



## 互动在创造报纸特色中的作用

时间：2003-5-8 14:45:50 来源：中国新闻研究中心 作者：熊笑云 阅读823次

报纸在形式和内容上复制别人或被别人复制，都会直接影响其市场竞争力。复制使内容雷同，形式相似，报纸缺乏个性化特色，最终导致的结果是竞争的双方两败俱伤。

创造“与众不同”、“不可替代”的报纸特色，是市场对办报人提出的要求。但是，究竟靠什么办法既能创造自己的特色，又能最大限度地避免被人复制，成为报人们长期思索的问题。当我们带着这个问题，来分析、研究互动在办报中的运用时，便不难发现，它是创造报纸特色十分重要的手段之一。

### 一、有效避免复制，创造报纸特色

所谓互动，对报纸来说，可以理解为编者和读者互为前提的一种行为。互动具有明显的双向特征，它包括两个方面的基本内容：一方面，编者的编辑行为以最大限度地满足读者的需要为准则；另一方面，读者的阅读行为因报纸提供信息、组织活动的特殊性而产生。互动通过组织读者参与办报和策划读者感兴趣的社会性活动的方式，改变了报纸信息“单向传播”，升华了读者在报纸中的主体地位。成为寻找报纸与读者之间最佳契合点的重要手段，从而为创造自己独有的特色，实现市场的最大化提供可能。

竞争带来了报纸的“趋同性”，是我们必须面对的客观现实。报纸的时间、类别、地域界限已经被打破。在报纸市场上，我们不难发现，许多报纸的内容、形式乃至标题，如出一辙。“双胞胎”“多胞胎”的报纸在市场上并不鲜见，留给读者的感觉是“大同小异”。这种现象缩小了报纸间的差异，削弱了报纸的市场竞争力，使报纸失去了个性化特色。从商品的角度来说，任何办得好的、有市场效益的报纸专栏、专版、专题以及报纸的版面形式和风格，都可以很快被仿效，使报纸在内容上同质，在形式上相似。而这种现象是竞争的双方都无权也无法约束和限制的。惟一的出路是寻找能够使对方无法复制或难于复制的办报方式和手段，创造自己的特色。

互动，正是可以使报纸在内容上形成惟一性和特定性、在形式上产生多样化的手段。第一，互动内容的确定是建立在编读双向交流基础上的。它具有十分广泛的可选择性，每一个作为互动的内容都可能是惟一的、特定的，也是编读双方共同关注的。互动在内容上的特定性，增加了复制的难度，为报纸创造个性化特色提供了空间。第二，互动在形式的选择上，呈现出多样性。它可以根据市场的需要来确定，既可以以报纸为轴心让读者参与办报；也可以以读者为轴心提供信息服务；既可以通过组织活动，增强报纸的吸引力；也可以通过编读交流，扩大报纸的影响力。形式上的灵活多变，也可以有效地避免复制，丰富报纸内容，创造自己的特色。

### 二、形式灵活多样，满足市场需求

- 论学术期刊的创新
- 把市场机制引入党报—...
- 报业如何做大做强的探索
- 机关报与都市报的对接...
- 标杆瞄准：快速复制竞...
- 新时期振兴党报须遵循...
- 从《新京报》创刊和《...
- 报业竞争“内容为王”？
- 全面解读《联合早报》...
- 《大公报》办报理念对...
- 《华西都市报》总编辑...
- 中国行业报发展思考
- 试论都市类报纸的品质...
- 评晚报办日报和晚报早出

互动内涵的丰富性，确定了互动模式的多样化。不同地域、不同时间、不同读者对象，只有采取不同的互动模式，才能获得良好的市场回报。这些不同的互动，让读者参与办报、为读者提供服务，增强报纸在读者中的亲和力和忠诚度，从而提高市场占有率。

许多报纸，特别是一些新创办的报纸，已经在加强与读者互动的方面做了大量工作，也尝到了互动的甜头。创办于2001年的《三峡商报》，是一个在报纸市场经过了第一轮争夺和分割之后诞生的“新生儿”。面对“高手如林”的竞争环境，由于灵活地运用了互动手段，避免了与老牌报纸在市场上“撞车”，形成了自己独特的办报风格。

一是强化读者参与意识。《三峡商报》创刊之前，对于版面内容的设置，开展了“有奖征集办报金点子”大型问卷调查。通过市场反馈的信息，进行综合分析，将报纸定位在“替政府分忧，帮百姓解难”上。报纸创刊后，仍坚持每半年公开向读者征求意见一次，并以读者对版面、专栏的认可程度，作为设置报道内容的前提。这种互动，使读者真正感到他们不仅是报纸的读者，也是办报的参与者；为了增强报纸的可参与性，《三峡商报》在满足读者对卫生健康知识需求的同时，联合宜昌八大医院成立了“三峡商报读者健康俱乐部”，定期根据读者的要求，组织医疗专家进行疾病防治和健康保健知识讲座、组织读者参加优惠体检、由八家医院联动共同向会员提供免挂号费就诊的服务，培养了一大批忠实读者。因为这一系列的活动，使读者愿意与报纸“动”起来，报纸的本身也因此增加了亲和力；《三峡商报》创刊一周年，报纸没有搞庆典，而是投入人力、财力举办了“《三峡商报》首届读者节”。请读者参加读报知识大赛，了解报纸情况并为办报出谋划策，提出意见建议，读者感到他们是报纸的组成成员之一；为了配合中小学生家庭教育，《三峡商报》开设了“家庭频道”专版，并以此为基础，组建了一支由上千人参加的“商报小记者团”，还专门为这些小记者创造条件，联系分管教育的副市长接这些“小记者”的采访，提高了孩子们学习的兴趣，培养孩子从小适应社会的能力。出现了“一家有个小记者，全家老小想看报”的现象；

二是策划目标读者感兴趣的一系列社会性活动，吸引更广大的读者群，提高报纸品牌社会影响力。2002年暑假期间，《三峡商报》从提高中学生生存能力入手，策划组织了“中学生生存大挑战”活动。将6名中学生送到一个他们并不熟悉的区域，靠自己打式挣钱，活自己三天，不仅培养了孩子们的自立意识，吃苦精神，也使读者看到了教育孩子过程中的问题，受到社会的广泛关注，增强了人们对报纸的了解；2001年，报纸创刊不久，《三峡商报》记者在采访中得知一些下岗职工，很想利用手头有限的积蓄自主创业，但苦于找不到好的门路、好的项目，茫然无措。专门为此策划了“有奖征集两万元创业方案”活动，连续刊登一批创业方案，社会反响十分强烈；

三是将内容设置及报道方式转化成为建立与读者联系的有效途径。《三峡商报》在为读者提供财富人物介绍，宏观经济信息的同时，根据读者的需要，与专业企业管理顾问公司合作，设立了“三峡财富论坛”，努力搭建报纸、专家和读者之间的交流平台，先后从全国保地邀请了包括温元凯、刘光溪、钟朋荣在内的著名经济学家来宜昌讲学，成为三峡地区非常有影响的经济学术论坛。为树立报纸的特色品牌形象提供了很好的帮助。

经过两年多时间的不断寻求互动，《三峡商报》摸索了几套独具特色互动模式：一是供需式。它是报纸根据读者对信息和服务的需要，而采用的互动形式。它具有很强的针对性和读者基础。如点题报道、热线咨询、律师问答等。二是参与式。它是强化读者参与意识的互动形式，这种形式以组读者参与性活动为特征。如组建读者健康俱乐部、小记者团、设立三峡财富文坛、有奖报料、各种形式的竞赛、有奖征文。三是救助式。以关注弱势群体疾苦、组织救助为基本内容。如消费维权、扶贫济困、寻医问药、帮你跑腿等。四是征询式。它是以征求读者意见，设置报纸及活动内容的互动形式。如有奖征集办报金点子、企业广告词征集等等。

三、注重互动方法，增强互动实效

要让互动真正为报纸创造特色，必须注重互动的方法。“轻举妄动”不仅不能达到预期有效果，还可实得其反。

### 1、互动之前需要周密策划。

事实上，互动并不是一种包罗万象的手段。首先是互动内容的选择必须符合办报自己的办报宗旨而又能让双方同时动起来。每张报纸都有自己明确的办报思想，这就需要在互动内容上精心挑选，并进行周密的策划。互动的过程应该是能够调动双方的积极性，并以双方的密切利益为链条实现双赢。例如报纸要求读者参与办报，鼓励他们更多、更快地提供新闻线索，却不给读者以奖励，肯定不久线索就断了行。

### 2、互动过程需要精心组织。

互动总是双向的，除了办报者这一方可以按照我们自己的想法行事之外，更重要的是社会和读者一方。因此，在事前需要认真分析互动过程出现的多种困难和问题可能性，设置互动结果的多样化方案，并制订“异动情况”的预案，实现对互动结果的有效控制。互动的过程中，要针对已经出现的具体问题，随时完善，补充、调整。因为互动是办报过程中经常需要运用的手段，因此每次互动结束后，要认真总结经验教训，为下一次互动提供帮助。

### 3、人财物作保证动出效果

互动作为报纸创造特色、提升竞争力、树立品牌形象的重要手段，每次互动时必须有人力、财力和版面上，给予充分保证。每次互动都应该看着是报纸一项系统工程。因此，互动不宜过多、过滥，要尽可能精选项目，做到少而精。每完成一个互动项目，就要像打一场歼灭战。一抓到底，抓就抓出成效。在重大互动项目，应由报纸领导亲自主持。在选择互动项目时，要本着宁可少动，动就动好，动出特色，动出效益。

作者单位：湖北宜昌日报社《三峡商报》编辑部  
熊笑云 主任编辑 副总编辑

联系电话：0717-6445350

通讯地址：湖北宜昌市东山大道119号

邮政编码：443000

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

#### 互动在创造报纸特色中的作用 会员评论[共 6 篇]

- 我觉得这篇探讨“互动”的观点多少提出了一些值得分析的内容。 [xxy2000于2003-5-21发表]
- 这不是一个空谈的话题。 [xxy2000于2003-5-21发表]
- 互动，不是空谈，许多媒的兴旺正是得益于互动。这是一个广泛的新闻领域，还真值得好好地研究研究！ [xxy2000于2003-5-21发表]
- 实际点 [sunshi ne\_1001于2003-5-9发表]

MORE +

#### 我要评论

会员名:  密码:

提交 重写

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.