

美国报海见闻录

HU SHULI

BUSINESS

to Acquire MGM/UA Falls Apart

America to Free
Black Leaders

CALENDAR



美国 报海 见闻录

胡舒立 著

SCENES BEHIND AMERICAN NEWSPAPERS
VIEW FROM A CHINESE JOURNALIST

中国广播影视出版社

目录

引言.....	(1)
1 先翻开美国的报纸.....	(3)
双子城里的报摊 读报的学问 多版面,大趋势 哦,庞大的报纸帝国	
2 一对普通编辑夫妇的生活.....	(16)
超快节奏 湖滨住宅 安富乐道	
3 跨入《明尼阿波利斯明星论坛报》大楼.....	(23)
办公室还是车间 看杰克拼版 “编辑(editor)”的奥妙	
4 国内—国际编辑斯哥特和记者们.....	(32)
谁为斯哥特供稿 编辑与记者之间 记者温蒂的中国之行	
5 《圣保罗先驱快报》社论部.....	(44)
安和她的专栏 社论是怎样问世的 版面的“表情”	
6 “特大”与实用:《芝加哥论坛报》.....	(56)
“特大”内涵 自豪的“自由中心” 昨天和今天 它走进你的家庭	
7 记者:报纸第一环.....	(69)

- 美国式“记者梦” 杰米的一天 玛丽谈合格
记者 摄影记者——精采的配角 记者侧影
- 8 欧克莱尔小城的报业沧桑 (83)
十九世纪:“党争”与“党报” 今日《领袖电讯
报》:盈利与独立
- 9 发行经理罗尔夫·朗和他的事业 (89)
“电话订报服务系统”及其他 《领袖电讯报》
送报三途 零售的砝码有多重? 成功的发
行经理 铁的诚实原则
- 10 一万人如何组织他们的“登月飞行”..... (100)
“鹰巢” 环节 重心 流程
- 11 《洛杉矶时报》,鹰之报 (110)
《时报》与洛杉矶,谁造就谁? 追求:比金钱
更重要的 壮志未酬
- 12 “报评家”轶事..... (124)
走马上“任” “记者教授” 同事之间
- 13 在一家报业托拉斯的地方总部..... (133)
大报困之路 “点金术” 托拉斯是非辨
- 14 我的朋友希尔维亚..... (143)
生活:家庭——办公室 选择:小城——
首都 友情? 爱情?
- 15 《华盛顿邮报》的多方位透视..... (152)
水门:形势严峻 被若干专著研究过的报纸
总编辑和他的明星制 都市记者记事 从白
宫到国会山
- 16 《费城问询报》在问询..... (173)

罗伯特的价值天平:20%>80% 三个“作战”故事 没有明星,皆是明星 团队的力量

- 17 问询者们的足迹…………… (186)
1829年6月—12月,诺维尔—瓦尔克 1829
年12月—1889年,哈定父子 1889年—
1929年,艾尔韦森父子 1936年—1969年,
安宁伯格父子 1969年—1987年,奈特—里
德报系
- 18 访《纽约时报》…………… (200)
实习风波 从1851年开始的成功 档案
记录报上的“特别记录”《时报》向您微笑
它注视着世界
- 19 冷眼向洋看世界
——国际新闻与驻外记者…………… (223)
世界该有多大? “到什么山唱什么歌”,
谈何容易? 驻外记者——挑战与责任
特别“夫妻店” 骄子回国以后
- 20 《今日美国》,今日美国? …………… (241)
争议何来 初抵甘乃特 电视与新闻选择
“全国性”的文章怎么做? “希望新闻”内涵
从“麦克报”到“麦克纳吉特” 图片意识 并
非结论
- 结语…………… (270)
补记…………… (272)

附录:

西方新闻写作简介..... (273)

(一)新闻的基本形式 (二)新闻的品质

(三)导语写作 (四)讲演报道

(五)会议报道 (六)体育报道

(七)特技报道 (八)人物访问

(九)调查研究 (十)新闻职业道德

索引..... (285)

英文目录..... (294)

引 言

这本书,写的是一名中国新闻记者眼里的美国报纸界。

1987年6月,我获得了一个很宝贵的机会,到美国明尼苏达州参加一家民间机构“世界新闻研究所(WORLD PRESS INSTITUTE,简称W. P. I,又译世界新闻学院)”组织的青年国际记者旅行采访活动。这是一次涉及面极广的“强化”采访,除了最初的三周主要在明尼苏达州圣保罗市的大学里听课,其余的四个多月几乎都是在汽车轮子上度过的——我们从中西部到西海岸,再从南部到东海岸,最后经底特律回到圣保罗,前后走了25个州,晤谈了400多人,话题从美国的政治、经济、新闻舆论、科技到黑人贫民区、女权、非法移民,以及艾滋病、同性恋,无所不包,可谓地地道道的“面面观”了。

关于这次采访的报道,我已经发表在国内主要报刊上,今后可能会收入我的另一本书。但几年来我一直系念于怀并倾注主要精力的,是完成这本《美国报海见闻录》并使之问世。

写这本书的打算,去美国以前就有了。这缘由部分地是由于我近几年来一直对此有业余涉猎,兴趣甚浓,部分地是由于我当时身为从事中文报纸国内报道的记者,特别强烈地感到象我一样的千千万万国内新闻工作者确实需要了解这方面的信息。

从美国东道主事先寄来的采访日程表上,我也意识到写一本关于美国报纸的书是可能的。世界新闻研究所为我们安排了在大、中、小三类报纸(或其他新闻机构)的三次实习考察,每次不少于一周时间;而在美国各大城市旅行时,采访当地主要报纸也是重点项目。和我共同参加这次活动的其余九名记者,分别来自日本、匈牙利、挪威、西德、埃及、加纳、南非、巴西和澳大利亚,年龄均在30岁上下。他们都是自己国家著名大报、周刊或通讯社的杰出记者。我想到,他们对有“报纸帝国”之称的美国报界不可能没有兴趣,这或许也能成为我的书中很有价值的素材。

我还专门读了一些有关美国报刊的书;并且在听取了首都报界一些前辈和同仁的意见之后,写出了采访提纲。我比较明确地想到,我的书不应过于严肃和深奥,成为纯学术分析性专著;我要写的,是一个中国新闻记者在美国报界的亲身经历,是把我的观感和我所获得的关于美国报纸现状和历史信息传递给和我一样的读者们。这本书应当主要是一部新闻作品:生动可读,客观准确,信息充足,并且给读者留下思考的余地。本书的书名也是在当时想好的。

世界新闻研究所的活动定于1987年6月6日报到。我赴上海,经东京,转道纽约,于6月5日到达该所所在地明尼苏达州圣保罗市。从此,开始了我职业生涯中最紧张繁忙的五个月……

先翻开美国的报纸

圣保罗市是明尼苏达州的首府，位于美国中西部偏北地区，密西西比河的上游。在河对岸与这座多为哥特式建筑的僻静城市遥遥相对的，是由摩天大楼和繁华商业区组成的明尼阿波利斯市，明尼苏达州的许多大公司和著名的明尼苏达大学就座落在那里。由于上百年来密不可分的联系，两城素有“双子城”之称。

到美国时正逢大学放暑假，我们一行人下榻在圣保罗市马凯勒斯特学院的一处学生宿舍。那里真是个幽静的所在，几幢乳白色的小楼，周围绿树掩映，碧草茵茵，附近那条窄窄的马路上除了我们自己的两辆旅行车，就只能偶见来访者的汽车了。不过，新闻记者们是耐不住静的。一放下行李，大家纷纷向美国女领队考妮打听：“这里离市中心有多远？我们怎么买报纸啊？”

考妮笑答：“出门往东四个街区，再往北，有杂货店；往西一个街区，再往南，也有杂货店，都附设了报摊。一大早就买到当天的报纸”。

双子城里的报摊

过了这个村就没这个店——除了新创办的《今日美国》，在这里，并没有一家严格意义的全国性综合日报。

从那以后，我们就成了附近杂货店里的常客。我很快发现，双子城里最受欢迎的是两家“对手报”。一家叫《明尼阿波利斯明星论坛报》(MINEAPOLIS STAR AND TRIBUNE，以下简称《明尼阿波利斯报》)，一家叫《圣保罗先驱快报》(ST. PAUL PIONEER PRESS DISPATCH，以下简称《圣保罗报》)。大概是得了双子城的真传吧，这两家报纸很有些割不开的“情谊”：无论在哪里的报摊上，两报总是被同时陈列着，一样的头版彩页，一样的 25 美分一份，一样是晨报。不过几乎没人同时买两种报——都是那么厚厚一叠，拿不动，也没必要。到这时，两报就很有些势不两立的劲头了。

说真的，我当时比较喜欢《圣保罗报》，它办得较轻松，常有些极富人情味儿的文章。可我们记者团的挪威记者欧卡和匈牙利记者伊露娜都偏爱《明尼阿波利斯报》，说那里的国际新闻要多些，报纸也极严肃。后来我们才知道，这两家报纸都是美国典型的大城市报纸。当时，《明尼阿波利斯报》平日刊的发行量为 38 万份，《圣保罗报》平日刊的发行量为 19 万份，两家报纸在美国都有些名气。到了 1989 年底，《明尼阿波利斯报》平日刊的发行量已跃至 41 万份，成为美国发行量最大的 20 家日报之一了。

我们当然更想看美国那些著名的大报，可很难买到。双子城里的报纸零售业虽很发达，但在那种最普通的附设于杂货

店的小报摊上,除了“对手报”就只有一些杂志和专业性地方小报了。有时白天到城里,在专营书报生意的商店里能见到《纽约时报》(THE NEW YORK TIMES)和《华尔街日报》(THE WALL STREET JOURNAL)。街头还有分别属于这两家报纸的自动售报机。但要买得赶快买,若想去附近办完事再来抱这厚厚一叠,可能就没了。至于其他那些在中国国内就听得很熟的报纸,例如《华盛顿邮报》(THE WASHINGTON POST)、《洛杉矶时报》(LOS ANGELES TIMES)、《新闻日报》(NEWSDAY)之类,好像与双子城里的报纸零售业根本无缘了。

还有一份报纸,它的售报机在双子城、在美国其他大中小城镇、乃至在高速公路的加油站旁,几乎无所不见。这就是创刊于1982年9月的全国性综合日报《今日美国》(USA TODAY)。这家报纸当时在中国还不那么知名,但以后我就对它越来越熟悉了。

其实,双子城报摊上的情景是很好理解的。美国虽然报业发达,但除了新创办的《今日美国》外,并没有一家严格意义的全国性综合日报。斐声海外的《华尔街日报》毕竟属于偏重商业和金融的专业性日报。一些办得极其成功的综合性报纸,如《纽约时报》、《华盛顿邮报》等,在美国全国乃至世界上都有重大影响,但报纸仍有相当一部分内容是面向本地读者的,其实仍属地方报纸;其全国版在外埠也竞争不过熟悉地方公众兴趣的当地报纸,想在报摊上零售当然也就难了。所以,在美国就是要一路旅行一路读各地报纸,“过了这个村就没有这个店”!这个体会到后来就更深了。

读报的学问

一百个版的报纸怎么看——关于读报的 ABC。

第一次从报摊上捧回一份《圣保罗报》，我整整一个晚上没有出门。

美国的报纸实在太厚了！过去在国内，我有机会读到的美国报纸主要是《国际先驱论坛报》(INTERNATIONAL HERALD AND TRIBUNE)和《基督教科学箴言报》(THE CHRISTIAN SCIENCE MONITOR) 国际版。这类报纸是面向美国国外的，篇幅不是太大，内容也多为国际新闻。在大学作毕业论文时，我的题目是分析《纽约时报》的突发事件报道，曾经在北京图书馆的报库里很翻了些《纽约时报》，但毕竟只是研究某个专题。如今人在美国，读当天的地方报纸，好比北京人读当天的《北京日报》，有一种切近感，也就倍觉这里地方报纸篇幅之大，有些让人望洋兴叹了。在美国，大型对开日报的平日刊在 70 页上下，星期天刊则有 200 多页。这些报纸多是一二十版为一组，象国内八个版的《人民日报》那样对开套叠起来，然后分成若干组，摺在一起再对折，算是一份报。平时在报摊上出售的报纸，每份少说也有两公分厚。

我们在圣保罗的那些日子里，时间是很紧张的。白天要采访，要听课，要参加各种午餐会、酒会，晚上还要看材料，看录相片。此外，我们这伙记者还常常相约出去逛街，以了解色彩纷呈的异国生活。美国人习惯于在早餐桌上看报，一天中很少见他们俯在办公桌前一页一页地翻报纸。由于我看惯了国内那种“轻量级”报纸，所以连在汽车上翻那厚厚的美国报纸

也觉得麻烦。晚上在写字台前摊开报纸，我不但想读新闻，想了解社论的内容，而且还想浏览那些服装、食品之类的广告。一个半小时过去了，一份报纸才翻了一半。

放在墙角，明天再看吧。可次晨又有了新的厚厚一迭。“新闻象鱼”，谁不向往新鲜的呢？想一想，几周下来，这报纸当是几米高的一座小山了。

可没几天，我就慢慢习惯了这种大篇幅报纸，越读越有味，觉得在生活中必不可少。说来，这里还有个读报的“学问”呢。

美国的日报平日刊一般分四组。A组为新闻版，主要刊登读者共同关心的国内外新闻。读A组文章时，可先大略读下一版新闻。美国报纸都极重视一版的新闻容量与可读性。一般较严肃的报纸除安排二至三幅图片外，要刊登七八条新闻，每条又都在内页转版。此外，多数报纸在A1和A2都有关于报纸要闻和目录的介绍。

以《纽约时报》为例。该报在每天的A1下方，有一个两栏宽、12公分高的《内页》(INSIDE)专栏，一般登三至四条内页新闻概要，常配有照片。概要下方还有该报目录，先用黑体字标明《新闻撮要》(NEWS SUMMARY)位于A2，然后用一般字体标明“书评”、“桥牌”、“金融消息”、“讣告”等各类报道所在的版面。

了解要闻的关键是读A2。《纽约时报》A2除广告外，都是《新闻撮要》专栏。在这里，几十条要闻分“国际”、“国内”、“地方”等类一一列出，每条文字在五至六行，读了可知大概。如想进一步读，按文末标明的版面去找就行了。《新闻撮要》的后半部，还有关于“体育”、“艺术”、“社论”、“来信”各类的概要，每

条多为一句话。如果你有兴趣又有时间,可以再去阅读全文。

除了A组,美国日报的平日刊还有B、C、D组,有的报纸还有E组以至更多。这些都属于报纸的专刊和副刊。各报专刊和副刊的内容不尽相同,但主要是《都市》、《体育》、《生活方式》、《经济生活》等等;还有一些副刊,如《汽车》、《房产》、《妇女》、《旅游》、《书评》等,就不是每天都有了。

一般来说,每组专刊副刊的一版都有大字题头,有如报纸的报头。一版的左侧或与题头并列处还有该刊的目录和要闻。这就是更具体、更细致的读报指南了。

中国读者可能会想,每天那么多专刊副刊,谁读得过来呀?订户会不会觉得吃亏呢?这又是一种习惯和观念上的差别。美国人很讲究选择性,报纸内容多,选择性才强。其实专刊副刊不是针对所有读者的共同兴趣创办的,只是投一部分人之所好而已。比如许多美国人是体育迷,读报时浏览完要闻,只读《体育》刊就行了。而热衷于做买卖、玩股票的,可能仅以读经济类专刊为主。我就见过有的美国人,买了报就把其中自己不喜欢的专刊当场扔掉。当然这兴趣又可以经常跳跃,所以大篇幅综合性报纸才受欢迎。而且一份报纸的价钱不过相当于打一两个市内电话,谁会觉得吃亏呢?

美国的日报一般为每周五至六期,如果星期天仍有报,称星期天刊,可以单独发行订阅。星期天刊的篇幅为平日刊的一倍,除新闻版外,还增加许多专刊副刊,其内容比较轻松,也更讲究可读性。至于读报的方法,当然也是从目录入手比较节省时间。可因为美国人是周五工作日,到了周末往往空闲,也常看到人们坐在家中翻一两小时报纸的。

据美国报纸发行人协会调查统计,日报读者平均每天用

45 分钟读报纸的平日刊,用 62 分钟读星期天刊。这就是美国式的节奏。

在美国的报纸上,广告占 60% 以上,有的专刊副刊一连十个版都是分类广告。星期天刊的广告就更多了。但广告是养报纸的。报纸篇幅那么大,平均零售价才几十美分,连油墨钱都收不回来。事实上,报纸总收入的 70% 左右都来自广告。而且报上的广告也多为生活广告,有趣而实用,并非总印着机器、齿轮之类。不少家庭妇女订报就是为了看广告。对一般读者来说,报纸内容丰富,想读什么又知道怎么找,也就不觉得广告累赘了。

多版面,大趋势

“只有四页?”——外国记者们对我所在的报纸只有四个版感到吃惊。

在美国呆得久了,对报纸的版面之多印象越来越强烈。我注意到,不仅严肃的大型报纸,而且各种发行量极小的小城镇报纸以及四开小报,都有数页之厚。美国有不少中文报纸,多是些家族小本经营,加上中文特有的凝练达意,版面不至太多,但一般也在 20 页以上。我还参观过一家监狱,顺手拿了儿份犯人自办的小报,一看,也是每期 16 页。于是我逐步感到,谈到报纸的外在形式,这种多版面大篇幅当属一种趋势。

美国报纸的发展历史也表明了这一点。十九世纪的美国报纸,曾是对开的四页报。但本世纪以来,篇幅不断增多。从

下表可看出二次大战以后各类报纸平均页数的增长趋势^①：

年代	晨报	晚报	星期天报(刊)
1946	23 页	24 页	71 页
1956	34 页	35 页	107 页
1966	45 页	45 页	140 页
1974	63 页	57 页	188 页
1980	72 页	60 页	208 页
1986	79 页	66 页	232 页

美国报纸向大篇幅发展的原因很多,主要是为了在竞争中保住并扩大读者群。这里谈到的竞争,包括报纸与广播电视的竞争,也包括严肃大报与黄色下流小报的竞争。简要地说,美国广播电视极其发达,人们往往从电视和汽车收音机里首先获得新闻。报纸必须尽可能使新闻详尽,增加介绍背景和分析前景的解释性新闻,以满足读者需要,显出自身的优势。此外,一些黄色下流小报擅用迎合某些“大众”口味的东西吸引读者。严肃大报为了保持自身风格,往往用增开专刊副刊的方法使报纸内容多样化,以争取读者。

报纸篇幅巨大,带来的纸张消费是惊人的。据统计,美国1989年消耗的新闻纸达12343000吨。不过由于造纸技术发达,美国所使用的新闻纸中37%可在回收后制成新的新闻纸或其他产品,报纸又成了回收率高居第三位的工业产品。

① 根据《美国报纸事实》(《FACTS ABOUT AMERICAN NEWSPAPERS》, published by the American Newspaper Publishers Association, Washington, 1981—1987.)。

其实,大篇幅报纸不是美国独有的。记得到圣保罗之初,考妮安排了一项活动,让我们这十名记者各自介绍自己的职业和经历。每人谈完以后,还要拿出自己国家的报纸或杂志,让大家开开眼界。在匈牙利通讯社当编辑的伊露娜拿出了著名的匈牙利《人民自由报》(NEPSZABADSAG),那是其他各国报纸中最薄的一份,只有12个版。人们看了似乎还不觉得什么。可我拿出那份印制很好、纸张也不错的对开《工人日报》后,却使所有的人大吃一惊。“怎么,只有四个版?”提问者是不可思议的口气。

还有一次,事业心很强的澳大利亚《世纪报》(THE AGE)记者马克向我谈到想来中国,也许可以为中国的英文日报工作,谈得很认真也很诚恳。可当我告诉他中国唯一的英文日报《中国日报》只有八个版后,他叹惜一声便不再提此事了。

我想,应当说,大篇幅是世界报业很广泛的当代特征。没有形式就没有内容,没有大篇幅就没有报纸内容的多样化。这实在是我们中国报纸工作者和事业家们应当正视的现实!

哦,庞大的报纸帝国

1626家日报+7506家周报=1.1亿份发行量

说到这儿,我想对整个美国的报纸业概况做个数字性介绍。这些数字本在我抵美当天即从世界新闻研究所发的一本小册子中获知了,为使其更加“新鲜”,我在本书出版之前又专函索要了1990年的最新统计结果。在介绍这些数字时,我再加几句分析。

——1989年,全美共有1626家日报,其中早晨出版的晨报530家;下午出版的晚报1125家,包括一天出若干版、全天销售的全日报29家。这个数字比上年略有下降,比战后最高的1950年减少146份。

——美国日报1989年的总发行量为62649218份。其中发行量在5万份以下的有1362家;发行量在5万份至10万份的有139家;10万至25万份的81家;超过25万份的44家。总发行量比上年稍有下降,但比五十年代初期增加1082万份。总的看来,美国日报发行量近40年来呈上升趋势。一些质量较高的严肃大报,如《纽约时报》、《华盛顿邮报》等,近年来发行量明显上升。(参见本章附表1)

——在美国的日报中,多数报纸一周仅出版五至六期,类似我国的《中国日报》。日报且出星期天刊的,1989年有847家。这种星期天刊可单独发行,总发行量为62008154份,在战后40年的美国报刊史上,明显呈不断增长的趋势。

——1989年美国日报平日刊的读者共计113337000人。这个数字在绝对值上虽保持了上升趋势,但仅占全国成年人的64%,比1970年下降了18个百分点。报纸星期天刊的读者共计119349000人,占成年人的67%。该比例比1970年下降了5个百分点,在整个八十年代没有下降。

——1989年,美国共有7606家周报,共发行52919846份。六十年代至今一直是大幅度上升趋势。

——美国报纸1989年的广告收入在全国广告总费用中占26.1%,较之其他传播媒介,如电视、广播、杂志的广告收入,仍属领先地位。但这个比例比1980年下降了2.4个百分点,比历史上最高的1945年降了19.9个百分点。