

新
XIN

闻
WEN

窗
CHUANG

10-21

5
200
双月刊



提倡写点新闻评论

努力优化党报的办报环境

有优势，更要看到劣势

电视谈话类节目面临“突围”

贵州新闻采访团 赴宁夏青海活动剪影



贵州新闻采访团一行12人，9月5日到达银川，宁夏记协召开新闻发布会，邀请区计委主任项宗西介绍宁夏经济和社会发展状况。



上图：在青海共和县土族村采访。
左图：在宁夏青铜峡市小坝乡张岗村访问一农户。



参观西宁市城市建设。

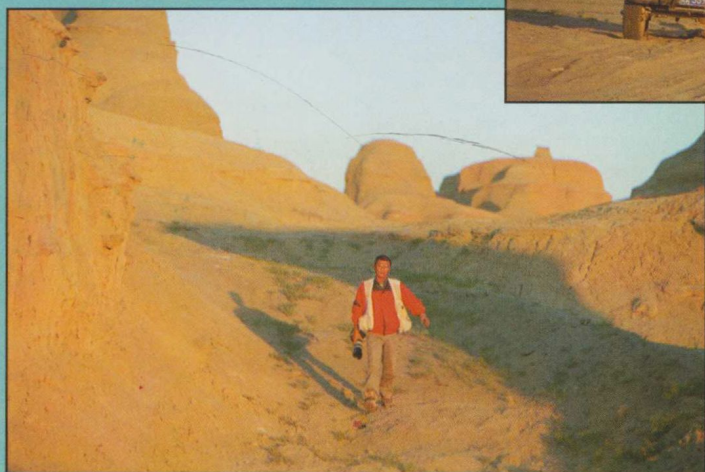
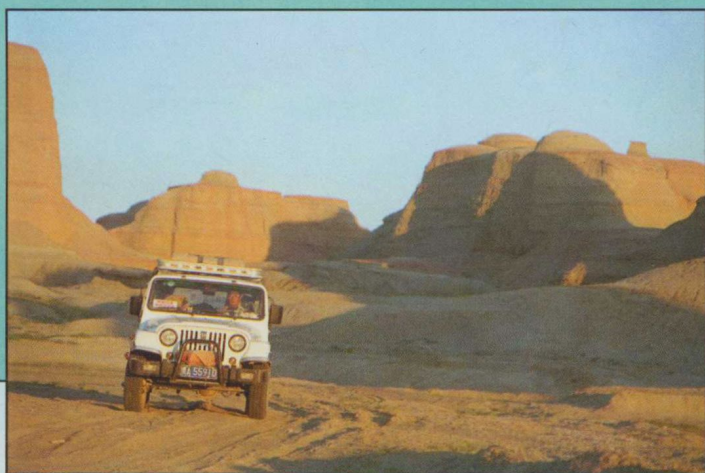
摄影

樊高斌

封面照片：贵州新闻采访团在青海省海南自治州牧区。



上图：欢迎归来
右图：汽车在行驶中
下图：在魔鬼城



贵阳日报记者黄成德行程3万公里穿越12个沙漠，圆满完成“沙漠警钟”考察活动

G 229.24
5-3

新闻窗 XIN WEN CHUANG

双月刊	专稿		
总 89 期	提倡写点新闻评论		高宗文 3
2001 年	党报研究		
第五期	努力优化党报的办报环境		贺黎明 4
 <p style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold;">目 录</p>	探索与交流		
	有优势,更要看到劣势		彭明端 7
	——《贵阳晚报》发展之思考		龙家胜 9
	县市晚报面临严峻挑战		
	舆论监督		
	舆论监督重在解决问题		邓航 11
	正确开展舆论监督是党报的优良传统		陈世科 左强生 12
	经营管理		
	试论基层电视台的经营理念		王先宁 14
	以竞争态势发展报业经济		黎锐 广大 18
声屏世界			
电视谈话类节目面临“突围”		伍新明 20	
频道专业化运作与受众研究		黄葵 23	
双月随感			
新闻要有新闻源			
——谈我省报纸存在的一个问题		龙焯成 23	
主持人之页			
试论节目主持人的角色意识		李玲 27	
播音语感效应		陈彪 29	

主 编

王保民

副主编

方必宏

白云浮

王秀昌(常务)

dqwu07/03

新闻窗 XIN WEN CHUANG

双月刊	采编实践		
总 89 期	时事新闻版面制作的三个环节 “数言清亮 倦处生神”	饶雪蓉 32 文向东 33	
2001 年	灯下漫笔		
第五期	一生唯苦吟 身后千载名	杨子才 34	
目 录	编通往来		
	研究报纸,按新闻要求写稿	陈晓君 36	
	业务探讨		
	浅议新闻指导性的价值定位	王世海 黄朝云 37	
	新视角		
	也谈新闻真实性	杨保军 39	
	评报评刊		
	心中装着老百姓 ——评贵州日报“百姓话题”专栏	翟建华 43	
	副刊研究		
	充分发挥报纸副刊的美学功能 办好黔西北自己的周末	陈颖 44 史红云 45	
编 辑 刘 邦 举 邢 玲	期刊园地		
	论加入 WTO 后中国少儿期刊的发展方向	殷全生 47	
	贵州新闻界 6 则		48

G229.24
5-3

新闻窗 XIN WEN CHUANG

双月刊	专稿	双月刊
总 89 期	提倡写点新闻评论	高宗文 3
2001 年	党报研究	党报研究
第五期	努力优化党报的办报环境	贺黎明 4
目 录	探索与交流	探索与交流
	有优势,更要看到劣势 ——《贵阳晚报》发展之思考	彭明端 7
	县市晚报面临严峻挑战	龙家胜 9
	舆论监督	舆论监督
	舆论监督重在解决问题	邓航 11
	正确开展舆论监督是党报的优良传统	陈世科 左强生 12
	经营管理	经营管理
	试论基层电视台的经营理念	王先宁 14
	以竞争态势发展报业经济	黎锐 广大 18
	声屏世界	声屏世界
电视谈话类节目面临“突围”	伍新明 20	
频道专业化运作与受众研究	黄葵 23	
主 编 王保民 副主编 方必宏 白云浮 王秀昌(常务)	双月随感	双月随感
	新闻要有新闻源 ——谈我省报纸存在的一个问题	龙炳成 23
	主持人之页	主持人之页
	试论节目主持人的角色意识 播音语感效应	李玲 27 陈彪 29

dqw07/03

新闻窗 XIN WEN CHUANG

双月刊	采编实践		
总 89 期	时事新闻版面制作的三个环节 “数言清亮 倦处生神”	饶雪蓉 32 文向东 33	
2001 年	灯下漫笔		
第五期	一生唯苦吟 身后千载名	杨子才 34	
目 录	编通往来		
	研究报纸,按新闻要求写稿	陈晓君 36	
	业务探讨		
	浅议新闻指导性的价值定位	王世海 黄朝云 37	
	新视角		
	也谈新闻真实性	杨保军 39	
	评报评刊		
	心中装着老百姓 ——评贵州日报“百姓话题”专栏	翟建华 43	
	副刊研究		
	充分发挥报纸副刊的美学功能 办好黔西北自己的周末	陈颖 44 史红云 45	
编 辑 刘邦举 邢 玲	期刊园地		
	论加入 WTO 后中国少儿期刊的发展方向	殷全生 47	
	贵州新闻界 6 则	48	

提倡写点新闻评论

高宗文

一张报纸不能没有评论。评论在报纸上占有特殊重要的地位。报纸之所以要有评论，由于它是报纸的灵魂和旗帜，是报纸的最直接的声音。

这里我着重谈谈署名评论的写作。现在翻看各家报纸，署名评论的活跃是显而易见的。“舆论一律”和“舆论又不一律”，在坚持四项基本原则的前提下，广开言路，议论纷纷，这是社会进步和民主化程度提高的表现。报纸上经常有各种各样、长长短短、以短为主的文字，特别是多有一些生动活泼、清新可读的小言论，报纸才会有生气，有战斗力。这些小言论议论当今之事，回答群众疑问，宣传党的政策，反映传达民意，拥有众多读者。有了感受，可迅速命笔成篇，在版面上不过占方寸之地，却胜过某些内容空泛的长篇大论。

依我的体会，写署名评论题目要小，要具体。确定好题目，是写好文章的关键。题目选得好，选得准，找到一个最佳的写法，文章就成功了一半。在中国古代，这就叫谋篇。题目要小，要具体，但又要小题大做，小中见大，论述不能止于小，止于具体，而要有所深化。看上去仿佛是小事一桩，或者大家习焉不察，信手拈来，娓娓而谈，涉笔成趣，言之有理。

署名评论要想避免空泛，富有生气，一般说来，实例是不可缺少的。要虚实结合，倚托实例发议论。板着面孔，正襟危坐，讲些干巴巴的概念、道理怎么能打动人？观点和材料有机结合，才能有血有肉，议论风生。倚托实例，不一定是具体的人物和事件，可以是一种倾向，某种具有一定典型性的泛指。文章的由头在我们身边经常可以遇到，正所谓耳得之而成声，目遇之而成色。只要你是有心人，善于借“题”发挥，选题总是有的。

再者，文章要力求有“意蕴”。蕴者，蕴含、蕴籍也。没有意蕴的文章，一览无余，没有咀嚼的余地，没有回味。文章受不受欢迎，在于有没有意蕴，也就是大家常说的有没有“读头”。有的文章，手法简单，引用点什么，讲些浅显的道理，缺乏分析和说理，语言又生硬干枯，怎能让人赏识呢？

再就是，写一篇短文的目的性，要简单明确。文章要短而精，必须紧紧把握住致力点。致力点就是主旨，就是出击方向。目标要集中，不能分散。著名学者朱光潜先生说：“世间没有说得完的话，你想把它说完，只见得你愚蠢；你没有理由说人人都说的话，除非你比旁人说得好，而这却不是把所有的话都说完所能办到的。每篇文章必有一个主旨，你须把着重点完全摆在这主旨上，在这上面鞭辟入里，烘染尽致……这就是选择，这就是攻坚破锐。”

写好署名评论，需要知识、智慧、文采和对现实问题敏锐而恰当的把握。因此要加强学养，充实提高，厚积薄发。

鉴于目前本报署名新闻评论的缺乏，谈了以上一些感想，兼有提倡之意。希望有更多的同志动起笔来，在写作消息、通讯等的同时，不妨尝试之、实践之，在这个广阔的领域有所拓展。

努力优化党报的办报环境

贺黎明

党报是我国报业队伍的主力军。近年来,党报在发展过程中,既有成绩也存在困难,既面临发展机遇又面临严峻挑战。在我国即将加入WTO的背景下,我国党报应如何应对来自国内外的竞争和挑战?在新的世纪里,如何确保党报继续坚持正确舆论导向、强化喉舌动能?这些问题,事关党的事业的成败,事关我党执政的基础是否牢固,我们切不可掉以轻心。

党报的稳定和发展离不开健康稳定的生存和发展环境。从现实的情况看,我国党报生存发展的环境总体是好的,这也是各地党报近年来得以蓬勃发展的一个根本条件。但是我们也应看到,在新的形势下,党报所面临的办报环境也发生了一些变化,存在一些问题。这些问题既有思想观念上的,也有政策机制及工作作风方面的。只有较好地解决了这些问题,才能进一步优化党报的办报环境,促进党报的发展。

一、优化党报办报环境,需要澄清观念,端正认识

近几年来,在市场经济大潮的冲击下,人们对于党报原本清楚的一些认识模糊了,围绕党报有了种种似是而非的说法。比如对党报的泛商品化和党报社的泛企业化,这显然模糊和混淆了党报与一般商品和一般企业的区别。所以,有必要澄清几个关于党报的基本观念,端正对于党报的基本认识。

1、党报是喉舌,是党派的舆论武器,这是党报最基本的属性。在商品社会,党报作为报纸中的一种,当然具有商品的某些属性。比如,在一般情况下,也要通过货币来交换。但这并不等于说党报就是一般的商品。因为党报所具有的某些商品属性并不是党报的根本属性。比如说,商品是没有阶级性的,但党报却无一例外地具有鲜明的阶级性;商品和商品生产无不体现和追求经济利益的最大化,但党报却只能把党派的利益即政治利益放在首位,办党报首先是从政治而不是从经济着眼。如果否认和忽视党报的喉舌功能,将党报与一般的商品等同起来,或者与一般传播娱乐信息、经济信息、专业信息的报纸等同起来,无疑会丢西瓜、拣芝麻,无疑会弱化喉舌功能,这不仅不利于党报自身的发展,还会危及党的执政基础。

2、党报属于意识形态领域,是重要的舆论阵地,是党的事业的一部分,既不能可有可无,也不能等同一般企业和事业单位。因为,在社会主义市场经济条件下,一般的企业或事业单位,完全可以按市场经济的规律来进行管理,党和政府不必要也不可能将他们的生生死死包下来,除个别牵涉国计民生和国家安全的企业、事业单位外,其他大多数企业、事业单位,均可由市场来决定生死。但党报作为党的舆论阵地,作为我们党生存、发展的重要宣传武器,绝不能轻言放弃或简单地

推向市场。

曾有一段时间,有人曾讲过“国企的今天就是党报的明天”。或许,从增强党报从业人员的紧迫感来讲,此话有一定积极的意义。但这种把国企与党报等同看待的认识却不无偏颇。实际上,国企和党报在诸多方面都存在很大的差别。首先,国企和党报的工作目标不一样,一般来讲,企业无论是生产有形商品或是从事各种服务,都是坚持市场经济的原则,把追求经济效益放在首位,只要不违法,尽可以什么赚钱搞什么,怎样赚钱怎样搞,围着市场转、围着顾客转。而党报则不然,党报必须把党性原则放在首位,即使是坚持两手抓,坚持社会效益与经济效益一齐拿,也要坚持把社会效益放在首位,在社会效益和经济效益发生冲突时,经济效益要让位。换一句话说,办党报也需要经营,但经营并不是办党报的首要目的。也就是说,党报的办报宗旨决定了党报不可能象企业那样去追求利润的最大化,不可能围着市场转,顾客说什么是什么,顾客喜欢什么是什么,放弃舆论引导的责任。

另外,从政策待遇上看,国企和党报也存在很大的差别,比如说,国企可以改制、“改姓”(包括出让、租赁、股份制等等),可以采取多种手段融资,吸引投资,甚至可以请外国人来管理,而党报因其自身的特殊性,则完全不可能采取类似的办法,也无法享受类似的政策待遇。另外,在我国现行体制下,党委、政府对国企的管理、领导方式也和对党报的管理、领导方式有很大的不同。这说明,在我国现阶段,党报还不具备企业化的基本条件,将党报视为企业既不客观也不现实。

当然,从另一面讲,说党报不是商品,党报社并非是企业,并不是说,党报在建设社会主义市场经济的今天,依然可以抱着计划经济时期旧的观念不放,可以心安理得地因循守旧,不思进取,不积极地适应社会主义市

经济的变化,躺在财政的襁褓中,忽视党报作为报纸,也具有商品的某些特性,忽视党报社作为一个经济实体,在市场经济条件下,也要主动地适应市场经济的要求,也要讲求经济效益,也应培育报纸的发行市场和广告市场等等。但我们不能忘了,这一切都要在坚持正确舆论导向的前提下进行。实际上,无数正反两方面的事实也都说明了,党报只有在处理好两个效益的关系后,才能坚持政治家办报,才能更好地担负党的宣传任务,实现报纸宣传和报社发展的良性循环。

从这些认识出发,我们就应该根据党报的特殊性,将党报与晚报、都市报、其他娱乐性、专业性报纸区分开来,对党报采取一些特殊的倾斜政策。比如,能否象某些省份已经实行的那样,由地方财政对党报发行进行贴补?使党报的发行保持低价位,并创造条件逐步过渡到赠阅,扩大党报覆盖面,以利于党和政府、人民的声音的传达。又比如,鉴于党报社不能随便融资、引资的实际,有关方面应在党报社的硬件投入上予以支持,将党报社作为精神文明建设、社会公益事业看待。

二、建立社会主义市场经济条件下党报管理的科学体制

同样是党报,在不同的历史时期其管理内容和管理方式是不一样的。所以,我们必须在坚持党的领导绝对不动摇,坚持马列主义、毛泽东思想、邓小平理论的指导地位绝对不动摇的同时,积极探索如何在新的历史条件下建立和完善科学、有效的党报管理机制,创造更加有利于党报生存发展的环境。

首先,这种管理机制应在坚持党性原则的前提下,尊重新闻规律,规范新闻管理。在新闻管理中既要注意各种新闻媒体的共性,又要区别报纸特别是党报与其他媒体的个性,根据不同的管理对象制定不同的管理办法。在日常管理和重大宣传部署中分清层次。比如在维护党报的权威性方面,应凸现

党报的作用,比如,凡是反映当地党委政府重大方针政策、重要活动、重大表态、重要事件、重要文章均应授权或专门安排党报首发(起码是与其他媒体同时发),不允许其他报纸抢发,更不允许各家媒体根据各自的喜好、理解,各行其是,各唱各的调。导致在党和政府的重大信息、权威信息宣传上,出现多种声音等等。

为了有利于报纸宣传和报社发展,应逐步理顺相关的管理体制。报社与相关的主管及职能部门,都应明确各自的权利、义务、职责范围。该加强的一定要加强,该理顺完善的,一定要理顺完善。换一句话说,该管的,要管好、管住,该放手的则应放手。在报刊治散治滥工作中,要坚决执行党和国家的相关政策,充分体现扶持党报的政策精神,大力整治种种既不具备办报条件,又经常违规的小报。合理调整报刊结构,建立健康规范的报刊运行秩序,以利于报业特别是党报的生存与发展。

三、转变工作作风,为提高党报新闻报道质量创造条件,拓展空间

长期以来,各地党报在新闻宣传上都程度不同地存在一些带共性的老大难问题。比如,新闻报道冗长、单调、不鲜活;写法呆板、陈旧、面面俱到;版面上一般性的会议消息,政务活动消息充斥;而来自基层一线鲜活的、真正有新闻价值的报道并不多见。这些问题几乎成了党报固有的“特征”和通病。对于这些问题,作为办报人,当然难辞其咎,需要不断总结、不断完善。但是,我们也应看到,同样是党报,也不是千篇一律地“面目可憎”。为什么沿海、东部一些地方党报可以刷新面孔,而西部或其他内陆较落后地区办不到呢?或许有人要讲,东西部办报人的观念不一样,但拙以为,观念也是环境造就的,更何况,东部许多党报的办报骨干其实都是从西部“飞”

过去的呢。

存在决定意识。报纸只能是一个地方工作的真实反映,既不能拔高,更不能编造。如果一个地方工作一般,那么在当地党报上反映出来的情况也只能是一般,绝不可能工作业绩平平,但报纸宣传却花团锦簇,新意迭出(果真如此,就成了咄咄怪事了)。过去有人讲,“有什么样的总编就有什么样的报纸”,这句话从一定意义上讲,当然正确,因为总编辑在报社中处于中心决策地位起关键作用。但是,现在也有人讲:“有什么样的党委就有什么样的党报”。笔者认为,从我国现行党报管理体制上看,这一判断或许更客观,更符合实际,更讲到党报改革,提高质量的关节点上。所以,在党报的新闻改革中,除了党报社自身的努力外,尤其需要上下通力合作,“综合治理”。有关方面应该转变工作作风,切实改进会风、文风,努力减少一般面上的领导活动,减少种种没有新意的文件、讲话,反对形式主义、官僚主义。制定切实可行、有约束力的新闻报道管理规范,规定哪些活动可以报道,哪些不报道、少报道,采取何种规格何种方式报道等等。真正按江总书记“三个代表”的重要思想指导我们的工作,通过提高工作质量,推动党报新闻宣传质量的提高,为党报的新闻改革提供条件,拓展空间。

实现党报的可持续发展,离不开内因和外因两方面的努力和条件,任何只讲一方面而忽视另一方面,都不符合事物发展的规律,所以,我们除了在平时更多强调党报自身的努力外,不可忽视党报外部环境的营造和优化。

更 正

本刊第4期第19页最后一排应接上文《透过“风波”看晚报》,此系版面调整所致,特此更正。

有优势，更要看到劣势

——《贵阳晚报》发展之思考

彭明端

这两年来，《贵阳晚报》在贵阳的报业市场上一直走强。作为地方性的主流媒体，它的优势是显而易见的。然而，这种优势是相对的、暂时的。认真观察，潜心思考，就会发现，《贵阳晚报》其实面临着很大的威胁、潜伏着很大的危机。因此，不能固步自封，目光短浅，要有着眼于大局和放眼于未来的战略思想。

中国很快就要加入WTO。眼下，国外资金已经迫不及待地尝试以各种方式进入中国媒体市场；与此同时，国内其他行业各种成份的资金也正纷纷注入传媒市场；一些省份的强势媒体也开始“入侵”邻省。这一局势的变

化，必然导致国内媒体之间的竞争加剧。业内人士指出，中国报业市场是一个很特殊的市场，表面上看起来是国内媒体之间的竞争；实际上，真正的竞争在入世之后，最终要面对国际上的跨国传媒集团。在国外，国际传媒巨头依仗其强大的资本和品牌实力，不断掀起一浪又一浪兼并热潮——国际传媒业已进入所谓“王者通吃”的时代。

入世之后，外来资金会不会前来“搅和”贵州报业市场？回答是肯定的。因为投资的本质是攫取利润，只要有钱赚，投资者自然纷至沓来！因此，贵州报业市场受到冲击是必然的，只是个早晚问题。有人预言：第一道“冲击波”，应发生在发达地区的城市；第二道“冲击波”，则发生在次发达地区的城市；第三道“冲击波”，才发生在欠发达地区的城市。这种分析，有其一定的道理，但也不完全如是。“攻城掠地”，自然是首先选取极具价值的战略要地。但在有利可图的情况下，必然是大老板携巨资进大城市，小老板携小资进小城市，各自寻找目标，分头挺进。

贵州报业市场目前的竞争，仅是区域性的、行政保护下的、以共同发展为最终目的的竞争；而将来的竞争，可以断言，则是全方位的、搏杀型的、优胜劣汰的竞争。所以，贵州报业虽处落后地区，但也万万不可掉以轻心，偏安一隅。

中国报业市场的逐步放开，外来传媒的介入，竞争的日益加剧……既然这一格局已定，那么，作为贵州报业主力军之一的《贵阳晚报》，又如何在大势中谋大略，为贵州报业市场的发展作出自己应有的贡献呢？

《贵阳晚报》的思考是：打主动战，而且是力主早打、大打，在市场的实战中不断演练，快速提高。一句话，就是要借这种最为有效的手段，与贵州的报媒得到共同发展、共同繁荣、共同壮大，并一道去打造抵御外力入侵的防线。

《贵阳晚报》要打好主动战，首先是要力

争做强做大,扩为32个版。

目前,中国已进入“厚报时代”。发达的地区的省会城市,四开的报纸大多在56个版以上;次发达地区的省会城市,四开的报纸大多在48个版以上;欠发达地区的省会城市,四开的报纸大多在24个版以上。因此,《贵阳晚报》扩为32个版,绝不是盲目超前冒进。

现在24版的《贵阳晚报》,内容相对单薄,有些领域的报道仍显得不足,原因是受版面总量的限制。扩为32版后的《贵阳晚报》,就有条件加强地方新闻的总量、加大经济新闻的含量、加重热点新闻的分量……如此,《贵阳晚报》的丰富性、服务性、实用性将得到明显增强,可以吸引方方面面更多的读者,就有利于培育和扩大贵州的发行市场,也有利于促进贵州的报业向前发展。

《贵阳晚报》扩为32版后,有人担心成本会大幅增加,引发竞争升级,减少报业利润。其实,对报纸的批发价作出必要的合理调整,所增加的成本并不多。以《贵阳晚报》为例,上半年的批发价每份是0.25元。扩为32版后,版面增加,可将批发价调为0.35元。卖报人按订价每份售0.5元,有钱可赚;而买报人也不会有意见,因为版面和内容有所增加。这样,周一至周五32版的报纸,每份仅增加成本0.05元。《贵阳晚报》日发行量10多万份,全年周一至周五共261天,增加成本共200多万元。而周六至周日仍为16个版,也按0.35元的批发价,则每份减少成本0.1元。全年周六至周日共104天,减少成本180多万元。全年成本的增减两笔数相抵,扩为32版后的《贵阳晚报》一年在原来的基础上实际仅增加成本47万余元。

显然,报纸扩为32个版,利大弊小。从目前经营的角度看,扩版所增加的成本并不多,而且为广告增大了空间,增强了同电视等媒体竞争的能力,有利于广告收入的增加,同时也有利于消减读者长期来对版面上广告过多的意见。从未来竞争的角度看,率先做大

做强,抢占先机,不至于将来在与外来强势媒体的激烈对抗中猝不及防,败下阵来。

综上所述,《贵阳晚报》扩为32版,既是现实发展的需要,更是将来应战的需要。所以,形势逼人,势在必行!

《贵阳晚报》要打好主动战,除了争取扩版,做强做大外,还要努力发展先进的报业生产力。

报纸也是商品,是特殊商品,具有“商品的使用价值”,在商品的使用价值转换为价值的过程中,要作到货畅其流,就必须首先提高质量。报纸质量表现在两个方面:一是内容、版式;二是纸张、印刷。

《贵阳晚报》一直在改进报纸内容质量,着力点主要放在提高采编人员的政治素质和业务素质上,因为人是生产力中最具决定性的力量,人的素质高低决定报纸内容的好坏,一流的采编人员,才能办出一流的报媒。《贵阳晚报》在注重培养采编人才的同时,也注意引进人才,今年从省外一次性就进了十多名重点大学的新闻专业和相关专业的毕业生。

科学管理与体制创新也是发展生产力的重要手段。根据报社党组的要求,《贵阳晚报》在体制的改革上作了有益探索,推行全员聘任制,建立了有利于人才成长的竞争机制、激励机制、分配机制,有效地提高了工作效率,促进了生产力的发展。现在采、编、录、校人员以及管理人员,总共仅80多人,而要维系这样一张报纸的运作,在一般情况下需要120人。

在提高报纸的印刷质量和印务能力方面,近年来,报社自筹资金二千万元,先后购进了2.5组技术较为先进的彩印机,保证了《贵阳晚报》不断增长的发行印量和较好的彩印质量。

从基础工作上看,《贵阳晚报》迈出了比较坚实的步子。但是,要迎接入世后所面临的巨大挑战,还有大量艰苦的工作要做。

在人才储备上,《贵阳晚报》虽然较前些

县市晚报面临严峻挑战

龙家胜

相对于各种大报而言,我省县市晚报的创办时间比较晚,在办报经验、办报人才等方面都比较欠缺。例如《凯里晚报》报龄只有十年。由于起步晚,加上投入不足,所以县市晚报的办报条件较为简陋,基础设施普遍较差。

尤其是都市报、商报等文化生活类报纸诞生以来,以其极强的娱乐性、趣味性和可读性广受读者欢迎,迅速占领了城市市场,对县市晚报产生了强大的冲击。由于县市晚报都是党报,还承担着繁重的政治宣传任务,较之不是党报的都市报和商报等,无论在办报灵活性还是财力、人才等方面都无法与之相比。在报纸要走向市场,财政拨款逐年压缩的大气候下,县市晚报的生存和发展面临着严峻的挑战。

县市晚报要进一步发展虽然面临着诸多困难,但同样存在着大好的机遇。随着城市规模的不断扩大,经济的迅速发展,市民文化素质的不断提高,特别是中央实施西部大开发,给县市晚报的发展提供了更广阔的空间。

年有了长足的发展,但名记者、名编辑屈指可数。从将来竞争的强度考虑,需要的是一大批采编高手,而不是寥寥几个。

在印务力量上,还需配备转速更快的先进彩印设备。从将来发展的角度考虑,32版的《贵阳晚报》,也不过是一个时期的过渡,最终仍会被市场“这只看不见的手”所“牵引”,不以人的意志为转移地“走到”48版、56版……所以,印务力量还须着力加强。

另外,信息技术革命的进步,是现代报业发展的标志。现代报业的技术策略集中体现在智能化信息技术的支持和管理系统、数字

县市晚报只要抓住机遇,大胆改革,锐意进取,就有可能实现快速甚至超常规发展的目标。笔者认为,当前县市晚报应采取如下对策:

一、调整办报思路,使“党报”和“晚报”有机统一,相互促进。

当前,大报办小报,走报业集团之路是个趋势。用大报来承担党委、政府的政治宣传任务,而把小报办成百姓报,使生活类报纸从严肃的党报中剥离出来,这一做法取得了较好的社会和经济效益。

县市晚报没有办子报的实力,要想赢得更多的读者,必须在现有的基础上更加突出晚报特色,在内容上更加贴近群众,把硬新闻软化,把抽象的新闻具体化,融权威性、指导性和贴近性、可读性为一体。

世界上没有不关心政治的人,其实老百姓很想知道党和政府的政策,只是我们传统的报道方式很死板、空洞乏味,使读者形成了一种不想看政治新闻的心理。县市晚报要改

化记者、数据库建设等方面。在这方面,《贵阳晚报》有待进一步弥补不足和填补存在的空白。

大力发展先进的报业生产力,是《贵阳晚报》过去能够走出困境的重要原因。而今后,《贵阳晚报》要保持优势,改变劣势,取得更大的进步,一是要对整个市场形势始终保持清醒的认识和准确的判断,二是要抓住时机,适时不误地、坚定不移地把报纸做强做大,三是继续加大对报业生产力的投入。只有这样,在未来的市场较量中,无论风险有多大,风浪有多高,才会傲然立于不败之地。

变这种状况,从一些老百姓感兴趣的角度和生动的事例入手,深入浅出地报道政治新闻,使读者乐于接受,做到“威严中含大义,细小中见精神,润物细无声”。《南方日报》就是以政治新闻为“拳头产品”,不但赢得了读者的喜爱,也得到了党委和政府的高度赞扬。

二、扩版,把“蛋糕”做大。县市晚报由于财力有限,目前基本上是四开四版,这样的容量已无法适应发展的需要。如果存在等、靠、要的依赖思想,因资金困难、人手不足而维持现状,小本经营,报纸将会越办越小,连生存都是个问题,更谈不上发展了。报社必须着眼长远,克服财力不足等困难,即使暂时亏本也要扩版、增刊,把“蛋糕”做大。版面多了,内容丰富了,可读性上来了,发行量自然就会扩大,广告收入也会增多,这样报纸就会步入良性循环的轨道。

三、走出辖区,走向各县,扩大发行范围。县市晚报要有大的发展,还要突破原有相对狭小的范围,走向各县,开辟新的市场,扩大覆盖面。县市晚报虽然不是地、州报,但所在的地、州府所在地是全地区、全州的龙头,各县也很想了解那里的情况,这就为县市晚报走向各县提供了可能性。县市晚报还可辟出专版报道各县的新闻,主动与各县宣传部门联系,培养一支通讯员队伍,逐渐赢得各县的

读者。近一年来,《凯里晚报》在这方面作了尝试,开辟了“全州各地”版块,并主动到各县去搞发行,逐户上门动员,以情感人,受到当地各部门的欢迎,在各县有了一些订户。

四、抓好队伍建设,提高编采人员素质。一张报纸能不能办好,关键在于有没有一支高素质的编采队伍,所以报社要制定措施,鼓励优秀人才脱颖而出,培养自己的名编辑、名记者;当然,新闻队伍素质的提高绝非一日之功,需要从理论上充实,更需要在实践中锻炼,还需要专门的训练。结合县市晚报的实际,报社除了经常组织职工进行学习外,还可以采取“走出去,请进来”的办法,请外面的专家、名编辑、名记者来报社讲课,派编采人员到大报去学习、实践,这样会使编采人员得到较快的提高。

五、加大改革力度,引进竞争机制,提高工作效率。报纸作为一种大众传媒,每天要接受成千上万读者的“检查”,工作容不得半点的马虎和懈怠。建立有效的机制,调动职工的工作积极性很重要。县市晚报的人数不多,又都比较年轻,便于管理,可以借鉴外面的经验,采取竞争上岗、聘用制、末位淘汰等机制,做到人员能进能出,增强危机感,发挥职工的主观能动性。

评论写作八忌

一忌“空”。评论应当有感而发,就事论理,而不应泛泛而论。有些评论从概念到概念,摆不出新材料,提不出新问题,谈不出新见解。这种评论缺少针对性,不解决任何问题,说与不说没什么两样。

二忌“枯”。评论虽属议论,是说理的,写作时主要靠逻辑思维。但评论不仅要以理服人,更要以情动人。不能只是干巴巴几个论点,再加上一些现象的罗列。

三忌“平”。评论应讲究波澜起伏,如果行文平铺直叙,死气沉沉,会使人读时生厌,失去吸引力;反之,会使人喜看爱读。

四忌“浅”。评论的“浅出”只是一种文字表达的技巧,而“深入”才是提高评论质量的关键。

五忌“散”。评论必须紧贴着新闻报道做文章,中心要突出,层次、条理要有逻辑联系。评论不要同时论证多个论题,什么都论,等于什么都没有论。

六忌“训”。评论不应板起面孔,高高在上,应以理服人。

七忌“抄”。评论要从新闻的角度入手,有自己的观点,不应大篇幅转抄文件或领导人讲话。

八忌“长”。评论应当短而实。文字凝炼,思想集中,去空话、套话、废话,少粉饰,推崇“文简而理周”。

(据《报刊动态》)

舆论监督题材,是党报容易引起争议的内容之一。为何关注舆论监督?笔者认为,主要是因为舆论监督属政策性强、责任大、难度大的工作,操作得好,事半功倍;操作失当,很可能坏事。

去年下半年,贵州日报两名记者在接到读者来信来访后赶赴德江,经一周详细调查,核实了该县电力部门在农村电网建设中多收费、乱收费及一些明显违反政策规定的行为。稿子送到编辑组后,报社总编辑组织总编室的同志对此稿进行了研讨。大家认为:这样的舆论监督稿件,不同于某些小报那种血淋淋的“大特写”、情调低迷的“大写真”,而是贴近生活,真诚为农民群众说话的心声之作。稿件迅速以《政策走样 民心工程失民心》为题刊出。几天后,德江县委、县政府负责同志专程赶到报社,表示诚恳接受舆论监督,并着手对全县农电工作进行整改。这一反馈情况被记者掌握后,及时写成稿件在一版作了刊发。

从这件事情上,笔者倒有些感悟,就舆论监督而言,过去我们通常说的“批评报道”,作为“问题报道”来思考或许更好?应该看到,舆论监督不是刻意去曝光、去展示阴暗面,或者说和谁过不去,报纸抓住最有代表性、最有典型性、群众最关心的热点难点事例进行报道,是为了从大局出发,客观、公正、实事求是地解决问题,使社会得以健康发展。

笔者亲身经历的一次持续近三年时间的采访,同样也使舆论监督解决问题的目的最终得到了体现。1999年底,报社总编辑在参加省人大会议时获知:由于审计与法院持截然相反观点,安龙德卧商住小区工程款迷雾

舆论监督重在解决问题

重重。在迅速作出报道部署后,我受令前往调查。赴黔西南州府,下安龙德卧现场,走访审计部门,与法官细谈案情,虽然这桩经济个案犹如一团乱麻,一时让人弄不清头绪,但我总觉得,只要细心采访,顺藤摸瓜,真相总会水落石出。当年12月23日,《迷雾笼罩的德卧商住小区》在一版刊发,引起较大社会反响,省有关部门及社会各界对此事开始密切关注,稿件被评为当年贵州新闻奖一等奖。

次年的3月19日,记者根据事件进展情况,采写刊发追踪报道《安龙德卧商住小区岂容“迷雾”笼罩》。今年5月15日,事件各方终于迎来法院终审判决,一篇《本报与社会各方追踪关注德卧商住小区“迷雾”消散案件终审》的稿件,为这组报道作了最好的落幕。

三年时间持之不懈,悉心追踪,是这组舆论监督稿件最终取得成功的关键。回顾这组报道,

笔者还认为,面对错综复杂的新闻事件,记者从采访、着笔之初,便没有带着“框框”、“套套”先入为主;而是通篇用事实说话,以客观的视觉披露采访所得,让读者去思考、去评论,这是报道得以不断深入的重要一环。

在现实生活中,固然有非黑即白、非白即黑的立场鲜明报道,如旗帜鲜明地歌颂真、善、美,鞭挞假、丑、恶,但更多的时候,我们可能面对的是情况尚不十分清楚,一些冒出来的疑问需要在采访中得到解答。从一定意义上,我们是在做一道题,一道问答题或者解析题,必须通过自己的“望”、“闻”、“问”、“切”,让采访后写出来的东西读者能明了、接受,从而共同得出正确的结论。

正确开展舆论监督 是党报的优良传统

陈世科 左强生

党报,作为党联系广大人民群众纽带,它无疑是党和群众交流思想、交换意见的工具,在党报上开展舆论监督,是党吸取力量,改进工作,接受群众监督的重要途径,是党和党报坚定不移的基本原则之一,也是党报的优良传统。建国初期,党中央于1950年4月19日作了《关于在报纸刊物上开展批评和自我批评的决定》,对于在报刊上开展舆论监督的目的、意义及其重要性,作了详尽的阐述,并特别规定了一些具体办法,以保障舆论监督在报刊上得以顺利有效地进行。1954年7月17日党中央又作了《关于改进报纸工作的决议》,重申在报纸上开展舆论监督的重大意义及其必要性。党中央的两次决议,有力地推进了报纸上的批评和自我批评工作。

1987年,中央宣传部又进一步指出,在以表扬为主的前提下,报纸对于工作中严重的官僚主义和其他错误,对于党内的和社会的不正之风,要继续有领导地开展积极的批评,并且应当比过去做得更好。对严重违法乱纪的坏人坏事,报纸应当根据党纪国法并按有

有力的舆论监督,前提应当是以党的路线、方针、政策为监督的标准与取舍的标准。与此同时,还需精心选择发稿时机,与党的中心工作相呼应,求得最好的社会效果。另外,采写舆论监督稿件更需注意的是,根据民法通则的有关规定,新闻采访行为是一种职务行为,如果发生侵害名誉权的事例,其责任由

关规定和程序,进行揭露和斗争。对某些党组织和政府工作的缺点、失误的批评,应当是建议性的,要有助于工作的改进。对人的批评应持与人为善的态度,要有团结的愿望和帮助的热忱。

江泽民总书记在党的十五大报告中指出:“把党内监督、法律监督、群众监督结合起来,发挥舆论监督的作用。”这就充分说明,开展舆论监督,它不仅是新闻宣传的组成部分,是党的新闻工作的优良传统,而且对加强我国的民主法制建设,加强党风廉政建设,纠正我们工作中的问题,反映人民群众的呼声,推动各项工作的顺利进行,都具有十分重要的意义。

那么,报纸应如何正确地开展舆论监督?我们认为,报纸在任何情况都必须坚持党性原则,维护党和人民的利益,讲究舆论监督的艺术,这是党报不可动摇而必须做到的。

一、开展舆论监督要有利于改革开放。

维护党和人民的利益,是党报党性原则的基本要求,舆论导向必须正确,不允许有任

作者和新闻媒体承担。所以,舆论监督的实施必须出于公心,防止先入为主,严禁挟私报复。在这方面,除了自律,纪律与制度是重要和有效的制约因素。

把握好这些原则,积极、正确、有效地开展舆论监督,以实析人,以理服人,社会生活中纷繁的问题将迎刃而解。