

更好地发挥纸媒优势 服务地方经济发展

部分社长总编名记者名编辑接受本报记者专访

弥补短板 更好地发挥纸媒优势
——访中国晚报工作者协会秘书长王炳云



本报记者 黄慧

“虽然这是第一次来信阳,但是早已经品尝过信阳毛尖了。”中国晚报工作者协会秘书长王炳云接受记者采访时说,自己对信阳很有兴趣,对信阳毛尖、豫南明珠南湾湖、避暑胜地鸡公山早就神往已久,这次可以具体感受到信阳的风土人情和厚重的历史文化。所以对接下来的看信阳活动十分期待,也希望通过这次以“深入革命老区 讴歌信阳新貌”的走转改采访活动,对信阳有一个更加全面的认识。这次全国晚报界 40 余家的编辑记者齐聚信阳,对宣传信阳也起到了很好的促进作用,可以通过其他兄弟晚报的版面把信阳的发展、信阳的变化、信阳的潜力传递到全国各地的读者面前,从而搭起信阳与各地共同发展的平台。

王炳云说,目前,许多传统媒体正在探索新老媒体融合之路,以便弥补自身“短板”,更好地发挥自身优势,进而开创出更广阔的发展空间。面对新媒体的冲击,纸媒面临的生存环境越发困窘,媒体竞争越激烈的时候,强者更强,弱者更弱,一方面要坚持把报纸办好,让受众更加接受;另一方面要拓展其他业务,应该实行立体化、多元化经营,加强与新媒体合作,充分利用现有的新媒体资源为报纸服务,在报纸这个主业之外,向其它领域发展,而不是单纯地靠卖报纸,依靠广告收入。

将信阳扶贫模式介绍给读者
——访《新民晚报》首席记者姜燕



本报记者 王洋

“这里古为申国,上海也是申城,很有缘呢。”作为《新民晚报》首席记者,姜燕去过全国不少地方,但在信阳,她很快就找到了两个城市的缘分点,多出几份亲切感。

虽然是第一次来到宜居信阳,姜燕告诉记者,这里给人的感觉很好。“从东站一出来,我就感受到一种乐趣,这是其他城市所没有的,希望信阳能一直保留下去。夜晚沿着浉河从关桥走到申桥,夜景的确很美。”姜燕说。

作为一名记者,姜燕俨然也是带着问题而来的。“不知道信阳周边有没有精准扶贫的点可以推荐,我想去看看。”昨日刚一见面,姜燕就不忘本职工作,迫不及待向记者抛出问题,除了闻名全国的信阳毛尖之外,信阳如何进行精准扶贫成了她此次之行最感兴趣的问题之一。

姜燕曾去过云南、贵州等地的多个贫困地区,关于精准扶贫,她也写过许多稿件,借“全国晚报社长总编信阳行”活动,她想将另外一种扶贫模式介绍给《新民晚报》的读者。“云南、贵州本身存在着某些地理发展劣势,作为中原地区,信阳这方面的优势比他们大,我想知道信阳精准扶贫的点在哪里,正采取什么样的举措。”姜燕告诉记者,她本身对农村问题比较关注,希望两天的信阳之行能找到答案,回去后,能用一个整版将信阳经验传播出去。

想群众之所想 写群众之所谈
——访《今晚报》副刊部副主任周东江



首席记者 韩蕾

“互联网时代,很多新闻都在网上,读者用手机上网就能快速浏览当天的新闻,而副刊却因为能打动读者的心灵和向社会亮明观点的评论而备受读者青睐。”周东江说,“优秀的副刊能让报纸享誉读者,成为报纸在媒体市场竞争激烈中胜出的‘杀手锏’。”

昨日,前来参加“全国晚报社长总编信阳行”活动的《今晚报》副刊部副主任周东江,就副刊如何接地气以及副刊如何走进读者,接受了本报记者的专访。

对于什么样的副刊能打动读者,周东江认为有这样几点。“副刊的文章要有趣,要让读者喜闻乐见,要有血有肉;要略高于一般读者的知识性或者思考性,对读者要有引导和提升作用;要充满温情,让读者读起来很温馨,但是又要充满对社会的关注和情怀;要有义,有责任,一种媒体对社会的责任。”周东江说。

“最后,副刊要接地气,就要有烟火气,做一个老百姓喜欢看的副刊,老百姓需要什么,关心什么,副刊就可以做关于哪方面的东西。”周东江说,副刊其实就是个杂烩,打开之后,每个人都能选到自己感兴趣的话题,副刊也可以刊登一些时下热点有关的批评类、思辨类的文章,引发读者更深度地思考。

对于副刊编辑如何“接地气”,周东江这样告诉记者:“编辑要接地气,不仅要会编能写,更要感受生活,想群众之所想,写群众之所谈。”

发挥新兴媒体优势 服务地方经济发展
——访《扬子晚报》编委成员杜雪艳



本报记者 陈娟娟

“一路走来,我只想用‘惊喜’这个词来形容此时此刻的心情。”第一次来信阳的杜雪艳满怀激动,“真的没想到,信阳这座小城是如此的干净整洁,舒适宜人。”

“另外,我通过扫描你们的微信二维码了解到,信阳还是一座茶城,信阳毛尖是这座城市的一张名片,为信阳的经济发展带来可观的收益,这也少不了你们媒体宣传的功劳。”作为新媒体行业的领军者,打开话匣子的杜雪艳滔滔不绝。

“媒体宣传是让外界认知本地的最有效的途径,对推动地方经济发展有至关重要的作用。”杜雪艳说,新闻媒体传递的是权威的声音,用当前的媒体工具为地区经济服务,有利于地方企业和产品品牌形象传播,提高市场竞争力。

“媒体本身也是一个产业,它本身内涵和外延覆盖多个行业,在现代经济中占有极重的比例,所以做好做强地方媒体,自然可以实现地方产业的经济增长。”杜雪艳介绍说,作为《扬子晚报》这样的老牌强势媒体,从文字、图片到视频、音频再到扬子晚报网、APP 客户端,从微信、微博到微电影等各种媒体产品,经过转型,为当地的经济起到了重要的推动作用。

发挥优势 拥抱未来
——访《深圳晚报》城区新闻中心副主任马琳洁



首席记者 李亚云

在《深圳晚报》城区新闻中心副主任马琳洁的眼中,每一张精心制作,墨香四溢的报纸都是“轻奢品”。

马琳洁说:“相对网络上海量但是往往比较粗糙的信息而言,报纸在有限版面上提供的报道是经过筛选和深加工的,这些精选出的内容在任何时候都为读者所喜闻乐见。”

“虽然如此,但面对如今新媒体的快速崛起,我们不能与趋势为敌。”马琳洁说,作为处在前沿地带的媒体人,在坚守传统媒体“内容为王”的同时,对新媒体也有着十分清晰的认知。

“内容为王,再加上科技的翅膀,才能实现该报业的新发展。”马琳洁认为,每一个媒体人都应该发挥出当前固有的优势,以合作开放的心态,拥抱未来,这样才能带领传统媒体走向新的春天。

新媒体时代,报业发展何去何从?马琳洁说:“以前我们是不紧不慢地向前走,而现在我们要跟着市场一起跑。现在人们置身于信息传播渠道多样化的传播环境中,我们应该鼓励各种传媒都充分发挥好各自的功能,从舆论宣传上、信息服务上、文化娱乐上,对社会的构建提供信息支持。利用我们的品牌优势,整合资源,提供产品和服务,用最低成本验证市场,并在可营利的领域生根发展。”

交流经验 助力美丽乡村发展
——访《玉林晚报》副总编覃春荣



本报记者 吴楠

“信阳比想象中美太多!虽然是第一次来信阳,但感觉十分亲切。”昨晚,前来参加“全国晚报社长总编信阳行”活

为大别山革命老区发展凝心聚力
——访《鄂东晚报》总编辑刘彦友



本报记者 刘方

“信阳和黄冈同属大别山革命老区,两地相距不足

300 公里,在传承红色文化和倡导绿色发展上,我们理念相同,目标相同。”昨日,《鄂东晚报》总编辑刘彦友在接受记者采访时表示,站位区域合作的大背景下,着眼大别山革命老区振兴发展规划,顺应媒体融合的新趋势,我们更应该不负大别山革命老区的滋养,共谋发展,共赢未来。

刘彦友说,信阳和黄冈在经济发展过程中的许多层面有相似点,尤其是在优势资源、发展政策和面临的机遇上都有相通之处,“信阳的新县和黄冈的红安县都走出了许多革命先辈。助力大别山革命老区振兴发展,需要媒体形成区域联盟,共同推广,让更多的人了解老区、支持老区。”

虽然是第一次来信阳,但是刘彦友直言对“信阳毛尖”早已非常熟悉。“信阳毛尖名气大,在我们本地也非常有市场,我们映山也产茶,但是相比较而言,信阳在打造信阳毛尖品牌上的做法很值得学习。”

刘彦友表示,助力大别山革命老区精准扶贫,媒体要合力推广红色旅游,同时,为老区的农产品推广搭建电商平台,加强各地的项目沟通。

宜居环境是宝贵财富
——访《洛阳晚报》执行副总编兼采访中心主任张亚武



本报记者 杨长喜

“宜居的环境是信阳的宝贵财富。”《洛阳晚报》执行副总编兼采访中心主任张亚武这样说到。

信阳这座城市对张亚武来说比较陌生,但也比较熟悉。陌生,是因为没在这里生活,熟悉,是因为身边有几位信阳籍同事。在跟他们一起交流的时候,这几位同事都会说及家乡的美丽。“他们说,信阳的环境好,空气好,水好,茶壶都没水垢。”宾馆里的茶壶里,真的就没有水垢,这对于新闻工作者讲究实事求是来说,是一个很好的证明。“我们是连续七届的中国十佳宜居城市。”记者也不忘介绍信阳。

听说过信阳的美,也见识过在朋友圈里所发的信阳美景图片,见识了很多信阳茶馆的红火,跑了十年旅游新闻的张亚武认为,信阳在旅游方面有后发优势。他认为,旅游是一个综合性的行业,并不局限于旅游景点。山、水、植被、饮食、茶叶,信阳具备旅游的很多优质因素,可以围绕茶、环境等做文章,放大这些优势发展旅游。