

激情与理性

楚天金报论文集
2004年卷

CHUTIAN JINBAO LUNWEN JI 2004NIAN JUAN

主编：韩少林

新华出版社

激情与理性

楚天金报论文集(200

江苏工业学院图书馆
藏书章

新华出版社

激情与理性

《楚天金报论文集(2004年卷)》编委会

主 编 韩少林

编委 韩少林 孙国平 陈力峰

吴铁洪 冯正安 范步登“支持克里” 25

陈和玉 张国安

步登“支持克里” 25

编

真叫快! 理论上1秒即可下载数部电影

图书在版编目 (CIP) 数据

激情与理性：楚天金报论文集2004年度 / 韩少林主编. -北京：
新华出版社，2005.12

ISBN 7-5011-7322-2

I .激… II .韩… III .报纸-新闻工作-文集 IV .G215-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第146744号

激情与理性

楚天金报论文集 (2004年卷)

韩少林 主编

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路8号 邮编：100043)

新华出版社网址：<http://www.xinhuaapub.com>

中国新闻书店：(010) 63072012

新 华 书 店 经 销

湖北荆州今印印务有限公司印刷

*

787毫米×1092毫米 16开本 29印张 530千字

2005年12月第一版 2005年12月荆州第一次印刷

ISBN 7-5011-7322-2 定价：48.00元

新闻创新 特色立报

我有我高度 我瘦我精彩

金报追求：办中国最好看的报纸。

金报口号：更时尚，更好看，更有用。

金报承诺：内容更新鲜，反应更迅速，服务更到位，

策划更深刻，干预更有力。

金报品质：开放思维，创新意识，新锐风格。

金报理念：好信息是金，好服务是金，好情感是金，好报纸是金。

金报宗旨：全心全意为市民服务。

金报定位：新一代都市风情报，新一代市民生活报。

《楚天金报》系列丛书之理论卷②

CHUTIAN JINBAO LUNWEN JI 2004NIAN JUAN

爱金报的十个理由

纯正的情感话题
动态的生活手册
新锐的财经新闻
详实的股市资料
执著的市场监管
权威的求学信息
前卫的定位专版
简明的科技报道
深刻的独家策划
丰盛的文化盛宴

《真情倾诉》倾诉真情 首开先河
《生活情报》衣食住行 尽在其中
《财富金刊》独树一帜 厚重专业
《证券金刊》品牌专栏 权威服务
《消费试验》关注消费 矢志维权
《教育在线》一报在手 求学不愁
《阳光白领》全国首创 引领时尚
《科技前沿》立足生活 前瞻未来
《冰点焦点》透视现象 追问真相
《金报之夜》好戏连台 场场出彩



目录

Contents

第一辑

报纸品牌塑造琐议	罗以澄	(3)
初获成功可喜 前途任重道远	秦志希	(8)
时尚媒体 人文情怀	赵振宇	(10)
品牌·人文·责任	刘九洲	(13)
把金报办成上下满意的强势媒体	韩少林	(17)
新闻竞争的“第二只手”	韩少林	(24)
构筑思想品位:市民报再发展的“驱动器”	孙国平	(30)
未来的主流读者:白领阶层	黎阳清	(36)
略论一流传媒团队	冯正安 覃万钟 马 旭	(43)
对金报人才需求的几点思考	孔祥福	(51)

第二辑

新闻策划功效论	韩少林	(57)
从“外来妹”到“打工女青年”	韩少林 冯正安	(64)
金报周末晚会:精彩永不停歇	傅文仁 王 虹	(69)
开门办报的有益尝试	农新瑜 陈力峰	(72)
两篇获奖作品引出的话题	陈力峰 周寿疆	(76)
互动,拓展深度和宽度	蒋飞跃	(80)
人文关怀的光芒	魏世泰	(84)
一篇很有穿透力的感言	岑赤民	(87)

论新闻从业人员的哲学素养	范步淹	(89)
浅析记者跳槽现象	吴铁洪	(93)
现代报刊采编人员的风险意识	毕 卫	(97)
社区对话:新闻舆论监督方式的创新	程 平	(100)
社区对话:求真务实之作 改革创新之举	王映明	(103)
舆论监督应注意的几个问题	傅文仁 张文龙	(104)
舆论监督如何取信于民	王际凯	(108)
反思新闻报道的负面效应	包东喜	(112)
新闻失实浅析	张卫华	(118)
白领新闻的难点与突破	解鸿震	(124)
通联工作在现代媒体中的作用	何国琼	(128)

第三辑

社会新闻的中性化操作	陈力峰 农新瑜	(135)
沙里淘金	饶纯武 严斯林	(141)
试论非事件性新闻的价值及处理	石 亮	(145)
突发事件的报道策划	海 冰	(149)
事实就是武器	周寿疆	(154)
新闻采访中的“无我之境”	柯 锐 赵 莎	(159)
热线新闻采写刍议	张文龙 严斯林	(163)
深度源于创新	李昌建 张忠飞	(167)
试论深度报道的“深”与“度”	彭四平	(173)
抚慰受伤心灵 激扬人间真情	姜远海 张忠飞	(178)
观察:新闻的“眼睛”	郑志方	(185)
以案“说”法	艾红霞	(189)

试析公安报道的伦理把握	毕 卫(194)
高校新闻如何突出服务性	赵 飞(197)
失语——失衡——平衡	邵 娟(201)
前瞻 实用 科学 有趣	杨 涛(204)
“快乐成长”拒绝棒杀	赵 莉(208)
医疗新闻怎样贴近市民	王 灵(213)
戏剧性:新闻写作的支点	张国安(216)
新闻故事:让新闻更好看	王 义(228)

第四辑

过程化的经济新闻	章万钟 冯正安(235)
“模糊地带”新闻处理原则浅谈	马 旭 冯正安(238)
市民类报纸证券报道的思考	胡 芹(241)
如何寻找深度财经报道的兴趣点	张阳春(246)
激情与理性	朱安璋(251)
紧扣市民视角 编好“天天财经”	吴翠华(255)
民生新闻的公益性	戴 辉(260)
气象新闻:做足服务性	朱媛媛(264)
枯燥数据“变”趣味经济新闻	丁 玥(267)
怎样把握创业新闻的情感因素	郑锦凤(270)
在专业领域捕捉大众兴奋点	郑先正 胡 芹(274)
如何打造经济新闻的个性	严 华(278)
财经深度报道导语写作浅探	陈 光(284)
“投资理财”如何办出服务性	叶明蓉(287)
巧用“对话” 深入浅出	于丽娟(290)

第五辑

在可读性的基础上追求必读性	吴铁洪(297)
时事新闻的个性化编辑	邓 莉(301)
专刊编辑的“专家”意识	李 娅(305)
国际特稿制作刍议	周晓燕 曹俊华(308)
追求副刊影响力最大化	夏 文 周新颖 乔 奇(311)
情感文摘编辑中的再创作与“识假”	钟文俊(315)
“百味人生”专栏写作特色解析	尹应芬 马 庆(319)
倾诉记者的角色定位	周新颖 夏 文(322)
倾诉栏目的社会责任意识	占锦丽(328)
情感新闻的“三性”与拓展	张新雄(333)
以情动人 打造品牌特色	王晓娟(336)
从“侃侃三人谈”看报纸谈话栏目的采写	任宝华(339)
心理版如何拨动读者的心	肖清清(343)
综合性日报体育版与专业体育报风格的兼容性 谭新杰 童军鹏 黄鹏程	胡革辉(346)
小菜也能配出大餐	王 虹(354)
娱乐着并快乐着	吴 珂 熊 巍(357)
如何使时尚报道淡化副刊味	徐玲玲(362)
不拘一格“琢”标题	胡革辉 盛 勇(364)
新闻制题中的修辞问题	戴 军(367)
新闻摄影的“审美”与“审丑”	刘蔚丹(372)
新闻摄影视觉传播效果初探	万 多(376)



第六辑

图片是报纸版面的眼睛	邵 正 雷晓林(389)
浅析报纸版式的视觉优化	许梦娟(395)
追求个性化版式	王 娟(401)
运用版面语言塑造报纸形象	祁 玲(406)
报纸版面整体设计的艺术	高 燕 桂 琼(409)
浅谈娱乐新闻版的制作	彭媛媛(413)
日常版面的组版要求和方法	邓院平(416)
校对工作点滴谈	李 继(418)
论校对的职业修养	肖 洒(420)
校对无小事	杨利红(425)
五级控制 提升品质	何 华(428)
校对的“四心”	周萍英(431)

附 录

《楚天金报》大事记(2004.1.1-2004.12.31)	(435)
楚天金报 2003 年度重要新闻奖	(445)
楚天金报人员名单	(453)

第一辑

报纸品牌塑造琐议

——兼议《楚天金报》的品牌经营

◆罗以澄

在传媒业竞争风生水起的全媒介时代，新闻传媒资源过剩已经是不争的事实；受众是上帝，市场占有率是生存之本，新闻传媒惟有在现实的激烈竞争中以发展、以创新求生存，这也是不争的事实。

当前，报业的生存面对着三重竞争：一是多种传媒在争夺受众注意力这一紧缺资源，而受众是易变的、挑剔的、在不断分化的群体，如何满足受众需求是一个严峻的话题。二是传媒技术不断高速更新和进步带来的新媒体、新样式（如互联网等媒体不断裂变出所谓的各种媒体形式和内容），不断蚕食传媒现有市场份额，改变了受众的品位和结构；面对这一状况，传媒影响力作为一种创造力资源，其所塑造的受众的忠诚度便成了一个突出问题。三是同类传媒在有限的地域空间合纵连横、短兵相接，以内容产业和创意产业为主体的核心竞争力自然成为新闻传媒业界苦心寻求和经营的法宝，传媒的公信力和吸引力是至关重要的。这三者都涉及到一个核心问题，即把传媒做强。报业的经营靠什么做强？怎么做强？怎样实现注意力、影响力和竞争力的有机结合和融通？阿基米德说过：“给我一个支点，可以把地球撬起来。”新闻传媒做强的支点就在于品牌经营。在这方面，《楚天金报》做出了成功的探索和有益的借鉴。他们以品牌塑造为主体、以个性和品位为两翼的三角构架，构建良性经营和稳步快速发展的可喜格局。可以毫不夸张地说，“金报现象”是报业竞争中一个独特的成功模式。



一、张扬个性，突现报纸风格

品牌的核心价值就在于其不可替代性。传媒个性是不可替代性的起点，是经营品牌的首要步骤。个性来自哪里？在传媒资源过剩、受众时间和精力有限、并且受众的价值观念和阅读品位多元化的情况下，传媒市场细分的基准已经从人口统计细分、地理细分转向了心理细分和利益细分。围绕受众的感情需求和认同指向，在内容上出新，在独特的形式上布局定位，以合适的信息抵达合适的受众，赢得受众的信任和信赖的目标传播是其主要立足点。

报纸必须是有用纸，同时也是情感纸，只有贴近受众情感，其有用性才能得到有效发挥，否则就是无效传播。

作为武汉地区的市民报，《楚天金报》创刊最晚，从抢占市场的时机来说，并不占优势，可谓是在夹缝里求生存。在办报环境复杂、竞争激烈的情况下，《楚天金报》之所以能脱颖而出，原因就在于它实行了错位竞争，坚持张扬自己的个性，走出了独属于自己的路。金报的个性就是：注重深入挖掘人们内心深处的东西，深入挖掘新闻的人性化内涵，做到以“情”动人。

现代社会的都市人，在社会生活的大变化和大转型过程中，在资讯和知识爆炸的情况下，在情感上是相对矛盾和脆弱的，新闻传媒不仅是信息融会、交流的公共平台，也不仅仅是观念和意见交换的平台，而且还是情感沟通和释放的平台。《楚天金报》抓住了这一点，在深入调查受众和市场的前提下，给予报纸以“好信息是金，好服务是金，好情感是金，好报纸是金”的独特定位；其核心理念就是给信息以人性化的包装和服务性的开发，打造自己的个性。正是基于这一个性定位，《楚天金报》一投入市场，就得到受众的高度认可，从而横空出世，在激烈的市场竞争中，扎住了阵脚。用心和用情办报成为《楚天金报》独特的风格，也铸就了其在市场立足的无形资产优势。

首先，用情办报体现在其有效的读者定位上。《楚天金报》对都市丽人、都市白领、都市社区、边缘群体的生活和情感需求给予了高度的关注和开发，从而在众多的市民报纸竞争中抓住了自己的核心目标读者群，实现了对读者的错位开发，这在一定程度上，也填补了报业市场的空隙。

其次，用情办报体现在其贴心的风格定位上。《楚天金报》首创了“真情倾诉”栏目，对都市人的情感问题给予释放和调适，成为女性读者最为青睐的一个品牌栏目；首创了“阳光白领”专版，以对上班族的精神关怀、生活方式的关怀和利益的关怀为主轴，在维护主流价值的前提下，以前卫、时尚来拨动新锐的上班族的情感之弦；以深刻的独家策划，打造“冰点焦点”专版，对社会的边缘群体的生活和情感予以透视和追问，塑造与普通生活亲和的形象；以“百姓生活无小事”的理念，“社区报道”深入到社区内部，对百姓的家长里短、社区的人情冷暖热情关注，体贴百姓生活的忧与乐，关爱民生，做好民生新闻……这一切，便造就了温厚、平实、细密的报纸风格。

再次，用情办报表现在其厚实的内容定位上。打造“阳光型报纸”是《楚天金报》不懈的追求，在追求真实性、资讯完整和全面性的基础上，用平民化的情感视角选择新闻，予新闻信息以人性化的包装和解读，采写的新闻都朴实敦厚、明情见性，摒弃了很多市民报存在的新闻戏说化、冷漠化倾向，对社会生活的情和理有着把握的独到分寸。即使是对负面信息的报道，也给

人呈现的是有希望有温情的生活和世界。值得一提的是,《楚天金报》的情是他们所坚守的纯情和真情,坚决拒斥了煽情化的弊端。

金报的成功,还给新闻学研究提出了一个新的研究课题:即在同质化竞争的情况下,新出现的媒体如何错位竞争,赢得市场。

二、多维开发,成功塑造报纸品牌

注意力经济告诉我们,低成本的扩张与其说是以资本为纽带——搞资本扩张,还不如说是以品牌为标志——搞品牌扩张。大众传媒的竞争,有多方开发方向和思路,但核心目标是在品牌上下力和借力。把以智力资本为代表的无形资产的整合、开发作为主营点,塑造形象,集合传媒最需求的社会资本,取得社会和受众的信任与认同,是报业生存的最大社会资本。这是需要长期用心经营的品牌问题。

在《楚天金报》切入市场时,国内报业竞争激烈,报业竞争已从版面扩张、低价竞争、同质化竞争等初级阶段进化到了品牌竞争这一高级阶段。在这样一个竞争平台上,虽然《楚天金报》是一个新生的媒体,但它成功地把握住了这一规律,从一开始就把“内容为王”作为创业的根本,悉心打造自己的品牌。

报纸的品牌如何形成呢?首先在于用心经营栏目。《楚天金报》通过精心的策划,在凸现个性的基础上,开发和打造名牌栏目。一方面在独创性上着力,如“真情倾诉”、“教育在线”、“社区对话”、“新闻故事”、“阳光白领”等别具匠心的版面及栏目,领国内媒体风气之先,在读者中具有相当的号召力;“帮民工讨工钱”、“评选十佳打工丽人”等活动,吸引了大批的忠实读者。一方面在拓展报纸的有用性上下功夫,坚持为我所用的原则,大量吸收借鉴先进的办报理念和方法,以鲜明的个性为基点,以为市民理财和经济顾问的主线为连接点,嫁接各类畅销报的优势,开发了“都市民生”、“生活情报”、“消费试验”、“财富金刊”、“证券金刊”等多种民生服务性专版、专刊,实现报纸的整体结构的优化组合,构建与受众的“零距离”接触机制,为人们提供全方位的信息安全保障。

其次在于用心经营内容。一是在深度上着力,开掘报纸的独到性。这又表现在两个方面,一方面重视报头和“报屁股”的独家新闻的开发,每天把有价值的报道放在最重要、最显眼的位置上,展现自家品牌产品;另一方面注重连续系列报道的开发,如“社区报道”、“新闻故事”等版中的连续报道,使新闻报道的深度和力度都得到很大的提升,从而形成自己的品牌标志。二是在广度上着力,借鉴在线新闻的互动和链接方式,开辟了“在线”新闻





样式，在“社区对话”、“体育看台”等多个新闻版中，开展现场对话、电话热线、论坛连线、新闻故事化等新闻表现样式，从而实现传媒话语权向受众的转移，增强、深化了社会对新闻的参与度和受众对媒体的关切度，强化了品牌的延伸度和认知度。三是注重新闻的精致性。在竞争白热化的都市报市场，内容竞争是一个前沿战场，谁都难以永久保持栏目和特色的独占，特别是在传媒的策划和栏目的贴身打造与克隆现象相当普遍而又十分快速的情形下，新闻的创新向两个向度展开，前一个就是有开发新的栏目和报道样式的持久动力，后一个就是埋头苦干，把创新的内容精致化，这是一个需要耐心和定力的工作。这一点已越来越得到有所作为的新闻传媒的重视，《楚天金报》在这方面是做得比较好的，他们对每一条新闻、每一个新闻组合板块，每一个新闻栏目都悉心打造，精益求精，活化受众对报纸的约会意识。比如，该报的“新闻故事”、“生活情报”、“社区报道”等版面，提供了大量鲜活、明快精致的新闻资讯，用质量和信息的活力来支持和强化形式的创新。还值得一提的是，该报对品牌的系统性的整体经营，在报纸的版张、版面形式结构上，自始至终都精心经营，其明快、惹眼的报头，别具一格的版式，给人以强烈的视觉冲击，以蓝色为主调的首尾彩印版页，给人以温厚、纯正的视觉亲和力，使整个报纸形成统一、一贯的形象风格，强化了报纸的易识别性和品牌的影响力。

此外，金报最值得称道的是对活动的经营，实现活动与内容的有机嫁接和互动、互补。在湖北开纸质媒体推介文化活动的先河，精彩纷呈的金报周末晚会，既丰富了市民的文化生活，又支持了文化事业，同时让金报的品牌形象深入人心，此举可谓一举三赢。

三、坚持品位，坚守新闻专业主义

当前，国内媒体的焦点话题之一就是如何处理新闻专业主义与新闻消费主义的关系。所谓新闻消费主义，就是认为在市场化的竞争下，报纸本身也是商品，过去是 newspaper（新闻纸）如今是 usepaper（有用纸）；具体到传媒动作上，便是时下大众传媒都将争取到更多的读者、引起最广泛的关注作为孜孜以求的目标。而新闻专业主义，则涵盖了报纸的记者职业道德和媒体的公共利益追求。

在中国新闻传媒业的市场化转型之中，这两者的矛盾也就是利润最大化和社会利益最大化的矛盾相对突出，很多传媒在处理这对矛盾上是不尽如人意的。新闻的低俗化和腐蚀社会化的倾向，一直是传媒被社会诟病的问题，也是伤害新闻传媒自身发展根基的问题。纵观新闻传媒的发展史，一个成功