

新闻

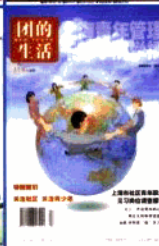
青年报
YOUTH DAILY

XINWEN PINPAI

品牌

2006

“青年论坛”论文集



青年报社编

上海人民出版社



新闻品牌

XINWEN PINPAI

2006

“青年论坛”论文集

青年报社编

世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻品牌:2006“青年论坛”论文集/青年报社编.
上海:上海人民出版社,2006
ISBN 7-208-06610-8

I. 新... II. 青... III. 社会科学-文集
IV. C53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 131947 号

责任编辑 江剑伟
特约编辑 黄建章
装帧设计 周艳梅
技术监制 伍贻晴

新闻品牌

——2006“青年论坛”论文集
青年报社 编

世纪出版集团
上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行
上海商务联西印刷有限公司印刷
开本 635×965 1/16 印张 23.5 插页 4 字数 341,000
2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷
ISBN 7-208-06610-8/G·1104
定价 50.00 元



□2006年7月23日，青年报社举办第二届“青年论坛”



□《青年报》夜班新闻中心



□《青年报》本地新闻中心



□《青年报》财经新闻中心



□《青年报》文体新闻中心



□《青年报》总编室



□《生活周刊》编辑部



□《学生导报》编辑部

青年报社“青年论坛”顾问

马春雷(共青团上海市委书记、上海市青年联合会主席)

吴振标(中共上海市委宣传部新闻阅评督查组组长)

李跃旗(共青团上海市委副书记)

黄芝晓(复旦大学新闻学院教授、博士生导师)

青年报社 2006 年“青年论坛”论文集编辑委员会

吴烨宇 王雪军 谢庆甫 朱晓昆 杨 桦

钱 跃 李炳刚 时永刚 吴纪椿 余 辰

郭 烜 庄亚权 张海珍 田雨均 龚炜斌

陈晓培 王 蔚 陈 震 钱 炯

主 编 吴烨宇 朱晓昆

副主编 李炳刚

图片提供 蔡广新 蒋林宏 施培琦 吴 恺 郭亚佳

马 骏 杨 磊 侯 啸 张 弦 施剑平

佟 郁 董 莺

《青年报》品牌建设的思考 and 探索

(序言)

吴烨宇

全面加强媒体品牌建设,做大做强正面报道影响力是上海报业发展的重要战略课题,也是《青年报》谋求新一轮发展的根本动力。综观《青年报》57年的发展史,一个客观事实是,团属新闻舆论阵地的作用正在减弱,而大众传媒的社会功能日益显著。这样的变化既有客观因素,也是主动选择的结果。《青年报》曾经是在广大青年特别是学生群体中享有很高声誉的报纸品牌,其影响在很长时期甚至覆盖了整个华东地区。但伴随着社会的深刻转型和青年群体的急速分化,加上报纸自身发展的相对滞后,其品牌价值和社会地位不仅没有得到巩固反而被严重削弱,而且直接导致了报纸在一段时间内出现了定位游移、经营滑坡、影响力减弱等不利局面,在2003年全面改革前已经处于被市场边缘化的状态。

从2003年9月起,《青年报》进行了历史上最大胆的改革,改革的焦点或者说至今仍争论的一个话题是:《青年报》究竟应该以“继续强化团属新闻舆论阵地”为核心,还是以“积极发挥大众传播功能”为己任。3年来的改革实践表明,《青年报》只有尊重新闻的一般规律,充分发挥大众传媒的社会功能,才能依靠其品牌价值去更有效地服务共青团、服务广大青年读者;《青年报》作为新闻纸的一般特征体现得越充分,它所承担的教育引导青年的特殊责任、长期责任才越能得到根本保证。所以,《青年报》的改革,是在社会主义市场经济条件下文化体制改革和创新的具体探索,也是重塑《青年报》品牌价值的主动选择。

我们在探索《青年报》重塑品牌的道路上不是一帆风顺的,因为我们已经面临中国报业发展的新阶段,更无法回避中国报业发展的客观周期。总结改革开放以来的中国报业发展,我认为至少经历了四个阶段,形成和跨越这些阶段的发展动力有着很大的不同。第一阶段是“低成本、低成长”阶段,主要依靠计划行政的推动方式,报业发展相当缓慢,虽然很多报纸发行量创造了历史最高水平,但并不表明其成长性处于最佳状态。第

第二阶段是“低成本、高成长”阶段,这主要归功于报业体制的创新,引入了“事业单位、企业管理”的机制,报业经营的企业化极大地激发了报业的创造潜能。第三阶段是“高成本、高成长”阶段,主要依靠市场化改革和集团化整合的推动,不仅报业的整体实力得到全面提升,而且报业的外部市场环境和产业链的各个环节也都实现了全面的发展。而目前,我们已经进入第四阶段,即“高成本、低成长”阶段。

报业经过10年的高成长发展后,进入到“高成本、低成长”阶段,这既有网络等新媒体迅速崛起的因素,也有报业自身如何与时俱进的问题,“寒冬论”、“拐点论”对此都进行了深入的分析。进入这个发展阶段,报业要继续有所作为,根本还是要形成新的发展动力和核心竞争力,关键是要实施品牌建设和创新,走内涵式发展道路。因此,像《青年报》这样本身不具有集团背景和资源整合优势的报纸,必须在品牌建设方面大胆创新,使品牌建设成为《青年报》新的发展动力,并且重新调整自身发展的优先顺序,把“做大做强”切实转变为“做强做大”。

对《青年报》在特定阶段的一般规律和发展动力的研究和判断,是《青年报》品牌建设的前提和首要任务。同时,我们在品牌建设的具体实践中,还在不断深化对办报三个基本关系的把握。

一是把握好“机关报、都市报、综合日报”的关系。

《青年报》的定位在历史上有过不同表述,但从1949年创办至今作为共青团机关报却从未改变。2003年的改革又提出了办主流都市报的理念,2005年在管理部门界定上海报业格局时又被赋予了综合日报的地位。因此,《青年报》在品牌建设中对其定位和文化特征的认识上就有着很特殊的方面,不是机械的组合,也不是在不同版面的简单体现,集中起来说,《青年报》品牌建设必须使三者兼具,互为渗透。

符合机关报特征。“青年的性格就是时代的性格”,《青年报》要姓“青年”,核心还是要按照党对共青团和青年的要求,在社会主义和谐社会建设中勇于承担教育引导青年一代健康成长的历史使命。如何让机关报不办成会议报、文件报和组织内部的刊物,必须对机关报的发展有新的认识和定位,其判断标准应是机关报能否最大程度地体现和反映不同历史阶段党和共青团对青年的要求,具体任务可概括为:教育引导青年永远跟党

前进,引领青年勇开文明风气之先,大力培育青年的科学媒介素养,积极弘扬主流时代精神。

体现综合日报特点。《青年报》经过长期实践,形成了“让年轻人成熟、让成熟的人年轻”的办报理念,倡导以健康理性又充满活力朝气的青年眼光去看世界、看时代、看社会、看人生。为此,与其他综合日报相比,《青年报》除了注重新闻内容的综合、平衡,提供各种丰富的信息外,在新闻取向和编辑风格上秉承的原则是,严肃题材生动表达,时政报道民生视角,公共新闻青年立场,主流地位以我为主。

发挥都市报特长。都市报作为一种报纸分类概念,强调的是面向市民、面向生活、面向市场,除了价格低廉、自费订阅、市场化经营管理外,尤其要关注新闻事件,捕捉社会热点,开展批评报道,实行舆论监督,开发服务价值,拓展信息渠道,突出实用新闻,重视新闻软化。都市报的这些特长,不仅坚持了党管媒体的政治取向和“三贴近”的要求,又坚持了文化创新的市场取向,同时贴近了青年读者对新闻的选择要求。

二是把握好“读者、市场、业内”的关系。

在探索《青年报》品牌建设的过程中,我们提出了加快建立“读者、市场、业内”三位一体的品牌评价体系的目标。要在细分市场中找到《青年报》的位置,就必须跳出简单模仿、取向单一的粗放型办报形式,努力把版面内容与目标读者需求更加紧密地结合起来,摸索出适合《青年报》发展的品牌特性。从现在的评价体系看,多的是自我感觉,缺的是来自读者和市场的综合评价与反馈,业内评价也存在着不少跟风现象,没有在形成品牌特色上真正深入下去。

为此,我们把品牌评价体系具体确定为,以能否有效传播符合目标读者与市场需求的新闻或信息资源为基本标准,建立直观、量化的评价指标,以此不断促进报纸定位更准、经营价值更大、社会影响更强、发展态势更持续。尤其是把广告吸附力和消费市场的影响力放在一个十分重要的位置上,积极借鉴资本市场和消费市场的评价指标,通过专业调查机构和读者调查,关注读者心态和文化含量,贴近办报实际,获取真实情况,把市场调研数据用好,以此为参照系加强品牌建设的投入与维护,真正使《青年报》的品牌建设达到读者满意、市场认可、业内肯定的积极效果。

三是把握好“个人判断、新闻判断、社会判断”的关系。

任何报纸品牌建设的前提都是确保新闻的真实、客观、全面和公正，这直接关系到报纸的公信力和生命力。那么如何保证在信息爆炸时代的这种新闻要求得到有效贯彻？我认为必须探索新的新闻发现路径。目前，报纸的生产大多走的还是传统路径和顺序，即个人判断优先于新闻判断，新闻判断优先于社会判断。反过来讲，众多新闻之所以出现导向错误、虚假或不实，往往就是因为个人判断误导新闻判断，新闻判断偏离社会判断。

实际上，真实、客观、全面和公正，是新闻判断的社会效果，也就是说，能否实现这种社会效果，不应该由新闻从业者个人或小群体来评价，而应该由社会来评价。在新闻报道中，无论是记者、编辑甚至是总编，我们做出的任何新闻判断实际上都是以个人判断为前提的，都难免打上个人或群体的烙印，只是不同的政治素养、知识结构、经验积累、判断标准等发挥的作用有所不同而已。但即使如此，我们的新闻判断能否最真实地还原、尽量地接近社会发展的本来面貌、客观反映各种社会力量的博弈结果，就很值得我们去思考和努力。从这个意义上讲，《青年报》品牌建设，必须时刻关注和重视新闻发现的路径选择，坚持以马克思主义新闻观为指导，坚持增强基于青年立场和视角的个人判断，只有使我们的个人判断能够准确地解读了社会判断，我们才可能最大程度地使新闻判断达到真实、客观、全面和公正。否则，品牌建设就会经不起现实的考量和历史的检验。

综上所述，《青年报》品牌建设的探索是个复杂而长期的过程，不仅需要理论认识不断的深化，更要努力渗透到每个具体从业者的思想和观念之中。而且，这种品牌建设的结果，不仅仅看是否取得了多少可观的经济效益，而且要看是否能够在和谐社会构建中创造出良好的社会效益。社会效益第一的原则同样是品牌建设成功与否的落脚点和试金石。

未来，《青年报》品牌建设还面临着—项十分重要的任务，就是媒体责任再造。当前我们正在建设社会主义和谐社会，和谐社会是“和而不同”的社会系统和有机体，因此，媒体在建设和谐社会中扮演了十分重要的角色，承担了重要的政治、文化、道德等责任。媒体责任不是一个抽象概念，

而是与社会发展的需求系统联系起来的,也是受到社会利益供求关系影响的。有什么样的社会利益诉求和客观需要,媒体就要去承担应有的社会责任。担当、肩负责任的前提应该是首先明确责任是什么样的问题,现在各类媒体都在讲要担当媒体责任,可是各个媒体定位不同,一般责任虽相近,但具体责任肯定是各异的。《青年报》今天承担的责任和过去承担的责任实际上已经发生了很大的差别,它的责任不仅是青年群体,还应该包括广大社会普通阶层这个更大的群体。《青年报》在品牌建设的探索过程中,之所以始终把青年问题、民生问题放在重要位置,不仅是定位使然,更重要的是要再塑自己的媒体形象,进一步明确自己的媒体责任。现代社会把选择权交给青年一代,这是社会的进步;引领青年一代去学会运用和掌握选择权,这也是媒体特别是《青年报》的责任。直到今天,绝大多数青年和一般社会人群,尚没有更多机会直接参与公共生活,他们更多的则是通过媒体设置的话题来了解社会或间接参与社会。而目前,由于大多数媒体因为各自定位的区别、读者受众的差异、经营战略的错位,使得贴近青年和一般社会人群的媒体覆盖面不足、贴近性不强、影响力不够。因此,《青年报》品牌建设,就必须以媒体责任再造为长期使命,不断调整、充实和完善自己的办报理念和精神主张,努力使《青年报》在青年一代及更广泛的普通社会人群中的品牌影响力随着自身责任的塑造和内化而越来越广泛、越来越持久。

(作者系青年报社社长、总编辑)

建设良好的国际舆论环境

——在青年报社第二届《青年论坛》上的演讲

(特稿)

赵启正

(2006年7月23日)

演讲提纲

在当今国际关系的格局下,任何一个国家的发展不仅依靠该国国情,也受制于国际环境。国际环境包括经济的、政治的、军事的、文化的和舆论的等多种环境。国际社会对一个国家的总体印象和评论通过媒体的报道形成了对该国的舆论,舆论的总和就是舆论环境。舆论环境是随时变化的,内容也是复杂的。舆论环境与其他国际环境也是互动的,它起到传递信息的作用,把政治、经济、文化等各方面的事实选择性地传播,其中,可能有夸大的传播,也有不实的传播,没有被媒体选中的也就不传播。世界进入信息时代后,国际舆论环境对一个国家的利益也比以前有更重要的影响。

大家都知道,信息时代有三个重要的要素:一是经济全球化的需求,二是全球多极化的需求。还有第三个要素,就是现代通讯技术的发展,最重要的是因特网和卫星电视。由于互联网和卫星电视的发展,又出了很多新的故事,简直就是千里眼、顺风耳,这对国际政治的影响也是显而易见的。

国际舆论的产生和传递的过程一定有一个舆论源、信息源,例如,一个突发事件、政变、战争或一场重要人物的演说,然后通过媒体传达给受众,如果媒体不选择它作为新闻,那么这个信息就不能进入舆论。可见,由于媒体处在必经的中间环节,它的立场及表达方法对舆论有重大影响。

我国对国际舆论的重视也随着时代的发展在进步。胡锦涛同志在十六大以后,多次把国际舆论和国家安全联系起来。他指出,做好对外宣传工作对维护国家安全,实现新世纪新阶段的发展战略和目标越来越重要。因此,我们必须从维护国家利益的大局出发,高度重视舆论对维护国家安全的重要作用。

国际舆论非常复杂,可以分成军事的,经济的,文化的,政治的,等等,或者按照不同的国家传播出的舆论来分类。从整体上看,对中国有利的

舆论总体上是增加了,因为改革开放我们不断取得成绩,加强对外交流也消除了某些对我国的误解。需要指出的是,西方主流媒体仍旧以负面报道为多。所谓负面报道就是歪曲事实,贬损中国,在意识形态上攻击中国,其中宣扬中国威胁论是它们的惯用手段。

总的来说,发展中国家对中国的舆论是比较友好的,他们大多认为中国的发展有利于全球的发展,中国的对外政策是正确的,中国的发展模式对于他们是有参考作用的;但是发展中国家的新闻工作者多数都是西方国家培养的,因此,他们运用西方媒体的报道方式是习以为常的。

美国是名副其实的全球的信息霸主,全世界的重大新闻可以说由几个通讯社和电视台垄断,他们资金强,经验多,网络遍及世界,“西强我弱”的态势显而易见。对中国的报道存在偏见,甚至攻击,主要有两个原因:一是意识形态不同,另一个就是利益冲突,如经济利益的冲突。

在这种背景下,中国威胁论在政治、经济和军事三个方面都有所表现。在政治方面,说中国冲击了现有国际秩序,使美国的亚太战略出现危机。经济方面,说中国经济的扩张严重打击了别国产业,并造成美国对我贸易的巨额赤字。军事方面说是加速扩展,威胁亚洲的安全格局,等等。

他们鼓吹的中国威胁论,实质上是为了遏制中国的发展而蓄意制造的谬论。其目的是为加强美国在中国周边国家驻军,破坏中国的地缘政治环境,向亚洲国家或地区出售武器。

面对西方媒体对中国真实情况的严重歪曲报道和评论,面对舆论传播力量“西强我弱”的现实,我国必须加强向世界说明中国的舆论力量。建设一个良好的国际舆论环境是改革开放的需要,是建设社会主义强国的需要,是在激烈的国际竞争中赢得主动的需要,是加强国家安全的需要。今天,加强向世界说明中国有许多有利条件:第一,世界对中国的信息需求与日俱增;第二,中国正处于有目共睹的不断进步之中,有丰富的外宣资源;第三,我们有了初步的经费和经验,有了丰富的对外表达的资源,还要有好的表达方式。要达到好的传播效果,就要针对外国受众的文化背景,善于表达中国的故事。“中国故事国际传播”的载体很多,如新闻发布会、外文报刊、政府白皮书、互联网,等等。

向世界说明中国的真实情况,不止是国家领导人、外交部和宣传部门

的责任,还需要公共外交(包括民间外交)的参与。在公共外交之内,向世界说明中国,建设良好的国际舆论环境就特别期盼广大新闻记者的更多支持。

下面欢迎大家提问。

吴焱宇(青年报社社长、总编辑,以下简称吴):希望大家提的问题越难越好,越刁钻越好,这是我们非常好的一个找新闻点的机会。

赵启正(全国政协外事委员会副主任,原国务院新闻办公室主任。以下简称赵):今天出席这么多人,您能叫出多少人的名字?

吴:大多数都能叫得出。

赵:好,真好!

江敏(《青年报》财经部记者):我的问题偏个人化一些。我是个球迷,世界杯的球赛您看吗?您平时生活中兴趣爱好在哪些方面?

赵:我不太看球,因为看不懂。我没有太特别的爱好,唯一爱好就是喜欢看书。如果一天不看几页书就感觉不适,只要几天不看书,说话肯定会干巴,就缺少足够的词汇和表达力。因为职业习惯,每天也看“国际动态”,北京国际广播电台和《China Daily》每天都有国际舆情汇编。我还喜欢有思想性哲理性的书,如果思考和谈话没有思想性和哲理,就会陷入盲目、会不知所云。还喜欢与记者聊天,因为记者对事物比较敏感,能帮助我看社会,告诉我听不到、不知道的事物。(鼓掌)

蒋天(《生活周刊》记者):您对记者有比较深入的了解。您觉得作为一个优秀的记者应具备怎样的素质?

赵:优秀记者应该有广泛的知识,敏锐的观察力,正确的立场和高度的责任感。我在国务院新闻办工作了接近八年,与国内外记者接触很多,我发现有些中国记者在参加新闻发布会前的准备不如外国记者充分。许多外国记者很用功,他们往往事先调研所提问题的背景,有充分准备再提问题。叙述时条理较分明问题较鲜明,甚至我们不知道的情况他们都掌握。而我们有些记者事前准备不够,所提问题比较平淡。我多次遇到中国记者问外国政要“您到中国访问有什么感想”之类的平淡问题。(笑声)要有突破性的问题,才有价值,读者才喜欢;这就像打网球并不一定要我战胜你或你战胜我,最好是双赢,大家要听的就是精彩的对话。



顺便再说一句,沟通能力人人都需要,但在所有的行业中这个本领对记者最重要。一个记者不善沟通是不可能做大贡献的,沟通的基本方式是对话,对话是人天生就会的但不是人人都做得好的。最近有个调查:“对于新毕业的大学生最不满意的是什么?”结论是不善沟通。中小学生的课本里有很多散文、政论和诗,但是对话特别少,特别缺少现代对话范文。也许有时有的记者问不出出色的问题,《青年报》的记者去了就问出来了?我希望你们在沟通能力方面胜人一筹。(热烈鼓掌)

张海珍(《青年报》总编辑助理、财经中心主任):刚才听了您的演讲,我深深折服的是您睿智、渊博的学识和大气,以及对外交精确的把握。我在网上看到一些高中生对这类问题也非常感兴趣,他们看了您网络版的书还要去买纸质版的书。您在刚出的这两本《向世界说明中国》之前有没有想到有这么好的一种效果?是什么原因促使您尽快出这样一本书?是不是想把这些有感染性的思想尽快地传达给大家?谢谢。

赵:出这两本书是一些朋友促成的。他们认为这种题材会受到欢迎。虽然它们不算政论,也不算小说,到书店也不好分类,但第一本(演讲和谈话录)已印了8次,第二本(沟通艺术)也印了4次,我的确是想给大学生和年轻干部看的。我发现一些很优秀的人有时不能充分表达自己。表达