

齐鲁晚报

创刊十周年纪念丛书

1988 — 1998

报林漫步

张瑞云 著

山东人民出版社

报 林 漫 步

——新闻业务与报业经营论文集

张瑞云 著

报林漫步
——新闻业务与报业经营论文集
张瑞云 著

*

山东人民出版社出版发行
(社址:济南经九路胜利大街 39 号 邮政编码:250001)
山东省东营新华印刷厂印刷

*

850×1092 毫米 32 开本 5.375 印张 2 插页 110 千字
1997 年 12 月第 1 版 1997 年 12 月第 1 次印刷
印数 1—5000

ISBN7-209-02190-6
Z·127 定价:13.80 元

1994 年,作者参加全国
晚报年会在会后采访



1989 年 5 月,作者
随全国晚报采访团在云
南采访

1994 年 4 月,作者在纽约联合
国总部采访时留影





1997 年 4
月，作者在洛
桑奥运会总部
采访

1997 年 4
月，作者在意大利米兰广场
留影



1997
年 4 月，
作者在东
柏林马克
思、恩格
斯塑像前
留影

序

刘广东

此前,我还没有给别人的著作写过序,尽管别人提出了这样的要求。但是,当瑞云同志把他这部文集送给我要求为之作序时,面对这位像他的前三任一样、为齐鲁晚报发展不知道倾注了多少心血的年轻下属,我想不出任何谢绝的理由,便欣然从命。

我认真翻阅了文集。对文集中的观点,我并不都是赞成的。但是,我赞赏它的字里行间透发出的勃勃生气,赞赏许多文章中充溢着的改革精神和具有超前性的见解。

瑞云同志不是坐而论道、只凭想当然描绘蓝图的人,而是长于思考、也长于行动的实干家。他总是和他的同事们一起,把成熟的想法通过实践变为现实,用办好的一件件具体实事积累起事业,塑造形象。我们从这本文集的不少文章中都可以看出这个特点。

在解放后我国大陆,真正意义上的经营是八十年代后期才起步的。所以,搞新闻的行家里手不少,懂得经营管理的人凤毛麟角。瑞云同志作为晚报的总编辑,兼有新闻业务和经营

管理两个方面的能力,而后者更是他的长项,这是非常难能可贵的。文集的上下两篇,分别总结了他从事上述两个方面工作的经验,既有理论层面的思考和概括,又有较强的可操作性,其价值不言而喻。

这本文集在一定程度上从两个大侧面反映了齐鲁晚报的概况,也展望了她的未来。借此机会,对齐鲁晚报创刊十周年深致祝贺,衷心祝愿她在今后的十年更加健壮,大业煌煌。

力量和希望

(代序)

徐熙玉

十年过去了,齐鲁晚报终于跨入全国晚报行列的“第一军团”,在两个文明建设中发挥着越来越重要的作用。

齐鲁晚报是在市场环境中成长壮大的。市场就是战场。十年征战,最大的战果是什么?不是全省最大的发行量,不是全省最高的创收额,而是造就出一支政治强、作风硬、业务精的新闻队伍。这是齐鲁晚报最宝贵的财富,这是齐鲁晚报发展的力量所在,希望所在。

这支队伍的主要特征是什么?第一,时刻牢记历史使命和办报宗旨:坚持正确的舆论导向,全心全意为人民服务。1993年明确提出舆论导向和职业道德“两个警钟长鸣”。第二,追求卓越,争创一流。每个人心目中都有“三个一工程”:一流的办报质量,一流的发行量,一流的广告创收。开始是争全省,近两年是争全国。实施名牌发展战略,竭尽全力把齐鲁晚报办成全省、全国的名牌报纸。第三,一切为了读者。所有的同志,全部的工作,都是为读者服务。研究和满足读者对齐鲁晚报的需求是他们的天职。第四,始终以办好报纸为中心,倾注大家的全

部心血,最大限度地提高报纸的政治品位、新闻品位和文化品位,最大限度地提高报纸的价值含量。第五,创新。创新是他们的职业,不创新就等于死亡。第六,精神特质:竞争,拼搏,严谨,协作。第七,座右铭:改革才能发展,规范才能提高;没有重点就没有工作,没有突破就没有水平;不求取代别人,只求不可取代。

在“庆祝十周年”的日子里,这支队伍当然为过去的成就而感到欣喜,但是,催人奋进的形势,日趋激烈的竞争,追求卓越的信念,使他们无暇喘息,不敢自满。他们分明是站在第十一年的起跑线上,新年的钟声便是他们奔向新征程的号令。

在党的十五大精神的鼓舞下,齐鲁晚报提出第二次创业。我相信,全体同志一定会高举邓小平理论伟大旗帜,再接再厉,再创辉煌,和广大读者手挽手阔步跨入二十一世纪!

(本文作者系大众日报副总编辑、齐鲁晚报党总支部书记)

目 录

序	刘广东(1)
力量和希望(代序)	徐熙玉(1)

上篇 新闻采编

谈谈晚报的新闻质量	(3)
抢新闻随想	(14)
舆论监督是否“疲软”了?	(20)
社会新闻浅说	(27)
试论服务性新闻	(34)
盲从商业利益的恶果	
——黄色新闻的特征及其危害	(40)
标晚报之新 立晚报之异	
——对赵超构办报思想的几点认识与体会	
.....	(45)
如何把新闻写得好看耐看	
——从《参考消息》看西方记者的写作	
技巧	(54)

浅说非智力因素对青年新闻工作者的影响	(67)
学习基础理论 提高政治素质	
——关于晚报队伍建设的一点思考	(74)

下篇 报业经营

关于报业现代化的思考	(85)
走向市场 参与竞争 发展壮大	
——谈报业实行企业化管理的内涵与 现实意义	(95)
报纸经营与多种经营刍议	(103)
中国报业在市场经济中的走向漫谈	(112)
定准发展战略 树立良好形象 注重人本管理	
——《齐鲁晚报》事业发展的回顾与 思考	(123)
变从动为驱动 求效益于竞争	(130)
精神文明建设是新闻事业发展的根本保证 ...	(137)
“三个一”工程及“牛鼻子”效应	
——《齐鲁晚报》推行名牌战略促进 广告经营的体会	(144)
正确认识广告在报业中的地位	(151)
报纸发行工作概说	(154)
后记	(165)

上篇 新闻采编

谈谈晚报的新闻质量

晚报蓬勃发展，是当今中国报坛上的一大景观。在许多城市，晚报的发行量已远远超过了日报，可谓异军突起，后来居上。随着时间的推移，晚报事业将会更加繁荣，在社会生活中的地位和作用将更加突出。但是，我们也应该看到，晚报的发展正面临许多新的挑战。

除了党报、专业报不断转换报道方式与晚报竞争外，广播、电视也在设法提高收听、收视率，以把广大读者拉到他们的面前。另外，“家族”成员之间也有个比试高低的问题。因此，除了政治上坚定，与党中央保持一致外，就要看哪家晚报办得更加贴近生活、贴近读者，形成自己的特色与风格。晚报报小容量大，汇天下大事、融多种知识于方寸之间，这其中充当主角的当然是各式各样的新闻。可以说，晚报新闻的质量高低，直接决定了晚报竞争力的大小。本文试从晚报新闻采写过程中的三个方面就如何提高晚报新闻的质量作一点探讨。

一、题材的选取：广泛性与贴近性

我国的报业体系中，各报按照分工都有自己一定的读者对象，有的办给工人看，有的办给农民看，有的办给党政干部看，有的办给知识分子看。晚报是说不出具体的对象的，从

工人、干部到知识分子，从小朋友到老爷爷，从领导干部到一般专业干部，他们都是晚报的读者，所以晚报是办给千家万户看的，拥有各个方面、各个层次的读者。这就决定了晚报的新闻取材必须具有广泛性，要反映社会生活的各个方面，以满足不同读者的不同需要。如果报道面过于狭窄，只面对某一部分读者，晚报就难以生存和发展。因此，采写晚报新闻更需要眼观六路，耳听八方，视野要宽，视角要广，只要不违背四项基本原则，凡读者感兴趣的政治、经济、社会、生活、文化、体育诸多方面，军营、街道、学校、乡村、寺庙诸多领域都可报道。只有这样，才能做到“小版面，大世界”，把所有的读者都包下来。当然，晚报也要配合党的中心工作进行宣传，也要发挥报纸的指导作用，但晚报主要是通过那些引人入胜、富有情趣、给人警示的报道来达到自己的宣传目的。李瑞环同志在《坚持正面宣传的方针》的讲话中指出：“读者、听众、观众是报纸、广播、电视的服务对象”，“全心全意为他们服务，首先就要让他们想听、爱看，尽量满足他们的需要”。这虽是对整个新闻界提出的要求，但说到服务，正是晚报所着意追求和力争达到的目标。要服好务，那些生活常识、商品知识、娱乐方法、求医问药、自然奇观等上不了党报版面的新闻题材，都是晚报新闻的“拿手菜”。这些内容，便是晚报新闻题材的广泛性了。

人们常说，晚报是穿梭飞行于寻常百姓家的燕子。晚报的主要读者是广大的基层群众，新闻的取材不仅要力求广泛，还要贴近广大群众的生活，多报道他们所关心的事情、与他们的利益密切相关的事情和发生在他们身边的事情。晚报的宣传要结合实际，结合社会上的实际问题，用群众自己的生

活事实，用群众自己的语言，宣传党的方针政策。只有这样，它才会受到群众的欢迎，跟千家万户结善缘。取材的贴近性也是由晚报读者的阅读心理决定的。目前，全国 40 多家晚报，总发行量超过 1000 万份。这 1000 万份晚报，90% 是读者自费订阅的。多数读者工作、学习了一天，晚上读一读晚报，目的主要不在于接受什么指导和教育，而是想消遣娱乐一下，了解一下有无关系到个人切身利益的事情发生。从新闻的接近性来看，除了时空的接近，还有与读者身份、生活经历、工作学习环境的接近。因此，越贴近他们生活，叙写他们工作、学习、娱乐、婚姻、悲欢离合的新闻他们越欢迎。《新民晚报》提出要着力搞好里弄新闻报道，多写老百姓自己的事情。虽然看起来都是些平常琐事，甚至是鸡毛蒜皮的东西，但它们富有生活气息，从这样的题材中，也能挖出闪光的东西，也可以写出具有社会意义的好新闻。

《齐鲁晚报》创刊四年，在新闻报道方面不断探索，不断总结，逐步走出一条自己的路子来，在全省已较有影响。现在，编辑部大力提倡记者深入基层、深入生活去抓“活鱼”。据粗略统计，记者、通讯员采写的来自街道里弄、生产班组、公共场所等基层的稿件约占全部新闻稿件的 50% 以上，选取题材大都是贴近读者生活的。如《齐鲁晚报》1990 年 3 月 24 日刊登了一篇《一方九价，相差几多——省城医院（药店）划价窗口寻结果》的消息。这是记者拿着一副治老年关节炎的药方一天跑了 9 个不同医院、药店的结果。消息告诉人们药价相差悬殊，亟待加强管理。稿件见报后，引起了强烈的社会反响。许多读者写信打电话称赞记者干得好，省市有关部门也组织调查组查办此事，这篇稿件被评为 1990 年全省好新

闻。这样一篇不足 500 字的消息，能达到这样的社会效果，就是记者抓住了关系到人民群众切身利益而又欲说不能、欲罢不忍的一个社会现象，使它成了笔下的题材。要提高晚报新闻的质量，晚报工作者就要心中时刻装着读者，想读者之所想，急读者之所急，成为读者的知心朋友。

晚报新闻要贴近读者，还要注意取材的角度。编辑部的同志往往反映记者、通讯员是写消息少，写通讯多。而通讯中人物通讯占了很大比例。这些人物通讯多是“全景式”的，写了人物成长的全过程，写了人物如何在困境中奋进，得了多少荣誉获得多少成功。对晚报来说，这种取材方式是万万要不得的。晚报新闻可以取材于新闻人物，但一般应抓住这个人物本身的聚光点，通过一件事、一个举动来反映人物的精神世界和内在风采，《齐鲁晚报》曾开辟过《厂长经理的八小时之外》专栏，专门采写那些在社会上有些影响，工作上有所成就的厂长、经理的业余生活。或写他们爱打乒乓球，或写他们爱跑步，或写他们与书结下不解之缘等等。他们工作的成就只作背景材料简要带过。通过写他们的业余生活，反映出他们在事业追求上的酸甜苦辣，让广大群众理解他们、支持他们。这个栏目很受广大读者和企业经营管理人员的欢迎。这大概就是浓绿万枝红一点的取材法吧。

二、主题的确定：读者视角与逆向思维

要把晚报新闻写好，主题的确定是至关重要的。因为新闻材料的取舍、结构的安排、语言的表达，都受主题的制约。凡写文章，都有个主题。晚报新闻的主题有着独到的重要作用。除了那些奇闻轶事、自然景观的新闻之外，新闻主题确定自始至终受着作者思想感情与认识水平的影响与制约。