

赵洁

地方报纸网络版如何突围

在网络技术发达的今天,越来越多的地方报纸开设了网络版,以期获得更多的受众和更高的收益,然而大部分地方报纸网络版却未能如预期那样赢利,那么,如何凸显地方报纸网络版的特色,在复杂的信息化时代占据一席之地呢?

地方报纸网络版脱胎于纸版的母体,因此,它最大的资源优势在于能够利用纸媒的信息资源、人才资源以及广告资源。

报网资源整合

报纸的强项是信息,是内容,以传统和信用为基础搜集信息是报纸最大的优势,其提供信息的正确率和时效性都是最好的。信息的品质和品牌力的强大不仅反映在纸媒上,还可以提供给自己报社的网站或者其他报社的网站。因此,网络版可以利用纸版采集的新闻信息,这样能够节约大量人力成本。

其次,突出网络版的特性。网络相较于纸版来说,最突出的特性就是信息海量化、多媒体化和互动化。网络版能为纸版刊登的新闻信息提供更多更好的背景资料以及相关信息链接,它可以综合利用传统纸版的集纳与连续报道的方式,使稿件的群体优势得到有效的发挥。在报道形式上,网络能够运用图片、视频、音频等多种手段全息呈现新闻事实,增加报纸网络版的可看性和可读性。

增强报网互动性

由于网络的互动性,使得受众与报纸的即时互动成为可能。对进入网站的人,可以通过网站的论坛来反映读者的想法,评论的长短不限,允许不同意见和看法的提出,记者还可以根据读者的反映进行补充采访,或者从另一个角度

入手撰写稿件。开设记者或者专家博客,通过网络互动,进行读者(网民)与报纸的互动,另一方面,可以将这一互动形式呈现于报纸的版面上,如厦门商报的《有事QQ聊》栏目就是一种报网互动的表现形式。华盛顿邮报的读者在进入网站后能与记者在线聊天,增强了传受双方的互动性。

明确市场定位

地方报纸在当地有比较高的读者忠诚度和权威性,在地方读者心中的可信度是一笔无形的资产。既然作为地方性报纸,就必然有其特性,因此,网络版的市场定位应该在个性化、地域性、互动性、本地化上下工夫。对于地方报纸网络版来说,吸引忠实的纸媒受众即固定读者群,网络版能够拓展纸媒受众新的阅读方式,即互动式阅读和一站式的信息服务。

突出地缘优势,实时更新信息。因为地方报纸对于地方性新闻的报道具有特殊的地缘优势,它的信息传递往往比门户网站更加及时。发挥地方报纸网络版实时更新的地缘优势,不仅可以促进其印刷版的发行,同时可以成为门户网站的信息源,提升其跨地域影响力。可以建立这样一种模式,将省内几个城市的主要日报、晚报的网络版实行信息共享,这样既可以保证信息的实时更新,又突破了信息的地域限制。

其次,在报纸网络版的内容上应该满足当地受众的多元化需求,以服务性为主,提供便民信息和社区新闻,提供当地便民社区信息,如影片放映时间、天气状况等等。报纸网络版还可组织社区活动,从网上发展到网下,带动纸版读者的参与。

华盛顿邮报的网站不仅仅是报纸的

电子版,人们可以在“on faith”探讨神学问题,外交迷们同样可以去“postglobal”进行交流,而一心想休闲的人会迷上八卦论坛“on being”,那里有很多陌生人在热烈谈论各种话题,例如他们为什么讨厌拥挤的电梯等等。网站上有8个“出行指导”讨论区,一些刚毕业的新人在这里能通过博客或者聊天的方式跟读者们讨论哪里能买到便宜的礼服,怎么观看篮球四强赛,或者如何参加有趣的女子派对等。网站访问者中,有10%为本地用户。但网站的执行总编吉姆·布雷迪(Jim Brady)认为,就是这么一小部分的地方网络用户,却贡献了网站30%到35%的页面浏览量,他表示,“当地读者都很忠实。”

网络版的赢利模式

报纸网络版的竞争对手不仅是纸质媒体,而是其他综合新闻网站或者门户网站。网络版能够拓展纸质媒体,比如网络版能够提供纸质媒体无法提供的多媒体内容,或者B2B的网络业务。地方报纸网络版的赢利模式可以有以下几种:

1. 可寻求与本地其他网站合作,比如报纸上的分类广告版,比如求职、租赁、打折和优惠信息,可以与BBS中的各主题论坛相结合。

2. 推出本地新闻收费订阅服务。可以由网站用户自己设定需要的新闻类别,进行邮箱订阅或者手机订阅,报纸订户可以享受适当的优惠。

3. 整合媒体营销,利用印刷版和网络版的各自优势,互相补充,提高媒体知名度和美誉度,达到宣传效果,实现整合媒体营销活动。地方报纸网站的广告来源应尽量以本地广告客户为主,与纸质媒体联合,形成跨媒体捆绑广告。

(作者单位:厦门大学新闻传播学院)