



老报纸、新面貌——对传统主流报纸改革的观察与思考

时间：2002-9-11 18:06:12 来源：中国新闻研究中心 作者：蔡雯 阅读1499次

我国报业在走过二十多年改革历程之后，正处在一个加大盘整力度和提升报纸质量的关键时期。报界内部，新兴的大众化报纸与专业报纸对传统主流报纸造成强大压力，市场分割更加细化。报界之外，电子媒介、网络媒介对纸质媒介的冲击一直有增无减，历史悠久的老报纸对此感受愈深。放眼全球，加入WTO之后，广告、发行市场的全面开放必将改变报业的经营环境，新闻传播面临的全球化竞争对我国报纸更是一场严峻的考验。

正是基于对困难的预期和对挑战的应对，从上个世纪末至今，我国传统主流报纸纷纷改版、锐意创新。考察世纪更替报纸更新的这段历史，从中寻求办报规律和办报艺术之真谛，对丰富和发展社会主义新闻传播学无疑具有意义。

报纸定位的调整：与时俱进

关于“主流报纸”的标准，报界与学界一直有所争议。本文讨论的传统主流报纸指的是办报历史相对较长（可以追溯到改革开放初期甚至更早）、拥有相对稳定的并能代表主流意识形态的读者群，而且报道内容与国家大局、人民利益相关，在社会上具有较大影响和较高知名度的报纸。这些报纸多为综合性日报和著名晚报，而且主要是全国性报纸和省级报纸。

20世纪80年代初期，在数量和品种都很有限的报纸一族中，传统主流报纸的地位极其显赫，它们不仅代表中央和省市机关引领舆论，而且在电视羽翼未丰之际独享“卖方市场”的优越。最初的竞争主要在报界内部，有“晚报促日报，小报促大报”之说。80年代后期，特别是90年代，电视走红，都市报、生活服务报等新型报纸兴起，以及网络媒介诞生，逐渐改变了报纸的生存环境，感受压力最大的正是这些传统主流报纸，相对于报界的后起之秀们，它们背负着历史的包袱，在体制、资金、政策、观念、乃至运作方式都难以对等的情况下投入白热化的竞争中，这轮改革注定是一场难度极大的攻坚战。

新旧世纪交替之际，所有传统主流报纸都实施了大规模的改版。2001年，人民日报打破版面由部门分割的状况，按照党中央机关报性质、任务、要求和读者的阅读习惯进行了版面调整，形成重要新闻、深度报道和专版、周刊三大板块。这种调整显然基于对报纸定位的重新认识，其读者目标指向了全国各地的干部和关心国内外大事的、有相当文化水平的群众。1至4版为新闻版，实行采编分开，形成新闻优势。5至8版为深度报道版，涉及政治、经济、文化、科技体育、国际各方面，实行编采合一，形成深度报道热点引导的优势。9至12版为各种专版和周刊，形成知识性、服务性、贴近性的优势。改版后，人民日报全年可增加144个新闻版，面貌焕然一新。

- 时政新闻周刊的运作空间
- 期刊数字化: 战略与节点
 - 《诗刊》和一个时代
 - 报纸何以不死?
 - 中国晚报发展综述
 - 我国期刊业十年变革
 - 解读西安传媒的符号
 - 报业尴尬 应对有方
- 经营产业集群应对报业...
 - 实现西部报业新跨越
 - 中国报业的节点
 - 报纸的艰难时刻?
 - 报业王国的脚印
- 为何重庆经济报突然死亡
- 外忧内困的体育专业报
- 第一财经的跨媒体之惑
- 全球报业寻“免费”出路
- 老年类媒体生机何在?
- 华商报业明天在哪里?
- 台湾报业: 三大报纸鼎立
- 《南方体育》传媒江湖史
- 市民生活报“10年”拐点

对比人民日报历史上著名的1956年的改版，这次改版表现出在新形势下进一步贴近读者、服务社会，我们可以从中看到作为全国第一大报的人民日报与时俱进的努力。更耐人寻味的是，与1956年不同，中央宣传部未曾将人民日报这次改版的报告批转给各地党委，要求机关报们仿效。可见，在市场经济时期，所有报纸的改版都已经成为自主决策和创新的行为。世纪之交省级机关报不约而同纷纷改版，构成主流报纸改革浪潮中最为壮观的一景。1999年3月22日，新华日报继1995年改版之后，又实施新一轮改版。他们认为，以往的改版是在原有的党报模式中调整内容结构，而这次改版则要重新确定自己的定位。他们把核心读者群定为各级党政干部、知识分子、企业管理层等社会中上层人群，把具有中等以上文化程度的广大读者作为自己的紧密型读者群。基于这种定位，新华日报以三大版组的结构服务于自己的读者，A版组集中报道中央、省、市、县中心工作、国内要闻和省级机关工作、全省宏观新闻等，强调指导性。B版组集中报道读者爱看的国内外和省内新闻，强调新闻性。C版组集中报道省会南京的新闻，增加报纸的都市色彩。由报纸定位的调整而带动的内容的调整，对于拓展主流报纸的读者群，加强报纸的吸引力具有深远的意义。

纵观近几年传统主流报纸的改版，对自身定位的重新审视和调整已是非常普遍的现象。由此，在多数省委机关报上，我们都会看到以版组划分内容的新格局，如北京日报以要闻版、综合新闻、九州快递、国际新闻构成第一大张、以北京新闻、经济新闻、社会新闻构成第二大张、以今日关注、文化新闻、体育新闻等构成第三大张、以系列周刊构成第四大张，每一大张的首页都标有醒目的版头，让读者对报纸的格局一目了然。解放日报设置了四大版组，以要闻、国内新闻和国际新闻组成第一版组，热点追踪、科教文卫新闻、社会新闻和体育新闻组成第二版组，以经济新闻、投资金融和股市行情组成第三版组，以专刊副刊组成第四版组。每个版组以强势版面打头，设置分报头，方便读者选择。南方日报也以16块版均分四个版组的格局出现，打头的四块版分别是要闻版、经济新闻版、国际新闻版和广州新闻版。

报纸版组化的架构是报纸多版化的产物，它使报纸成为一种真正意义上的“信息超市”，方便读者各取所需。对传统主流报纸来说，它还使报纸的功能变得多元化，更适应时代发展的需要。报纸的版组架构本身反映出办报者对报纸定位的策略，正如北京晚报总编辑所言，“报纸的结构建设要抓住读者内在的、本质的、稳定的阅读需求。”“设计报纸的新闻结构同时还要适应自身的成长性，找到报纸与广告市场对接的生长区，找准与地区经济和地区消费水平一致的生长板块。”（肖培，2001，《中国记者》）该报经过上世纪末期的改版，成功地以报纸结构的调整实现了对读者结构的改变，1998年至2000年，北京晚报的读者平均年龄下降了3岁，这种改变有力地带动了广告效益的上升。目前，还有更多的传统主流报纸在进行着北京晚报这样的努力。

信息结构的优化：读者为本

传统主流报纸信息结构的优化是这轮改版中引人注意的变化。可以说，上世纪80年代乃至90年代，主流报纸在版面容量有限的情况下信息同构的现象非常明显，地方报纸与中央报纸的信息不乏雷同，地方报纸之间，全国性报纸之间，信息结构也相类似，这种状况与读者市场细分化的趋势相悖，不利于竞争。而且，传统主流报纸不少已经建立报业集团，信息同构的问题不解决，还会妨碍报团内部各媒介的差异化定位，不利于资源重整、形成合力。

经济日报2000年元旦再次改版时，推出了崭新的第二版“宏观资讯”，加大该报作为全国第一经济大报的信息特色。长期以来“二版现象”一直令报人们头痛，不少报纸的第二版作为第一版的承接或其他版的补充，定位不清，内容芜杂，不受欢迎。经济日报在改版时决定在新闻板块中换一种新闻分类思路，将第二版的内容定位为传递中央各部委的政策动态及相关消息、报道宏观经济现象、行业走势，对具有全局意义的经济热点、疑点、难点进行深度分析，为广大读者提供形势判断和经营决策的参考。经过一段时间的运行，“宏观资讯”版得到了读者和业内人士的好评。

信息结构的优化对于报纸功能的发挥和特色的彰显具有极其重要的作用，因为报纸之间的差异首先是信息结构的差异，这种差异以报纸定位为支点，以最有效地满足读者信息需求为目的。在2001年，我们看到更多的报纸加大了信息结构调整的力度，如素以知识分子为核心读者群的光明日报、文汇报，都强化了教科文卫方面的信息传播，不仅增加了相关的新闻版和专刊，而且在要闻版上也以这类新闻唱主角。这种变化使得这两家报纸重新回归文化大报的本色，在众多的综合性日报中逐渐显示出个性和优势，更适应报纸的读者需要。

在各地主流报纸的改版中，信息结构的优化一方面表现为新闻相对于专副刊比例的加大，另一方面还表现在，本地区新闻信息在全部新闻信息中所占的比重进一步上升。如羊城晚报2001年8月1日改版时，要闻版从3个增加到6个，另外新增一个“特别报道”版；国际新闻版由2个增加到3个，新出国际专题版；加上广东新闻、珠三角新闻、焦点新闻、港澳台新闻、国内新闻、体育新闻、财经、股市新闻等，新闻版总计达到了20版，形成了新闻系列，并且全部在当天现拼。新闻版中，本地新闻、当天新闻和深度新闻是拳头产品，格外受到重视。改版后的羊城晚报信息量超过以前，竞争力得以加强。

信息结构的优化，说明我国传统主流报纸正在树立以读者为本的新闻传播理念，这种改进有益于促进我国报业结构的进一步调整、有助于提高国内纸质媒介参与新闻竞争的能力。当然，这种优化要以对信息需求的准确把握为前提，既使同类型的报纸也会因办报环境和读者对象的差异，面对不同的信息需求。因此，要注意避免和防止报纸间的盲目仿效和主观武断。

传播技巧的运用：追求实效

在市场经济环境中，新闻媒介这一种特殊文化产品的核心竞争力主要通过新闻信息传播效果最终获得检验，因为传播效果决定了目标受众能否真正转化为有效发行量以及由有效发行带动的广告效益。因此，对传播技巧的改进，在报纸改革中广受重视，“新闻报道策划”在近几年成为热门话题便是证明。

相对于新型媒介，传统主流报纸在新闻传播方面有更多的经验，但也受到更多的束缚，这种束缚有来自于外界的，也有来自于自身的，比如体制陈旧、观念保守、谨小慎微等。而且，新闻报道水平还与报社的新闻人才结构、编辑部组织结构、采编流程管理等因素直接相关。20世纪末期兴起的新型报纸不仅在体制、经营方面突破传统，在新闻传播活动中也有所创新，客观上激发了传统报纸反省和变革。世纪之交传统主流报纸改版，对报道业务的改进伴随报纸定位调整和信息结构优化一同运行，而且这一改革的目标最终落实在让读者乐于接受甚至与读者相互交流的实际效果上。

新闻不断，从香港澳门回归到北京申奥取得成功，从建国五十周年大庆到中国正式加入世界贸易组织，从亚洲发生金融危机到美国间谍机在南海撞击我空军飞机……这些重大新闻发生之际，主流报纸都以迅速准确的报道和旗帜鲜明的言论，对社会舆论加以引导。在新闻报道中对客观事实的全面提供、对报道深度、广度和权威性的追求、对相关信息的链接配置等，已成为主流报纸的共识。

更值得一提的是，主流报纸在承担宣传任务的新闻报道中，开始重视平民化的视角和互动式的运作，对改变长期以来新闻宣传居高临下、生硬灌输的状况具有显著效果。如2000年初宣传“西部大开发”，为了让报道不流于平面化、程式化，经济日报根据东部人士竞相“走西口”的情况，派出两位记者陪同温州的一位政府官员、一位镇长和一位企业家途经五省区，发表了16篇鲜活有趣，而又发人深思的连续性报道。报道开始之后，还及时开设了新闻热线，接受来自读者的反馈，并将读者的意见及时刊登在报纸上，在社会上引起很大反响，这组报道后来还被西部一些地区汇编成册下发，广为流传。南方日报也发起了“10+1：相约在西部”的新闻联合行动，和西部十家党报合作，通过两地记者的不同视角，在广东与西部的互动和观照中宣传西部开发，同样取得很好的社会效果。此外，在宣传本地改革经验方面，浙江日报进行了新的

尝试，他们推出“钱江浪花”栏目，以图文并茂的形式、多样化的体裁和贴近生活的角度，受到读者喜爱，成为名牌专栏。

传统主流报纸还以机制创新、组织结构调整和采编管理的改善来保障和推进报道业务改革。北京日报从2000年春天开始实行“新闻监测”制度，由要闻中心编辑每天轮流值班，收看各主要媒体的报道，找出自己的缺漏和差异，并从中发现可以继续深挖的新闻线索。2001年大众日报进行改版时，对原来的编辑部组织结构进行了调整，部门由13个压缩为9个，减少了交叉和重叠，形成指挥便捷、运转高效的采编机制。羊城晚报在改版时首先进行了人事制度改革，部门主任竞聘上岗，并推出每天两次编前会制度，颁布了《社委值班守则》、《记者管理条例》、《版面操作守则》、《采编工作流程》等新的管理制度……这些举措使老报纸焕发出新的生命力。

报纸形象的改进：大胆创新

在读者眼里，报纸变化最直观的表现是版面。如果将现在的主流报纸与十年前的同一报纸放在一起，会发现差异极大。

首先，图片在版面上的地位不断提高。新闻照片数量增多、篇幅加大，成组的照片大量采用，照片的质量也不断提高。在近年重大新闻报道活动中，各主流报纸无一例外地以新闻照片唱主角，令读者印象深刻。如北京申奥取得成功、中国足球队获得世界杯参赛资格这类重大新闻事件发生时，人民日报、北京日报、羊城晚报等一批主流报纸推出的“号外”，都以巨幅照片、醒目的标题给读者带来惊喜。中国青年报凭借一批优秀新闻摄影记者的实力，在版面上不断推出精彩的图片报道。人民日报在进入新世纪后开设了图片专栏《图文广角》，受到读者好评。另外，图示与新闻漫画在版面上也大量出现。图示包括统计图表和各类示意图，具有图解内容和活跃版面双重功能，它对主流报纸那些专业性强的“硬新闻”贴近读者、增强可读性具有重要作用。

其次，主流报纸在多版化的进程中，越来越重视版面的“导读”功能，对“导读”的强调甚至超过对版面“美化”的强调，这是由传者本位向读者本位转变的结果。“导读”从广义上说是通过版面元素的组合引导和方便读者快速阅读，从狭义上说指报纸的第一版开设“导读窗口”，为读者了解厚报的内容提供指南。这两方面的努力都在主流报纸上表现明显，如以往习惯于穿插式排列的文汇报，在改版后不仅报头改为通栏，版式也变成模块结构，报纸风格趋于简洁明快、现代感强，方便读者阅读。曾以超比例矩形的板块组合结构形成清峻大气风格的经济日报，在头版开设了导读窗口，近期又进一步对版面编排加以改进，标题的字体种类相对减少，主题与辅题的字号差距加大，从而突出主标题，并加大留白，使版面显得疏朗、美观。还有南方日报、解放日报、天津日报、新华日报、湖北日报等一批省委机关报，近几年版面设计都日趋精美，既有强烈的时代感，又不乏大报风范。

第三，主流报纸普及了彩色印刷，进一步促进版面形象的改观。在彩报时代，色彩成为版面上最具有视觉冲击力的因素，这一因素用在大幅新闻照片、报头、版头、栏题上，使整个报纸一扫黑白灰时代的沉闷和单调，变得光彩夺目、美不胜收。当然，色彩的运用对于不少传统报纸的版面编辑来说也是一个正在研究探索中的新课题，如何用色彩奠定版面的基调，营造主流报纸的高雅风格，进而塑造报纸的个性魅力，还有待继续努力。

最后应该指出，传统主流报纸虽然通过积极的改革取得了显著的进步，但在新的世纪中还将面临更严峻的考验。一方面，国家行政机构的改革和产业结构的调整，将会促使这类报纸的读者群体进一步发生变化；另一方面，报社管理体制和机制改革的相对滞后也对办报业务形成了制约，使报纸潜力的充分发掘有待时日。目前虽有一些报纸已呈上升趋势，但总体上对发行与广告的竞争不力还需要重视。传统主流报纸要在未来继续保持其主流报纸的地位，必须进一步加大改革步伐。

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: 蔡雯

- 新闻传播的变化融合了什么? (2005-10-28)
- 对美国新闻教育改革调查及思考 (2005-8-16)
- 蔡雯: 在美国看新闻传播 (2005-2-22)
- 我国新闻教育与新闻人才培养 (2005-1-6)
- 简评王咏赋的《报纸版面学》 (2004-12-1)

[>>更多](#)

└─ 老报纸、新面貌——对传统主流报纸改革的观察与思考 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.