



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

用现代视野来审视民国时期的《立报》

时间：2006-5-10 10:11:40 来源：中国新闻研究中心 作者：尔欣 阅读1094次

成舍我作为民国时期著名的报人，先后创办了《世界晚报》、《世界日报》、《世界画报》这“三个世界”和《民生报》、《立报》，以及重庆《世界日报》、香港《立报》等，他的足迹踏遍了中国大地的东南西北。其中，《立报》作为民国时期中国一份较有影响的办得很成功的著名的小型报纸，于1935年9月20日在上海创刊，这可以说是成舍我大众化报业理念的总结，它的一些新闻报道的手法和经营管理的手段具有现代报业的特征。在本文中，我们试图通过分析1935年9月20日到1937年11月25日的上海《立报》，并用一种现代的视野来审视其“报纸大众化”的倾向，以及其对我们现在的都市报和晚报的借鉴意义。

一、《立报》的基本情况介绍：

《立报》于1935年3月开始筹备，原定名为《力报》，6月改为《立报》。参加创办的人有：严谔声（新声通信社社长）、严服周（新声通信社南京分社主任）、肖同兹（国民党中央通信社社长）、钱沧硕（国民党中央通信社上海分社主任）、管际安（民报总编辑）、程沧波（国民党中央日报社社长）、张友鸾（前南京新民报总编辑）、胡朴安（民报社长）、吴中一（新声通信社副社长）、沈颂芳（新闻记者）、朱虚白（前南京朝报总编辑）、田丹佛（南京复旦通信社社长）及成舍我等人，共集资10万元，成舍我出资3万元，被推选为社长，严谔声任总经理，田丹佛任经理，张友鸾为总编辑。这样于1935年9月20日，《立报》创刊。通过这些创办人和创办的过程，我们可以看出：《立报》是一份“同仁报纸”，是“报人办报”的一份报纸。

二、《立报》在新闻报道上的大众化倾向：

《立报》作为民国时期一份著名的大众化报纸，成舍我力求办得更加出色，在新闻报道上采取各种方法来提高报纸的发行量，以获取最大的利润。那么，《立报》在新闻报道方面又是如何进行大众化运作的呢？它给我们当今的新闻报业又有怎样的启示呢？

注重新闻的时效性，对于突发事件和一些重大的新闻事件，采取连续性报道，将整个事件从发生到结束进行全方位的报道，给读者一个了解事件真相的机会。例如，关于“七君子案”的报道，这件新闻事件历时八个多月，从1936年11月23日到1937年8月结束，《立报》一直都在关注着这件事的进展，并进行了详细的连续新闻报道。“七君子事件”是1936年11月23日凌晨二点钟左右发生的，这一突发事件，由于当天的报纸开印在即，来不及进一步了解情况，就只是在《立报》头版右下方先发了个加黑边的消息，让读者了解其人被捕这个事件，这就是对新闻事件时效性的追求。《立报》不放过任何一个社会热点问题，对于重大的新闻事件，如

· 晚清的官报

· 抗战中的上海新闻界

· 《良友画报》的启示

· 中国现代新闻传统：文...

· 清朝末年云南的报纸

· 邓小平与《红星报》

· 《小说月报》终刊之谜

· 绍兴历史上的报纸与报人

· 新闻理论研究的回顾与...

· 风云际会——《大公报...

西安事变、张学良事件等给予充分的报道，同时也关注战地新闻，关于淞沪会战的战地报道也采用连续性的报道。讲求新鲜及时地报道信息，这种求快的要求是一份报纸在竞争中采取的方法之一，现在的一些报纸，特别是晚报，普遍的存在着“晚报早出”的现象。同时，深度报道和连续式报道也是报纸在面对互联网等新媒体的冲击而采取的应对方式和策略。

重视新闻报道内容的质量，注重独家新闻报道，拓展自己的消息来源。“新闻选择，力求正确，谣言谰语，概所摒绝。”（1）《立报》社有自己的电台，接受各个通讯社的稿件，但是，对于国内外新闻，它并不直接用其原稿，而是在广泛了解各通讯社发稿内容的基础上，摘取其主要内容，进行重新编写成简明扼要的消息，力求文字简洁、准确流畅、接近口语。对于当地重大新闻或社会新闻，《立报》则花大力气派自己的记者去采访，力求获得独家新闻。例如，关于“西安事变”这一重大的新闻事件，《立报》就是通过自己的电台在1936年12月12日上午获悉这一消息的。在1936年12月18日，《立报》发表了一条“本报南京专电”，报道了蒋鼎文已由西安飞抵洛阳的消息，这一独家新闻的发表，使得其他各报纷纷转载。追求独家新闻，是报纸在竞争中的一种新闻报道手法。现在的时代，社会资源和信息的共享，使得独家新闻越来越少，这样就要求报纸在进行新闻报道时要有自己独特的视角和风格。

在新闻事件的报道中运用多种新闻文体，有消息、评论、通讯、特写、特讯等不同的文体方式，展现新闻事件的内容，给读者提供一个全面的了解新闻事件的平台。如关于“七君子案”、“西安事变”、“张学良事件”、“淞沪会战”等重大新闻事件的报道。在“七君子案”的报道中，1937年4月5日，《立报》在一版上发表了一篇“本报特写”，引题是《沈钧儒等七人侦察期满》，主题是《被起诉‘危害民国’罪》。6月8日，《立报》还大量的篇幅发表了《沈钧儒等答辩状》全文，从二版转三版又转五版，让读者了解所谓“七人犯罪”的真相，同时在二版还发表了评论《怎么沟通政治和法律》，来加深新闻报道的分量。6月10日，《立报》在一般加框发表了一则小消息：“沈钧儒等被控案（引题），明日在苏开审（主题），沈等在狱生活近甚镇定（副题）”，同日在二版发表评论《应具辟谣的赏识》，来引导读者的理性思考。6月12日《立报》在头版刊登了一个整版的《爱国无罪旁听审记》的通讯报道，并在前面加上了本报特派员苏州通讯的讯头。《立报》在1937年9月13日起，开始几乎在头版头条的位置，刊登有曹聚仁采写的关于战地新闻的“本报战地特讯”，如《石湖荡大会战》等，同时也发表了大量的本报记者的特写，《战地历险记》、《伤兵医院里听英勇故事》、《战时服务中英勇敢的童子军》等，来展示上海的真实地战时生活。多种新闻报道文体的运用，活跃了报纸的空间，特别是评论的运用。评论是一份报纸的灵魂，是报纸的立场的体现，同时给广大的读者提供一种观点。现在的报纸同样也重视评论。

在编排方式上，运用多种编排技巧，活跃版面，吸引读者的注意力。《立报》不仅注重标题的运用，还善于采用加框、大字黑体、加黑边、大号字体、通栏题头和报头等不同的手法来展现新闻的重要性，同时注意图片、照片、漫画等的运用，还运用报眼位置来刊登“最后消息”，给读者提供最新的新闻报道。首先，在标题的制作上，《立报》注意规范化操作，一般的消息的标题都具有主题、引题、副题，有的甚至还具有横题等。6月19日，《立报》在一版位置刊登了这样一条消息：“沈钧儒等被诉案（横题），改苏高院刑二庭审理（引题），卷宗昨已移送（主题），承审法官人选已定，传最近期间即可开审（副题）”，这样的一个标题基本上就让读者了解了事件的基本概况。其次，善于运用加框、黑体、通栏等编排手法，如在“张学良事件”的报道中，1月5日，《立报》一版刊登了大字黑体的标题《国府委员会昨通过 明令特设张学良》。1月7日《立报》一版左上角刊登了一条加框的一百多字的小消息：“张学良仍寓孔宅，以读书为消遣”。在《立报》创刊两周年即1937年9月20日，《立报》出版了增刊，采用了通栏报头“立报二周年纪念特刊”。在10月10日《立报》采用美术字“国民对日经济绝交讨论专刊”的通栏题头。再次，注意图片、照片、漫画的运用，“图画，共分新闻照片、讽刺画、连环画、历史画四种，逐日刊登，……俾引起读者兴趣，而达到图画与文字并重之原则。”（2）如在“七君子案”的报道中，6月11日，《立报》在头版发表了消息，主题是《沈钧儒等案苏高院今开审》，副题是《律师及家属已先后赴苏》，同时还刊登了七人在狱中的合影的照片。在关于战地新闻的报道中，10月30日一版刊登了谢晋元的亲笔题词，二版

上刊登了“本报特写”：“闽北孤军奋战到底”（主题）“国旗凌空飘扬，群众遥瞻致敬”（副题），并且配有两幅插图，一是谢晋元头像，一是鲁少飞画的漫画《中外敬仰》。这样的编排手法的运用，不仅吸引了读者的注意力，也活跃了版面，达到了图文并茂的效果。在这个信息爆炸的时代，报纸更是全方位的运用编排技巧，并形成自己独特的编排手法和编排风格，以用来区别于其他的报纸。

重视副刊，重视读者。读者来信的刊登，不仅尊重了读者，还形成了编者与读者的互动性交流。《立报》有三个著名的副刊：《言林》、《花果山》、《小茶馆》，这三个副刊各有特点，面向不同的读者。《言林》是文艺副刊，《花果山》侧重于讲故事；《小茶馆》侧重于介绍有益知识，同时也是读者的园地，在这个副刊上又有以下几个各具特色的专栏：“血与汗”时介绍各行业工人生活情况的；“新知识”事迹介绍社会科学知识，又介绍自然科学知识；“街头科学”则介绍生活常识；“点心”主要是针对社会政治生活问题发表的杂感，后来还增加了来信专栏。这样，《小茶馆》就成了“‘上层社会’的人们心目中所称的‘下层民众’”自己的园地，“苦朋友们都可以进来坐坐”的小茶馆了。（3）例如，7月15日《小茶馆》发表了读者寄给了了先生（萨空了）的信，标题为《报告两起发生在越界筑路地带的事》，还有在1936年9月15日，发表了《一个女人求救》的来信等等，来关注读者，吸引读者的注意力，还刊登读者对改进报纸的意见等，尊重读者，进而形成一种互动的局面。副刊具有文学性，是读者茶余饭后的一种休闲娱乐和放松地享受方式。互动性的追求，是对读者的尊重，是以“读者为中心”的表现，有利于形成读者的忠诚度。

新闻策划意识强烈，出版专刊、增刊、晚报等，对于一些重大的新闻事件，采取连续性的报道策划，并在版面的头版、二版等刊发新闻报道和评论。如在“七君子案”中，《立报》为了使报道线索不断，经常刊发一些与“七人案”有关的消息，提醒读者关注这件事，同时从6月12日起，开始陆续刊登了沈钧儒等七人的题词手迹，还从6月16日开始，连续发表了“七人家属访问记”等新闻报道。《立报》在其创刊两周年之际，出版了增刊“立报二周年纪念特刊”。《立报》针对对日经济绝交的问题，于1937年10月10日，增加两个版，出版了“国民对日经济绝交讨论专刊”。1936年3月16日，《立报》出版晚报，以“篇幅比立报小，定价比较便宜，它的标准是注重‘当天的’‘重要的’，国内外随时发生的事件”为号召的。（4）现在的厚报时代，报纸都推出了自己的特色专刊和周刊等，以不同的方式来加强自己的品牌度。

总之，《立报》在新闻报道上的运作，是在追求一种大众化的办报思路：重视新闻的时效性，快速报道新闻事件；重视新闻消息来源的广泛性，多渠道获取新闻信息；采取连续性报道的手法，新闻编排手法的现代化，采用多种新闻表现形式，图文并茂；重视读者，开发报纸的最大潜能，编者互动，注重报纸的可读性和必读性；独特的副刊，满足读者的休闲娱乐等。

三、《立报》在经营管理上的大众化倾向：

报纸大众化倾向，不仅是在新闻报道中有着明显的体现，而且在经营管理上，《立报》也在追求一种大众化的立场，可以从以下的几个方面体现出来：

第一，报纸定位准确，面向市民阶层。特别是报纸的定价低廉。标称自己是“消息灵通，时代先驱，五分钱可知天下事，一元钱可看三个月”（5）。在《立报》的办报原则中，“除国家币制，及社会经济，有根本变动外，我们当永远保持‘一元钱看三个月’廉价报纸的最低价格，决不另加丝毫以增重读者的负担。”（6）《立报》曾以“只要少吸一支烟，你准看得起；略识几百字，你准看得懂”（7）为宣传的。每份定价铜元4枚，每月3角5分，3月1元，半年1元8角，全年3元4角。这种低廉的价格，在今天的报纸竞争中也是一个重要的手段，即价格战。

第二，报社实行社长负责制，下设编辑、经理两部。编辑部下分编辑、采访、电讯三组；经

理部下分发、财务、总务三组。总编辑前后有张友鸾、褚保衡、萨空了担任，经理前后由田丹佛、萨空了担任。

第三，在发行上，《立报》有着独特的营销策略：善于宣传自己，重视报纸的质量，严格控制广告的质量，有着独特的投递方式。首先是事先在各报上大肆宣传，如在《立报》创刊当天，在当时的大报《新闻报》刊登两大整版的套红广告，广告以大字标出：“以日销百万为目的，消息灵通，时代先驱，立报今日出版，五分钱可知天下事，一元钱可看三个月”。同时刊发了“立报发刊要旨”和“立报三大特色”的全文。这种做法在当今的新闻媒体的经营管理中也常常被应用，如在《南方周末》上经常刊登《南方人物周刊》的下一期的重要内容的预告的广告。其次，广告作为报社主要的收入，但是《立报》却走了另外一条独特的路子，在创刊时宣布，销数不超过10万份，不登广告，以售报收入，维持开支。到1936年3月17日，以完成日销10万份的计划为理由，宣告开放广告，但是只刊登有关文化、百货这类商品的和启事的广告，绝不刊登欺骗性的广告。广告的定价：特种报名两边，每方30元，甲种每方时（合64字）1元4角，乙种中缝每格（32字）5角。在《立报》赠登广告后，则写过《关于添广告》一文，告诉读者登广告是有限制的，不会妨害报纸的内容，广告决不超过六栏（10公分高）。（8）它还有着独特的投递方式：“每日准上午六时出版，本埠以汽车及脚踏车分送；外埠则将陆续设法由航空寄送；将来并拟仿欧美各大报办法，每个若干小时，改版一次，重要新闻随到随刊。”（9）

第四，具有很强的法律意识，维护自己的权益，站在读者的立场，为广大的读者说话。《立报》有自己的法律顾问和医药顾问，要有权威的人士在必要时候能够坚持《立报》的立场，为群众说话。于是，《立报》聘请了李文杰律师为《立报》的义务法律顾问，还聘请了几位医生为义务医药顾问，给广大的读者提供方便。

第五，重视技术，特别印刷技术的重视。《立报》“印刷迅速，自备高速度轮转机两部每小时可出版二十万份，各种字体，无不备齐，印刷精美。”（10）

第六，重视读者，有着市场意识的远见。充分考虑读者的情况，采用小型报，便于携带。“凡所刊载，均严格之精选。其与最大多数人民无切身关系，或不感兴趣者，虽一字亦不浪费，否则搜本求源，不厌求详。故篇幅虽仅一张，可读资料，实远在日出若干大张者以上。而因篇幅较简，携带方便，在电车公共汽车及短途阅读，又最为舒适。”（11）

第七，重视人才，设立学校培养新闻从业人员。虽然成舍我对待员工十分苛刻，但是他有自己的善于聚集各种人才的领导风范，如总编辑张友鸾，萨空了还有一些著名的记者，通过自己创办的新闻专科学校培养自己的报社需要的人才，上海《立报》从事务人员到采编人员以及排字房的工人，都以成舍我办的北平世界新闻专科学校的学生为班底，再加上几位办报能手为各副刊主编，可说是人才济济，如报社的印刷工人和基本的新闻采写人员都是来自自己创办的学校，而且和他们签有合同。这种新闻教育方式，是不同于现代欧美等国的报纸教育工程的，它叫做NIE教育（报纸参与教育，Newspaper In Education），是用来培育未来读者的一种教育方式。

总之，《立报》在经营管理上，依靠发行和广告来实现自己的利润，善于运用营销手段来为自己造势，形成自己的潜在的品牌优势；定位准确，以“读者为中心”，形成自己的特定的受众群是现代报业运作过程中的一个首要的因素；有浓厚法律意识，维护自己媒体的合法的权利；重视人才，重视技术的更新换代，特别是现在这个信息爆炸的时代，互联网技术和数字化技术的兴起，让我们更加的关注技术因素。

四、结语

总之，《立报》作为民国时期一份典型的民营企业报纸，也是一份私人的报纸，它在报纸办

报方针和编辑立场中都展示了它的大众化的倾向，在新闻报道和经营管理上也是力求大众化，它的很多做法是模仿当时的欧美大国的报业的经营，同时它的这些手法对于我们今天的报业来说是值得我们借鉴和深思的。

注释：

(1)、(2)、(9)、(10)、(11) 《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版 第151页

(3)、(8) 《新闻研究资料》(总第二十六辑) 第28页

(4) 《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版 第156页

(5) 《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版 第150页

(6) 《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版 第155页

(7) 《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版 第156页

参考资料：

《新闻研究资料》(总第二十五辑)

《新闻研究资料》(总第二十六辑)

《新闻研究资料》(总第二十七辑)

《新闻研究资料》(总第二十八辑)

《新闻研究资料》(总第二十九辑)

《世界日报兴衰史》 张友鸾等著 重庆出版社 1982年12月第一版

《中国新闻事业通史》(第二卷) 方汉奇主编 中国人民大学出版社

《论成舍我与中国报纸的大众化趋向》 文章出处《报海生涯——成舍我百年诞辰纪念文集》
作者/译者：周海波(作者是青岛大学中文系教授)

http://csw.shu.edu.tw/PUBLIC/view_01.php3?main=ReSearch_ch&id=360

《美国新闻史》(第九版) (美) 迈克尔·埃默里、埃德温·埃默里、南茨著，展江译 中国人民大学出版社

《走进美国大报》 辜晓进著，南方日报出版社 2002年10月第1版

相关文章: 民国

· 民国初期重庆独立意识在报纸上之萌芽 (2005-9-20)

[>>更多](#)

[-] 用现代视野来审视民国时期的《立报》 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.