践则早已反复证明，凡是机制改革比较早的，在体制机制上改得比较到位的报社，都受益匪浅。以前报社利润高，效益好，日子好过，很多问题就显示不出来，管理和成本控制大都比较粗放，更没有建设现代企业制度，仅在用人方面，报社内部实行的就是多种所有制身份并存，伤害了不少人的积极性和感情，同工不同酬的矛盾亦较为突出，激励制度不够科学合理，个人施展才华的空间有限，往往导致人才进不来留不住，即使勉强留下来，积极性创造性的发挥也常常会大打折扣。以前谈体制问题还没有太多的紧迫感，也会使体制内的人产生对抗矛盾，而现在报业面对的困难和压力越来越大，已经到了非改不可的地步。这就要求我们，认清形势，抓紧改革不合理的体制。这方面依然是内蒙古日报社做出了表率，2016年内蒙古日报社进行了机构改革，成立了内蒙古日报社编委会和传统媒体与新媒体融合发展办公会，设立了媒体融合部和考核评价部，负责全社媒体融合发展的管理工作。围绕业务中心，抽调传统媒体和新兴媒体的骨干力量，采用全新的工作流程和考核办法，组建了融媒体采集中心，组建了6个融媒体编辑部，包括汉文党报融媒体编辑部、蒙文融媒体编辑部、都市融媒体编辑部、经济新闻融媒体编辑部、索伦嘎融媒体编辑部、蒙文融视频编辑部。成立了音视图新闻中心，主要负责生产图片、视频、音频等融媒体新闻产品，满足报社内部各家媒体和各个发布平台的需求。将来建设内蒙古最大的新闻图片数据库和图片版权交易平台。各媒体成立了对应的媒体融合管理机构。制定完善了以考核评价制度为核心的系列管理制度。推动媒体融合发展，体制机制创新是关键。现有纸质媒体如果不能在这一轮融合发展中创新体制机制，仍然延续旧的人事、分配制度，结果必然是“旧瓶装新酒”，融合后的媒体依然缺乏生机与活力，很难适应激烈的媒体竞争。只有打破体制机制障碍，学习新媒体市场化的经营管理模式，让市场充分发挥资源配置作用，才

能吸引全社会优质的技术、人才、资本注入媒体改革发展中来，实现媒体资源的优化组合。主要从以下三方面入手，一是理顺报纸媒体与相关管理部门关系。传统党媒是党和政府的“喉舌”，承担着传播党和政府声音、引导社会舆论的重要职责。因此任何情况下，党对媒体的领导地位坚定不移，对媒体的政治要求不能降低，而要不断加强；新闻报纸媒体也是身处激烈市场竞争环境中的市场主体，必须严格按照市场规律办事。相关管理部门要承认并尊重媒体的市场主体地位，允许媒体在人事和分配上享有一定自主权，支持媒体在遵守法律法规的前提下自主经营。二是理顺报纸媒体单位内部关系。报纸媒体单位要自觉接受党和政府的领导，坚持正确的舆论导向，遵守新闻传播规律和新媒体运营规律，积极主动完成所承担的新闻宣传任务。同时要尊重市场规律，严格按照市场要求配置人、财、物等市场资源，积极主动地参与市场竞争。三以人为本的核心价值观。从观念上，不能划分三六九等，将所有从业人员都看作可开发利用的资源；从主次关系上，把人力资本的开发、使用和培训作为管理重心，注重完善竞争机制和激励机制，能上能下，多劳多酬，利用政策杠杆挖掘人的潜力；从地位上，把人力资源管理者纳入管理层，关注员工的存在和价值，形成尊重人和理解人的良好氛围。

六、蒙古语报纸新媒体发展机遇

虽然蒙古语报纸新媒体在融合发展初期显得举步维艰，困难重重，发展现状不尽如人意，可能和蒙古语文化经济基础有关，但是困难中往往蕴含机遇，必须看到机遇，才能有发展的动力。特别是内蒙古地区属传媒综合发展欠发达地区，开发度低，但是由于目前经济高速增长，对媒体融合发展的带动蕴含巨大的潜力。媒介盈利能力还需进一步提升。本人从以下四方面浅谈蒙古语报纸新媒体发展的机遇。

1，政策扶持。2011年6月29日，《国务院关于进一步促进内蒙古经济社会又好又快发展的若干意见》中指出，内蒙古位于我国北部边疆，具有重要的战略地位，强调坚持和完善民族区域自治制度，发扬民族团结的优良传统，全面落实各项民族政策，大力繁荣民族地区经济，切实增进各族人民福祉，筑牢我国北方安全屏障，建设民族团结、经济繁荣、社会进步、边疆稳定的民族自治区。随着“一带一路”国家发展战略的实施，内蒙古地区的政治经济发展对国家整体事业发展

的重要性日益凸显，而新闻与信息传播的地位、功能和作用滞后问题，也越来越受到党和政府以及全社会的关注，尽快缩小内蒙古地区与内地的信息差距和数字鸿沟成为政府及全社会的共识。在2016年内蒙古自治区十次党代会的报告中，也提出了“推进主流媒体报道方式创新，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，加强网上思想文化阵地建设，搞好正面宣传，打好舆论斗争主动仗，巩固壮大主流思想舆论”的新时期任务。对此，中宣部及我区加大了对蒙文网站及报纸的投资力度，投资2000多万整合全区蒙古语网络资源，2011年12月2日，内蒙古蒙文报网联盟式成立，以内蒙古日报（蒙文版）为首，全区12家蒙文主流报纸和中国蒙古语新闻网等5家蒙文网站为主要成员组成的业务合作联盟。该联盟为蒙古语报业转型升级奠定了结实的举出。随后，索伦嘎网视频网和中国蒙古语新闻网视频网先后开通，是少数民族地区第一个开通的少数民族语言文字视频网站。在政策的扶持下，各盟市的主流报纸的蒙古语新闻网和微信公众号也陆续开通，为蒙古语报纸新媒体融合发展开了好头，鉴于蒙古语报纸的特殊地位和作用，今后的政策扶持力度应该持续增加。

2，地域特殊。内蒙古牧区位于中国北方，大兴安岭以西，燕山山脉-阴山山脉-贺兰山-河西走廊一线以北，中蒙和中俄边界以南，自西向东延伸三千多公里，边界线长达五千多公里，包括24个旗市，面积约70万平方公里，占内蒙古自治区总面积的60%；2005年末人口197万，占内蒙古自治区总人口的8%。东西跨度大，网络的覆盖率低，目前有些偏远地区刚刚解决饮水和照明问题，接收信息主要还是靠报纸、电视和广播传统三大媒体。这也是蒙古语报纸在内蒙古的发行量不减反升的缘故。对于蒙古语网络来说，蒙古语网民少，文化基础差，使用过程中困难较多，这既是弱势，又是优势，说明蒙语网络是一块未开发的处女地。中国蒙古语新闻网做为全国最大的蒙古语网，完全可以在这里大有作为。借鉴汉语网络成功的经验，如网络广告、无线增值业务、新闻内容出售、网络商城、网络书店、电子商务等，都可以进行尝试。用蒙语办新闻和用汉语卖商品相结合，牧区特有的牛羊肉和奶制品进行网上交易。当然，这样发展的前提是提高蒙古族群众的整体文化水平，在整个教育体系中加强网络技术学习。

3，经济带。内蒙古地区是国家最重要能源基地，经济以资源发展为主，不像南方地区则以技术和服务为主，对信息的需求度大。随着社会经济的发展，传媒业发展空间越来越大，据《中国传媒发展指数报告（2010）》显示，内蒙古

自治区的媒体发展水平与经济发展水平不相适应。从媒体的发展情况看，内蒙古媒体的生产指数为53.94，在全国排名17位，低于全国平均水平2个百分点；赢利指数为36.56，排名27位，低于全国平均水平10个百分点；受众消费指数47.42，在全国排名22位，低于全国5个百分点；广告竞争指数63.60，排名第3位，高于全国7个百分点；媒介环境指数51.83，排名第10位，高于全国1个百分点，总指数50.67，排名第15位，低于全国平均水平1个百分点。通过这一组数据可以看出，媒体整体发展状况相对落后，但是广告的竞争力强，而媒体的盈利较低，受众的媒体消费较低，说明在经济发展的带动下，只要为用户做好服务，广告收入将是未来新媒体盈利的主要提升点。

七、结语

近年来，在党和政府大力扶持与引导下，内蒙古地区的文化与经济正在协调发展，提倡草原文化对地区经济的促进作用。草原文化实现更快更好地发展，其蕴含的巨大力量会进一步促进经济产业的发展。文化产业是体现人类精神文明的朝阳产业，也是满足人民群众的精神文化需要的主要途径。当前内蒙古地区快速的经济发展与深厚的草原文化积淀，是内蒙古蒙语新媒体做强做大的基本保障。只要蒙古语新媒体人转变观念，更新技术，创新体制，不等不靠，自强不息，一定会在新媒体融合中走出特色之路。这对传播先进文化、维护边疆稳定和促进经济发展等方面均具有十分重要的作用。不仅如此，科学地建构全媒体传播力还能切实提升蒙古族群众的素养，引领新思维和新文化的结合，更好地宣传中国梦，为实现中华民族伟大复兴做出贡献。

八、参考文献

1. 严三九：《中国传统媒体与新兴媒体渠道融合发展研究》，《现代传播》，2016.7。
2. 诸晓红：《关于传统纸媒与新媒体融合发展的若干思考》，《新闻研究导刊》，2017.1。
3. 罗金格：《内蒙古蒙文报网联盟研究》，硕士论文，2015.6。

4. 郑保卫, 李文竹:《我国少数民族地区新闻传播业发展现状及对策》,《现代传播》, 2013. 5。
5. 张忠贞:《报业集团应对新媒体挑战的人才策略研究》, 江南大学硕士学位论文, 2008. 9。
6. 王渭川、王铮:《传统媒体转型升级必须突破三道障碍》,《新媒体研究》, 2017. 1。
7. 黄甫美鲜:《内蒙古日报传媒集团“报网融合”的难点及其发展对策分析》, 内蒙古大学硕士学位论文, 2012. 6。
8. 郑诚:《浅谈全媒体发展中体制机制创新的三个发力点》,《出版发行研究》, 2012. 2。
9. 李强斌:《突出重围须在体制机制上创新——以临沧传媒集团为例论道》,《中国地市报人》, 2016. 10。
10. 曹建国:《新媒体时代记者采编工作面临的挑战与机遇》,《新媒体研究》, 2015. 17。
11. 栗思远:《新媒体时代记者采编工作面临的挑战与机遇》,《新闻传播》, 2015. 5。
12. 史康宁:《整合资源 掌控终端 实现多赢——传统报业向新媒体转型升级的战略探析》,《青年记者》, 2013. 11 月。
13. 鲍国之, 董向慧, 吴阿娟:《众媒时代报纸如何建构舆论引导新格局》,《新闻战线》, 2016. 7 月。
14. 张凌霄:《纸媒“两微一端”的盈利逻辑探析》,《当代传播》, 2016. 3。
15. 额尔德尼其其格:《微信——蒙古民族文化传播的新路径》,《新闻论坛》, 2013. 5。
16. 王晓冬:《人民日报“两微一端”的传播语态研究》,《新闻战线》, 2016. 3。
17. 徐峰, 赵元君:《内蒙古日报改版的融媒体模式》,《中国记者》, 2016. 8。
18. 王梦媛, 张君浩:《新媒体环境下内蒙古形象的传播效果研究——以内蒙古日报新浪微博为例》,《前沿》2015. 11。