

中国传媒大学 研究生教育改革创新工程项目
报刊理论与实践方向硕士研究生教材

researches on the theory and practice of
Newspapers
and periodicals

报刊理论与 实践研究

主编 王武录
张晓红
刘 赞
刘伯贤

石油工业出版社

中国传媒大学

研究生教育改革创新工程项目
报刊理论与实践方向硕士研究生教材

报刊理论与实践研究

王武录 张晓红 刘 赞 刘伯贤 主编

石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

报刊理论与实践研究/王武录等主编.

北京:石油工业出版社,2012.6

ISBN 978-7-5021-9073-6

I. 报…

II. 王…

III. 报刊-新闻工作-研究

IV. G21

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第095350号

出版发行:石油工业出版社

(北京安定门外安华里2区1号 100011)

网 址:<http://www.petropub.com.cn>

编辑部:(010)64219111 发行部:(010)64523620

经 销:全国新华书店

印 刷:北京中石油彩色印刷有限责任公司

2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

787×1092毫米 开本:1/16 印张:16.25

字数:416千字 印数:1—1500册

定价:58.00元

(如出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有,翻印必究

《报刊理论与实践研究》

编辑委员会

委员:

- 王卫明 (南昌大学副教授、博士)
- 王 彤 (哈尔滨工业大学副教授、中国传媒大学 2007 级博士后)
- 王武录 (中国传媒大学党报党刊研究中心教授、博士生导师)
- 王佳航 (中国政法大学副教授、博士)
- 王泱泱 (北京市互联网宣传管理办公室工作人员、中国传媒大学 2010 级博士生)
- 邓晓梅 (广西师范学院副教授、中国传媒大学 2004 级硕士生)
- 巩 勇 (中国传媒大学 2008 级博士生)
- 成文胜 (中国传媒大学电视与新闻学院副教授、博士)
- 朱东升 (中央电视台《星火科技》栏目制片人、中国传媒大学 2000 级硕士生)
- 任 蕾 (兰州大学讲师、中国传媒大学 2008 级博士生)
- 刘卫东 (天津师范大学新闻传播学院院长、教授)
- 刘伯贤 (广西区党委宣传部网络宣传管理处处长、研究员、博士)
- 刘海明 (西南科技大学副教授、博士)
- 刘 超 (中国传媒大学 2010 级博士生)
- 刘 赞 (河北大学副教授、博士)
- 闫永栋 (中国传媒大学党报党刊研究中心办公室主任、博士)
- 李 伟 (新华社参编部编辑、中国传媒大学 2004 级硕士生)
- 李惊亚 (新华社贵州分社记者、中国传媒大学 2007 级硕士生)
- 李 鲤 (中国传媒大学 2008 级博士生)
- 宋兆宽 (浙江传媒学院教授、宁波大红鹰学院艺术与传媒学院院长、博士)
- 张传香 (天津师范大学讲师、博士)
- 张苏敏 (中国传媒大学 2009 级博士生)
- 张晓红 (中国传媒大学党报党刊研究中心常务副主任、电视与新闻学院报刊教研室主任、副教授、博士)
- 陈 洁 (浙江大学讲师、博士)
- 邵香云 (新华社天津分社记者、中国传媒大学 2007 级硕士生)
- 林 琳 (人民日报社总编室编辑、中国传媒大学 2008 级硕士生)
- 和 曼 (河北大学讲师、中国传媒大学 2011 级博士生)
- 胡海峰 (内蒙古锡林郭勒盟委办公厅主任助理、中国传媒大学 2003 级硕士生)
- 桂万保 (中国传媒大学 2009 级博士生)

高 晶 (天津外国语大学副教授、中国传媒大学 2010 级博士生)
郭存举 (经济日报社总编室编辑、中国传媒大学 2009 级硕士生)
黄 玲 (辽宁师范大学副教授、博士)
符万年 (西北政法大学副教授、博士)
梁小建 (南开大学讲师、博士)
曾 英 (山东大学威海分校讲师、博士)
詹新惠 (中国传媒大学电视与新闻学院副教授、博士)
翟方明 (国家煤炭地质总局工作人员、中国传媒大学 2004 级硕士生)
鞠立新 (华中科技大学 2009 级博士生)
魏 彧 (《天津日报》编辑、博士)

(以上按姓氏笔画为序)

副主编:

王卫明 闫永栋 曾 英 刘海明 王 彤 梁小建
黄 玲 魏 彧 王佳航 符万年 宋兆宽 成文胜

主 编:

王武录 张晓红 刘 赞 刘伯贤

目 录

第一章 引言	(1)
第一节 报刊的起源与发展	(1)
第二节 报刊的传播特点	(5)
第三节 党报的特点、方位及其在媒体格局变化中的现状、趋势	(9)
第二章 采访与写作	(21)
第一节 记者的起点——治学	(21)
第二节 采访的起点——“我要和你不一样”	(30)
第三节 了解读者——采访方法(一)	(35)
第四节 现场观察——采访方法(二)	(43)
第五节 事后访问——采访方法(三)	(51)
第六节 动笔之前	(63)
第七节 消息概述	(86)
第八节 通讯概述	(114)
第三章 编辑与评论	(149)
第一节 编辑学概述	(149)
第二节 《人民日报》的版面规范与版面风格	(157)
第三节 新闻评论概述	(167)
第四节 党的喉舌与新闻评论规律	(199)
第四章 竞争与合作	(208)
第一节 报刊与广播、电视、网络的竞争	(208)
第二节 报刊与广播、电视、网络的合作	(212)
第三节 报业的全媒体发展	(215)
附录一 采访学	(226)
附录二 当前我国报刊新闻宣传及经营管理面临的问题	(235)
后记	(252)

第一章 引言

课题“报刊理论与实践研究”为中国传媒大学研究生教育改革创新工程项目。

当我们(本课题组成员)把“报”与“刊”连用,即称“报刊”时,“报”是指“报纸”——“以刊载新闻和新闻评论为主的,面向公众,定期、连续发行的出版物”^①。“刊”不仅是指“刊物”——“登载文章、图片、歌谱等定期的或不定期的出版物”^②,而且是指“新闻刊物”——登载新闻、评论等的定期出版物。

据《辞源》介绍,“报”有八个出处,其二与我们所说的“报纸”有关。请看:“(二)告知。《战国策·齐》:‘庙成,还报孟尝君。’”^③同样据《辞源》介绍,“刊”有三个出处,其三与我们所说的“刊物”有关。请看:“(三)改定。晋杜预《春秋左氏传·集解序》:‘其教之所存,文之所害,则刊而正之,以示劝戒。’”^④

大家知道,作为最早出现的新闻媒体,报刊不仅承担着传播新闻、沟通信息、反映舆论、引导舆论、宣传思想、传播知识、提供娱乐等基本职能,而且为不同时期出现的其他媒体的发展奠定了基础。已有的新闻史表明,起码是中国新闻界的过去和现在告诉我们:随着广播、电视、互联网等媒体的先后出现,报刊既不断面临新的挑战,又随之调整自己的报道方式、报道重心。结果报刊不仅没有因为其他媒体的出现而消亡,反而进一步明确了自身方向,与其他媒体共同发展,在竞争中共存。

第一节 报刊的起源与发展

人类要生存,就需要不断了解周围环境的变动,随着人类活动范围的增大,了解客观世界变动的需求也随之增加。为了满足这种需求,人们在不同的历史阶段通过口头传播、书信传播、印刷传播、电子媒介传播等形式传递信息,从而带动了新闻媒体的发展、繁荣。简言之,人们对信息的需求,直接促成了报刊的出现;而这种需求的日趋增多和科学技术的进步,则推动了报刊的发展。

一、西方报刊的起源与发展

公元前59年,在罗马的公共场所就张贴有手抄的《罗马公报》。公元8世纪,欧洲一些国家已经开始出现一种抄写在羊皮纸上的以提供商情信息和国外要闻为内容的出版物^⑤。此后,这些出版物经历了三个阶段的发展,才成为一种独立的媒介形式,并且为近代报刊和现代报刊的出现奠定了坚实的基础。

① 中国大百科全书·新闻出版.中国大百科全书出版社,1990年版,第25页。

② 现代汉语词典.商务印书馆,1979年版,第623页。

③ 辞源.商务印书馆,1979年版,第615页。

④ 辞源.商务印书馆,1979年版,第342页。

⑤ 刘继南.大众传播与国际关系.北京广播学院出版社,1999年版,第3页。

(一)手抄新闻阶段

手抄新闻最早在意大利的威尼斯兴起。14—15世纪,资本主义商品经济开始在意大利萌芽,而威尼斯则凭借濒临爱琴海的地理优势成为当时繁荣的商业中心和贸易中心。为了判断市场供求状况,生产者需要了解市场需求和商品价格,以确定生产何种商品、保持多大规模;为了运输产品,购货商需要了解船舶、道路信息,以确定合理的运输路线,降低成本……在当时社会分工越来越明确、越来越精细的大背景下,一些人发现了这种市场需求,开始有意识地收集相关信息,如商品行情、道路交通状况、船舶航期等,出售给商品生产者和经营者。这些信息汇集在一起并手抄成小册子出售,因此被称为“手抄新闻”。其发行方式大致有五种^①:

第一,张贴在公共场所。周遭用绳子或栏杆围起来,形成一个阅读场所,想要阅读的人必须付一枚小铜元。

第二,张贴在一间房子的墙上。像开展览会一样,需要来这种房子墙壁前阅读的人得付一个铜元,这种房子被称作“新闻房”。

第三,沿街叫卖、兜售。就像买卖其他商品一样,每人收取腓币一枚。

第四,有针对性地按照需要接受加工订货。客户需要哪方面的新闻,这批人就专门代为打听,收费也较高。

第五,定期寄给订阅者。据记载,在梵蒂冈图书馆内,保存着当时一位银行家收集的两本手抄新闻,一本是1554—1571年的,另一本是1565—1585年的。由此推断,这位银行家是定期订阅手抄新闻的。

由于满足了当时主要受众的信息需求,手抄新闻很快由威尼斯发展到欧洲其他主要城市。

(二)新闻书阶段

1450年,谷登堡首创了活字印刷术,印刷机也很快问世。15世纪后半期至15世纪末,意大利、法国、荷兰、匈牙利、西班牙、英国、丹麦等国先后出现了以出版书籍为主的印刷所,一些印刷商在出版书籍的同时印刷出版记事性小册子,记述近期发生的大事,例如重大战役、自然灾害、节日庆典、王公葬礼之类。“这些内容说不上什么时效性,但对一般读者来说仍不失为新鲜的信息,从而带有某种新闻性”,因而被视为印刷新闻传播的萌芽^②。

16世纪末期,在记事性小册子的基础上,尼德兰的安特卫普(现属比利时)首先出现了不定期的新闻印刷品,其内容多为某些重大事件的报道,与记事性小册子相比新闻性明显增强。这些印刷品多为书本形式,因此被称为新闻书,也有单页的,通常在书店、集市或街头出售,有些还被翻译成英、法等国文字向其他国家发布^③。

与现代报刊相比,新闻书算不上严格意义的报刊,这是因为:新闻书基本上是不定期的;出版周期很长,新闻发布迟缓;没有固定的订户,只是在市场上公开出售;出版者多为印刷商,其主业是印刷其他书本,新闻书只是附带的印刷物^④。但是,它与手抄新闻一起,标志着古代新闻传播向现代新闻业的过渡,为近代新闻传播业的产生奠定了基础。

① 宫承波.现代报刊概论.中国广播电视出版社,2010年版,第3页。

② 程曼丽.外国新闻传播史导论(第二版).复旦大学出版社,2007年版,第5页。

③ 程曼丽.外国新闻传播史导论(第二版).复旦大学出版社,2007年版,第5页。

④ 宫承波.现代报刊概论.中国广播电视出版社,2010年版,第4页。

(三) 周刊、日报的兴起

周刊、日报等定期报刊的出现,标志着近代报刊的产生。1609年,德意志地区出现了两份周报:《通告—报道或新闻报》和《报道》。前者在沃尔芬比特尔发行,每周一张;后者在斯特拉斯堡出版。这两份周报被认为是世界上最早的定期报刊,此后又陆续出现了《法兰克福新闻》(1615—1902)、《法兰克福邮报》(1616—1866)、《马格德堡新闻》(1626—1955)等周报。

1650年,出版商蒂莫台斯·里兹赫在莱比锡创办了《新到新闻》,1660年,莱比锡印刷局长创办周报《莱比锡新闻》,三年后改为日报出版^①。这两份报纸存在的时间虽然不长,但标志着日报的出现。

1665年,英国的周报《牛津公报》率先采用单页两面印刷,与以往按书籍形式印制相比,这种报纸的印刷时间大大缩短,提高了新闻的时效性。1702年,伦敦出版的《英国每日新闻》,以两面印刷、四开小张的形式出现,初步具备了近代报纸的版形。

这一时期,报刊从一般的印刷出版物中分离出来,同书籍区别开来,成为以报道新闻、评论时事为主的传播媒介。同时,报纸与杂志也逐渐区分开来,与杂志相比,报纸的刊期更短,而且采用了散张、两面印刷、分栏编排等独特的形式^②。这些变化,都标志着报纸作为一种独立的传播媒介开始出现。

二、中国报刊的起源与发展

从时间上看,中国早期报刊的出现要早于西方,但在发展过程中,中国报刊还是大量借鉴了西方报刊的操作手法,特别是古代报纸向近代报纸转型阶段,更是与外国人士在华办报活动密不可分。

(一) 中国的早期报纸

中国最早的报纸是起始于唐朝的邸报,因为由“邸吏”负责传发,故称“邸报”。唐朝的邸报是封建王朝的政府机关报,由各地派驻首都的邸务留后使负责传发。唐代宗大历十二年(公元777年),邸务留后使改称进奏官,在上都知进奏院的统一管辖下进行邸报的发布工作。此后的宋、元、明、清都有类似的官报机构。邸报的内容主要是:第一、皇帝的诏书、命令和皇帝的起居言行;第二、封建王朝的法令、公报;第三、皇室的动态;第四、关于封建政府官员的升黜、任免、赏罚、贬斥等方面的消息;第五、各级臣僚的章奏疏表和皇帝的批评。没有一般新闻和言论^③。这与西方早期报纸的报道内容有很大差异,而且这种差异也决定了中西早期报纸读者对象的差别:西方早期报纸主要针对工商业者,公开发行,只要付费都可以阅读,更多地传递经济信息;邸报则主要针对官、仕阶层,更多地传递政治信息。“邸报只在封建统治机构内部发行,它的读者以分封各地的皇族和各级政府官吏为主,封建士大夫、知识分子和地方上的豪绅鉅贾往往也可以设法看到它的抄件,一般的庶民百姓是看不到邸报的”^④。

据中国人民大学教授方汉奇考证,十六世纪中叶,明朝统治者允许民间自设报房,在封建

① 程曼丽. 外国新闻传播史导论(第二版). 复旦大学出版社, 2007年版, 第6页。

② 程曼丽. 外国新闻传播史导论(第二版). 复旦大学出版社, 2007年版, 第7页。

③ 方汉奇. 中国近代报刊史. 山西人民出版社, 1981年版, 第1—2页。

④ 方汉奇. 中国近代报刊史. 山西人民出版社, 1981年版, 第2页。

政府的监督下,翻印从内阁有关部门抄来的一部分邸报的稿件,公开发售,这一类报房大多设在北京,所发行的报纸通称“京报”。大部分的京报是用雕版印刷的,也有手工誊写的,崇祯十一年(公元1638年)以后,才普遍使用活字印刷。

从明朝中叶起,开设报房、出版和派送京报就成为一项公开的行业,报房京报可以公开叫卖和接受订户,其读者主要是官吏、豪绅和钜贾。和官办的邸报一样,报房京报以刊载朝廷准许发布的官方文件为主,实际上是邸报的翻版^①。

(二)外国人在华办报阶段

19世纪,随着中国国力的衰微和西方国家实力的壮大,英法等国开始入侵中国,为配合政治、经济侵略,一些外国传教士、商人开始通过创办报刊对我国进行文化渗透。有从事中国报刊史的研究者指出,近代报刊在我国的出现是与西方国家的入侵和我国的半殖民地化同时开始的,最先用中文出版的近代报刊、最先在我国境内出版的近代报纸,都是外国人首先创办的。据统计,从1815年到19世纪末,外国人在中国及其近邻一共创办了近200种报刊,占有当时中国报刊总数的80%以上,在很大程度上控制了中国的新闻出版事业^②。撮其要者有:

1815年在马六甲创办的《察世俗每月统纪传》,这是外国人创办的以中国人为对象的第一个中文的近代报刊;

1822年在澳门创办的《蜜蜂华报》,这是中国境内出版的第一份外文——葡萄牙文报纸;

1827年在广州、澳门、香港创办的《广州纪录报》,这是在中国境内出版的第一份英文报纸;

1833年在广州创办的《东西洋考每月统纪传》,这是在中国境内出版的第一份中文的近代报刊。

最初,这些报刊主要以宣传宗教教义为主,从精神上麻痹中国读者,随着西方入侵我国步伐的加快,外国人陆续创办的报刊开始传播殖民地化的文明,甚至承担着刺探情报、干涉中国内政和进行蛊惑性的反华宣传等任务。在指出这一点的同时,又应看到这些报刊的出现,为中国近代报刊奠定了基础。譬如这些报刊上开始有新闻和言论,版面由原来的书册式改为单页式,新闻的标题开始受到重视,新闻文体增多,西方报纸的印刷设备和技术也随着这些报刊进入了中国,这一切都为此后出现的近代中国报刊提供了借鉴。

(三)中国人自己创办的近代报刊的出现和发展

随着与清王朝所代表的封建统治者相对立的中国资产阶级政治、经济力量的壮大,后者需要也可能借助报纸阐明主张,谋求地位;随着中国知识分子耳闻目睹鸦片战争尤其是甲午海战后的觉醒,西方人士在华创办报纸的侵略性日益被国人看清;随着国内受众群体的不断扩大,沿海沿江一些商人发现了报刊潜在的巨大利润空间……这些因素的综合作用,使得中国在19世纪中期开始出现一批由国人自办的近代报刊。

譬如,1858年在香港创刊的《中外新报》、1864年在香港创刊的《华字日报》、1874年在香港创刊的《循环日报》、1874年在上海创刊的《汇报》、1876年在上海创刊的《新报》、1879年在

① 方汉奇.中国近代报刊史.山西人民出版社,1981年版,第3页。

② 方汉奇.中国近代报刊史.山西人民出版社,1981年版,第10页。

香港创刊的《维新日报》、1884年在广州创刊的《述报》、1886年在广州创刊的《广报》等^①。正是这些中国资产阶级报刊的萌芽,构成了中国报纸发展的新天地。

在报刊史上,中国资产阶级报刊萌芽首推王韬创办、1874年1月5日问世于香港的《循环日报》,因其是中国报刊史上第一个以政论为主的报纸,王韬便因而成为中国报刊史上第一个政论家。通过该报政论,王韬宣传其变法主张、维护民族利益,并在写作中突破了八股文等程式化的套路,以其雄辩的说服力吸引了大批读者,推动了报刊政论的发展。

此后,资产阶级改良派的代表人物梁启超、严复等人创办的《时务报》、《国闻报》,特别是前者开创的“时务文体”更引起社会广泛关注。在办报实践中,他们对报刊的性质、任务、作用等有了比较系统的认识。方汉奇教授在《中国报刊史》中,将其归纳为以下几个方面^②:

第一,他们认为报纸具有强烈的政治性,直接参与政治斗争,是政治斗争的重要工具。

第二,他们十分重视报纸的宣传鼓动作用。

第三,他们非常强调报纸在教育读者,开通民智,提供新知,培育人才等方面的作用。

为了使自己创办的报刊完成上述任务,资产阶级改良派不仅把政论作为报纸的主要内容,还非常重视改进政论的文风。在继承王韬政论风格的基础上,梁启超等政论家进一步主张行文要情感充沛、浅显易懂,这对以后报纸文风产生了很大影响。梁启超主办的报刊还通过时评、编者按等方式,结合当天的重要报道进行分析,这就丰富了报刊评论的样式。在采访、编辑、印刷等环节,资产阶级改良派报刊也都进行了改进,这一切推动了中国报纸从邸报、官报向大众化报纸转型。

1911年辛亥革命前夕,孙中山等资产阶级革命派主办或主笔的《中国日报》、《苏报》、《民报》等的问世和发展;1919年五四运动前夕,陈独秀等一批传播马列主义的先锋战士主编或创办的《新青年》、《每周评论》等的问世和发展,标志着中国报刊由近代进入了现代阶段。

第二节 报刊的传播特点

不同的媒介有不同的传播特点。报纸、广播、电视、网络要想获得理想的市场份额,就要根据自身的特点,确立发展方向,扬长避短。报刊的传播特点为:

一、以文字为主要传播手段,概括性强,以深度见长

报刊以文字符号为主要传播方式,而文字符号可以供人反复阅读,内涵丰富,抽象性、逻辑性强,以深度见长。相比之下,广播、电视主要通过声音、画面来传播信息,而声音和画面往往是转瞬即逝的,因此在制作时要求做到简洁明快、通俗易懂。这样固然易于受众的接收和理解,但也难免由此带来深度的不足,不利于表现一些抽象的、概括的、需要深入理解的内容。而文字恰恰可以弥补这个不足,发挥其内涵丰富、抽象性强、可反复供人阅读的优势吸引读者。近年来,报纸之所以强调深度报道、强调新闻评论,也正是缘于这一点。2001年8月,美国三大广播电视机构之一——哥伦比亚广播公司(CBS)名主持丹·拉瑟在报道中提到布什总统宣

① 方汉奇.中国近代报刊史.山西人民出版社,1981年版,第60-62页。

② 方汉奇.中国近代报刊史.山西人民出版社,1981年版,第137-140页。

布允许有限制地使用胚胎干细胞进行医学研究时,对电视观众说:“老实说,广播或电视来做这个报道有些困难,因为它要求一定的深度才能把复杂性讲清楚,因此,我们建议如果您真的对这个感兴趣,最好明天读一份好报纸来了解详细情况。”^①这很能说明报纸与广播电视竞争的优势所在。

二、以纸张为载体,易于携带,便于选择

作为一种纸质媒介,报刊重量轻,便于携带,阅读时不易受外界情况的干扰。因此很多读者往往在上班或回家途中购买和阅读报刊,既打发了路途中的时光,又获取了新闻信息。近年来国内很多城市兴起的地铁报就充分利用了这一点。

在阅读过程中,与广播电视的线性传播——受众被动接受——方式不同,报刊读者有了更大的选择空间,一可以自己决定先看哪篇稿件后看哪篇稿件或者不看哪篇稿件;二可以自己决定哪篇稿件只看到哪一段哪一节为止;三可以自己决定何时看;四可以自己决定何文可再看。这使得读者在阅读时更加自由,相比电子媒体来说,受众在选择信息时更为主动。

三、通过版面传递信息,提高了信息的附加值

报纸借助版面传递信息,也通过版面语言传递出更加丰富的信息。譬如,版面可以对重要稿件进行突出处理,使读者在瞬间了解到哪些信息是重要的,哪些信息是次要的,从而保证报纸的重点报道、评论为读者所关注。同时稿件在版面上不同的排列组合,也形成一种独特的发言手段,传递出附加信息。曾长期担任天津日报社社长、总编辑的张建星同志说:“版面语言确实是新闻表现最为重要的载体。而版面冲击力造成的那种抢眼好看的新闻效果是版面根本性的要求,也是其他新闻手段不能比的。”^②

通过版面传递信息,带来的一个问题就是信息容量相对较少,因为报纸的版面毕竟是有限的,不可能无限制地容纳稿件。相比之下,广播电视新闻可以滚动播出,互联网更是以海量信息见长,这是报刊与电子媒体竞争的劣势,但是如果运用得当,劣势也可以转化为优势。这是因为,电子媒体传递的信息虽然多,但是要完整地接受这些媒体源源不断提供的信息,需要受众花费大量的时间。报纸受版面容量的限制,信息量相对电子媒介来说要小些,这迫使它针对特定读者的需要,通过对信息的筛选和整理,提供出富有针对性的信息。即:为人们省去在海量信息中寻找的时间,用最短的时间获取最有用的信息。正如《南方日报》社长、总编辑杨兴锋所说:“面对网上浩如烟海、沙石俱下的资讯,每天24小时滚动播放的十数万字的新闻,哪些真,哪些假?哪些是我们目标读者所非常关心的?哪些对我们目标读者是无关紧要的?我们的读者需要我们为他鉴别、过滤,为他梳理、选择,为他进行信息的整合与优化。”^③

此外,纸质印刷的方式,使报刊较之广播、电视更利于保存,便于读者查找已发表的稿件。

正是由于具备了这些特性和优势,报刊能够更好地梳理和整合信息,向读者提供更有深度的报道,吸引了一批忠实读者。据中国人民大学舆论研究所2007年首次组织的中国传媒公信

① 小唐尼著,党生翠译.美国人和他们的新闻.中信出版社,2003年版,第77页。

② 张建星.新闻的创意时代:新闻操作92条札记.文汇出版社,2004年版,第63页。

③ 杨兴锋.高度决定影响力.南方日报出版社,2004年版,第101页。

力全国性调查发现,尽管面临着电子媒介的激烈竞争,但报纸仍然是最有影响力的媒介^①。

做出这一判断的主要依据有^②:

(1)从受众接触规模看,媒介在全国城市居民中的受众规模从高到低依次为:电视(95.62%)、报纸(79.02%)、网络新闻(43.56%)、新闻类杂志(37.77%)、广播(34.18%),如图1所示。

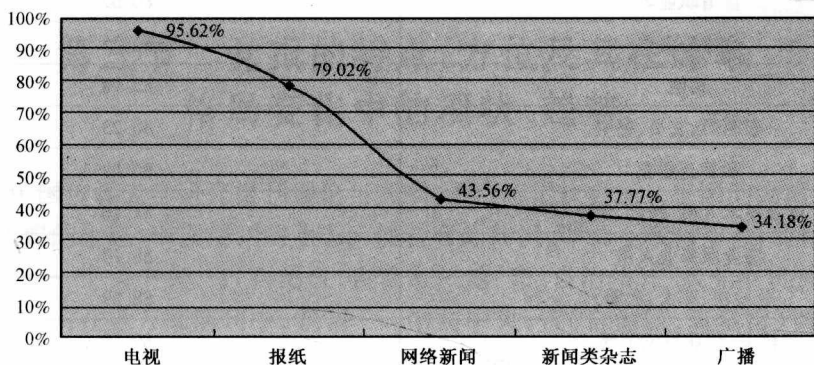


图1 媒介在全国城市居民中的受众情况

(2)从人口构成特点看,学历越高的居民群体,报纸读者比例越大;在学历为小学及小学以下的群体中,报纸读者比例还不到一半;在学历为初中的群体中,报纸读者比例是七成多一点;在学历为大学本科的群体中,报纸读者则近九成,如表1所示。

表1 不同学历群体中报纸读者的比例

学历	报纸读者比例, %
小学及小学以下	48.32
初中	72.41
高中、中专或中技	80.40
大专	84.44
大学本科	89.19

(3)从职业结构看,越是偏向蓝领职业的群体,报纸读者的比例越是偏低;越是偏向白领、政府机构工作人员、企业主的群体,报纸读者的比例越是偏高。在农民或外来民工中报纸读者刚过一半,在下岗、待业或无业人员中报纸读者占三分之二,在一般职员和私营企业主中报纸读者都在百分之八十六以上,在商业服务业人员,公检法、军人、武警,机关、事业单位干部中报纸读者比例接近九成,在企业中高层管理人员中报纸读者则达九成,如表2所示。

① 喻国明、张洪忠、靳一. 报纸仍然是最有影响力的媒介——基于中国首次传媒公信力全国性调查的报告. 新闻与写作, 2007年第7期。

② 数据引自喻国明、张洪忠、靳一. 报纸仍然是最有影响力的媒介——基于中国首次传媒公信力全国性调查的报告. 新闻与写作, 2007年第7期。

表2 不同职业群体中报纸读者的比例

职业群体	报纸读者比例, %
农民或外来民工	51.22
下岗、待业或无业人员	66.12
国营、私营、三资企业的工人	79.25
自由职业者	80.69
个体工商户	81.25
其他	82.98
一般职员、文员、秘书	86.23
私营企业主	86.89
专业技术人员、教师、医生	87.16
商业服务业人员	88.18
公检法、军人、武警	88.89
机关、事业单位干部	89.10
企业中高层管理人员	90.00

上述数据表明,报纸并未因电子媒介兴起而失去生命力。尽管从时效性上看,报纸不及电子媒体,但在重大事件发生时,很多人在接受了电子媒体发布的信息后,还要再次从报纸中寻找更丰富的信息。也就是说,当今受众表现出组合、交叉的媒体接触特点。譬如,2001年“9·11”事件发生后,尽管很多美国公众都通过电视收看到事发现场的画面,但报纸依然通过自身的报道吸引了广大读者。小唐尼在《美国人和他们的新闻》一书中对此做了细致的描述:

2001年9月11日,是一个充满了恐怖和死亡的日子。这一天大部分美国人都在电视机前度过。我们聚在电视机前,注视着一遍又一遍重播的、令人恐怖的图像。那一天,几乎所有的美国人都看过这些电视画面。

但是,9月12日属于报纸。这提醒了我们,即使进入了电子时代,报纸仍然如此重要。12日那天,在全美,平常不大读报的人都会买一份报纸,目不转睛地阅读:《华盛顿邮报》卖出了100万份,而它平时的发行量只有50万份,而且如果它印得更多的话,会卖得更多。《明尼阿波尼斯明星论坛报》多卖了17.5万份,比平时多了50%。《洛杉矶时报》编辑约翰·卡罗尔提到他的报纸时说:“我们能印多少就能卖多少。”它平常的星期三刊可以售出100万份,那天它多售出了22.7万份。

这些报纸上充满了电视上没有的信息以及深度报道。其中大多包括这样的内容:恐怖主义袭击美国的历史,关于奥萨马·本·拉登的恐怖网站的已为人所知的事实、世界贸易中心的历史及其设计。但是就在那一天,较好的报纸刊登了这样一些事实:将本·拉登与恐怖主义联系起来的第一手情报,四架失事飞机的详细情况,报纸第一次报道了美国空军77号飞机上发生的事情:该飞机上的乘客在它可能撞上华盛顿的某个目标之前,强行让飞机坠毁在宾夕法尼亚的肖克斯维尔。

电视新闻机构也做了这种报道,但是在报道深度和内容方面比不上最好的报纸。一般情况是,报纸在第一手采访的基础上发布独家新闻,而电视网新闻则从中挑选播出,重复报纸的

主要内容。电视让美国人即时接触新闻,但报纸则提供最本质的信息,以便理解发生了什么事,这种功能主要是依靠报纸报道来实现的^①。

本课题组成员认同小唐尼的观点:“最好的新闻工作——很大程度上是由为数不多的报纸所创造的——通过他们对于互联网、电视、广播的联系和互动,而获得了比以往任何时候都多的受众。”^②

第三节 党报的特点、方位及其在媒体格局变化中的现状、趋势

我们是在中国传媒大学研究报刊理论与实践,不可忘记社会主义中国的国情、中国共产党的党情、中国传媒的生态、中国报刊的业态。倘若有此共识,那就不难感知:目前在全国近两千家报纸中,党报——中共中央、省(自治区、直辖市)、地(市、自治州)三级党委机关报所占的比例虽不到三分之一;在近万家期刊中,党刊——中共中央、省(自治区、直辖市)两级党委机关刊所占的比例更低,但党报党刊“在把握舆论导向、正确引导社会舆论、传播社会主流文化方面,仍然起着独特的中流砥柱的作用”^③。因此,探讨报刊的特点,不可不探讨党报党刊的特点。但由于两级党委机关刊是理论期刊而不是新闻期刊,即以理论宣传为主,而不是以新闻宣传为主,所以这里只谈党报的特点。

一、党报的特点

(一)政治性、指导性、权威性强

党报的特点,一言以蔽之,即政治性、指导性、权威性强。

党报围绕重要的政治事件和具有政治意义的问题,展开报道,撰写言论,组织版面,揭示其性质、意义,表明党和政府的立场、主张。党报的政治性强还表现为,既对党和政府的路线、方针、政策、精神进行披露和阐发,又对执行过程中出现的问题进行实事求是的分析,以帮助读者更深入地了解、理解这些内容。党报有些报道和评论并不直接围绕政治问题、政治事件和党的方针政策展开论述和评论,而往往从思想政治高度对某一新闻事实进行分析,探寻它对党和政府工作全局的普遍意义。这也是党报政治性强的一种表现。

党报的指导性强,首先表现为,它指导读者思想,且侧重于在认识论上给人以启示。刘少奇在《对华北记者团的谈话》中明确指出:“党怎样领导人民呢?除了依靠军政机关、群众团体领导人民之外,更多更频繁的是依靠报纸和通讯社……中央就是依靠你们这个工具,联系群众,指导人民,指导各地党和政府的工作的。”^④可见党报指导性强常表现为它指导中心工作,即紧密配合党和政府的中心任务,直接为党和政府当前的重大部署服务。党报指导性强还表现为,它指导生活,即针砭社会生活中的不良现象,促使社会生活趋向健康、文明。

① 小唐尼著,党生翠译.美国人和他们的新闻.中信出版社,2003年版,第75-76页。

② 小唐尼著,党生翠译.美国人和他们的新闻.中信出版社,2003年版,第9页。

③ 邵华泽.谱写党报历史的新篇章.人民共和国党报论坛2004年卷.中国传媒大学出版社,2004年版,第4页。

④ 刘少奇.对华北记者团的谈话.新闻工作文献选编.新华出版社,1990年版,第95页。

党报权威性强,首先源于党的理论、路线、政策的权威性。毛泽东在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中明确指出:“报纸的作用和力量,就在它能使党的纲领路线,方针政策,工作任务和工作方法,最迅速最广泛地同群众见面。”^①正是由于“党的纲领路线,方针政策,工作任务和工作方法”是通过党报“最迅速最广泛地同群众见面”的,党的权威性、党报的权威性便是互动的;或者说,二者便互动起来。革命战争年代,社会主义建设时期,莫不如此。改革开放以来,党报的意识形态的中心位势,品牌效应的长期积累,可靠的重大消息来源,严密的公共关系网络,使党报继续保持和增强了权威性。每逢大事,阅读党报是人们的首选。

(二)重要执政资源

党报政治性、指导性、权威性强的特点,使其成为党的一个重要执政资源,在加强党的执政能力建设中发挥着重要作用。主持人民日报社日常工作达11年之久的原社长、总编辑邵华泽,曾用“阵地”来描述党中央机关报的执政资源属性。他说:“人民日报是思想意识形态领域的重要阵地。这个阵地占领住了,对于巩固党的执政地位,推进党的各项事业发展和整个意识形态领域不断夺取胜利十分重要。只要中国共产党执政,只要人民日报是党中央机关报,人民日报的作用和地位就不会改变。”^②

本课题组成员通过完成中国传媒大学亚洲传媒研究中心2005年度重大项目《党的执政能力建设与党报》^③,深感党报已经并将继续在以下八个方面为党执政提供思想保障、精神动力和舆论支持。

1. 宣传党的执政能力、执政成就,争取群众对党的支持

人心向背是决定一个政党、一个政权兴衰的根本因素。中国要坚持共产党的领导,客观上还要看人民对共产党支持不支持、拥护不拥护。执政党执政地位的稳固程度,与该党在民众中获得认同程度成正比。

党报是推介党的形象的重要媒介。一方面,党报宣传优秀党员的先进事迹,争取人民群众对党的支持信任;恰当地报道党的领导人的活动,实现领导人与群众之间的沟通,树立他们的权威和亲民形象,充分发挥高素质领导干部的人格魅力,增强党的影响力、凝聚力、号召力。另一方面,党报宣传党的路线、方针、政策,宣传党的执政成就,塑造执政党“立党为公、执政为民”的良好形象,使公众感到执政党确实能够代表自己的利益要求,使执政党真正得到公众的认同和支持。

党要争取群众的支持,可以通过党报把群众转化为党报读者,让群众在阅读党报的过程中接受党的主张,继而成为党的拥护者。充分利用党报这个重要的执政资源,有助于党在传媒领域实现“代表先进文化的前进方向”的定位,扩大党的执政基础,巩固党的执政地位,提高党的执政效能,使党始终成为全国人民的主心骨,在建设中国特色社会主义的历史进程中始终成为坚强的领导核心。

2. 引导社会舆论

新闻既可引发、反映舆论,也可引导、扩散舆论。除了1989年春夏之交那个特殊时段外,

① 毛泽东. 对晋绥日报编辑部的谈话. 毛泽东选集(一卷本). 人民出版社,1969年版,第1213页。

② 邵华泽. 伏案金台十一年——新闻宣传论说集(下). 人民日报出版社,2001年版,第711页。

③ 王武录. 党的执政能力建设与党报. 中国传媒大学出版社,2008年版,第13-15页。

改革开放以来党报牢牢把握了舆论导向,正确引导了社会舆论。

党报在增强引导舆论的本领,增强政治意识、大局意识和社会责任感,重视对社会热点问题的引导,掌握舆论工作的主动权,坚持以团结、稳定、鼓劲、正面宣传为主的方针,把体现党的主张与反映人民心声统一起来,把坚持正确舆论导向与通达社情民意统一起来。党报在通过自己的传播活动,弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神;弘扬集体主义、社会主义思想;弘扬科学,传播科学知识,提高干部群众识别和抵制封建迷信和伪科学的能力;弘扬中华民族传统美德,反对拜金主义、享乐主义、极端个人主义,消除封建主义残余影响,抵御资本主义腐朽思想文化的侵蚀。

3. 开展舆论监督

从革命党转变为执政党后,中国共产党在管理社会、发展经济方面的职责越来越突出。这种职责实际上是在掌管、行使一种公共权力。公共权力属于全社会各个阶层、各个群体所共有,公共权力的行使,必须代表一切人的利益。另一方面,公共权力又容易产生腐蚀性和诱惑力,如果缺乏监督,掌权者容易走向专断和腐化。所以,必须对掌权者进行监督和制约。可以说,政党的执政效率,与权力制约和监督体制机制的完善程度成正比。高明的执政者善于通过新闻媒介的舆论监督来提高自己的工作质量和工作效率。

党报在加强和改进舆论监督工作,主张把以正面宣传为主与开展舆论监督统一起来。实践证明,这方面的工作做好了,党报也容易受到读者的欢迎,经受住市场的检验。

4. 及时发布党务、政务重要信息

党和国家领导机关的重要决策、重要会议和事件、重要文件以及有关领导人的重要公务活动等信息,由新华社统一发布,由《人民日报》负责刊载,在我国已成传统。其他党报也发挥了类似的功能——及时发布当地重要的党务、政务信息。

5. 推动有关政策、精神的贯彻落实

党报大力宣传中央的路线、政策、部署,统一全国人民的认识,推动党和政府重大决策的贯彻执行。这本身就是配合党执政。

6. 推广执政经验

我们周围确有一些领导干部和领导班子依法执政能力不强。党报在通过介绍和推广党在各地的执政经验,提高这些同志的执政能力。

7. 为党提供物质支持

从理论上说,经营状况好的党报,可以为党增加经济收入,成为党的重要财源,为党的生存发展、政治活动提供物质支持。

从实践来看,目前党报的经济收入与党的财源关系不大,与党生存所需的物质支持关系不大。但是这并不排除党报可以成为党的一个资金来源。而且发展经济是党的重要执政内容。因此,在保证社会效益的前提下,积极参与市场竞争,不断增强经济实力,创造良好经济效益,是党报在新时期拓展功能的一个方面。党报的报团报系不少已是当地纳税大户。

8. 配合外交工作,维护国家统一

在复杂多变的国际形势下,党要领导人民实现全面建设小康社会的宏伟目标,为维护世界和平与促进共同发展作出贡献,必须正确应对国际局势,妥善处理国际事务和国际关系,争取