

长江日报社新世纪论丛 第一集

翟玉勋 熊伟 主编

不尽长江滚滚来

武汉出版社

PDG

序

武汉市委书记 罗清泉

新的世纪、新的形势、新的任务，要求新闻战线有新的思考、新的探索、新的发展。长江日报社新世纪论丛第一集《不尽长江滚滚来》的出版，反映了机关报人抢抓机遇、勇立潮头的奋进精神、创新意识与发展境界。这是值得欣喜和庆贺的。

跨入新世纪，在建设有中国特色社会主义的伟大征程中，新闻宣传工作面对“入世”的机遇和挑战，务必进一步深化改革，促进舆论引导水平不断提高。《不尽长江滚滚来》一书集大家之智慧，收录了论文48篇，紧紧围绕机关报的发展做文章，内容丰富，涉及新闻理论的前沿领域和新闻实践的热点课题，既站在发展的战略高度，对未来可能出现的新情况予以积极思考，又紧密结合机关报的实际，抓住关键问题予以多方探求，具有一定的超前性、创新性、实践性、指导性。为机关报在激烈的市场竞争中保持和发扬主导优势，赢得读者、赢得市场、赢得发展，从思想上、理论上作了一定的探索和准备。我相信，这些理性之光必将进一步促进长江日报办报质量、经营水平、队伍素质的全面提高。

进入新世纪，武汉的改革开放和现代化建设任务繁重，宣传思想工作的任务也很艰巨。长江日报作为市委机关报，是党的喉舌，是媒体中坚，肩负着“以正确的舆论引导人”的神圣使命，发挥着其他传播媒体不可替代的作用，进一步增强政治意识、大局意识、责

任意识,坚持政治家办报、坚持党性原则、坚持社会效益第一,在围绕中心、服务大局方面率先垂范,着力“唱响主旋律,打好主动仗”。与此同时,深入进行体制创新、机制创新、管理创新、内容创新,走规模竞争之路,通过不断激活竞争活力来增强综合实力,开辟长江日报社事业发展的新境界。

目 录

序.....武汉市委书记 罗清泉

媒体结构创新:新世纪机关报发展的战略选择翟玉勳(2)
努力保持和进一步发挥机关报优势熊 伟(11)

· 集团战略放谈 ·

组建长江报业集团 开辟新的发展境界.....翟玉勳(17)
报业发展若干问题的思考.....熊 伟(24)
试论我国报业集团化经营的趋势和条件.....曾培新(32)
媒体“不可替代性”探讨

——兼谈武汉晨报的实践.....梅明蓄(41)

“特色战略”:

——文化报挺进市场的构想与运作

.....李长胜 彭金安 罗建华(51)

找准报业发展中子报的坐标

——浅谈现代健康报市场化运作的实践与思考

.....刁世风(60)

· 新闻采编纵论 ·

加强策划,使理论宣传不断出新……………陆永初(70)
捕捉新的“切入点”

——谈谈长江日报国有企业改革的报道……………黄启疆(74)
力度深度在系统

——谈谈《教育如何面向大多数》报道主题的两次飞跃
……………夏碧霞(80)

新闻发现与“新闻增值”……………夏碧霞(85)
公共政策报道

——机关报高高飘扬的旗帜……………李 栋(89)
新闻策划的定义、作用及实施前提……………赵振宇(103)
用理论的目光审视新闻

——兼论提倡做学者型的新闻工作者
……………赵振宇(116)

论新闻生产的科学管理……………杨德威(126)

主流报纸边缘化的辩证思考……………陈 光(133)

机关报创新的五大理念……………朱汉华(140)

机关报权威性的实现途径……………赵学龙(151)

新闻竞争:从“软新闻”到“硬新闻”……………罗建华(157)

新闻亮出“新品种”……………罗建华(169)

病理标本与舆论场

——《140万双袜子的命运》报道的联想……………余兰生(181)

我看跑新闻……………彭 仲(190)

掌握外埠新闻报道的话语权……………王作晖(195)

从“共和国第一例”看“信访窗口”抓新闻典型的意义
……………顾肇中 陈直全(201)

新闻舆论监督怎样知难而上……………张新力(210)

论新闻评论选题的价值	余 刚(217)
关于小言论的片言只语	余 刚(223)
策划言论专栏 强化四种意识	程广民(230)
片言只语蕴深意	
——解放军报'98防汛抗洪新闻的标题剖析	程广民(236)
报纸编辑角色亟须重新定位	周 敏(244)
新闻周刊编辑的角色意识	万 强(252)
离新闻有多远	
——看“世态实录”的传播效应	白 莹(262)
视觉语言与新闻发现	田 飞(270)

· 报业经营探路 ·

媒体形象与报纸广告

——谈谈报纸广告经营的基础	任学清(280)
发行事业呼唤经营新理念	张振华(289)
浅谈报业行政管理中的思想政治工作	赵雪云(300)
报业经济中资本运营的思路	欧高红(307)
项目管理——报业经营管理的新战略	邢 鹰(314)
不断改革 努力提高服务质量	罗祖次 李建刚(321)
试论我国报业发展多种经营的战略选择	
.....	罗祖次 杨宏辉(325)

· 队伍建设漫笔 ·

新闻舆论监督在反腐倡廉中的战斗作用	李鑫炎(332)
革新专业职务评聘的办法 促进新闻生产力的提高	
.....	吴忠华(343)

新闻职称内部评聘的经验与思考	黄燕翎(348)
长江日报社人事考核机制的建立与运作初探	吴礼正(358)

· 网络发展瞭望 ·

网络:报纸发展的新机遇	唐 铭(366)
“纸网互动”让报纸、网站更具魅力	叶 健(377)
简析报纸与网络媒介互利共存关系	金 涛(388)

附录:

传媒竞争的态势与我们的对策

.....中国人民大学舆论研究所所长	喻国明(391)
--------------------	----------

理念·决策·人气

.....武汉记协主席	杨振兴(406)
-------------	----------

媒介,走向整体性战略思维

.....武汉大学新闻与传播学院教授	吴高福(410)
--------------------	----------

“宽、深、新、实”的理性思考

.....华中科技大学新闻与信息传播学院教授	程世寿(415)
------------------------	----------

务实创新推进新闻学术事业发展

.....华中科技大学新闻与信息传播学院教授	屠忠俊(418)
------------------------	----------

您的需求 我的追求

——长江日报读者调查结果概要

.....长江日报社	(423)
------------	-------

编辑说明.....	编者(427)
-----------	---------



翟玉勳

长江日报社党委书记、社长、高级编辑，享受国务院政府特殊津贴。1971年8月从事新闻工作。他直接采编和策划的新闻作品中，4件获中国新闻奖，6件获湖北新闻奖，其中一等奖有2件。撰写的论文《总揽全局 宏观策划 不断提高报纸整体水平》获第七届中国新闻奖论文三等奖及武汉市黄鹤文化奖；论文《组建长江报业集团 开辟新的发展境界》获“新中国新闻事业50年”征文百篇优秀论文奖和中国报业优秀论文奖二等奖。论文《媒体结构创新：新世纪机关报发展的战略选择》获第八届湖北新闻奖新闻论文二等奖。获“湖北新闻出版名人(编辑)”称号及湖北新闻工作先进个人称号。

媒体结构创新：

新世纪机关报发展的战略选择

翟玉勋

当2001年新年钟声敲响之际，人类跨入一个新的世纪，以信息产业高度发达为特征的知识经济时代向我们张开怀抱，新闻媒体迎来进一步发展的广阔空间。

毫无疑问，媒体市场的竞争将在新世纪呈现更为激烈的态势，党委机关报如何应对“人世”和“网络”的双重挑战，敏锐地抓住历史机遇，加快改革发展的步伐，始终保持和强化其主导地位，很值得我们进行思考。

刚刚落幕的党的十五届五中全会，在关于制定“十五”计划的建议中，提出了“以发展为主题，以经济结构调整为主线”的指导思想，这对包括新闻工作在内的各项工作都具有指导意义。发展是硬道理，没有发展就谈不上发挥机关报的舆论导向作用；而机关报媒体结构的调整和创新，则是进一步解放新闻生产力，推动新闻事业发展的的重要途径。

报纸要坚持“以办报为中心”，那么媒体结构的创新，作为办好报纸的关键环节，要从发展战略的高度予以充分认识和积极实践。在实质上，它是适应社会主义市场经济体制发展的要求，遵从新闻规律和市场规律，对自身新闻资源的重新布局和优化配置，以形成强大合力。

我们认为，面对市场竞争态势，机关报要树立正确的“竞争

观”，那就是不仅要参与竞争，更要主导竞争，以媒体结构创新的新姿态，不断自我提升、自我优化、自我扬弃、自我发展，以赢得读者，赢得市场。为此，我们把报纸系列结构、版面信息结构、媒体种类结构的创新作为三个课题，从自身实际出发，进行一些探索和构想。

第一个课题：针对报纸市场的新格局，必须实施报纸系列结构创新，机关报与子报群有机结合，组建报业集团，赢得市场竞争的主动权。

随着市民类报纸的不断问世，报纸市场的竞争不断加剧，机关报“一统天下”的格局不复存在，原有的强势在客观上受到较大制约。目前，武汉地区除《长江日报》及旗下的《武汉晨报》之外，还有5家日报参与争夺相对有限的发行市场和广告市场，特别是都市报发展迅猛，机关报很难依靠一张报纸克难制胜。与此同时，读者市场的开发程度步入较高级阶段，形成了各种“小众”或“分众”，要求新闻信息更丰富、更多样、更贴近、更对路，必须有全方位的传播与之相适应。仅从这个角度上看，积极组建报业集团，实现主报多版化、子报系列化，形成强大的规模竞争实力，势在必行。

自1996年接办第一家子报开始，长江日报“报系”不断发展，已基本具备报业集团的规模，拥有“七报一网”，即《长江日报》、《武汉晨报》、《文化报》、《现代健康报》、《投资时报》、《家长报》、《现代少年报》及新闻网站“汉网”。由此，构成了合理的报纸系列结构，既有传统机关报，又有新型市民报；既有快捷传播的日报，又有深度报道的周报；既有满足大众的综合报，又有适应小众的专业报。这种以《长江日报》为轴心的报纸布局，使媒体结构进一步向市场延伸，谋求较大范围的覆盖，以适应读者广泛的社会需求。

但是，报纸系列结构的创新，并非是报纸不同类型的简单组合，而是报纸不同功能的有机结合，通过各自的准确定位和鲜明特色，真正体现“资源共享”、“优势互补”、“规模效应”，真正发挥“集团军”的作用。我们在报纸系列结构创新方面，提出跨世纪的发展

战略思路——“强化主报，做大晨报，优化周报”，充分满足读者需求，通过扩大机关报的市场影响力来扩大社会影响力。

——强化主报。走过52年历程的《长江日报》，拥有巨大的无形资产，在全国产生较大影响，其机关报的主阵地不能放弃、主功能不能削弱。要进一步发展壮大《长江日报》，作为报业集团的“母体”，为子报的生长与发展提供坚实的基础和强大的后盾。要坚持“政治家办报”，坚持社会效益第一，坚持党性原则，牢牢掌握正确的舆论导向，在整个“舆论传播场”中发挥其龙头作用。在这一前提下，引入市场运作机制，加快新闻改革步伐，更多地运用新闻手段去“唱响主旋律、打好主动仗”，宣传科学理论，传播先进文化，塑造美好心灵，弘扬社会正气。要积极探索既服务中心、服务大局，又贴近市场、贴近读者的有效途径，把领导层关心、老百姓关注的报道做好做足，以高效优质的新闻传播产品，既当好党和人民的喉舌，又不断切入和拓宽市场，从中获得机关报蓬勃发展的生机。

——做大晨报。创刊两年多的《武汉晨报》，初显新型市民报的活力，成为长江日报报业集团进入市场的一支生力军，有望打造成为本地区一个新的媒体品牌。下一步，《武汉晨报》要与一般市民类报纸区别开来，遵循“坚守正义、关注民生、满足需求、反映社情”的办报方针，摒弃以“媚俗新闻”和“负面报道”取悦读者的路子，注重较高的文化品位和知识含量。同时，又要充分借鉴市民类报纸闯市场的成功经验，真正摸准读者的脉搏，准确、鲜明、生动地传播市民喜闻乐见的丰富信息，打牢自己的市场根基，吸纳更多的市民读者。这样，方能与《长江日报》形成有效互补，为整个报系增大市场占有的份额。

——优化周报。品种较为齐全的5家周报，照应不同的目标读者群，扩大了传播空间，有利于产生较大规模效应。《文化报》、《现代健康报》、《投资时报》、《家长报》、《现代少年报》需进一步明确市场出击方向，找准自己的主要读者群，凸现更加鲜明的特色，加大

对本地区新闻的深度开发,为读者提供针对性强、实用价值高的各类资讯。在这一基础上,激活内部经营管理机制,探索各种适合自身的发展模式,力争在短期内逐步成为新的新闻信息传播点和经济增长点。

报纸系列结构的优化,一个关键是要纳入集团化运作。我们成立了新闻宣传办公室,出台了《子报管理办法》,强化宏观调控。在舆论导向上,所有报纸都必须履行“以正确舆论引导人”的神圣使命,为社会主义精神文明建设作出贡献。在报道分工上,强调“错位竞争”和“不可替代性”,避免信息重复,内容雷同,发挥各自强项,形成整体优势。在内部机制上,把舆论导向宏观管理与报业经营微观激活结合起来,努力建立主报与子报、新闻与发行广告的联动机制,盘活集团资源存量,争取效益的最大化。

第二个课题:针对读者大众的新需求,必须实施版面信息结构创新,外延扩大再生产与内涵扩大再生产有机结合,立足“新闻扩容”,增强新闻传播的“必读性”。

改革开放以来,《长江日报》由日出对开4版扩展到对开彩印16版,在每一个发展阶段都具备了相对的规模实力,保持了在全国同级报纸中的领先地位。在不断扩版的同时,也注重内容的创新,办报质量得以整体提高。实践告诉我们,求新与求深、外延扩大再生产与内涵扩大再生产的有机结合,是深化新闻改革的必由之路。

跨越新世纪门槛的时候,我们在《长江日报》开拓创新谋划过程中,对此有了更加清醒的认识,其基本思路是“新闻扩容,适度扩版,随机运作,提高效益”,把“新闻扩容”摆在首要位置。

在制定2001年办报方案之前,我们邀请中国人民大学舆论研究所,对武汉报业的竞争态势和本报的基本状况进行了专项调查。结果表明,读者对报纸内容提出了更高的要求——“必读性”。说到底,报纸“规模为王”的基础是“内容为王”,没有内涵的提升与优化,规模扩张也就失去了依托。

根据调查中读者的评价,本报的总体传播形象是“一张能够使
人获益不少的、精心制作的、时效性强的、有相当深度的、信息量大
的报纸”,其独特价值体现在“权威性”方面。而实用性、贴近性、创
新性尚有不够,这些妨碍了读者对本报的“必读”选择。

为此,版面信息结构的创新,要围绕增强报纸的“必读性”做文
章,努力将“权威性”优势转化为“必读性”优势,提高报纸进一步走
向市场的适应能力。

——强化“新闻纸”。巩固和发展近几年新闻改革的成果,继续
加重新闻版,增加新闻报道信息含量,丰富新闻传播品种。读者对
报纸的选择,实际上是对新闻的选择,只有不断加大“新闻纸”的含
量,才能增强对读者的吸引力,才能称得上必读性。特别要重点突
破要闻版,对程序化、工作性报道实行新闻化操作。对重大方针政
策、重大新闻事件的宣传和发布,要从市委、市政府要求的高度立
意,从普通市民关心的角度入手,力求宣传价值与新闻价值的高度
统一。在具体版面结构调整中,“综合新闻”与“分类新闻”相互呼
应,开辟都市新闻、产经新闻、教科文卫新闻专版,既“面面俱到”又
重点突出,方便读者直接进入阅读状态,获取各自“必读”的信息。

——提高“关注度”。在增大信息量的同时提高信息质,在做好
时政新闻的同时拓展生活新闻,以适应机关报向自费市场的挺进。
为提高“关注度”,一是把新闻做“热”,多抓读者普遍关心和渴求了
解的热点问题,勇于正视矛盾,善于舆论监督,揭示社会转型中的
新变动、新碰撞、新萌芽,给予实事求是的回答。二是把新闻做
“实”,及时传递生活消费领域的信息,使之不仅内容实在,而且具
有实用价值,成为人们的“案头必备”。如《健康百事》版“我谈我病”
专栏文章常为读者争相传阅和剪贴,结集成书后又不胫而走。三是
把新闻做“近”,在突出报道本地新闻的同时,尽可能拉近各类信息
与读者需求之间的距离,寻求贴近读者的切入口。当前,人们生活
水平提高,闲暇时间增多,“休闲时尚”方面大有文章可做。机关报

就是要寓服务于报道之中,不断强化对读者的亲和力。

——突出“个性化”。在报纸林立、信息重复、“新闻克隆”现象较为普遍的背景下,传播的“个性化”为读者所特别看好。创立独家品牌,营造传播特色,适应特殊口味,是信息结构创新的本质体现。要尊重本地读者的价值观念与文化遗产,以独有的内容和形式,充分展示自身的“个性化”品质。对此,要进行系列化的策划与运作,凸现报道特色、评论特色、专栏特色、副刊特色、包装特色,精心创立品牌。我们曾推出和正在操作的“读者点采”、“京沪立交桥”、“二十年前我高考”、“家庭老照片”、“疑点探访”、“新观察”等栏目,都产生了良好影响。在“个性化”竞争的时代,要采取有力举措,建立催生这类“土特产”的创新机制。

“必读性”内涵丰富,天地广阔,它是办报人在“可读性”基础上追求的一个新目标。

第三个课题:针对网络媒体的新冲击,必须实施媒体种类结构创新,传统媒体与新兴媒体有机结合,开辟新闻网站,抢占网络信息领域的制高点。

在党的十五届五中全会关于制定“十五”计划的建议中,利用和发展互联网,实行电信、电视、计算机三网融合,已列为重要战略举措。21世纪,将是以互联网为代表的电子信息时代。

互联网的迅猛发展,带动了“第四媒体”——网络媒体的发展,形成全球燎原之势。由于网络媒体信息容量大、传播速度快、更新频率高、覆盖范围广,交互功能强,很快赢得受众特别是年龄轻、学历高、收入丰受众的青睐。这对传统媒体之一的报纸构成新的冲击,将直接影响报纸的广告收入。在这种情况下,是“任凭风浪起,稳坐钓鱼台”?还是“临渊羡鱼,退而结网”?

显然,在新的世纪,新闻传播的经济环境、技术环境、受众环境都不同了,仅靠报纸这种单一媒体去角逐市场,无法与席卷而来的网络信息浪潮相抗衡。物竞天择,适者生存,抢占先机方是制胜之

策。这方面,长江日报社创下两个“第一”:一是1998年5月推出“长江日报电子版”,成为华中地区第一家自建平台的“网上日报”;二是2000年9月将电子版升级为“汉网”,在湖北报业中第一家开通新闻网站。这两个成功的尝试,标志着我们在积极主动地抢占网络信息领域的制高点。

运用现代化技术手段,涉足新兴媒体领域,并不意味着忽略或放弃传统媒体,而是要辩证处理好二者的关系,让传统媒体为新兴媒体提供“发射座”,让新兴媒体为传统媒体插上腾飞的“翅膀”。同时,通过“汉网”的发展,努力步入“新经济”的快车道,以实现应有的经济价值。

——报纸与网络互动 创造传播优势。升级后的“汉网”,在原有“电子报纸”的基础上,扩大了新闻容量,开辟了“滚动新闻”,并在形式上重新包装,客户访问量逐月递增,影响波及52个国家和地区,增大了长江日报“报系”的传播广度,展示了两种媒体“嫁接”的独特优势。过去,我们有过与电台、电视台三家联办“热门话题纵横谈”的尝试;今天,我们更有条件让自己拥有的报纸与网站互动。一方面,长江日报“七报一网”的格局,在构架上具有“信息总汇”的意义,报纸所拥有的新闻资源,可以全部为“汉网”整合利用;另一方面,“汉网”对突发事件可以迅即报道,对热点问题可以深入讨论,报纸则后续跟进或超前提示,二者反复滚动必将提高传播效果。这种纸质传播的“电子化”和电子传播的“纸质化”相互转换,可以最大限度“榨取”新闻资源,为我们争取更广泛的受众。

——新闻与商务互动 创造经济效益。媒体产业被称之为“注意力经济”,网络媒体更是如此,最终要能带来可观的经营收入。在新世纪的报业经济发展框架中,网站应与印刷、发行、广告一起,成为主业经营中的支柱,作为经营实体而自负盈亏,创造利润。在近期内,要加紧研究新闻与商务的互动,以新闻传播扩大受众来争取广告,以商务活动开拓经营来支撑网站。还要利用“汉网”这一四通

八达的载体,实行纸质广告与电子广告的叠加,丰富广告的表现形式,挖掘潜在广告资源。发行也可以通过网站渠道发展“网上征订”,开展配送业务,既拉动自身发行,又发展新的业务项目。

值得特别提出的是,伴随科学技术的日新月异,纸质媒体与网络媒体的联手将是未来世界媒体发展的一个趋势。因此,长江日报社纸质媒体与“汉网”的融合发展,将推进整个报系向网络传播时代的转变。

世纪之交,新闻媒体正处在竞争的风口浪尖,沉浮只在倏忽之间。勇于应战者,善抓机遇者,才是真正的竞争者。

实施报纸系列结构创新,组建报业集团,为的是“以大击小”,竞争的是规模;

实施版面信息结构创新,强调内涵改革,为的是“以优击劣”,竞争的是质量;

实施媒体种类结构创新,介入网络领域,为的是“以快击慢”,竞争的是速度。

这种规模、质量、速度的全方位竞争,显示了机关报积极主导竞争的强劲势头,是机关报在新世纪加快发展的战略选择。

(本文载《新闻战线》2001年第1期)



熊 伟

长江日报社党委副书记、总编辑，高级记者，享受武汉市市政府特殊津贴。1971年参加新闻工作。他直接组织、参与采写和编辑加工的各类新闻作品中，有6件获中国新闻奖（含全国好新闻），有20件获省级新闻奖；经他策划和指导，产生全国性或区域性影响（指为中央、省市领导肯定或由多家报刊报道）的新闻实践活动有十多项。获第二届中国韬奋奖提名奖。第四届全国百佳新闻工作者。获“湖北省新闻出版名人（编辑）”及湖北新闻工作先进个人称号。