



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 打造“思想的圆桌会议”——《南方都市报》时评版简析

时间：2003-10-25 15:23:41 来源：中国新闻研究中心 作者：谭梦玲 董天策 阅读2505次

时评，在经历了长时间的沉寂后，终于在2002年大举复兴。如果说《中国青年报》的《冰点时评》和《青年话题》吹响了时评复兴的号角的话，那么《南方都市报》则以其大手笔打造的时评版身体力行地为时评的复兴起到了推波助澜的作用。本文通过对《南方都市报》时评的分析，力图为时评的发展提供一些借鉴意义。

### 《南方都市报》时评版的创办

早在1998年11月初《冰点时评》问世，时评在《中国青年报》崭露头角时，就有人预言：中国媒体的竞争已经进入“观点时代”。且不论“观点时代”是否真的到来，但2002年时评的风生水起却是不争的事实。创办于1999年夏的《青年话题》已经成为报社言论的新品牌，持续居于“新闻版经常阅读率”前茅；2002年3月4日，《南方都市报》在全国都市报中率先开办时评版；及至下半年，《南方周末》在头版新辟《方舟时评》专栏，《羊城晚报》每周二开辟时评专版，搜狐网每天新设《在线时评》。一时之间，各类媒体齐头并进开发言论市场，时评俨然已经成为中国媒体竞争的一个新的领域。

伴随此次来势汹涌的“时评热”，是业界学界关于“时评”的规模空前的讨论。而这其中，《南方都市报》的时评版因为其本身的影响力和操作思路方面的创举而成为此次关于“时评”的讨论中一个当仁不让的主角。

2002年3月4日，就在《南方都市报》扩版为常规每日出报88版的当天，时评版面世，开始了《南方都市报》迈向“有厚度，更有深度”的主流媒体之旅。创办之初的时评版每天一版，一周发7版。到2003年4月2日，专辟来论版。至此，《南方都市报》的时评版由每天一个版增加到每天两个版：社评版和来论版。“社评版”的栏目包括：本报社评和观察家。有自己报纸署名的评论员文章，也有署名的特约评论员文章。“来论版”的栏目包括：马上评论、视点、观点交锋、南方论谭、第三只眼、议论风生、众说纷纭和时事漫画。该版所有言论皆为公众评论。

### 言论版面化，显要化

我国的报纸历来有重视“评论”的传统，可是直到20世纪90年代中期以前报纸评论都通常只是以专栏的形式存在，如《人民日报》的“人民论坛”、“今日谈”，《文汇报》的“虚实谈”，《中国青年报》的“求实篇”，《光明日报》的“大家谈”等。近年来，随着新闻采集和传输方式的现代化以及互联网的推广普及，“消息的提供”已经变得越来越快捷和简易，事件性的独家新闻也越来越少。同时，人们面临洪水般涌来的海量信息，亟需给以梳理、导航，

- 媒体时评的10大意见
- 中西当代新闻评论比较
- 新闻评论的话语空间
- 评论立意与用兵之道
- 评论的题目哪里来？
- 怎样才能写好评论？
- 新闻评论文体的思考
- 新闻评论学的新开拓
- 新闻评论的嬗变与坚守
- 新闻评论的历史性变迁

指出某些新闻事件的来龙去脉，前因后果，发展趋向，等等。而这些，正是报纸评论的用武之地。因此，有些报纸的评论已经开始打破“栏”的界限，出现了新闻言论版。而《南方都市报》在这方面的改革走得更远一些。它的言论版由“社评”及对页的“来论”组成。这种“社论版对页”（op-ed）的形式是目前美国大报用来安排社论、来信和评论的通用做法。《纽约时报》是这一风气的始作俑者。<sup>①</sup>此外，《南方都市报》还开风气之先地将时评版放在了紧接要闻版之后的A2、A3版，显示出对言论的重视。

言论的版面化和显要化，不仅是《南方都市报》通过提供独家的“观点”以展开差异化竞争的策略，更是该报转型为“强势媒体”、“主流媒体”的必要之举。《南方都市报》在创刊之初曾被视为“另类”，其关注市井生活，殊少评论，主打社会新闻，语言通俗易懂的风格，使之长期被视为是一份“小报”。然而，《南方都市报》从未放弃过成长为“主流报纸”的理想。正如主编程益中所言：“另类是手段，主流才是目的；另类其实是为了更主流。这是南方都市报的一种谋略。”“为什么必须主流？因为主流风险最小，市场接受程度最广；只有主流报纸，才能吸引主流读者，吸纳主流广告。”<sup>②</sup>对一份报纸而言，要想成为“主流”，具有权威性、公信度和震撼力，很大程度上有赖于它的言论。言论是报纸的旗帜和灵魂，尤其是对于主流媒体、强势媒体而言，没有或削弱这个旗帜和灵魂，都是不可想象的，这就是我们常说的“言论挂帅”。要想显示报纸水平，张扬报纸个性，锁住较广泛的读者群，报纸言论大有可为。

## 思想的圆桌会议

《南方都市报》2003年的新年祝辞是：“在新的一年里，我们将秉承‘积极稳健有见地’之精神，发表对新闻的解读和对时局的建言，一如既往地为您提供判断的方式和方法，探索认知的角度和维度，不追求一锤定音；尊重您思想的权利，保护您思想的成果，不谋求话语霸权。我们力求打造一个充满民主气氛的‘思想圆桌会议’，让每一个有价值的思想能够发出声音。”

1. “观点的自由市场”：为了让每一个有价值的思想有一个发言的平台，《南方都市报》是全国首家用两个版面做时评的报纸，而且该版所有栏目“全部开放”，来稿的“文章但求言之有理，不求面面俱到”。<sup>③</sup>这是媒体对民众民主意识和受众接近权（或表达权）的尊重，是报纸对人（读者）的真正影响。

受众的接近权（right of access）包含的范围很广，如参与媒介的娱乐节目或媒介发起的社会活动，在媒介上刊播新闻性、文艺性、学术性作品等。狭义的接近权则特指每个公民都有在媒介上发表意见、观点的自由。<sup>④</sup>众所周知，传媒作为信息传播的载体和意见表达的平台，是民主社会的组成部分，在公共领域中承担着不可替代的责任。早在1980年，联合国教科文组织国际交流问题研究委员会在报告中就指出，“负责管理交流工具的人应该鼓励他们的读者、听众和观众在信息传播中发挥更加积极的作用，办法是拨出更多的报纸篇幅和更多的广播时间，供公众或有组织的社会集团的个别成员发表意见和看法。”<sup>⑤</sup>

时代的变迁、传播技术的发展表明，越来越多的受众需要对我们周围这个急剧变动的世界发言，而建立这样一个发言和交流的平台，形成一个“观点的自由市场”，既是广大受众实现自己接近权的迫切渴望，更是电视、报纸等传统媒体在面对第四媒体大量争夺受众的压力下奋起反击的有力对策。

2. 宽容的言论生态：《南方都市报》时评设有“另类观点”和“观点交锋”两个栏目，以保证受众能尽可能地听到多元的声音，从而形成自己的判断。

有学者认为，鉴于“实情不自叫”理论（也就是实情不会自己叫自己的名字，所有的实情都是人类主体自命的），媒体应该满足受众的兼听权。所谓兼听权，指的是公众通过不同媒体，尤其是立场、观点不同的媒体，听取彼此各不相同的信息和观点的权利。兼听不同于多听，多听可能包含着重复，而兼听必然包含着差异乃至对立。<sup>⑥</sup>

被恩格斯称为英国启蒙主义先驱之一的政论家、诗人弥尔顿于1644年发表了《论出版自由》，弥尔顿在这篇名著中提出了“自主原则”，他说道：“让她（真理）与谬误交锋吧，谁看见在自由而公开的交战中，真理会败下阵来？”他又说：“上天给他理智就是叫他有选择的自由，因为理智就是选择。”<sup>⑦</sup>因此公众只有多方听取信息，才有可能获得实情。所谓多方，既包括多家媒体，同时还必须包括不同观点、不同立场的媒体。报纸登出“不同”，恰恰是展示真理是怎样通过争议排除错误的过程。

《南方都市报》对待“不同”的态度是宽容的。其宽容既表现在不将一些所谓“另类”的观点拒之于版面外，也表现在让一些具有冲突色彩的观点形成交锋。以2003年9月14日关于“广州自杀秀现象”的评论为例，形成观念对垒的是一篇本报署名评论员文章和一篇社外来论。社评的标题是“城市不应蒙蔽的人性之光”。文章批评有些媒体将一男子从高高的跨街铁桥上纵身跃下的轻生行为称为是“自杀秀”，认为没有什么比生命更宝贵，而对生命的尊敬是一座城市人文精神应有的底线。而来论的标题是“不能用城市设施进行自杀秀”，认为利用公共设施自杀的人并非真的要自杀，只是为了哗众博得同情。对于因为利用公共设施而造成交通堵塞，浪费警力和物力的要追究其或其家属相关责任。这种不同观点的交锋既有与当日言论的交锋，也有就以前发表的言论的不同观点。

### 言论的“生鲜专柜”

我们党报历来有“读者来信”版，可是长期以来，读者来信版的内容主要是人民群众提出自己工作和生活中的各种困难和疾苦，把党报当作一个类似政府信访部门的一个渠道，而不是发表自己对社会问题、国家大事的个人观点。后来代替“读者来信”的言论版的又是一种纯社会评论版（几乎完全是由擅长写评论文章、杂文的社会文人群体来支撑）。这种版面其实只是报纸杂文栏目的扩大而已，品种单一，而且代表的社会人群也比较单一。真正带有交流性质的言论版，比较典型的是《中国青年报》的《青年话题》，这个版追求“大嘴小嘴都说话”，可是它的主打言论却不是社论。该报的社论仍然放在一版，只有到年节和重要会议才可以见到，因此我国社论形式主义化的局面仍然没有得到根本的改变。<sup>⑧</sup>

而评论的力量来源于时效性。评论的作用不仅是解读新闻还是爆破新闻，正如张明春先生在主持《大连日报》“新闻网吧”（时事评论版）的时候，每期都有一句非常醒目的通栏文字：新闻在被议论和关注时，会产生更真实的力量。

《南方都市报》言论的时效性体现在，其一：借鉴国外成熟报纸每天都有一到两篇社论的做法，使我国的社论从节庆日或者重要会议的“专贡品”回归到“新闻评论”的初始功能。《南方都市报》将署名的本报评论员文章挂“社评”的栏题，与不署名的美国报纸言论版的社论相比较，署名评论员的文章虽然地位较后者为轻，但是，正是因为相应“降低”地位，才使得“高高在上”的社论通常所不涉及的更丰富的社会生活内容，得以进入“社评”的选题，<sup>⑨</sup>从而实现了报纸每日对日常新闻的表态。

其二：言论与新闻同步捆绑发送。《南方都市报》的新闻和评论的时间差基本控制在一两天之内，而且几乎每天都有一篇言论，其评论对象是同期本报的新闻，使新闻与评论互相深化，互相延伸，加重了报道的分量，而且真正做到了新闻和评论的同步。时评的目的不在于穿透历史的深远，而是通过对社会的实时监测，随时随地地促成社会现实的小步前进。

### 小结

时评，顾名思义，就是“因时而评”，“合时而著”的新闻评论。它既不是现代才产生的，也不是从中国新闻评论史一开始就有的。考之中国近代报业史，有过两次“时评热”。1896年8月9日上海创刊的《时务报》，促进了中国第一次“时评热”；到20世纪40年代，以《大公



报》“星期社评”为代表的第二次“时评热”。面对2002年“时评”的勃兴，有人将之称为第三次“时评热”。⑩如果说杂文是专制产生的珍珠，那么时评就是民主所催生的结晶。时评，是公民参政、公民表达的实用文体。中国社会主义民主政治建设的发展是时评兴起的土壤，是其进一步发展与繁荣的催化剂和促进剂；而反过来，时评的兴起和繁荣又助推了中国社会的进一步开放和民主。

尽管现阶段的时评还有种种毛病，而《南方都市报》的时评也远非尽善尽美，譬如说，片面追求时效性所带来的“肤浅”，又或者一味讲究“理性，建设性”而忽视了“批判性”。但是《南方都市报》时评版的操作思路和公民议政”的思想无疑是值得研究和借鉴的。

注释：

- ① 辜晓进：《走进美国大报》第223页，南方日报出版社2002年版
- ② 詹正凯：《程益中：另类报纸其实是为了更主流》，中国新闻研究中心(www.cddc.net) (2002.9.11)
- ③ 《南方都市报》2002年3月4日第2版
- ④ 张国良主编：《传播学原理》第171页，复旦大学出版社1995年版
- ⑤ 胡正荣：《传播学总论》第289页，北京广播学院出版社1997年版
- ⑥ 焦国标：《论兼听权》，《国际新闻界》2002年第5期
- ⑦ 李世安：《美国人权政策的历史考察》第51页，河北人民出版社2001年版
- ⑧⑨ 马少华：《冲突与宽容的言论生态》，《国际新闻界》2002年第3期
- ⑩ 朱健国：《“时评热”与“民主泡沫”》，www.bbs.cyol.com (2003.2.17)

(暨南大学新闻与传播学院研究生 谭梦玲、暨南大学新闻与传播学院教授 董天策)

文章管理: wujiang (共计 687 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：董天策

- 新闻策划对报业运作的重要意义 (2004-12-22)
- 网络媒体新闻价值判断的四大标准 (2004-11-1)
- 新闻报道策划的本质及其作用 (2002-4-5)
- 在竞争与合作中发展网络新闻事业 (2004-4-5)
- 媒体如何应对商业炒作——从“人造美女”现象谈起 (2004-4-2)

>>更多

相关文章：南方都市报

- 《南都》副总编遭撤职 (2005-12-27)
- 最富有想象力的判决书 (2005-12-19)
- 南方都市报设新闻奖学金 (2004-12-13)
- 南方都市报如何揭开传销内幕 (2004-10-28)
- 南方都市报案二审宣判 原总经理喻华峰改判8年 (2004-6-15)

>>更多

打造“思想的圆桌会议”——《南方都市报》时评版简析 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.