



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
全国精品课“新闻编辑”配套教材

21世纪新闻传播学系列教材

>> Journalism & Communication

中国人民大学出版社

蔡雯 著

新闻编辑学

第二版

图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑学/蔡雯著. —2版
北京: 中国人民大学出版社, 2010
(21世纪新闻传播学系列教材)
ISBN 978-7-300-12255-7

I. ①新…
II. ①蔡…
III. ①新闻编辑
IV. ①G213

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第106046号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
全国精品课“新闻编辑”配套教材
21世纪新闻传播学系列教材

新闻编辑学

第二版

蔡雯 著

Xinwen Bianjixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242(总编室)

010-62511398(质管部)

010-82501766(邮购部)

010-62514148(门市部)

010-62515195(发行公司)

010-62515275(盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东君印刷有限公司

规 格 170mm×228mm 16开本

版 次 2006年6月第1版

2010年6月第2版

印 张 26.5

印 次 2010年6月第1次印刷

字 数 525 000

定 价 39.80元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总序

P

R

E

F

A

C

E

序

中国人民大学出版社策划出版的这部“21 世纪新闻传播学系列教材”，是一部在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

20 世纪初以来的 100 年，是世界新闻传播事业飞速发展的 100 年。这 100 年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络和多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这 100 年，也是中国新闻事业飞速发展的 100 年。其中最近的 30 年，即中国改革开放以来的 30 年，发展得尤为迅猛。据上个世纪末的统计数字，截至上个世纪的最后一年，即 1999 年，全国已有公开发行的报纸 2 100 种，通讯社 2 家，广播电台 1 200 座，有线和无线电视台 3 000 多座。其中，报纸年出版总数达到 195 亿份，广播人口覆盖率达到 88.2%，电视人口覆盖率达到 89%，电视受众超过 9 亿。与

此同时,全国各类新闻从业人员的总数也已超过 55 万。

进入新世纪以后,中国新闻事业发展的势头更为迅猛。报纸、期刊、通讯社、广播电台、电视台的数量在宏观调控下,虽无大变化,但软硬件的实力,都有了很大的提高。据 2008 年的最新统计数字,全国报纸的期发数已达 1.07 亿份,稳居世界第一位。全世界发行量最高的 100 家报纸中,中国占了 25 家(大陆 24 家,台湾 1 家)。电视受众超过了 12 亿,覆盖率达到 97.1%。宽带网的上网人数超过了 2.23 亿。手机的拥有量超过了 5.39 亿,手机短信的发送量超过 3 500 亿条。手机的功能已进入 3G 时代,由一般的通话,发展到手机短信、手机报和手机电视。与此同时,新闻传播业的产值也大大提高,超过了 5 440 亿元人民币,成为国民经济的第四大主导产业。中国在以上统计数据中的后几项数字,都已稳居世界的前列。

这样大的发展规模,这样快的发展速度,在世界和中国新闻事业史上都是空前的。回顾既往,盱衡未来,新闻传播事业在 21 世纪还将保持旺盛的发展势头。新闻传播,作为上层建筑和意识形态的一个重要组成部分,在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策,反映人民群众的伟大业绩和精神风貌,以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面,必将继续发挥着重要的作用。

与新闻传播事业的发展相配合,这 100 年来,为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育,也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于上个世纪初,迄今有近 90 年的历史。新中国成立前的 30 年,虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科,但规模都不大,设备也不够完善,在校学生的人数,最多的时候不超过 400 人,30 年间累计培养出来的毕业生还不到 3 000 人。新中国成立后,为了为新中国的新闻事业培养人才,新闻教育有了新的发展,但到 20 世纪 60 年代中期为止,全国的新闻教育机构也还只有 14 家。当时全国只有 343 家报社、78 座广播电台和 13 家电视台,革命老区来的新闻工作骨干,正当盛年,足以支撑大局,新闻系和新闻专业的学生统招统分,基本上能够满足中央和省市以上新闻单位梯队建设方面的需要。“文化大革命”爆发后,新闻事业进入低谷,新闻人才的培养也被迫中辍。拨乱反正之后,新闻事业有了飞速的发展,但新闻工作的人才却出现了断层,明显供不应求。中国的新闻教育得以重整旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要是改革开放以来 30 年间的事情。这 30 年来,中国新闻教育和中国新闻事业同步发展。截至 1999 年,全国设有新闻传播学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所增加到 60 所以上,各种类型和层次的专业教学点已不下 600 个。新闻专业的教学已从单一的大学本科教育,发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育、函授教育等多层次的格局,个别院系还设置了新闻传播学方向的博士后流动站。改革开放之初,全国在校的新闻系科学生总共只有 500 来人,现在仅本科生就有 6 000 人,加上大专生和研究生接近 10 000 人。30 年间累计向新闻单位输送的毕业生超过 30 000 人。办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。进入新世纪以后,随着新闻传播事业

的加速发展和新闻战线人才需求的不断增加，中国的新闻教育还将会有更大幅度的发展。

一般说来，新闻教育质量的高低，起决定作用的，主要是两个因素：一个是师资，一个是教材。两者之间，教材的作用更大。这是因为，师资的多少和良窳，往往受办学主客观条件的限制，而教材一旦完成，就可以直接嘉惠于学子，风行四海，无远弗届。进一步说，一部好的教材，不仅可以满足教学的需要，培养出一大批人才，而且还可以同时拥有一定的学术含量，推动新闻传播学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》，1927年出版的戈公振的《中国报学史》，就是很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学理论和新闻史教学时作为教材编写出来的，出版之后，立即引起世人的关注和推崇，几十年来一再重版，历久不衰，至今仍然是公认的新闻学理论和新闻史方面的传世之作和经典之作。正因为这样，新闻教育的前辈们，历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年，坊间出版的新闻学方面的书籍，绝大部分都是教材。改革开放以后，新闻传播学研究空前繁荣，新闻学方面的书籍大量问世，但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材，覆盖了新闻传播学的方方面面，经过出版家和众多作者们的长期努力，门类和品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。但是，随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展，这些教材的体例日显陈旧，观点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材尚付阙如，使现有的教材出现了不少缺口。在新世纪已经到来之际，积聚力量，重新编写出一套体系完整，门类齐全，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识和新闻业界及新闻教育界的迫切需求。

呈现在读者面前的，就是应这样的需求产生的一套系列教材，它将涵盖新闻学、传播学两个二级学科的方方面面的内容，满足新闻、广播、电视、广告、媒体经济、多媒体等多个专业的教学需要。负责这些教材编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京大学、清华大学、中国传媒大学、中国青年政治学院等多所著名院校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的专家学者，其中有相当大的一部分编写者，都是相关学科的国家级学术带头人，堪称一时之选。收入本系列的教材，既有国家级的重点教材，也有部级的重点教材，其他的也都是经过严格筛选的精品，所以，它们的质量是有保证的，它们的权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新科技为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划，隆重推出这套系列教材，是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里，我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

这部系列教材开始策划于上个世纪的最后一年，本世纪初起陆续问世，迄今已编写出版了近 50 种。在体例和内容的创新和开拓等方面，远远超过同时期出版的同类教材。其中的有些教材，还根据整个新闻传播理论与实践的发展和新闻传播学教学与研究的发展，陆续做了必要的补充和修订，重新出版，实现了内容的与时俱进。

21 世纪，中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世，将会为新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣、为新世纪新闻传播人才的培养做出其应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

于中国人民大学宜园

目 录

C O N T E N T S

录

1	第一章 新闻编辑工作概论
1	第一节 新闻编辑工作与媒介形态变化
12	第二节 新闻编辑工作内容及其流程
29	第三节 媒体融合进程中新闻编辑部的变化
36	第四节 新闻编辑工作特点
42	第五节 新闻编辑人才
55	第二章 新闻媒介定位与新闻产品设计
55	第一节 新闻媒介定位
73	第二节 编辑方针
79	第三节 新闻产品设计
96	第三章 新闻报道的策划与组织
96	第一节 新闻报道策划及其主要类型
109	第二节 新闻报道策划的选题决策
117	第三节 新闻报道方案设计
135	第四节 新闻报道的实施与调控
138	第五节 媒体融合进程中新闻报道创新策略

144	第四章 新闻稿件的分析与选择
144	第一节 分析与选择新闻稿件的意义与方法
147	第二节 新闻价值分析
154	第三节 社会效果分析
164	第四节 媒介适宜性分析
170	第五节 分析选择新闻稿件应注意的问题及“更正” 的处理
178	第五章 新闻稿件的修改
179	第一节 新闻事实的核实与订正
199	第二节 新闻稿件中立场观点的修正
204	第三节 修改新闻稿件的具体方法
237	第四节 修改新闻稿件应注意的问题
245	第六章 新闻标题的制作
245	第一节 新闻标题及其主要功能
249	第二节 新闻标题的种类
256	第三节 新闻标题的结构
263	第四节 新闻标题的制作方法
284	第七章 新闻图片编辑
284	第一节 图片的种类及其在现代报纸上的地位
289	第二节 新闻照片的选择与编辑
303	第三节 新闻漫画和新闻图示编辑
315	第八章 新闻稿件配置
315	第一节 稿件配置的意义
319	第二节 稿件组合
328	第三节 稿件发展
341	第九章 版面设计
341	第一节 报纸版面的基本知识
351	第二节 版面语言
365	第三节 版式
381	第四节 版面设计与电子排版

403	附 录	一、校对符号及其用法（中华人民共和国国家标准）
406		二、电子排版常用字体
407		三、标题与正文字数（行数）换算表
409	后 记	

新闻编辑工作概论

CHAPTER 1

章

第一节 新闻编辑工作与媒介形态变化

知识要点

- 新闻编辑作为一种职业，是在新闻媒介产生以后才出现的。随着新闻传播的发展，报纸，新闻性杂志，报道新闻的广播、电视、网站依次都有了专职的新闻编辑。
- 新闻编辑业务伴随着媒介形态的变化而发展，报纸新闻编辑的原理和规范为后来各类新媒介的新闻编辑业务奠定了基础，新媒介的编辑特点总是在汲取传统媒介的编辑经验中衍生出来的，而且这种特点后来还会反过来影响传统媒介的编辑业务改革。

“编辑”一词早在 1300 多年前就出现了。唐贞观年间的史学家李延寿在他撰写的《南史·刘苞传》中写道，刘苞“少好学，能属文，家有旧书，手自编辑，筐筐盈满”。这里的“编辑”，是指文章、资料的收集和整理。今天我们所说

的“编辑”虽然同样也包含此意，但已不限于此。因为人类的信息传播已经走过漫长的历史，无论是传播的内容，还是传播的渠道和方式都发生了天翻地覆的变化，编辑作为传播机构中的一种特殊职业，其工作职能、业务范畴和专业技巧也在不断的丰富、发展和变革之中。

一、报纸的出现与新闻编辑的确立

编辑作为一种职业的出现与大众传播媒介的诞生密不可分，这种职业的变化也与媒介形态的变化密不可分。

人类传播发展史研究证明，在语言还没有产生之前，原始人群就开始通过手势、体态、面部表情或具有约定俗成含义的声音进行传播，这种传播是直观的，但表达信息很有限，并受到时空限制。在口头语言这种声义结合的符号出现之后，传播内容丰富了，传播效率也提高了，但口头语言传播必须面对面共时进行的特点，使传播仍然受到时空限制。文字的发明导致了书面语言传播的出现，这是继口头语言传播之后的又一次革命。文字符号作为信息载体，使信息与信息传播者得以分离，使传播具有了超越时空的能力，但这种传播同时也丧失了口头语言传播的直接互动感和现场感，而且同样无法实现远距离、大范围的共时传播。

最终使人类传播活动发生“质变”的，是在造纸技术和印刷技术成功发明的基础上诞生的第一类大众传播媒介——印刷媒介，包括书籍和报刊。印刷媒介使信息得到大量的复制和更大范围的传播，将人类传播活动推进到大众传播这一崭新的历史阶段。

中国是印刷术发明最早的国家。公元450年，中国就发明了雕版印刷术。约公元1040年，宋代民间发明家毕昇发明了活字印刷术。北宋末年和南宋初年的一些“小报”开始委托坊间的书肆镂版印行，成为世界上最早的印刷新闻。公元1450年，德国人古登堡发明了金属活字印刷术。从1529年起，欧洲一些地方出现了第一批不定期出版的印刷小报，内容有奇闻逸事、社会新闻、时事消息等。1566年意大利出现了单面印刷的报纸《威尼斯新闻》，1609年，德国的《报道与新闻报》作为世界上最早的印刷周报问世。1663年，最早的印刷日报《莱比锡新闻》在德国出版。在中国，清朝末年西学东渐，出现了《察世俗每月统计传》等近代报刊，报纸的编辑业务也逐渐得到发展。辛亥革命以后，报纸越办越多，办报人员的分工也越来越细，报馆纷纷借鉴日本和欧美的报社制度，设置主笔、访员、编辑等职，这才使报纸编辑的名义、地位和学术价值逐渐确立。

报纸编辑内部的分工有一个逐渐发展演变的过程。有学者将这个过程分做三个阶段。^①在早期，报纸从业人员很少，他们身兼多职，既是记者、编辑，又是广

^① 参见钟立群：《新闻编辑学研究》，41～44页，北京，人民日报出版社，1997。

告员和报纸销售员,编辑部内部几乎没有分工。报业发展到一定阶段,需要的新闻种类和数量日益增多,一家报纸的采访力量显得不足,于是,一部分从业人员从报社分离出来,成立了通讯社,专门从事新闻采访活动,向各家报纸提供稿件。在报社内部,从业人员也有了专门从事编辑工作和专门从事记者工作的分工,以求提高工作效率。在第一次分工中,言论工作还是编辑工作的一部分。第二次分工,则出现了撰写言论的主笔,或者总编辑兼任主笔。在新闻采写这一部分,有了专门负责与读者、作者和通讯员联系的“通联”,负责接受各方面的新闻线索和来稿。在此基础上,后来出现了通联部,也称群众工作部,统一负责来稿初步处理和向社外组织稿源,工作已属于编辑工作范围。这样,记者如果不与通讯员合作采写新闻,就很少向通讯员组织稿件了。在第三次分工中,编辑工作有了更细的划分,根据其负责的报道领域,分为经济编辑、文教编辑、图片编辑,等等(如图1—1)。

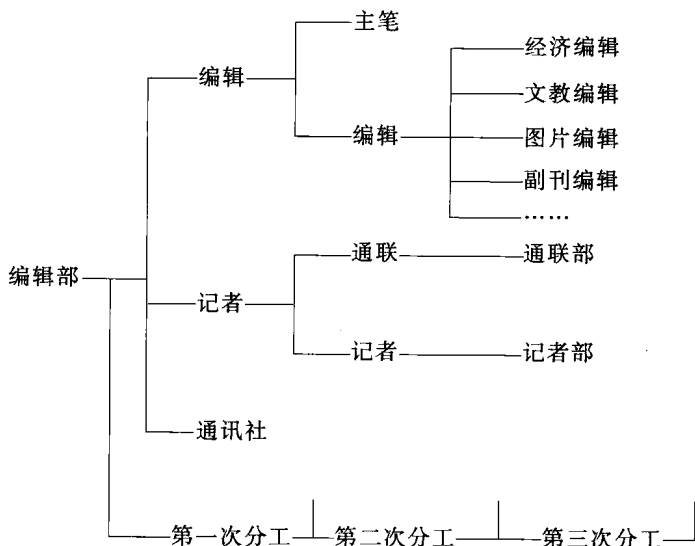


图 1—1 报纸编辑部内部分工的演变过程

报纸与书籍相区别的一个主要特点是以传播新闻信息为主要职能,因为报纸的页面比书籍少,出版周期比书籍短,在快速传递新闻信息方面更具有优势。所以,新闻编辑自然是报纸编辑工作中最重要的一项内容。也可以说,新闻编辑作为一种职业,最早是在报纸编辑领域中出现的,报纸是新闻信息的第一代载体。

报纸的新闻编辑最早主要是从事文字新闻稿件的编辑加工,因为报纸的图片新闻传播相对于文字传播要晚得多。我国报纸上最早出现的图片是新闻画,1876年,《申报》开始配合新闻刊载插画,同一时期,该报还出版了不定期的画刊

《寰瀛画报》，但内容没有新闻性。史学家认为，“能够较密切地联系时事以图像配合新闻进行报道的，在当时只有一份《点石斋画报》”^①，这份画报创办于1884年，附属于《申报》，上面的新闻画都是“画”出来的，并非后来新闻照片那样的真实记录。

对图片新闻传播起决定性作用的新闻摄影和报纸本身一样，也是科学技术发展的产物。1839年，法国科学院确认了路易斯·达盖尔的摄影术，这为新闻摄影的诞生提供了技术基础。1842年就有德国的两位画家利用照相机拍摄了汉堡的一场大火，其中一张照片保存至今，堪称世界上最早的新闻照片。但照片真正出现在报纸上则要晚几十年，因为在报纸上印刷铜版照片有许多技术问题需要解决。直到1897年1月2日美国《纽约论坛报》上刊登出一张有中间层次的照相制版照片，才算宣告照相铜版印刷术发明成功。此后，照相机技术、照相制版技术和传真技术不断得到改进，新闻摄影在新闻传播中越来越显出其重要地位。20世纪初，照相制版技术传入中国后，报刊采用新闻照片成为可能，北京、上海的报纸上开始出现新闻照片，图片编辑开始成为报纸新闻编辑工作的一项重要内容。随着报纸的逐步发展，新闻编辑还越来越重视对单篇稿件的组合和展示，使报纸版面的设计编排不断完善。早期的报纸与书籍相仿，版面小而且没有分栏，直到20世纪初期，报纸的版面才发展得比较接近现代报纸的形象。

美国传播学者罗杰·菲德勒认为：“传播媒介的形态变化，通常是由于可感知的需要、竞争和政治压力，以及社会和技术革新的复杂相互作用引起的。”^②这个判断对于报纸是适用的。21世纪，人类社会正以前所未有的速度走向经济全球化、一体化，资本在全球范围的高速流动与优化配置，国与国、地区与地区之间的经济互补、贸易合作关系，使得产业经济的知识含量迅速递增，人类由此迎来了知识经济新时代。在新的历史时期，报纸编辑面对的是更加开放、也更具挑战性的新环境。

首先，社会变革加剧使报纸编辑面对更加复杂多变的社会环境。我国由计划经济向社会主义市场经济体制的转轨，使社会利益组织出现多元化的趋势，这些组织与个人对新闻信息的需求都迅速增长，他们需要依赖新闻信息进行各种生产经营活动、社会交往活动和家庭生活与个人生活的决策，计划经济时期的单一的机关报模式已经远远不能满足这种新闻信息需求，报纸的类型因此日益多样化，出现了机关报、晚报、都市报、晨报、专业报、家庭生活服务报等各类报纸共同繁荣的局面。报纸的版面也在不断增加，到20世纪末，全国性大报与各地主要报纸的版面一般都达到十多版至几十版，报纸版面容量与西方发达国家报纸的差距不断缩小。另外，社会对信息的需求还呈现出差异性、变动性越来越显著的特点，报纸的读者出现了

① 方汉奇：《中国近代报刊史》，54页，太原，山西人民出版社，1981。

② [美] 罗杰·菲德勒：《媒介形态变化》，19页，北京，华夏出版社，2000。

不断“细分”的趋势,报纸编辑面对的是越来越“挑剔”、越来越难以把握的服务对象,做好新闻传播工作的难度因此越来越大。与此同时,社会转型时期的新情况、新问题层出不穷,比如社会观念变革、企业制度改革、人事制度改革以及医疗、教育、住房、工资等各个领域、各个方面的变化,使得新闻传播客体也表现出复杂性、多变性的特点,因此编辑在传播活动中的决策和操作的难度不断加大。社会的加速发展还使知识更新的速度继续加快,报纸编辑需要掌握的新知识日益增多,从事这项工作使人感到前所未有的压力。

其次,媒介种类与数量的递增使报纸编辑面对压力强大的市场竞争环境。我国报纸在改革开放以来经历了高速发展的“黄金时代”以后,在2003年达2119种之多,不少中心城市甚至出现了多家定位相同或相近的报纸。此外,财经类、体育类、娱乐类等专业性报纸也在与日俱增,报业内部的竞争日趋白热化。在报纸高速发展的同时,电子新闻媒介也迅速崛起,2000多家广播电台、3000多家电视台已经成为当代报纸的强大竞争对手,而迅速发展的网络媒介进一步对报纸形成冲击。网络传播的实时性、交互性,以及随着技术发展做得越来越好的多媒体传播,是报纸这种印刷媒介无法企及的。因此,报纸编辑工作在这些新媒体的冲击下,要参与新闻传播竞争,就要不断寻找和发挥自己的优势。

再次,现代科技发展使报纸编辑处在崭新的技术环境。早在20世纪40年代,西方就研制出了与电脑相连的照排技术,70年代美国、日本和西欧一些发达国家在新闻出版业中普遍使用了激光照排与胶印。1986年,我国《经济日报》采用北京大学教授王选等人研制出的华光电子出版系统获得成功,成为世界上第一家采用计算机激光屏幕组版、整版输出的中文报纸。后来,北京大学在华光电子出版系统的基础上又推出了功能更全、速度更快的“北大方正”新一代激光照排出版系统,进一步推动我国报纸告别“铅与火”的历史,走入“光和电”的时代。继电子出版系统在报界普及之后,90年代,越来越多的报社着力于研制报社内部的计算机采编系统,使报纸编辑彻底告别了纸和笔,采、编、改、排、签发等多个环节全部在网络上进行。现代科技不但改善了编辑工作条件,还使报纸编辑能够更好地开发新闻信息资源,并使编辑工作流程更加合理、高效。20世纪90年代兴起的国际互联网对我国报纸编辑工作产生了巨大影响,越来越多的编辑记者利用互联网检索、浏览各类信息,由此得到的新闻线索无穷无尽。编辑记者还可以利用联网数据库发掘各类新闻资料,甚至利用电子邮件进行远距离采访调查。90年代以后,越来越多的报纸利用网络资源开办了“在线”类的专版、专栏,扩大了报道面。从报社内部来看,报纸编辑流程完全成为一种网络上的运作之后,不但工作效率显著提高,而且这一流程本身的运转更加合理,并最大限度地利用了信息资源。现代科技还推动了报纸编辑业务的改进,带动了报纸质量的提高和形象的改观。如计算机新闻处理系统配合使用数码相机、扫描仪及现代通讯技术,正在逐渐淘汰传统的暗房冲片及晒版工艺,新闻图

片处理走上了高质量的数字化与快速网络传输的新阶段。在新闻处理系统中,新闻图片设有独立的部门库、版面库、见报图片库,能像文字稿件一样投送、转投、签发、改签,图片流动有历史记录。编辑能够在自己的工作微机上对图片进行缩放、剪裁及其他加工。在版面编排方面,激光照排系统的运用使标题与正文的字体字号变化空间更大,电脑还可以帮助设计制作各式各样的图表,使报纸的版面语言更为丰富。这些新技术的运用推进了报纸编辑业务的创新,从报道的策划组织,到稿件的修改、版面的设计,方式更多,技巧更高。此外,卫星接收和传版系统的运用使报纸能够在异地多点印刷,保证了新闻传播的时效性,提高了报纸的服务质量。新型彩色印刷设备的使用使报纸版面告别了以往“黑、白、灰”或者只能单色套印的历史,进入了五彩缤纷的新时代,报纸的形象彻底改观。

当然,现代科技发展也为报纸这种传统媒体提供了新的发展空间。1993年12月,《杭州日报》通过该市的一家联机服务网络进行传播,推出了《杭州日报·下午版》。1995年《中国贸易报》正式进入国际互联网,成为中国第一家上网发行的日报。现在,已经有越来越多的报社开始在互联网上建立了自己的网站,还有一些报纸推出了手机版。报纸网络版与其印刷版相比,具有信息量更大、时效性更强、跨国界传播、廉价、读者选择性大等优势,新一代网络报纸已经不再是纸质报纸的简单翻版,它不受出版时间的限制,随时更新和补充新闻信息,读者可以从其庞大的资料库中获取新闻的背景材料,可以与报纸编辑进行双向交流,可以更多地参与新闻传播活动。目前,报纸的网络版正在进一步向多媒体形式发展,成为一种集文字、图片、录像、声音等于一体的新型媒介。这将使报纸与广播、电视在传播方式上的差别日益缩小,共同点越来越多。所有这些改变必将促进新闻编辑更新观念,对新闻传播的时效、新闻报道的手段和方法、版面编排的规则和艺术等进行新的探讨。

二、媒介变迁与新闻编辑的发展

相对于报纸而言,广播、电视和网络媒介及其他新媒体都是新闻媒介家族的后裔。

19世纪40年代,电报技术发明成功,70年代电话技术又发明成功,为电子媒介的出现奠定了基础。1907年,被称为“无线电之父”的美国物理学家德福雷斯特研制出三极管,使无线电技术有了重大突破,语言广播的产生成为可能。1920年11月2日,美国西屋公司电气专家弗兰克·康拉德主持建立的广播电台在匹兹堡正式播音,呼号KDKA。这是美国第一个领有营业执照的商业广播电台,也是被公认的世界上第一个正式的广播电台。1923年1月,美国记者奥斯邦与一位旅日华侨合作建立的“中国无线电公司”在上海创办了中国境内的第一座广播电台,呼号为XRO,播送音乐和上海《大陆报》上刊登的新闻。这座电台因为侵犯了中国无线电主权,

触犯了政府法律，加之设备简陋，经营不利，三个月就宣布倒闭。但随后不久，外商创办的其他广播电台、北洋政府的官办广播电台、国民党政府创办的广播电台，以及旧中国的民营广播电台相继登台，广播这一继报纸之后问世的第二代大众媒介越来越为人们所熟悉。但是，中国的广播事业真正发展起来是在中华人民共和国成立之后。

20 世纪 40 年代，美国贝尔实验室的三位科学家研制成功晶体管，在收音机生产中取代了电子管，从此体积小、价格低、携带方便的晶体管收音机开始走进千家万户，无线电广播进入了普及阶段。以电波传播信号的广播与报纸相比，传播速度快，覆盖面广，而且口语传播能够做到声情并茂，感染力强，听众接受信息不受文化水平限制，比阅读报纸更加方便简单、经济实惠。然而，广播的优势在传播新闻方面最初并没有发挥得很好，因为早期的广播电台不具备自采力量，新闻主要靠报纸提供，时效性弱于报纸。在美国，早在 30 年代广播的影响就日渐扩大，夺走了原属于报纸的大量广告客户，对报纸形成威胁。出于反击，报纸联合通讯社纷纷停止对广播电台出售新闻。在这种压力下，哥伦比亚广播公司才率先建立了自己的新闻采集机构，在美国各主要城市和伦敦都设立了办事处。全国广播公司也建立了类似的新闻社。广播在新闻采编方面的独立运行，使这一新兴媒介突破了报纸的压制，充分显示出固有的优势，也使新闻编辑这一特殊的职业在广播电台开始占据重要的位置。

我国的广播新闻事业是在新中国成立后建立了全国广播网的基础上发展起来的，新中国成立初期以中央人民广播电台为代表的中国广播新闻在报道量、报道内容和报道方式方面都有较大发展。1950 年 4 月中央台的新闻节目从每天 4 次增加到每天 7 次，《首都报纸摘要》和国际新闻节目在这一年诞生。第二年又推出晚间节目《各地人民广播电台新闻联播》。1954 年 5 月 30 日，中央台开始分为两套节目，新闻节目增加到每天 11 次。到 1956 年，中央台的新闻节目进一步增加到每天 22 次。这 22 次新闻节目，除了全国一起转播的《首都报纸摘要》和《各地人民广播电台新闻联播》，还有全天分布较为均匀的 10 次新闻节目，每次 15 分钟，另外还有一些专门性新闻节目，如《国际新闻》、《工业新闻》、《农业新闻》、《文教新闻》等，时间长度从 5 分钟到 30 分钟不等。20 世纪 50 年代抗美援朝战争期间，中央台记者奔赴朝鲜前线进行战地采访，我国广播新闻发展史上第一次出现了录音报道。然而，“文化大革命”期间，我国广播事业的发展受到严重阻碍，新闻广播内容大量重复，稿件冗长，新闻节目中播出的条数锐减，广播新闻报道水平与世界先进水平的差距被拉大了。

“四人帮”被粉碎以后，我国广播新闻事业进入了新的发展时期。改革开放初期，我国对内广播还是以各级人民广播电台为主体的综合性广播，在 20 世纪 80 年代中后期和 90 年代初，全国范围掀起的两次“广播热”打破了这种持续几十年的格局。

第一次热潮源自1986年12月15日珠江经济广播电台（原广东二台）的开播，这是国内第一个专业广播电台。有学者认为：“‘珠江模式’在社会上掀起了‘广播热’，推动了广播的结构性改革，使广播改革从单项改革进入整体改革。由各级人民广播电台构成的中国广播业格局40年不变，结构和功能过于单一，节目雷同，从选题到制作编播都较少考虑市场需求，越来越不适应市场竞争。‘珠江模式’的诞生和推广为中国广播业注入了新的活力。珠江经济台敢为天下先，为中国广播界树立了改革榜样。系列台、专业台的推广改变了中国广播长期以来只能在四级纵向发展的局面，开拓了横向发展的新空间，同时拓展了广播媒介的功能。”^①

第二次热潮起始于1992年10月28日上海东方广播电台开播。东方台是与上海人民广播电台并列的具有独立法人资格的新型广播电台，它的出现打破了我国计划经济时期形成的一省一台的格局，开创了同省市同类广播电台相互竞争的新时期。东方台建在上海浦东，实行双向选择、招聘上岗的新体制，并设计了从内容到形式都令人耳目一新的节目系统。他们到北京联络首都各大报社，积极开拓新闻信息来源，又到南方考察学习兄弟广播电台的办台经验，确立了大时段、大板块的节目架构，将新闻资讯类节目作为主体推出。东方台的开播在上海及长江三角洲地区形成了一股强大的电台冲击波，收音机成为畅销品，电台在开播两个月的时间中广告收入便达到300多万元。此后，全国各地专业台、系列台纷纷建立，1993年被称为“广播年”。

无论是珠江经济台的成功，还是上海东方广播电台的崛起，都标志着广播经营理念的变革和新闻采编业务的创新。在这一系列改革中，宏观如广播定位的个性化、广播内容的结构性调整、广播节目设计的“板块式”尝试，微观如新闻节目对现场直播的重视，对互动性传播方式的运用等，无不说明广播新闻编辑在吸取报纸新闻编辑经验的基础上，越来越重视广播新闻的独特优势的发挥。

电视相对于广播，是科学技术进一步发展的产物。随着光电效应的发现，科学家们在19世纪80年代开始研制电视机，到20世纪30年代，英国、美国、法国、苏联、日本等国先后进行了电视广播实验。1936年11月，英国广播公司（BBC）建成了世界上第一座实用电视台，这一年成为世界电视事业的开元年。到五六十年代，电视技术又有新的进步，彩色电视机得以问世。1958年，我国第一座电视台，中央电视台的前身——北京电视台宣告成立。

和广播最初完全依赖报纸的新闻信息一样，电视在早期也是模仿广播的传播方式。有学者将电视新闻传播的发展分为四个阶段，第一阶段是口播新闻阶段。从BBC正式播送电视节目到20世纪40年代美国出现最早的电视新闻，都是由记者编

^① 饶立华、杨钢元、钟新：《电子媒介新闻教程——广播与电视》，73页，北京，中国人民大学出版社，2000。