

2020年,报纸还好吗

■ 崔莹

在互联网和新媒体的冲击下,全球报纸行业步入寒冬已有十五六年了,有报纸停刊,有报纸缩减版面和出版周期,处处凭吊……但适者生存,君不见有报纸另寻出路吸引受众,亦有新报逆势而出。

2019年3月6日,因网站和社交媒体应运而生的网络媒体“BuzzFeed”推出特刊《BuzzFeed》新闻报,目的是以比手机更便捷的方式呈现“BuzzFeed”的最新报道和精彩内容。2019年4月1日,英国《金融时报》宣布其“付费墙”付费用户数量破百万,数字订阅在《金融时报》总发行量中的占比超过75%。2019年6月,英国脱欧党领袖法拉奇决定创办新报纸《脱欧支持者》,该报创刊号300万份。2019年8月25日,《纽约时报》推出长约1.1米、宽约0.5米的巨幅插画,来呈现美国网球公开赛在夜晚举行的主题,新颖的插画再次为传统报纸圈粉。

为了生存和发展,纸媒的自我救赎之路新招迭出——

美丽的插画能让读者“买账”

爱丁堡的《学生报》创办于1887年,其创办者是苏格兰童书作家罗伯特·路易斯·斯蒂文森,这份报纸是英国创办最久的学生报,目前是半月刊,免费。我在学校附近的乐购超市经常看到它,便随手拿一份。最近半年发现,《学生报》改得越来越花俏,并采用了大量插画。以2019年10月9日刊为例,头版封面讲的是环保问题,一幅关于人们“绿色生活”的手绘插画位于其中,占了大部分版面。四个版面的评论版含有两幅手绘插画,一张油画作品,没有照片。之后的生活方式版、文化版使用了七幅手绘插画,没有照片。这和我印象中的“文字加照片”的报纸大相径庭。这些插画或笨拙呆萌,或清新文艺,或幽默搞笑,令我不禁多看了很多眼。毫无疑问,这些插画也令报纸变得有亲和力。

大概有人会认为,《学生报》的读者主要是学生,所以用插画会博得学生粉的喜欢。但《纽约时报》可不这样想。每年,《纽约时报》的体育版都会重点报道美国网球公开赛,2019年也不例外,结果——挑大梁的是插画。2019年8月25日,《纽约时报》推出特刊,庆祝该赛事在夜间比赛的历史瞬间,也体现这座城市是不眠之城。该报艺术总监安德里亚·扎加塔决定用一张大幅插画来呈现这一主题。这幅插画的亮点是发生于1979年至2018年,网球赛事的十个精彩瞬间。过去40年间,摄影技术获得充分发展,扎加塔认为插画可以起到同样的作用,并且是照片无法替代的。最终,一幅长约1.1米、宽约0.5米



▲▲2017年6月4日,《纽约时报》曾推出“纽约故事”特刊,邀请11位不同画风的插画师加盟创作,用连环画的形式讲述在纽约发生的11个真实故事,图为特刊封面(上)和内页插图(左)

的大幅插画诞生。扎加塔表示,这样大尺寸的单幅插画在报界史无前例。同一期《纽约时报》的封面采用的也是插画:一幅长约50厘米,宽约30厘米的美国女子网球运动员塞琳娜·威廉姆斯在夜空下击球的插画。

《纽约时报》创刊150多年来,一直对插画情有独钟。2017年6月4日,《纽约时报》曾推出“纽约故事”特刊,邀请11位不同画风的插画师加盟创作,用连环画的形式讲述在纽约发生的11个真实故事。插画不仅可以用于传统的纸质报纸,也同时用于报纸网站、电子版。并且网络插画又被推陈出新。两个多月前,平面设计师西穆尔·阿尔瓦为《纽约时报》的网络版设计了一款颇具实验精神的“3D插画”。

最近几年,一些中国报纸也在大量使用插画美化版面,其中的佼佼者包括《中国日报》国际版。该报在头版使用整版唯美插画,颠覆了读者对传统纸媒的视觉印象,好看的报纸令人爱不释手。

报纸不仅通过文字和读者沟通,还通过视觉图像语言与读者交流,除了传统的照片,各种插画、装饰元素也非常重要。美丽、具有情趣的版面能够吸引读者,让读者重新爱上报纸。

付费订阅越来越成功

设置付费墙是传统报纸应对收入下降、进行自救的尝试之一。1997年,《华尔街日报》在全球率先实行在线内容付费阅读,开付费墙之先河。如今,英美大多数报纸都设置了付费墙。路

透社发布的研究报告显示,越来越多的读者为高质量的新闻买单。

2019年10月,英国《每日电讯报》媒体集团宣布《每日电讯报》已拥有40万付费订阅者,包括网站付费用户和纸质版订阅者。并且,该媒体集团总收入的54%直接来自读者。该集团首席执行官尼克·休为《每日电讯报》规划了一个目标:到2023年底,该报将拥有100万付费用户。假如这一目标实现,意味着即使报纸没有广告,也可以正常运营。

2019年4月1日,英国《金融时报》宣布其付费读者人数达100万,这个目标比原计划提前一年完成。该报首席执行官约翰·里丁表示,《金融时报》已拥有65万名数字用户,他指出报纸订阅模式的革新,证明高质量的新闻能够带来商机。在虚假新闻横行的时代,独立、权威和可靠的新闻报道依然具有持久的价值。

《金融时报》于2002年首次采用付费墙。尽管该报的纸质版继续赢利,但其数字订阅量已经占《金融时报》总发行量的四分之三以上。2018年,《金融时报》年收入总计3.83亿英镑,利润为2500万英镑。这和《金融时报》的报道质量分不开。2018年,该报获得近50个全球奖项,其中包括英国新闻奖的“年度报纸”“年度新闻团队”奖,以及“年度最佳新闻提供者”奖。

2019年8月,英国另一大报《泰晤士报》(包括《星期日泰晤士报》)宣布他们的电子版付费用户已超过30万人,加上纸质版读者,总共有约54万用户。2018年,《泰晤士报》数字订户的数量

已超过报纸纸质版的数量。《泰晤士报》总编辑约翰·威瑟罗表示:“付费墙成功了!”但他同时指出,报纸所面临的挑战永远都是如何适应新技术,使其成为报人的朋友,并为新闻业服务。

除了英国主流大报付费墙的成功,美国的《纽约时报》《华盛顿邮报》和《华尔街日报》在数字版付费订阅方面也都取得了成功。

读者热衷为“非营利新闻机构”捐款

浏览《卫报》网络版,很难错过这样一段话:“我们选择了与众不同的筹款方式,你会支持我们吗?和很多新闻机构不同,我们独立进行的调查报道,供所有人免费阅读……在事实报道面临挑战的时刻,读者的支持对《卫报》保持独立性至关重要。我们采用开放、独立新闻的模式。如果可以,请支持《卫报》,即使只捐款1英镑。”

《卫报》是英国的全国性综合日报,与《泰晤士报》《每日电讯报》合称为英国三大报。该报于1821年创刊,擅长调查性报道。《卫报》只有一个股东,即非营利性斯科特信托基金。《卫报》官网称,该报目前每月读者数为2400万。

《卫报》拒绝设立付费墙,这样所有人都可以看到他们的报道,但作为传统纸质媒体,它同样面临销量降低、广告收入下降的境况。他们选择的筹集资金的方式是请读者自愿捐款,或者付费加盟成为《卫报》支持者或合作人。成为该报支持者每月付费5英镑,成为其合伙人每月付费15英镑。2018年下半年,《卫报》称,

他们通过读者捐赠、付费加盟等方式,获得的收入已经超过报纸的广告收入。

《卫报》主编凯瑟琳·维纳表示,读者希望《卫报》能继续保持自由、开放,继续刊登优秀的新闻报道,所以才会给报纸钱。读者的资助会激励记者报道更多有价值、高质量的新闻。比如《卫报》关于剑桥分析数据公司和“Facebook”之间丑闻的报道,以及对“疾风世代”丑闻的报道等。

维纳认为,报纸接受读者捐款的模式为新闻业的发展提供了一种新的可能性,即“重新确定了报纸和读者的关系、报纸对读者的意义,以及重建了报纸在社会上的信誉”。

媒体接受捐款的前提是非营利新闻机构,如果不是,就需要先“变身”。2019年11月12日,美国犹他州的地方报《盐湖城论坛报》宣布成为非营利机构。这份报纸创办于1870年,它成为美国第一家转变为非营利机构的传统报纸。此前,该报一直亏损。也多亏《盐湖城论坛报》的原东家并未将它廉价卖掉,而是主动放弃所有权,该报得以继续接受征订、广告,也可像慈善机构那样,接受基金会的拨款和可以免税的个人现金捐款。对那些希望提升新闻报道社会功能的民众和支持新闻业的慈善家而言,这是一个令人振奋的好消息。

实际上,一些网络媒体,比如《德克萨斯论坛报》网站、《内华达独立报》网站和《蒙大纳自由报》网站等,已经作为非营利新闻机构,运营了很长一段时间。根据2018年美国“非营利新闻协会”的统计,之前12年,美国的非营利新闻机构正以每年至少新增12家的速度递增。目前,该协会共有会员230多名。2018年,美国非营利性新闻媒体的总收入达4.5亿美元,比上一年增加1亿美元。人们给这些非营利新闻机构的捐款总额已经超过了基金会的拨款。非营利新闻机构继续保持新闻报道的深度,行使社会监督的功能。

非营利新闻协会执行董事苏·克罗斯表示,裁员、合并削弱了商业新闻工作室的报道能力,公众知情权也面临挑战,这就需要一种新型的新闻运作模式,由大众捐款支持新闻的生产,是出路之一。

经常获得普利策奖的新闻网站ProPublica,是美国较成功的非营利新闻机构。该网站拥有120多名员工,主要致力于调查性报道。2018年,该网站的收入是3020万美元。约翰·亚当斯创办的非营利新闻网站《蒙大拿自由报》,在2018年获得81位捐助者的定期捐款,除此之外,该网站申请到日光基金会的6.5万美元的拨款,以及高盛基金会的3万美元的拨款。

(下转第三版)