

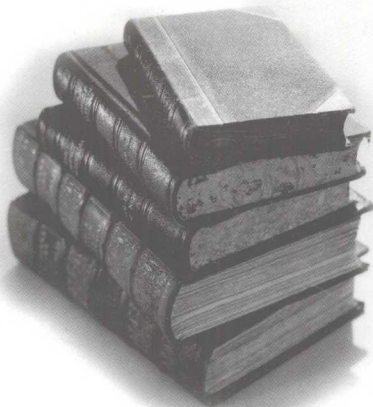


普通高等教育“十一五”国家级规划教材
编辑出版学专业核心课程教材

编辑出版学

导论

罗紫初 著



湖南大学出版社

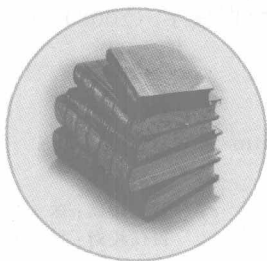


普通高等教育“十一五”国家级规划教材
编辑出版学专业核心课程教材

编辑出版学

导论

罗紫初 著



编辑出版学专业核心课教材丛书顾问委员会

张小影 孙文科 范卫平 郝振省 张增顺 王建辉
朱建纲 陈锦涛

编辑出版学专业核心课教材丛书编辑委员会

谢新洲 张志强 李 频 徐建华 罗紫初 黄凯卿
方 卿 吴 平 黄先蓉 朱静雯 张美娟 王 清
姚永春 吴永贵 徐丽芳 王晓光

湖南大学出版社

内 容 简 介

本书紧密结合我国当前出版业改革和发展的实践,着重探讨了编辑出版学的学科理论、出版活动的功能及基本规律、我国出版事业的组织与建设、出版策划及其运作、出版资源及生产、出版物市场与流通、出版活动的经济效益与社会效益的分析评估等方面的内容,具有较强的理论性,对出版业实践具有一定的指导意义。

本书可作高等院校编辑出版学专业教材,也可供出版从业人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

编辑出版学导论/罗紫初著.

—长沙:湖南大学出版社,2008.7

(编辑出版专业核心课程教材)

ISBN 978-7-81113-423-0

I. 编... II. 罗... III. 编辑工作:出版工作—高等学校—教材 IV. G232

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第112636号

编辑出版学导论

Bianji Chubanxue Daolun

作 者:罗紫初 著

责任编辑:向绪初 廖建军

装帧设计:吴颖辉

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山

邮 编:410082

电 话:0731-8821691(发行部),8822264(编辑室),8821006(出版部)

传 真:0731-8649312(发行部),8822264(总编室)

电子邮箱:pressxiangxc@hnu. cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装:国防科学技术大学印刷厂

开本:880×1230 32开 印张:9.5

字数:247千

版次:2008年8月第1版

印次:2008年8月第1次印刷

印数:1~4 000册

书号:ISBN 978-7-81113-423-0/G·353

定价:20.00元

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

目次

第一章	出版活动概述	001
第一节	出版活动及其构成	001
第二节	出版活动的对象——出版物	010
第三节	出版活动的产生与发展	024
第四节	出版活动的社会意义	035
第二章	编辑出版学学科理论	041
第一节	编辑学的研究对象与内容	042
第二节	出版学的研究对象与内容	050
第三节	出版学的学科体系及与相关学科的关系	059
第四节	出版学的学科性质与研究方法	066
第三章	出版活动的功能	072
第一节	出版活动的政治功能	073
第二节	出版活动的文化功能	080
第三节	出版活动的经济功能	088
第四节	出版活动的社会功能	091
第四章	我国出版事业的组织与建设	096
第一节	我国出版系统的构成	097
第二节	出版企业建设	104

第三节	出版物分销网建设	110
第四节	出版队伍建设	118
第五章	出版策划及其运作	143
第一节	出版策划的意义与原则	143
第二节	出版策划的类型与内容	154
第三节	出版策划的运作程序	170
第六章	出版资源与生产	182
第一节	出版资源及其配置	182
第二节	出版物生产的构成及其性质与特征	197
第三节	出版物生产的一般过程	204
第七章	出版物市场与流通	214
第一节	出版物市场及其需求	214
第二节	出版物流通的内容与意义	227
第三节	出版物流通的一般过程	236
第八章	出版活动的基本规律探讨	245
第一节	出版物市场读者需求规律	246
第二节	出版物市场营销规律	251
第三节	出版事业建设与发展规律	260
第九章	出版活动的经济效益与社会效益分析	268
第一节	出版经济效益与社会效益的概念 及其相互关系	268
第二节	对出版两个效益的考察与评价	276
第三节	实现出版两个效益的主要途经	285

第一章 出版活动概述

内容要点：本章重点论述出版的概念及其基本环节，出版物的概念、类型及其结构，出版活动产生与发展的简要过程以及出版活动的社会意义等。

学习目的：通过本章的学习，熟悉出版和出版物的基本概念及相关知识，了解出版活动产生与发展的历史过程，认清出版工作的重要性。

关键术语：出版、出版活动、出版资本、出版项目策划、选题、组稿、审稿、加工整理、装帧设计、发稿、校对、出版物、出版物发行、音像制品、电子出版物、网络出版物、非正式出版物、内部出版物、非法出版物、淫秽出版物、出版物的商品性、知识生产、槐市、雕版印刷术、活字印刷术、电子书。

出版活动是人类社会发展到一定阶段的产物，既是人类文明发展的重要标志，又是促进人类文明发展的有力工具，对人类社会的发展有着极为重要的促进作用。

第一节 出版活动及其构成

探讨出版活动的规律性，首先必须了解什么是出版。对出版概念的不同理解，实际上反映了人们对出版活动内涵的不同认识。所以，中外出版界都很重视对出版概念的研究，并由此形成了各种不同的描述。本节的探讨从对出版活动各种不同描述的介

绍开始。

一、国内外出版界对出版活动的认识

国内外出版界对出版活动的认识,既有相同之处,也有不同之点。现将国内外出版界对出版活动认识的几种代表性观点列举如下。

1. 国外出版界对出版活动的描述

日本学者认为:“采用印刷术及其他机械的或化学的方法,对文稿、图画、照片等著作品进行复制,将其整理成各种出版物形态,向大众颁布的一系列行为,统称为出版。”^① 英国学者认为:出版是指“向公众提供用抄写、印刷或其他任何方法复制的书籍、地图、版画、照片……”^②。美国学者认为:“出版指公众可获得的,以印刷物或电子媒介为形式的出版物的准备和印刷、制作的过程。”^③

1971年出版的《世界版权公约》第6条给出版所下的定义是:“可供阅读或者通过视觉可以感知的作品以有形的形式加以复制,并把复制品向公众传播的行为。”^④ 韩国学者认为:出版是“以散布或发售为目的,把文稿、文书或图画、乐谱之类印刷出来使之问世、刊行”^⑤。

各国学者给出版所下的定义尽管在文字上稍有差别,但对出

① 中国出版科学研究所. 编辑实用百科全书. 北京:中国书籍出版社, 1994.7

② 林穗芳. 明确“出版”概念,加强出版学研究. 出版发行研究, 1990(6): 14

③ 彭建炎. 出版学概论. 长春:吉林大学出版社, 1992.8

④ 中国出版科学研究所. 编辑实用百科全书. 北京:中国书籍出版社, 1994.7

⑤ 林穗芳. 明确“出版”概念,加强出版学研究. 出版发行研究, 1990(6): 14

版活动本质特征的描述却十分接近。各国学者都认为出版活动的内涵应由以下内容构成：(1) 出版是将已有的作品加工形成为出版物的过程；(2) 原始作品必须经过一个大量复制的过程，使其具有一定的载体形式，才能成为出版物；(3) 通过一定方式使公众获得这些出版物。

2. 国内出版界对出版活动的认识

与国外学者对出版活动内涵的认识较为一致的情况相比，国内出版界对出版活动内涵的认识则有着较明显的差异。现将国内学者对出版内涵的几种代表性的描述列举如下。(1) “凡将文字、图画或其他符号印刷到纸上，或把他们印刷成为图书报刊的工作，都称为出版。”^① (2) “把书刊、图画等编印出来。”^② (3) “把著作物编印成为图书报刊的工作。”^③ (4) “出版是指出版机构根据一定的方针和计划，选择整理人类的思想成果和资料，通过出版赋予它们一定的物质形态，然后向社会传播。”^④ (5) 《中华人民共和国著作权法实施条例》的定义是：“出版，指将作品编辑加工后，经过复制向公众发行。”^⑤ (6) “出版，是出版者对作者创作的作品进行选择、加工，然后以某种载体形式（如图书、报刊、声像制品、软件制品等）通过流通领域传播给读者（或用户）的过程。”^⑥ (7) “社会上各种作品，包括文稿、图片、信息、音像、录像制品等原件，汇集到出版机构以后，经过审定、选择、编辑和加工，使用一定的物质载体复制成各种形式的出版

① 赵晓恩. 出版词典. 北京：中国书籍出版社，1991.3

② 汉语大字典编委会. 汉语大字典. 武汉：湖北辞书出版社，1988.5

③ 夏征农. 辞海. 上海：上海辞书出版社，1989.2867

④ 阙道隆. 实用编辑学. 北京：中国书籍出版社，1985.17

⑤ 王鼎吉. 书的出版知识. 北京：书目文献出版社，1994.2~4

⑥ 张小萍，米新美. 对出版社与作者关系的再认识. //孙五川主编. 市场经济与编辑出版. 天津：天津教育出版社，1994.166

物，通过流通渠道传播到全社会。”^①

国内对出版活动内涵认识的诸种观点，大体可分为两大类型。一类观点认为出版活动主要是出版物的印刷工作，第（1）（2）（3）种观点都属于此种类型。这类在我国出版界长期占主导地位的观点，是在我国出版实践活动长期按计划分工模式运作的条件下形成的。它将发行活动排斥于出版之外，缺少对出版内涵中最关键部分——出版目的——的描述，很显然，这类观点对出版内涵的揭示是不完整的。另一类观点吸纳了国外出版界对出版内涵认识中的合理部分，并结合我国出版界非常重视编辑工作的特点，对出版活动内涵进行了较全面的描述，这些表述已与国际出版界对出版活动内涵的认识逐步接近。林穗芳先生在为《编辑实用百科全书》所撰写的有关词条中，提出将作品转化为出版物要具备四个条件：一是经过编辑，具有适合可阅读或吸取的内容；二是具有一定的物质形式；三是经过复制；四是向公众发行，如出售、出租等。这可以说是第二类观点对出版活动内涵理解的代表性描述。新闻出版总署组织编写的《出版专业理论与实务（初级）》一书中综合了国内外专家的观点，将出版概念描述为“编辑复制作品并向公众发行的活动”^②。

二、出版的概念与内涵

综合国内外出版界专家对出版内涵认识的趋同化意见，我们认为出版活动的内涵应由以下基本内容组成。

1. 出版是对已有的作品进行深层次开发的活动

出版不是对原始信息进行开发，而是对现成的作品进行开发。接受原始信息，将其归纳、整理与提炼，形成知识产品的任

^① 中国出版科学研究所，编辑实用百科全书，北京：中国书籍出版社，1994.150

^② 全国出版专业职业资格考试办公室，出版专业理论与实务（初级），武汉：崇文书局，2004.1

务,已由作者完成,或者说已主要由作者完成。已有作品的形成过程系作者劳动过程,不归属于出版活动。作家创作、画家写生、音乐家谱曲等都不属于出版活动,就是这个道理。

2. 出版是对原作品进行编辑加工,使其具有适合于读者消费的出版物内容的过程

出版过程不是知识信息的主要形成过程,而是一个对知识信息体系进行选择与整理的过程。这种选择是按照适合于读者消费的要求进行的,并且还要按照同样的要求对选定作品里的知识信息进行整理、补充、完善,这就是通过编辑工作对原作品进行编辑加工。纸质货币不是出版物,纸币的印刷不是出版活动,就是因为纸币印刷没有对原作品进行编辑加工,也就缺少可供读者消费的知识信息内容的缘故。

3. 出版是对加工好的已有作品进行大量复制,使其具有能供读者消费的载体形式的过程

无论采用何种方式对作品进行复制,出版都是使加工好的知识信息具有能供读者消费的载体形式的过程。只有经过大量复制,作品中所含的知识信息才能被众多的读者接受。档案工作也需对原作品(文件)进行编纂、整理,使分散的材料能编辑成一卷一卷的卷宗,但档案工作不是出版,因为它没有大量复制的过程。在商品社会,作品大量复制的过程也是出版物的商品生产过程。

4. 出版还是一个将出版物“公之于众”的过程

通过各种方式将经过加工整理并大量复制的原作品广泛向读者传播,是出版活动的内在动机与根本目的。从西方“出版”这一词汇的演变来看,法语 *publier* 和英语 *publish* 均源自拉丁语 *publicare*,而拉丁语 *publicare* 的本义却是“公之于众”。可见,在赋予“出版”一词的众多含义中,“公之于众”的含义更有着特殊的地位。

综合上述四个特征,我们可对出版的概念作如下表述:所谓

出版,就是将经过加工提炼的知识信息产品,通过某种生产方式大量复制在一定的物质载体上,并进行广泛传播的过程。

三、出版活动的构成

从经济学角度考察,出版活动是一个围绕出版产品——各种类型出版物的商品生产与流通进行一系列运作的过程。这一过程由多个相互衔接的具体工作环节构成。从资本价值形态变化的角度来考察一项完整的出版活动,这一过程可以用如下公式表示。

$$G \rightarrow W \begin{array}{l} \nearrow A \\ \searrow P_m \end{array} \dots P \dots W' \rightarrow G'$$

上式中, G 为投入出版过程的预付货币资金形态,即出版者为即将启动的出版项目所准备的投入资本;出版项目启动后,出版者要投入资本购买生产资料,为产品生产做准备,货币资金形态转化为生产资料的资金价值形态 W ,其中 A 为转化为劳动力部分的货币价值, P_m 为转化为生产资料的货币价值; P 为生产过程; W' 表示包括预付资金价值及其增值在内的商品资金价值形态; G' 表示经流通过程回收的包括预付资金价值及其流通过程增值在内的货币资金形态。

对上述出版资本价值形态的变化过程进行考察,我们就会发现,在出版活动中,出版资本的总循环由三个主要阶段组成。第一阶段, $G \rightarrow W \begin{array}{l} \leftarrow A \\ \rightarrow P_m \end{array}$,这是出版资本的投入阶段,该阶段的任务是通过物质采购等为出版物生产做准备。第二阶段, $\dots P \dots W'$,这是出版资本的增值阶段,该阶段的任务是通过印刷等生产手段,形成出版产品。第三阶段, $W' \rightarrow G'$,这是出版资本的原值与增值部分的价值实现阶段,该阶段的任务是组织产品市场交换,实现货币价值的回归。

在这个由三个阶段组成的出版资本循环结构中,出版资本的价值循环只有不停地从一个阶段转入到另一阶段,出版活动才能顺利进行。如果资本在第一阶段停顿下来,货币资本就会变成储

藏货币,只能存银行,得小利;如果资本在生产阶段停顿下来,就会形成生产资料压库、劳动力无所事事的状态;如果资本在第三阶段停顿下来,产品卖不出去,货币资金不能回收,则劳动耗费无法补偿,也无法组织下一轮的出版物再生产。

在出版业内部,出版社的出版部门和物质供应部门履行的是第一阶段职能,编辑部门与印刷厂履行的是第二阶段职能,发行部门与书店履行的是第三阶段职能。履行各种职能的出版机构相互联系,互相协调,共同构成了一个生气勃勃的有机体系。

上述过程的具体操作,是通过一系列具体的业务环节进行的。现代出版活动,无论是印刷出版物的生产,还是音像出版物的制作或电子出版物的开发,其一般工作过程都须由四个基本环节组成。这四个基本环节是:出版项目策划、作品编辑加工、物质产品制作、出版物发行。下面分别对这四个环节进行扼要介绍。

1. 出版项目策划

无论是出版一种图书,还是制作一盘录音带或生产一张光盘,对于出版机构来说,都可以说是在运作一个经营项目。因此,在正式运作之前,出版机构必须进行深入的市场调查与研究,要在广泛收集信息的基础上对拟启动的项目及其相关要素进行设计、安排与决策,这一过程就是项目策划的过程。可见,所谓出版项目策划,是指出版者在某项出版活动正式启动之前,根据已经掌握的信息及自身的条件,对该项出版活动的宗旨、目标、策略、步骤、资源、产品、效益等构成要素进行构思与设计,并形成系统、完整的项目运作方案的过程。

出版项目策划是对一项出版活动的所有构成要素进行设计。其具体内容包括以下五个方面:一是选题策划,这是对拟向市场推出的出版物主题及相关内容进行设计和选择,包括出版物主题内容、出版形式、规模、时间等;二是产品形象策划,这是对出版物外观形态及其要素如风格、载体、用料、篇幅、装帧、开本

等进行设计和选择；三是目标市场策划，这是对拟重点开发与占领的市场要素如区域、读者年龄、文化层次、职业层次等进行设计、定位以及占领目标市场的具体方式如价格水平、市场容量设计等进行选择；四是资源配置策划，这是对各类出版资源的配置方案进行设计和选择，包括人力配备、资金投入、原材料使用规格设计、印刷厂家与其他生产厂家的选择、稿源及作者的选择等；五是发行与宣传促销策划，这是对出版物发行活动进行设计，包括发行方式与渠道的选择、宣传时机的安排、宣传媒体的选择、宣传形式与策略的设计，等等。

2. 作品的编辑加工

任何载体的出版物，都是对一定的作品进行编辑加工的结果。对作品进行编辑加工的过程，是通过编辑工作来完成的。编辑工作是依照一定的思路开发选题，组织和加工整理好作品，以形成符合正式出版要求的出版物精神产品的一系列工作。在出版全过程中，编辑工作是中心环节。无论何种物质形态的出版物，都必须经过编辑工作过程，这样才能形成有利于传播的精神文化内涵，成为正式出版物。

从选择作品到将其加工整理成出版物的精神产品形态的完整过程，须经过六个主要环节，这也就是编辑工作的六项基本内容。一是选题，这是指编辑人员按照策划要求设计具体选题、制订选题计划的工作；二是组稿，这是按照选题计划的要求，组织作者完成作品创作任务的工作；三是审稿，这是对组织来的作品进行审读、评价和处理的过程；四是加工整理，这是指对不需退改或已退改而决定采用的作品进行修改润饰的工作，其中加工的任务是通过文字与内容的增、删、改，优化作品质量，整理的任务是通过书稿所进行的技术性检查，使作品的各个部分统一协调；五是装帧设计，这是对出版产品的物质形态构造进行安排，包括书刊的封面、版式、开本、插图设计，音像制品的封装设计等；六是发稿与校对，这是将加工整理好的作品发往生产单位进

行技术设计和生产安排,并对生产单位制作出的用于大量复制的母本(如书刊的清样、音像制品的母带等)进行检查,以发现与订正其差错的工作。

3. 物质产品制作

这是将编辑工作阶段所形成的精神产品加工制作成能够广为传播的具有一定外在形态的物质产品的阶段。此阶段的具体操作,因其载体材料及其生产方式的不同,内容也各不相同。现对几类主要出版物分别进行描述。

印刷出版物的制作大体要经过三个步骤。一是排版,即按设计要求将文稿制作成纸型或软片的过程;二是制版印刷,即利用排版过程形成的纸型或胶片制作印版,再利用印版印制出版物散页的过程(主要指书、刊等需要装订才能成形的出版物产品,报纸类产品不需装订,印制的散页即为成品);三是装订成形,即将印制好的散页印品装订成一定出版物形态的过程。

音像出版物出版的完整过程,由编辑创作、表演、录制等三个工作环节组成。其物质产品制作过程主要指录制环节。无论是录音带还是录像带的录制,都可分为工作母带的制作和复录生产两个步骤。工作母带的制作,是使用相应设备将表演节目录制在录音带或录像带上,再通过合成、剪接等手段制作成可供大量复制的工作母带;复录生产是使用复录设备对母带进行大量复制。

电子出版物的制作,其核心工作内容是全文数据库的制作。利用激光照排和轻印刷的中间产品转换为全文数据库的机读数据,是目前我国电子出版物制作所采用的主要方式。其具体过程由三个步骤组成:一是格式处理,即将电子文本记录按规范格式转化成一个个可作为检索结果处理单位的单元;二是标引处理,即标出全文文本中具有信息检索价值和分析价值的知识项,也即检索点;三是建立索引,即将标引出的检索词按照一定方式系统排列以便为使用者提供检索途径。将经过上述步骤形成的全部记录文件存贮在计算机硬盘上,即构成了全文数据库,将数据贮存

的知识信息内容拷贝到软磁盘或光盘上,就形成了电子出版物。

4. 出版物发行

这是出版者将出版产品以商品交换的方式传送给读者的过程。该过程的工作内容由下列四个部分组成。

(1) 信息流通与市场沟通。这是传播商品信息、沟通供求联系的阶段。该阶段又由两个主要工作环节组成:一是确立产销关系,即出版者选择发行者并与之建立经济联系的工作;二是产品宣传征订,即出版者根据所建立的产销关系情况,以适当方式向经销商或直接向读者宣传产品、征求订数的工作。(2) 出版物商品交易。这是通过销售进行出版物商品价值转移的阶段。该阶段由三个主要工作环节构成:一是批发,即出版物生产者或分销商向批发商或零售商成批转让出版物商品所有权以供其继续转售的商品交易环节;二是零售,即出版物零售商直接向读者销售出版物的商品交易环节;三是调剂,即出版物经销商之间互相调整余、缺出版物的商品交易环节。(3) 出版物物流组织。这是按照出版物商品交易的要求,组织相应的出版物实体位移的阶段。该阶段由两个主要工作环节组成:一是出版物仓储工作,这是一个使用仓库收藏出版物的作业过程;二是出版物运输工作,即组织运力将出版物从出版地向销售地进行实体位移的工作。(4) 货款结算。这是指出版物发行过程中,由于出版物商品所有权的转移而在出版社、书店、读者单位和个人之间发生的款项收付工作。货款结算的完成,意味着一次出版物商品价值实现过程的完结。因此,无论是对出版社,还是对书店来说,货款结算都有着非常重要的意义。

第二节 出版活动的对象——出版物

出版活动是活动主体作用于活动客体的过程。出版活动的主体是指直接从事出版活动的人,包括在各类出版机构中工作的编

辑人员、生产制作人员、发行人员、管理服务人员以及游离于体制外单个参与某些出版环节运作的个体书商和出版经纪人等；出版活动的客体是指进入出版过程接受出版主体作用的对象，即出版工作者的劳动对象——各种类型的出版物。对出版活动主体的论述在本书第四章里专设“出版队伍建设”一节进行，本节仅对出版活动的客体——出版物进行概要论述。

出版物既是出版工作者劳动的作用对象，也是出版工作者劳动的成果。出版物数量的多少、质量的高低，是衡量一个国家出版产业是否发达、出版活动是否活跃的重要标志。

一、出版物的概念及其构成要素

在给出版物下定义之前，我们必须了解出版物所具有的基本特征。不论何种类型的出版物，也不论其外观形态如何，出版物都由以下基本要素构成：一是以读者所需要的信息知识构成内容。这些信息知识是经过加工提炼而系统化了的信息知识，而不是杂乱无章的原始信息。二是以一定的表达方式陈述信息知识，包括文字、图像、符号、声频、视频、代码等。所谓多媒体出版物，其实就是在一种媒体上同时使用了上述多种表达方式的出版物。三是以一定的物质载体作为知识信息存在的依据。纸张、胶片（卷）、磁盘、光盘是现代出版物的主要物质载体。四是以一定的生产制作方式使知识信息附着于物质载体上。载体不同，生产制作方式也不同，常用的生产制作方式包括：印刷、拷贝、翻录、复印、计算机制作等。五是以一定的外观形态呈现出来。印刷出版物，唱片、录音带、录像带、激光视盘等声像出版物，缩微平片、缩微胶卷等缩微出版物，磁盘、光盘等电子出版物，是出版物目前常见的呈现形态。这五个基本要素对出版物的基本特征进行了全面描述，可以作为我们识别出版物的主要依据。

根据上述特征，我们给出版物作如下定义：出版物是指以传播为目的存贮知识信息并具有一定物质形态的出版产品。

二、出版物的类型与结构

出版物的类型，可以按照不同的标准进行划分。其中具有实际意义的是以上述五个构成要素为标准划分的出版物基本类型，下面对此进行扼要介绍。

2002年2月17日开始实行的行政法规《出版管理条例》及2002年8月1日起实行的《互联网管理暂行规定》等出版法规中将现阶段的出版物分为报纸、期刊、图书、音像制品、电子出版物及互联网出版物等六大类。

1. 报纸

报纸，是指以刊载新闻和评论为主的定期公开连续性出版的散页出版物。英文名 newspaper，意即新闻纸。报纸的功能是传播新闻、反映舆论，所以常被称为新闻舆论工具。报纸作为一种印刷出版物，与其他印刷出版物如图书、期刊等相比，具有如下特点：（1）须按较短周期连续性出版；（2）不需装订，也不成册，数版内容都按版面顺序编排；（3）内容主要是对新近发生的有关社会、政治、经济、文化教育、科学技术以及体育卫生等方面人们希望了解的事件进行报道、评论和解释等。

报纸按各种标准划分为多种类型。按出版周期分，有每天出版的日报、晨报、晚报、午报，每周出版一次的周报，每周2至3期的周二报和周三报，每10天出版一次的旬报等；按读者对象分，有少年儿童报、青年报、老年报、妇女报等；按办报方针分，有机关报、商业报等；按区域分，有全国性报纸、地方性报纸，等等。

报纸由报头、正文及辅文三大部分组成。报头一般位于报纸第一版的上端，主要登载报名、出版日期、出版单位、编辑部地址及联系方式（含邮政编码、网址等）、国内统一刊号、邮发代号等。正文是报纸的主体部分，主要刊登各类报道性文章及评论性文章。正文按文章内容性质划分成若干栏目，相对集中地编排