

办报核心和宣传艺术

温州有它的特点，在温州办报也有它的特点。

温州是个人多、地少、原有经济基础薄弱的地方。依靠党的好政策，温州才发展了农村商品经济，走出了一条有自己特色的发展经济的路子，使沿海平原地区的一部分山区的人民群众摆脱贫困，逐步走向富裕。

“稳定是压倒一切的”。稳定是我们在温州办报的核心问题。抓住了这个问题，就把握住了“稳定、鼓劲、改革、发展”的宣传基调。1989年那场政治风波平息以后，温州不少人担心政策会变，不敢扩大再生产，甚至抽走资金，关闭企业，或把生产资金逐步转化为银行生息资金，以观其变。这说明不稳定就鼓不起劲，稳定才能鼓劲。但稳定不是不要改革，恰恰相反，温州有了10年改革开放才有了今天的好局面。如果不再搞改革开放，或者说，原来改革开放的政策失去了稳定性、连续性，人心稳定、经济稳定、社会稳定也就无从谈起，发展也不可能。因此，我们在办报实践中，十分注意考虑如何从宣传的总体效应上达到人心稳定、经济稳定和社会稳定的问题。

一、深刻理解党的十一届三中全会以来的路线、方针、政策的基本精神，努力保持新闻宣传常态

由于历史的原因，新闻宣传上大造声势、大造舆论、起哄、刮风、过于集中是老毛病。它容易使人感到天天有新精神，天天有新中心，形势、政策多变，无所适从。温州人比较敏感，农民尤其有怕变心理，因此，我们办报就要注意保持宣传常态，避免刮风起哄、大轰大嗡、过于集中，始终坚持宣传报道以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持改革开放这么一个常态。我们报纸一直比较注意精神文明方面的宣传，1989年夏季以后，党中央提出要改变“一手软、一手硬”的状况，我们报纸加强了思想政治工作、党的建设、精神文明建设的报道是很自然的。但是我们也注意如何与经济报道结合起来，总体上不畸轻畸重，不削弱经济报道的分量。报道经济讲究稳定、持续、协调发展。困难的时候沉住气，报纸上不乱叫“市场疲软”；顺利的时候不发热，报纸上也不鼓吹“90年代经济大发展”。强调整顿治理时，保持“有改革开放的声音”；强调“加大改革开放的分量”时，不忘记整顿治理。强调鼓励、扶持个体、私营企业时，注意宣传国营、大集体企业；强调“搞活大中型企业”时，也讲一点个体、私营企业。没有大起大落，摆来摆去。

二、坚持两点抓，避免片面性，讲究政策宣传上的连续性、稳定性

实际工作是有重点的，不可能多头并进。报纸宣传也有侧重一头的时候，这种时候不要忘记提到另一头。读者是很敏感的，他们会注意到这种细微的动作。而一边倒的宣传，往往会使他们误以为政策已发生变化。所谓“共产党的政策，市场上

的价格”，有的是宣传上没有两点抓的后遗症。例如农村第二步改革，只讲改革要深化，家庭联产承包责任制要完善，要壮大集体经济，建立统分结合的双层经营机制，建立和健全社会化服务体系还不行，还要宣传稳定家庭联产承包，用事实说明，强化统一经营的目的是更好地为家庭经营提供服务，解决它的局限性，发挥它的潜力。宣传国家、集体、个人都可以搞社会化服务。因此，我们较多地报道了发展村、乡集体经济为农户服务，给农民带来好处的事实，也适当报道如《受人欢迎的家庭农技服务站》一类的消息，这样的宣传给农民传递的信息是多方面的，给予的心理感受是平衡的。

有时候新闻事实虽很有价值，但也还有重要的欠缺一面，就要用评论去适当补充起来。如我们曾在头版头条位置报道了《瓯海县领导当红娘穿针引线 两个富裕镇帮一个贫困乡》、《周忠南先富不忘后富 / 63 脱贫户感谢“科技种田郎”》两条消息，同时配发的评论就强调共同富裕是社会主义的本质特征，党的政策允许一部分人先富起来，先富帮后富，决不搞平调，把第一条消息没讲清的政策界限讲清楚，避免先富的人怕变、怕露富。

三、以正面宣传为主，针对实际情况，讲究宣传策略和宣传艺术，处理好重大问题及突发事件报道

平时宣传讲正面宣传为主，讲稳定比较容易一点，重大问题的、突发事件的宣传就困难得多，这方面我们深有体会。1989年6月13日夜里，新华社突然发来电讯，报道国务院办公厅发出关于打击温州乐清假冒伪劣产品泛滥的通知，讲到假冒伪劣产品泛滥的原因有两条，第一条是温州市部分领导片面强调搞活经济的结果。我们当时看不到国务院办公厅的通知全文，

如果将电讯照登，很可能会引起社会的震荡和群众的不安，他们会认为“上头说温州的领导是片面强调搞活经济了，接下来政策肯定会变了”。我们慎重考虑，决定先不发表，第二天提出报道计划并请示市委几位书记同意后，于6月15日首先显要报道《认真贯彻国务院办公厅通知精神 / 乐清部署清除无证伪劣商品》，借机把新华社电讯除两条原因之外的全部内容报道出来。6月17日又显要报道《采取两项措施贯彻国办通知 / 乐清县着手查处无证伪劣产品》。6月20日国办通知原文拿到了，上面共讲了五条原因，分析全面而中肯。我们次日即全面报道了《通知》中提出的五条原因，同时发表了市委常委会部署贯彻落实国办通知，坚决查处打击假冒伪劣产品的消息。这样，群众心理就比较稳定，没有出现什么不好的连锁反应。接着，我们跟踪报道了以乐清为重点并涉及苍南、永嘉、鹿城的打击、堵截假冒伪劣产品的情况。打击查处后期，转入“引导、扶持”的报道，宣传乐清柳市产业结构、产品结构的调整，低压电器企业走上健康发展轨道，等等。乐清、永嘉等县的领导和读者对我们的宣传报道表示满意，国务院六部局和省工作组也表示肯定。当然，开头我们也受到一定的压力，总编辑一天接到自称“读者”、“人民”的电话6个，责问为何不登新华社第一天的电讯？“是你的主意还是市委领导的主意？”后来随着宣传有计划有步骤地进展，这种情况也就不再出现了。

从1989年到1992年四年里，温州市委书记调动比较频繁，1991年7月13日夜，市委办公室送来一份传真稿件（当时报社还没有传真机），是本报记者和通讯员（书记的随员秘书）合写的报道，题目是《新老书记一起下基层办移交 / 温州坚持改革开放政策不会变》。传真件上没有任何市领导同志的

签字。分管头版的副总编孙宏杰是位很稳重的同志，他拿稿件过来商量。当时还没有手机，不知作者和新老书记夜里在哪里，既然市领导没有审签，报社对本报记者、通讯员的稿件，应当进行把关。于是，我动笔适当修改了新闻导语和标题，当这条消息《新老书记一起深入基层调查研究时肯定／温州十年巨变给今后发展打下坚实基础》第二天在头版头条见报后，引起通讯员作者和有关部门领导的强烈不满，认为原稿是经新老书记共同审阅签字的，总编辑修改它是目无组织纪律。我事后向新书记汇报了情况和认识，新书记笑说“我没有意见”。这时，老书记已赴省委履新，我只得写信向他陈述了自己的观点：

一、干部调动交接工作属日常性事务，日常工作事务如果成为新闻，读者一定感到非同一般，定有什么背景和名堂！在这种心理驱使下，他们反而对导语里说的“陪同调查研究，了解情况，交接工作，以保持工作的稳定性、连续性。”产生疑虑：莫非新书记带着一些观点来，对温州有什么不同看法，因此，老书记才特意陪他下去做他的工作？读者反易产生“此地无银三百两”，稳定性、连续性不可靠的印象。

二、标题改为“深入基层调查研究”，这是各级报纸近段时间公开提倡的，不会牵动读者好奇心理。肯定“温州十年巨变给今后发展打下坚实基础”本身传递给读者的就是一种“稳定、连续”的信息。读者以稳定的心理接受稳定的信息，宣传效果会比较好。

不料老书记从省里专门打电话给我，表示“你的意见是对的，我同意。”当时，我十分感动，并一直从内心更加敬重老书记。

四、坚持马克思主义辩证观点，既以宣传稳定来促进改革、发展，又努力以宣传改革、发展来促进稳定

稳定是基础，是前提，改革开放是手段，是必由之路；发展是目的。温州 10 年发展，全靠 10 年改革开放。报纸在推动温州改革开放上也是给了读者深刻影响的。因此，坚持宣传四项基本原则和改革开放，宣传在改革中发展，在发展中改革，必将给温州读者以稳定、鼓劲的效果。

重点工程建设是我们经济发展、社会进步的缩影。温州因国家投资很少，大多数地方性重点工程如温州机场等主要靠群众集资，10 年来新兴的 100 多个集镇，包括闻名的“农民城”，还有市区人民路改造也主要靠群众参与群众集资，这是温州的改革和发展特色之一。我们在这方面的宣传几年来“长流水，不断线”，收到较好的宣传效果。

都说温州国有企业薄弱，却也不尽然。温州东方工业集团公司滕增寿被评为全国 20 个优秀企业家之一，足供佐证。我们抓住这个良机，鼓国有企业劲头，长国有企业志气。不仅宣传滕增寿个人事迹，而且以人物速写这种短小、活泼、生动的形式，陆续报道东方工业集团公司包括工程师、技工、班组长、勤杂人员、副厂长在内的群体形象，还报道好几个集团企业、大中型骨干企业的改革、发展情况，使读者受到鼓舞和启迪。

对改革开放中、发展中出现的问题和存在的缺陷，要用改革的精神、发展和完善的精神去解决，是什么问题，解决什么问题，如殡葬改革、扫黄、打击假冒骗等等。同时，在宣传报道上注意有破有立，突出建设意识。温州青山“白化”（造坟）现象曾受到上级批评，于是有些地方拆迁一些坟墓。我们考虑

温州是侨乡，报道要稳妥，不然会引起侨胞、侨眷的误解和不安。对拆迁报道采取慎重态度，多报道坟山绿化和提倡火化。一般不报道和少报道拆迁，报道群众自觉造公墓买公墓，节约山地；后来又抓住鹿城区的好苗头，在市委书记亲自倡导下，报道把骨灰撒向江河山林的种种典型。这是一种对改革和发展的舆论引导，显然也有利于稳定和鼓劲。

总之，针对温州的实际，稳定是新闻宣传的核心问题，是改革、发展的基础和出发点，也是改革、发展宣传的归宿点。李瑞环同志说新闻宣传“只能帮忙，不能添乱”，恐怕就是这个意思。我们认识到这一点，并不就等于做到了这一点，还有很多缺点和不足之处。我们愿意和广大读者、通讯员一起从新闻理论和实践上继续研究探索，把“以正面宣传为主”的方针进一步落实好。

（原载于 1991 年 2 月《新闻实践》，后有补充修改）

报纸的地方特色究竟是什么？

（一）

报纸的地方特色究竟是什么？近年来有关这方面的论述不少，确有许多真知灼见，但也仍旧给人留下一些疑惑。比如说：地方报纸要办出地方特色，就要以刊载地方新闻为主。实际上，目前没有一家地方报纸不是以刊载地方新闻为主的。那么，它们是否因此就可以说办出了地方特色呢？

如果说独家新闻才具有地方特色，那么，大量的一般地方新闻报道，是否就不存在一个怎样才有地方特色的问题呢？

地理条件、历史沿革、风俗习惯、文化传统、资源特产、文物古迹、风土人情等，固然是地方报纸地方特色的构成部分，然而作为现代新闻传播媒介和舆论工具，它不是地方志，怎么可能要求它对那些波澜壮阔的政治、经济生活的报道，都包含历史地理、风土人情一类内容呢？那些占报纸主要地位的有关当今改革的报道，又如何才会有地方特色呢？

如果说，煤城的报纸要办出“煤味”，油城的要办出“油味”，山城的要办出“山味”，水乡农村的要办出“乡土气息”，

那么，且不说此煤城与彼煤城，此山城与彼山城的“煤味”、“山味”是否应该区别，就是这许多可以意会而不能言传的“味”和“气”，到底是一种什么东西？能不能抽象概括出它们的实质，以便人们掌握？

有一些文章，对地方报纸的地方特色的描述，我觉得是有一定道理的。例如：“这些具有当地特点和地方气息的政治经济生活中的独特人物、独特事件、独特经验……构成了报纸地方特色的基本色调。”“更接近当地实际更接近寻常百姓，反映当地群众要求愿望和呼声。”（余富友《我对城市报纸地方特色的理解》，载《新闻记者》1987年12月号）

又如：从广义的概念讲，地方特色的解释应该是：“从实际出发，对当地具有新闻价值的现实事物进行突出反映，对当地具有报道意义的历史事物作出充分再现，以及各类宣传过程中能够满足读者阅读要求的必要编排形式。”（周天泉《谈地方小报的地方特色》，载1986年《新闻学论文集》）

虽然，这些描述、解释有助于我们加深对地方特色的理解，但是作为对地方报纸的地方特色这一特定概念的表述来看，似乎还不够明白、准确和全面。

一张地方报纸办出自己的特色，和办出地方特色是两种概念，尽管地方特色也属于特色的一部分。一张地方报纸可以因为形式的通俗活泼而形成特色；可以以内容的重要、观点的鲜明而形成特色；也可以有某一方面专门性而形成特色；甚至可以由传播的速度而形成特色等等；而地方报纸的地方特色却有着自己特定的涵义。

从新闻学来看，报纸对新闻传播的取舍，基本上决定于它的新闻价值和宣传价值，除此之外，别无其他标准。因此，报

纸或者说新闻的地方特色，就应该放到这一个范围来考察。是不是可以这样去表述：地方报纸的地方特色，就是新闻对一定地域内读者的接近性，新闻人物、事件、地点在一定地域内的显著性，以及一定地域内宣传的针对性。通过实践的检验，我认为这个概念是准确的。

（二）

新闻的接近性是指新闻与读者在地理上接近、心理上接近、利害上接近，以及职业上、年龄上、感情上、语言上、风俗上、生活习惯上诸方面的接近。当这种与读者的接近，具有一定地域范围的性质时，那才有了地方特色。最近，中央和地方的报纸都刊载新华社关于汉城奥运会的种种报道，这些报道无疑都具有新闻价值和宣传价值的种种构成要素，可是对地方报纸来说，它都属于“大路货”，并无多少地方特色。但是当江西南昌的报纸，对为祖国获得奥运会第一枚金牌的南昌姑娘许艳梅以及她在家乡的种种情况进行报道时，南昌地方报纸对奥运会这一世界性事件的报道，才有了地方特色，因为它已与南昌这个地域范围内的读者在地理上、心理上、感情上接近了。而我们《温州日报》组织的本市读者奥运会预测竞赛活动的报道，记者采访因故未能参加这次奥运会而回乡探亲的温州籍前世界女子乒乓球双打冠军戴丽丽的报道，就和温州的读者产生了接近性，报道也有了地方特色。

上述这种接近性，又往往是和一定地域范围内的显著性互相渗透，使地方特色相得益彰。许艳梅、戴丽丽这些人物的显著性自不必说了。另外，如当地一批年届半百，在各部门各系

统已成为业务骨干的昔日同窗，于教师节那天，一起去拜望小学时代的老师，情景感人，完全可以发一条地方新闻。可是，这种地方新闻，别的地方也会有，如果它在地点、风俗等方面跟当地读者没有某种接近的话，换个报名，放在哪家报纸上都是可以的。然而，温州籍的著名数学家谷超豪教授回到家乡，并拜望他童年的老师——温州市广场路小学特级教师吴文瑛时，由于它有一定地域内的人物的显著性，以及它与温州市几十万师生的心理接近，所以，这条新闻产生了浓厚的地方特色。如果说，这种新闻就是所谓的“独家新闻”的话，那么前一种的一般地方新闻，就非寻求它与本地域内读者的接近性之种种表现不可。

地方报纸一般都是地方党报，宣传党的政策是它的重要功能。地方党报既要宣传好中央的大政策、大动作，又要宣传好地方党委为贯彻中央政策作出的具体决策和重要动作。这种宣传自然要针对当地的实际情况和群众的思想情况，于是，它与别的地方不同的当地特色。例如价格改革的宣传，温州由于改革试验起步较早，社会主义商品经济的发展和市场的发育，价格改革的动手都比较早，人民群众已较长时间经受了商品经济的熏陶和锻炼，对价格改革的承受能力，与其他一些城市相比，显得更强些。虽然全省物价波动比较厉害，温州市场也同样处于“旺、紧、涨”的状况，但不同的是，市场波动不大，比较稳，这是特点。针对这种情况，我们在一段时间内，通过总结价格改革的实践经验，宣传价格不能背离价值规律的道理。这种在一定地域内的宣传针对性越强，报纸就越有地方特色。

(三)

温州是古越东瓯名城，历史悠久，传统特色很多。然而，一张地方报纸的地方特色，主要还是反映在对这个地方的政治、经济改革和两个文明建设的报道上。因为这才是与当地广大读者在当前利害上、心理上、工作生活上最为接近的内容。

温州是沿海开放城市，又是改革试验区。曾经引起全国瞩目的温州经济格局，也在逐步完善和发展中。原来“温州模式”，是以千万家庭工业为主体，以各种专业市场为依托，以十万购销员走南闯北为纽带的小商品大市场的格局。当初，我们在这方面的一些报道，尚能够与读者息息相关，许多人至今记忆犹新。现在，这种经济格局起了重大变化，出现了企业股份化、股份混合化、混合集团化的“第二次浪潮”，2万多个股份制企业在商品经济舞台上唱主角，商品生产从分散的、个体的逐步走向上规模、上水平，并开始从国内走向国际。我们在充分报道这一变化的同时，特别注意它给本地全民所有制的中型企业所带来的影响。因为这是温州读者普遍关心的问题。如温州造船厂是家全省闻名的“老大难”全民企业，去年向全省招标承包，省级机关几名干部停薪留职前来承包，经过种种艰难，最近终于扭亏转盈。不久前（浙江日报）以整版篇幅发表长篇通讯，报道了他们承包的事迹。我们则抓住他们推行股份制、产权明晰化，与外地全民大企业、本地的集体、个体企业合股经营，各路能人参股，引进竞争机制，调动了职工积极性的特点，在头版头条作了《股份制给承包经营后的亏损企业注入新血液（引题）温州造船厂“一厂两制”重获生命力（主题）今年5月已停止亏损，月产值创8年来最高水平（副题）》

的报道，并配发评论《一种强大的新趋势》。见报那天，我特意去街头阅报栏前观看，只见人头攒动，读者争相阅读，议论纷纷，情绪感奋。我们的报道虽然与《浙江日报》报道的是同一厂家，但由于我们选择的角度是从本地区的实际出发的，针对性很强，所以，它有地方特色。

实践证明，不管实际情况怎样变化，一定地域内的“三性”所构成的地方特色，作为一个客观规律是不变的。抓住这“三性”就是抓住了地方特色。

（原载于 1988 年《新闻战线》第 12 期）

附：

温州日报社新闻改革方案（节录）

（《温州日报》是中共温州市委机关报，作为党报，它姓党，必须始终坚持党的“一个中心，两个基本点”；《温州日报》是地方报纸，作为地方报，它姓温；《温州日报》是新闻传播工具，作为新闻纸，它姓新。这就是说，党性原则、地方特色、新鲜及时是一切地方党报的普遍要求。

在这个基础上，本报总的方针拟定为：立足温州，更加开放，贴近群众，求实求深，力争办成指导性、可读性俱佳的、多功能的、适应多层次读者需要的报纸。

所谓立足温州，就是从温州的实际和特点出发；为温州的改革试验服务，为温州的领导和群众服务。强调温州地方新闻，强调有丰富的地方色彩。

所谓更加开放，就是要办成一张开放型的报纸。既保持“大报小办”那种短小、活泼、地方性强的传统优势，又要解放思想，有所突破，敢于“大报大办”。这就是说在内容上要增加新闻的开放度，拓宽报道面，努力反映改革开放中的新人新事新风、新经验新问题以及新思想、新观念、新意识，纠正过去那种“报喜不报忧”的做法，并且打破地域界限，注意经济特区、沿海开放城市、长江珠江三角洲、港、澳、台的信息，注意国内、国外新闻的报道。本地、国内、国外新闻三者一起上，给读者更丰富的信息量。同时发挥民主协商对话的渠

道和媒介作用，加强党务、政务报道，重大情况让人民知道，重大问题让人民讨论，使上情下达，下情上达，下情互达，增强透明度。在党委和政府的支持下，搞好批评和批评性报道，加强新闻舆论监督。

所谓贴近群众，就是从新闻选择上、服务效果上、采写角度上、文风语言上都要更贴近人民群众，眼睛向下，多反映人民群众的生活和呼声，为人民群众排忧解难。

所谓求实求深，就是要坚持“真实、客观、全面、公正”的原则，一切从实际出发，实事求是。而且在保持本报新闻报道较新较活的优点时，着重讲求高度、深度、力度。树立全局观念，努力防止片面性，努力减少表面的、肤浅的、简单化的报道。对敏感问题，则不要人为地增加“热度”，避免引起不必要的震荡。

一、第一版——以地方要闻为主的一版

一版是报纸的旗帜，要求做到“重、深、宽（报道面）、活、实，”加重搞活，努力体现市委的意图。党报学习晚报的长处，办得更生动活泼一点是必要的，但党报的优势首先在于政治性，一版要体现这个优势，重视在经济建设中，政治体制和经济体制改革中，进一步开放中以及坚持四项基本原则上的大动作、大政策、大问题的报道，在这方面有真新闻、硬新闻、独家新闻。

国内重大新闻按原来做法予以突出处理外，众所关切的突发性的国际重要新闻也上一版，采用低位置大标题的处理方法。本省重要新闻（如选举省长，以贸兴省方针等）要突出报道，但在这方面缺乏信息来源，拟通过在杭州设立记者站或委托新华社杭州分社提供的办法解决。取消《一句话新闻》和《本

省新闻》专栏，增加（窗口）专栏，传播省内外、国内外、沿海开放城市、经济特区、港澳台地区的信息，其消息来源可来自新华社消息缩微，中新社消息、全国各地报纸、香港报纸摘编。各地电台广播，日本石卷（与温州结成友好城市——注）报纸译摘等。

增加新闻时效，提倡今日、昨日新闻，改革昨日新闻绝大部分是一般会议新闻的弊端。重大会议（如党代会、人代会、市委、市府作重大部署的工作会议）要报道好，减少一般会议报道，提倡抓会议中的新闻。

《瓯江南北》是综合性的地方短新闻专栏，强调接近性，以短小活泼亲切的软新闻为主，不发一般经济报道。

加强言论。要求来自实践，高于实践，有针对性；反映舆论，引导舆论，有理论色彩；能够平等协商，入耳入脑。拟设立评论小组，建立评论队伍，提倡“灯下配言论”。每月要有一篇体现市委意图的重要社论或本报评论员文章。《群言堂》要议论风生，百家争鸣，不要搞成“一言堂”。

增加重大的社会新闻，包括反映社会问题的新闻分析，着重反映精神文明。《社会生活》专栏适应版面方针调整的需要而取消，其重大社会新闻和社会分析，应上一版；其他一般社会新闻，二版和三版有关专栏均可发表。群工部为此要有一定的力量采写编发这方面稿件，同时要集中精力搞好来信来访、办好《读者来信》专栏（可扩大到一个版），使其成为社情民意的窗口，加强议政和对话的渠道，加强和群众的直接联系，反映群众的直接呼声。

二、第二版——以经济生活为主的社会生活版

第二版的功能偏重于反映当地社会的经济、民事、家庭、

文化生活，偏重于直接为读者生活、工作服务，有时也必要承担一版延续补充之功能。（如某些重要电讯、署名文章、一版发消息或标题，二版登全文；有些报道在一版发表，二版要以适当形式相配合、呼应）它的方针是面向社会（不是面向机关、行业、业务、工作、技术），面向千家万户，面向寻常百姓，提倡有知识性、有生活情趣和生活气息。

打破二版只发经济界人物通讯的惯例，增加文化、教育、科技等知识界先进人物的报道。以及为四化事业辛勤劳动的“芸芸众生”的报道，拓宽报道面。对宗教界、少数民族、民主党派人士以及港澳台同胞、海外侨胞也要适当报道。

除了经济部照旧向二版发稿外，政文部、群工部都要改变观念，把二版也作为自己耕耘的土地。《村头街尾》是个受读者欢迎的栏目，目前的问题是没有下决心去办好，必须有专人负责，并在居民村民中发展通讯网络，力争办好。

《温州市场》、《读者来信》、《求索》、《温州人在外地》、《滴水篇》、《侨乡掠影》以及人物通讯特写、各种社会新闻，要力求成为二版的“名牌产品”。《求索》也要适应二版方针，不要过于专业化，要选择和社会、群众生活密切相关的题材。

《农科知识》、《为您释疑》、《小参谋》、《谁来生产》等要更讲究实用性。

二版的消息则更多地考虑接近性，这样就有可能形成自己的特色。

三、三版——着重精神文明建设的专刊副刊版

它是新闻纸上的专刊副刊，应有一定的新闻性，不能办成杂志。三版要面向社会各阶层，适应多层次读者的需要，力求雅俗共赏，融思想性、新闻性、知识性、娱乐性于一炉。贯彻