

# 报纸媒介在文艺传播中的历史与现状

丁红

(湖南商学院, 湖南 长沙 410205)

**摘要:**自从19世纪末第一份报纸文艺副刊的诞生发展到现在,报纸文艺传播在中国已经走过了100多年的历史。时至今日,报纸的文艺副刊已经从最初的附属地位发展为报纸的重要组成部分,为文艺作品的发表提供了一个稳固的平台,发表了大量的文艺作品;随着时代的变迁,报纸文艺的创作门槛也得以降低,大大拉近了报纸与读者的距离。虽然报纸文艺传播取得了上述成就,但仍然存在着一些不可忽视的问题和缺陷。

**关键词:**报纸媒介;文艺副刊;文艺传播;报纸副刊;新闻传媒

**中图分类号:**G219.29

**文献标志码:**A

**文章编号:**1674-2494(2012)02-0076-08

文艺传播是指借助于一定的物质媒介和传播方式,将文艺信息、作品和理论传递给接受者的过程。报纸的文艺传播就是指报纸作为一种大众传播媒介,通过这种媒介和其传播方式,将文艺信息或作品传递给读者的过程。报纸文艺传播主要是通过副刊来实现的,因而报纸文艺传播的过程,在一定程度上来说也就是报纸副刊的发展过程。广义的报纸副刊,是指报纸除新闻版面以外所有的版面和栏目。为了在激烈的媒介竞争中生存,报纸不得不靠发展副刊来吸引更多的读者和广告商,这就使得报纸副刊类的版面越来越厚实与丰富,文艺副刊进入了一个前所未有的繁盛期。

唐黎丽在《我国报纸副刊的发展与定位变化》一文中提出,1897年在上海出现的,随《字林沪报》赠送的《消闲报》是我国第一份副刊,它的问世,标志着我国报纸文艺传播的开始。作者还提出我国报纸副刊在其发展的每个阶段都有其独特的定位:在民国时期我国报纸副刊的定位为注重副刊内容的消闲趣味性,主要是为了填补空白和吸引读者的需要,内容多是一些可有可无的话题,如才子佳人小说、谈相说命、明星八卦等题材;在“五四”时期,受新文化运动的影响,越来越多的人开始借助副刊这一平台传递新思潮,辩论社会问题,副刊在这一时期逐步具有了文学性和艺术性;抗日战争时期,受特殊社会背景的影响,报纸文艺副刊的内容越来越多样化,并且日益走向综合;新中国成立后报纸文艺传播经历了曲折的发展,到了20世纪90年代,市场经济的发展带来了媒介竞争的日益激烈,在这一时期报纸副刊为了迎合读者的需要,更加注重副刊的新闻内涵和贴近群众生活的服务性,呈现出新闻性与平民化的特点。

徐晓红在《报纸副刊的现状与展望》中指出,从广义的范围来讲,当今的副刊正处于一个非常活跃的时期。之所以说广义,是因为副刊从过去单纯的文艺副刊已经发展成一个庞大的家族,从周末版、社会纪实、大特写,到各种服务类和知识类的专刊、金页,副刊在新闻报纸上已占据了很大的地盘。而副刊在近十年来的这种高速发展,虽然声势浩大,战果累累,但仍有一些不容忽视的问题和严重的缺陷,并不能算是一个全盛的时期。就报纸目前的整体水平来看,副刊的面目还有待于精致和成熟,因此副刊在经历了突然爆发和快速繁荣的活跃期后,会有一个反思整理进而走向成熟稳定的过程。

王超群在《报纸副刊的困境与发展出路》一文中指出,从经济学视角来看,报纸文艺副刊面临着版面流失的困境,即在目前报纸大扩版的时代背景下,报纸文艺副刊占报纸总版面的比例并没有明显的增长;从文学的视角来看,副刊文艺作品因受到各种条件的限制,目前正面临着内容困境<sup>[1]</sup>。文章否认了业界提出的强调文艺副刊新闻化或杂志化这两种关于副刊出路的观点,认为前者只能导致新闻对副刊的蚕食,后者只能加快专刊对副刊

收稿日期:2011-05-29

基金项目:湖南省哲学社会科学基金重点委托项目“长株潭试验区文化产业可持续发展策略研究”(11WTB26)

作者简介:丁红(1961-),女,湖南攸县人,主任编辑,主要研究方向为新闻传播学。

的渗透,两者都只会更快地让副刊变异直至消亡,并提出了走出副刊困境的根本出路,即报纸媒介必须始终坚持社会效益第一的原则,并以此为指导来办好副刊。

以上就是国内外一些专业人士,包括研究媒介的学者和媒介工作者,对报纸媒介在文艺传播中的历史和现状这个问题的看法和意见。总结起来,学界对报纸在文艺传播中的历史和现状这个问题有以下几个观点:报纸在文艺传播中的历史,可以分为几个特定的,与其所处的时代背景相关的历史阶段;其形成和发展的原因是其产生时因信息流通不便造成的稿件匮乏,以及在其后激烈的市场竞争中为了赢得更多的受众而刊登一些受众所乐意接受的内容,以此来求得自身的生存和发展。报纸文艺传播的现状呈现出平民化、专刊化、娱乐化等现象,并面临着诸如专业化与大众化的矛盾、文艺作品低俗化等问题。

## 一、报纸文艺传播的历史

员怒华、王灿发在《中国报纸副刊的历史嬗变》中提出,中国报纸副刊从19世纪末至今,经历了“五四”时期变革、新中国成立前后的变化以及20世纪90年代以来的新发展等历史阶段,并认为在各阶段均呈现出与其时代背景相关的特点。关于报纸文艺传播的发源的问题,学术界一直存在争议:有人认为是《点石斋画报》,有人认为是《消闲报》。但根据当今对报业尤其是副刊的研究成果,学者们对报纸文艺传播发展的几个阶段还是普遍认同的,即从19世纪末起源开始到20世纪90年代以来的四个阶段。

### (一)19世纪末报纸文艺传播的发源

文艺副刊兴起的原因,一是因为当时交通不便,造成各地信息交流闭塞,以致于报纸每天新闻版面需求新闻量的不足,报纸经营者不得不通过其他方式来填补因为新闻不足而造成的报纸版面的空白;另外一个原因就是当时激烈的报业市场竞争<sup>[1]</sup>。19世纪末到20世纪30年代,《申报》、《新闻报》、《大公报》等各种大大小小的报纸异军突起,给报纸经营者带来了不小的压力。为了稳定自己的读者群,各种报纸纷纷通过增加报纸的文艺内容来增强报纸的可读性,提高报纸的竞争力。

1897年11月上海《字林沪报》创办了一个定名为《消闲报》的附张,这被研究中国报业史的学者们普遍认为中国首个正式的副刊。《字林沪报》作为当时一份平常的报纸,自然而然也就避免不了这样的竞争压力。当时,一些趣味性浓郁或是干脆以趣味性为中心的小报在读者中很有影响,而此时《字林沪报》的编辑高太痴等人也正为了怎样提高报纸的可读性而费尽了脑筋,于是他们就模仿深受读者喜爱的小报,在《字林沪报》上搞些读者喜欢的花样。在这些编辑的眼中,小报上的这些“游戏笔墨”自然是难登大雅之堂,于是便想出了在报纸新闻版面之外增加新版面来刊登一些文艺作品,如诗词、小品、传奇之类的主要供人们消闲娱乐的作品。《消闲报》公开申明其办报宗旨是“要皆稀奇开笑,艳冶娱情,殿以诗词小品,盖名曰消闲,亦可遣愁、解闷、醒睡、除烦也,从一开始就是随报附送”<sup>[2]</sup>。从这一点就可以看出当时《字林沪报》发行的《消闲报》不是为了给报纸本身带来利润或者产生社会影响,而只是一种满足读者需求,吸引读者眼球的竞争手段。

与《字林沪报》同一时期创办的比较有影响力的文艺副刊,还有1907年于右任在上海创办的《神州日报》的附属报纸《神州画报》,以及《时事报》创办的《时事报画报》。《神州日报》是一份资产阶级维新派报纸,出版一种《神州画报》的附属画刊,每期两对页,分成若干个小版,包括的内容有图画新闻、神州杂俎、世俗风情画、讽刺画、射谜等。《神州画报》的表现形式以图为主,伴有文字标题或说明。《时事报画报》也是清末上海颇有影响的画报之一,随它的母报《时事报》附送。这两种附送的副刊都是天天出版,而且因为画艺高超、书法俊美而特别受读者的欢迎。这两种画报,思想内涵十分丰富,上至天文地理,下至寻常百姓中的奇闻异事,都涵盖在它表现的内容之中。除了思想内涵十分丰富外,这两种画报的表现形式还极富吸引力,它运用了夸张的手法来抨击时弊,后又演变成了现代意义上的漫画,因其讽刺的意味和寓意的表现方式比较特别,这两种画报在一定的时期内很受受众欢迎,但也受到官府的攻击。

清以前的文艺传播主要有两种方式:口头传播与书籍传播。口头传播主要有歌诗、讲唱、说书等形式;书籍传播主要是传抄、刊刻等形式。应该指出,书籍传播在文艺传播的速度、广度以及易保存性等方面明显优于口头传播,但在感染力方面,口头传播则占明显优势,尤其是说书等口头传播形式对受众并没有文字方面的要求,深受社会低端人群的欢迎,文盲也能听懂。这两种传播方式各有专长,因而一直伴随着文艺传播的发展。这样的文

艺传播方式至近现代之交时期,随着报纸的繁荣发生了重大变化:报纸媒介逐渐成为文艺活动的中心,成为文艺传播的重要渠道。这一时期的副刊主要有两种形式,即随正刊赠送的、独立成刊的附张和在报纸的版面上专门开辟的专栏。这段时期,越来越多的报纸开始创办相应的副刊,其中影响较大的有:《新闻报》的《快活林》、《中国日报》的《鼓吹录》以及《申报》的《自由谈》等。这一时期的副刊从内容上看基本上延续了之前《消闲报》的消遣性,大量刊登消遣游戏之作及鸳鸯蝴蝶派、礼拜派的作品<sup>[3]</sup>。除此之外,还有少量资产阶级革命派的报纸副刊为了宣传资产阶级革命思想的需要,发表了一些与时代相关性较强的文艺作品。

### (二)“五四”时期报纸文艺传播的崛起

郭武群在《报纸文艺副刊的缘起》中,认为文艺副刊兴起的原因,一是由于当时新闻来源的不畅通和时事稿件的匮乏,办报人不得不以“诗词杂稿”等文字来填充报纸版面余下的空白,以保障报纸如期出版。另外一个原因则是由于现代报业大发展而引发报纸之间的激烈竞争,一些商业性报纸把创办文艺副刊作为吸引读者、扩大发行量的重要手段。中国报纸副刊在“五四”时期发生了第一次变革,这种变革主要体现在以下三个方面:

首先,产生了新式副刊。新式副刊以《民国日报》副刊《觉悟》、《时事新报》副刊《学灯》、《京报》副刊为代表。这时产生新式副刊,与其所处的特定的历史环境是分不开的。当时的中国,正兴起了一股新文化运动,而新文化运动的一项重要内容就是西方文化的大量输入,以此来实现对国人启蒙的目的。电子媒体尚未出现,而书籍传播的内容和时效性又远远满足不了时代的需要,因此报纸就自然成为了当时新文化运动思想传播的主要载体。

其次,出现了大批专刊、特刊与周刊。在文艺性副刊之外又创办各类专刊、特刊与周刊,是报纸的编辑们为了满足人们对各种新知识的渴求而使报纸文艺传播得以崛起的另一表现。在这一时期,出现的比较著名的专刊、特刊有很多,例如《申报》在《自由谈》之外又有《本埠增刊》、《星期增刊》、《汽车增刊》、《教育与人生周刊》;《新闻报》在《快活林》之外又有《新知识》、《新新闻》、《本埠附刊》等。这些专刊或特刊的普遍特点是时效性强、独立性强,因与现实社会的联系密切而变动较大。这其中也有些甚至是由民间的文学团体创办的,或是由有一定经济实力的社会团体创办,因此没有固定的刊期,显示出一种随意性。

再次,副刊观念的变革。在很长的一段时间里,人们对副刊的理解一直停留在消闲层次上。这种对副刊的理解在“五四”以后受到了挑战。1923年8月1日,《新民意报》的副刊《星火》和《朝霞》合并为综合性副刊,并在其办刊宗旨中提出:创办此副刊的任务有三项,一是介绍各国民众的思潮到中国来,作为我们思想改造路途上的参考品;二是用舆论的力量启迪民众;三是用艺术的力量去滋润读者<sup>[4]</sup>。

这一时期,最具代表性的有四大副刊,即《晨报》副刊、《时事新报》副刊《学灯》、《民国日报》副刊《觉悟》、《京报》副刊。施波文在《现代报纸副刊发展趋势及特征研究》中提出:报纸的副刊是独立于正刊之外的报纸,原以消闲性或革命性的姿态出现,现已发展成一种多元化的报纸刊物。在和平年代,社会分为不同的消费群,也因此影响了副刊的发展方向,在一定程度上产生了某些问题:“一是报纸副刊过分崇拜娱乐趣味,有只为娱乐界服务的倾向;二是副刊中庸俗之作盛行,报纸善于利用美女图来吸引眼球;三是报纸副刊有脱离报纸新闻真谛的嫌疑;四是报纸副刊专业化与大众化的矛盾。”<sup>[5]</sup>而副刊创办的目的就是扩大了报纸的发行量来吸引广告商以赢利,这就要求报纸所发行的副刊必须要符合其目标受众的兴趣和爱好。自民俗学运动开展以来,社会上一些报刊便开始重视民俗学工作,在报刊开辟专栏,大力宣传民俗学,使得“民俗学研究”在“五四”时期成为显学。而《晨报》副刊则成为报纸副刊传播民俗文化的先驱者。受众的兴趣和爱好又是大众化的,这样专业化和大众化便成了副刊中的一对矛盾。这一时期的文艺副刊都适应时代发展的需要,锐意创新,改变了过去副刊不受重视的从属地位,谱写了中国副刊发展的新篇章,在中国文艺史和传播史上值得大书一笔。

### (三)新中国成立前后报纸文艺传播的变革

在新中国成立前后的这段时间里,基本上继承和延续了“五四”时期形成的副刊的多种属性及形式。在这些形式中,纯文艺性副刊或综合性副刊成为了一般报纸必备的样式,如《益世报》创办的副刊《益世俱乐部》、《申报》创办的副刊《自由谈》、中国共产党《解放日报》的第四版、《文汇报》的《世纪风》等,都是纯文艺副刊或综合性副刊的代表<sup>[6]</sup>。这些副刊中有的主要是登载旧文艺,有的主要是登载新文艺,有的主要是登载综合性内容(包括文艺作品),但它们都在报纸上有了固定的版面,稳定性明显提高了,在群众中也产生了一定的影响。

与此同时,上述的各类报纸在不同的历史时期,以不同的时代为背景,根据时代发展的需要又创办了大量

的专刊、周刊和特刊,其内容不但贴近社会现实,而且反映的范围也十分广泛,涉及到经济、历史、哲学、宗教、生活常识等各个领域。和以前副刊的内容相比,这一时期的副刊内容更加全面,涉及的范围也更加广泛。

新中国成立后,副刊随着社会的变迁发生了很大的变化,走过了一段曲折的发展道路,“五四”以来形成的多种形式的副刊变得单一起来。除《光明日报》等一些影响较大的报纸还办过一些专刊、周刊外,专刊、周刊这两种形式的副刊基本上消失了,而纯文艺或综合性文艺副刊成为报纸副刊最主要的形式。这种情况是与新中国成立以后政府强调报纸作为党的喉舌作用密切相关的,政治色彩更加鲜明。

#### (四)20世纪90年代以来报纸文艺传播的新发展

进入20世纪90年代以后,随着社会主义市场经济的确立以及社会主义市场经济的迅速发展,报纸行业的竞争也日益激烈,读者的主体意识不断加强,报纸的文艺传播迎来了第二次变革时期。

这段时期内,报纸副刊的发展主要呈现出以下几个特点:首先,各报竞相创办专刊、特刊和周刊等形式的副刊,并且所创办的专刊、特刊和周刊已经成为了报纸的一部分;其次,副刊兴起了一股扩版热,信息量不断加大,报纸副刊的内容和形式达到了历史的最高峰;再次,副刊的新闻性相对于之前的副刊大大增强,文艺性则逐渐弱化,副刊更加注重内容的实用性,服务功能大大增强。一些实力较强且创新性较强的报纸,甚至把副刊从报纸中分离出来,使之成为具有鲜明个性色彩的周刊,例如《楚天周末》、《南方周末》等报纸,不仅注重报纸副刊所应具备的可读性和娱乐性,而且更加注重报纸文艺副刊与现实生活结合的新闻性,这就彻底打破了原来报纸副刊单一的格局,报纸副刊进入了一个多元化的发展时期,但也给受众带来了选择的困惑。

## 二、中国报纸文艺传播的现状

中国报纸文艺传播从19世纪末发源开始发展到现在,期间经历了100多年的历史。报纸文艺传播发展到今天,在取得丰硕成果的同时也面临着一些困境。总的来说,我们可以从报纸文艺传播的表征及所面临的困境这两个方面来探讨其发展现状。

### (一)报纸文艺传播的表征

1. 报纸文艺传播的草根化现象。随着时代的发展、社会的变迁,报纸已经由以前的以公费订报为主的发行渠道转变到了以读者和市场为中心的发行方式,报纸真正走近了读者,读者的参与性也得到了很大的提高。

基于报纸已经走向以读者和以市场为导向这一事实,报纸文艺副刊的形式也发生了很大的变化,由以前单一形式的散文、诗歌、小说、文艺评论等阳春白雪的内容,慢慢地过渡到了一些寻常百姓关注度更高的话题,如俊男靓女的情感百态、打工求职的艰辛生活、家长里短的闲话故事等草根气息相当浓厚的内容。与此同时,就报纸副刊的名称或副刊各专栏的名称来看,这些名称也更加草根化和世俗化,能对读者自然而然地产生一种亲和效果。这方面的改变有很多例子,比如说《北京晚报》的“家园”和其他一些专栏或副刊的名称,如“生活”、“早茶”、“胡同”等<sup>①</sup>。副刊文艺传播的这些变化,其实是为了更加贴近百姓生活的实际,通过这些跟老百姓生活密切相关的、更具亲和效果的作品来拉近媒体与其受众群体的距离,进而获得受众的认可。在报纸文艺传播内容变得更为宽泛的同时,其草根化表现为作者门槛的降低,寻常百姓所写的一些文章,只要是写出了自己的真情实感,同时又包含了对于社会变迁或某方面的思考,具有一定思想含量的文章,都有可能成为报纸文艺版块刊登的内容。这就改变了过去报纸文艺版块单纯依靠职业作家写作的局面,读者的主体意识和参与性得到了充分的重视和实现。

2. 报纸文艺传播的专刊化现象。现代报纸读者要求副刊不仅要通过为受众提供各种专业知识服务好大众,而且还要在此基础上把握好信息的新闻性和时效性。随着时代的发展,人们对于房产、汽车、旅游、养生等一些专业知识有了更深层次的需求。为了满足读者的需要,报纸的副刊不得不通过细分市场来稳定和争取自己的读者群,这样就自然而然地产生了与某一特定读者群相呼应的各种专刊。报纸副刊专刊化趋势的表现形式之一就是专题化和其所登载内容的深化。锁定某一特定的受众群体,有针对性地选择版面所刊登的内容,围绕一个或几个专题展开,是报纸副刊专刊化倾向的表现形式。比如说《青年时报》推出的一份名为《深度报道》的副刊,它强调对事件发生的深层原因及事件的具体表象的剖析,从报道的广度和深度上寻找报道的切入点,这样就在一定程度上扩展了其自身的发展空间。从某种程度上说,副刊的内容可以看作是报纸新闻版面内容的深化和延

伸,可以看作是对报纸新闻版面的补充。从实际情况来看,报纸副刊注重对大量读者期待了解的背景性及资料性内容的登载,无疑为满足读者的需要提供了一个良好的平台。副刊从其产生开始发展到现在,专刊化的现象越来越明晰。这一方面是顺应时代发展潮流、满足读者需要的结果,另一方面也是报纸通过满足特定读者群体需要,稳定和争取读者群的一个有效策略。

3. 报纸文艺传播的娱乐化现象。在竞争激烈的时代,读者需要一些休闲消遣的娱乐资讯来调剂生活,而有了娱乐化倾向的副刊就恰到好处地填补了这个空缺。现在随便打开一份报纸的副刊,你会发现要找到一些与休闲娱乐相关的资讯并不难。报纸文艺传播的娱乐化倾向越来越明显,这已经成为了一个不争的事实。事实证明,随着中国商品经济的发展,国家的主流文化已经开始向大众化转型,愈来愈明显地出现了一些与时代契合的新特征,比如说为休闲而进行的各种生产及服务活动正在日益走向繁荣。从大众传播媒介的发展规律来看,报纸文艺副刊的娱乐消闲性是不可或缺的重要功能和特点,历史上的许多著名报人、知名学者都十分重视报纸文艺副刊的娱乐功能。报纸文艺传播的娱乐化倾向赋予了副刊一种轻松活泼、幽默诙谐的基调,有了娱乐化倾向的副刊不仅仅可以传递休闲信息,还可以引导受众的休闲观念并对读者进行休闲教育,提高大众的生活质量。

4. 报纸文艺传播的艺术化现象。在这个讲求注意力经济的时代背景下,许多副刊为了顺应读者的阅读心理来吸引大众,在组稿中高度重视版面图文搭配,使得整个版面更加明朗、和谐,具有极强的视觉冲击力。现代报纸图片所占副刊版面的比例增加的趋势已越来越明显。报纸副刊的图片使用量较之以前大量增加,而且图片不只是仅仅作为文字的陪衬或者是单独展现其自身的审美功能和新闻价值,而是和文字互为补充,共同就表现某一主题发挥自己的优势。这种趋势是由于现代社会技术的进步、快节奏生活所形成的读者的阅读心理以及海量新闻资源使得获得图文互动素材的难度降低等因素影响而成的,主要表现为双向的图文互配、引文加组照式的新闻写真、为图片设计对白、从诗图互配到摄影文学等形式<sup>7</sup>。国外先进版面设计理念在很早时就被中国副刊改版时引进,它强调的意识主要有三点,即品牌意识、读者意识和设计意识,其中最重要的就是设计意识。中国副刊引进彩版始于20世纪90年代,很多报纸从那时候开始就以彩版作为读图时代竞争的主要手段。此外,现代报纸副刊还借鉴了杂志版面设计的一些经验,通过加强对版面进行艺术化处理来增强版面的艺术美感。版面艺术化现象首先表现在将文学艺术作品内容与形式上的美化相结合;其次表现为在具体的一篇文章上,黑与白、虚与实、长与短的有效搭配。许多报纸的副刊为了能在激烈的市场竞争中赢得生存和发展,都在努力突出自己的个性,通过夸张处理,采用大标题、大图片和粗线条的排版方式,在多样化和个性化版面表现形式的塑造上下足了功夫。另外,现在大多数副刊在版块结构上都力求清新秀丽、简洁明快,形成了很多极具艺术美感的版块结构,吸引受众的眼球。

## (二)报纸文艺传播的困境

相对于报纸新闻版面扩张的整体趋势,报纸副刊在近年来的分量和读者群越来越小,这一方面是因为国家对报纸补贴的逐步取消,网络、手机等各种新型媒体的出现所带来的激烈的媒体竞争,报社面临着前所未有的压力,另一方面也是因为报纸副刊自身某些方面的不足。

1. 报纸文艺作品过分追求娱乐性。报纸在文艺传播中过分追求娱乐性,导致作品文学含量降低。副刊在其产生的初期,主要以消闲作品为主,这是众所周知的事实。但在其发展的后期,尤其是五四新文化运动开始以后,副刊的内容越来越趋于成熟,开始关注社会形势,通过一些积极的、进步的思想来引导人民,激发人民的爱国情感来报效祖国。鲁迅就是当时通过文艺副刊这一平台畅所欲言,让报纸的文艺传播表达群众的声音,使报纸的文艺传播成为人们思想的传达者,从而推动社会和文化不断进步。

为满足人们休闲娱乐所进行的各项生产经营活动日益繁荣,客观上造就了报纸文艺传播的娱乐化倾向。直至今日,报纸文艺传播的娱乐化倾向已经越来越为人们所关注。报纸为了吸引和稳定自己的读者群,往往采取分众化策略,根据其读者的年龄、职业和爱好,为其“量身定制”各种适应一定读者群需求的专刊。报纸文艺传播的娱乐化现象主要体现在以下两个方面:

(1)挖掘隐私型。随便打开一份报纸,在娱乐版块找到一条关于某明星的绯闻轶事已不是难事。为了满足人们对于明星幕后生活的好奇心理,名人背后不为人知的隐私,自然就成为了娱乐记者们关注的对象。今天哪个明星在哪里跟哪个神秘人物一起吃饭逛街,昨天哪个明星和谁已经秘密结婚了,都有可能成为第二天娱乐版的头条。

(2)蓄意炒作型。一些别有用心的人和制作人,通过各种方式,主动向报纸媒介爆料,提供所谓的线索,实际上最终目的是为了炒作以博得读者对某明星或某节目的关注。例如,2011年的跨年演唱会共有16家卫视加盟,各大媒体为了在激烈的收视率中赢得竞争,纷纷通过报纸等各大媒体发布信息,宣称请了哪些在国际上极具影响力的大牌明星来助阵,但观众在最后却又见不着一些大牌明星的真容,很明显就是媒体的炒作。

现在许多报纸的副刊,都以盈利为第一着眼点,社会奇闻、明星八卦及有关迷信的算命贴士和娱乐圈内的许多无聊新闻等娱乐作品占据了副刊的大部分版面,而那些真正关注社会、关注民生的作品却不多见了。现代社会报业竞争激烈,为了在激烈的市场竞争中赢得生存,报纸的副刊更多地倾向于迎合读者的需求。生活节奏的加快,通过阅读报纸的娱乐信息来放松这本身无可厚非,但是作为一个肩负传播人类精神文明的使命以及负责任的媒体,副刊上庸俗猎奇的文章占了过高的比重,这一现象的出现是值得深思的。这样就把报纸副刊版面做得像某些娱乐性杂志一样,只注重哗众取宠,那些贴近民生的、高雅的艺术却无人问津。报纸的文艺传播如果只是一味地走娱乐化路线,将副刊定位为传达小道消息、流言蜚语的阵地,那么副刊的文艺传播总有一天会走向衰落。因为它提供的只是暂时的娱乐,除了能够暂时吸引受众而取得经济效益外,对社会、对大众都成了可有可无的产品。

2. 报纸文艺作品中庸俗之作盛行。副刊中庸俗之作盛行,吸引读者眼球的作品艺术含量低。报纸副刊从恢复消遣性特征之后,为了吸引读者眼球,由所谓的美女作家专门写稿的文学作品迅速发展,在这个过程中,受经济利益的驱使,一些美女作家歪曲现代社会本应推崇的价值观,专职进行所谓的“身体写作”,内容包括婚外恋、一夜情、未婚先孕等,甚至将性作为文章的主线进行写作,将文中各种有悖于社会伦理道德的细节写得细腻露骨<sup>①</sup>。这种大量的、不健康的性描写只会造成社会意识混乱,尤其会对正在成长的青少年一代产生消极的影响,甚至使他们误入歧途。

3. 报纸文艺作品专业化与大众化的矛盾。近年来报纸副刊在积极适应大众口味的同时,也有向专业化发展的趋势。专业化是各种媒体发展的趋势。为了在激烈的媒介竞争环境中赢得生存,各种媒体往往需要通过细分市场来保持稳定的受众群,报纸也不例外。副刊既要走专业化路线,又要尽最大可能赢得更多的受众,即副刊的文艺传播内容既要满足某一特定受众群的需求,又要符合大众的口味,于是专业化和大众化在副刊中形成了一对难以磨合的矛盾。

### 三、报纸文艺传播的发展出路

随着现代社会科技日益发达、文化的繁荣,人们获取信息的渠道越来越多,每天可能接触到的信息也越来越多。如何在这样一个信息爆炸的时代做好报纸的文艺传播,吸引读者的注意力已经不是一个简单的问题了。万成炼在《报纸副刊文学的百姓化趋势》一文中提出,伴随着时代的发展和社会的变迁,报纸已经从过去计划经济体制下的公费订阅阶段,发展到了现时的以读者为核心的阶段,报纸已经逐步走向了市场。报纸走向了市场,文艺副刊的内容也就相应从过去的以小说、诗歌等传统题材为主的阳春白雪,慢慢过渡到了更加关注普通人的生活情感,反映社会百态和人生感悟的内容上;另外,报纸副刊栏目名称也更加平民化,试图以一种更具亲和力的方式来取得读者的认可。充分发挥报纸文艺传播的优势来促进报纸文艺传播的持续发展,我们可以从以下几个方面入手。

#### (一)精准独特的定位

1. 与报纸办刊宗旨相一致的定位。文艺副刊的编辑们在选择作品时,还应当把“真、善、美”放在首位。无论社会发展到哪个阶段,科技发达到什么程度,真、善、美始终是人类不变的追求。报纸的新闻载体是由报纸的副刊和新闻版面组成的,因此一份报纸,无论其副刊怎样独立,它都不能脱离报纸既定的办刊宗旨,必须与报纸的主流话语和报纸的主流读者群紧密联系,因此报纸文艺副刊的定位就必须与报纸新闻版面配合,共同遵循报纸的办刊宗旨<sup>②</sup>。做好副刊的定位,首先要将围绕报纸新闻的主旋律来办副刊放在首位,绝对不能偏离报纸新闻宣传的主旋律以及报纸的主流读者群。要做到这一点,在实践中我们就要坚守新闻工作者基本的职业准则,不能为了片面追求副刊形式的多样化,或者为了短期的利益而大量刊登低俗媚俗的文艺作品来迎合少数人的猎奇心理。

2. 创办特色副刊, 策划健康话题与看点。以特色副刊为前提条件, 适时策划一些贴近读者生活实际的、读者关心的问题, 可以使副刊这块素来被视为“静态领域”的地方活跃起来, 动静结合使副刊不再枯燥乏味, 这样就能大大提高报纸的吸引力和可读性。创办特色副刊, 策划健康话题与看点, 是报纸副刊吸引读者的一种重要方法。特色副刊具有针对性强、读者对象明确的优点, 多种特色副刊, 如老年副刊、科普副刊、作文园地、文学副刊等, 在某种程度上给读者提供了一个获得各类知识的平台, 作为对报纸新闻内容的补充, 它以强烈的艺术感染力、鲜明的地域特点和学科特点等优势, 增强了报纸副刊对读者的吸引力, 为报纸提供了更为广阔的发展空间。比如我们可以针对婚姻和爱情这些词语策划出有关“老照片的故事”、“我的父母亲”等各种各样与此相关的话题, 而针对老年人, 我们又可以策划出“智慧老人访谈”、“我也曾经年轻”等话题, 另外, 关于天文现象、心理咨询、养生、军事等领域, 我们也可以用文艺传播的手法, 策划出许多话题与看点<sup>[1]</sup>。

### (二) 提高报纸文艺编辑的素质

文艺副刊的编辑作为文艺副刊的组稿和把关人, 对能否办成一份高质量的文艺副刊起着至关重要的作用。因此, 要办好一份报纸的副刊, 特别是时下较为流行的综合文艺副刊, 必须不断提高文艺副刊编辑的素质。

具体来说, 要发挥报纸文艺编辑的作用来做好文艺传播, 报纸文艺编辑至少应具备以下几项基本素质:

1. 具有国际化视野。报纸文艺编辑应具备洞悉国内外形势和文艺与社会思潮的素养。文艺编辑只有具备了国际化视野才能保证报纸文艺副刊的深度和广度。文艺副刊应同其他新闻版一样, 时时保持“新”意才能持续吸引读者的注意力。书评、画评、影评等作品, 要讲究时效性, 否则就失去了“评”的价值; 小品、诗歌等纯文艺作品的内容要尽可能配合好社会的形势才能获得读者的认同, 而这一切都离不开报纸文艺编辑洞悉社会形势和思潮的素养。

2. 具有综合的知识素养。一个优秀的文艺副刊编辑, 必须要有扎实的文艺修养, 要具有编辑、评鉴各路“专家”稿件的能力, 所以作为一个文艺副刊的编辑, 必须既是一个专家, 又是一个杂家, 必须对各方面的知识都有一定了解, 这样才能减少编辑文章时出现漏洞的可能性, 遇到一些专业术语时编辑还应给出准确的解释, 为读者的阅读扫清障碍。作者交上来的稿件难免会有这样或那样的错误, 文艺编辑只有具备了综合的知识素养, 才能确保所编稿件的质量。

3. 具有较强的创新意识及组织能力。“新闻性”是一份报纸的生命所在, 所以副刊编辑必须具备一定的创新意识, 才能在实际工作中保证副刊文艺作品的新闻性。比如, 对同一问题, 启发作者从不同的角度去写; 策划一些具有创新意识的, 包含新思想或新观点的文艺作品、评论等稿件; 在版面设计和文体形式方面求新求变, 力求突出个性等等。文艺副刊编辑的创新意识直接影响到作者的创新思维, 双方密切结合, 才能高效率地完成工作任务。

一个优秀的文艺副刊编辑离不开一支优秀的作者队伍的配合和支持, 这就要求副刊编辑必须具备良好的组织能力, 能够和作者进行良好的沟通, 组织管理好一支作者队伍。另外, 由于文艺副刊的编辑还要经常组织一些文化活动, 来履行自己丰富社会文化生活的职责, 所以文艺副刊编辑的组织能力就显得尤为重要了。

4. 具有多种文体的写作能力和评赏能力。报纸文艺副刊的编辑还承担着发现和培养作者的职责, 这就要求文艺副刊的编辑具备各种文体的写作和鉴赏能力, 才能对作者的文章给予正确的评价和指导, 完成自己不断发现和培养作者的职责。报纸副刊具有内容杂、发行量大、读者面广等优势, 是众多作者发表文艺作品的平台。由于副刊的内容丰富多彩, 报纸文艺编辑每天收到的稿件文体也就十分广泛, 这时候就需要一个编辑具有多种文体写作和评赏能力, 才能保证作者所发表稿件的质量。毕竟, 质量是报纸文艺传播的坚实基础。

### (三) 增强报纸文艺作品的可读性

1. 坚持“三贴近”的原则。读者是报纸最终的消费者, 报纸最终能否实现其价值还要看能不能得到读者的认同。报纸副刊只有反映了人民群众的愿望和要求, 贴近实际, 贴近生活, 才能贴近群众, 获得群众的认可。坚持“三贴近”原则, 我们还必须正确处理文艺作品雅与俗的关系。现阶段中国文化构成情况已经不再是主流文化、精英文化独自开放, 大众文化随着时代的变迁已经快速发展起来, 一个开放的、多元的文化系统正在形成并日趋成熟<sup>[9]</sup>。在这样的社会背景下, 传统的纯文学已经不能满足大众日益增长的文化需要, 报纸的文艺版不能只登载阳春白雪、孤芳自赏的内容, 而要以“平民意识”、“生活化视角”做出真正贴近寻常百姓的精品内容。“平民

意识”与报纸的党性原则是相融合的,我们强调文艺副刊的“平民意识”并没有否定主旋律文化,而是将主流文化的引导同大众文化的娱乐性及消费性巧妙地结合起来,在潜移默化中实现主流文化的引导作用。报纸副刊要做到贴近实际、贴近群众、贴近生活就必须树立服务群众的意识,坚持选取群众所关注的题材,并适应读者阅读心理的需要,将文章尽量写得短小精炼一些,能让读者用最少的的时间获得最优质的信息。

2. 增强时代感与时尚性。报纸文艺副刊起着丰富人民群众文化生活、满足人民群众的文化娱乐需要、提高人民群众文化素质的作用,但是文艺副刊作为报纸一个重要的组成部分,也具有传递当今时代社会信息、反映社会变化发展趋势的作用。这就要求报纸文艺副刊登载的作品必须围绕着宣传党和国家的方针政策、描绘日新月异生活的时代特色,及时反映社会热点问题,关注大众的时尚趋势,才能履行好文艺副刊的职责,获得读者的认可。

3. 注重突出地方特色。目前许多地方报纸的文艺副刊存在着栏目设置雷同、文学体裁类似、文章内容相近的问题,缺乏地域特色,没有发挥地域特色的优势。每一座城市都有其独特的历史,而在这段历史中所形成的物质文化及精神文化也会具备一定的特色,这种特色是一座城市长期的地理环境、自然气候及风土人情等因素综合影响形成的。所以文艺副刊要突破原有的模式,在刊登散文、诗歌、小说等常规文艺作品的同时,多关注城市的物质文化和精神文化,多登一些能反映本地地域特色的文章,如茶文化、酒文化、食文化等内容,多反映本地的风土人情、人文历史等地方风貌,这样就能够使文艺副刊更具有地域特色,从而也就突出了报纸文艺副刊的个性和价值。

报纸文艺传播从19世纪末文艺副刊的诞生开始发展到现在,已经从最初填补报白的附属地位成为了大多数报纸不可或缺的一部分。究其原因,一方面是由于报纸文艺传播从一开始就满足了读者对于休闲消遣性知识和资讯的需求,且在之后的发展过程中不断重视、强调报纸文艺传播的内容对于读者的服务功能的实现;另一方面则是由于社会的进步、经济的繁荣为报纸的发展提供了肥沃的土壤,报纸的发展进而为报纸的文艺传播提供了一个稳固的平台。在新的时代,报纸文艺传播应该克服困难,紧跟形势,知难而上,推动文艺的繁荣与发展。

#### 参考文献:

- [1]王超群.报纸副刊的困境与出路[J].青年记者,2008(8):42-43.
- [2]郭武群.报纸文艺副刊的缘起[J].经济研究,1999(1):35-39.
- [3]员旭华,王灿发.中国报纸副刊的历史嬗变[J].湖南大众传媒职业技术学院学报,2004(1):57-59.
- [4]杨凤生.文艺副刊的今昔[J].报刊之友,2002(4):49.
- [5]施波文.现代报纸副刊发展趋势及特征研究[J].科技立项,2006(2):20-23.
- [6]万成炼.报纸副刊文学的百姓化趋势[J].新闻界,2008(3):48.
- [7]顾雪生.报纸副刊发展的图文互动趋势[J].新闻出版交流,2003(6):33-35.
- [8]郑千安.报纸副刊怎样更好地贴近读者[J].创造,2009(8):36-39.
- [9]亢海玲,钟家元.新时期报纸副刊的留客之道[J].新闻记者,2008(8):63-64.

## Newspapers in the Literary Dissemination of the History and Current Situation Status

Ding Hong

(Hunan University of Commerce, Changsha 410205, China)

**Abstract:** Since the 19th century the birth of literary supplement to now, the newspaper literary dissemination in China has passed more than 100 years of history. Today, the newspaper literary supplement from the original affiliated status has development to be an important components of newspaper. For literary and art works, the newspaper literary supplement provides a solid platform and published a large number of literary works. As the changes of times, literary creation has threshold, as a result, the newspaper supplement pulled close the distance between newspaper media and readers. Although newspaper literary dissemination made these achievements, there are still some problems and defects that cannot be ignored. This article analyzed the newspaper supplement's history and status, and put forward some specific proposals for resolving those problems.

**Key words:** newspaper media; literary supplement; literary dissemination; newspaper supplement; the news media