



来稿邮箱:zwbbsy2013@163.com
新浪微博:@枣庄晚报-声音

【今日观察】

付费阅读，愈加凸显“内容为王”

□西坡

据媒体报道，近日，一位腾讯权威人士确认了腾讯将推出微信公众号付费阅读功能的消息，并称这一功能将交给微信平台上的自媒体们“自行设计”。

在内容创业风起云涌的当下，这一消息并不令人意外，而是一件迟早要来的事。付费项目已渐渐成为各大内容平台的标配，微博有付费阅读，知乎有价值，此外还有分答等专门的付费问答平台。

曾几何时，互联网还几乎与免费画等号。不少畅销书专门讲免费如何作为一种商业模式，可惜这些书都还是卖钱的。可好日子不再了，现在付费才是王道。

其实，具体到微信方面，微信公众平台一直是有付费渠道的——赞赏功能。但赞赏与付费阅读不一样，赞赏是先阅读再付费，付费阅读则反过来，先付费再阅读。赞赏是零买，付费阅读更可能以包月或包年的形式出现。

只有习惯了在网上免费获取信息的人，才会对付费阅读大感惊

奇。以前人们都是付费阅读的，网络付费阅读在本质上很接近纸媒时代的订阅行为。

不同之处在于，以前一次订阅的是一份完整的刊物，通常几百块钱就能包年，将来一次订阅的只是一个专栏，但价格可能并不会比订一份报纸便宜多少。

这样看来，知识更加昂贵了。

前几年，很多人说免费阅读的趋势会革纸媒的命，现在转了一个圈又回来了？

恐怕，相似只是表象，变化仍是深刻的。

最显著的变化是作者与读者的心态。以往作者与读者之间隔着编辑，现在作者与读者直接面对面。减少中间环节看起来是一项进步，但事情没这么简单。

以往由于作者面对的是不特

定的读者，还有编辑把关，所以必须考虑观点平衡，照顾整个社会的接受度。而读者即使有心仪的作者，看中的也是文章观点，脑残粉的现象很少见。

新媒体时代，一切都变了。假如一位读者每年可以付一百元的话，一位作者只需要维护好一个几千人规模的读者群，就可以生活得相当滋润。这也就意味着，除此之外的人群他可以尽情得罪，且跟外边斗得越狠，自己小圈子的凝聚力越强。

现在读者选择作者的心态也变了。买文章不像菜市场买菜，价格很难衡量，决定付费意愿的往往不是知识含量，而是其他方面。很多时候，人们买的是圈子：这位作者最对我脾气，这里的同类最多，这里的梗我都能接得上。当然，阅

读“圈子化”的封闭化、极端化的趋势仍值得注意。

从整体上的格局来看，对于媒体、甚至所有的内容生产者来说，付费阅读都是一个新的变现模式和渠道；甚至，基于微信庞大的用户和市场，一旦付费阅读实施，会很快形成一个庞大的商业生态。

这种新的变现渠道，会反促内容生产，从而使得媒体等内容生产者更加重视并重申“内容为王”：结合互联网语境下的传播特点，来改进内容生产模式，提高内容质量，以及赋予其更多的互联网属性。

也因此，这不仅仅是一个商业模式的改变，也将是一个内容生产理念的改变。知识改变命运，但科技和商业也正在改变知识生产，以及我们获取知识的姿态。

【有话漫说】



“看”护

□法晚

据媒体报道，59岁的李阿姨自春节假期后开始帮儿子儿媳照看孩子。婆媳矛盾终于在一天爆发，问题的起因是儿媳嫌婆婆拿嘴喂孩子东西吃，并拿出了监控中的视频证据。婆婆感觉行为被监视，一气之下要回老家。儿媳解释，安装监控只是为了随时了解孩子的状况。律师表示，家中装摄像头存安全隐患，“偷窥”属侵权。

如果“自扫门前雪”，楼道也就干净了

□戴忠群

近日，德仁俊园一楼道内，因为有人将垃圾放在楼口，一楼住户为初期将这袋垃圾丢到了二楼。(2月14日《枣庄晚报》)

楼道是公共空间，这话不假，可这也是我们每一位居民的“一亩三分地”，保持好楼道内的卫生，环境整洁了，空气清新了，大家进进出出的，心情格外舒畅，有利于身心健康，也能进一步拉近邻里之间的距离。

如果楼道的居民都随意丢垃圾，垃圾只会越积越多。每天下班回家，都和垃圾“擦肩而过”，这种滋味能好受吗？况且又不是没有垃圾箱，也就多走几步路的事，就能把垃圾放进垃圾箱里，举手之劳的小事为啥不愿意去做呢？这真

是：前进一步是文明，后退一步是陋习。

人人都向往美丽温馨的家园，户户都希望生活环境干净整洁。其实，不需要人人都把公共空间当自家来打扫，只要把垃圾放到该放的地方，保持它的整洁就可以了。

【百姓说话】

只要人人都能“自扫门前雪”，那么我们整体的环境自然会上一个台阶。再说，大家都注意保持公共卫生了，个别“典型”自然也会不好意思地跟上“大部队”不是？

大学生消费水平主要取决于父母

□果冻

最近有研究机构发布了一份名为“大学生消费理财观”的调查报告。结果显示，在校大学生每月平均开销为1212元(不含学费、家庭与学校间往返交通费)。家庭是学生生活费的主要来源，94%的学生生活费由父母或亲戚提供，其次为打工兼职。

在北上广等一线城市念书，消费自然高些。即便是同一所学校，位于老城区的校区与新校区之间，物价可能差很远。不算学费交通费，每月1212元，虽然是个平均数，但给人的印象是，现在供养一个大学生并不容易。在这样的情况下，还有接近1/3的学生感觉消费偶尔或经常不够用，自己不挣钱就罢了，还嫌不够用，难免给社会留下好逸恶懒的不良观感。

先来说说这样的调查本身可能存在的问题。做调查，就要讲样本量跟取样方法。首先，这份调查是

网上问卷，有效回收问卷才1200多份，相对于全国上百万的大学生数量，样本实在太少。东部还是西部高校，211、985还是普通院校，学生消费行为差异很大，样本如何做到有代表性，调查未有说明。其次，网上调查有它的局限，忙着兼职的学生可能没空上网填调查问卷，最穷的学生也许接触手机和电脑都成问题。所以对于大学生月均消费1200元这个结论，看看就好。

调查结果总有差异，问题在于，这类调查和问卷设计大多出于对大学生消费的猎奇心态(男生喜欢电

子产品，女生更喜欢买化妆品)，或者把大学生作为潜在的有消费能力的群体，为商业机构提供细分市场信息和消费趋势预测。但是，大学生消费的本质是什么？一言以蔽之，这种消费对应的是他们的供养者——爹妈、家庭的负担。比较有意义的研究，研究对象不该是大学生，而应是他们的父母。包括不同生活费区间的学生，其父母职业是什么、文化程度如何、来自哪里、年收入是多少，个人生活费占家庭收入的比例是多少。从社会政策和教育公平的角度，唯有弄清这些状况，才能有

【网言个论】

针对性地制定扶助和贷款政策，支持有需要的学生及其父母、家庭。

大学生一方面已是成年人，另一方面又缺乏稳定的收入来源，在这一特殊的人生阶段，难免遭遇体面生活与收入欠奉之间的心理落差与纠结。但生活费够不够和不够的话如何解决，这是两码事；而花自己的钱，恐怕更是体面生活的一部分。就此而言，社会与其关注大学生是花得多还是花得少，不如关注一下如何为大学生提供公平的增加收入机会，从而为他们的父母、家庭减负。