



## 报纸改版热的背景、特点和走向

时间：2002-10-21 12:49:41 来源：新闻记者 作者：李杭生 阅读2244次

继周末版热、扩版热、都市报热和新闻策划热之后，进入新世纪以来我国传媒又出现了改版热。改版热本质上是调整媒体结构，适应激烈竞争的产物。如果说周末版热、扩版热和都市报热是媒体为了扩大品种，抢占市场份额的话，那么，新世纪的改版热则可以说是媒体开始步入由追求规模数量到注重质量效益转变的过渡期。

本轮改版热是在新闻出版广播影视业“以发展为主题、以结构调整为主线”进行深化改革、深入创新背景下产生的；是由众多业已成立的报业、广电和出版等试点集团为适应激烈竞争，在优化内部结构的过程中促成的；也是与经济发展、读者对新闻信息的需求不断增长、迎接网络媒体的竞争和加入WTO后的挑战相适应的。对此，有人认为“不断改版求变，这是创新频率加快的重要标志”。有人却不以为然，认为近来众多媒体所热衷的“改版情结”已经成为老套路，应该“给改版热泼点冷水”。

正确认识改版热，就应该把它放到“实现从以规模数量增长为主向以优质高效为主的阶段性转移和努力推进传统报业向现代报业转变”的大背景下，按照新闻规律，实事求是地进行分析。

在1997年至2000年的4年间，新闻出版总署按照中央的部署，用3年时间对报刊的散滥问题进行了治理整顿，又用1年时间对报刊结构进行了调整。截至2000年6月，共压缩报纸324种，压缩期刊496种。精简了一大批公款办、公款订的报刊，取消了内部报刊系列，基本完成了内部资料的转化工作，有效地遏止了报刊散滥的势头，对于改善报刊市场环境、规范报刊市场秩序产生了积极的作用。

其间，从1999年11月起，新闻出版系统开始推行“政报分离”，政府职能部门不再直接办报办刊，退出具体出版经营领域。这不单纯是一次数量上的压缩，更意味着出版结构的调整，是我国报刊管理的一次重大改革。

通过近4年的治散治滥、调整结构，初步实现了报刊出版从面向行业到面向市场的转变，从追求规模数量到注重质量效益的转变，为进一步对报刊出版工作加强管理，优化结构，提高质量打下了良好的基础，创造了有利条件。

传统上受高度集中的计划经济体制影响较深的中国媒体，经过了“减数量，调结构，创品牌”三个阶段的努力，已经大踏步地走向市场。相继成立的众多报业集团接纳和创办子报，并与原有报刊相互整合，在报社内部产品结构上，形成了主报、子报、网络版三个媒体层次，许多报

- 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

业集团所办的子报已经成为集团新的经济增长点。

从结构上看，报纸由单一的机关报结构变为多元报业结构，报刊根据不同的读者对象在信息传播上出现了专业化的趋势；从报道面看，新闻媒体为了争取更多的受众，加强了服务功能，除政治、经济新闻外，大量报道了异彩纷呈的文化生活、科技成就、社会新闻、重大灾害新闻、自然趣闻等，股市行情、购物指南、市场信息、产品产销信息、商品价格信息、生活指导、保健医药卫生知识介绍、旅游知识介绍、求职、招聘信息等也都上了版面。

从市场上看，各种新闻媒体之间的竞争日趋激烈。报业与电视台、电台和网站之间，不同报纸之间互相争取受众和广告，使各新闻单位既面临发展的机遇，又面临严峻的挑战。

在这样的背景下，报纸要重新调整新闻市场定位、整合内部产品结构、改革经营管理机制和优化新闻信息配置，必然会首选改版，并辅以相关改革措施，报纸改版热正是在这样的情况下应运而生的。

## 二

近两年来，我国传统主流报纸与时俱进，几乎都实施了大规模的改版。考察它们的改版措施，其版面调整的分类学意义十分丰富。例如，《人民日报》2001年的版面调整，形成了重要新闻、深度报道和专版周刊三大板块，打破了版面由部门分割的格局。调整后，全年可增加新闻版114个。《经济日报》2000年元旦再次改版时，在第二版推出了“宏观资讯”，将内容定位在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、疑点和难点进行深度分析。2001年《光明日报》、《文汇报》的改版都强化了教科文卫方面的信息传播。

以版组划分内容，是省级机关报改版一个显著特点。1999年3月22日《新华日报》实施新一轮改版，率先实现了报纸版组化。随后《南方日报》、《北京日报》、《解放日报》、《浙江日报》、《文汇报》、《羊城晚报》等都有类似调整。

报纸版组化是对传统版面内容分类的改进和细化。前期的扩版热和报道领域的拓宽，为报纸实现版组化分类提供了条件。版组化实际上也反映出报纸为适应市场需求和竞争所进行的重新定位和专业化分工。这些都是符合现代报业发展趋势的。

但是，从分类学角度看，新闻信息的微分和积分过程，有时在不同的条件下都会有相互融合的方面，双方的界限并不那么清晰。这就使新闻细分和集纳都难有惟一的标准，不同的人操作就会有不同结果，版面分类的科学性问题，也有许多值得探索研究的地方。许多报纸发生的重稿现象和版面语言单调状况等，都与此不无关联。

版面调整是报纸改版最直接的外在表现。就众多综合性报纸而言，这种调整依然是基本同步、同构的，甚至有些是同形的。因为这种调整模仿起来非常容易。相比之下，倒是专业性报纸在这次大规模改版中避免了同构同形，其个性得到了凸现。例如，最近几年老牌的文化科技类报纸和新办的一些经济类报纸就显得格外引人注目。

为避免模仿式改版所造成的趋同问题，近几年有的综合性报纸便不断整合版面，以适应市场需求和竞争。如《北京日报》自1999年5月以来，就连续进行了3次版面调整、2次较大规模的改版。不过，从总体看，传统主流报纸的改版并不频繁，一些中央大报和省级机关报对改版尤其慎重。如《解放日报》2000年10月23日的新闻版改版，就是在用了半年时间调研、规划后推出的，距1988年扩版有12年的间隔。

时下，改版频繁的是一些都市生活类报纸。它们大多是属于报业集团的子报，往往采取模仿式

改版的手法。这类报纸改版，过去一般在新年伊始之际，后来演变为发行大战之时，现在则发展到竞争随时之需。尽管其动机是想提高自身的竞争力和影响力，实现社会效益和经济效益的双丰收，但是在具体实践中还是暴露出许多“重形式、轻内容”的问题。

比如，有的报纸照抄照搬别的报纸的版面编排形式；有的报纸一再变换报头、版名、栏名和版式；有的频繁变更办报方针、编辑方针和报道方针等等。有的报纸因为改版频率过高，甚至被同行戏为“劳改报”（老是改版之意）。

产生这些问题的原因主要是，对报业深化改革、深入创新的特殊性、针对性和艰巨性认识不足；对经常性的报业基础工作重视不够；甚至错误地以为改版就是创新，改版就不被淘汰，惟有频繁改版才能维持报纸的生存和发展。这也从一个侧面反映出目前报业存在着严重的浮躁作风。

### 三

影响报纸改版的因素，从大的方面看，主要有编辑方针、人力资源结构、组织结构、版面结构、技术结构和资本结构等。在这些因素中，任何一项都不适宜频繁变动。如编辑方针的一贯性和一致性这两个特性都表明其不适宜频繁变动，除非变更了发行人；在有专业化要求的人力资源结构中，对专业人才的定向使用也不适宜频繁变动；版面结构的定读性，同样不适宜频繁变动。所以，办报固然要求新求变，但盲目改版、改版过频却不可取。

报纸改版要符合报业发展的规律，讲究适时适度，并在改版后的较长一段时期内保持相对稳定。《纽约时报》在150年的发展中能够始终处于领先地位的法宝之一，就是在保持编辑方针（包括新闻方针和社论方针）相对稳定的前提下，平均20年左右进行一次较大的改版。

报纸改版是一项严肃的工作，不但可能涉及办报方针和编辑方针的修正或变更，而且可能涉及报社人力资源结构、组织结构、版面结构、技术结构和资本结构的调整和整合。能不能调整和整合好这些因素，最终取决于报社决策者素质的高低。

报纸改版应该根据现实需要和可能，在认真总结正反两方面的办报经验，广泛征求各方意见和建议的基础上，作出有针对性和预见性的科学决策，并经受历史的长期考验。有资料显示，《人民日报》1956年的改版，此前就曾经过几年的反复调研和总结经验。《北京晚报》的改版也表明，“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，找准与地区经济和地区消费水平一致的生长板块”。

盲目跟风、频繁改版是报纸缺乏自信和不成熟的一种表现。在研究实施改版时，必须始终坚持读者总体受益原则和总体承受能力原则，充分考虑社会效益和经济效益，把改版的热情与科学的精神结合起来，把改版的大胆探索与扎实细致的工作结合起来，既积极主动又慎重稳妥地把握好改版的力度、发展的速度和社会承受的程度，只有这样，才能切实保证报纸不因乱改版而被淘汰。

#### 参考文献：

①罗建华：《报纸竞争力与传媒影响力的有效转换》，载《中国记者》2002年第5期

②李瑾：《给改版热泼点冷水》，载《工人日报》2002年7月3日

③《新闻出版业2000年及2010年发展规划》，载《新闻出版报》1998年4月7日

④石宗源：《在全国报刊管理工作会议上的讲话》2000年12月18日

⑤蔡雯：《对传统主流报纸改革的观察与思考》，载《中国记者》2002年第1期

⑥展江：《〈纽约时报〉的6次重大改版》，载《中国记者》2002年第1期

⑦钟立群：《新闻编辑学研究》，人民日报出版社1997年版

(杭州日报社 李杭生)

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 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: 李杭生

- 报业集团信息化是提高核心竞争力的关键 (2003-11-16)
- 从禁用竖题看版式创新 (2002-8-3)

>>更多

相关文章: 报纸改版

- 报纸经常性改版原因探析 (2002-10-15)

>>更多

← 报纸改版热的背景、特点和走向 会员评论[共 0 篇] 卜

← 我要评论 卜

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](http://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.