

# 移动数字阅读发展趋势研究(二)

## ——从南都 Daily 与 Zaker 比较看移动数字阅读社会化

谢湖伟 徐 贝 龚曙光

(武汉大学新闻与传播学院, 武汉, 430072)

**[摘 要]** 移动互联网改写了人们接收和阅读信息的方式, 以用户为中心进行互动和多级传播的社交网络使个人资讯体系的构建成为可能。本文以南都 Daily 和 Zaker 作为研究对象, 试图比较这两个阅读 App (Application 第三方智能手机应用程序) 在传播过程中内容来源、分享行为和受众反馈等方面的异同, 得出一般性结论, 探讨构建社会化交互阅读生态系统的可能性。

**[关键词]** 移动阅读 Zaker 社会化 南都 Daily

**[中图分类号]** G237 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1009-5853 (2014) 01-0027-04

### Research on the Development Trend of Mobile Digital Reading (II)

Xie Huwei Xu Bei Gong Shuguang

(School of Journalism and Communication, Wuhan University, Wuhan, 430072)

**[Abstract]** The mobile internet has changed the ways which the people receiving and processing information. user-centered interaction and multistage transmission network has made it possible to construct personal information system. This paper made the Nandu Daily and Zaker as the research objects. The authors compared the similarities and differences between them in content sources, sharing behaviors and audience feedback in the process of transmission. At last, this paper drew a general conclusion and discussed the possibility of constructing social interactive reading ecosystem.

**[Key words]** Mobile reading Zaker Social Nandu Daily

#### 1 移动阅读 App 应用概述

传统的资讯获取和传播方式正受到移动互联网的冲击, 随着移动端 App (第三方应用程序) 的普及, 网络阅读领域也涌现一批提供资讯和书籍的 App 应用。这些终端应用的推出, 使阅读形式、内容和推广渠道多样化, 以社交网络为基础的用户数据流催生出更大的挖掘价值和利益, 各大互联网企业和投资者开始布局移动阅读。

根据 2013 年 7 月中国互联网络信息中心 CNNIC 发布的第 32 次互联网统计报告, 网民对随时随地获取信息仍有较大需求, 碎片化时间阅读新闻已成为网民的主要活动之一, 微博、社交网站、网络新闻和网络文学类的应用使用率蒸蒸日上<sup>[1]</sup>。结合社交媒体的阅读类 App 愈显含金量, 对移动社交的过度热炒一定程度也引导了阅读类产品个性化与社会化的方向。

国外早已有移动阅读社会化的试水, 其中广为人知的是 Flipboard 和 Zite, 也是 Zaker 应用所参照的原型——RSS 阅读模式。Really Simple Syndication (RSS) 是一种意为“简单信息聚合”的内容聚合技

术, 即在一个界面同时向用户推送多个网站最快更新的内容, 应用软件提供可供选择订阅的频道和板块, 无需打开来源网站即可从 RSS 聚合工具软件阅读资讯。自 2010 年底 Zaker 上线以来, 国内在 RSS 阅读应用市场掀起瓜分狂潮, 除 Zaker 外还有极阅、无觅、新浪视野、鲜果联播等应用, 借助新浪微博、QQ 空间等社交网络的推力发展中国的“社会化阅读”。“社会化”开始成为新兴阅读产品博取号召力和关注度的潮流名词。

新兴互联网企业在移动阅读 App 领域百舸争流, 转型中的传统媒体为应对数字化时代的冲击, 也开始在移动终端占位摆点, 凭借既有内容资源和已建立起的口碑和市场, 打着传统媒体牌子的新闻 App 纷纷在应用商店上线。南方报业传媒集团发力全媒体转型, 在移动互联网方面除做出官方微信和南都手机 App 等尝试外, 于 2011 年推出依托于 iPad 的“南都 Daily”客户端。本文试图从传统媒体的转型之作南都 Daily 和商业公司的阅读软件产品 Zaker 的比较中, 对移动阅读社会化趋势进行思考和展望。

**[作者简介]** 谢湖伟, 新闻学博士后, 武汉大学新闻与传播学院研究员; 徐贝, 武汉大学新闻与传播学院 2011 级本科生; 龚曙光, 武汉大学新闻与传播学院 2011 级本科生。

## 2 移动数字阅读的社会化传播

### 2.1 研究对象简介

南都 Daily 是《南方都市报》于 2011 年 6 月 8 日推出的 iPad 应用, 南方报业集团以全媒体作为转型的具体形式和载体, 延续已有的深度报道优势和长期建立的权威性, 将平面媒体信度、深度和高度与平板的界面设计、互动和便捷重组, 将生产线和传播出口拉到客户端, 使新闻影响力在网络媒体的竞争中得以延伸, 报业本身的根基得以深扎稳固。南都 Daily 号称以“日报式更新周期、杂志式阅读体验”为理念, 凭借南方报系的资源整合作为强大的内容支撑, 精选国内、国际每日要闻, 实现新闻资讯从纸质图文到平板立体视觉效果的跨越。根据 iTunes 后台下载报表数据, 截至 2013 年 2 月南都 Daily 的下载量已超过 362 万。

Zaker 于 2010 年 12 月 19 日正式登录苹果应用商店, 与出身传统媒体的南都 Daily 不同, Zaker 在首页提供微博、博客、报纸、杂志、网络新闻、图片、Google Reader 等众多内容板块, 用户可根据个人意愿订阅。Zaker 的产品时刻体现的是杂糅选萃的理念, 一方面希望“杂志化地表现商品”, 另一方面避免过度商业化, 页面追求美感和简洁。Zaker 3.0 版<sup>[2]</sup>升级用户系统, 新增“好友分享”模块, 提供粉丝和关注者在 Zaker 上的阅读行为, 并同多个社交平台绑定用以分享。Zaker 的 CEO 李森和称, “希望借社会化阅读的尝试, 给用户一种小圈子内的阅读体验……Zaker 希望实现的是一种介于微博和微信之间的微博分享氛围, 单向关注机制省去了验证过程, 而信息流分享让阅读更私密。”<sup>[3]</sup>事实上, Zaker 的用户数也相当可观, 截至 2012 年底, Zaker 已经积累了 1200 万激活用户, 其中日活跃用户达到 15%。

两相比较, Zaker 着力于圈子内的“社会化阅读”, 通过人际交流促成深层次的思想碰撞。南都 Daily 力图挽救在移动端被新媒体抢夺的市场份额, 实现传统媒体品牌的“自救”。但与 Zaker 相比, 南都 Daily 在社交属性和互动分享方面未下足工夫。以下将以 Zaker 与南都 Daily 进行对比, 按传播学者拉斯韦尔提出的“5W”模式为比较参照, 从两者的信息来源与内容、受众与分享、效果三个方面阐述。

### 2.2 内容社会化——聚合与原创

Zaker 作为一个基于 RSS 技术的新闻聚合器, 将多个知名杂志、网站的热门文章集合到一个阅读界面上, 聚合设计体现了“内容社会化”的理念。使

用户可以订阅各类信息, 包括体育新闻、旅游频道、读览精华、名车志和 ELLE 时尚等栏目, 用户选择感兴趣的类别便能获取相关主题的来自不同网站的资讯, 尽管无需进入网站, Zaker 仍提供了文章来源链接。南都 Daily 响应南方报业转型之需求, 整合内部资源, 以平板应用形式呈现南方系报道, 将首页设计为日历版面, 按日报方式制作每日一期, 每期 15M 到 60M 不等, 需下载后方可离线阅读, 报道内容统一沿袭了南方报系的风格和理念。与南都 Daily 整期加载相比, Zaker 的阅读更具选择性, 同时推送内容匹配用户的兴趣点和需求, 形成个性化的个人阅读体系。

Zaker 组建起的分类资讯库满足了用户的个性化定制需求, 用户可以从互联网上来源广泛、纷繁复杂的各路信息中方便快捷地得到自己想要的资讯。相比南都 Daily, Zaker 的用户更习惯接收娱乐休闲式的碎片化信息, 而南都 Daily 很大程度上聚集了南方报系的读者, 群体以高等学历、社会精英阶层及白领为主, 重视南方系的深度报道和高端品牌, 对财经及社会新闻关注度高。事实上, Zaker 和南都 Daily 对于用户黏性的保持都存在同样难点: 二者保持用户黏性的根本仍然是有价值的内容, 一旦内容缺乏吸引力, 用户将分流至其他内容提供商。

Zaker 不仅将信息简单聚集, 本身列出的订阅栏目中不乏深度产品, 此外标签下内容的选取和重组也有讲究。“聚合或甄选已是数字化时代无法改变的现实”。聚合资讯恰恰处在互联网版权之争的风口, 新兴媒体蚕食传统媒体的份额, 同时利用其在移动互联网的经验和口碑使内容来源显得微乎其微。Zaker 曾陷入“未经授权抓取微信自媒体文章”的争议中, 但用户需要的是内容, 只要自媒体版权尚未追究, 人们也大多忽略其来源和记者, 并渴望从 Zaker 这个平台获取更多有价值的信息, 是否原创并不是使用 Zaker 的用户迫切考虑的问题。南都 Daily 依托南方报业的原创采编团队, 能使专业生产的优质内容源源不断, 但却失去了内容来源的广泛性。

### 2.3 用户社会化——采纳后分享

本文采用统计法衡量 Zaker 和南都 Daily 的社会化程度, 包括南都 Daily 和 Zaker 转发量、评论量、分享量的对比来展现两者社会化程度的不同。具体实施包括前往新浪微博及腾讯微博以“Zaker”和“南都 Daily”为关键词搜索, 并设置搜索条件为“原创”, 可看见用户通过两个应用转发到新浪微博上

的内容, 依此进行社会化阅读程度的统计和分析。

表1 2013年从Zaker和南都Daily转发至  
新浪微博的热点新闻事件

| 2013年热点新闻事件    | 从Zaker转<br>发至新浪<br>微博数<br>(单位:次) | 从南都Daily<br>转发至新浪<br>微博数<br>(单位:次) |
|----------------|----------------------------------|------------------------------------|
| 食品安全问题         | 575                              | 20                                 |
| 百岁老人十万捐款入红会无踪影 | 31                               | 5                                  |
| 今夏神十飞天         | 13                               | 1                                  |
| 关于校园性侵害案       | 162                              | 3                                  |
| 波士顿爆炸案         | 299                              | 299                                |
| 复旦大学生投毒案       | 425                              | 13                                 |
| 雅安地震           | 758                              | 33                                 |
| H7N9流感         | 113                              | 24                                 |

韦斯特利-麦克莱恩模式<sup>[4]</sup>认为, 在传播过程中, 传播者和受传者都在进行选择。传播者选择不同的内容与渠道向受传者传播信息, 而受传者选择不同的媒介接受信息并且进行二次传播。换句话说, 用户在Zaker或南都Daily上阅读到感兴趣的内容, 作为受传者同时也会将接纳到的信息传播至其他受传者。这种传播过程受传播媒介、受众心理和传播内容等要素的影响, 同时受传者带有选择性的二次传播也进一步导致传播效果的复杂性。按照韦斯特利-麦克莱恩模式分析, 用户在采纳内容后会根据接受度产生分享行为, 从使用与满足理论来看, 分享行为基于一种期待获得共鸣和认同的情感满足。阅读是个体精神世界的畅游, 当阅读的共鸣强烈到一定程度时, 读者会不自觉地将阅读本身和所处的社会发生联系和互动, 这也是为什么会将分享和互动视为社会化的重要特征。

Zaker和南都Daily均设置了分享按钮, 以方便用户把内容分享到社交圈子。《纽约时报》(New York Times)和Latitude Research的研究报告《分享心理学》(The Psychology of Sharing)<sup>[5]</sup>认为, 社会化媒体的发展使分享变得越发简单, 用户分享的动因包括: (1) 同他人分享有价值 and 娱乐性内容的兴奋心情; (2) 通过分享使他人进一步如自己期待的那样认识自己; (3) 夯实粉丝关系; (4) 分享有价值的信息被他人看到, 从而获得心理满足 (这一点和通过“使用与满足理论”解读较类似); (5) 宣扬或支持一些理念和品牌。

Zaker在社会化阅读领域的发力体现于其3.0版本, 支持新浪微博的登录接口, 在其新增的“好友分享”模块中, 有以下四大子模块<sup>[6]</sup>。

表2 Zaker“好友分享”的四大子模块

| 模块名称 | 模块功能   |
|------|--|
| 分享   | 主信息流, 显示好友和自己的阅读行为 (比如分享、评论或者赞了某篇文章)                     |
| 朋友   | 显示关注和粉丝, 同微博一样是单向关注机制                                    |
| 我的   | 个人在Zaker的社会化阅读页面, 显示你的分享文章数和好友数, 以及自己所有的阅读行为信息 (评论、赞和分享) |
| 消息   | 提示好友对你文章或评论的回应, 以及其他一些互动行为                               |

Zaker 3.0 安卓版的分享功能介于微博的完全开放式和微信的双向关注的封闭式之间。有别于微博、微信大量重复的资讯信息, Zaker开发了自动过滤好友间重复分享文章及评论的功能, 确保相同的文章或图片在信息流内只出现一次。这些亮点功能的加入, 为用户提高阅读效率、降低干扰信息噪音、增强阅读及提升讨论热情都有极大的促进与提升。

南都Daily每期下载后可保存在本地反复阅读, 无点赞功能, 只有在分享、互动和多级传播的过程中才同社交媒体账号绑定, 且仅限新浪微博和腾讯微博两个平台, “重”阅读而“轻”分享, 转发的同时可以添加自己的评论, 社交好友可在相应的微博界面与其互动。以较为热门的校园性侵害案、神十飞天等事件为例, 从2013年3月到6月期间的新浪微博统计结果来看, 用户在南都Daily上的行为大多停留在只转发不评论, 在腾讯微博上更是出现仅一次转发的局面。个性化表达的评论数寥寥无几, 可以说南都Daily并不看重社交平台的阅读关联性, 提供的分享平台较为单薄, 且没有鼓励用户分享, 南都Daily界面精致和视觉元素可看出其从纸质版转型做出的努力, 但形成的是一个相对封闭、缺乏外界渠道流通的阅读体系。

从南都Daily当日资讯整体打包、自成单独一期的推送形式来看, 可看出南都Daily尚未融入移动互联网市场中碎片化、有选择性的、点对点传播的阅读理念, 轻视了与用户社交圈相结合的个性化阅读形态。相比之下, Zaker通过把人的社会化关系整合到阅读中, 将互动、分享、聚合和探索的渠道打通, 不仅为自身品牌的推广营造了人际交往圈中病毒式传播的氛围, 熟人推荐也提供了范围更广阔、具针对性和吸引力的阅读内容, 成为后一批用户发生采纳行为前的重要判断依据。

### 3 结 论

移动数字阅读业已形成两种类型: 一是注重社会化, 聚合内容源、与社交平台绑定、强调分享; 二

是注重媒体化,依托原有传统媒体品牌,自主提供专业内容、培养原创写手。

将国外 Flipboard 模式率先复制到中国的 Zaker,是第一种类型的代表。移动阅读的社会化以读者为中心,逐渐改变着大众接收和处理资讯的习惯和方式。随着社交网络普及到一般网民,移动数字阅读的社会化趋势逐渐明朗。但是,志趣相同的朋友在社区是否愿意交流阅读内容也因人而异,受众使用阅读软件的初衷是获得操作方便、资源集中的内容体验,分享只是在阅读完成后执行率尤显不足的可选操作。

南都 Daily 和 Zaker 所采用的都是最常用的传播渠道,如微博、人人网、微信朋友圈等互动层次较深的共享环境,而对阅读内容的采纳和选择则需考虑到读者对内容认同度和社交资深度等条件。分享系统是发生联系和互动的通路,对同一内容产生能够碰撞的思绪便是分享的目的,更好的结果是以较高的接受度和参与度完成传播,进而产生共鸣。

表3 Zaker与南都Daily分享机制比较

|               | Zaker                      | 南都Daily   |
|---------------|----------------------------|-----------|
| 分享按钮          | 新浪微博、腾讯微博、人人网、微信、印象笔记、QQ空间 | 新浪微博、腾讯微博 |
| 相关文章在新浪微博上互动率 | 19/200                     | 19/200    |
| 二次转发率         | 1/200                      | 0/200     |

从表3可以看到,两个应用所提供内容的二次转发率在新浪微博中很低。在“社会化阅读”方面,也有业内人士对 Zaker 提出质疑,认为多数用户使用移动数字阅读应用的初衷,是对阅读体验的追求。分

享、赞、评论和互动、关注与粉丝却使得阅读与社交纠缠在一起。关系网、用户兴趣、数据挖掘、分享和推荐机制,这些词已经过多地被用于阐释产品的社会化,然而这些产品的社会化设计理念是否达到开发者期许,达到内容和关系双重提高用户黏性的目的,还未可知。

虽然南都 Daily 在社会化阅读方面并不着力,但亦有观点认为,其专注于有价值内容的提供,相对纯粹。扎根传统媒体的南都 Daily 毕竟在社交网站领域涉足不深,分享效果和用户反馈情形相较 Zaker,用户参与度明显不够。但专注于原创内容提供,在苹果应用商店高达 362 万的下载量也能说明用户对南都报业集团一直以来媒体品牌的认可。

南都 Daily 是南方报业集团从传统媒体转型全媒体的战略布局,并非简单的《南方都市报》的电子版,而是重组、整合南方报业集团下新闻内容资源,实现全媒体生产、全介质传播、全方位运营的转型目的。Zaker 作为知名的中文阅读聚合器,集合了绝大多数主流的中文媒体资源,以读者为中心杂糅了社交、个性化、标签和聚合等元素。两者都不是简单地将其他媒介的资源照搬到移动应用上,而是根据自身的理念和特点对内容资源做重新调整和组合,而在内容来源、分享、用户管理和社会化效果方面有所差异。无论是传统媒体根基强大的南都 Daily,还是在移动数字阅读社会化方面驾轻就熟的 Zaker,虽然市场份额可观,但在移动数字阅读市场上依然尚待稳固根基,依然尚待根据各自对移动数字阅读的理解实现模式创新。

## 注 释

[1]第32次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL].[2013-05-10].<http://wenku.baidu.com/view/34ea1a1acc17552707220831.html>

[2]本文截稿前 Zaker 发布的 ios 最新版本为 3.1.1,安卓版为 3.2。

[3][6]Leon.Zaker发布3.0新版,以小圈子分享和话题模式探索社交阅读的可能性[OL].[2013-05-20].<http://mozilla.com.cn/post/50658/>

[4]参考:戴华峰.移动互联下社会化阅读研究的三个理论视角[J].中国记者,2012(11)。该模式提出时被归为一种大众传播模式,但在本文中也可解释社会化阅读分享行为。

[5]SocialBeta.分享心理学:6种分享用户类型[OL].[2013-05-10].<http://www.socialbeta.com/articles/the-psychology-of-sharing.html>

(收稿日期:2013-09-06)