

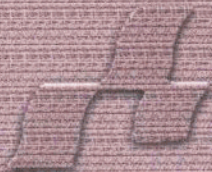
手耕心语

叶畅书

三湘都市报 创刊五周年

新闻论文集

主编：叶 畅



《三湘都市报》编委会 编
湖南人民出版社

笔耕心语

叶畅题

三湘都市报创刊五周年

新闻论文集

主 编：叶 畅

副主编：王业武

黄兴国

邱渭东

《三湘都市报》编委会 编
湖南人民出版社

责任编辑：何新波

装帧设计：贺旭

笔耕心语

——《三湘都市报》创刊五周年新闻论文集

湖南人民出版社出版、发行

(长沙市银盆南路78号 邮编：410006)

湖南日报第二印刷厂印刷

2000年6月第1版第1次印刷

开本：850×1168 1/32 印张：12.125

字数：298,000

ISBN7-5438-2326-8

G·483 定价：22.00元

本书编辑委员会

主 任:叶 畅

副主任:王业武 黄兴国

邱渭东

委 员:贺顺庚 李继峰

黄志坚 张云梦

龚旭东

序

文选德

紧扣着时代前进的足音，《三湘都市报》已走过了五年堪称辉煌的历程。

五年前，湖南日报社决定创办《三湘都市报》，旨在巩固党报在新闻宣传领域的主阵地地位，完善报业结构，发展报业经济，进一步繁荣湖南的新闻事业。

作为湖南唯一的省级晚报，《三湘都市报》在湖南日报社委会、编委会的正确领导下，以“服务市民，情系万家”为办报宗旨，面向广大城镇居民，生动、全面、准确、及时地报道了湖南两个文明建设的实绩和国内外的重大新闻事件，关注老百姓的身边事、心头事，以高格调、高品位、高质量的报道，赢得了广大读者的喜爱与欢迎，发行量不断增加，广告收入迅速增长，为我省报业的良性竞争和发展带来了新鲜的活力，创办不到两年，即被中共中央宣传部、广播电影电视部、新闻出版署、中国记者协会列为全国新闻界精神文明示范单位。《三湘都市报》作为党报属下的一家省级晚报，坚持党性原则，把握正确的舆论导向，代表人民的利益，反映人民的心声，全心全意为人民服务，同时又努力体现晚报特有的贴近性、可读性、知识性、趣味性，探索新闻改革的新途径、新方法，不断提高报纸的质量，走出一条符合报业改革发展趋势和报业市场需求的新路子来。在这些方面，《三湘都市报》虽然在探索过程中也不可避免地不时出现某些失误，但仍然取得了令人瞩目的成绩，为湖南新闻事业的改革和发

展提供了有益的经验，值得也应该进行认真总结。因此，《三湘都市报》在庆祝创刊五周年之际推出这本凝聚着他们心血和汗水的论文集，是很有意义的事情。

党报所辖的晚报也姓“党”，必须坚持党性原则，这是不能动摇的。但晚报类报纸的导向性和可读性应该相辅相成，晚报的导向作用不应仅仅是政治上、政策上、工作上的指导，更应该是生活上、情感上和心理上的引导，即在读者的阅读过程中潜移默化地愉悦人、感染人、启迪人、激励人、提升人，这是晚报特有的优势所在。这也就需要报社的领导和采编人员具有高度的社会责任感和人文关怀精神，切实做到贴近生活，拉近报纸与读者的情感距离，真正做到为读者服务。在已往的五年里，《三湘都市报》的同志们在处理好报纸导向性与可读性方面以自己的实践赢得了各级领导和广大市民的认可和赞扬，现在他们又以这本论文集进行了认真的理论总结和研讨。这说明《三湘都市报》有一支“政治强、业务精、纪律严、作风正”的高素质的新闻工作者队伍。我相信，《三湘都市报》的同志们在今后的工作中一定会更好地坚持和体现江泽民同志论述的“三个代表”的重要思想，为湖南新闻事业的发展作出更大的贡献。

“接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红。”衷心祝愿在我省报业发展中独树一帜的《三湘都市报》发挥自身的优势与特色，越办越好。希望这本颇有特点和启示性的论文集对全省的新闻工作者都能够有所触动和启发，促进我省新闻事业的蓬勃发展。

是为序。

2000年6月1日于长沙

目 录

一 报纸发展与新闻改革综述

服务市民 情系万家

- 略谈《三湘都市报》的读者观念……………叶 畅 (1)
- 谈谈都市报的新闻宣传优势……………叶 畅 (8)
- 努力开拓都市报新闻市场……………贺顺庚 (16)
- 身置“山”外观“庐山”

- 《三湘都市报》发展相对滞后探因……………王业武 (21)
- 市场需求与观念转轨……………李继峰 (43)
- 试论新闻价值和宣传价值的辩证统一……………张云梦 (48)
- 报纸传媒在大众文化传播中的“角色扮演”……………赵雨杉 (57)
- 试论报纸风格的形成……………李传新 (63)
- 媒介的发展需要资本市场……………毛军华 (68)
- 办报也须做好市场调查

- 从“有奖求计”活动引发的思考……………尹 虹 (72)
- 报纸“文摘现象”浅探……………袁锡卿 (81)

二 分类新闻阐释

- 关于“时政新闻淡出现象”的思考……………杨铁原 (91)
- 让会议新闻成为报纸上的“亮点”……………黄兴国 (95)

浅析信息时代消息的文本特征·····文凤雏 (102)

情感介入: 粘合新闻与宣传

——浅论都市报的典型报道·····周 韬 (110)

深度报道的理性引力·····郭谷斌 (115)

晚报经济新闻可读性探讨·····张 钧 (123)

走向市场的经济报道·····范 彬 (132)

浅论卫生新闻的特性·····肖 倩 (138)

改进报道内容, 增强科技新闻的可读性·····曹 辉 (146)

试论文化人物报道的评价观念与叙述语境·····肖 欣 (155)

体育报道的大局观与平衡感·····吕云保 (161)

“特别报道”特色浅析·····颜 斌 (169)

异军突起的“特别报道”

——浅谈省级晚报(都市报)“特别报道”的

特征与实践·····龚旭东 (178)

试论“特稿”的欣赏价值·····姜国斌 (185)

党报文艺副刊的品位·····刘 蕊 (190)

图文并重是当代报界潮流·····周智颖 (193)

关于新闻美术的思考·····张楚务 (197)

试谈新闻图片的可读性·····罗新国 (202)

贴近生活 服务读者

——谈谈信访工作的体会·····胡 灿 (210)

三 新闻采编技巧

漫谈编辑的现代意识·····何力柱 (215)

新闻传统叙述模式及其超越·····张德会 (224)

新闻是发现的艺术·····周湘云 (230)

把新闻做“大”·····蔡志军 (236)

浅谈《三湘都市报》“两会”电稿的处理·····	黄志坚 (245)
新闻敏感从何来·····	魏筱非 (251)
“领先一步”	
——论独家新闻的成功之道·····	张云梦 (257)
由“瞭望者”到“亲历者”	
——浅谈体验式采访的强撼冲击力·····	文 奇 (262)
求真也要守法	
——隐性采访的几点思考·····	周湘云 (269)
着力精加工 提高附加值	
——巧用新闻资源一例·····	李继峰 (274)
浅论加强副刊版面的“动感”·····	张 泓 (277)
尺寸细语里 尽展半边天	
——关于编辑“女性沙龙”专刊的体会和思考	
·····	尹 虹 (282)
浅谈新闻漫画创作·····	陈乃广 (288)
对新闻漫画的几点认识·····	刘 谦 (292)
新闻舆论监督·····	郭 辉 (298)
舆论监督与公民名誉权的法律思考·····	吴晓华 (303)
从唐珊事件的圆满解决看舆论监督的策略·····	何晋文 (310)
批评报道重在结果·····	詹世平 (316)
既要激情 更要理智	
——从一起新闻官司谈记者如何自我保护·····	邓桂明 (320)
新闻失实现象探析·····	滕 斌 (327)
增强“第一印象” 求得“一见钟情”	
——晚报标题贴近性浅谈·····	邱渭东 (332)
挖掘消息标题的文化内涵·····	谭 登 (338)
清水出芙蓉	
——论校对工作的性质及作用·····	肖迎阳 (342)

四 报业经济发展的支柱

对市场经济条件下报纸自办发行工作的认识·····	黄志坚 (346)
坚定不移地走好自办发行之路·····	晏为民 (353)
试论报纸新闻与广告的策划·····	张 钧 (361)
推行广告代理制势在必行·····	胡学政 (370)
公益广告之我见·····	高一民 (374)
跋·····	蒋显礼 (377)

服务市民 情系万家

——略谈《三湘都市报》的读者观念

叶 畅

我们的各类报纸，尤其是各级党委机关报及其子报，是党和人民的耳目、喉舌，要努力宣传党的主张，反映群众呼声，为建设有中国特色的社会主义的伟大事业，营造良好的舆论氛围和提供强有力的舆论支持。报纸办得好不好，当然有各种衡量标准，但最根本的是要看报纸的舆论导向是否正确，要看报纸是否为读者所欢迎。并且二者不可偏废，缺一不可。因此，如何增强读者观念，如何重视读者，了解读者，贴近读者，争取读者对报纸的欢迎和支持，是当今办好各级党委报及其子报的一个亟待研究和解决的重要问题。《三湘都市报》自创刊以来，坚持“服务市民、情系万家”的办报方向和办报宗旨，把报纸办得尽力贴近读者、服务读者，经历了艰苦的探索，其中既有经验，也有教训。认真总结这些经验和教训，才能把报纸办得更好。

读者的欢迎是报纸的生命

报纸是办给人看的。这个道理大概大家都懂得。但实际上，报纸办得很少有人买、有人看的情况，还是常见的。不是成心不要人看，而是办报不看对象、不看读者，正如当年毛泽东同志批评的那样，是在“对牛弹琴”，不顾效果。这是非常危险的。

在社会主义市场经济条件下，不能说新闻就是商品，但新闻

的载体报纸却具有商品的某些属性，要接受市场的考验。你的报纸尽管导向正确，但就是没有人订、没有人买，同样是没有生存的价值。现在我们有些报纸办得没有特色，难以引起读者的兴趣，发行量逐年萎缩，处境就日益艰难。读者的喜爱是报纸的生命。如何赢得读者，是一门大学问。当今时代，是信息爆炸的时代，也是各种信息传播渠道极为通畅的时代。人们一方面非常需要了解各种信息，另一方面又可以通过各种渠道获取信息。除报纸杂志之外，还有广播电视，还有因特网。就拿报纸来说，也是多种多样的，人们也不是非看哪一种不可。如果你那种报纸办得不对读者的口味，或者对读者服务不那么周到，你就失去了应有的市场。因此，善待每一位热心的读者，悉心地研究广大读者，尽力争得更多的读者，不断扩大自己的读者队伍，不仅是报纸扩大宣传效果，也是争得市场、争得生存空间的一项基础性工作。

《三湘都市报》是在建立社会主义市场经济体制的条件下创办起来的。都市报同其他晚报一样，主要靠读者自愿掏腰包订报、买报，要受到市场因素的制约。报社全体同仁对此都有清醒的认识，因而都有较强的读者观念。我们的口号，就是“服务市民、情系万家”，选择城市普通居民作为自己报纸的主要阅读对象，并且把市民是不是欢迎、是不是喜爱作为检验报纸办得好坏的标准。报纸创办之前，我们就走访群众，认真听取他们的意见。报纸办起了一段时间，我们又召开读者座谈会，研究改进的办法。1998年下半年，报纸实行全面扩版之前，我们又在全省读者中开展了一次规模很大的“有奖求计”活动，请读者献计献策。即便在平时，在每日一次的评报活动中，我们也都将读者的每一条意见，认真加以研究，及时反馈到办报工作中去。我们的目标，就是要让读者真正感受到《三湘都市报》不仅可看，而且好看、要看。

读者的需求是办报的方向

报纸为市民服务、为读者服务，首先是提供信息服务。我们身处信息社会，接触到的信息是非常多的，能不能把每天得到的信息都往报纸上登呢？显然是不能的。一是登不了，二是没必要。这就必须对信息进行取舍，根据报纸的阅读对象，选择其最为需要的予以刊登。那么，报纸的阅读对象即它主要的读者是谁呢？这就涉及到报纸的定位问题。应该说，每一种成功的报纸都有它相对稳定的读者，只是读者的层面有的宽有的窄罢了。定位不准确，认为读者面越宽越好，恨不得所有的人都来看你的报纸。那你的报纸就可能是一个大杂烩，结果弄得人人都不爱看。

《三湘都市报》是一张主要面向城镇的晚报型报纸，不同于专业报，读者面应该是宽一些，但也只是城市的一部分人即普通市民，因而定位为市民报。它的读者是市民，它的服务对象是市民。市民对信息的需求是多方面的，他们需要了解国际国内省外省内的大事，我们理所当然地应该多刊登这方面的信息，使大家一报在手全知天下大事。但这不是《三湘都市报》之所长，因为这些信息，市民还可以通过其他信息渠道获得。《三湘都市报》的长处，在于它能以极大的热情去关注普通市民的生活，关注他们的衣食住行，关注他们的喜怒哀乐，并且能将涉及这些方面的新闻，以最快的速度反映到报纸上来。而这些正是市民们所最希望了解的。这就是《三湘都市报》每天都刊登大量的市井新闻，刊登大量贴近市民读者的经济生活、政治生活、文化生活方面新闻的目的之所在。说它“土”，有如大米白面，市民生活之所需；讲它“俗”，就像豆豉辣椒，能添生活之情趣。

读者的看报，不仅为了获得信息，而且注重实用，注重运用

信息指导自己的生活。这也是办报中所需要注意的。中国人民大学舆论研究所曾经做过一项读者调查，了解到读者根据自己的意愿自费订阅或购买一份报纸，其主要取决因素依次为：“报道紧扣社会热点”（49%），“内容丰富，信息量大”（46%），“知识含量大，有保存价值”（37%），“目光敏锐，见解独到”（35%），“贴近生活，实用性强”（34%）。为满足读者对实用信息的需求，《三湘都市报》从创办之初，就开设了信息专版或专栏。率先在我省每天刊登股市行情，以满足股民的需要。同时还创办了“消费指南”等专版，这类信息专版几经扩展，现在每天都有四个整版与读者见面，内容涉及金融证券、美容服饰、电脑通讯、人才劳务、汽车、房产、旅游、娱乐等各个方面，能够满足多方面读者的需求。同时，还在新闻版、来信版开设栏目，为市民提供经济的、文化的、政策的、法律的咨询服务，帮助市民解除了不少疑虑，解决了许多难题。

读者是多种多样的。满足读者的需求，就要设法满足不同层次、不同文化、不同年龄读者的需求。因而《三湘都市报》在定位于市民报的基础上，又十分注意发挥其综合类报纸的功能，尽量让兴趣、爱好各有不同的读者群，都能从报纸上读到他们感兴趣的東西。首先要重视新闻的接近性，搞好对新闻题材的取舍，并注重从生活的角度去处理各类新闻素材，以便引起读者的普遍关注。工作经验、体会，以及其他纯工作指导性的东西，则尽量少登或不登。同时办好各种专刊副刊，既增强其新闻性，又使其具有较强的欣赏性和实用性；既登青年学生的习作，又登名人大家的作品。可谓品种齐全，雅俗共赏。《三湘都市报》创办之初，热心的读者就把一张报纸撕成两半来看，先睹为快。有的单位因为订数太少，尚未上报架，报纸就被人卷入了口袋。读者的阅读热情确实令人敬佩！

积极引导读者是报纸的责任

办报是为读者服务，无疑要尽量贴近读者，诚恳地听取读者对办报的意见和要求，并努力加以改进。但是，这并不等于说读者就是“上帝”。服务读者，还须引导读者。这样才是真正对读者负责，才算是具有正确的读者观念。

各级党委机关报及其子报，是党的舆论宣传阵地，担负着“以正确的舆论引导人”的历史重任。应该把坚持党性原则，与满足读者需求统一起来。既不能只讲满足读者需求，一味地迎合读者，不讲党性原则；也不能借口讲党性，置读者于不顾。应该说，迎合读者与置读者需求于不顾，都是不讲党性的表现。

问题在于实践。在市场经济的条件下，报纸进入市场，它如果不去争夺读者，不去抢占市场，它就不可能有广告资源，不能弥补巨大的发行亏损，自然也留不住人。报纸还怎么办？因此，报社应该在坚持正确的舆论导向的前提下，努力提高报道艺术，改进报道方法，用好的精神食粮去吸引读者。只有吸引读者，才能引导读者。

在这方面，《三湘都市报》是逐渐摸索出来的。创办之时，报纸设置的各种新闻版面和副刊版面，都考虑了读者的需要，在具体操作中又注意严格把握。比如，“社会新闻”专版的创办，对吸引读者、提高报纸知名度，起了很大的作用。这就是因为，我们对社会新闻进行严格选择，不搞低级庸俗的东西，不登可能激化社会矛盾和暴露社会阴暗面的新闻。并且注意分析，寓理于事，让读者从案件报道，增强法制观念，从人际关系的报道中，感受到同志情深，社会温暖。但是这个专版，每天刊登法制新闻、奇闻趣事、天灾人祸，显得过分集中。尽管编委会一再强调社会新闻版要多登打动人心、引人向上的正面报道，尽量减少案

件新闻和事故报道。但总脱离不了“好人好事”加“坏人坏事”的窠臼。加上要闻版刊登的社会新闻，整张报纸势必给读者留下“问题新闻”太多的印象。于是编委会决定，撤销这个新闻专版，设立专题新闻版，刊登较有深度的经济新闻、科技新闻和其他新闻。这一改，报道品位提高了，读者反映也很好。

报纸在进入市场的过程中，如何办得吸引人，是大家都在竭力考虑和实践的问题。创办多年的报纸要给人新鲜的感觉，需要调整版面，设置新的栏目，推出新的吸引人的新闻作品。对于新办的报纸来说，能否刊登吸引人的新闻，是能否抢占市场的关键。所谓吸引人的新闻，从内容来说，必然是与市民息息相关、心心相印的新闻；既报道生活，又大胆干预生活的新闻；或令读者耳目一新、增长见识的新闻。具有悬念功能、引人入胜的连载和追踪报道，也属吸引人新闻之列。从形式来说，要使新闻吸引人，还须做到报道要及时，标题要醒目，文字要简约，版面要活跃。因此，要使我们的报道，不致成为轶闻趣事的胡乱堆积，而应成为市民生活的真实写照。这是《三湘都市报》全体采编人员的共同心声，也是《三湘都市报》能够迅速获得读者的认可，发行量连年大幅上升的主要原因之所在。关于“卖点”问题。报纸当然要力求每天都要有可读性强的报道，如果通篇都是平平淡淡的报道，是难以卖得动的。但是“卖点”，也是相对的，不能片面追求。如果报纸每天都有“卖点”，但整体报道水平不高，可能会有部分读者去买它，但要拥有很多的长期订户和较大的零售量，则几乎是不可能的。现在有些专业性报纸，改弦更张，大量刊登社会新闻，以期迎合读者需要，结果适得其反。这不能不说是个教训。同时，对“卖点”也要作分析。如果是导向正确，鼓舞人心，或者至少是负面影响极小的可读性新闻，这类“卖点”无疑是越多越好；如果是色情凶杀、揭人隐私的直观报道，或者是违背党的宣传纪律，闯红灯，政治上哗众取宠的内幕新闻，这

类新闻尽管也有人看，也有“卖点”，但绝不能刊登。新闻宣传不能投其所好，这是新闻工作有别于商业炒作的根本区别点。我们必须严格把握这一点，否则便只能让“报贩子”牵着鼻子走，背离办报的大方向。

全心全意为人民服务，是我们党的根本宗旨，也是我们报人的根本宗旨。我们坚持全心全意为人民服务，就要全心全意为读者群众服务。报纸只有紧紧依靠读者，深深扎根于读者群众之中，才能枝繁叶茂，绿树常青。这是我们坚持党性原则，坚持政治家办报原则必须牢牢记取的。同时，我们为读者服务，是为读者的根本利益服务，是为读者的整体利益服务。因而报纸又要走在读者的前头，而不做读者的尾巴，要在坚持四项基本原则的前提下，去改进报道，提高报道艺术。这同样是坚持党性原则，坚持政治家办报的原则必须牢牢记取的。总之，办报之人要讲政治，要有正确的读者观念，要对读者负责，从而肩负起引导人、鼓舞人的历史责任，凝聚人心，共同奋斗，为建设有中国特色的社会主义作出应有的贡献。这是一项神圣而艰巨的任务，需要我们去努力，再努力。