



解释权竞争 仍然是竞争焦点所在

——南方日报改版10年观察

● 中国新华电视总编辑 陆小华



2012年的冬天，似乎不只是天气格外寒冷。一系列重要纸媒或是关门、或是宣布改出网络版，而一个专为iPad制作的《THE DAILY》出生不到两年同样关张，曾经似乎清楚的传媒发展取向又变得似乎模糊。这提醒人们，把内容产品放在新传播渠道、移动传播终端上，并不天然代表着走向成功；分享式传播、关系链传播成为重要传播模式，并不只是传播规律发生变化，而可能意味着传媒形态、内容生产模式、发生模式等等必然会有变革与重构，才能匹配人们急剧变化的信息需求与信息获取分享方式需求。

在这样的時候，再來看南方日報10年前以“高度決定影響力”為旗幟的改版，還可以發現什麼樣的特殊價值？至少，以“高度”一詞所涵括的注重提供觀點信息與高價值信息，在今天，仍然是報紙與其它新媒體形態競爭影響力的利器。

10年滄桑，當年一些重大變化，比如影響極大、曾引起震動的率先改瘦報，今天已少有人評說。這不僅是因為人們已經習慣瘦報，認同在移動狀態下瘦報更便於閱讀，而且还因為人們所使用的其它信息工具也發生了巨大變化。

10年過去，這張報紙的影響力，不僅來源於其所依靠的母體與特殊地位的權威性，來源於長期努力所形成的公信力，更來源於以“高度決定影響力”的理念主導內容生產與提供所形成的特殊影響，所支撐的解釋能力。

有了這種解釋能力，一張報紙就得以在競爭中保持並增強影響，其它傳播工具、傳播渠道會因為內容的價值而擴展傳播，從而擴大內容生產者的影響，提升其品牌價值。南方日報10年實踐，證明其優勢“恰恰在於權威性、公信力，在於時政新聞、經濟新聞和權威的政策解讀。獨到的視角、獨特的思考、獨特的觀念才是我們高人一籌、贏得讀者、贏得市場的立身之本。”

在我看來，傳媒的影響力，來源於對正在發生的新聞事實的選擇，來源於對已經發生的事實的描述、分析、判斷，來源於對已經發生事實的原因、影響與走勢的解釋和預測。分析傳媒影響形成机理，就會發現，傳媒的

深层影响不仅在于提供了事实，更在于提供了分析和见识。分析传播影响形成过程，就会发现，对人们的心理、思想和行为产生深刻影响的，并不仅仅是事实，而往往是对事实的解释；并不仅仅是事件本身，而是关于事件的某种描述和分析。从传播规律说，事件传播实际上传播的是对事件的描述和解释。就产生影响而言，解释往往比事实本身更直接、更深刻、更有力、更难以改变。

在自媒体时代，传媒竞争焦点是争夺解释权而不是报道权，特别是争夺第一解释权，是通过给出可以为事件发展所证明的解释、分析和前瞻，体现出远见卓识，而体现对实践和未来的深刻影响，是通过竞争解释权以真正实现话语权。

在今天，衡量传媒影响力的标准也应当有所变化。首先应当以新的眼光衡量传媒内容与传播价值所在，而媒体价值决定于内容质量加服务质量。服务质量可以用两个简单指标加以衡量，即便利程度与停留时间。决定传媒影响力的传播规律之一，是便利性决定信息传播的有效性。因而，便利程度是对媒体价值权衡的基础。而停留时间，即受众使用某个媒介、某种传媒产品时间长度，体现了受众对媒体价值的认同程度。有报道提供了两组数字。一是南方日报平均每版停留在读者手上的阅读时间为0.78分钟。二是南方日报的读者中，各类党政机关领导和企业管理层人员占43%，商企人士占12%，各类专业人士占30%；有着社会核心人群、中坚力量特征的读者占比85%以上。虽然报

道没有说明调查方法、调查时间、调查主体，但至少可从两个不同的层面帮助人们认识“高度”如何在决定影响力。

在自媒体成为传播格局决定性力量的今天，主流报纸要增强竞争力，两个重要理念的位置要重新调整。

争当第一报道者，是传媒不够发达时代平面媒体的思维重心。那时，人们的经验是，第一个报道重要消息的媒体，会获得先声夺人的影响。今天，信息在全球迅捷流动，从而支撑并进一步推动了经济全球化；政治、经济、社会运行更加复杂，再加上利益多元化，使得人们心目中的重要消息多元且数量巨大，谁是心目中重要消息的第一报道者，已不太为人们所关注。人们更关注引起他注意的重要事件的意义、影响，从而需要可信的分析、判断、解释。因而，人们更关注意解者而不一定是报道者。第一报道者之争，核心是在争谁在受众心目中是消息最快、消息最多者，而权威解释者之争，核心是在争谁在受众心目中最可信服、最不可或缺。显然，权威解释者比第一报道者更具有可依赖性。

更显而易见的事实是，在传媒高度发达的时代，第一报道者已属于可遇不可求的竞争标的。传媒不是在靠独家新闻取胜，而是靠独家观点、独家判断、独家见识取胜。当所有的分析都可能是一家之言，都是“独家的”时候，竞争焦点就转向，谁的分析、判断更能为事实与事件的发展所验证，谁更有见识。

谁是权威的解读者，谁就最有影响力。■

改革 创新 引领 担当

● 暨南大学副校长、教授、博导 林如鹏

南方日报“十年九改”，造就了其在中国报业的辉煌。这激情燃烧的10年，给新闻业界留下了诸多启示与思考。

这10年，是南方日报充分挖掘党报优势的10年。正是基于对党报优势的深刻理解与把握，2002年8月南方日报的改版首先明确了自己的市场定位——



把南方日报办成权威的政经大报，做主流新闻，争主流读者，吸纳高端广告，由此提出了业内瞩目的办报口号——“高度决定影响力”。

这10年，是南方日报勇于面对竞争市场的10年。在报业市场化发展的进程中，党报及党报集团究竟应该如何参与市场竞争并立于不败之地？有人提出一条捷径——党报（母报）管导向，子报管市场。恰恰相反，南方日报毅然选择了主动介入市场，坦然面对竞争，做市场竞争的弄潮儿。