

BAOZH CHUANGBAN SHIWU

报纸创办实务

—— 高东 著 ——



化学工业出版社

BAOZHI CHUANGBAN SHIWU

报纸创办实务

高东 著



化学工业出版社

· 北京 ·

在中国社会信息传播需求与信息接受需求同步增长的今天,报业具有极其广阔的发展空间。报纸,以其信息精要、便于阅读、字据效应、权威性和独特的版面美感等特质,将在今后相当长的年代里继续保持其独领风骚的地位。本书结合当前报业发展实际,从理论、方法、步骤三方面入手,对中小型报纸的创办公理念和创办实务作了探讨和阐述。具体内容包括报纸的功能,办报的魅力,办报的前期要务,办报的申请与审批,报纸的人力配置及试刊,新闻报道实务及质量评估,报纸竞争与经营以及办报创意设计。

本书视角新颖,见解独到,实例丰富。可作为办报人员创办各类报纸的参考书,也可作为大学新闻专业相关课程的教材。

图书在版编目(CIP)数据

报纸创办实务/高东著. —北京:化学工业出版社,
2009.9

ISBN 978-7-122-06321-2

I. 报… II. 高… III. 报纸编辑-研究 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 121519 号

责任编辑:曾照华
责任校对:郑捷

文字编辑:谢蓉蓉
装帧设计:刘丽华

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印刷:北京永鑫印刷有限责任公司

装订:三河市万龙印装有限公司

720mm×1000mm 1/16 印张 11 $\frac{3}{4}$ 字数 234 千字 2009 年 8 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:38.00 元

版权所有 违者必究

序

上海建桥学院新闻学专业主任、原新民晚报社主任编辑高东副教授，送来20余万字的力作《报纸创办实务》，要我作序。有师生情谊，现为同事，我欣然承诺，谈一点读后感想。

本书要探讨的课题是：如何将一张白纸变成报纸。首先遇到的问题是，在新媒体的一轮轮冲击下，报纸能否生存？研究办报有何价值？目前有些学者认为，传统报纸将走向最终消亡。照此判断，研究办报岂非徒劳无功。然而，本书第一章明确回答：“报纸将与其他新闻媒介长久共存”，其理由是：报纸具备的核心功能有其独占性和不可替代性。具体表现在：报纸便于阅读、携带和收存；其信息精要；具备权威性和可信度；具备独有的字据效应；具备独特的新闻组合形式和版面美感等。因此研究在新时期如何办报，仍然意义重大。

事实胜于雄辩。在当今媒介生态与竞争中，报纸不断受到新媒体的冲击这是事实，但报业仍在发展这也是事实。放眼全球，报业一片兴旺发达景象。2008年6月2日在瑞典哥德堡召开的第61届世界报业大会上，来自232个国家和地区的统计数据表明，世界报业处于良好的发展势头。与2006年相比，2007年世界付费报纸发行量增长了2.57%；如果加上免费报纸，世界报纸的总发行量增长了3.65%。与2003年相比，全世界的报纸发行量增长了14.3%。如果按照平均阅读的读者推算，全球每天的报纸读者数量超过17亿（注：上述数据引自《瞭望新闻周刊》2009年第7期）。近看新媒体发展速度最快的城市上海，1978年初，上海仅有《解放日报》、《文汇报》、《上海科技报》、《少年报》和《每周广播电视报》5种报纸（前两种为日报，后三种为周报），而到2008年初，上海已有公开发行的报纸72种，其中地方单位主管的报纸《解放日报》、《文汇报》、《新民晚报》等共69种；属中央单位在沪主管主办的报纸有《国际金融报》、《上海证券报》、《上海英文星报》3种（不包括高校报纸28种与企事业单位内部报纸200多种）。上海的报纸数量在全国各省市自治区中居首位，质量也名列前茅，其中《新民晚报》、《新闻晨报》分别被列入2007年全国晚报、都市报竞争力20强的第7位与第11位；《申江服务导报》、《房地产时报》、《上海星期三》分别被列入全国生活服务类报竞争力10强的第2位、第4位、第5位（注：上述数据引自殷一璀主编，《2008年上海年鉴》）。可见，报业的兴旺无可争辩；担心报纸会消亡，是杞人忧天。

话又说回来，本书探讨如何将一张白纸变成报纸，其中包括报纸创办的相关理念、报纸构成的基本要素、报纸创办的程序、报纸运营的基本条件及若干重要环节。这正是一个系统工程。正如作者在前言中所言：“真正称得上是‘办报者’的，

可能只有总编辑（社长）、总经理这两种人。因为只有这两种人必须对报纸的采编、制作、广告、印刷、发行等一系列环节有透彻的了解和掌握，必须具备较为全面的报业工作素质，必须从全局角度把握报纸的发展定位、发展方向和发展规划。正是因此，报业市场中专业的新闻采编、制作人员不缺乏，广告经营、报刊发行人员也很容易招聘到，但富有经验的‘办报者’却是一将难求。当办报资金多元化、办报方式多样化形势来临，各种各样的创办报纸的机会出现时，报业市场将需要一大批能够抓住机会、揭竿而起、新建炉灶的办报人！再来看一看高校的新闻院系，在课程设置上受到传统思维定势的束缚，尽管各种科目应有尽有，但培养的只是分门别类的报纸工作者，丝毫不见培养‘办报者’的意向，而且也缺乏这方面的教材和教师。随着时代的发展，我国的新闻出版政策一定会越来越宽松，将会有很多年轻人投身到‘办报’的行列中来。办报，应当列为高校新闻专业的新课题。”这正是本书最有创意的精粹所在，最有原创的特色，富有学术价值与现实指导意义。

这是一本在新时期如何办报的专著，又是如何培养真正的“办报者”的教材，对于报纸新闻学、新闻编辑学的学科建设与新闻工作的进一步革新，都将起着积极的启迪与促进作用。

这本专著创新点还在于：

首次提出“大编辑”的概念，对媒体定位、媒体品牌、报道的组织和策划、媒体整体风格的设计、媒体的创办和创新等方面进行理论紧密结合实践的独特思考与分析。

鲜明地对“报纸定位”提出独特的见解：“所谓的报纸定位，就是报纸的个性特征和特别素质。它包含报纸的政治立场、报道方向、报道特色、经营模式等。这种个性特征和特别素质，使它与其他报纸区别开来。”并把报纸定位系统化为报纸的政治定位、业务定位、读者定位、广告定位、发行定位。

还介绍了系统的报纸质量的评估标准、新闻报道质量的评估体系与质量保证制度。

尤为难能可贵的是，高东带领同仁在东方网上创办了博客“高东的新闻教学课堂”，以此平台指导学生进行社会调查与新闻实践。其中《〈新民晚报〉与〈新闻晨报〉的抗震救灾报道比较（2008年5月13日—5月23日）》的科研成果与意见，被报社所采纳，获得赞誉。

高东有着较丰富的新闻理论知识与新闻实践经验，尤其是称得上真正的“办报人”。他历任《新民晚报》记者、编辑、评论员，《新民晚报》驻美国记者，《新民晚报》美国版主编；洛杉矶华文报纸《中国乡情报》总编辑；文汇新民联合报业集团《上海家庭报》总编辑助理兼编辑部主任；消费日报《完全生活周刊》主编；《IT时报》副总编辑。他从事新闻实践与新闻教学已有20余年，一贯认真踏实，注重理论与实践的密切结合，学风严谨。他撰写这本专著，遵循的是“力求科学性、实用性与创新性”的原则，呕心沥血数载，利用所有业余时间辛勤写作一年，加上之前的新闻工作实践与教学时间，可谓“半生磨一剑”。

作为最早阅读本作的读者，我感到本作有如下突出的优点：

处理好继承与创新的关系，力求全面反映报纸新闻学的新发展。无论继承前人的，还是总结自己实践经验的，都自成体系，有自己的见解，也正是创新的表现。

处理好理论与实践的关系，力求贴近办报全过程与整个新闻工作实践并体现可操作性。本作的科学性与实用性，正体现在理论与实践的紧密结合上，体现在将报纸新闻学的基本理论与知识、当代办报人实践经验与典范个案的分析紧密结合起来。

处理好现在与将来的关系，力求体现当代办报的新经验并展示前瞻性。

我们处在一个革故鼎新、新生事物层出不穷、科技日新月异的“信息爆炸时代”、“知识经济时代”、“数字化时代”，客观实践经常跑在思想认识与理论研究的前面。因此，在高校教材建设上，强调面向新世纪实际、面向现代化、面向未来。而本作正是体现了新时代的需求，力求在总结当代办报新经验的基础上做一些前瞻性的思考。

正如作者在“后记”中所言，本作是作者“下决心安坐下来，历时近一年，枯灯笔耕，完成这部凝结着半生心血的专著”。因此最后还要讲几句：天道酬勤；人勤春来早，脑勤生百窍；一勤天下无难事，功夫不负苦心人。这实在是做学问、谋事业的真谛。高东的学术成果来之不易，作为一部学术专著佳作，必将受到新闻传播学院师生、新闻宣传工作者及新闻爱好者的欢迎，必将在开展新闻教育与指导新闻工作实践中发挥更大的教学效果与社会效益。

匆匆呈上我阅读与学习本作的一些感想与体会，是为序，并表示衷心的祝贺！

复旦大学新闻学院教授、博士生导师
上海建桥学院文化传播系主任 张骏德
2009年3月7日于上海华理苑寓所

前 言

在中国社会信息传播需求与信息接受需求同步增长的今天，报业具有极其广阔的发展空间。报纸，以其信息精要、便于阅读、字据效应、权威性和独特的版面美感等特质，将在今后相当长的年代里继续保持其独领风骚的地位。办报主体的多元化趋势，使得更多的团体、企业和个人加入或者即将加入到办报者的行列中来。

事实上，报业市场上办报的机会越来越多，而懂得办报之道的人才却又明显缺乏。因此，如果对办报之道作一个初步的探究，想必会对有志于创办报纸媒体的年轻人有所参考和帮助。同时，也可能会引起更多专家的关注和发力，使得这方面的探究更加丰富，更有价值。

报纸的编辑、记者是报纸的制作者，但未必会“办报”。报纸按照制作流程分解出若干部门、环节、岗位，在这些部门、环节和岗位中，又细分出若干节点和若干项工作。每个环节，每个岗位，每个节点，每项工作，都由相关专业人员承担。在这样的流水线上，每个人只需做好本环节的本职工作，而对其他部门、其他环节、其他岗位的工作则不甚了解。比如：记者不熟悉编辑业务，编辑不了解广告业务，版面制作人员对报纸印刷流程知之甚少，编辑部门对报纸的发行范围、发行方式、发行量漠不关心。在传统的报纸中，真正称得上是“办报者”的，可能只有总编辑（社长）、总经理这两种人。因为只有这两种人必须对报纸的采编、制作、广告、印刷、发行等一系列环节有透彻的了解和掌握，必须具备较为全面的报业工作素质，必须从全局角度把握报纸的发展定位、发展方向和发展规划。正因如此，报业市场中专业的新闻采编、制作人员不缺乏，广告经营、报刊发行人员也很容易招聘到，但富有经验的“办报者”却是一将难求。当办报资金多元化、办报方式多样化形势来临，各种各样的创办报纸的机会出现时，报业市场将需要一大批能够抓住机会、揭竿而起、新建炉灶的办报人！

现在有一种现象值得关注，就是报纸的投资者参与办报活动。自从报纸走向市场之后，报纸的投资者种类繁多，有生产企业、文化公司，有广告经营商、报刊发行商。如此一来，投资者与办报者的关系、投资者的立场与报纸的立场、报纸的利益与读者的利益等关系变得纷繁复杂。这当中，有许多规律性的东西值得探究，有许多价值观的东西值得定位，有许多政治和社会责任层面的东西值得规范，也有许多矛盾和冲突关系的处理值得加以创新和开拓。总的目标应该是：对读者负责，对社会负责，对报业的健康发展负责。

我离开新闻一线，走上新闻讲台，也已有时日。已经有一届学生走上了社会，进入了各种各样的媒体或企业的新闻宣传部门。常有学生又回来找我，询问创办报

纸方面的问题，有的甚至和主管领导过来一道讨论。他们共同的情况是，有初步想法，有资金支持，有目标读者（客户），有发行渠道，采编及版面技术人员都不缺，但就是不知道如何把这些东西整合到一个体系里去。因此，如何创办一份报纸，并让它持久地生存发展下去，应该是一门值得学习和探究的学问。

我在个人的新闻生涯中，参与或主持创办过三份报纸，取得过一些经验和教训。但这并不是说，我就有了指导别人如何办报的资格。我只是希望，把创办报纸的过程及理念进行一次梳理，做一些基础的工作，完成一本草稿。希望在这本草稿里，能对上述问题有个初步的分析和探讨。

著者

2009年8月

目 录

第一章 报纸的功能.....	1
一、报纸的核心功能.....	1
二、晚报萎缩的根本原因.....	2
三、报纸将与其他新闻媒介长久共存.....	2
第二章 办报的魅力.....	8
一、信息流载体.....	8
二、精神栖息地.....	8
三、什么是办报人.....	9
四、报纸的信息选择权和发布权.....	9
五、报人的优先话语权	10
六、丰厚的经济收益	11
第三章 办报的前期要务	13
第一节 前期思考	13
一、报纸的根本特征	13
二、创办报纸的目的	13
三、不同刊期的报纸	16
四、报纸出版的时限要求	17
五、日报和周报的发行时间	18
第二节 必办事项	19
一、初创期的核心成员	19
二、市场考察和定位	20
三、工作场所的选择和布局	21
四、启动资金	22
第三节 办报的定位	24
一、什么是定位	24
二、政治定位	25
三、内容定位	26
四、读者定位	27
五、广告定位	30
六、发行定位	32
第四节 办报的申请与审批	35
一、申请办报的必要条件	35
二、申请书要点	36
三、办报审批的基本程序	38
四、报纸出版可行性论证	40
第四章 报纸的人力配置及试刊	42
第一节 机构、岗位职责及薪金	42
一、报纸机构的基本构成	42
二、报纸工作的岗位职责	45
三、薪酬模式与薪酬标准	46
四、薪酬机制的有益尝试	49
第二节 记者的特质和招聘	54
一、记者的核心素质	54
二、记者的招聘方式	57
三、记者岗位应聘者实战作业	60
第三节 编辑的特质和招聘	61

一、编辑的核心素质	61	第五节 报纸版面设置和试刊 ...	71
二、编辑的招聘方式	65	一、报纸的四大件	71
三、编辑岗位应聘者实战 作业	65	二、确定报纸版数的依据	73
第四节 初创时期的人力配置 ...	66	三、设置报纸版序的依据	74
一、从业人员数据分析	66	四、报纸版面设置的创新	77
二、报纸的人力配置	67	五、从样报到正式创刊	78
 第五章 新闻报道实务及质量评估	81		
第一节 新闻选题与采访	81	第四节 报纸版面的编辑	110
一、新闻来源渠道	81	一、新闻稿件的搭配	111
二、新闻选题策划	85	二、新闻版面的布局	116
三、新闻采访要领	88	三、新闻标题制作要领	119
第二节 报纸体裁与写作	90	第五节 报纸质量的评估	123
一、新闻报道的主要体裁	90	一、报纸的立足之基	124
二、新闻报道表达形式的 变化	98	二、报纸质量衡量的总则	124
三、新闻报道写作要领	99	三、新闻报道质量的评估 体系	126
四、新闻评论写作要领	101	四、新闻报道质量保障 制度	130
第三节 新闻稿件的编辑	104	五、新闻报道质量分析 案例	131
一、报纸编辑的核心内涵	104		
二、新闻选择的三个依据	104		
三、编辑对新闻稿件的处理 ...	106		
 第六章 报纸竞争与经营	138		
第一节 报纸竞争与读者 调查	138	二、报纸广告的价格依据	155
一、定位区别化的竞争	138	三、报纸广告经营的法治	156
二、定位同质化的竞争	141	四、广告业务员的职能	160
三、低质报纸分析	143	第三节 报纸的印刷与发行	164
四、读者调查的基本策略	148	一、报纸的印刷质量控制	164
第二节 报纸广告的经营	153	二、报纸的印后处理	166
一、报纸广告的特色	154	三、报纸发行策略创新 列举	168
 第七章 办报创意引导	172		
一、东方创业报——创业者的 起跑线	172	二、每日新闻画报——画报 新闻，画中有话	173

三、网络世界导报——帮读者 上网，为网络开道·····	173	五、善报——与您的爱心一起 跳动·····	174
四、21世纪百姓纪录报——普通 大众参与采编的报纸·····	174	六、家庭报——与亲爱的人一起 建设幸福的家·····	175
后记·····	176		

第一章 报纸的功能

一、报纸的核心功能

需求决定生产，需求量决定生产量，需求的持续时间决定产品的生产寿命。产品的核心功能始终如一，衍生功能可以多种多样。譬如鞋，它的核心功能始终都是护脚、走路，至于美体、装束、治疗、体育等都是它的衍生功能。报纸也是这样，人们对纸质新闻媒体的需求，是它产生的渊源。需求量决定发行量，需求的持续时间决定报纸出版的寿命。报纸的核心功能永远都不会改变，那就是——以纸质页面为载体、以文字和图片形式报道最近的新闻信息。至于传播文化、引导舆论、娱乐大众、广告营销等，都是它的衍生功能。

一份报纸就如同一副货郎担子。假设挑担的货郎下一趟乡要去3个村庄，他会事先匡算一下这些村庄男女老少的人头数，相当于报纸的读者群。接着他会把最有购买力的那个人群（20~30岁的女人）的数量摸排出来，这就相当于报纸的基准读者群了。接下来，他先把基准人群需要的东西装足，剩下的空间再去考虑装些其他人群（老人、小孩、青壮年等）需要的东西。新闻报道是易耗品，报纸隔天就成了废纸。货郎担子里的主要货色也都是易耗品，比如牙膏、面霜，个把月左右就要添新的，这是货郎算准了的，否则，如果卖的都是一年半载都不用替换的东西，他岂不是要常常跑空趟了。这就如同报纸上如果尽登些人们不感兴趣的信息，报纸就卖不出去了。货郎担上箱子的各个侧面都挂着不同种类的小商品，好比报纸不同的版面里登载不同种类的信息。货郎担各个侧面小商品的摆放也是讲究琳琅满目、错落有致的，好比报纸版面的编排讲究美感。有时候，货郎担子上也会夹几个新玩意儿，去试试销路，还要吆喝几句，新产品如能卖出去并打开销路商家会给酬金，这就有点像报纸做广告了。当然，货郎师傅也可以帮村民送送信，传传话，还可以边卖货边帮人剃个头、给人唱个曲儿，但这些都不是他的主业，他的主业还是卖易耗的小商品。

以上比喻，不过是说明货郎担有货郎担的核心功能，报纸自然也有报纸的核心功能，所以他们都有各自生存发展的空间。当然，货郎担现在已经消失殆尽，因为如今我国各乡各村都通了公路，各类货物都可以趸批运入，乡村都有了商店和超市，货郎担的功能完全被替代，自然就退出历史舞台了。那么，报纸会不会也被别的新媒体替代而退出历史舞台呢？

二、晚报萎缩的根本原因

报纸会不会被其他大众媒体取代，报纸会不会因而消亡？这个问题不时被人提起，尤其会成为大学课堂上坐而论道的话题，况且，这种恐慌还是有理由，甚至是有证据的。十多年前，香港最后一家晚报关张的消息传来，引起内地报界一片哗然！因为当时的内地，正是晚报蒸蒸日上、光景大好的时候。可是没过几年，各地的晚报果然也出现了萎缩，甚至转型。萎缩的标志就是发行量普遍下降，广告收入被电视拉开了差距，广告“蛋糕”也被都市报以及一些分众的报纸切去很多，广告价格大跌。所谓转型，其实就是消亡。有些报纸名字虽然还叫晚报，其实已经与日报、早报、晨报、都市报同时编辑、同时出版。在不少城市，已经没有晚报。譬如德国的《汉堡晚报》、南京的《扬子晚报》，这两家报纸早就是日报化了，保留原来晚报的名字，仅仅是为了利用原品牌的价值，留作纪念罢了。

前面说过，需求决定生产。晚报的萎缩和转型，不是因为晚报的质量下降，而是因为许多读者不再需要晚报的功能，是读者变化了。而读者的变化，很大程度上又是因为，在原来读晚报才能详尽获取最新资讯的时段里出现了可以基本替代晚报核心功能的产品——电视新闻报道和网络新闻报道。晚报的核心功能是，它报道日报无法报道的当日后半夜及上午发生的最新新闻，即当天凌晨到中午12点左右发生的新闻。请注意，这才是晚报的立身之本，是它的核心功能，至于它的陶情益智、休闲阅读等，都是衍生功能，并不具备很强竞争力，因为这些衍生功能，在日报醒悟过来之后，轻而易举就具备了。

接受方式简易而又生动形象的电视新闻报道拉走了许多老年读者，内容强劲而又形式多样的网络新闻报道拉走了许多年轻读者，这又印证了当初晚报理论中的一个论断——晚间的读者，在忙碌一天之后的休息状态下，需要轻松、休闲地接受信息。现在的状况是，许多人干脆彻底轻松休闲——晚上干脆不看报了，因为观看电视画面、上网自由冲浪比看报纸更轻松休闲。当人们发现日报上同样有陶情益智、闲趣横生的信息时，当人们发现被日报“漏报”的那些不多的新闻信息完全不必要通过晚报才可以获得时，晚报就真的岌岌可危了。

需要补充说明的是，当年晚报独步天下的时候，电视新闻报道及网络新闻报道确实都处在一个相对弱势的地位，而如今的电视新闻报道和网络新闻报道已经不可同日而语（看看四川汶川大地震的报道及北京奥运会报道即知），对付日报那点“漏报”的新闻早已是绰绰有余。晚报核心功能的优势遭到极大挑战，因此，晚报的“奶酪”是迟早要被人动掉的。

三、报纸将与其他新闻媒介长久共存

但是，晚报走下坡路，并不代表报纸在走下坡路。晚报走下坡路，只能说明如今的年代，报纸不适宜在晚间出版发行。换句话说，晚间不是报纸出版发行的黄金

时段。这就好比如果把“新闻联播”放在深夜播出同样也不适宜一样,不能说深夜里没人看“新闻联播”就表明电视新闻报道走下坡路了。

读报的人只需享用报纸的功能,办报的人却需要研究报纸的功能,研究的目的是为了地地践行。充分地发挥报纸的核心功能,是办好报纸的关键所在,也是确保报纸与其他新闻媒介长久共存的关键所在。

报纸,在人类传播媒介发展史上已经存续领先了数千年,其文化负载功能可谓纹丝未动,其新闻传播功能及地位可谓牢不可破!究其根源,正是因为它的核心功能的独占性和不可替代性。前面说了,报纸的核心功能就是——以纸质页面为载体报道最近的新闻信息。如果剖析报纸核心功能的本质内涵,其独占性和不可替代性具体表现在以下几个方面。

1. 便于阅读、携带和收存

这一特点,在早先众多新闻学著作中均有论及。但是,当年这些著作论述报纸的这一优势时,电视及互联网的新闻报道势力远没有现在强大。所以,当电视新闻滚动播出、互联网触角无处不在的时代到来之后,报纸的便利性优势受到了一定程度的削弱。也就是说,报纸必须加固这方面的优势,不得削弱。一些中等以下文化程度的读者,选择读报,主要是因为报纸新闻比电视更详尽,有些新闻电视播得比较简要,要详细了解还需去看报;还因为看报纸可以慢慢悠悠地看,看电视新闻需要候时候刻,视觉和听觉都要高度集中,连坐姿、角度都要有讲究;早先的电视新闻一天就播一两次,过时不候,语速快了还来不及反应,尤其是一些需要理解和记住的关键词和重要数字。但是,当电视新闻的播出不断改进之后,播出次数增加了,一天可以有五六档,甚至更多。这样,对于上述这类读者来说,看电视获得新闻的便利增加后,读报纸的兴趣可能会有所减弱。

报纸一刻也没有停止过在突出其便利阅读、携带功能方面的努力。首先是字号适当放大,一些报纸的正文由过去的6号字放大到5号字,让一些眼力不健的读者读起来更容易。然后是字距、行距、栏距,以及文章与文章之间距离、文章与图片之间的距离均明显拓宽,使得版面的空间敞亮、通风、透气,营造出四通八达、疏松开朗的视觉效果。再就是,大批的报纸由原来的对开版面改成了四开版面,为的是便于读者翻阅,而不用像读对开大报那样展臂开怀,上下求索。在携带方面的改进也是与时俱进,现在的报纸动辄上百个版面,早已不是当年那种四个版、八个版报纸卷起来就走的“便于携带”了,于是,在发行商的最先怂恿下,报纸开始有了时尚的包装袋,有塑料薄膜的,有纸质的。一些刚上市的新报纸,怕装在袋子里面吸引不到眼球,就要求塑料薄膜要超薄,能够透过薄膜看到里面的版面;同时要求编辑将头版的图片做大,内页的精彩内容要做成提要题放到头版上来,封面及封底的标题要刺激夺目。真可谓动足了脑筋!

显然,这些努力是有效的。这些举措后来形成了风潮,一夜之间,几乎所有的报纸都进行了改头换面。这事发生在21世纪初,发生在这个时候一点都不奇怪——算算年月,正是80后一代开始成为阅读主角的开端之时。而这一代人,将

在今后相当长的时期里成为报业世界的主宰者。办报人，当然要迎合他们的需求。

2. 信息精要

所谓精要，是指信息的精选和可供精读。这一点，其他任何媒体都只能望其项背。电视和广播，只能看和听，不能读，其新闻传播的内容虽然也不失精要，但却不能精读，传播效果上自然会有其与生俱来的缺陷。网络新闻报道存在的问题就更多了，很多的新闻就像管理不善的仓库，堆积如山，横七竖八，无从选择。到目前为止，还没有找到一条让网民能够有效地精读信息的途径，这是它信息负载过重、页面形式单一所造成的必然结果。

电视新闻工作的主要对象是一幅幅画面，网络新闻工作的主要对象是一件件“文件”，而报纸新闻的主要工作对象则是一个个文字。可以打这样一个不怎么恰当的比方：网络好比是卖书的，电视是给书插图的，而报纸是写书的。在文字报道上，在新闻报道的精选和可供精读方面，报纸具有无可比拟的强势。电视新闻报道时间的短促，与受众接受信息、理解信息、记忆信息所需的时间不相称。受众更多接受的是画面，以及一些信息的梗概，而仅有梗概显然是不够的。即使是纯粹画面的新闻，比如一场足球比赛，观众已经看了完整的电视直播，为何第二天的体育报、足球报还卖得那么火，而且是必然卖得火？就是因为画面转换得太快了，阅读的时间和节奏不能掌控，细节看不清楚，重要环节稍纵即逝，与之相关的背景、信息、趣闻、幕后等，电视上根本安排不了时段来详细介绍。要知道，电视的频道和播出时段都是有限的，不像报纸，现在几乎是想增多少版面都可以（只需预先报批备案即可）。体育报、足球报正是抓住了电视报道的这个软挡，在细节报道、深度报道、背景报道、幕后戏、场外戏、赛后戏等方面做足文章，甚至周报的出版时间都是根据重大赛事的比赛时间来确定的。可见，即使是足球比赛这样的新闻，电视也不可能完全取代报纸。因为，有许多新闻事实，单靠画面无法充分报道，必须借助精要的文字表达，才能让读者获得更加全面、详细的信息。

将报纸新闻报道与网络新闻报道相比较，是一件很复杂的事情。若单从信息量上讲，报纸之于网络，近乎陆地与海洋的关系，网络的信息量要大许多。但是，从实用角度讲，如果陆路就可以到达，那就不必走水路了，毕竟可以省很多时间。举个例子，那些配有秘书的高层领导由于公务繁忙很少有时间上网，甚至连读报纸的时间都不多。他们要获得新闻信息，都是靠秘书每天帮他们搜集整理，按其需，举其要。那么，报纸每期编辑出版固定篇幅的新闻，提供给读者，就是为了省去读者的搜索时间，为读者当秘书，读者只需翻阅几个重要版面，便知天下事。这种编辑工作，包括选择、增删、修改、标题、组合、拼版等。这几乎好比是把一间房子装修布置得舒舒服服，生活用品一应俱全，读者只需住进去享用就是了。网络就没有这些精要细致的“装修”。网络是一个巨大的信息卖场，它的优点是货物齐全，应有尽有，它的缺点是没有精要的选择、精要的编辑和组合。网络对新闻页面的编辑处理主要是归类和更新，如果按照严格的新闻业务要求来衡量，它几乎没有专业的新闻编辑过程，有时候连错别字都没修改，全部来函照登。它对篇幅没有限制，因

此基本不需要增删，因而也就不能凭借新闻篇幅的大小准确细致地表达媒体对新闻的价值判断，从而也就谈不上以这种判断来影响受众。除了首页，它的新闻的排列看不出轻重层次，只能听任受众脚踩西瓜皮，鼠标漫无目标地点到哪里是哪里。不经过专业的、精要的编辑，只是不断大批量地将“新闻文档”传播出去，网络新闻报道的缺陷是显而易见的。同时问题变得简单了：如果一个繁忙之人一天中只有很少的时间了解新闻信息，那么他是去读专业采编人员精心配置好的报纸版面，还是去网络上盲目地以一己之力误打误撞？

3. 权威性和可信度

报纸在信息的权威性和可信度上，可谓首屈一指。对于电视和广播，人们常常会因为“没看仔细”或“没听清楚”，又不方便再跑到电视台、电台去查询，因而信息的接收存在不稳定和不确定性。也就是说，电视及广播的权威性和可信度之所以输于报纸，并不是因为它们的传播内容，而是因为它们的传播方式；并不是因为它们的信息不可信，而是因为受众觉得自己的视觉和听觉不可靠，因为这是一种被动的、受限制的接收，而报纸则是一种主动的、可调控的吸收。至于网络新闻报道，它之所以难以对三大主流媒介构成威胁，其中一个重要原因就是，它的信息的可靠性、可信度一直遭到人们质疑。网络的海纳百川，兼收并蓄，自然难免泥沙俱下，鱼龙混杂。前面说过，网络把很繁重的对信息的搜寻、选择、鉴别、核实等工作，都交给了网民去做，使得网络信息的权威性和可信度大打折扣。如果信息的权威性和可信度最高是五星的话，那么，互联网信息总体上讲最多只能给两星。

报纸，尤其是中国的报纸，其权威性和可信度之所以处于较高位置，是有历史渊源的。报纸一直是中国公众获取新闻信息的主要来源，它们必须保证信息的真实准确，才能赢得百姓读者。其对新闻真实性的追求，对新闻的精选、精编、精确的要求，使得报纸信息的权威性和可信度与其他媒介，尤其是与网络媒体相比毋庸置疑地处于高位。

4. 独有的字据效应

报纸媒介独有的字据效应，也是报纸不可被替代，必定会与其他媒介长久共存的特质之一。

人所共知，报纸是报道新闻的媒介，同时也是发表文章的地方。这种发表，决不同于在电视屏幕上的播出，也不同于在电波里的广播，更不同于在网络上留言。在报纸上发表新闻或其他作品，是“白纸黑字”，是立字为据的，它更符合中国文人对“文章”的审美诉求。就好比你可以在野地里吃烤全羊，但中国文人更喜欢用考究的餐具在餐桌上吃羊排。虽然吃的都是羊肉，但环境、氛围、美感、成就感是不一样的。一些作者会把自己在报纸上发表的“豆腐干”视如珍宝，珍藏几十年。是因为在他们看来，个人的文章，被专业人士选中，刊登在报纸版面上让大众阅读，是件很神圣、很成功的事情。

对于报纸的新闻报道，它的个人自主独创性较强。在报社工作，优秀记者、编辑像大海里一叶叶乘风破浪的帆船引人注目，在记录历史的同时，自己也被历史所

记录。而电视作品则是多人合作的产物，在电视台工作，记者、编辑就像大海里的一滴水，难以留下独特的痕迹。

电视和广播的收看收听受到时段和设备的限制均有不可逆性，看过听过就过了，一般条件下无法回过去重看重听。而报纸则有自己得天独厚的优势，它可以反复阅读，可以作为资料，有案可稽。因此，报纸还有收藏价值，年代久远的报纸会成为博物古件，成为历史见证。“今天的新闻，就是明天的历史”，最早讲的就是报纸的功能。

因此，现在以及今后相当长的时期里，报纸仍会是文人的事业、读者的首选、商家的宠物、历史的文献，绵绵不断，经久不息。

5. 独特的新闻组合形式和版面美感

不同于广播电视以影像和声音为信息传播的主要表达形式，报纸的新闻信息是编排、印刷在纸面空间上的读物。报纸这种信息传播载体样式的始祖是书籍，将纸张的开面放大，定期刊登最近产生的新闻信息，不用装订，制订一个合理售价，根据读者的需求量决定印刷发行量——这就成了报纸。

报纸的样式，相对于书籍样式来说，是一场革命。主要体现在以下几个方面。第一，报纸的内容不再是书籍里的经典、说教、学究、虚构，而是活生生的新鲜事实，直接可以成为现实生活的参照和引导。第二，读报不再像读书那样是读书人的专利，报纸通俗易懂，只要初识文字都可以读。也就是说，报纸的阅读范围要比书籍的阅读范围大许多。中国现代史上的历次大革命，报纸都发挥了不可估量的作用。第三，报纸纸张开面的增大，书籍的“页面”变成了报纸的“版面”，由此产生了并一直在不断革新的堪称“办报艺术”标志的报纸版面形式。

报纸新闻信息组合形式的独特性表现在：它不是机械的排列组合，而是运用一种暗含的“版面语言”对新闻进行了描述和布局。这种版面语言，蕴涵着新闻价值规律、新闻传播规律以及版面空间特有的结构规律。版面上一切可以运用的元素——文字、标题、字体、字号、图片、线条、间距、空白等，都成了版面语言的表达符号。编辑是版面语言的运用者，不同的编辑运用版面语言的能力或特点大不相同，即使面对同样的一组新闻信息，其布局和构想也会有大的差别。

书籍编辑是不能直接来当报纸版面编辑的，因为如上所述，这两者完全不是一回事。报纸编辑除了要具备高度的政治敏感和新闻判断力之外，还必须具备新闻价值表达能力和特殊的版面审美能力。而对于这方面的审美观，一个普通的书籍编辑几乎一无所知。自近代报纸诞生至今，报纸版面的审美标准至少经历了这样几个阶段：①有闻必录阶段，新闻本身就是一种美，版面无须其他装饰；②方便阅读阶段，开始讲究用版面位置及标题对读者进行提示，同时注意版面走文有利于读者阅读；③图文并茂阶段，把图片新闻放上了一个重要位置，同时彩色版面开始盛行；④时尚阅读阶段，一些传统的规范被突破，更多的时尚美术手段介入，版面设计从传统的版面编辑当中分化出来，由专业的设计人员担当。

综上所述，报纸由其特殊的功能及不可替代的表达形式决定，它必将与其他媒