

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

科目代码：805

科目名称：新闻与传播学实务

适用专业：新闻传播学（一级学科）

考生须知

答案一律写在答题纸上，答在试题纸上的不得分！请用黑色字迹签字笔作答，答题要写清题号，不必抄原题。

一、名词解释（每个 8 分，共 40 分）

1. 两个舆论场
2. 上海报业集团
3. 陈永洲
4. 付费墙
5. 社交媒体

二、简答题（共 50 分）

1. 请你根据解释性报道的要求，针对“城市雾霾影响健康”这一选题，策划一个采访大纲。（25 分）

2. 10 月 5 日，有人在微博上报料，称 A 市一名初中男生在学校附近将硫酸泼到一名漂亮女生脸上，警察已将其拘留，有照片为证。当天，有网友人肉搜索，称该男生真实姓名为王胜利，是 A 市教育局局长的独生子，受伤女生为王胜利女友。作为 A 市都市报记者，你接到报料时间是 10 月 5 日下午 5 点，请问这个消息是否可以报道？如何报道？（25 分）

三、新闻实务题（共 60 分）

阅读以下文章，请按要求撰写新闻消息和评论各一则：

1. 请根据这篇文章，按照倒金字塔形式，改写成一篇 600 字左右的新闻报道。（30 分）
2. 请针对这篇报道的内容，写一篇 400 字左右的评论（30 分）

“读报大国”日本如何炼成：面对新媒体以守为攻
2013 年 11 月 17 日

由于受到新媒体的冲击，今年欧美平面媒体继续哀鸿遍野。

率先披露“水门事件”的《华盛顿邮报》被亚马逊创始人贝索斯收购。同样久负盛名的《洛杉矶时报》和《芝加哥论坛报》申请破产保护；创刊 80 年的美国主流新闻杂志《新闻周刊》停止纸质版发行……

在这一片萧条中，日本纸质媒体似乎“免疫了”。如今，在日本的街头、公车和地铁中，仍然能够看到拿着报纸阅读的人。在智能手机和平板电脑强迫西方传媒业全面反思经营模

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

式之时，在以科技著称的日本，这种趋势似乎还没有到来。

深圳大学传播学院教授辜晓进今年 2 月份撰文称，根据日本报刊发行稽核协会（ABC）提供的数据，2012 年 1 至 6 月《读卖新闻》主要的早报发行量为 9931332 份，位居日本乃至世界第一，《朝日新闻》名列第二，其早报发行量为 7674406 份。如果加上两种报纸的晚报版本，这一数字还会增加。

过去十年来，尽管网络时代的冲击越来越剧烈，但《读卖新闻》的发行量一直维持在 1000 万份上下。每五个日本家庭中，就有 1 家订阅《读卖新闻》

日本的主流报纸发行量一直很大。世界上突破千万大关并一直保持到今天的报纸，都在日本。世界报业协会 2010 年公布的发行量排行榜前 25 名的报纸中，日本报纸囊括了前五名。

根据东京大学信息学教授林香织的统计，日本报业的收入在 1997 年达到顶峰，大约有 2.53 万亿日元（约 253 亿美元）。在接下来的 15 年中，日本报业收入缓慢下滑约 20% 多，但是不像欧美纸媒收入锐减得那般厉害。其中，占报社收入 1/3 的广告收入下滑比较明显，而占报业收入近 60% 的发行收入下滑微乎其微，比 1997 年的顶峰阶段下滑不超过 10%。

发行量和收入的支撑，是读者。据日本新闻协会 2012 年的统计，每 1000 名日本人中报纸的拥有率是 478 份。《读卖新闻》和《朝日新闻》两大报，分别普及到了 18% 和 14% 的家庭。日本 2012 年一共有主要报纸 118 种，其中每个家庭拥有 0.88 份报纸。如此巨大的读报需求，将日本称为“读报大国”并不为过。

读报成为一种生活方式

在电子时代的浪潮中，日本民众为何还能对报纸保持忠诚？

在今年 9 月撰写的一篇文章中，林香织认为，主要的原因是：对于达到一定年龄的日本成年人来说，报纸不仅意味着获取信息的媒介，而是生活方式的一个重要组成部分。如果你是一个日本成年人，早上起床后做的第一件事常常是去邮箱里面拿报纸。傍晚，当晚报送来之后，再浏览一下头条新闻，看看今天发生了什么大事。

很多日本报纸一天会发行两次。除了早上的报纸，傍晚 5 点左右还会有晚报版送入订户家中。

日本公务员森对新京报记者说，他家中常年订阅《日本经济新闻》。

在森小的时候，家里曾经订阅过两份报纸。在贸易公司上班的父亲上班时带一份报纸

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

出门，他和母亲、弟弟三个人在家里也要看一份。

“每个家庭订阅 2-3 份报纸也很常见。”森说，“如果我爸爸不自己带报纸，他上班的时候，坐火车之前要买报纸。很多日本人上班的路程要花半个小时到两个小时，这个过程中他们都会看报纸。”

森说，一直到现在，他的父亲仍然认为报纸是他获得新闻的主要方式，因为至少就经济新闻来说，电视上的新闻太浅显了。“现在的日本街头，仍然有很多人看报，特别是四五十岁的人，一般不用手机看新闻。”森说。

日本人爱读报，已经成为日本社会的一道人文风景，尤其对外国人而言。有人戏言，清晨在日本的城铁、地铁上只能看到两种人，一种是抓紧时间打盹的人，另一种人就是看报的人。

在东京、横滨这样的大都市，许多上班族都住在郊区，这样他们每天有大量时间会耗费在城铁上。在这段时间，看报也就成为主要的消磨时间的方式。

正在大阪留学的小宋对日本“城铁看报族”印象深刻，他对新京报记者说，在车厢里常能看到穿着笔挺的西服，手拿报纸的上班族，“因为把报纸版面展开看可能会影响到旁边的人，所以站着看报的人通常都把报纸叠成一小块来看。”

小宋说，除了早晨的城铁，平时在咖啡厅、图书馆都能看到很多读报的人，“休息日的时候，在公园里也会有。”

今年 31 岁的小野智美在日本一家电子公司工作，他对新京报记者说，他们家订阅了《每日新闻》，“我还没生下来的时候，我们家就订报了。”小野说，日本人谈到媒体，首先想到的就是五大报纸，电视媒体反而在其次，“这可能和报纸在舆论界的话语权有关。”

她说，日本报纸各自的政治立场分明，左中右都有，“很多日本人读报纸，一个重要的原因是这份报纸和自己的政治立场相近，就好像代表自己的声音。”

“我很少看《读卖新闻》，《产经新闻》更不看，因为它们的立场都太右。”小野说。

发行触角遍布每个角落

日本明治大学新闻学讲师 Mitsushi Akao 认为，日本报业的发行模式很特殊，这是日本报纸发行量能够逆流而上的重要原因。

“日本报纸业非常依赖强大的发行系统，短时间内将报纸送到订户手中，这种模式与

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

其他国家的报摊零售模式很不相同。”他说。

林香织教授也认为，从具体操作层面，日本人对纸质阅读的喜爱造就的高发行量，是由四通八达的发行网络实现的。

日本报纸 95% 以上的发行靠订阅实现。日本全国有将近 2 万个地方发行站，触角遍及社会每一个角落。

日本《朝日新闻》社社长秋山耿太郎 2009 年在接受《金融时报》采访时表示：“从日本北海岛最北面的稚内，到大阪（九州南方的一处小岛），我们拥有超过 2600 个配销点，雇有大约七万员工。具有这样的经营规模，我认为报纸发行量不会轻易下降。”

秋山耿太郎认为，鉴于日本的人口老龄化问题以及互联网的发展，报纸发行量“会慢慢下降，但速度不会太快，但是这一趋势无法逆转”。不过，日本报纸的下降速度“会比美国或欧洲要更加缓慢”。

《日本新华侨报》总编蒋丰对日本的独特的“让报纸进入家庭”的订阅制度深有感触，他认为，这种制度培养了每家每户至少订阅一份报纸的习惯。

大部分发行站与某一家报纸签订单独的合同，与报纸的销售部门通力合作，尽量保证快速地将报纸送到各家各户。据蒋丰介绍，在首都东京，基本上每个发行站只会与一家报纸签订合同，在地方有可能会一个发行站代卖两家报纸。

这些发行站的人员工作辛苦，每天即使不是在拓展订户，也要尽力维护原有的订户。发行员在配发报纸之前，往往会向报纸里面插入折叠广告，以提高自己的收入。

公务员吉田对记者说，有时候推销员上门推销，游说读者订阅一份报纸，可以赠送洗衣粉；三个月之后订报到期，他们就会再次上门，劝说续订，或者订别的报纸也行，同样有赠品。有的人很忠诚，一直订一份报纸。有的人为了得到各种礼品，就会经常换订报纸。

《读卖新闻》有自己的棒球队，送报员还会给订户免费的棒球票。

从社区开始培养读报习惯

林香织认为，在日本，个人和社区的关系是维持报纸订户忠诚的一个重要因素。很多日本读者对某一份报纸保持忠诚，只是简单地因为他的家庭一直订阅这份报纸，或者他恰巧认识社区里的发行员。

日本明治大学新闻学讲师赤尾美津也表示：“日本报纸发行量仍然很大，除了发行模式

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

以外，另外的原因是日本报纸很看重读者的信任，而一些地方报纸在与当地社区保持联系方面分外用心。”

2011年3月11日日本大地震发生后，日本地方媒体《石卷日日新闻》报社遭到洪水袭击，由于断电没有办法发出新闻。为了不失去读者，报社的记者手写新闻，然后自己跑到避难所，将“手抄报”送到读者手上。

在日本，报纸的作用，一直不仅局限于新闻媒介。二战后，在日本经济高速增长年代的城市生活中，“送报人”一直占据重要的位置。很多从农村进城寻求更高教育的年轻人，都曾经当过报童，挣到充足的学费。其中很多人完成了大学学业，在城市里面扎下了根。这种特殊的经历，很有可能是报纸在50岁以上日本人（特别是那些年轻时从农村移民到城市的人）中间仍然非常流行的原因之一。

在二战后，报纸发行员为当地社区提供了各种社区服务，甚至填补了政府职能的空白，因此赢得了日本人“不可打破的阅读”忠诚度。

现在的日本大学生圈子里，送报纸已经不是一个热门的兼职。事实上，送报站的工作人员数量在近20年间下降了75%。不过，报纸发行商一直在探求新方法稳固自己的地位。比如，在日本人口稀少的农村，老龄化也很严重。发行商会为老人提供租借轮椅的服务，或者定期走访独自生活的老人，看一看老人的生活状态，至少察看一下老人是否还健在。

除了强大的全国发行系统，日本人的高识字率和对报纸的热情分不开。

日本教育非常普及，中小学实行免费教育，受过高中教育的人占总人口的96%，受过高等教育的占总人口的36%。

日本报纸也很注重培养孩子的“读报感情”。日本的小学和中学大多专门配备有新闻教育辅导员，从小就对学生实行媒介启蒙教育，并指导学生自己办校报，学生入学后就与报纸结下了不解之缘。日本的各大报社还将报纸引进中学课堂当教材，以扩大报纸的影响。《产经新闻》在“读者之声”专栏里，一个星期有一到两次会发表中小学生的文章。

日本人经常很自豪地说“我们国家没有一个文盲”。《日本新华侨报》总编蒋丰说，这很不容易，这可以说是日本人爱读报的基础。

令蒋丰感触很深的一件事情是：日本每一家大报，每个星期在报纸里面会出现“儿童专页”，完全面对小孩子。这些版面都是彩色版，增加很多动漫的图片，把所有的文字旁边都注音。“一份报纸，加入了儿童专页，可以形成父子互动、母子互动的阅读。一个家庭的两代人在读一份报纸，这种方式非常温馨，也能够促成一种新的阅读习惯。”蒋丰说。

汕头大学 2014 年攻读硕士学位研究生入学考试试题

■ 挑战

面对新媒体挑战，日本报业以守为攻

“信息化时代更需深度阅读”

面对新媒体的压力，日本报业的重要对策是——“网络付费”。

据蒋丰介绍，日本报纸在报纸和网络的结合上，做得比较好。日本将新闻分成一流新闻、二流新闻和三流新闻。一流新闻是一些及时的时政新闻，这些新闻如果想在网上看，要么成为网络会员，要么就只能看一个大概，想要看全，就要交费。二流新闻一般是社会新闻，三流新闻是娱乐新闻，往往不需要收费。这种分门别类的方式，既维持了网络的读者群，也促进了订阅。

“日本报业宁可增加很多投入，也拒绝免费。”蒋丰说。

但是，日本报业在迎合新媒体的同时，对传统模式依然“保守”。

林香织在一篇名为《日本报纸业：暴风雨前的平静》的文章中称，很多日本报纸的高层人士都有一个普遍的担忧：如果报纸想向付费电子新闻倾斜，就会受到订阅发行商的猛烈反弹，而报社“不能不顾及发行商的感受”。这就是为什么《读卖新闻》的网上付费版只允许报纸订阅用户阅读。《朝日新闻》和《日本经济新闻》大肆宣传“纸质+数字”的打包模式。但是，这两家报纸将网上订阅的价钱设置得和订阅报纸的价钱相同，实质上是不鼓励网络单独订阅。一些地方报纸也已经为网络阅读设置了障碍。这些报纸的网站上，只能免费阅读新闻的一小部分开头，用以激发读者对纸质媒体的购买兴趣。

谈到网络媒体对报纸的冲击，日本一家电子公司的职员小野智美说，她会看手机上的信息，但不会放弃读报纸，“我想，越是在信息迅捷的时代，人们越是需要深度阅读，需要留给自己更多思考的时间。”

日本专刊作家佐藤清文撰文称，在网络时代，信息的传递会变得更加迅捷，但另一方面，也会让信息变得碎片化，这让受众往往难以把握新闻事件的全貌，而报纸能对这些事件进行更全面、更深度的报道，对这一类信息的需求并未随着网络时代的到来而减少。