



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

办好专副刊 扩大影响力

时间: 2002-7-27 9:43:17 来源: 中国新闻研究中心 作者: 孙官生 阅读560次

在新形势下, 党报要充分履行它的职能, 要巩固和发展它的权威性和龙头地位, 改革势在必行。党报的改革主要涉及两个方面: 正刊与副刊。报纸是新闻纸, 所谓“正刊”一般是指新闻版。党报的新闻以其权威性和真实可靠性见长, 但往往比较严肃, 且信息量不足、时效性较差。这就需要改革, 增强新闻性, 加大信息量, 提高时效性。这无疑是对的。但在对报纸“正刊”进行改革的过程中, 出现了一种偏向: 过分膨胀新闻版, 过分弱化副刊。一张省报8个版, 新闻版占6个至7个, 一张报纸12个或16个版, 新闻版占10个或12个以上, 副刊的比例只占10—15%左右, 碰上广告(这是经常现象)或其它原因冲版, 副刊的比例还会更低。

这种做法我认为是有失偏颇的。第一, 报纸的绝大部分版面都刊登新闻, 必然深度和厚重程度不够, 有“浮浅”之嫌。既然是新闻, 不会很长, 一般在三五百字, 不超过1000字, 把最新发生的事 实讲清楚就“完成任务”了, 再写就成“画蛇添足”。于是, 打开一张12个版的报纸, 几乎都是豆腐块那么大的新闻, 一看便知。有的新闻虽然刻意用大标题装饰, 但不可能改变和增加新闻内涵。因此, 给读者的印象便是“浮浅”二字, 一张报纸三五分钟浏览完便可以丢到一边, 除突出的重大新闻有点印象之外, 没有多少可以回味的东西, 更不值得将报纸收藏起来, 或作为资料参考引用。

第二, 绝大部分版面用于刊登新闻, 难占优势。在电视、网络迅速发展的今天, 报纸新闻的快捷程度已难与其匹敌, 尤其是国际国内的重大新闻, 电视、网络可以直播、直发, 报纸则必须第二天才能印刷发行, 不但时间慢了十几个小时, 其“可视”性及效果也远不及电视。因此, 在各种媒体竞争加剧的今天, 报纸要用加强新闻版面来同电视、网络一争高低, 显然是以短击长。报纸的长处在于深度报道、言论、理论及纪实作品和文化文艺等, 而这些不属于严格意义上的新闻的内容, 过分压缩这类版面, 报纸的“长处”就被弱化了。

第三, 绝大部分版面用于刊登新闻, 报纸的内容和形式变得单一, 随之而来的一个问题是难以满足不同的读者对象对报纸的需求。许多读者头天晚上已经从电视上了解到了国际国内新闻, 第二天出版的报纸讲的还是那些内容, 他就不想再看报纸; 一些想通过报纸了解更深层次的内容的读者, 因为报纸上登的都是新闻稿, 满足不了他的需要, 他也不看报纸了; 一些青少年、离退休干部、文艺爱好者喜爱的文艺、娱乐、服务性的东西在报纸上少了或找不到了, 这部分人也会对报纸失去兴趣; 一些企业家、科技工作者、教育工作者、历史社会学工作者等, 若不能从报纸上获得针对性强的甚至专门性的知识、资料、观点、经验, 他们也不可能对报纸感兴趣; 即使是党报的主体读者群——党政干部, 他们除了从新闻中获取中央、地方党委的精神、政策信息、各地的发展情况和经验外, 也还需要从报纸上获取新闻以外的各种理论修养、科学知识、生活之道、文化娱乐等, 如果得不到, 这批主体读者就会把兴趣转向生活类报纸和其它形式的媒体, 这批读者订阅党报的积极性就会大受影响。

- 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

第四，绝大部分版面用于刊登新闻，对导向的把握增加了难度。一个省乃至一个国家、全世界，24小时之内发生的有价值、值得省报刊登的新闻毕竟有限，加之获取新闻的手段是有限的，如果再用政治导向的要求把关，可用的新闻就更有限。有限的新闻要填满众多的版面，作为一个负责任的总编辑，常常有捉襟见肘之感，再加上报业市场竞争的需要，于是有的报纸就采取两条措施：一是用大标题、大照片来填版面，报纸的标题、照片占版面的1/3以上，标题字有的似拳头那么大，一些读者对此十分反感，认为花钱买一份报纸，标题那么吓人，但却没有什么内容，有种被戏弄的感觉；二是刊登一些不应当、不适宜刊登的所谓社会新闻，致使低级媚俗的东西充斥新闻版。显然，这样做是不可取的，是违反宣传纪律的，导向极易出问题。

第五，绝大部分版面用于刊登新闻，导致报纸缺乏名牌效应。每天发生的新闻就那么多，且是公开的，几乎无重大的独家新闻可言，报纸与报纸之间的区别（当然不是绝对的）仅仅是“包装”的不同，版面的位置、标题制作的不同。由于“包装”不同，是会带来市场效应的某些不同，但难以创出名牌版面、名牌专栏。以云南日报为例，凡是重大活动，要闻版上都开辟了专栏，但没有一个专栏成为名牌，而副刊类的《高原周末》、《花潮》、《书海》、《文史哲》、《雨林》、《今日视点》等，却成为知名品牌。因此，压缩副刊增加新闻版，把多数版用于做新闻，对树立党报名牌，提高党报的权威性是不利的。我们在论述用一张报纸的绝大多数版面刊登新闻有失偏颇的同时，实际上也论述了副刊在新形势下对于党报的必要性、重要性，可以这样说，办副刊是党报的应有之义。

必须指出的是，原来意义上的“副刊”同样不适应新形势发展的需要，也必须进行改革。在近几年新闻改革的浪潮中，“副刊”类版面也经历了大幅度、甚至可以说是脱胎换骨的改革。改革之后的党报“副刊”类版面，近几年来相继以全新的面目出现，得到了社会的认可和广大读者的欢迎。

它们的定位是：不属于新闻，但它是新闻的延伸和深化；不属于新闻，但它带有某种新闻的视角和“气质”；不属于新闻，但它与新闻版面互为补充、相得益彰，共同构成党报的统一体。

它们一般的发展趋势是：从专栏发展成一个整版的专版专刊，从一个版的专版专刊发展为2至4个版的周刊。还有少数周刊发展为有正式刊号的一张生活类报纸，如云南日报的《大众消费》周刊，后来发展为大众消费报；昆明日报的《都市周末》发展成为都市时报等。

它们在党报中的地位是十分重要的，专版专刊是党报的重要组成部分，是体现党报的喉舌作用、社会主义舆论阵地作用、联系群众的纽带作用的重要方面；是满足党报读者多方面的信息需求、审美需求、服务需求的重要内容；是增强党报的权威性，扩大其影响力需要做好的一项工作。我感到，在党报的新闻改革中，在坚持党性原则和正确舆论导向的前提下，必须强化主形式——新闻，重视多样性——专刊，加重新闻，搞活专刊，做到新闻版与专刊的统一，丰富多彩，图文并茂，一份党报就是当前、当天读者关注的问题和信息的小百科全书。就版面的比例来看，我以为3:2比较合适，即新闻版面占总版面的3/5，专刊占2/5。以云南日报为例，每天12个版（部分星期六、日除外），1至4版全是新闻版，5至8版大部分是新闻版，少部分是专版，9至12版全部是专刊专版，总体来看，一般情况下，新闻版有7版左右，专版专刊有5版左右。这样的比例和专版专刊的设置，从调查反馈的信息看，各方面的读者比较满意，认为云南日报导向正确，权威性增强，信息量加大，可读性、贴近性、服务性增强，宣传质量明显提高。近几年来，云南日报的发行量稳中有升，广告和利润有较大增长，步入良性的发展轨道，彻底改变了过去大报靠小报（生活类报纸）在经济上支撑的局面。

（作者是云南日报报业集团总编辑）

相关文章：副刊

- 新视角：报纸副刊的困境与出路 (2007-8-23)
- 论中国报纸副刊功能的嬗变 (2006-4-5)
- 报纸副刊——后谎言时代的文化 (2005-4-19)
- 副刊——报纸文化品位的反映 (2004-5-2)
- 报纸副刊应当举起新闻性文学的大旗 (2004-4-22)

[>>更多](#)

办好专副刊 扩大影响力 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.