

以“用户”意识 开发党报读者群

● 湖南日报报业集团总编辑 董岳林



南方报人怀着新闻理想和产业抱负的激情，以追求卓越为目标，遵循舆论引导、新闻传播和市场经济三大规律，连续10年不停顿地改版、改变。在新媒体、新时期的历史背景下，他们又一次与时俱进地走在全国党报媒体的前列。

面对他们的成果、经验，还有激情和蓝图，在仰叹与钦佩的同时，我想，他们的目标也是我们的目标，他们的梦想更是我们的梦想。我们党报人，应该共同思考和探求，在新媒体时代，我们要如何作为？改革创新、内容为王，渠道并重、媒体融合，多轮驱动、全媒体战略，凡此种种，很多媒体和媒体人都在努力破题并探索实践。但有一条，是我们所有伴随传统媒体走过来的报人，都应当引起重

视和加以研究的，这就是读者观、受众观的改变。

新媒体从一出现，就从名词概念上颠覆了传统的媒体与受众的定位。他们对网络媒体受众，一概称为“用户”。为什么不再是“读者”或“受众”呢？除了计算机账户识别等技术原因外，更重要的是“用户”一词被赋予了更多的“参与”“互动”的意义。传统读者不再是简单的“读”和“受”了，而是一个参与者、互动者，同时还可以成为新闻的生产者、发布者、传播者。新媒体把受众定位为“用户”、把自己定位为“服务商”，就是要竭力去挖掘他们的需求甚至创造他们的需求，最终通过满足这些需求来获取利益最大化。我想，除了网络海量信息、即时传递、零门槛互动等特有优势以外，这也是为什么网络能在新闻资源、人才队伍等都不如传统媒体的条件下，能快速从传统媒体中抢夺大批读者的原因之一吧。

如果我们不更新观念，只在传统媒体读者的框框里打转转，如果我们跟不上网络时代新产品、新技术、新观念的变化，仍把这个时代的“用户”当成传统媒体的受众，提供闭门造车的新闻产品、进行自说自话的单向传播，忽略新兴读者群的文化水准、独立意识和多元化个性诉求，我们的读者还将进一步流失，我们的转型就可能成为一句空话。

我们应尽快更新传统的“读者观”，树立起读者即“用户”的观念，在生产和营销新闻产品时，要比以往任何时候都更加重视研究读者，借鉴新媒体对“用户”的定位、服务和生产方式，把读者当用户来经营、维护和开发。

追求传播产品的不可替代性

● 重庆日报报业集团总编辑 张小良

南方日报10年9次改版，从内容、形式，到版数的增加等方面，重庆日报一直予以关注，并且对其做法不断地学习和研究。

南方日报多次改版，凸显差异化发展，内容上不断扩展，形式上勇于创新，我认为，根本目标就是要实现地方党报传播产品的不可替代性。

地方党报读者获取信息的途径有很多：看简报、听汇报、开会；不少党员干部早上起来之后先打开电脑或者电视看新闻，有的早上锻炼时还在听广播，有的干部

还很看重部下提供的信息快报与舆情专报。就算看报，他们也有许多选择。

有了这么多获取信息的途径后，地方党报还有什么不可替代的东西，能让他们非读不可？

按照传统理论，报纸提供新闻。但是在今天的传播环境下，你的“新闻”，在他们看来很可能是“旧闻”。

这是由各种媒体不同传播周期决定的：日报的传播周期是24小时（号外毕竟是例外）；电视、广播的传播周期长则以小时计，短则实时现场直播；网络新闻更新周期以分钟计算，而短信微博的传播周期就更短，由于



人人都有麦克风，往往事件一发生，就已被手机同步传播出去。又通过手机、电脑被即时阅读。所以，当读者拿到你的报纸时，有许多编辑部自以为是新闻的东西，对读者而言其实早已是旧闻。

另外，每一位受众吸收信息的时间和能力是有限的，地方党报如何才能争取受众有限的时间与精力，实现有效传播？不同层次受众对信息的需求也不一样，怎么才能随着当地经济社会的发展，满足当地主流人群对信息的需求？这是地方党报必须深入思考的问题。

南方日报的探索给了我们重要启示。

在2005年的第四次改版时，他们提出要做读者的“资讯管家”。什么叫“资讯管家”？我的理解是，通过努力，使报纸编辑部的职能，由单纯的采编新闻，转变为在浩如烟海的信息中，为目标读者采集、选择并整理出最有价值的信息。使他们通过阅读报纸有限的版面，

既省力又高效地了解当天重要新闻。这是面对新媒体挑战，地方党报的积极应对。

为此，南方日报在版面的设置、新闻的采集、板块的整合方面都做了新的探索。比如，开设了具有相当深度的栏目；对重大主题，即使不是本地发生的，也不惜派出大的团队全方位采访；还推出“时局”等特色板块。

作为纸质媒体，平台决定我们没有办法跟新兴媒体抢突发事件的时效。但作为地方党报，我们有权威性，有大量的专业人士，有丰富的人脉资源，有积累的经验 and 数据库，并且被赋予特殊地位。完全可以通过一些独特的议程设置，创造独家新闻；可以通过资源整合、信息管理，深挖新闻事件背后的原因，分析、揭示新闻的背景，提供主流观点和价值判断。通过专业主义操作，让我们的新闻产品吸引读者眼球。[图]

“四者”之中见精神

● 海南日报报业集团副总编辑 华晓东



1988年，海南像一个胎儿一般，从广东这个母体中脱离出来。在成长过程中，海南一直将广东这个改革开放的前哨视为老师；海南日报更是长期将南方日报当做学习的榜样，就近请教，受益良多。

回望南方日报10年改版路，我们在四个方面感触深切，这是四种精神，也是

四种召唤，我们将其概括为“四者”。

引领者，突破的勇气。比如第七次改版，南方日报在省级党报中开创了“双头版”模式，使得省级党报的面貌为之一改、为之一新。再比如“主旋律营销”概念的提出，改变了传统的宣传报道思想观念和思维定式，可以说在全国新闻界进行了一次理念上的洗礼。不怕踩雷，做第一个吃螃蟹的人，这就是南方精神。

探路者，创造的胆识。所谓探路，就是敢言他人不敢言之言，敢为他人之不敢为之事。“敢”的背后，反

映的是一种政治胆识。比如“时局”版的推出，超越了传统意义上的办报程式，重构了党报新闻操作的维度，再一次把“南方特色”的鲜明印记烙在党报与时俱进的史册上。再比如，在广东的扶贫工作开展过程中，他们对“穷广东”的“命名权”的大胆运用和报道策划，体现了党报人的社会责任担当，同时也反映出了一张党报的综合政治素养和政治谋略。

拓荒者，乐为的精神。所谓拓荒，就是做别人不愿意做的事，辛劳之中，甘之如饴。取经南方日报，我们了解到，南方日报在组织消费者进行各种各样的团购，这让我们吃惊不小。一家大牌省委机关报，也愿意做这样繁琐而不一定讨好的事，这样的服务态度着实让人刮目相看。此外，南方日报想尽办法，让记者踏上护航编队采访，这样的事也是我们想不到的，甚至不愿意去想、去争取的。了解整个过程之后，我们不能不为南方报人的执著所折服。永不停息的创新理想，永不懈怠的实践足迹，这两句话，可以说是南方日报拓荒精神的一种概括。

亲民者，赤诚的情怀。党报赢得民心非得拿出一些实际动作来，否则就是自说自话，难以服众。南方日报是令人信服的。其中最具有说服力的是“理论”版走下“神坛”，面对读者办理论，这给了我们很大的启发。由是想到南方日报“新闻管家”的办报定位，这个管家是谁的管家，当然是读者的管家、百姓的管家。南方日报在尝试教育报道“售后服务”等一系列亲民之举中，真正让党报走进了百姓心田。[图]