

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。[前]

“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。[前]