

21 世纪新闻传播学系列教材

报纸编辑学教程

JOURNALISM & COMMUNICATION

郑兴东 陈仁风 蔡雯 著



21 世纪新闻传播学系列教材

报纸编辑学教程

郑兴东 陈仁风 蔡雯 著

中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

报纸编辑学教程/郑兴东等著
北京:中国人民大学出版社,2001
21世纪新闻传播学系列教材

ISBN 7-300-03905-7/D·578

I. 报…
II. 郑…
III. 报纸-编辑学-高等学校-教材
IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 066404 号

21 世纪新闻传播学系列教材

报纸编辑学教程

郑兴东 陈仁风 蔡雯 著

出版发行:中国人民大学出版社
(北京中关村大街 31 号 邮编 100080)
邮购部:62515351 门市部:62514148
总编室:62511242 出版部:62511239
E-mail:rendafx@public3.bta.net.cn

经 销:新华书店
印 刷:三河市新世纪印刷厂

开本:787×980 毫米 1/16 印张:28.5
2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月第 1 次印刷
字数:517 000

定价:30.00 元
(图书出现印装问题,本社负责调换)

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔划排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵



总序

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视和互联网相继问世，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。

这一百年，也是中国新闻事业飞速发展的一百年。其中最后的二十年，即改革开放以来的二十年，发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字，截至本世纪的最后一年，全国已有公开发行的报纸两千一百种，通讯社两家，广播电台一千二百座，有线和无线电视台三千多座。其中，报纸年出版总数达到一百九十五亿份，广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过九亿。与此同时，全国各类新闻从业人员的总数，也已超过五十五万人。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。现在已经是世纪之交，回顾既往，展望未来，新闻传播事业在即将到来的21世纪，还将会保持着旺盛的发展势头。新闻传播，作为上层建筑、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导向作用。

与新闻传播事业的发展相配合，这一百年来，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本世纪初叶，

有八十多年的历史。新中国成立前的三十年，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，最多的时候不超过四百人，三十年间累计培养出来的毕业生人数还不到三千人。新中国建立后，为了为新中国的新闻事业培养人才，新闻教育继续有所发展，但到60年代中期为止，全国的新闻教育机构也还只有十四家。当时全国共有三百四十三家报社，七十八座广播电台和十三家电视台，新闻系和新闻专业的学生统招统分，勉强能够满足中央和省市以上新闻单位人才方面的需求。“文化大革命”爆发后，这一发展被迫中断。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展，主要还是改革开放以来二十年间的的事情。这二十年来，中国新闻教育的发展和新闻事业的发展完全同步。截至1999年，全国设有新闻学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所，增加到六十所以上，专业点已超过一百个。专业教育体系已从单一的本科教育，发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育等多层次的格局。改革开放之初，全国在校的新闻系科学生总共只有五百来人，现在仅本科生就有六千人，加上大专生和研究生接近一万人。二十年来向新闻单位输送的毕业生，累计也已超过三万人。办学层次，办学规模，办学水平，都有了很大的提高。在世纪之交，新世纪的跫跫足音已经十分临近的时刻，随着新闻传播事业的加速发展，随着新闻战线人才需求的不断增加，在可以预见的将来，中国的新闻教育肯定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，而教材只要一旦完成，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很高的学术含量，推动新闻学研究的发展。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》，就是这方面的很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学和新闻史教学时，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和新闻史方面的传世之作。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作出过重要的贡献。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。21世纪即将到来之际，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，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。

呈现在读者面前的就是这样的一套系列教材，她将涵盖新闻学、传播学两个学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。负责编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京广播学院等校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的教授、副教授，其中有相当大的一部分人，都是相关学科的学术带头人，堪称一时之选。收入系列的教材中有国家级重点教材，有部级重点教材，其他也都是经过严格筛选的精品，所以，这套系列教材的质量是有保证的，她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，一是以高新技术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。

新的世纪即将到来，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，将会为新世纪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，作出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

1999年9月20日于中国人民大学林园



前 言

报纸的历史虽已久远，但它获得主要发展是 20 世纪的事。这种发展不仅是指报业的发达，更主要的是指报纸理念、经验包括报纸编辑理念和经验的丰富和创新。当我们跨入 21 世纪时，探讨一下报纸编辑的理念，总结一下报纸编辑的历史经验，使 21 世纪的报纸有所借鉴，办得更好，也使我们在大学学习新闻学的同学对报纸编辑工作有一个比较系统的认识，这是一件很有意义的事。我们正是本着这种心愿来写这本教材的。

报纸编辑包括多个层面，对具体一篇稿件的选择、修改、拟标题是一个最基本的层面，大一点的是对稿群的编辑、版面的编辑，再大一点的是一个大的报道系统和整个报纸的编辑。因此，报纸编辑有微观和宏观两个层面。这本教材兼顾了这两个方面。但考虑到大学新闻院系本科生的实际需要，以前者为主。

这本教材的各章执笔人为：第一、二、九章，蔡雯；第三、四、六、七章，郑兴东；第五、八、十章，陈仁风。第七章中的第九节由彭兰执笔。郑兴东统编全稿。

在 1988 年，中国人民大学出版社曾出版过一本《报纸编辑学》（修订本），郑兴东和陈仁风撰写了其中新闻稿的选择、稿件的修改、稿件配置、版面设计、新闻标题、报道的组织六章。这次他们所执笔的相关章节，是参考了上述章节，

并加以修改、补充而成的。

这本教材汲取了世界一些国家报纸编辑的历史经验，特别是我国改革开放以来的报纸编辑经验。但编辑是新闻园地的默默耕耘者，他们对自己参与过的新闻作品，大多未曾留下姓名，因此，在记叙编辑的成果时未能在书中一一加以注明。在此，谨向他们表示由衷的敬意和感谢。

我们都是大学教师，我们还要特别感谢学习过此门课程的同学，是他们的期盼、聆听和质疑，给予了我们从事新闻教学包括撰写此书的动力。

作 者

2001年3月12日

于中国人民大学新闻学院

21

世纪

新闻传播学系列教材

目 录

第一章 概论	(1)
第一节 当代报纸编辑工作.....	(1)
第二节 报纸编辑人才	(12)
第三节 报纸编辑学研究	(22)
第二章 报纸设计	(26)
第一节 报纸的特点与结构	(26)
第二节 报纸设计思想	(30)
第三节 报纸设计程序	(36)
第三章 新闻稿的选择	(48)
第一节 选择新闻稿的意义和程序	(48)
第二节 社会评价	(53)
第三节 新闻评价	(58)
第四节 充分利用稿件	(76)
第四章 新闻稿的修改	(79)
第一节 事实的订正	(80)
第二节 思想政治差错的校正	(89)

第三节	辞章的修饰	(97)
第四节	修改的方式和程序	(122)
第五节	修改稿件要注意的问题	(125)
第五章	新闻标题	(129)
第一节	新闻标题的功能	(130)
第二节	新闻标题的特点	(136)
第三节	新闻标题的类型和结构	(143)
第四节	新闻标题的制作(上)	(156)
第五节	新闻标题的制作(下)	(162)
第六节	标题、提要题和大标题	(193)
第六章	新闻稿的配置	(197)
第一节	配置的意义和特点	(197)
第二节	稿件的组织	(200)
第三节	稿件的配合	(215)
第七章	版面编辑	(227)
第一节	版面的功能	(228)
第二节	版面的编排思想	(232)
第三节	版面空间	(237)
第四节	版面的编排手段	(246)
第五节	版面的布局结构	(251)
第六节	版面的美化	(263)
第七节	版式	(272)
第八节	版面的设计	(289)
第九节	激光照排	(296)
第八章	报道的策划与组织	(300)
第一节	报道策划与组织的意义	(300)
第二节	报道的类型——策划对象的分类	(303)
第三节	报道对象的价值判断	(305)
第四节	报道结构	(313)
第五节	报道规模	(322)
第六节	报道时机	(324)
第七节	报道方式	(332)
第八节	报道策划的组织实施	(340)

第九章 图片编辑	(345)
第一节 图片的种类及其在现代报纸上的地位.....	(345)
第二节 照片的选择与编辑.....	(349)
第三节 漫画、图示、图饰编辑.....	(363)
第十章 专刊和副刊编辑	(378)
第一节 专副刊的产生、发展与界说.....	(378)
第二节 专副刊的特性.....	(384)
第三节 专副刊的功能和类型.....	(389)
第四节 专副刊的内容设计.....	(397)
第五节 专副刊表现形式的选择.....	(409)
第六节 专副刊的个性.....	(420)
第七节 专副刊的作者与组稿.....	(426)
附录 一、中华人民共和国专业标准 校对符号及其用法	(435)
二、电子排版常用字体.....	(438)
三、标题正文字数(行数)换算表.....	(439)



概 论

第一节 当代报纸编辑工作

报纸编辑工作是伴随着报纸的诞生而出现的。在我国，早在唐代就有报纸，到清朝末年西学东渐，出现了《察世俗每月统记传》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、地位和学术价值得以逐渐确立。

社会发展与科学技术的进步推动着报纸这一历史悠久的大众传媒不断革新，面向 21 世纪的报纸编辑工作也因此站在一个新起点上。

一、21 世纪的报纸编辑环境

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接互补、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，报纸这一古老的大众传媒面对的是更加开放、也更具挑战

性的新环境。

(一) 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越来越显著的差异性、变动性特点，报纸的读者出现了不断“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越来越大。与此同时，社会转型期的新情况、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受到了前所未有的压力。

(二) 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2000年达到2 053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，报业竞争日趋白热化。在报纸高速发展的同时，电子新闻媒介也迅速崛起，2 000多家广播电台、3 000多家电视台成为报纸的强大竞争对手。广播以其优于报纸的传播时效、声情并茂的传播手段以及与听众实时交流的互动性吸引了大量听众，而且广播电台自20世纪90年代进行不断的专业划分后，出现了一大批像新闻台、经济台、交通台、教育台、儿童台等专业台或专业频道，以更加明确的定位和更加周到的服务占据媒介市场。电视作为20世纪末与21世纪初社会影响力最大的传媒更是业绩骄人，各省台已经纷纷“上星”，从而使竞争突破了地域的限制，如在北京地区，观众就能够收看到40多个电视频道的节目。电视在新闻传播方面展示出的优势对报纸尤其构成威胁。如中央电视台从1993年开始的电视新闻滚动播出，还有紧跟其后推出的《焦点访谈》、《新闻调查》等新闻栏目，都吸引了无数观众。正在迅速发展的网络媒介同样对报纸造成压力，2000年我国各类型网站已经突破一万，虽然其中不乏“昙花一现”者，但像“新浪”、“搜

狐”等一些实力雄厚的商业网站在新闻信息传播方面显示出来的强大攻势引人注目。网络传播的实时性、交互性，以及随着技术发展能够做得更好的多媒体传播，是报纸这种印刷媒介无法企及的。因此，报纸编辑工作在這些新媒体的冲击下，要参与新闻传播竞争，就要不断寻找和发挥自己的优势。

(三) 现代科技发展使报纸编辑处于崭新的技术环境

早在20世纪40年代，西方就研制出了与电脑相联的照排技术，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“光与电”的时代。继电子出版系统在报界普及之后，20世纪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，由此得到大量的新闻线索。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。20世纪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。而且，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，并且，图片的每一步流动都有历史记录。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。现代科技发展还展示了报纸新的发展前景，促进报纸编辑观念的革新。现代科学技术为报纸下一步发展提供了新的生存空间：报纸电子化。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，将《杭州日报·下午版》送上互联网，拉开中国报纸电子化的序幕。现在，已经有越来越多的报社开始在网络上建立自己的网站，或者借助其他网站在出版印刷媒介的同时推出报纸的电子版。报纸电子版与其印刷版相比，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，新一代电子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。从科技发展的前景看，电子报纸还将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报纸编辑更新观念，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、报纸编辑工作的内容及流程

报纸是以刊载新闻和时事评论为主的定期向公众发行的印刷出版物，是大众传播的一种重要载体，具有反映和引导社会舆论的功能。同时，报纸作为一种公开出售的文化产品，要通过市场流通实现其价值和使用价值，因此又具有商品属性。在市场经济条件下，报纸的编辑、出版和发行既是一项政治性很强的工作，又要遵循市场竞争的规律，实行企业化的经营管理。

报业作为信息产业的一部分，是由报纸生产和报纸销售两大系统有机组成的。报纸生产包括产品设计、信息采集、编辑和制版印刷等环节，参与这部分运作的主要有记者、编辑、排版录入人员、制版印刷工人等；报纸销售包括向读者出售报纸和向广告商出售广告版面两方面，参与这部分运作的主要是发行部和广告部的工作人员，他们通过广告代理公司和邮局、报刊发行公司等完成广告版面和报纸的销售任务。

报社内部的分工合作是以一定的组织形式固定下来的，其中负责报纸编辑出版工作的组织机构就是报纸编辑部。在计划经济时期，“编辑部”与“报社”地位相等，编辑部既管编报，又管经营，广告部、发行部都是报纸编辑部下辖的二级部门。改革开放以后，报纸逐步走向市场，报社这种“大编辑部小经营部”的内部结构表现出明显的弊端。1995年《羊城晚报》率先试行社长领导下的总编

辑、总经理负责制，报社作为最高一层机构，编辑部与经理部地位相等，成为报社下辖的两个二级部门，编辑部管办报，经理部管经营（包括广告、发行和多种经营）。这种新机制合乎市场经济新形势的需要，逐渐在报界得到推广。在这种新型的报社机构中，报纸编辑工作并未削弱，相反，依靠报纸日益健全的销售系统，报纸编辑能够更及时、更全面地把握读者构成和读者需求的变化，据此不断调整编辑方针，更有效地设计报纸、策划报道，不断改进各项编辑业务。

报纸编辑部的最高领导人是总编辑，最高领导机构是编委会。编委会是由正副总编辑和一些重要编辑部门的负责人组成的。

报纸编辑部下辖的部门是各专业部，如《人民日报》社编委会管辖之下，有总编室、评论部、经济部、教科文部、国内政治部、理论部、群工部、国际部、文艺部、记者部等部门。在一些报社，专业部直接负责报纸版面编辑工作，如总编室负责要闻版的编辑，经济部负责经济新闻版的编辑，国际部负责国际新闻版和国际副刊的编辑等，这些报社专业部的人员在家是编辑，出外是记者，称作“采编合一”。也有一些报社实行“采编分离”制度，专门设版面主编负责版面编辑工作，编辑人员不采访，专业部的记者只做采访工作，不承担编版任务。

总编辑与编委会对各专业部和各个版的领导，以及各个部门之间的协调合作，主要通过“编前会”制度来落实。“编前会”，就是在每期报纸组版之前，由报社的值班总编辑和编委或总编室主任主持、各专业部门负责人参加的版面协调会。各版主编在编前会上汇报第二天版面编排的设想和稿件情况，各部门沟通情况，对版面上可能出现的问题及时安排解决，对近期的重要报道选题进行落实和布置。此外，总编室除了负责要闻版的编辑，也负有协调其他各部门的版面矛盾的责任。

总之，在报业运作系统中，报纸编辑工作是报纸生产过程中的重要环节之一，其主要任务是设计和编辑报纸。我们可以这样概括报纸编辑工作：

报纸编辑工作指报纸编辑在报纸生产过程中所进行的一系列工作。报纸编辑工作的内容包括策划、编稿和组版三部分。策划指报纸的整体设计和新闻报道的策划与组织；编稿指分析与选择稿件、修改稿件和制作标题；组版指配置版面的内容和设计报纸版面。

报纸编辑工作是一项由众多环节组成的“系统工程”，不同的岗位，不同的业务职能，形成了编辑工作的多种类型。

报纸编辑工作种类的划分较为复杂，划分的标准不同，编辑工作种类也不同。