



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

提高副刊版面的新闻性含量

时间: 2002-7-26 22:06:20 来源: 中国新闻研究中心 作者: 王坤 马录 阅读596次

增强副刊的新闻性, 是长春日报近一年改扩版过程中经常提到的一句话, 要求副刊甚至包括专刊的操作, 要引入新闻观念和新闻的运作方式。

在一年以前, 著名作家丛维熙写的《保卫文化副刊》, 引起了全国报纸副刊的关注。丛维熙认为, 现在的报纸节奏越来越快, 商业气息越来越浓, 新闻版面急剧扩张, 文化副刊日见萎缩, 这是文化的悲哀。我们很同意这种看法, 副刊的萎缩已是不争的事实。

传统的副刊是诗歌、散文、小说、文艺评论之类的媒介载体。但是, 它和文学杂志上的纯文学作品还是有较大的区别。首先要限制篇幅, 其次是内容不能信马由缰, 也要跟形势、跟大局。这种非纯文学性的媒介文学、文化属性, 其实就是它的新闻的属性。从我们的实践过程看, 目前全国性副刊萎缩的一大原因是副刊自身观念不能顺应时代潮流。为此, 我们提出了一个副刊的文学性和新闻性的比例问题。如果说从前传统的副刊是文学性大于新闻性, 强调文学性的话, 现在就应该是加强新闻性, 在副刊版面上提高新闻性的含量。这是我们实践中的心得。

那么, 具体怎么解释副刊新闻性的内涵呢? 如果说, 新闻是对最新的客观事实的报道, 那么对这些客观事实后面所反映的精神现象的人文关怀就是副刊新闻性的具体表现。它的体裁可能还是传统的、文学化的, 但是, 它的题材直指现代生活的最前沿。其实, 这样的尝试南方的报纸做得较早, 我们则是根据实际情况, 进行了自己的探索。

引进新闻观念

长春日报副刊的“学名”叫《太阳鸟》, 它是热情、向上的代表, 也是我们这座城市标志性建筑的名字。在最新一次的改版中, 我们把《太阳鸟》扩张到了每周四块版, 从周一到周四, 周五还有一块虽然另有名字, 但也是专副刊类的版面。在这些版面中, 我们都强调新闻含量。

《太阳鸟·主题》是我们的一个品牌, 这个版的形式是“围绕一个主题讲自己或身边人亲历的故事”。不能说我们没受中央电视台《东方时空》栏目《百姓故事》的影响, 但是我们的确又与他们不同。

去年夏天, 《太阳鸟·主题》推出过一个“水”的主题, 总标题叫《水·脉脉温情·日常关怀》, 当时的背景是正遇上长春历史上罕见的一次大旱, 整个长春市都缺水。我们不能像新闻版面一样, 说什么地方缺水、什么地方旱成什么样子, 我们的一组故事所想表达的是“水给我们带来快乐, 但是水不是随时随处都在, 所以水很珍贵, 节约用水要从平时一点一滴开始”, 它是特殊背景下的一种忠告, 一种日常的人文关怀。这一次, 我们没用编者按, 而是借

- 论新闻编辑的策划
- 新闻编排要注意的问题
- 新闻来稿的标题发布
- 现代报纸版面设计对版...
- 网络道德, 舆论宣传的...
- 服务是永恒的主题

鉴了电视的手法，请长春市节水办的一把手“出面”当“嘉宾策划”，说说长春市水资源的现状。这种“嘉宾策划”也是《太阳鸟·主题》版上经常使用的一种方式。这个版面推出来以后，反映非常好，很多读者都打电话来说他们和“水”的故事，有的讲小时候在农村用水的不方便，有的讲城市里停水时的不方便，还有读者介绍自己发明创造的节水小办法等等。

这样的话题如果按新闻的归纳方法来概括的话，它们大都属于静态选题。静态选题是非常适合像《太阳鸟·主题》这样的副刊版面来做的。因为它不直指突发的新闻事件，它可能是一种现象，一种系列新闻事件的大背景，一种精神需求，甚至说是讲一种观点或一个道理，有内涵上的跨度，有相对自由的伸缩空间，这种自由也可以是表达形式上的。于是，我们把以往以通讯、特写来表现的主题变成以副刊式的写故事的方式出现。我们说，这是新闻与副刊的杂交。

引进新闻策划的手段

在所有的新闻活动中，新闻事实本身是不可能预先“策划”的，但是在新闻竞争日益激烈的今天，它的表现方式是可以被“策划”的。新闻性强的副刊也是如此。

去年，为了迎接建党80周年，《太阳鸟·主题》在当年6月份做了《英特纳雄耐尔一定要实现》系列专版。这个选题时间跨度大，有80年之久；空间跨度更是不小，着眼于全国范围；优点是报道主题鲜明。为了做好这个系列，我们动用了很多新闻策划中的手段。

首先突出特色。《英特纳雄耐尔一定要实现：誓言》，集中了多篇各个时期有代表性的入党志愿书（申请书），从一个具体的方面展现建党80年的历程。

这是一个完全以文字表现的内容，不需要画面，不需要声音，甚至说画面与声音的介入反而会影响其中易于让人联想的抽象表现力。这样，我们避开了电视、广播的冲击，有了报纸的特色。

为了突出特色，我们不找一般的党员入党志愿（申请）书，因为一般的谁都能找到。要找有特色的，这样组稿的难度就很大，当然难度越大就越独特。从去年3月份有这个选题以来，我们在全国联系，想到了王尽美、杨靖宇、刘胡兰、雷锋、焦裕禄、孔繁森等等，线索接上了又断了，断了又接上，累得有些编辑记者甚至想打退堂鼓，但是我们没有放弃。后来，我们的一位副总编和副刊部主任借去北京开会之机，一头扎进了军事博物馆，在浩繁的档案资料堆里翻了一个上午，发现了以不同形式出现在历史上的三位共产党人——叶挺、雷锋、李向群的入党志愿（申请）书。再加上，早在3月份我们做《雷锋》专版时，从抚顺乔安山那里“挖”来的高玉宝的十分珍贵而独特的入党志愿（申请）书，以及在长春找到的蒋筑英的入党申请书等等，这个特立独行的“誓言”版就有点不太一般地成形了。《英特纳雄耐尔一定要实现》系列是由连续的四块版面组成的。说实话，以副刊的形式做好这样一个选题有难度。这个选题的特殊性还在于它的共时性太强，大家都在做；而且它所反映的主题不像普通的新闻选题那样，不同的媒体可能得出不同的结论与态度，它的统一性几乎是不可更改的。

在这种情况下，我们又动用了新闻策划中的“超越原则”。在一般情况下，策划出来的选题往往是要出奇出新，这一次我们采取了一条相反的路子。赶“奇”赶“新”的多了，“一般”反而成了少数，少数就是独特。《英特纳雄耐尔一定要实现·誓言》——一组从上个世纪20年代直到90年代各个时期优秀党员的入党志愿（申请）书、《英特纳雄耐尔一定要实现·航标》——各个时期的党员写自己的入党介绍人、《英特纳雄耐尔一定要实现·夙愿》——写自己入党前后的故事、《英特纳雄耐尔一定要实现·楷模》——一组我党领袖人物鲜为人知的令人赞佩的生活故事。这是一个平时普通得不能再普通的表述方式，但在迎接建党80周年的日子里推出，则显得有些“返璞归真”式的古朴与厚重。

《太阳鸟·聊斋》是一个纯杂文版面。杂文，我们同样要求紧跟时代步伐，关注最前沿的

都市人的精神生活。有些栏目，像《城市猎人》针对的具体事件，也都有新闻性，它曾对人大会议上有人提出“让妇女回家”一说做过讨论，当然大部分人是反对的；像《非常事件》，对刚刚在北京进行的“春运期间火车票涨不涨价”而举行听证会及时地给予关注。这个版已经成了《太阳鸟》系列里最受欢迎的版面。

《太阳鸟·读书》更是以新闻版的方式进行操作，采访量非常大，抢新闻线索、新消息已经成了一种习惯。当然，它不是纯粹的新闻版，它还有《趣味书摘》、《吹毛求疵》这样很副刊化的栏目。值得骄傲的是，由于这些版面的成功，长春日报整个副刊部的采编人员都增强了“新闻策划意识”，凡有文章可做的选题都会斟酌再三。（作者王坤是长春日报总编辑，马录是长春日报副刊部副主任）

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

提高副刊版面的新闻性含量 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.