

“快阅读”时代都市报如何让读者“慢”下来

□王曦辉

【摘要】在社会心态功利化、文化娱乐化环境背景下,快餐式阅读成为当代读者阅读方式的新特点。从华夏文明传承与创新的时代需求、公众读书热情滑坡的现实状况出发,提出了都市报文化版和读书版打造“慢阅读”的必要性。结合《大河报》文化版和读书版的一系列策划报道,着重介绍了《大河报》在打造本土特色、彰显社会责任、引导主流文化、重视媒体互动等方面的尝试,在“慢阅读”方面取得的有益经验,以此探讨让读者“慢”下来的现实路径,为都市报文化版的持续发展,提供有价值的参考和借鉴。

【关键词】品质阅读;新闻策划;全媒体互动

一、社会与时代的呼唤:“慢”下来推广品质阅读

当前,网络技术和数字化媒体技术的快速发展,已将图书、报纸、杂志等传统出版行业推向了历史性的改革关头。其中,以读者为核心、市场为导向的都市报媒体,面临的冲击和压力则更加巨大。如今,社会节奏不断加快,功利化学习、娱乐化生活,快餐式阅读已成为当代人们阅读方式的新特点。河南是个文化大省,有着良好的文化氛围,这对于具有庞大读者群体的都市报来说,如何在“快”文化下让读者“慢”下来、读进去、参与进来,成为值得思考的话题。

1.文化的传承与创新,需要媒体倡导品质阅读。“十二五”规划以来,我国文化建设进入新的历史时期,作为文化大省的河南也迎来发展机遇期。2011年10月,随着中原经济区建设上升为国家战略,《国务院关于支持河南省加快建设中原经济区的指导意见》中也明确将“华夏历史文明传承创新区”作为中原经济区建设的五大战略定位之一。《大河报》是河南市场发行量第一的都市报媒体,覆盖面广、影响力大、创新力强,其文化版和读书版在华夏历史文明的传承与创新中,不仅起着引导公众品质阅读、推广中原文化品牌、关注河南作家成长的任务和重担,更应该创新拓展报道思维和方式,选取新颖独特的群像视角,拉近报纸与读者的心理距离,引导读者在嘈杂的快餐时代静下心来去读书、分享感受、享受阅读的快乐。

2.公众读书热情滑坡,亟待媒体关注国民阅读。2013年4月,中国新闻出版研究院发布《第十次全国国民阅读调查结果》显示:2012年,我国18~70周岁国民包括图书、报刊和数字出版物等在内的各种媒介综合阅读率为76.3%,比2011年的77.6%下降了1.3个百分点。^[1]2013年6月,大河报记者也曾以郑州某高校在校学生为采访对象,通过发放问卷和个

别采访的形式,随机采访30名大学生。其中,70%受访学生每天课外读书时间不超过2小时。如今多元化的网络信息时代,人们较强的社会功利心态,加上文化娱乐化的社会环境,人们对“正餐式”阅读的兴趣正在变淡,逐渐变成“快餐式”阅读,公众与书籍的距离越来越远,国民的阅读率下降便是最好的例证。

2013年4月23日“世界读书日”前夕,大河报记者调查发现,人们对情人节、圣诞节等娱乐性较强的全球节日十分熟悉,但对于“世界读书日”这个全球性纪念日却并不了解。生活中,我们也经常看到,不少大学生连某些常见汉字都不认识,有艺人不认识繁体的“國”字,更有甚者连自己国家的历史都不清楚。面对这一状况,作为有影响力的媒体,不应该做点什么吗?

二、《大河报》文化版和读书版对“慢阅读”的尝试

“长期以来,都市类报纸都给人以这样的印象:注重新闻的可读性和贴近性。在体裁上,以消息为主而少通讯;在题材上,以社会新闻为主而少深度报道;在采写上,注重渲染而少雕琢;在包装上,强调眼球效应而少沉着大气,短平快、信息量大、组合报道等,这些当然是都市报的优点,但随之而来的便是写作上的粗糙、对新闻价值的片面理解及过分强调对受众而言的快餐式的新闻消费。”^[2]为了规避“快餐式”新闻消费的负面影响,2013年5月以来,大河报文体新闻中心围绕“推广品质阅读”这一主题,先后推出近50期文化版和读书版,引起人们极大的阅读兴趣,在社会上反响巨大,深受读者喜爱。其中“河南女作家系列”、“阅读者”栏目等尤其受人关注。这些专栏为何能吸引读者?笔者结合《大河报》推出的一系列策划报道进行浅析。

1.肩负时代使命、打造河南特色,推出“河南女作

家系列”报道。新时期以来,在河南乃至全国文坛,每一个关涉文学的主题下,都会有一些响当当的名字出自河南,文学豫军成为中国文坛一支活跃的劲旅,中原作家群成为中国文学界最具实力的一个地域创作群体。尤其是近年来,女作家的不断涌现成为文坛一道亮丽的风景。河南的一批青年女作家,则以其持之以恒的书写担当和富有现代气息的创作风格,引起全国文坛和广大读者的广泛关注。

为了让读者全面地了解中原青年女作家的创作成就,同时也为了让读者更好地了解她们的精神世界、她们的思考写作、她们的责任担当,《大河报》文化版和读书版以大篇幅专版开辟了“河南女作家系列”。2013年6月中旬以来,《大河报》文化版先后以“女性、家与爱情”“构建‘泡在生活里’的内心世界”“生命为的,写作为途”“写作就是我生命的出口”为主题,系统介绍了邵丽、乔叶、鱼禾、傅爱毛四位女作家的创作历程和文学成就,深层次介绍了她们的人生态度、精神世界、社会认知和作品特色,该系列报道不仅是对河南女作家群的推介,更是对河南女作家作品的剖析,让读者不仅停留在文字表面,更能深入她们的世界中,感受作品之美、人性之美、思想之美。该系列报道推出后,引起了广大读者的广泛关注,产生了良好的社会影响。

2. 关注社会现实,彰显社会责任,成为青年读者的良师益友。国民阅读率低,素质下降,这一社会现实,与读书缺失不无关系。针对这一现实,《大河报》以“世界读书日”为契机,实时推出“阅读之感——今天我们读什么”专版,深度剖析当前社会中存在的“报亭拆之感”“实体书店倒闭之憾”“国人阅读之少”等阅读现状,进一步对阅读萎缩的原因进行探讨,对个别实体书店在挣扎中仍坚持思路创新的做法表示赞赏。

“媒体是通过发掘信息、公布信息来影响社会的。通过信息的传递,来传递我们的社会主义价值观,来推动社会和文明的进步,这是媒体传递信息的落脚点和责任所在。”^[3]新闻媒体带着对社会现实的思考,以解决问题的态度进行新闻报道,一方面彰显了它的社会价值,另一方面也能在社会上扩大自己的影响力和美誉度。2013年暑假期间,《大河报》针对青少年暑假的阅读活动,先后策划了三个专题:关于国粹的“国产绘本不能一直唱衰”,关于图书维权的“打响正版书保卫战”,有关暑期旅游的“我们需要什么样的旅行文学”。这些版面以图文并茂、生动有趣的报道形式,反映了青少年的阅读现状,倡导青少年关注传统文化,阅读正版图书,思考旅游和阅读的关

系和意义,这一系列专题报道一经见报,在社会上产生了巨大反响。该组系列报道不仅剖析了当前青少年所面临的阅读困惑,同时也在引导青少年注重品质阅读方面起到了积极作用,使报纸真正成为青年读者的良师益友。

3. 引导主流文化,推广品质阅读,充当广大书友的导读员。2013年5月,《大河报》文化版开始探索“推广品质阅读”的报道方式。继《中国在梁庄》之后,河南青年学者、作家梁鸿历时两年,走访10余个省市340余人,创作了非虚构作品《出梁庄记》,在读者中引发热议。对于这部不同于一般文学作品而又具有重要社会意义的非虚构文学作品,究竟应当如何看待?大河报读书版派出记者专访了梁鸿,并于5月8日以《每个人都需要有尊严地活下去》为题,由作者对《出梁庄记》进行导读。2013年6月,余华新书《第七天》在全国实体书店上市发行,一经面世便质疑不断。7月10日,《大河报》组织记者采访了有关评论家,就这本书为何遭恶评、如何阅读这本书进行了导读,同时《大河报》刊发综评《期待与落空,先锋作家转型路艰》,探索作家转型难的现实。无论是梁鸿的《出梁庄记》,还是余华的《第七天》,一个是对今日中国社会现实的缩影,一个是对中国当代的残酷写真,均有深刻的现实意义,无论是赞扬还是非议,《大河报》不偏不倚地客观呈现,为书友做好导读。

4. 重视媒体互动,实现角色互换,让爱书者成为品质阅读推广的主角。面对乱花迷眼的文艺图书,读什么,怎么读;目前,哪些人在读书、他们最需要读哪些书,这些其实是很多人感到困惑的问题。为此,2013年7月,正值暑假时期,《大河报》文化版和读书版专门开辟《阅读者》栏目。在这个栏目中,爱书之人是主角,向广大读者征集“你的读书故事”,每期介绍一位阅读者,由阅读者来介绍他正在读的书,这些阅读者来自各行各业的不同岗位,通过他们的推荐理由、阅读体会、作品评价等,表达读书群体内心的真实想法和读书需求,并将好书推介给大家,具有一定的代表性。

三、都市报“慢阅读”的启发意义

1. 突出本土特色,将文化传统与报道创新相结合。都市报本身是个大熔炉,作为一个快节奏时代的产物,新闻版面必须要快,必须顾及广大受众获知有价值信息的日常需要,体现新闻的时效性;而文化版和读书版则不同,它需要快中求慢,谨慎检阅,着重于阅读品位的引导和文化精神的建树。河南地处中原,历史悠久,文化灿烂,中原厚重的文化传统具有极大的挖掘潜能,这也成为《大河报》打造自身特色

的优势所在。然而,这一优势的发挥,不应仅限于文化资源的单纯挖掘,还应在报道方式、思路和角度上,转变思维,加强创新。

《大河报》作为河南文化的重要传播载体,除了“厚重河南”这一品牌栏目之外,还经常围绕河南的本土优势,策划、报道在特定领域、特定人群中的独特现象,而河南女作家群便是其关注的独特群体。2013年6月以来,《大河报》推出“河南女作家系列”报道,让这些平日里读者难以接触的文化名流走向前台,与读者一起畅谈创作经历,产生文学思想的碰撞,加深读者对河南女作家的进一步了解,这也在一定程度上是对中原这一独特文化群体的解读,对河南女作家的成功推介。《大河报》选取这一群体,角度新颖,视角独特,难能可贵,这也是它一经见报便好评如潮的原因所在。

2. 加强策划意识,将反映现实与艺术审美相结合。新闻策划,是策划在新闻领域的运用,是新闻竞争的必然产物,也是新闻进入“创意时代”的重要标志。^[4]在新闻同质化竞争的今天,独家新闻成为纸媒的稀缺物,这时,新闻策划便成为各大都市报竞争突围的“杀手锏”,而策划能力也往往被看作一家报纸“功夫”深浅的重要考量。对于都市报来说,不仅时政新闻需要策划,文体新闻更应重视策划,通过对当前新闻事件的策划,引导公众关心现实生活中的热点和难点,把社会热点与群众关注的焦点作为作品表现的对象呈现出来。《大河报》在“世界读书日”推出的“阅读之感——今天我们读什么”专版,针对青少年暑假阅读的三组报道,以及“河南女作家系列”栏目等,记者和编辑的策划意识均体现在新闻报道中,社会反响很大。可见,都市报文体新闻在呈现文化、娱乐、体育等内容之外,还应加强策划意识,关注社会转型期的复杂现实,努力把握当代人的文化生活和内心世界,挖掘其背后深刻的思想性、独特的艺术性,以其特有的审美功能,打造出兼具现实深度、文化精度和思想高度的上等好文,如此才能赢得读者的青睐。

3. 注重价值引导,将公众需求与品质阅读相结合。新闻媒体具有“议程设置”功能,发挥着为公众设置新闻议程的作用,都市报的文化版和读书版也不例外。当前的社会,处于一个思想丰富、文化多元的时代,物质诱惑较多,人心容易漂浮,加上快餐文化的流行,信息碎片化传播和网络舆论空间众声喧哗,作为责任大报、主流媒体,《大河报》文化版和读书版结合读者需求,实时推出精品阅读,在凸显趣味性、知识性的同时,也增加了报纸的服务性和实用性。

2013年7月,郑州航空港经济综合实验区建设

如火如荼,郑州航空城的未来如何?《大河报》向读者推荐《航空大都市——我们未来的生活方式》一书,并以《航空大都市,未来的郑州要飞出去》为题做了相应解读报道,为即将迈入航空经济时代的郑州读者,描绘了全球化时代速度变革带来全新的经济发展与生活方式改变,提醒郑州市民提前做好航空城生活的思想准备。

全国政协委员、河南省政协原主席王全书提出:对全民阅读活动加强指导,推广先进典型,择机设立中国读书节,纠正新的“读书无用论”思潮,朝着书香中国的目标进发,社会各界都不是局外人,教育的担当不可推卸,出版界任重而道远,各级政府更不应缺位。^[5]作为责任媒体,都市报必须注重社会主流价值引导,以大视野、高水平的策划与引导,更好地让读者重视文化、重视阅读。《大河报》读书版近期倡导的品质阅读,推动大众阅读,也正是基于这种目的。

4. 发挥全媒体优势,将新闻内容与报道形式相结合。目前,新媒体在不断加盟新闻传播阵营,从门户网站到搜索引擎,纷纷借力于传统媒体的新闻生产力,而纸媒也应学会借助网络提升竞争力。《大河报》文化版和读书版每推出一期文章,大河报新媒体中心便及时跟进,通过大河报官方微博和大河报文体中心官方微博实时与读者展开互动,第一时间收集读者反馈,获得大量的第一手资料。除了微博,大河报还通过官方企业QQ、新闻热线等方式,及时与读者进行沟通互动。这些来自读者的信息,不仅让一线记者第一时间了解到受众对新闻报道的反应情况,有利于对下一步的报道策划作出相应调整;而且,读者提供的意见和反馈,也成为记者采写新闻的素材和资料,极大地丰富了新闻内容,增加了文章的可读性。

另外,大河报新媒体中心能及时配合文字记者,补充稿件无法呈现的内容和效果。《大河报》推出一篇报道,新媒体中心也会在报纸上配上二维码,以视频的形式在大河报网和微博上呈现,使读者在欣赏优美文字的同时,也能以更直观、生动、亲切的方式看到文字和视频,从而实现全媒体采访。

参考文献:

[1] 中国新闻出版研究院. 第十次全国国民阅读调查结果[R]. 2013-04-18.
 [2] 陈志华. 都市报的深度报道思路[J]. 中国记者, 2003(10).
 [3] 赵智敏. 微时代记者角色之再审视——访长江韬奋奖获得者包临轩[J]. 新闻爱好者, 2012(11).
 [4] 李柏森. 用新闻策划引领党报内容创新[J]. 新闻爱好者, 2013(9).
 [5] 王全书. 努力改变国人阅读困境[N]. 中国艺术报, 2013-03-04. (作者为大河报文体中心主任记者)

编校: 郑 艳