

复旦大学

硕士学位论文

《新民晚报》副刊《夜光杯》研究

姓名：刘芳

申请学位级别：硕士

专业：新闻学

指导教师：张子让

20030428

Synopsis

Comprehensive arts and literature supplements came into being in China more than 100 years ago. In recent years, such supplements have gradually changed styles and turned into fashion and recreational supplements due to the changes in the society since China adopted market-oriented economy. My thesis will discuss the birth, development, history and future of supplements, based on my understanding gained from Ye Guang Bei pages, a supplement of Xinmin Evening News.

In details, my thesis will study the Ye Guang Bei at three aspects:

A. Discuss the future development of supplements based on the history of newspaper supplements in China and the reasons that cause comprehensive arts and literature supplements to wither.

B. Suggest Ye Guang Bei should take which path based on studies on the history and experience of Xinmin Evening News and find supportive theories from Mr. Zhao Chaogou, the former Editor-in-Chief of the newspaper.

C. Ye Guang Bei has achieved a lot of successful experience in its 60 years history to share. But facing new situation, the supplement needs to carry on the good tradition as well as developing new direction to keep pace with the times.

The above analysis will make up my thesis of the studies on Ye Guang Bei pages. Also, the thesis will give some suggestions on carrying on tradition and making new developments.

< Key Words > newspaper, supplements, column, innobation

导 言

在中国，报纸的副刊已有一百年以上的历史，存世的副刊已超过了5000种。如今，报纸副刊不再是可有可无的“报屁股”，它已经成为报纸的一个重要组成部分。然而，面对中国报业的巨大改革，报纸的综合性文艺副刊对读者的吸引力逐渐弱化，进入“相对萎缩期”。如何使其走出窘境、常办常新，成为报界多年来一直关注的问题。本文试图以《新民晚报》副刊《夜光杯》为切入点，探讨综合性文艺副刊如何继承传统、开拓创新、与时俱进。

第一节 副刊概论

什么是副刊？“一般指报纸上刊登文艺作品或理论文章的固定版面”¹。其特点是：有一定的篇幅和编辑方针，每天或定期出版，多数有专名。副刊一般分综合性和专门性两种，综合性副刊大都有文艺色彩，运用多样化体裁，反映社会面貌，丰富文化生活，介绍科学知识。专门性副刊又称专刊。

一、副刊与报纸的关系

“以刊登创作为主的文学副刊，是中国在世界新闻史上一个独有的特色。”²副刊是中国报纸特有的现象，办好副刊也是中国报纸的一个优良传统。

中国近代最早的中文报纸《上海新报》，于1861年11月在上海创刊。它开创了在新闻后面附载诗词小品的先例，是“副刊的前身”。而最早的副刊，则是上海英商中文报纸《字林沪报》自1897年11月24日起逐日随报赠送的“附刊”——《消闲报》，用专门版面来集中刊载诗词、小品、乐府、传奇之类带有消闲性质的作品。³

1、副刊是报纸发展的产物，又促进着报纸本身的发展与完善。

《消闲报》的出现显示着报纸的一种进化，让我们从附刊式副刊中看到了报纸发展的一个侧面，即大报启发了文艺小报，小报又直接影响了副刊，使它在套用小报形式的同时，具有了初步完整的编辑形态。这种附刊式的副刊盛极一时，从广东报纸的“谐部”到“五四”运动中的四大副刊，都是如此。至于版面或栏目式副刊的出现，那更是报纸编辑业务发展的结果。其中最具有综合编辑特点的就是《申报·自由谈》。

报纸在发展中产生副刊，副刊也反过来促进报纸本身的完善。副刊的存在，使报纸不再只是一张简单意义上的“新闻纸”，它既可以用来报道新闻、指导舆论，也可以用来传播知识，丰富精神生活。在北洋政府、军阀混战时期、国民党

统治时期，刊登新闻往往是受限制的。“新闻既无可读，而又不能没有精神食粮，于是转向副刊，拿副刊作为精神上的慰藉。”⁴而在今天，没有副刊的报纸简直难以想象，读者总觉得它是一种缺陷。有无副刊，甚至有无好的副刊，常常关系到报纸的发行。究其因，还是副刊有知识的广泛性和内容的可读性。

2、副刊有其独立性，但与报纸存在着统一性。

副刊的编辑一般是较为独立的，有其固定的版面，有多种多样的体裁，有稳定的栏目，有自己专门的编辑方针和读者群。一般情况下，报纸并不干预它的日常工作，相比较新闻版而言，它自由发挥的余地非常大。在解放前，灰色甚至反动的报纸竟可以有一张进步的副刊。例如外国天主教会主持的《益世报》，主要副刊《语林》居然成为左翼作家的杂文阵地，和报纸本身立场相去甚远。但是，这种非一致性和独立性毕竟是相对的、有条件和暂时的。它在根本上和所属的报纸存在着统一性。一个刊物应有独立的特性，因为没有特性就没有自己。但是一个报纸副刊的特性，绝对不是自己露锋芒和标新立异的工具，它一定是配合报纸本身的一种文字辅佐物。“我常看见同在一张报上，言论互相矛盾，甚至于公开互相诋毁的现象，这实在不应该！因为这样，让留心的读者，一定看出你本家的言论就不统一，怎能取得别人的相信？所以我从来主张副刊与报纸新闻言论一元化。”⁵

二、副刊的历史发展

新中国成立前，副刊的发展大致可分为6个阶段：

第一阶段：副刊的酝酿与萌芽。从19世纪70年代算起至1897年11月《消闲报》出现。

第二阶段：副刊的初创与发展。以《消闲报》为标志，副刊正式出现。各地出现许多代表性的副刊。到辛亥革命前夕，《申报》开创《自由谈》，奠定了副刊进一步发展的基础。

第三阶段：副刊的革新。五四运动首冲报业，并从副刊革新入手，在内容和形式上都有巨大变化。

第四阶段：副刊的成熟时期。1927年以后，思想界、文艺界、报界经历了动荡与分化，报纸副刊也进入新的调整时期。

第五阶段：抗日战争前期的副刊。由于战事，版面缩减，但地位是稳固的。

第六阶段：副刊的新发展。从加强了党性战斗性的《解放日报》改版算起，至新中国成立。

第二节 副刊的现状

从副刊诞生到新中国建立以前,综合性文艺副刊逐渐形成了自己的传统:传播进步的革命的思潮,弘扬科学的民主的思想,发展了文学的流派,培养了好几代作家,同时也教育和滋养了近一个世纪的报纸读者。中国报纸的文艺副刊的成长,始终与中国进步文人的不懈追求、聪慧才智密不可分,“那些在中国近现代思想文化史上赫赫有名的人物,几乎都与报纸的副刊有着深厚的渊源关系,报纸的文艺副刊,也因此成为中国近现代思想与文学艺术的集散地。”⁶

一、新时期以来报纸副刊的发展状况

新中国建立后的副刊,曾经发挥过巨大的作用。“文革”结束以后,副刊便一度成为人民呼唤思想解放、渴望发表内心呼声的重要阵地,在推动文艺创新发展方面,起到至关重要的作用。如《伤痕》、《于无声处》等一批作品,都是在报纸的副刊上刊发的,并且在当时的社会上激起了很大的反响,一时间争相传阅、洛阳纸贵。另外,还有一些报纸的副刊,如《人民日报》的“大地”、《光明日报》的“东风”、《解放日报》的“朝花”等,也刊登了大批优秀的散文、诗歌、报告文学和杂文,快速反映了时代和群众的愿望。副刊的这种繁荣和辉煌,是中国思想解放运动中的一种奇观,也是中国副刊史上蔚为大观的一个篇章。

20世纪80年代中期,中国报纸副刊进入一个平稳发展的时期。没有了“文革”后副刊的轰轰烈烈,形式各异的文艺副刊以自己多姿多彩的内容,充实着读者的精神世界,满足了大多数读者多样化的阅报需求。

而从90年代中期起,副刊进入了一个“相对萎缩期”。据对京沪几家主要报纸文艺副刊的统计,《人民日报》的“大地·副刊”曾有一度是一周三期,现在为每周一期;《光明日报》原来的“东风副刊”,原是每周二至三期,后改为一周一期,1999年起又将副刊并入“文化周刊”,并已取消“东风”刊名,更名为“文荟副刊”;《解放日报》的“朝花”副刊最多时每周四期,现在是每周三期;《文汇报》的“笔会”副刊最多时一天一期,现在是每周五期。需要指出的是,“以前报纸的总篇幅只有四个或八个版面,现在大部分报纸的篇幅已增加到12个版面甚至16个版面以上,文艺副刊的数量不升反降。仅此一点,足可窥见报纸文艺副刊目前的基本走势。”⁷“这还不仅仅是一个简单的减法,考虑到报纸纷纷扩版的背景,副刊比重实际上处于滑坡的态势之中。”⁸

二、当前文艺副刊面临的主要困难和问题

分析报纸文艺副刊面临的困难和问题,应该从新闻学和文学两方面入手。

1、从新闻学角度来考察。

新时期中国报业的发展大致经历了三个阶段：第一阶段的日报效应，各种日报充斥着市场并占据主导地位；第二阶段是晚报效应，晚报取而代之日报的主体地位抢夺市场；第三阶段则是目前仍风起云涌的都市报效应，越来越多的都市报在全国各地“生根开花”，对中国报业产生一股强有力的冲击波。当然这三个阶段的概括是比较简单不全的，因为它们不仅有阶段更替的一面，也有相互交叉、融合渗透的一面。但总而言之，传统的报纸在向现代报纸形态转变。报业竞争日趋激烈，为争夺有限的市场份额和读者群，各家报纸都在大刀阔斧地进行改革，其中最引人注目的是扩版。不管是建国以后成立的报社，还是80年代改革开放以来新出现的报社，几乎没有不扩版的，有的从4版扩至40多版，乃至80版、100版，不仅以质取胜，也以量来显示其实力。在这样一个环境下，报纸版面变化很大，令人目不暇接。但是，报纸文艺副刊的改革则相对滞后，当今报业的迅猛发展和办报理念的深刻变革，未能对报纸副刊产生应有的作用和影响。同时，很多报纸的副刊已慢慢演变成了专刊，随着专刊的发展，副刊的概念在变：由知识性变为新闻性，由文学性变为休闲性，以致有作家提出“保卫文化副刊”的口号，抵制“粉红色沙尘”对精神家园的侵袭。

2、从文学角度来考察。

在经历了20世纪70年代末和80年代前期的“轰动效应”之后，文学开始逐渐淡出原来曾一度占据的社会关注的中心，开始按自身应有的轨迹发展。以纯文学杂志《收获》为例，它已经从曾经的几十万份发行量回落到现在的几万份，文学式微是不可挽回的趋势。随着时代和生活的发展，我们的读者也在变，他们可供选择的兴趣爱好越来越多，没必要像“文革”以后那样因为心灵的枯寂而在文学这条羊肠小道上挨挨挤挤，人满为患。他们的阅读兴趣一旦转移，与此相辅相承的，便是报纸的文艺副刊也逐步回到自己应有的位置，远离曾经的绚烂。

第三节 本文研究对象与方法

一、研究对象的确定

为论述上的方便，首先需要对本文章着力探讨的副刊作一个界定，即指我国主流报纸上偏重文学的综合性文艺副刊，比如《人民日报》的《大地》，《光明日报》的《东风》，《文汇报》的《笔会》，《新民晚报》的《夜光杯》，而娱乐性休闲性的专刊不在讨论范围之内。

1946年5月1日，上海版新民报（晚刊）创刊，由当时已很有名气的剧作家吴祖光任主编的副刊《夜光杯》同时诞生。半个多世纪过去了，其间《夜光杯》

几易其名，经历无数风雨坎坷，发展成为今天的日出两版半；全年一天不断，在海内外拥有无数热心读者的“拳头产品”。仅就粉碎“四人帮”后《新民晚报》复刊，副刊恢复使用《夜光杯》原名算来，《夜光杯》至今已连续出版七千多天，一万六千多版，且不论版面的精彩与影响，只说其规模与分量，大概在国内综合性文艺副刊中也是不多见的。日积跬步，《夜光杯》在20多年的成长中逐渐形成自己独特的风格和特色，培养了一大批雅俗共赏的名牌栏目，也吸引了一大批固定的忠实读者，还在连续三年的全国报纸副刊年会评比中获得大奖。

因为《夜光杯》副刊具有这些明显的优势，促使笔者以《夜光杯》为对象，探讨在新形势下综合性文艺副刊如何摆脱困境，既能保留传统特色，又适应社会时代变化，与时俱进，常办常新。

二、本文的研究思路和方法

本文的研究思路是，通过考察《夜光杯》副刊的历史与现状、传统与创新，来探讨《夜光杯》如何常办常新，为综合性文艺副刊的发展提供有益的启示。

在研究过程中，阅读了有关副刊历史和《夜光杯》发展的主要文献，同时分析了两份很有参考价值的调查报告：2001年8月中国人民大学舆论研究所对上海居民读报情况和读报意愿的抽样调查；2002年文汇新民联合报业集团新闻研究所对上海受众媒介接触情况的抽样调查。这两项调查共发放问卷1720份，回收有效问卷1627份，有效问卷回收率分别为91.3%和93.9%，全部调查工作均符合调查规范和质量要求，真实可信。因问卷中有较大部分涉及《新民晚报》及《夜光杯》，本文运用了其中的有关数据，并对报告的结论进行了探讨。

近五年来，《夜光杯》举办了多次读者作者编者研讨会，与会的上海及安徽等地的作家、编辑、教师、普通读者和私企老板等发表了不少意见与建议。对此，笔者也进行了研究，并对副刊的数百篇作品进行了分析。

除了文献检索和内容分析以外，还采用了读者调查方法。2001年，在交大附中、复旦附中、上师大附中、复兴中学、市三女中、建峰中学、甘泉中学8所学校，向350名初高中学生作了阅读《夜光杯》的抽样调查，共回收321份有效答卷。调查结论对于说明当前办好综合性文艺副刊面临的问题和应该采取的方法，不无参考价值。

亲身实践是获得真知的好办法。笔者任《夜光杯》编辑已有近六年时间，亲身参与了《夜光杯》一系列采编活动，如迎接新世纪的《夜光杯》通版的采编，彩色《夜光杯》“谈话”及“人生”版的创立，《夜光杯文粹》一书的选编，“十日谈”专栏征题及征文的策划活动等等，对《夜光杯》的历史、传统及现状有比较深切的了解。这十分有利于论文贴近实际，有的放矢。

第一章 赵超构办报思想与副刊

赵超构作为《新民晚报》的老社长，在他60年的新闻生涯中，通过逐步摸索和不断总结，开创出一条办好社会主义晚报的道路。他还身体力行，为《夜光杯》副刊的发展作出了不可磨灭的贡献。研究赵超构的办报思想和实践，对我们办好报纸及其副刊仍然很有现实意义。

第一节 赵超构办报思想综述

一、“求同存异、发挥特点”是赵超构办报思想的核心

1957年5月，在上海市委召开的宣传工作会议上，赵超构同志发言表示：“社会主义的报纸要统一而多样，所有的报纸都应该宣传党的政策，都应该宣传社会主义，都应该具有指导性、真实性、战斗性、群众性，同时要根据分工原则，发挥自己的特点。”这是赵超构新闻思想的一个核心。在这个大前提下，他还有更进一步的阐述：办社会主义报纸，包括办社会主义的晚报，总的要求必须明确，即“在党的领导下，用党的思想教育群众，宣传党的政策，报道社会主义建设的各方面的成就，批判一切不利于社会主义的思想行为和和社会现象，鼓舞人民群众热爱祖国，热爱党和人民政府，热爱社会主义生活。”⁹但是，同时必须做到“求同存异、发挥特点”。求同，是求人民报纸之同，求党的思想之同。而存异，就是根据分工原则，发挥自己的特点，晚报应当不同于日报、专业报，应当不同于综合性报，地方报纸应当不同于中央报纸；“只有求同存异，是我们办报的正确方针。新民报是一张晚报，是市委领导的报纸，这跟其他兄弟报纸的性质是相同的；但是作为晚报，它的任务、做法、形式内容应该跟别的报纸不同。是晚报，就应该标晚报之新，立晚报之异，发挥晚报的特点。”¹⁰只求同而不许存异，是教条主义的看法；片面求异，是机会主义的看法。赵超构旗帜鲜明的论断，精辟地阐释了自己最基本的办报思想。

二、要在“晚”字上做文章是赵超构办报思想的精华

早在1957年，赵超构就强调晚报要发挥“三性”。一为迅速的时间性。“时间性是晚报的生命线。因为既然是晚报，天然的要吧日报出来以后的当天的消息赶快地发表出来。如果不这样，读者看过日报，为什么还要看晚报呢？”¹¹二为浓郁的文娱性。他认为，既然是晚上读的报纸，就要以较多的篇幅发表电影、戏剧、体育、副刊文章，刊登许多小品文、幽默画，提倡高尚的情操和健康的趣味，

培养生活中的乐观精神，以此丰富读者的业余生活，满足人民的需要。这是很庄严的政治任务。作为晚报，应当把这个任务承担起来。三是强烈的地方性。他认为，乡土感情是构成爱国主义的一部分，要通过地方性的报道让读者感到上海的可爱。还应该多提供理解上海、熟悉上海的知识，指导大家怎样正确对待生活里的各种问题。

在“晚”字上做文章，赵超构还提出了有名的“短、广、软”的办报风格。“短些，短些，再短些”，是要求多登点短文章，少登些长文章，节约时间，便利群众。“广些，广些，再广些”，是要求扩大报道面，体裁多样，内容多样，从生活的各个侧面来反映上海的生活。“软些，软些，再软些”，指得是既要思想正确，又要把报纸办得生动一些，通俗一些，把文章写得深入浅出，对读者亲切一些。也不是片面追求趣味的软，只是反对老是板着面孔教训读者的作风。

三、强调办报“最要紧的是了解读者”是赵超构办报思想的闪光点

1984年，赵超构在答《新闻战线》记者问的时候，提到办报经验中最要紧的是首先要了解读者。他说，“我们的读者是什么样的，办报就要遇到这一个问题。我们的报纸是办给谁看的，这是一个大问题。”“我们晚报的读者不应该分什么阶层，也不应该是什么界，也不是什么干部，应该是最广大的人民群众。他们读晚报时候的身份，不应该是工人、农民、干部，而是城市居民。”1982年1月，《新民晚报》复刊时，他更加明确地提出了凡从8岁的小娃娃到80岁的老爷爷，都是晚报的读者，都应该从晚报上读到自己喜爱的东西。

赵超构曾提出一个著名的口号，即《新民晚报》要像报春的燕子“飞入寻常百姓家”。这可以说是他为《新民晚报》制定的办报宗旨，也可以说是《新民晚报》的发行路线。他曾经说：“我们作为地方报、晚报，应该接近群众，要像白居易的诗一样，让老太婆也听得懂，感到亲切通俗。我们的报纸，应该使老百姓各有所得。”¹²他主张报纸与百姓同忧共乐，做老百姓的知心朋友，这种办报的群众路线和群众观点，是基于他对党领导的社会主义报纸的深刻认识和理解，是一以贯之的。

四、体现指导性和思想性是赵超构办报思想的重要组成部分

赵超构没有专门关于办报思想的理论性著作，但对新闻界有争论的某些理论问题，他在谈话、讲话、工作报告中，也发表了比较独到的见解。他对于报纸指导性和思想性的看法，在他整个新闻思想中就占了很重要的部分。

他认为社会主义的报纸要有指导性和思想性，但是以什么观点什么思想去引导读者、影响读者，一定要根据不同的报纸，作具体的分析，不能用一个尺子去衡量。他还认为，思想性不能离开具体工作来谈。宣传党的思想和方针，要通过新闻事实的报道，如果只谈空洞的理论，或者像解放初期的报纸天天在报眼上登

几句马克思列宁的格言，以为就有了思想性，其实没多大效果。也不要狭隘地理解指导性和思想性，大的方向问题，四项基本原则，都属于指导性、思想性的范畴，新闻、言论、文章，应该也都有指导性、思想性。譬如言论，“如果一张晚报每天有三个小言论，这就不得了，一张报纸有成千上万的读者，你每天与他们谈谈知心话，不要讲假话，与读者肝胆相照，一年讲一千次的知心话，谈一千个问题，难道对读者会没有影响吗？肯定要发生影响的。你一篇小言论不一定解决问题，但你天天如此，读者就习惯了，到时候读者就要看看晚报，你今天有什么高见。这样比满堂灌，填鸭式的宣传方式好得多了。”¹³

第二节 赵超构办报思想对办好报纸副刊的启迪

赵超构是在一条并不平坦的道路上开创了社会主义晚报道路的先辈，时间的消逝并不能冲淡我们对他的崇敬和怀念之情。他的许多办报思想，对今天办好包括副刊在内的报纸仍然很有启示意义。

一、副刊与新闻版之间也需要“求同存异，发挥特色”

赵超构认为办社会主义的晚报应该“求同存异，发挥特色”，实际上这八个字同样适用于报纸副刊和新闻版的关系。首先说求同，那就是说整个报纸应该是一致的，从第一版到最后一版只有一个方针。可以有不同的体裁，可以有不同的版面风格，但是绝对不能有两个方针。报纸的副刊不能游离于报纸的编辑方针之外自成一格，因为“文艺副刊最能代表一家报社的风格，它是站在报纸的第一线去争取读者。因此它的使命和责任也最重大。”¹⁴无论是专门性的专刊或是综合性的副刊，“都应该是和整个报纸编辑的精神一致，都应该是在报纸总编辑的统一领导之下，服务于人民群众所关切的问题。”¹⁵

其次便是存异，也就是发扬特色。副刊并不是以多取胜的，而是以有特点、有内容来取胜的。编得有特色的副刊，它有很高的权威性和广大的读者群，已经远离了“报屁股”地位。比如当年的《民国日报》，现在留在一般人脑海里的，恐怕是邵力子编的《觉悟》，《晨报》时代的《晨报副镌》也是令人不忘的。《时事新报》的《学灯》，甚至于《益世界报》的《益智》都在人们的记忆之中。副刊的内容、编排形式、版面风格都潜移默化地形成了它本身的特色。一张副刊正如一个人一样，是有它的个性的。你只要看到副刊的一部分，便能认得出它是什么版了，这便是副刊的成功之处。

在《夜光杯》副刊中，赵超构（林放）主笔的《未晚谭》专栏，便是发扬特

色的典范。这个专栏以杂文为武器，短小精悍，寓庄于谐，说理透彻，尖锐深刻，深得读者喜爱。夏衍先生曾在《〈未晚谈〉代序》一文中这样评价：“值得我们庆幸的是尽管道路坎坷，鲁迅杂文的光辉传统，还是由许多勇敢的杂文作者继承下来了。林放同志就是这支队伍中的一员宿将。”

二、了解读者是副刊编辑需要时刻牢记的准则

既然晚报是办给广大群众看的，办给千家万户看的，那么它的副刊也是办给这些读者看的，相应的，在编辑方针上就要为广大读者考虑。

要注重社会性。赵超构在1953年讲到《新民晚报》的三个特点是：时间性、文娱性和地方性。到1982年《新民晚报》复刊时，他对地方性的提法与过去有所不同，已发展为社会性了。这是由读者对象的广泛性、移风易俗的要求，以及地方报纸需要强烈的地方性所综合形成的。社会性并不是单指社会新闻而言，社会性的含义比之社会新闻广阔得多，其中副刊的题材，同样要考虑广大群众的共同兴趣，也应该“广些，广些，再广些”。

要注重文娱性。晚上的读物，当然是业余或休息时间读的。占相当篇幅的专副刊，在丰富人们的精神生活中，起到举足轻重的作用，担负起提供良好精神粮食的神圣使命。“从头到尾的严肃就是不严肃，从头到尾的紧张就是不紧张。”¹⁶所以副刊基本方向应以文娱为重，就是讲大道理，也要以文娱的方式来讲，不要怕通俗，不要怕人说“低”。

要注重可读性。赵超构的“短、广、软”三字风格，是在1956年作为晚报的风格特点提出的。1957年3月中央召开宣传会议时，毛泽东主席知道了《新民晚报》有这三个字，在接见部分会议代表时谈到了这个问题，后来邓拓同志概括了毛泽东的说法，叫“软中有硬”。1982年《新民晚报》复刊的时候，赵超构没有再提这三字风格，而是提出一定要注意“可读性”。他在答《新闻战线》记者问时说，硬是指的思想内容，表达形式可以软些。正如后任《新民晚报》总编、社长束纫秋同志在一篇文章中所说：“若不想入非非，‘软’的用意也是十分光明正大的。”现在有些副刊竞相刊登软性题材的文字，并说这源自赵超构的三字风格，那是没有学习领会其原意，是一种不负责任的瞎说。熟悉赵超构的人都知道，他一生办报，从来都反对低级趣味。

第二章 《夜光杯》的历史与传统

第一节 《夜光杯》的历史

抗战时期重庆《新民报》副刊是《西方夜谭》，胜利后，南京的名为《夜航船》，上海的名为《夜光杯》，北京只出日刊，名《北海》，连同成都的副刊《出师表》，一系列副刊的“始作俑者”，都是人称“副刊圣手”的张慧剑先生。

1946年上海《新民报》创刊前夕，张慧剑与赵超构、程沧等筹备副刊时，席间谈到副刊刊名问题，正要举杯劝饮，他脱口而出，“就叫这个吧——葡萄美酒夜光杯！”上海版创刊后，《夜光杯》由当时很有名气的29岁的青年剧作家吴祖光主编（他在重庆时已受《新民报》两位老板陈铭德和邓季惺先生的聘请，担任过两年副刊《西方夜谭》的主编）。从1946年5月1日起，吴祖光主编的《夜光杯》副刊随上海《新民报》一起创刊，迄今已有近60年的历史。曾任渝沪两版总编辑的程沧字大千，以司马圩为笔名写了许多千字文的幽默小品，诡奇瑰丽，别具一格，是《夜光杯》主要品种之一，创刊初期几乎每日一篇，很受较高层次的知识分子欢迎。

1947年2月，《夜光杯》因为发表嘲骂国民党发动内战的《冥国国歌》而被迫停刊一日，主编撤职。报社用走马换将的方式让吴祖光和《夜花园》主编李嘉调换了位置，由李主编《夜光杯》。但“逃得了初一，逃不过十五”，报社还是在这年五月被封了门。经陈铭德等四处奔波，报纸被允许有条件地复刊，即由国民党市党部“介绍”一个王姓“总编辑”和两个“记者”到报社坐镇，检查版面和稿件，监视职工行动。

上海解放初期，张慧剑又回来主持《夜光杯》，心想重振旧业，却又事与愿违，因为整个报社都面临一个大变革，大家都还不知道应该怎样改造自己，为人民服务，怎样办一张社会主义的晚报。《夜光杯》更难办，从刊名的频频更易，也可以看出它在经历着何等样的困惑，进行何等样的摸索：《夜光杯》先是改名为《夜店》，继而又改名《晚会》，篇幅越来越小，同时又出了名为《虹彩》、《新影剧》、《新家庭》、《游乐场》、《生意经》、《夜校》、《时事学习版》等许多专刊；报纸还是只有对开一张，发行量跌入低谷，不到一万。

1952年知识分子思想改造运动之后，解放初期新出的两张小型报《大报》、《亦报》停刊，一部分工作人员加入《新民晚报》。随唐大郎而来的《亦报》复刊（后题名为《繁花》）替代了《夜光杯》，这实在是一个两全其美的方法。《夜

光杯》对一般上海市民来说，格调偏高，有比较浓厚的书卷气，论文谭艺，文史知识太多，与解放初期的政治要求，渐渐不大合拍。《繁花》的内容与《夜光杯》大同小异，但富有生活气息，比较随俗。《夜光杯》注入了葡萄新酿合二为一，水乳交融，作者读者都能认同。

1982年晚报复刊，《夜光杯》终于重新出土，恢复原名，以全新的面貌与久别的读者见面，1995年，副刊组组长为吴承惠主持《夜光杯》工作。1995年，严建平接替担任副刊部主任。复刊20多年来，《夜光杯》从两个版发展到每日三版，乃至现在周末还要出两个彩色版。它一步一步扎实稳健的步伐，应该是大家都有目共睹的。

第二节 《夜光杯》的传统特色

《夜光杯》已有近57年的历史，这在全国报纸副刊中都是少见的。经过几代报人的摸索和实践，《夜光杯》已形成了自己独特的风格，那就是雅俗共赏，老少皆宜。其主要表现可概括为“三性”、“三贴近”和“三抓”。

一、坚持综合性、文化性和可读性。

所谓“三性”，一是坚持综合性。《夜光杯》虽然是文艺副刊，诚然以文艺为主体，但不是纯文艺性，如果说是纯文艺性，那就成为文艺专刊了。《新民晚报》的办报宗旨是“飞入寻常百姓家”，与此相适应，《夜光杯》坚持综合性，从内容到形式都力求多样化。《夜光杯》的题材内容，几乎是兼容并包，涉及世界、国家、社会、家庭、个人各方面，着眼于政治、经济、文化、教育、科学、艺术各部门，从大事以至小事，随时有讨论的题材，从正面以及侧面随处有写实的资料。而文章品种，不仅仅限于散文，还有许多其他门类。因为散文质量的高低，相差很大，所以《夜光杯》编辑一直注意适当减少散文数量，以保证质量，并适当增加知识类的稿件。比如1961-1962年，由科技史学者吴德铎（笔名枕书）撰写的“博物识小”专栏便向读者介绍“扇”、“信”、“灯”、“伞”等字的由来，还介绍了它们在国内外的作用和动人的传说。《夜光杯》曾经开辟“在法言法”的专栏，传播法律知识；开辟“知识小品”专栏，传播科学知识；开辟“上海发展与金融”专栏，传播金融知识等等。文史知识，也是《夜光杯》的重要内容，《语文小札》、《读史小记》、《故事新谈》等专栏，都坚持古为今用的方针，借古喻今，起到一定的启迪作用。全国各地许多知名作家、学者都愿意给《夜光杯》写稿，其中一个主要原因，就是它的读者覆盖面非常广，一篇文章刊出，会有许多人看到，影响力大。

二是坚持文化性。综合性指的是版面的形式和内容，而文化性指的是版面的骨子，精气神，两者并不矛盾。如果说新闻版的新闻性是读者关心的所在，副刊的文化性则是读者灵魂寄托的所在。一篇好的副刊作品本身虽不是新闻，实际具有新闻性，同时因为它是文学作品，又具有永久性，不像消息和通讯，如果隔了几天，就变成了明日黄花。因此，有深厚文化性的副刊的读者常常会比新闻版的读者多，而且常常是固定的读者，其中十分重要的原因，是因为这样的副刊作品常与读者的心灵深处结合，有耐人寻味的地方。

《夜光杯》一创刊走的就是文化性的道路，拿1946年5月1日的版面来说，简直是名家云集。从袁水拍（马凡陀）打油诗《祝新民报》中可见一斑：“名作如林郭沫老，茅盾老舍叶圣陶；上下古今张恨水，今日论语赵超构；新闻旧闻说夏衍，冰兄龙生漫画妙；编辑如云尽名家，张慧剑和苏凤姚；西方夜谭陈白尘，郁风祖光黄苗苗；挂一漏万说不完，恕我只好把歉抱！”《夜光杯》50多年来始终保持版面的文化品位，提升格调。如今，王元化、季羨林、范敬宜、流沙河、王蒙、李辉、陆星儿等一大批文化名人在版面上开设个人专栏或撰写文章，起到了很好的思想导引作用。

三是坚持可读性。首先，《夜光杯》强调深入浅出，往往把一个艰深的问题，写得生动有趣，人人都看得明白，通俗易懂。林放的《未晚谭》就是一个楷模。其次，坚持刹长风、去沉闷，文章努力做到“短些，短些，再短些”。一般版面的文章都是千字文，实在有好的长作品，也尽量通过删节或是分段刊登的方法见报。此外，反对说空话、套话，力戒陈腔滥调，以免浪费读者时间，让人生厌。

为了满足读者的需求，《夜光杯》通过召开读者、作者座谈会，倾听各方人士的意见和建议。在感受到大家对《夜光杯》一片关爱的同时，也了解到不同年龄、不同职业、不同爱好的读者的不同需要。当年有位副刊编辑曾做过一个调查，那时读者对副刊的要求是：25岁以下，多登杂文；40岁左右，幽默文章；50岁以上，诗词歌赋；文艺青年，高尔基、屠格涅夫；戏迷，马连良、微洛妮卡兰；编辑部同人，严肃一点；经理部同人，应该趣味化。¹⁷可见编副刊众口难调，历来如此。作为《夜光杯》编辑，最有效的办法，是加强可读性。

从内容而言，《夜光杯》的可读性可归纳为八个字：杂、俗、新、实、知、美、趣、变。杂——内容的多样化与丰富性；俗——内容的通俗化，并注意民族欣赏习惯和地方特色；新——有时代气息；实——言之有物，实事求是；知——有丰富的知识内容；美——有审美价值；趣——有广泛的健康趣味；变——推陈出新，不断变化。

二、坚持贴近时代、贴近社会和贴近读者。

所谓“三贴近”，一是贴近时代。现在有些报纸的副刊，过于静态，有杂

志化的倾向。针对这种情况,《夜光杯》一直提倡增强版面的新闻性,时效性。比如香港回归这百年不遇的盛事,《夜光杯》提前2个月就邀请邵燕祥、王蒙、周汝昌、等诸名家做诗唱和,在以诗词为序曲的引导下,《香港风情》奏起了轻快的旋律。这是一个介绍香港风土人情的专栏。由香港居民或到过香港的内地人士,写自己在香港的所见所闻所感,着重反映香港的日常生活。紧接着,两部连载的音符也开始跳动,一部是梁凤仪的《归航》,另一部《牛博士看香港》运用卡通画的形式,反映今日之香港,生动而有趣。随着香港回归倒计时牌上的数字日益减小,《夜光杯》的交响曲终于进入了高潮。诗词、散文、言论、文史小品、图画、照片、书法、篆刻乃至小小的灯谜,或论古,或谈今,或叙事,或抒情,或评述,或歌颂。主旋律与多样化得以充分展现。而高潮过后,仍有余音绕梁,给人回味。回归盛典后的五六天里,《夜光杯》两个版每天各安排二至三篇文章,为这部交响曲的尾声增添了亮色。又譬如新千年伊始,就约请十多位各界有代表性的人士,写了一组《新千年寄语》,既烘托新千年的气氛,又给人以启示。

此外,《夜光杯》还常以杂文、随笔、散文、笔记、美术作品来配合国内外大事的宣传,反映时代面貌和新思想、新风物,使版面具有时代气息,其中重点是抓好言论,因为言论的现实针对性强,能起到触及时弊,弘扬正气的作用。

二是贴近社会。晚报深入社区,进到千家万户,所以特别重视抓住社会热点问题,加以引导,使人们有一个正确的态度。有时是集中一段时间就某个问题开展讨论,有时是通过陆续发表相关文章,“润物细无声”,潜移默化地施加影响。比如1949年上海解放后,《新民晚报》在上海继续刊行,夏衍同志就用不同的笔名开设了“灯下闲话”专栏。当时因为社会上的“新风气之一”是开会,民间就有评语说:“国民党税多,共产党会多。”说这句话当然有好心也有恶意,老百姓渐渐对开会有厌倦之感。夏衍同志立即于1949年11月8日写了《开会的“平均主义”》一文,首先指出“会多”总比“税多”好得多,其次不在会的多少,而在会开得好不好。纠正了“开会的平均主义”这样一种错误的想法。这篇文章在读者中引起很大反响,隔了两天,夏衍再次提笔,又写《再谈开会》,更详细地论述了不要“为开会而开会,为讲话而讲话”的群众观点,纠正了社会上的错误认识,起到很好的警醒作用。《夜光杯》还在上世纪90年代初举办过一次“希望在人间”的征文活动,旨在反映人间真情,奉献一点爱心。征文启事刊出后,来稿非常踊跃,刊登日期不得不一再延长。结果有28篇优秀作品入选,它们的作者包括:冰心(题词)、柯灵、端木蕻良、韦君宜、新风霞、范用、舒展、赵丽宏、秦文君、肖复兴、徐开垒等一大批文化名人,稿酬共计二千八百元全部捐赠给“希望工程”。

三是贴近读者。贴近读者,就是凡人写、写凡人、为凡人。凡人写,这是《夜

光杯》保持活力的源泉。《夜光杯》每天要收到许多读者自发来稿，虽然被采用的只是其中的一小部分，但在整个版面上占的比例，还是相当大的。一位退休老人在《夜光杯》征文得奖后就说：“原先我以为发表文章也要开后门，我和《夜光杯》编辑素不相识，不但文章发表了，还获了奖。这足以证明《夜光杯》是欢迎我们这些凡人投稿的。”凡人写、写凡人，归根结底是为凡人服务。

贴近读者，就是提倡从读者中来，到读者中去。如办“编余随笔”专栏，将编稿组版中遇到的问题及时告诉读者，让读者在了解副刊编辑的甘苦时，能触摸到版面需求的脉搏。

贴近读者，还表现为主动接受读者的监督。赵超构曾一再要求《夜光杯》办好“读者、作者、编者”专栏。读者对版面的意见得到充分重视，会激发他们强烈的参与感。在这样的基础上办出的副刊，就不会是孤芳自赏，无病呻吟；而是大家参与，求得共鸣。

三、坚持抓“活鱼”、抓言论和抓读者。

所谓“三抓”，一是抓“活鱼”——增强时效性。报纸是新闻纸，副刊作为其整体的一部分，自然也不能游离在外。有些报纸的副刊，虽然注意了内容的综合性，却忽视了新闻性，有杂志化的倾向。“夜光杯”则不然，强调多抓活鱼，讲究版面的时效性。主要做法有：

配合新闻，延伸拓展。例如，全国开展“质量万里行”活动的时候，《夜光杯》及时配发了一组“苦恼人的笑”，让上当受骗的消费者来诉说假冒伪劣产品如何坑人。又如，上海博物馆举行“国宝展”，《夜光杯》应声而动，不仅有介绍这次展览的文章，还配发了不少精美的插图。

反映热点，因势利导。对于一段时间群众中形成的热点问题，从“买卖股票”、“跳槽换工”、“装修房屋”，到“时尚流行”、热门影视作品，《夜光杯》都及时予以关注，引导人们对此有一个正确的态度。

配合时令，产生共鸣。副刊文章当然要包容个人情感，但这种情感不是脱离时代社会甚至是季节的孤芳自赏，更不是无病呻吟。《夜光杯》强调个人的情感要给他人一点启迪，使之产生共鸣，这样，个人的情感就不再是纯私人的东西，而会为社会所共有。比如有一年春节，《夜光杯》准备组织一组“年话”的稿件，约谁写呢？脑筋一动，想到了时任《人民日报》总编辑的范敬宜先生。因为除了他在《夜光杯》上开设个人专栏《敬宜笔记》，知道他是个写副刊的好手外，编辑还了解到，范敬宜从1951年大学毕业离开上海到北方工作，其间在东北34年，在北京12年，整整46年没有回上海过过一次春节。46年不回家过节，当然就有写头，有文章可做。果然，范敬宜一篇《曰归曰归未归》的散文，把个人的感情融入到整个时代的大背景中，写得真挚恳切，不仅获得读者极大好评，还在

中国报纸副刊年会的评比中获得一等奖。

《夜光杯》每年春节的时候还有个“保留节目”——“本命年笔谈”专栏，请在本命年里的知名人物如作家、演员、教授学者、体育明星等亲自动笔，写写自己的生肖故事。栏目坚持至今已有12年，近150位知名人士为此专栏撰稿，受到读者极大欢迎。《夜光杯》打算结集成册，出一本《本命年笔谈》的书以飨读者。《夜光杯》还刊登过一篇《丝将尽，泪欲干》的散文，当时正逢孙大雨教授译著出版难产，作者为此事鸣不平。文章刊出后，立刻引起了社会各界人士的共鸣。著名作家黄宗英当夜撰文作为呼应；另有三家企业主动前来联系，愿出资为孙大雨教授出书。

二是抓言论——重视思想性。副刊也承担着舆论引导任务，言论是《夜光杯》的眼睛，言论精彩，版面就“亮”了。《新民晚报》历来非常重视言论，所以这块阵地的基础比较好。《未晚谭》与林放，就是成功的典范。

《夜光杯》的言论注意处理好两对关系。一是思想性与趣味性的关系。赵超构曾把趣味分为三类：（一）有益的趣味，（二）健康的趣味，（三）落后的趣味。他认为，有益的趣味本身就有思想性。一篇缺少意趣的言论，读者是看不下去的。二是显露锋芒与掌握分寸的关系。没有锋芒，杂文就没有战斗力，显露锋芒，就是要针对性强，要注意独立思考，不人云亦云，更不乱起哄。比如在宣传学雷锋中，发现某些形式主义的东西，《夜光杯》为此发表言论《雷锋的手表》，文章说，雷锋拥有一块英纳格手表，而报纸在宣传他的光辉事迹时或是故意剪裁掉这件事或是一再说明此表是旧表，别人送给雷锋后又被他转送更需要的人了。作者认为，没有必要做这种修饰，宣传先进人物时不要再重复这种真中见假的套路。最终归结到，“尽管解放思想多年，把‘实事求是’四个字无条件地落实，仍然谈何容易。”《夜光杯》还发表过一篇《给梅兰芳打“中”》的杂文，说偶然读到《四大名旦的产生及其他》一文，将60多年前一次梨园评奖的内幕细细揭露，令作者大为愕然和震惊。原来当时如日中天、大红大紫的梅兰芳在四大名旦的评比活动中，在13个栏目的打分里，居然得了两个“中”。不过依项比下来，他还是综合得分最高，名列榜首。作者评论，两个“中”字，无损于梅兰芳艺术的灿烂辉煌，它只给了我们一个真实的梅兰芳。继而作者联系到今日的文艺圈内评功摆好的各种舆论攻势，令人感到汗颜，觉得给梅兰芳打“中”实在值得今人学习和借鉴。两篇文章见解独到，受到读者欢迎，也体现了《夜光杯》与众不同的品位和格调。

《夜光杯》言论的读者定位，和整张晚报的编辑方针是一致的，那就是面向广大市民群众，是写给千家万户看的。这种读者定位的广泛性，决定了《夜光杯》言论的题材具有社会性，能引起广大群众的共同兴趣。赵超构曾经说过，《新民

晚报》的言论是从一般群众生活中找题材，更多地解决一般社会风气和群众的思想问题。同时做到深入浅出，把一个艰深的问题，写得生动有趣，人人都看得懂。林放的《未晚谭》就是大多数读者都能看得懂，他所引用的材料、例子，老百姓也都看到或听到过，而其中更深一层的道理却没有想到，他给讲出来了。这样，读者看了就有所悟，有所得。

三是抓读者——提倡参与性。编副刊，《夜光杯》提倡“从读者中来，到读者中去”。从读者中来，就是到读者中去找他们关心的题目。比如，《十日谈》专栏，举办过“十六岁花季”、“人到中年”、“健身之道”、“市容与环境”等一系列征文活动，给广大读者（作者）提供了参与的条件。还开辟了《编余随笔》专栏，由副刊编辑谈编稿组版中遇到的问题，从中提供一些信息、要求。文章是谈心式的，读者在了解编辑甘苦的同时，也摸到了版面需求的脉搏。为了保证版面质量，《夜光杯》还恭请读者监督，加强了“读者、作者、编者”专栏的编辑力量，读者的意见得到了充分重视，从而唤起了他们强烈的参与感。

第三章 《夜光杯》的现状与创新

第一节 《夜光杯》的现状与环境

1982年《新民晚报》复刊的时候，一共6个版，4版新闻，2版副刊，《夜光杯》是三分天下有其一。时至今日，报纸日平均为32版，更多时出到36甚至40版，新增的《新民时尚》、《新民体育》、《新民环球》、《新民求职》、《新民证券》、《新民楼市》等“新民”系列更是铺天盖地，而《夜光杯》只是增加了一个版的连载（实际上只有半版），和刚刚出笼的每周末的两个彩色版。

一位专家最近在分析文学期刊普遍面临的问题时指出：“首先必须明白，文学杂志到底是为谁而办的？市场经济时代，文学杂志应该是为读者办的，读者的认知度决定着文学杂志的生存。”¹⁸文学杂志如此，报纸的文艺副刊更如是。因为如今办报首先要解决的问题就是办给谁看的问题，或者进一步说是定位的问题。美国著名学者托尼·哈里森在论述传媒定位时说：“传媒定位是指某个传媒的特点在受众心目中的反映。它包括传媒的地位、报道质量、受众的类型以及有别于其他传媒的特质或价值。”¹⁹应该看到，随着社会的发展、环境的变迁，我们报纸的读者在变，他们的阅读兴趣也跟着在变。如何了解读者的需求，做读者调查是非常必需的。本节试图通过中国人民大学舆论研究所于2001年8月做的《报业市场的竞争与文汇报的行动空间——2001上海居民读报情况和读报意愿抽样调查的研究分析报告》（以下简称调查一）、上海文汇新民联合报业集团做的《上海报业形势与读者需求——2002上海受众媒介接触情况调查报告》（以下简称调查二）、《新民晚报》副刊部《夜光杯》在2001年对部分中学生做的版面调查（以下简称调查三），一共三份报告进行分析整理，试图说明《夜光杯》目前面临的机遇和挑战。

一、《夜光杯》目前面临的优势和机遇

1、报纸是仅次于电视的第二“强势媒体”，上海人均读报时间与全国城市读者的平均读报时长一致。

调查一表明，在2001年，虽然看电视是目前上海人最为普遍的媒介行为，但每天实际读报的人数占居民总数的70.0%，约为485.1万人，而人均读报时间约为63分钟。而调查二表明，上海市民2001年和2002年的报纸接触率分别为96.7%和94.7%，仅次于电视几个百分点，而2002年读者接触报纸的平均时间为65分钟，比2001年有增无减。

由此可见,报纸是上海受众接受信息来源的第二大渠道,其作用仍不可小觑。这就使我们有信心办好目前的报纸及其副刊。

2、《新民晚报》在上海报业市场一报独大的地位仍难动摇。

调查一显示,2001年上海报业市场上居民每日接触率最高的为《新民晚报》,其上海地区每日读者为424.7万人,而位居第二的《新闻晨报》为130.7万人,绝对不是一个等量级。《新民晚报》在本地区报业市场占有30.64%的份额,而《新闻晨报》为9.43%。该项调查认为:“《新民晚报》目前在上海地区报业市场上独占鳌头,居于绝对领先的位置。”而调查二显示,读者个人意愿最希望订阅或购买的报纸为《新民晚报》。因此调查认为,“在自费市场中,《新民晚报》一报独大的优势地位仍然没有改变”,“晚报市场为最大多数读者所认可,这当然与《新民晚报》在上海市场建立起的传统与大规模的读者群有关”。在调查一所进行的上海读者对各报的17项价值评价(诸如品牌忠诚度、重大新闻倚重度、心理权重等等)中均名列榜首,处于绝对优势地位。调查也由此得出结论:“上海报业中长期以来形成的《新民晚报》‘一报独大’的局面尚未改变,真正的‘报业老二’还未出现,深度竞争的格局也远未形成。也许竞争者无法撼动《新民晚报》的霸主地位,但抓住时机大幅提高市场占有率的机会明显存在。”

3、副刊《夜光杯》在读者最喜欢的版面中居该报所有专副刊首位。

在调查二中,有一个项目是“您最喜欢的版面”,希望通过读者反应来分析《新民晚报》的各个版面,结果《夜光杯》排名第八,居国际新闻、体育新闻、社会新闻、综合要闻、要闻版、国内新闻之后,但名列专副刊榜首,而且在文化娱乐、港澳台新闻、经济新闻等新闻版之前。《夜光杯》虽然是一张副刊,却仍可见其在读者心目中的地位。正如调查二所总结的那样:“在专副刊版面中,老牌的《夜光杯》仍然吸引了众多读者,……这也反映了读者对专副刊版面的要求”。

4、中学生是阅读《夜光杯》的生力军。

《夜光杯》于2001年夏天曾做过一次中学生阅读《夜光杯》的抽样调查,调查学校包括普通中学、区重点、市重点共七所中学,共回收321份有效调查答卷,其中大部分为高中生,小部分为初中生。调查表明,72%的学生订阅《新民晚报》,平均阅报时间为25分钟。只有5%的学生是因为老师规定看《夜光杯》的,其余学生都出于自己的兴趣阅读《夜光杯》。尤其值得注意的一点是,35%的学生有剪、抄《夜光杯》文章的习惯。调查发现,他们剪贴的文章,不一定和他们的生活有什么联系,但可读性是很强的,有故事、有细节、有思想、有感情。由此可见,适应不同层次的读者,题材固然重要,但更要紧的,恐怕还是文章的可读性。

《新民晚报》一向有“读者老化”之说。如果我们抓住了中学生这批读者群，那不就可以有效地减少“老化”吗？

二、《夜光杯》目前遇到的问题和挑战

1、报纸在文娱性方面显然比不过电视，一部分读者转而做了电视的观众。

根据调查一总结，在作为上海居民获取各类信息的渠道方面，报纸的特色在于其作为‘硬媒介’的功能，而电视的擅长则在于其作为‘软媒介’的功能。譬如，在时事新闻与资讯方面，在与生活、工作、学习相关信息的提供方面，报纸占有一定的主导地位。相比之下，电视除在时事新闻与资讯方面略占优势外，更在流行时尚、开阔眼界、调适精神、娱乐消遣方面占有主导地位。这表明，未来上海报业的发展应注重于主流、实用资讯的传播方面，将其做‘强势化’处理。

《夜光杯》属于副刊，当然归在“软信息”一类。但现在对软信息的获取，人们更明显地倚重电视，报纸的作用显得较为次要。这也是目前综合性文艺副刊纷纷改弦易张的主要原因之一。调查一表明，在“目前读报人自费订阅或购买一张报纸是很少考虑的因素”中，“副刊优秀，有文化品位”榜上有名。如果大家在看报纸的时候，对副刊的质量已不太重视，那实在不算是一件好事。

解决这个问题，笔者以为《夜光杯》要两条腿走路，一条是要加强副刊的新闻性，另一条是通过加强稿件的可读性拉牢读者。

2、老龄化问题是围绕《新民晚报》以及副刊《夜光杯》的较大问题。

据调查一显示，《新民晚报》和《文汇报》读者群的年龄构成与居民年龄构成的自然比例最为接近，其读者群的平均年龄分别为40.6和40.7岁（上海居民总体平均年龄为40.3岁）。而《新闻晚报》和《新闻晨报》相对就要年轻两三岁。调查二进一步考察了阅报时间和年龄之间的关系，结果发现，30周岁以下的青年阅报时间相对集中于较短的时段，中老年的阅报时间明显偏长。从总的样本看来，近40.0%的读者阅读一份《新民晚报》花30分钟左右，22.0%的读者为一小时以上，18%的读者为45分钟，15%的读者为60分钟，6%的读者为10分钟。这一数据也说明《新民晚报》读者呈现“老龄化”的倾向。

有统计表明，目前社会上最具消费实力的人群主要分布在25-45岁年龄段的居民中。显然，能否实现报纸读者群年龄构成的“年轻化”，不但关系到报纸的可持续发展，而且就现实的经济运作而言，也是能否吸引广告投资的关键之一。

目前《新民晚报》的口碑并不太好。《新闻晚报》改版的时候，广告口号就是谁还愿意看一张爷爷编的报纸，试图以此来吸引广大中青年读者。虽然广告有些夸张，但《新民晚报》读者群的逐步老化却是不争的事实。相对副刊《夜光杯》来说，投稿作者的年龄也是逐年偏大，似乎慢慢变成了一个退休老同志的习作园地。这是一个不好的兆头，对保持版面的创新和活力带来了极大的困难。

3、版式陈旧、数十年老面孔是《夜光杯》的问题。

在调查二中，有个现象值得注意，《夜光杯》在“您最喜欢的版面”中选中率是比较高的，但在“您认为应该调整的版面”中仍占据一定的比例，虽然可以解释为众口难调，但同时也说明，这个版面应该做进一步的革新，更好地满足读者的需求。在调查三中，有不少中学生就提出《夜光杯》太死板了，每天翻到这儿轮廓都差不多。至于插图不够新颖，头花比较单调，版面过于密集，也都是读者反应比较集中的问题。

当然，数十年不变也是一种风格，可以便于读者阅读，给老读者以亲切感。但如何在不放弃老读者的情况下又吸引新读者，这是值得《夜光杯》编辑思索的大问题。

第二节 创办名牌专栏是致胜法宝

一、副刊创办名牌栏目的必要性

1、纸质媒体坚持正确舆论导向的需要

据《辞海》介绍，综合性副刊大都有文艺色彩，运用多样化体裁，反映社会面貌，丰富文化生活，介绍科学知识。一种体裁，比如杂文，在以“综合”为特点的综合性副刊上，每版每天只可能刊出一篇。为了便于编辑统筹安排版面内容，形成专栏出现无疑是很好的形式。一个版面可能有很多经常见报的专栏，然而大浪淘沙，经过岁月的磨砺和沉淀，那些言之有物、常办常新的栏目便坚持下来，并且成为名牌栏目。而名牌栏目在宣传党的方针政策、反映人民群众呼声、加强正面引导、做好舆论监督方面，都能比一般栏目起到更显著的作用，所以有大力发展的必要。

2、吸引读者、扩大媒体影响力的需要

好的饭店总有几样看家菜让懂得吃的老饕频频光顾；大牌的演员总有几出戏唱得戏迷百听不厌；一个版面总须有让读者打开就想找的名牌栏目，才能吸引住受众的眼球。受众就是上帝，上帝的选择决定整个版面乃至报纸的存亡。从一定意义上讲，有否名牌栏目，是一家报纸、电台、电视台、网站有无力量、有无特色、有无水准的具体体现。名牌栏目是一个媒体的名片，受众往往看了栏名，就知道是什么媒体的什么内容。从扩大媒体影响力以及媒体的生存和发展大局来看，也需提倡创办名牌栏目。

3、“夜光杯”保持和发扬特色的重要条件

20世纪90年代中起，中国报纸传统型的文艺副刊进入一个相对萎缩的时期，

在大部分报纸篇幅大大增加的基础上，文艺副刊的数量不增反降，比重实际上处与滑坡的态势之中。一些文化人甚至喊出了“保卫文化副刊”的口号，实在让人为传统型的文艺副刊前景担忧。然而《夜光杯》仍旧能够坚守好自己综合性副刊的阵地，保持高格调和高品位，在全国副刊年会中屡屡获奖，这实在与重视和扶植名牌栏目不无关系。曾任中宣部副部长的徐光春就在中国报纸副刊研究工作回忆上的讲话中提到：“《新民晚报》的《夜光杯》，应该说是很受读者欢迎的，原因是：专栏作者的水平很高，有的是思想家、文学家、社会学家、杂家。这些副刊的专栏和文章，言之有物，很亲切，读后读者觉得开卷有益。”正如夏衍先生在1962年第四期《新闻业务》上指出的，“一个副刊能办好几个专栏，也有助于形成自己的风格。”确实，投稿者也在研究编辑的意图，如果名牌栏目上屡屡出现佳作，投稿者也会照着这种思路写下去，这样形成良性循环，对版面风格的形成实在不无裨益。

二、《夜光杯》名牌栏目简介

一座著名的国际大都市，必须有它的标志性建筑，一个副刊也是如此，一定要有其鲜明的特色。《夜光杯》经过长期的努力，已经有了多个叫得响的名牌栏目，基础很好。

比如“世象杂谈”，让“未晚谭”薪尽火传。1992年，当赵超构去世，《夜光杯》随即开辟“世象杂谈”杂文专栏。“世象杂谈”原为赵超老一本杂文集的书名，用它作栏名，除了表敬重之情外，无疑意味着它是《未晚谭》的延续。“世象杂谈”开办至今，共发表了千余篇杂文，起到了很好的针砭时弊、激浊扬清的作用。2000年，“世象杂谈”专栏被评为中国报纸副刊年会优秀栏目奖。

又如“十日谈”，包罗万象事事可谈，吃穿住行无所不包，作者从平头百姓到两院院士，笔调或诙谐或庄重，迄今已谈过近800个题目，蔚为壮观。2002年，“十日谈”专栏被评为中国报纸副刊年会优秀栏目一等奖。

再如“灯花”，如涓涓细流移风易俗。它以活体字竖排，显示了在副刊版面上的独特性。和“世象杂谈”比起来，“灯花”虽同是议论文体，但其为文以小见大，点到即止，平易流畅，创办20多年来吸引了大量作者来稿，在读者中也有良好的口碑。

还有“七夕会”，循环往复别有情趣。1997年，为了和“雅中有俗”的“十日谈”遥相呼应，《夜光杯》创立了一周七天不同主题，七天一个轮回的专栏形式（比如，周一是“时尚感觉”，周二是“摄影故事”，周三是“赏心乐事”，周四是“行旅印痕”，周五是“美食情怀”，周六是“运动休闲”，周日是“影音方圆”。坚持数年，已能和“十日谈”平分秋色。在2001年获中国报纸副刊年会优秀栏目一等奖，并已于2002年年底将其中精粹文章编成丛书出版。

这些名牌栏目具有四个明显的特点：首先是连续性：除“世象杂谈”每周平均刊登三至四篇文章外，其余三个栏目均天天和读者见面，“耳鬓厮磨”。它们都有其自身的连贯性和完整性，让读者觉得“不可一日无此君”。

其次是群众性：皆是公共性栏目，没有专人垄断，只要文章好，不管是名家还是无名小卒，谁都可以投稿发表，鼓励读者积极参与。同时因为不同层次不同年龄的读者长期广泛地参与，使这些栏目能常办常新。

再次是独特性：有自己的风格、个性和模式。如同是议论文体，“世象杂谈”和“灯花”即使盖住头花，同样能从文风、字数、议论角度等一眼分辨。“十日谈”有话则长，无话则短，或为一周或为半月谈一个题目，在综合类副刊中开了先河。

第四是显著性与开放性：除“七夕会”创办较晚外，另三个栏目都有20多年的历史，长期在固定版面的固定位置上出现，使栏目家喻户晓，并在全国副刊评比上屡屡获奖，扩大了栏目在上海乃至全国的知名度。四个专栏又注重适应新形势的需要和读者阅读口味的变化，力求与时俱进。

目前，《夜光杯》首先要抓好这四个品牌栏目，因为它们在读者中已具有一定的影响。在巩固和进一步提高这些栏目的基础上，力争创出新的栏目品牌，形成新的优势。

三、办好名牌栏目要注意的几个问题。

受众定位问题。《新民晚报》主张“飞入寻常百姓家”。老社长赵超构在《复刊的话》中提出报纸应该“为国家分忧，与百姓同乐，跟千家万户同结善缘”。不过现在，想把从8岁的孩子到80岁的老太太都列为自己的读者对象，显然是不可能的，这是一个受众群细分的时代，不同的职业，不同的年龄，对事物有不尽相同的立场和见解，他们的爱好和选择也不可能相同，他们要看的报纸当然也就不同。在办一张报纸一个副刊一个栏目的时候，首先要问问自己到底是准备为谁而办的，这个问题决定了，我们的副刊和栏目也就确定了。比如《夜光杯》的杂文，它不是专门写给领导同志看的，或者某一方面的专业干部看的，它是写给有良知、有正义感、关心时事政治的平头百姓看的，所以无论是“世象杂谈”还是“灯花”，它们的题材都应该注意社会性，引起这些读者的共同兴趣。作者应该从一般的群众生活中找题材，更多地解决群众思想和一般社会风气问题。

文化品位问题。《夜光杯》一直追求雅俗共赏的文化品位，左版偏重高雅化，右版偏重大众化，连载版偏重通俗化。有读者撰文总结认为，“《夜光杯》以海派文化为其主色调，同时兼具京派文化、各地域文化乃至域外文化的色彩”²⁰，说《夜光杯》包括文化上的多元性，这样的评价还是很中肯的。而在雅俗共赏的大旗下，《夜光杯》坚持的是文化性，即版面的骨子、精气神，努力地提升版面

格调。在时尚、休闲类的专副刊一点点代替传统的文化性副刊的今天,《夜光杯》应该赋予它的名牌栏目更多的文化内涵,追求一种长期效应。

价值取向问题。扶植一个名牌栏目难,数十年如一日地维护、发展名牌栏目更不容易。栏目的生命力就在于与时俱进,不断地反映新风尚、提倡新思路、传播新知识、接受新挑战,努力做到贴近时代、贴近生活、贴近读者。“世象杂谈”和“灯花”都是现实针对性很强的专栏,能够反映时代面貌和时代精神,是在贴近时代方面应重点抓好的名牌栏目。而贴近生活也是很重要的一条价值标准,“七夕会”中反映人们时尚理念、饮食娱乐等各方面的文章应该努力做到软些、软些、再软些。贴近读者提倡的是从读者中来,到读者中去,闭门造车很难为读者所接纳。

内容制作问题。要有专人制作。名牌栏目往往是版面的一面旗帜,如果不选派专业知识精、政策把握好、理论水平高、综合分析能力强的采编人员专门制作,效果可能就会差强人意。而且名牌栏目制作得好,也会反过来提高采编人员的声誉,培养几个名编辑、名记者,这样互为因果,有利于更多地吸引好稿。

要精心策划。名牌栏目的选题直接影响着栏目的质量和受众欢迎程度,所以编辑必须要胸中有大局,高屋建瓴地进行前瞻性策划。由于《夜光杯》不是新闻版,而是综合性文艺副刊,选题挖掘要深,但入口要小,要做到小题大作,深入浅出,既有文化性又有可读性。“七夕会”专栏原本的七个栏目名称有一些不同,因为定位不是很准导致来稿质量参差不齐,《夜光杯》编辑经过一段时间的编排发现这个问题,很快作了调整,形成目前的专栏名称和定位,便不愁稿源了。

要持之以恒。正如夏衍先生所说:“办专栏,最重要一点是:不间断地坚持下去。要使一个专栏经常有人看,每天有许多人找着去看,就必须坚持,不可或有或无,时登时辍。专栏最好每天有,或每周定期出现,而且,至少三个月不断。这样才会在读者中造成深刻的印象。”

策划推广问题。要精心包装突出处理。在版面形式上要对读者形成视觉冲击力,让名牌处于显著地位,让你不看也得看。如“灯花”采用竖排活体字,比较醒目。而“七夕会”有两条漂亮的包装文字装饰,再加四边框显示其重要性。“十日谈”是《夜光杯》中唯一有明日内容预告的专栏,既突出其连贯性又吸引读者视线。“世象杂谈”以不变应万变,可能也是其发展之道。

要加强宣传提高知名度。做好名牌栏目的自我宣传,其实也是名牌发展的关键战略。多参加各类评比活动,让名牌“走出深闺”;为名牌举办征文以吸引受众注意;和出版社联动,为名牌出系列丛书扩大影响;和电台、电视台或别的媒体及单位“联姻”,共同策划名牌栏目的选题或制作,甚至同期推出,也不失为把名牌栏目“蛋糕”做得大的一个好方式。

另外，对名牌专栏，一定要有专人和能人负责，按时刊出，保证质量，定期总结。

第三节 依靠读者常办常新

“十日谈”是《夜光杯》的一个名牌栏目，其栏名取自卜迦丘的世界名著《十日谈》。设栏的初衷是：围绕一个主题，连续十天左右请不同的作者从不同的角度来谈天说地。自《新民晚报》1982年复刊起，“十日谈”便创办，每日连续不断，迄今为止已发表了近8000篇文章，内容是吃穿住行无所不包，作者从平头百姓到两院院士，文笔或诙谐或庄重或质朴，使“十日谈”成为《夜光杯》每日不可或缺的一道“招牌菜”，并且获得了2002年中国报纸副刊年会优秀栏目一等奖的荣誉。

然而作为编辑，困惑也随之而来：20多年来能想到的选题，“十日谈”似乎已经谈得差不多了，坐在办公室里把脑袋拍空也无甚新意；另一问题是随着栏目的声名日隆，方方面面都看上了“十日谈”这块宝地，点名要求配合宣传的“任务性”、“指令性”稿件逐渐增多，而这类稿件的可读性往往略逊一筹。为了让“十日谈”努力做到“老树花开无丑枝”，使名牌栏目与时俱进、常办常新，《夜光杯》想出了一个为“十日谈”征集选题并再为选题征文的方法。

2000年7月，当“十日谈”有奖征集选题的启事刊出后，近千封来信提供了四五十个有价值的选题，经好中选优，其中10个选题面向社会征文。来稿踊跃，平均每个选题又收到30多篇文章。从2001年11月至2002年12月，《夜光杯》陆续刊登了10组选题共计100来篇优秀作品，几乎每一组文章都在读者中引起较大反响。2003年3月，《夜光杯》为优秀作品颁奖的同时，决定举办第二次“金点子”选题征集并征文活动，截止3月31日，不到一个月又收到提供选题的来信及电子邮件数百封。这再次表明，依靠读者，办法无穷。

一、重视名家但不冷淡普通读者

前面谈到，大家、名家经常在版面上露面，对于提高《夜光杯》的文化品位、扩大影响起了很重要的作用。然而，这并不意味着《夜光杯》要办成阳春白雪、曲高和寡，因为《夜光杯》作为《新民晚报》的副刊，同样应该提倡“飞入寻常百姓家”，同样要做到老社长赵超构提出的“为国家分忧，与百姓同乐，跟千家万户同结善缘”。“十日谈”所在的版面为名家版，然而追求的境界却是“雅中有俗”。“十日谈”征文即是一个让版面“俗”起来的好举措。如雷贯耳的大家、名家，读者自然仰慕，但看多了难免觉得高高在上，与己无关，久而久之便会与版面有了隔膜。通过征题征文，读者突然发现，自己出的题目、写的文章竟

然在《夜光杯》上也可占一席之地，甚至和那些久仰大名的人物出现在同一个版面上，平等亲近的感觉油然而生，无形之中就拉近了与报纸的距离，吸引了更多的读者。

二、增强互动，让版面真正反映和满足受众需要

《人民日报》在1956年4月1日的社论《致读者》中就明确指出：“尽量满足读者的多方面的要求，这是我们的天职。”我国的新闻事业是在党领导下的人民的事业，不断地满足受众的需要，应该是符合我国新闻事业的性质的。可受众到底需要什么呢？这不是我们编辑闭门造车就能解决的问题。毛泽东同志在《对晋绥日报编辑人员的谈话》中说：“我们的报纸也要靠大家来办，靠全体人民群众来办，靠全党来办，而不能只靠少数人关起门来办”。这两次的“十日谈”征题活动，就是很好地走了群众办报的路线：读者在活动中直接担当了编辑的工作，想看什么、关心什么、迷惑什么、要解决什么，爽性就由读者自己出题，最后见报的十个题目，都是来信中出现频率较高、相对集中的，基本反映了读者普遍想要了解且言之有物的话题，因而使得来稿源源不断，同时让大家看了感到既“贴肉”，又受到启发。这种作者、读者、编者之间的良性互动，显然提高了读者的积极性，使“十日谈”成为一个“从读者中来，到读者中去”的、反映群众呼声的栏目，读者觉得自己就是这个版面乃至这张报纸的主人。

三、集思广益，靠众人智慧创三个“贴近”

见报的百来篇征文因其选题别致，内容都比较独到，且文笔朴实，可读性较强。有的刊出后还引来了一些读者的投稿，希望能将征文延长。仔细分析，这10组文章可大致分为以下三类。

贴近时代类。报纸是新闻纸，副刊作为其中的一部分，自然不能不反映时代面貌以及新思想、新风物，使版面具有时代气息。这次征文中以下四组文章都比较贴近时代。经济迅猛发展，买房买车便成了很普通的事，《一言难尽话装修》、《有车一族》两组文章便给同道中人以及准备买房买车的人提供了共同分享其中甜酸苦辣的机会。上海要建设成为一个开放型的国际大都市，来上海发展的“新移民”与日俱增，他们能否融入上海、如何融入上海都是引人关注的话题，而《上海寻梦》这组文章便给新移民们一个倾诉的舞台。少年出国是现在流行的时尚，难以权衡利弊时，《留洋小少年》这组文章可以让先吃“螃蟹”的家长给大家一点参考。

贴近社会类。大千世界五彩缤纷，社会热点层出不穷，《夜光杯》应该适时地抓住热点问题，展开多角度的分析探讨，以便版面能够抓住活鱼，不断有新意。《家有考生》这组文章就推出在即将中考、高考之际，让考生及其家长读来倍觉亲切，感同身受，仿佛自己想说的话全被写了出来，而历年参加考试的学生家长

读后表示，以前自己就是这样的。《马路受骗记》、《租房记》、《求职甘苦录》等也是应社会热点而谈，其中《马路受骗记》大约收到全国各地五六十篇来稿，被骗方式形形色色，只可惜版面篇幅有限，未能悉数刊登，如果能够集合成册，也许对大家是很好的警示。《求职甘苦录》在当今下岗职工较多的现实环境中，对求职者有较好的启示作用。而《租房记》给买卖双方都有了“发言”的机会，更给后来者以告诫。

贴近生活类。人生的故事千滋百味，人类的感情曲折动人。写人性、写人情，本来就是综合性文艺副刊题中应有之义。刊登征文选题的时候，笔者对《我的初恋》、《喜宴》两个题目较没把握，这样的题目由编辑去组稿肯定是很困难的，普通读者愿意把自己这么私人化的故事拿出来与大家共享吗？但事实证明，《我的初恋》收到了最多的来稿。许多真挚、坦率的文章常常使编辑读了都很感动。好文章太多以致无法舍弃，这组稿件最后破例刊登了15篇。而《喜宴》也收到不少佳作，把喜庆祥和又不乏幽默的气氛活灵活现地展现在了版面上。

四、“十日谈”常办常新的几点思考

1、连续性与快速性。第一次征题征文活动取得了很好的效果，第二次征题也已拉开帷幕。今后这样的活动要不断地开展，有连续性，给读者深刻印象，让大家积极参与。但第一次活动前后时间跨度太长，这与一下子要登完10组文章不无关系（因为其间还要刊登配合性、时令性的“十日谈”）。以后可以适当考虑减少题目数量，甚至可以征一个题目就发一组文章，让读者看到立竿见影的效果。

2、好的题目不要浪费，征文结束后可以形成固定专栏在版面上定期刊登。这是有先例的。1991年，“十日谈”刊发了一组“十六岁的花季”的文章，结果上海和全国各地中学生的来稿便如雪片而至，于是《夜光杯》决定创办一个“十六岁的花季”的栏目，同时举办了一个征文活动，共收到了1900多篇来自各地的文章，使这个栏目一时在上海家喻户晓。这是“十日谈”的副产品，但绝不可小觑，也许它就是一个名牌栏目的前身。像这次“十日谈”征题得到的“我的初恋”一题引来无数好稿，说明这个题目有很大的挖掘潜能，而且感情是古往今来人类永远讨论不完的话题，所以做为一个专栏开设“我的初恋”，相信依然能够常写常新，佳作不断。如果能够通过“十日谈”培养一批名牌栏目，那么对“十日谈”本身就是很好的一个广告。

3、要有专门的编辑对征题征文进行策划和统筹管理。征来的题目也许意思很好，但名称未必佳，需要编辑精心策划以达到最佳境界。征文的时候对题目还要有一定的解释阐述，以免文不对题。征来的稿子质量可能良莠不齐，数量也未必满足“十日谈”的需要，这就要求编辑发动作者写满篇数以早日见报。虽然读

者未必全冲着奖金应征，但编辑还是应该考虑设立专门的款项奖励征文征题，给予读者一定的鼓励。

第四节 《夜光杯》创新的其他举措

一、版面形式与内容的创新

从去年开始，《夜光杯》尝试做《夜光杯·周末》彩色版。虽然到目前一共只做了三期，但因为它不同于以往的《夜光杯》而颇受关注和好评。

首先是形式创新。彩色版是50多年来《夜光杯》从未进行过的改革，编辑出台时比较谨慎，不拿已有的版面一下子变成彩色，而是在新版面上试行，使彩色版既葆有《夜光杯》的传统风格，又有自己的创新和变化，走一条移步不换形的道路，让读者慢慢接受。据笔者对一些读者作的随访，他们认为，彩色版新版式比较洋气，让大家既看得出《夜光杯》的精髓，又给视觉以充分的享受，是一种好的改革。

另外，在2000年1月1日，《夜光杯》为迎接新世纪的到来，曾做过一个“百年文化生活回顾”的通版，在全国副刊年会上获一等奖。这也是《夜光杯》有史以来的第一个通版，既活跃了形式，又使版面内容得到集中整体展现。

其次是内容创新。这次《夜光杯》新开设的两个专版，一个是《谈话》，一个是《人生》。《谈话》通过漫谈形式表现社会热点，尽力做到“三个贴近”，已经就“春节出国游”、“做可爱的上海人，塑造城市精神”等热点话题进行了深入的探讨。而《人生》继续发扬《夜光杯》讴歌人间真情的特色，已刊登白血病人在亲情的鼓励下死里逃生、演员佟瑞欣珍惜爱情等动人故事，既有可读性又有文化气息，让老百姓爱不释手。两个新版面既扩大了《夜光杯》的地盘，增添了鲜活的内容，又打响了知名品牌，使《夜光杯》注如入了新鲜血液，不管是在形式还是内容方面都有了新的面貌和风采。

二、处理好读者作者编者三方面的关系

一是发挥作者的名家效应。给《夜光杯》写稿的名家非常多，这对提升版面的品位和格调，扩大影响，起到了积极的作用。《夜光杯》应珍视这一宝贵的财富，并不断扩大名家的队伍，要有吸引天下名家的气魄。实现这一目标，除了提高版面质量外，还要以热诚的服务来赢得名家的信任。

二是培养名编辑主持版面。《夜光杯》要培养出在读者和作者中有一定影响的名编辑，要会出点子（策划）、会组稿、会动笔，而且各种体裁都能拿得起来。有了这样的名编辑，不仅稿件质量会进一步提高，而且也会产生名人效应，吸引读者的注意力。

三是多起用普通读者来稿，多做读者调查工作，多为读者服务。读者来稿是版面取之不尽的源泉，目前《夜光杯》上刊出的群众自发来稿占相当的比例，而且不时冒出佳作，在连续几届全国报纸副刊年赛评比中，《夜光杯》都有读者自发来稿获优秀作品奖。所以，要特别重视读者来稿。而了解哪些读者爱看，哪些不爱看，其原因何在必须做调查。在调查的基础上吸取有益的意见和建议，形成对策。这是使副刊加强针对性、提高有效性的治本之法。为读者服务包括坚持实行退稿制度，对读者提出的问题尽己所能予以解答，为他们排忧解难等等，以不断改善副刊的“人缘”。

三、通过参加评奖与笔会扩大影响，宣传《夜光杯》

现在全国副刊年会每年都有好版面、好作品的评奖，《夜光杯》在过去几年都积极参加，而且取得了很好的成绩，每年几乎都能获得大奖。这是提高《夜光杯》知名度的一个很好的机会。另外，各地报纸副刊现在常常搞笔会或是副刊的研讨会，这样的机会《夜光杯》一般不会错过，借此多交朋友，多约稿，并大力宣传《夜光杯》。

四、通过专人校对、专人负责栏目或版面的方式提高版面质量

《夜光杯》因其文章量多面广，没有一定文化水平的校对往往会成事不足、败事有余。固定请资深校对专人负责可以起到稳定版面质量、减少差错的作用，这点目前《夜光杯》还没做到，但笔者以为值得提倡。而专门的编辑负责相对稳定的栏目和版面，从《夜光杯》的实践操作来看，达到了较好的效果，同时对培养名编辑也有好处。

简短的结论

综合全文的分析，可以得出以下结论：

一、副刊与报纸的关系是紧密相连的，它既是报纸发展的产物，又促进报纸本身的完善与发展。所以，它既有自己的独立性，又与所属的报纸存在着统一性。目前综合性文艺副刊在发展上进入一个“相对萎缩期”，副刊比重实际处于滑坡态势中。如何谋划综合性文艺副刊的生存之道，是副刊编辑亟待解决的当务之急。

二、《新民晚报》社长赵超构的新闻思想对于办好副刊《夜光杯》有很大的启发，其中“求同存异、发挥特点”、“在‘晚’字上做文章”、“办报最要紧的是了解读者”等理论尤其值得深入思考。

三、《夜光杯》副刊历史源远流长，其现状要求报人在别人纷纷追求“量”的扩展的时候，把注意力更多地集中在“质”上。抓好时效性、思想性和参与性，留住老读者，吸引新读者。

四、“夜光杯”四大名牌栏目是其当家花旦，有其历史形成的客观因素，与编辑的努力也分不开。新形势下创办副刊的名牌栏目尤其显得重要，它是《夜光杯》克敌致胜的法宝。

五、《夜光杯》的传统特色是“三性”、“三贴近”，它们都是《夜光杯》在历史长河中长期积淀下的优良传统，需要继承而不能放弃。这些传统形成了《夜光杯》自己的风格，就是雅俗共赏、老少咸宜。

六、《夜光杯》在新时期里要做到常办常新、与时俱进，只有“创新”这华山一条道。《夜光杯》要有新的方略才能不被淘汰。“三名三多”是总的思路，并通过内容创新、形式创新等多种方法齐头并进，力求全面发展。

展望未来，虽然优势与困难并存，但挑战与机遇同在，综合性文艺副刊的前景不乏光明。本文对《新民晚报》副刊《夜光杯》的一点探讨，旨在引起更多的人对副刊的研究和关注，促使副刊重振雄风。

注 释

- ¹ 《辞海》，1979年版，副刊条
- ² 萧乾：《中国报纸的副刊》序言，中国文史出版社1988年版
- ³ 王文彬编：《中国报纸的副刊》，中国文史出版社，1988年6月1版
- ⁴ 左笑鸿：《新闻研究资料》第19辑，中国社会科学出版社版
- ⁵ 陈纪滢：《我们需要怎样的副刊》，《中外春秋》第一卷，1943年8月
- ⁶ 陈志红：《创新中求活力》，《文汇报》2001年1月4日
- ⁷ 徐春发：《当前报纸文艺副刊改革发展问题初探》，《新闻记者增刊·新闻论文选》第1辑
- ⁸ 潘向黎：《副刊的传统、现状与出路》，《新闻记者增刊·新闻论文选》第3辑
- ⁹ 赵超构：《新民晚报一九五三年以来的工作总结》，《探索——新民晚报研究文集》文汇出版社，1999年版
- ¹⁰ 同上
- ¹¹ 同上
- ¹² 丁法章：《办好社会主义晚报之路》，《探索——新民晚报研究文集》文汇出版社，1999年版
- ¹³ 赵超构：《办晚报要在晚字上做文章》，《探索——新民晚报研究文集》文汇出版社，1999年版
- ¹⁴ 张若谷：《三十年来报纸文艺副刊的演变》，原载上海《文艺月刊》
- ¹⁵ 胡乔木：《报纸副刊应有所改进》，摘自1950年3月29日胡乔木在全国新闻工作会议上的报告
- ¹⁶ 夏衍：《在新民报的讲话》1950年6月9日
- ¹⁷ 石村：《副刊编辑甘苦谈》，《中国报纸的副刊》，王文彬编，中国文史出版社1988年版
- ¹⁸ 杨晓升：《新世纪文学期刊向何处去》，《中华读书报》2001年9月28日
- ¹⁹ 托尼·哈里森：《传播技巧》，当代世界出版社，1992年版
- ²⁰ 许宗元：《〈夜光杯〉的“闪光点”》，《新闻出版报》，1996年9月18日3版

参考文献

冯并：《中国文艺副刊史》，华文出版社，2001年5月1版。

严建平：《夜光常满杯》，文汇出版社，2002年1月1版。

陈榕甫 编：《夜光杯文粹（1946——1966）》，上海远东出版社，1999年8月1版。

周骏 主编：《我眼中的十六岁》，上海人民出版社，1992年11月1版。

丁法章：《我当晚报老总》，复旦大学出版社，1999年1月1版。

《探索——新民晚报研究文集》，文汇出版社，1999年7月1版。

中国人民大学舆论研究所于2001年8月《报业市场的竞争与文汇报的行动空间——2001上海居民读报情况和读报意愿抽样调查的研究分析报告》。

上海文汇新民联合报业集团《上海报业形势与读者需求——2002上海受众媒介接触情况调查报告》。

《新民晚报》副刊部《夜光杯》在2001年对部分中学生所作的版面调查。

论文独创性声明

本论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外,不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。其他同志对本研究的启发和所做的贡献均已在论文中作了明确的声明并表示了谢意。

作者签名: 刘芳 日期: 2003.4.28.

论文使用授权声明

本人完全了解复旦大学有关保留、使用学位论文的规定,即:学校有权保留送交论文的复印件,允许论文被查阅和借阅;学校可以公布论文的全部或部分内容,可以采用影印、缩印或其它复制手段保存论文。保密的论文在解密后遵守此规定。

作者签名: 刘芳 导师签名: 张子论
(张子论) 日期: 2003.4.28.