

# 《海峡导报》发展前景探析

■ 徐叶巧 赖大彬

【摘要】《海峡导报》作为全国唯一一份以对台为特色的综合性市民生活报,在“报业消亡论”和新旧媒体变革的夹击下,遇到同质化、读者结构老龄化、广告市场被分割的发展瓶颈。本文就《海峡导报》十年发展及存在的问题,对其在前景上进行分析,希望对其他市民生活报的发展有借鉴作用。

【关键词】《海峡报道》 市民生活报 发展

《海峡导报》是厦门地区发行量最大的纸媒。但若把目光投向全国,我们也应该看到,在新媒体和其他媒体的夹击下,报纸在青年一代的心中所占份量日渐下滑。《海峡导报》正是在这样的背景下艰难成长,也注定了这个跨世纪成长的报纸会遇到种种问题。那么,《海峡导报》发展现状如何?存在哪些问题?它的出路在哪里?这正是笔者将在本文探究的。

## 一、立足现在——《海峡导报》发展现状分析

### 1、“年轻气盛”的导报——《海峡导报》发展史回望

《海峡导报》的前身为《港台信息报》,于1999年3月9日正式创刊,由福建日报报业集团主办。它是福建省第一家以自办发行与邮局发行相结合的方式,在厦门市及全国各省市发行的报纸。作为把目光定位在普通市民的导报,市民性、生活性是《海峡导报》的基本内涵,综合性和新闻性是它区别于其他晚报的主要特点。更重要的是,《海峡导报》还是一份以增进海峡两岸相互了解,相互交流为宗旨,以海峡两岸民众共同关注的热点话题及两岸关系最新动态为报道重点的综合性日报。《海峡导报》数10年来,历经数次改版,现在已经基本固定为4开48版左右的日报,主要有“厦门新闻”、“漳州新闻”、“新闻现场”、“天下时事”、“财经新闻”、“娱乐新闻”等专版。而在创办报纸的同时,《海峡导报》还有《海峡商业》杂志、台海网以及手机报。这些,都很好地体现了导报“先试先行”的原则,也让读者看到一个敢于尝试的年轻媒体。

灵去倾听。通过倾听,编辑会知道许多事情,常常会有意想不到的收获,可以听到真正的心声。校报编辑要通过建立个人博客、开通邮箱、POP和QQ等网络交流方式,通过和教工、学生通讯员座谈等形式,广开言路,保持交流畅通、信息畅通。校报编辑还要学会倾听来自师生员工等受众的不同声音,不仅要倾听褒奖之弦,更要倾听批评之音,这样对改进工作大有裨益。

俗话说“听话听声,听锣听音”。校报记者参加会议或采访时,也需要练好“耳朵”功夫。首先要注意听的“态度”。应学会倾听,即做到心无旁骛。其次,要注意听的“内容”。特别留意新的政策、新的措施、新的观点等等,不仅要听,而且要听明白。第三,要注意听的“方式”。要兼听,而不要偏听。例如,采访报道某个新闻人物时,要深入采访,兼听被采访者本人、他的学生和领导等各方意见和评价,这样可以使素材更丰满、报道更客观,文章更鲜

2、“独一无二”的导报——以“台海”为龙头,内容为王,形式活泼

作为全国唯一一张以对台宣传为主的市民生活报,台海新闻为《海峡导报》增色不少。“碰到台海大事,就看《海峡导报》。”由此可见导报在很多市民眼中,俨然成为海峡两岸交流的重要纽带,它已经成为扎根厦门、影响闽南、辐射海峡两岸,成为海峡两岸互相了解的重要窗口。随着大小三通开放的力度不断加强,台海交流日益密切,如今《海峡导报》以“台海新闻”为龙头,在内容形式上呈现更多特点:

### 1、台海报道多且全,评论队伍稳定

《海峡导报》中的台海新闻,涵盖面包括两岸政经社会文化风云,全方位、多角度解释台海政经动态,使一些经济术语和台湾变化的政治局势变得通俗易懂,贴近百姓。《海峡导报》还借助地缘和厦门大学对台研究的优势,形成一支强有力的评论队伍,为导报增色不少。同时,《海峡导报》对于台湾新闻的报道,还不断新增专版专栏,如《台商斗阵行》专栏,重在倡导台湾方面比较好的经验,报道两岸民间交往,对于两岸和谐发展有很大帮助。对于台商来说,可以从中获得很多资讯。而对台湾不甚了解的大陆民众,《导报》则开辟了诸如《离岛新闻》,呈现给读者一个更全面的台湾。

### 2、紧抓市民心理,注意互动

《海峡导报》还是一份扎根百姓的市民报,因此,它在与读者

活。最后,要注意听的“技巧”。要边听边思考,想一想采访中是否有不明白的技术问题及专业术语,是否有不清楚的事例等。要把听和问结合起来,对于听的过程中发现的问题要及时提出来,通过引导式提问、启发式提问得到解决。

## 结语

人际交往为校报编辑打开了一扇窗,透过这扇窗,他们走近了受众,走近了生活,走近了实际。在一次次与采访对象、与作者、读者等的交流与沟通中,校报编辑提高了交际能力,积累了采访经验,提升了新闻素养。处处留心皆学问,只要校报编辑在和谐的人际关系中多学、多问、多听、多看、多想,就会广听博闻,见多识广,并终将在校报工作中得心应手、大有作为。■

(作者单位:南京航空航天大学校报编辑部)

责编:周蕾

的沟通交流上,使劲浑身解数,力图增进“编——读”之间的和谐互动。如《社区》《行走评论》等专版,不仅在报道内容上主动寻求与读者需求的对接,把读者的意见和看法反映到纸页上,还抓住热点,巧设议题,引导读者参与讨论交流。

### 3、“观念时髦”的导报——重策划 重改革

新闻报道策划是新闻编辑通过对新闻资源的开发与配置,实现最佳传播效果的创造性活动。<sup>①</sup>现在报纸的发展离不开有组织、有计划、有创意的策划。《厦门日报》副总编朱家麟也表示:“现在的报纸已经进入策划时代。”策划不一定要有新鲜的内容,但必须要具备新颖的视角与独特的设计,要把握好读者的阅读心理与时尚潮流走向,这样的策划才会给读者提供更多更好的信息服务。如《海峡导报》每年关于台交会的报道策划报道便是一个亮点。它一反日常报道的四平八稳,大胆为专版取名,让读者一目了然又不失轻松。

但在厦门这样只有200多万常住人口的小岛上,《海峡导报》即使大刀阔斧地进行改革创新,毕竟还是一份年轻的报纸,发展中确实存在许多问题。加上报纸林立,大到全国性的《环球时报》,小到地方性的《厦门晚报》、《海峡生活报》,挑战无处不在。

## 二、群雄争霸——海峡导报面临的挑战

### 1、同质化问题突出

由于办报方面的创新未被视为知识产权,创新者不能通过申请专利或注册商标等途径来加以保护,再加上综合性报纸数量众多、竞争激烈,故近年来圈子内盛行“克隆”之风和“拿来”主义,往往是一家创新,百家模仿,创新者无可奈何、模仿者百无禁忌。<sup>②</sup>

厦门报业虽然在形式上还不至于千报一面,但却有趋同化的倾向。如何在同质化下找到自己的出路,已经成为《海峡导报》面临的重要问题。

### 2、读者结构老龄化,广告市场被瓜分

网络的兴起,电视广播可视可听的冲击,阅读报纸的人开始逐步转向网络或电视,读报的人已经日益减少,且结构老龄化严重。正如和欢庆所说,广告是报纸的“生命线”,没有了广告就没有报纸的发展。但目前报纸广告受到的冲击很大,网站、电视、广播、手机、杂志、其它广告都在争夺它的广告市场份额。<sup>③</sup>而报纸尽管广告收入增长很快,但随着受众的多元化,广告分布也越来越分散,各个媒体也开始不断延伸触角。而缩小到扎根闽南的《海峡导报》,即使背后是福建日报报业集团的大力支持,依然步履维艰。

### 3、新媒体利用不够

说到利用新媒体,《海峡导报》应该说已经认识到传媒环境和传播方式的变化,并且已经在变化中寻求突围,于是手机报、电子报、网站等一样不少,但效果似乎并不明显。原因在哪里?仔细一看,《导报》的手机报、电子报基本上是报纸新闻的延伸,台海网原创内容虽不少,但权威性不够。这表明,《导报》还没有真正认识到自己的资源优势如何与新技术融合。

## 三、透过现状看未来——导报的发展前景

### 1、发挥内容优势,做真正有特色的报纸

未来,手握台海报道优势将成为《海峡导报》与其他媒体竞争的最有力武器。在人们越来越习惯于在《海峡导报》上寻找台海资讯时,《海峡导报》台海新闻也意味着一步步走向权威化。未

来的《海峡导报》在各方面的努力下,应早日实现驻台记者固定化,台海报道原创化,评论专业化。

其次,在定位上,《导报》贴近市民生活的宗旨不能变,但报道手法上不能“循规蹈矩”,要去捕捉新闻,筛选新闻。未来的《海峡导报》需要的不仅仅是市民评报队伍,还需要一批善于自觉发现新闻的百姓记者。既在台海新闻上走权威,又贴近百姓,两手抓,两手都要硬。

### 2、锐意创新,扩大读者覆盖面,拓展广告市场

一份报纸要生存,要更好的生存,在于它的不可替代性。如今要想步出趋同竞争之泥沼,惟有依靠创新,通过创新出特色,创出活力。作为以台海报道为特色的《导报》,在未来的发展中,应该把读者范围扩大到整个海峡两岸。同时,为了拓展报纸的广告市场,实现广告收入的增长。大到从报纸宣传的策划,版面的分工,栏目的配合和稿件的质量意识,树立全报一盘棋观念,小到个体编辑记者的报纸形象意识,从个人行为到文章、版面的组织构思,始终建立在营造报纸形象这个基本出发点上,用一个统一完整的报纸形象说话,决定观点、题材的取舍。《海峡导报》的发展重心在于台海信息的密集化和逐步权威化,赢得有意投资的两岸商人的广告投放。

### 3、实现媒体高效利用

《海峡导报》想突破报纸发展的瓶颈,仅仅靠现在把报纸移到网络、手机上是远远不够的,未来《导报》在媒体利用上,应该着重加强以下两方面:

一是突破“报业数字化”,适度转向“数字报业”。未来,《导报》要想赢得受众,取得更大发展,应借助台海网这个数字平台进行数字产品的内容整合、分析、加工,然后把采集到的新闻按照不同的内容特点、受众需求和接触习惯分别放到最合适的介质上。这样,“数字报业”实际是建立在报业核心能力基础上的多介质传播产业。

二是突破平面的限制。未来发展中,《海峡导报》应该有更多立体的报道,利用自己的记者资源和网络上的优势,走出现有资源报道的局限,整合网络、通讯、声频、视频等传播手段和多媒体资源,实现多维报道,不仅提升报纸的知名度和品牌价值,更为广告市场的拓展奠定基础。

总之,《海峡导报》的发展只是市民生活报发展的一个缩影,它和其他媒体相比的优势在于台海新闻的全面及时报道,但要想使这份立足海峡两岸的报纸走得更远,笔者认为,仅仅打好台海牌是远远不够的,还要紧跟时代,高效利用新媒体,树立一体化的品牌形象,只有这样,才能真正走出一条适合《导报》特色的发展道路。■

### 参考文献

- ①甘惜分:《新闻学大辞典》,河南人民出版社,1993年版
- ②吴定勇、王钰,《综合性市民报的不良竞争研究》,《西南民族大学学报(人文社科版)》,2003年9月
- ③和欢庆,《中国报业面临的挑战及应对策略》,《印刷世界》,2007年第01期

(作者:徐叶巧 厦门大学新闻传播学院08级硕士生 赖大彬 龙岩学院人文与教育学院助教)

责编:周蕾