

C12 商业/传媒



《卡布罗公民报》



《费耶特维尔观察家》



《教堂山新闻报》

读“社区报”感受美国

□书评人 辜晓进

要了解美国人民,社区报便是最重要的途径之一。这些社区报数量众多,与社区的融合程度也是惊人的。

《走进美国社区报》并不如我事先猜测的那样,概念化和全景式地谈论美国社区报纸的整体面貌和发展脉络,而是通过对北卡罗来纳州一批社区报的深入调研,向我们展示了美国社区报鲜活的样式及其赖以生存的社会环境。书中生动翔实的描写及随处可见的思维亮点,使我几乎手不释卷一口气读完全书,且思绪良多。

11年前我在美国访学时,已经注意到社区报的力量。我居住的纽约市斯塔滕岛区就有一份百年老报《斯塔滕岛前进报》。就其创刊背景和发行范畴看,这是一份典型的社区报。但从报社规模和运作模式看,它又与其他都市报纸无甚区别。限于当时的时间与精力,我未能深入小型市镇去了解美国大量存在的社区报纸,迄今引为憾事。

这个遗憾被中国传媒大学副教授陈凯女士出色地弥补。她在《走进美国社区报》中,对美国北卡10多份社区报进行了个案分析,这些报纸包括较大型的日报和免费的周报,涵盖美国社区报的多种形态,故可收管窥全

豹之效。也正因为陈凯“沉”在北卡长达一年,加上她有良好的语言能力和沟通技巧,对一些报纸得以反复走访和定点观察,此书也就有了沉甸甸的样本力量。

美国社会承接的是欧洲传统,早期移民就有“无报不成镇”之习俗。因此,美国的社区报与其所在的乡村区镇有着水乳交融的亲密关系,这种关系远比都市大报与读者间的信息买卖关系复杂得多。在一些典型的社区,报纸在社区发挥着良好的信息集散和聚合人心的作用,其开合兴衰甚至报社领导的进退更迭,都会牵动居民的神经。反过来,社区学校的发展变化、居民的婚丧嫁娶乃至邻里间的矛盾纠纷,也常成为报纸关注的事件。这时,“贴近本地”便成了社区报最重要的编辑方针。书中引述一段笑话称:美国第33届总统哈里·杜鲁门1972年逝世时,一份社区报的编辑准备报道这一重大新闻,但遭到发行人的质疑。发行人问:你能找到杜鲁门之死与本社区的关系吗?于是编辑绞尽脑汁写下这样的导语:“哈里·杜鲁门,这位曾经坐飞机经过本州上空的总统先生,昨天逝世。”

相比之下,中国似乎一直未能形成类似的社区。过去,中国城市的社区形态固定,邻里关系密切,却没有关注社区

的报纸。如今大中城市的老居民纷纷迁居漂亮舒适但互陌陌的新社区,破旧的老社区多由外来暂住人口填补,人际关系支离破碎,即便有了社区报纸,也很难得到“社区”的认同。按理,广大乡村可以找到很多相似之处,如熟人环境、世俗传统、共同利益、家族承续等,但过去绝大多数县区报纸并不关注这些。2003年的全国报刊大整顿将大多数县区报纸关闭之后,乡村社区的阅读空间成了更大的盲点。指望城市报纸通过创办地方版来覆盖乡村及偏远区镇的想法,因报纸的急功近利而屡屡落空。

事实上,只有土生土长而对本社区有很高忠诚度的报纸,才可能成为真正意义上的社区报。这时,办报者只有与社区建成利益共同体,有足够的耐心与亲和力,将赢利置于次要地位,千方百计与社区居民交朋友,对社区报道精耕细作,报纸才有成功的可能。因为从美国的经验看,这类报纸的生存发展,主要依靠的是社区居民的支持关注,而非对眼前利益的急切攫取。

当然,在商业化、集约化大潮的冲击下,美国很多社区报也面临困境。大量社区报被报业集团吞并后,导致其社区忠诚度锐减,与居民的纽带断裂。书中

对此现象有深刻而活泼的解读。如《教堂山新闻报》曾是北卡最优秀的社区报,1995年被麦克拉奇收购。麦克拉奇公司本是西部一家历史较久但规模不大的报业集团,前些年急于扩张,投资激进,曾于2006年上演“蛇吞象”奇景,将综合排名全国第三的老牌报业集团奈特-里德报团兼并,但很快便“消化不良”,又将旗下报纸成批卖出,进而大量裁员,迄今债台高筑。《教堂山新闻报》遭受波及,记者人数从最多时的8人减至2人,采访捉襟见肘。这样一份原本偏安一隅的社区报,若无报团折腾,断不至于如此狼狈。书中还详细记录了麦克拉奇CEO加里·普鲁伊特到北卡被其收购的另一家社区报《新闻与观察家》讲话及与员工的精彩对话。对话中双方唇枪舌剑,报团与被收购子报间的矛盾暴露无遗,成为全书亮点之一。

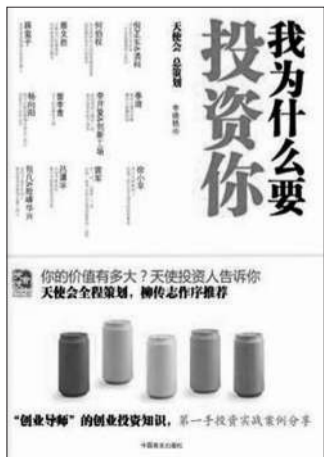
美国社区报数量巨大,占报纸总数的八成以上。这些报纸深入民众,与社区这样的社会小单元融为一体,因而如美国传播学家麦克所言体现了“美国的心跳”。要想了解美国人民,社区报便是最重要的途径之一。美国社区报纸的发展历程也给我们以启迪:在强势主流媒体的参天大树下,必有社区媒体健康发展的玲珑空间。



《走进美国社区报》 陈凯著 南方日报出版社2011年12月

【商业书摘】

明星天使投资人的投资心得



《我为什么要投资你》 天使会总策划、李晓艳著 中国商业出版社 2012年5月

薛蛮子:

很多创业团队都是没有钱的时候可以共苦,但不能同甘,刚刚有点小名堂就跟癌细胞一样,一个变成两个,两个变成四个,让大家没法活,所以团队最重要。这个时代已经不是某个人单打独斗,拿一个创意就能成功的,要想成为一家伟大公司的领袖,一定要损己利人,只要你个人能做到损己利人,你的团队就有保证了。

你的核心竞争力是什么?中国人太聪明了,借助一些小伎俩的机会太多了,所以,作为一个创业者,一定要能把别人想不清楚的事情想清楚才行。如果你想和13亿同胞不一样,就算是有杀手锏了。

雷军:

如果一个人不是从内心深处由衷地喜欢自己所做的事,他很难做得好。所以我的投资理念就是百分之百只投人。我最喜欢的投资是一个人出现在我面前,他说:我有一个主意,我想做什么。我最愿意从零做起。

如果没有一个最低6×12小时的勤奋和努力,为什么你会成功呢?如果你想干5×8就成功,别人比你工作时长50%,聪明程度一样,但人家比你多一倍努力。这就应了中国的古语:天道酬勤。

我在选择投资项目时,通常考虑四个必备条件:大方向很好,小方向被验证,团队出色,投资回报率高。

徐小平:

创业者需要很多素质,其中三点必不可少:1、必须有诚信;2、必须有承诺;3、必须有坚持。诚信不用说;承诺是义无反顾的投入,心有二用者绝不要创业;坚持,即到了黄河也心不死,不断摸索调整。

别人都说我是一个很感性的投资人,什么是感性?就拿《阿凡达》来说,卡梅隆怎么就相信人们会对那个怪物感兴趣,会成为有史以来最卖座的电影?这完全是靠艺术家的直觉。当科技、资本结合了艺术、文学、哲学的时候,会产生意想不到的奇效。我很自豪自己带有艺术的气质,我是学音乐专业出身的,所以我投资全凭直觉,只会看人不会看报表。

李开复&创新工场:

中国过去做得很成功的传统企业,很大程度靠一个特别有魄力、魅力和能力的老板,带着一些愿意跟着他打仗的兵打江山。但是在高科技领域,一个创业者需要的不只是听话的人,而是一些聪明能干的团队成员,有愿意分享、透明、平等、创新的机制。

很多公司以为微博营销就是用微博卖产品、打品牌、给自己官方账号刷粉,其实,用微博理解用户是最直接、简单的。用户在微博上要比在作调研时更坦诚、积极。我们投资的每个项目,我都会定期在微博搜搜用户反馈。