

微信公众号自2012年推出之后便势不可挡,许多公众号的粉丝已过百万。“创新+用心”、哪里就有读者就把内容推送到哪里,是一些公众号成功的要诀。但在公众号为人们获取资讯、学习知识等提供便利的同时,其内容同质化严重也是不争的事实。

微信公众号:拇指阅读的乐与忧

本报记者 张妮

微信自2011年推出到现在已有6亿多用户,人们除了用其进行社交活动外,还能通过微信公众号、朋友圈随时随地阅读大量个性化的文字、音频、视频等。近日,中国新闻出版研究院公布的第12次全国国民阅读情况调查显示,2014年,34.4%的成年国民进行过微信阅读;在手机阅读接触者中,超过六成的人进行过微信阅读。今年1月底发布的《微信平台数据化研究报告》也显示,微信公众号自2012年推出之后势不可挡,现已成为微信的主要服务之一,近八成微信用户关注了公众号,其主要目的是为了获取资讯、方便生活和学习知识。

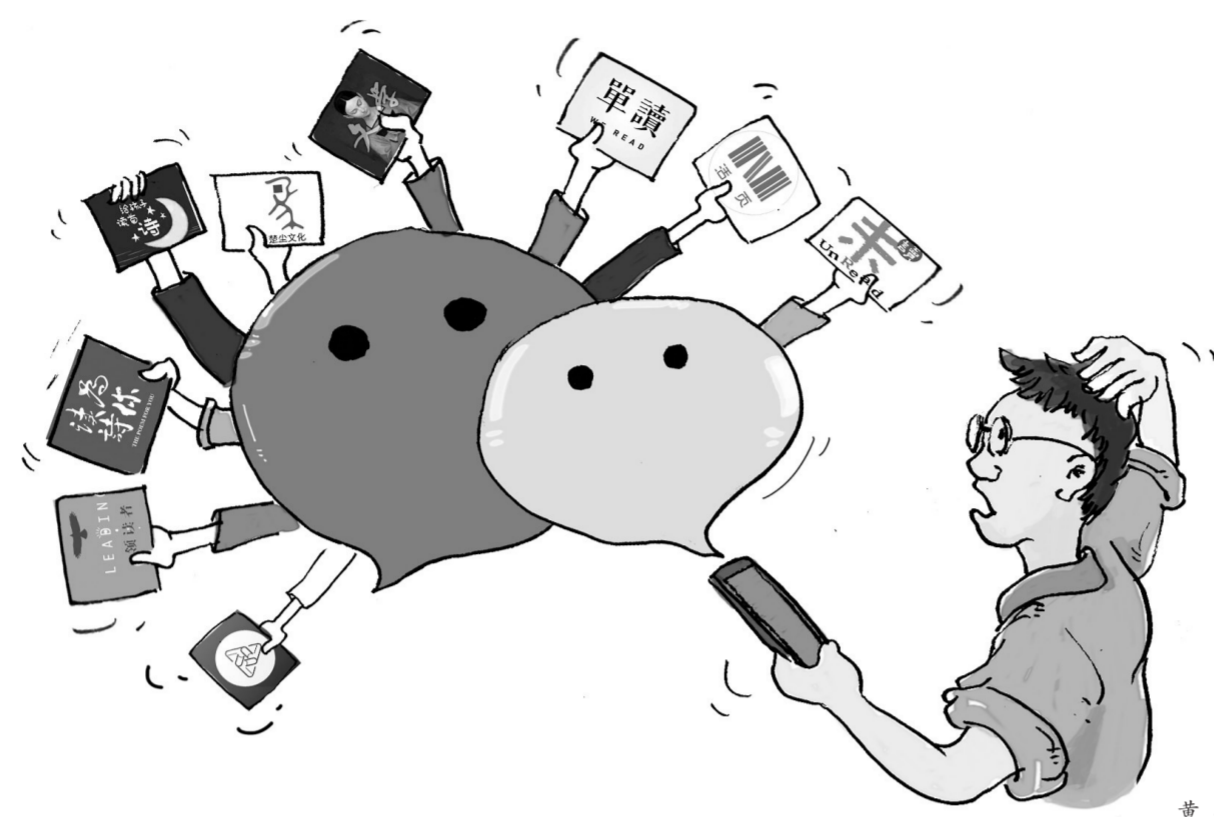
据统计,截至2014年底,微信公众号数量已经超过800万。许多微信公众号的粉丝已过百万,它们是如何运营、生存的?急速膨胀下的微信公众号又存在哪些隐患呢?

赢得关注: 创新和用心是必备要素

5月8日,拥有130万粉丝的微信公众号“为你读诗”的总策划张炫、编辑李琳、艺术指导朱卫东三人带着电脑、录音设备等,来到北京外国语大学教授汪剑剑的办公室,准备进行父亲节特辑的录制。汪剑剑当天朗诵了自己在1998年女儿出生时所做的诗《我在你的诞生中诞生》,面对专业的录音设备,一开始还有些紧张,朱卫东试着用轻松的方式与他沟通,之后汪剑剑慢慢地松弛下来,并感慨“诗歌还是朗诵出来才有感觉”。

遇到各类节日,“为你读诗”都会策划一些有特色的专辑。比如今年“五一”劳动节,他们就请了快递员、武警等6位来自不同行业的工作者朗读黎巴嫩诗人纪伯伦的作品《论劳作》,后期制作出的特辑点击量达到了“100000+”。对每一期节目他们都精益求精,从最终的呈现效果可以看到整个团队的付出与态度。张炫说:“我们希望能以读诗为纽带,建立起一个连接人与人情感的文化艺术交流平台,为在社会中奔忙的人们提供一席可以让灵魂栖息的诗意之地。”如今,“为你读诗”已推出近700期,“每晚十点,为你读诗”已成为许多人睡前的必修课。

“为你读诗”只是众多公众号运行的一个缩影。新媒体时代,传统媒体也都纷纷借助微信公众平台推送自己的优质信息;一些出版社也推出了特色新媒体产品,甚至建立了专门的制作运营团队。比如,作为中信出版集团旗下新媒体产品之一,微信公众号“活页”于今年4月1日正式上线,坚持每天更新且



黄卓绘

至少生产一条原创内容。其联合创始人、中信集团信誉报业副总编辑云涛说:“微信公众号是占据读者很多阅读时间的一个强势平台,对于内容的制造者来说,当然是哪里有读者就把内容推送到哪里。想要让推送的内容受到关注,创新和用心是必备要素。”

平台运作: 阅读量和粉丝量不可缺

目前,普通微信公众号的团队人员在三五人到十余人不等,其人力成本、内容制作成本都是一笔不可小觑的开支。虽然这些微信公众号的内容定位不同,却各有生存之道。

“阅读量和粉丝量是每个公众号生存的关键,它是反映大众是否喜欢的直接证据。”“单向街书店”公众号的编辑们表示。除此之外,两者也是使公众号获得赞助的要素,只有具备了一定关注度,才能赢得商家的“一臂之力”,其合作形式或是商家出资在推送的信息中加入广告、软文,或是直接借此平台销售商品等,至于如何把握这个“度”,则与公众号的自身定位和创办理念相关。

“我们从2013年开始通过微信公众号平台做诗歌,并没有以盈利为目的,随着团队的扩大和运营成本增加,才会吸纳一些赞助。”张炫说,为了保证推送内容的质量和读者的阅读体验,他们对

广告方的品牌形象、广告内容、投放形式等都有着严格的限制。

“罗辑思维”微信公众号也拥有百余万粉丝,虽然此前在推送内容时有过广告植入,但其创始人罗振宇不断重申“广告模式没有前途”,他更提倡“用社群做品牌”,更在乎基于社群信任的商业模式“团要”——商家以产品的形式直接“赞助”给“罗辑思维”的会员免费享用,既给了会员福利,又实现了广告和口碑效应,可谓“一石三鸟”。

对此,中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国表示,微信本身就是一种新形态的阅读载体,不仅是社交工具,也是一种新型的阅读生活方式和消费方式,它的强社交性使得阅读内容的生产、出版、发行、消费一体化。

发展驱动: 原创与专业是生存根本

作为阅读新媒体,正在快速增长的微信公众号值得我们高度关注,它将成为推动全面阅读的重要环节。然而,如此快速的发展也势必带来一些问题,比如内容抄袭严重、深度不够等。

目前,各个行业和类型的公众号竞争激烈,推送内容同质化现象严重。腾讯公司高级执行副总裁张小龙就曾表示,非常鼓励优秀的文章出现在公众平台里,并会采取一些措施控制“没有价

值的内容”。今年2月微信发布了抄袭行为处罚规则,3个多月里,累计删除抄袭侵权内容3.2万余篇,处罚公众号497个。武文博等多位公众号的主编、创始人感慨,微信公众号的现实情况是“少数人生产,多数人转发”,但要生存得长久,原创还是根本。

此外,作为一个6亿多人参与的社交和阅读平台,微信内容和读者层次必然会多元化。因而大量的“鸡汤”和段子充斥着朋友圈成为一种自然的阅读生态。徐升国指出,公众号在满足多数人基本阅读生活和消费水平的前提下,更应引导读者逐步实现从浅入深、由低到高的阅读。

实际上,内容生产者对大众的阅读方向起着重要的引领作用。新媒体时代,有两个重要词汇:UGC(用户创作内容)和PGC(专业生产内容)。UGC是目前的主流生态,而面对人们逐渐提高的阅读需求,更具专业视角和水准的内容将被更多人关注。如公众号“经济观察报”从2013年8月运营至今,已拥有12万粉丝,其文章一直以长、深、难为特点,可谓“逆势而为”,却是一个在快速成长的公众号。

专家感慨,微信公众号内容的专业化将会是一种趋势,一来大家应鼓励更多想做优质内容的人放手施展,二来公众号团队本身的责任意识也应不断加强,要以读者阅读需求为出发点和归宿。

观点

近日,笔者关注到这样一则新闻:2015年全国艺术创作工作会议上的信息显示,文化部正全面清理整顿文艺评奖,取消一批、精简压缩一批,总体减少60%以上,并取消节庆活动中的文艺评奖项目。新闻报道说,在中国文艺界,立奖、评奖、颁奖似乎已成一种风气,“热闹的评奖”愈演愈烈,不正之风在文艺评奖中时有耳闻。今后,这一现象或将改变。

关于对文艺评奖进行全面清理整顿,笔者双手赞成。在全面清理整顿文艺评奖的背景下,如何规范群众文艺作品的评奖,笔者有一些不成熟的想法。

全面清理整顿文艺评奖,重要的是要保证评奖的公平公正。为激发群众文艺创作的积极性,在群众文化领域,每年各级文化部门都会推出一系列群文创作评奖。一些文化部门在评奖方面煞费苦心:为了保证评奖的公平公正,听说有的省的文化部门特地邀请外省的专家到本地来做评委;也有主办单位在群文创作表演评奖中,除了邀请专家评委,还以抛绣球的方式现场选取大众评委,请大众评委与专家评委一同现场亮分;还有的主办单位以网络大赛的方式评选视觉类作品,在展示参赛作品的同时,接受公众评判与监督,在月度、季度评奖的基础上,进行年终总决赛……

其实,在群众文化领域,全面清理整顿文艺评奖,最重要的是让各类文艺创作评奖在阳光下运行,杜绝暗箱操作。大众需要的是规范文艺评奖的评选,实行公开、公正的评奖,能提高各级各类群众文艺评奖的权威性,促进群众文艺创作的健康良性发展。对此,文化部提出在各类文艺评奖中,减少奖项设置和数额,修订评奖办法,严格评奖标准,规范评奖程序,严肃评奖纪律,预防和杜绝各种不正之风,这是清理整顿文艺评奖的首要举措。

全面清理整顿文艺评奖,不是因噎废食,大幅削减基层群众文化领域的评奖。专业文艺领域的评奖,往往使不少获奖者名利双收,比如歌手因为在某项全国大赛中获奖,身价倍增,出场费随之水涨船高;书画创作者因为在某项全国赛事或者大展中获奖,其书画市场价格闻风而涨……评奖结果越会产生显著的经济效益,往往越有可能在评奖过程中出现问题。

而在群众文艺领域的评奖中,特别是在县区乃至乡镇(街道)一级的群众文艺评奖中,参赛选手都是来自社会各界的公众。在基层,热爱文艺的公众在业余时间唱歌、跳舞、习书画、搞摄影,他们希望通过基层群众性的文艺大赛,展示自己在文艺创作和表演等方面的才能,如果获奖,他们会因此高兴半天,参与文艺活动的积极性也因此大大提高。还有一点就是,在基层群众文艺大赛中获奖,并不能从根本上改变他们的生活,给他们带来经济上的利益。笔者曾遇到一位带着村嫂们跳舞的女村长,她和她的舞蹈团队曾多次登上东方卫视“中国达人秀”的舞台,她说去电视台就是为了展示村嫂们阳光快乐形象,“回到村里我们还是一样做农民”,因此她们的舞蹈快乐而纯粹。

正因为少了文艺比赛与获奖者经济利益上的关联,多了一份怡然自得的兴趣和乐趣,基层群众文艺评奖比起某些带有“铜臭味”的专业文艺评奖,更为公正、公平,更有一种其乐融融的文化氛围。若是因噎废食,大幅削减基层群众文艺评奖,县区文化部门砍掉一些群众文艺大赛,或者在群众文艺活动中不设奖项,也许会使基层群众文艺活动少了吸引力,削弱了基层群众的文化参与热情。从长远看,也不利于基层群众文艺的发展,不利于群众文艺队伍水平的提升。

扶正群众文艺评奖风

王全吉

时讯

全国优秀广场舞教学片征集活动展开

本报讯 由中国文化馆协会、文化部全国公共文化发展中心主办,江苏省南通市文化馆承办的“全国优秀广场舞教学片征集活动”日前在各地展开。

为推动公共文化惠民项目与群众文化需求有效对接,结合全国群众自发参与广场舞活动的热情,主办方特面向全国征集优秀广场舞教学片,拟通过互联网、中国文化网络电视、手机APP等新媒体渠道,向广大基层群众宣传推荐优秀广场舞作品,推动群众健身活

动蓬勃发展。此次征集的作品要求编排内容健康、风格新颖,集普适性、艺术性和观赏性为一体,简便易学,利于推广。教学片内容应包括讲师对舞蹈动作的分解示范、团队演示和舞蹈配乐。征集活动采取自下而上推荐的办法,由各省(区、市)文化(群艺)馆推荐1至2个优秀广场舞教学片,经专家评审,遴选出优秀教学片,纳入共享工程资源库。据悉,征集活动预计于上半年完成。(南音)

太极全国邀请赛北京开赛

本报讯 (记者杜洁芳)5月12日至15日,由北京西城区月坛街道主办、西城区博大公益服务中心承办的西城区第四届“白云杯”太极全国邀请赛开赛。

邀请赛分两部分:5月12日,大赛的第一部分——北京市太极拳(械)比赛在月坛体育场举行,来自全市9个区县的13支代表队进行了激烈的角逐。主办方还邀请了武当三丰太极拳传人王明山携弟子表演了“鹤舞太虚”,让参赛者们欣赏到了当代太极高手的精彩技艺。5月15日,大赛的第二部分——月坛

街道第四届“白云杯”太极全国邀请赛表演赛在北京白云观举行,来自全国的武当派、青城派、崆峒派等五大宗派的9个太极武馆的掌门人及弟子,为观众奉上了一道太极文化盛宴,外籍太极爱好者也展示了自己的太极功夫。

该邀请赛从2012年开始已经连续举办三届,本届邀请赛规模已提升至全国。多年来,太极馆先后在月坛街道形成了相当的规模,先后开办了5期培训班,共培训4500余人,如今每个社区都有一支30多人的训练队伍,个人练习者更是不计其数。

济南启动“TAXI送你去听书”助盲活动

本报讯 “视障人士去济南市图书馆可以乘坐免费出租车了!”近日,山东省济南市残疾人联合会、济南市图书馆、润华出租汽车服务公司联合开展了“TAXI送你去听书”助盲阅读活动。今后,盲人朋友只需提前一天拨打乘车服务电话进行预约,就可以享受免费乘坐出租车到市图书馆阅读的服务。

盲人由于身体条件的限制,无法实现对一般书籍的正常阅读。去年6月,济南市图书馆为方便盲

人阅读书籍,专门设立了视障阅览室,配有盲用学习电脑15台、盲文读书机20台、电子助视器6台、盲文图书300余种2000余册,并有5万余册有声电子书,供视障读者借阅和下载。但由于盲人出行不便,济南市图书馆距市区较远,盲人即使有到图书馆的意愿,也不能方便前往。为帮助他们实现阅读愿望,济南市残联与市图书馆联合当地出租车队开展了这一活动,免费接送有意愿去市图书馆阅读的盲人。(图文)

下点雨 补补氧 加加油 充充电

——中央文干院“春雨工程”大讲堂送训进藏记

袁航

5月6日至12日,中央文化管理干部学院赴西藏自治区林芝、山南两地开展“春雨工程”大讲堂活动,围绕公共文化服务体系建设与效能提升专题为两地基层文化干部“送培训”。

在这几天里,来自中央文化管理干部学院、国家行政学院、湖南省群艺馆等单位的5位专家志愿者,分别就文化活动策划组织、群众文化品牌建设、文化馆(站)工作创新、文化艺术素养、构建现代公共文化服务体系精神解读等10个专题,与两地的近200名基层文化

馆(站)负责人进行了业务交流。

在此次活动中,志愿者们克服了高原反应带来的不适,吸着氧、吃着药,却仍然坚持以专题讲授、技能辅导、互动研讨、案例分析等多种形式进行政策解读、经验分享、答疑解惑,从多个层面和角度为学员们展现了现代公共文化服务体系构建工作,也就藏区的公共文化服务体系构建提出了各自的思路和建议。

藏区海拔较高、地广人稀,来参加培训的学员们来自各个偏远的乡镇,

有的乡镇只有9户人家、20多口人,还有的乡镇所在地海拔超过5300米,自然条件极为恶劣。来自山南地区桑日县综合文化中心的学员张婷表示,西藏地区情况特殊,进行公共文化服务体系建设的意义何在,如何在民族地区、偏远地区推进公共文化建设,一直是困扰自己的问题。针对这些疑问,专家志愿者、国家行政学院教授高宏存说,公共文化服务的内涵很广泛、形式很多样,应该打开思路,跳出文化馆(站)现有业务的局限,考虑地方特色和地区差异,提供符合当地需要的公共文化服务,这种公共文化服务对于凝聚民族精神、国家力量具有重要意义。

经过几天的学习交流,学员们纷纷表示收获很大,也与专家志愿者们结下了友谊,大家互留通讯方式,约定在以后的工作中有问题还会相互请教、探讨。来自措美县措美镇文化站的学员达娃拉宗说:“以往对公共文化建设的理解比较狭隘,工作比较被动,这次培训让我对公共文化有了更清晰的认识,学到了许多推进今后工作的有效办法,希望能多参加这种形式的培训。”

带队开展活动的中央文化管理干部学院副院长段周武表示,此次活动是学院2015年“春雨工程”大讲堂系列活动的开局,之所以选取林芝、山南这两个地区开展送训服务,是因为这两地先后入选创建国家公共文化服务体



山南地区公共文化服务体系构建与效能提升专题培训班开班