

新闻传播类专业实用型核心教材

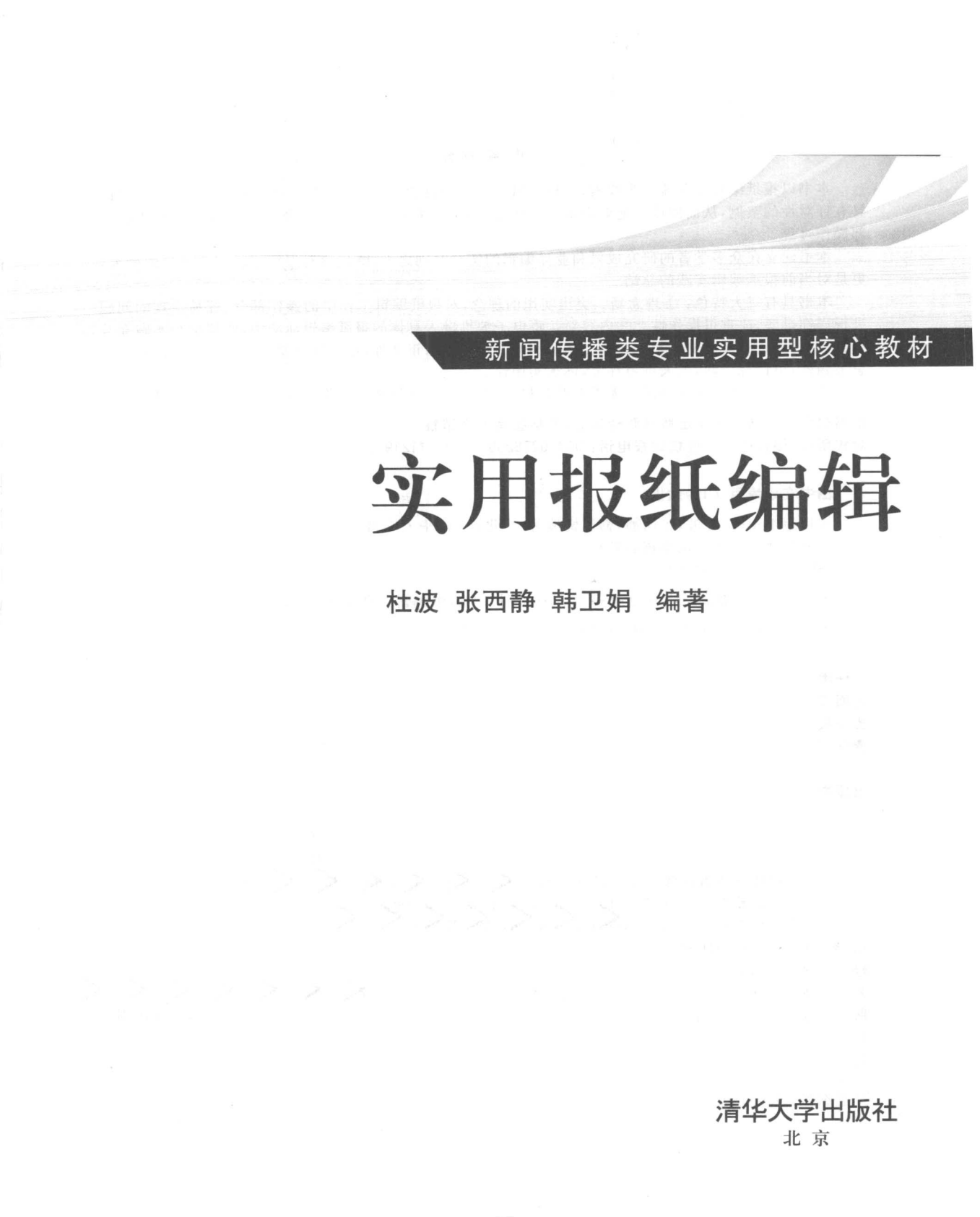
实用报纸编辑

杜波 张西静 韩卫娟 编著

Journalism and
Communication

清华大学出版社





新闻传播类专业实用型核心教材

实用报纸编辑

杜波 张西静 韩卫娟 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书以报纸编辑业务流程为线索,分析编辑过程中的理念,详细介绍各个环节的操作方法,并配以具有针对性的案例,从而使读者能够系统掌握从设计报纸、策划报道、选稿改稿到组版及电子排版的全部操作过程。

本书建立在众多学者的研究成果和业界编辑的实践基础之上,既包含对报纸编辑相关理论的研究,更是对当前报纸编辑实践的总结。

本书具有三大特色:①理念新。突出实用的理念,对报纸编辑工作中的操作部分、容易出现的问题进行详细讲解,注重可操作性。②内容新。将电子编排融入具体的报纸编辑活动中,使理论与实践充分结合,书中的资料及案例也是较新的。③体例新。每章中除正文外,还有知识要点、资料链接等部分,除思考题外,单设练习题,加大练习环节,体现实用性。

本书可用作高等院校新闻传播类专业教材,也可供从事媒体相关工作的人员作为参考书使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

实用报纸编辑/杜波,张西静,韩卫娟编著. —北京:清华大学出版社,2014

新闻传播类专业实用型核心教材

ISBN 978-7-302-34662-3

I. ①实… II. ①杜… ②张… ③韩… III. ①报纸编辑—高等学校—教材 IV. ①G214.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 290860 号

责任编辑:陈砺川

封面设计:傅瑞学

责任校对:袁 芳

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印装者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:18.5

字 数:380千字

版 次:2014年2月第1版

印 次:2014年2月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:41.00元

产品编号:056058-01

前言

21 世纪以来,随着新闻传播业的巨大变革、“全媒体”时代的到来,许多新闻传播院系纷纷以“新闻编辑”取代过去的“报纸编辑”课程。虽然编辑工作有诸多共性,然而“新闻编辑”概念较为宽泛,报纸编辑、电视编辑、网络编辑等不同媒体的编辑内容都被包含其中,其提法很难详细地将不同媒体的编辑理念和操作方法涵盖其中。

我们大胆地反其道而行之,认为“新闻编辑”是一个系列工作,而“报纸编辑”是“新闻编辑”系列课程的一个基础,有其自身的特殊性,需要更详细地考察。只有建立在充分考虑不同种类媒体特性基础之上的编辑,才是全媒体时代的编辑。

在这样的思路下,几位来自不同学校、奋战在高校新闻学专业教学一线的教师走到了一起,准备编写一本专述报纸编辑的书。报纸编辑工作需要各种新闻业务能力的融会贯通,因此书中的内容以体现实用性作为目标。这也就是本书写作出版的初衷。

书中内容建立在众多学者的研究成果和业界编辑的实践基础之上,既包含对报纸编辑相关理论的研究,更是对当前报纸编辑实践的总结。在报纸编辑学领域,叶春华、郑兴东等学者曾出版过一批较高质量的著作,我们认真总结和借鉴了诸位学者的研究成果,并努力使这些理论更加实用化;书中的各种案例也都是近年来的报纸实践,是各报纸编辑们的劳动成果。他们的默默付出,是我们必须要感谢的。

全书除第 10 章外,正文前均有“知识要点”,可以帮助读者迅速掌握本章内容。“资料链接”部分的材料或案例可以作为章节有益的补充。“思考题”是本章内容的回顾,而“练习题”则是精选的实战操练内容,以检查读者对内容的掌握情况。第 10 章的内容以方正飞腾为例,讲解排版软件的操作方法,以求读者能够在读完本书后,掌握从策划、编稿到组版的报纸编辑全过程。

本书的主要编著者都曾讲授报纸编辑课程多年,也都有报纸编辑实践经验,但在书稿的写作和统稿过程中不断出现各种挑战,使本书的出版一再延期。书稿从筹划、准备开始,经过反复讨论和修改,到最后完成,历时整整 3 个冬夏。

本书是集体协作的结晶,前期由杜波策划,最后由杜波、张西静统稿。全书共分为 10 章,各章具体的编写分工如下。

第1章：杜波；第2章：韩卫娟、杜波；第3章：张西静；第4章：韩卫娟；第5章：韩卫娟、张西静；第6章：张西静；第7章：张西静；第8章：王琛元、杜波；第9章：杜波；第10章：杜波。

本书的出版得到了长安大学的支持，清华大学出版社的编辑为本书付出了大量精力，在此表示由衷的感谢。

由于学识有限，书中偏颇和不足之处在所难免，我们真诚期待各位专家与读者的批评、指正。

杜 波

2013年10月

目 录

第1章 绪论	1
1.1 “编辑”的内涵	2
1.1.1 “编辑”的含义	2
1.1.2 当代报纸编辑工作	4
1.2 报纸编辑工作内容	9
1.2.1 报纸编辑工作的流程	9
1.2.2 报纸编辑工作的分工	12
1.2.3 报纸编辑工作的特点	13
1.3 报纸编辑人才的要求	16
1.3.1 基本修养	16
1.3.2 知识结构	18
1.3.3 业务能力	20
思考题	30
练习题	30
第2章 报纸设计	31
2.1 报纸设计的依据	31
2.1.1 外部环境因素	32
2.1.2 内部条件因素	34
2.2 制定报纸编辑方针	37
2.2.1 报纸读者对象的设定	37
2.2.2 报纸传播内容的设定	38
2.2.3 报纸水准的设定	39
2.2.4 报纸风格特色的设定	40
2.3 设计报纸产品	43
2.3.1 报纸规模与结构的设计	43
2.3.2 报纸各个局部的设计	44

2.3.3 报纸外部形象的设计	45
2.4 报纸设计的流程	47
2.4.1 策划预备阶段	47
2.4.2 方案设计阶段	48
2.4.3 试行方案阶段	50
思考题	53
练习题	53
第3章 新闻报道策划	54
3.1 新闻报道策划的内涵与意义	55
3.1.1 新闻报道策划的含义	55
3.1.2 应该厘清的相关概念	55
3.1.3 新闻报道策划的意义	60
3.2 新闻报道策划的类型与依据	63
3.2.1 新闻报道策划的类型	63
3.2.2 新闻报道策划的依据	66
3.3 新闻报道策划的原则	67
3.3.1 真实性原则	68
3.3.2 创新性原则	69
3.3.3 实效性原则	73
3.3.4 灵活性原则	74
3.3.5 可行性原则	74
3.4 新闻报道策划的流程及内容	74
3.4.1 策划筹备,确定选题	74
3.4.2 设计报道策划方案	76
3.4.3 策划方案的修正阶段	81
思考题	84
练习题	84
第4章 稿件的分析与选择	90
4.1 分析与选择稿件的意义与程序	90
4.1.1 分析与选择稿件的意义	90
4.1.2 分析与选择稿件的程序	92
4.2 新闻价值分析	93

4.2.1 及时性	93
4.2.2 重要性	94
4.2.3 异常性	94
4.2.4 显著性	95
4.2.5 接近性	95
4.3 社会效果分析	98
4.3.1 分析社会效果的性质	98
4.3.2 分析社会效果的主次	99
4.3.3 分析社会效果的表现	100
4.4 报纸适宜性分析	103
4.4.1 分析是否符合报纸读者定位	103
4.4.2 分析是否符合报纸性质和报道重点	104
4.4.3 分析是否符合报纸的水准和风格	104
4.5 稿件选择应注意的问题	107
4.5.1 充分利用来稿	107
4.5.2 注意选稿的动态性	108
4.5.3 注意平衡报道	108
4.5.4 注意稿件发表的时机	110
思考题	113
练习题	113
第5章 稿件的修改	116
5.1 校正	117
5.1.1 事实的校正	117
5.1.2 观点的校正	125
5.1.3 语言文字的校正	128
5.2 稿件的压缩与增补	132
5.2.1 压缩	132
5.2.2 增补	136
5.3 稿件的改写	139
5.3.1 改变主题	140
5.3.2 改变角度	140
5.3.3 改写导语	140
5.3.4 改变体裁	141

5.3.5 改变结构	143
5.3.6 分篇	143
5.3.7 综合	143
5.4 稿件修改的注意事项	146
5.4.1 稿件修改的方式	146
5.4.2 稿件修改的程序	147
5.4.3 稿件修改中要注意的问题	147
思考题	150
练习题	150

第6章 新闻标题 153

6.1 新闻标题发展概述	154
6.2 新闻标题的功能	155
6.2.1 提示新闻内容	156
6.2.2 体现新闻价值	157
6.2.3 激发阅读兴趣	158
6.2.4 评价新闻内容	160
6.2.5 美化报纸版面	161
6.3 新闻标题的类型与结构	162
6.3.1 新闻标题的类型	163
6.3.2 新闻标题的结构	169
6.4 新闻标题制作的方法	171
6.4.1 新闻标题制作的原则	171
6.4.2 新闻标题的制作步骤	174
6.4.3 新闻标题的制作技巧	175
思考题	185
练习题	185

第7章 新闻稿件的配置 188

7.1 新闻稿件配置概述	189
7.1.1 新闻稿件配置的含义	189
7.1.2 新闻稿件配置的意义	189
7.2 新闻稿件的组织	191
7.2.1 综合性编排	191

7.2.2 同一性编排	192
7.2.3 专栏编排	196
7.2.4 专版编排	200
7.3 新闻稿件的发展	201
7.3.1 配资料	201
7.3.2 配评论	202
7.3.3 配图片	203
思考题	204
练习题	204
第8章 图片编辑	205
8.1 图片的种类及作用	205
8.1.1 图片的种类	206
8.1.2 图片的作用	207
8.2 新闻照片的选择和编辑	210
8.2.1 照片选择的标准	210
8.2.2 照片的采用方式	213
8.2.3 照片的编辑	214
8.3 漫画、图示和图饰的编辑	219
8.3.1 政治、社会性漫画	219
8.3.2 漫画插图	220
8.3.3 新闻图示	221
8.3.4 图饰	224
思考题	232
练习题	232
第9章 版面设计	233
9.1 版面的功能与术语	233
9.1.1 版面的功能	234
9.1.2 版面基本术语	235
9.2 版面编排手段	238
9.2.1 字符	238
9.2.2 图像	240
9.2.3 线条	241
9.2.4 色彩	242

9.3 版式	249
9.3.1 垂直式	249
9.3.2 水平式	251
9.3.3 纵横结合式	251
9.3.4 大图片式	252
9.4 版面中的文字关系	254
9.4.1 题文关系	254
9.4.2 转接关系	256
9.5 版面设计的原则和步骤	257
9.5.1 版面设计的原则	257
9.5.2 版面设计的步骤	259
思考题	265
练习题	265

第10章 电子排版 266

10.1 方正飞腾的基本操作	266
10.1.1 实验目的	266
10.1.2 实验内容	266
10.2 方正飞腾的文字设置	270
10.2.1 实验目的	270
10.2.2 实验内容	270
10.3 方正飞腾的图形图像处理	274
10.3.1 实验目的	274
10.3.2 实验内容	274
10.4 方正飞腾的对象操作	276
10.4.1 实验目的	276
10.4.2 实验内容	276
10.5 方正飞腾的整体编排	279
10.5.1 实验目的	279
10.5.2 实验内容	279
练习题	280

附录 校对符号及其用法（中华人民共和国国家标准） 281

参考文献 285

绪 论

知
识
要
点

(1) 编辑是对已有的文章和资料进行收集、选择、整理和加工,使之适合传播目的与复制要求的劳动。

(2) 当代报纸编辑既面临着复杂的社会变革、新闻体制改革和读者需求的变化,又要面对报业内部的竞争、不同类别媒体的竞争、媒介融合的趋势,充满了机遇和挑战。

(3) 报纸编辑的流程主要分为策划、编稿和组版 3 个部分。策划指报纸设计和新闻报道策划;编稿指分析与选择稿件、修改稿件和制作标题;组版指配置版面内容和设计报纸版面。

(4) 报纸编辑工作是报纸及其新闻传播活动的“总设计”与“总指挥”,是新闻传播活动的“集大成者”和“总把关”,也是对新闻素材的“再认识”和“再创作”。

(5) 报纸编辑人才需要有理论修养、知识修养和职业道德修养;同时应具备信息能力、鉴别能力、创造能力、组织能力、现代化技术与工具的运用能力。

编辑活动自古有之,但早期并没有专职的编辑,中国近代随着新闻出版事业的发展,编辑在新闻出版机构中的地位与作用日益凸显,才出现了专门从事编辑工作的人员。媒介的种类不断增加,编辑的职业分工也越来越细,不仅有最传统的书籍编辑,也出现了报纸编辑、期刊编辑、广播编辑、电视编辑,还产生了网络等新媒体编辑。虽然编辑工作有一定的共性,但事实上,不同媒介的编辑工作依然存在着较大的差别。

报纸编辑工作是报纸生产环节中的重要组成部分,贯穿于整个报纸生产过程。从编辑方针的制定到系列报道的策划,从稿件的选择到一篇稿件的加工处理,从稿件的组织发展到版面设计,都离不开编辑工作。可以说,报纸编辑的水平决定了一份报纸的水平。

1.1 “编辑”的内涵

1.1.1 “编辑”的含义

“编辑”二字在中国古代就已出现,从20世纪开始被广泛使用,但“编辑”一词在不同的历史时期有着不同的内涵和所指,回顾“编辑”的含义有助于我们更深刻地理解当代报纸编辑工作。

编辑活动是人类社会发展到一定历史阶段后产生的,它的基本条件是:文字的产生、记载文字的物质载体和社会分工的出现、社会交流文化信息的需要。《辞源》对“编辑”的解释为“收集材料,整理成书”,《辞海》释义为“辑补书籍”,都是指收集资料,然后加以整理加工。

“编”字最早的含义是指穿联龟板或竹简的皮条或绳子。在古代,较长的内容不能在一片龟板或竹简上书写完,于是需要用绳将竹简按顺序排列。《史记·孔子世家》中称孔子年少时学习刻苦,“读《易》,韦编三绝”,即是说装订竹简的绳子多次被磨断。到汉代时,“编”字被引申为书籍和书的计数单位,指一部书或书的一部分。《汉书·张良传》记载:“有倾,父亦来,喜曰:‘当如是。’出一编书,曰:‘读是则为王者师。’”颜师古注:“编谓联次之也。联简牍以为书,故云一编。”东汉许慎的《说文解字》中称:“编,次简也,从系,扁声。”清代段玉裁《说文解字注》中进一步解释道:“以丝次第竹简而排列之,曰编。”这个“编”字,即表示用绳子按照顺序穿联竹简。

“辑”字原意是和谐,最早出自《诗·大雅·板》:“辞之辑矣,民之洽矣。”毛《传》曰:“辑,和。洽,合。”这里的“辑”与“洽”意近,均指和谐。到了汉代,“辑”字的含义发生了变化,有了收集整理之意。东汉许慎《说文解字》说:“辑,车舆也。”清代段玉裁注释:“舆之中无所不居,无所不载,因引申为敛义。”这就是说,车舆可以用来贮积、负载、运输更多物体,又引申为聚敛、集合并使之中心协调,易于运行。《汉书·艺文志》:“夫子既卒,门人相与辑而论纂,故谓之《论语》。”这里的“辑”作为动词,已经有了对资料进行收集整理的意思。

“编辑”二字连用成词,最早出现于南北朝时期,《南史·刘苞传》载:刘苞“少好学,能属文,家有旧书,例皆残蠹,手自编辑,筐篚盈满”。唐代以前,印刷术尚未发明,这里说的“编辑”,是指对手抄本的补充校正,也带有整理的意思。

雕版印刷术发明之后,出版业迅速发展。《宋会要》记载:宋雍熙三年(公元986年),“翰林学士宋白上《文苑英华》,上览而善之,诏答曰,近代以来,斯文浸盛,虽述作甚多,而妍媸不辨。遂令编辑,上取菁华。”这里说的“遂令编辑,上取菁华”,就与现代出版工作中的“编辑”一词的含义相近了。

古代的“编辑”概念的容量比较大,它既可以指文字资料的收集和整理,又可以理解为对古籍的校对整理,还可以解释为收集材料整理成书。与“编辑”含义相近的有“编纂”,也指的是整理加工的成书活动。另外,还有“编撰”,“撰”字的含义为写作,所以编撰就是编著或编写的意思,带有著述的性质。在古代编辑活动中,编著合一的现象普遍存在,因此“编撰”一词也被大量使用。

到近代,编辑的概念已经不同于古代,它突破了书籍的领域,甚至超出了文字的范畴,编辑活动最终的成品多种多样,报纸、杂志、广播、电视、网络等都有了自己的专业编辑活动和编辑业务。

可以认为:编辑就是对已有的文章和资料进行收集、选择、整理和加工,使之适合传播目的与复制要求的劳动。

在当代,编辑还有两种引申的含义:第一,表示一种职业,即从事编辑活动的人;第二,表示一种职称,无论在新闻专业系列中还是在出版专业系列中,“编辑”都属于中级职称。

中国古代有不少著名的编辑家,虽然他们从未以编辑自称。如孔子编辑“六经”:《诗》、《书》、《礼》、《乐》、《易》、《春秋》,作为私人讲学的教科书,完成了中国古文献的首次选订和删定。在编辑的过程中,孔子已经有了明确的编辑思想。他编辑《诗》的原则是“去其重,取其可施于礼义”,编辑《春秋》的立场是“据鲁、亲周、故殷”。

除此之外,中国古代还有许多著名的编辑活动。吕不韦组织编辑《吕氏春秋》,司马迁编撰《史记》,萧统编辑《昭明文选》,徐陵编辑《玉台新咏》,司马光编撰《资治通鉴》,谢缙主持编辑《永乐大典》,陈廷敬编辑《康熙字典》,陈梦雷及蒋廷锡编辑《古今图书集成》,孙士毅等主持编辑《四库全书》……据统计,1911年前,中国共出版了书籍约18.1万册(部),这些书籍的出版都是编辑家和众多无名的编辑们工作的成果,也为中国的文明做出了巨大的贡献。

中国进入近代以后,随着出版事业的现代化,编辑活动在规模和速度上也有了很大的发展。魏源编辑《海国图志》;点石斋、同文书局等开设专门的编校机构;夏瑞芳等创办商务印书馆,成立专门的编译所是一个具有相当规模的近代化出版机构的编辑部,张元济出任编译所所长;陆费逵成立中华书局,大量组织教科书、辞书、期刊出版,与商务印书馆竞争;陈独秀等编辑《新青年》;宗白华编辑《时事新报·学灯》、孙伏园编辑《晨报副刊》和《京报副刊》、邵力子编辑《民国日报·觉悟》;邹韬奋编辑《生活》……这些都是近现代中国编辑史上可圈可点的大事。

虽然中国在唐代就出现了邸报,但是国外报纸的发展要比中国迅速。1450年,德国的古登堡发明了手摇金属活字印刷机。自1529年起,欧洲的一些地方出现了第一批不定期出版的印刷小报,内容有奇闻轶事、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,才出现了《察世俗每月统记传》等近代报刊,报纸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。

目前,我国设立的“长江韬奋奖”是全国优秀新闻工作者最高奖,每年评选一次,由中华全国新闻工作者协会主办。其中,“韬奋系列”为编辑出版系列的最高奖项,它的设立就是为了纪念我国现代著名的编辑出版家、三联书店的创办者邹韬奋,表彰和鼓励对出版事业做出重大贡献的编辑出版工作者。

1.1.2 当代报纸编辑工作

当代社会纷繁复杂,社会变化加剧,媒介技术快速发展,在这样的环境下,报纸编辑工作面临着新的发展机遇,又面临着前所未有的挑战。

1. 面临新的社会环境

(1) 社会变动和社会改革

报纸编辑工作面临着新的社会环境。当今社会充满了变数,出现了更为错综复杂的局面,为编辑工作增添了难度。

从国际上看,世界格局向多极化发展,和平与发展成为当代主题,但影响和平与发展的不确定因素在增加:霸权主义危害上升、强权政治有新表现、民族和宗教矛盾时有发生、领土争端导致的局部冲突此起彼伏。另外,世界经济出现全球化、一体化的趋势,资本在全球进行优化配置和快速流动,国际产业结构重组加速,产业知识含量不断增加。

从国内看,我国社会主义正处于初级阶段,社会主义制度还不完善,生产力不发达的情况尚未根本改变,地区发展很不平衡。同时,我国已经进入全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化建设的新时期。人们日益增长的物质文化需要同落后的社会生产力之间的矛盾仍然是我国社会的主要矛盾,由于日趋激烈的国际竞争带来的各种压力,深化改革涉及广大人民群众相互关系和切身利益的进一步调整,因此,我国现阶段是一个逐步走向辉煌的时期,也是一个矛盾和困难丛生的时期。

这种快速发展和变动的社会环境催生出无数的新闻事实,为当代报纸提供了更为丰富的新闻源,同时也进一步增加了报纸编辑人员判断和把握新闻的难度。

(2) 新闻体制的改革

新闻出版体制改革深入进行,在积极稳妥推进报刊改革的同时,正在推动出版传媒企业的集团化建设和上市融资。报刊改革分为不同性质的两类:一类是非时政类报刊出版

单位体制改革,它们实行转企改制;另一类是时政类报刊包括党报党刊,它们将实行两分开的改革,即采访编辑和发行经营分开,组建报业集团、传媒集团,做到半小时发行圈,时效性大大提高,覆盖面扩大。

在传统的新闻观念中,新闻只是宣传的一部分,只报道成就、不报道问题,重视宣传的广度和强度、忽视宣传的深度和效度,特别是对突发事件信息不公开,强调控制媒体,结果往往事与愿违。随着新闻体制的改革、政府职能的转变和受众可选择性的增加,新闻媒体更加尊重新闻规律,信息及时公开,满足老百姓的知情权。媒体话语也从官方语言走向受众语言,以避免将新闻埋葬在官话之中。

新闻体制改革让媒体的职能和定位发生深刻转变,从以往单纯的宣传工具转变为新闻信息的传播手段,对编辑工作提出了新的要求。

(3) 读者需求的变化

当代读者的信息需求量明显增加。信息需求是随着国内外环境的变化而变化的,随着社会变化的加速,人们对信息的需求变得比以往任何时候都更为迫切,如今读者需要的信息种类和数量比20世纪明显增多了。

随着对报纸信息量上要求的提高,读者对报纸所提供的信息在“质”方面的要求也越来越高。读者要求报纸所提供的信息具有更强的针对性、更高的时效性、更好的适用性。由于每个人所承担的社会角色均具有多元性,他们对信息的需求也不同,不同类型的读者具有不同的信息需求特点,而报纸必须要满足读者的这些需求。

报纸中提供越来越多的信息,读者很多已经是在“看”报纸,而不是“读”报纸。如何以读者感兴趣的方式提供读者感兴趣的信息,是当今报纸编辑工作必须考虑的一个看似简单,但又往往被忽视的深刻问题。

2. 面临激烈的市场竞争

(1) 报业内部的竞争

我国的报纸实行国家统一管理,并分配统一刊号,如中国新闻社主办的《中国新闻报》国内统一刊号为CN11-0001。我国公开出版的报纸总数基本不变,但近年来每年都略有下降,2012年,我国公开出版的报纸为1918种。在报纸行业内部,党报、都市报、晚报、行业报之间竞争激烈。

党报曾经绝对属于报业权威,但从20世纪90年代中期开始,除《广州日报》等少数党报外,大多数党报游离于市场之外。随着一批批都市报、晚报的崛起,党报在城市的生存空间缩小,发行量大幅下降,一批党报出现亏损,在这种情况下,党报纷纷实行改革。2005年,《人民日报》新闻版全面推行采编分离制度。为了增强新闻性和独家性,它要求记者从过去习惯于报道经验和成绩的“重要意义”和“深刻内涵”的模式中跳出来,转而报道新闻事件及发生过程。《南京日报》要打造一张现代都市新型党报,将“新闻立报,内容

为王”作为打造报纸核心竞争力的关键。《东莞日报》提出要具备“高度+整合+贴近”的特性,具有“党报的心、都市报的身”。

都市报兴起于20世纪90年代,创刊于1995年1月1日的《华西都市报》是中国第一份都市报,因其全面系统地创立了报纸市场化的运作理念和全新的竞争策略,开启了中国报业的“都市报时代”。都市报是报业资源、人才资源和资金资源优化配置的结果。都市报关注新闻的真实性和普遍价值,时效性强,可读性强,关注民生,关注群众的需求和口味,并且按照市场规律经营,以报纸的可读性和服务性为根本,视建立切实可行的盈利模式为生命。但是,部分都市报因为过于迎合市场,在办报导向、格调和新闻真实性上也出现了一些问题。《南方都市报》、《楚天都市报》、《成都商报》、《华商报》、《大河报》、《都市快报》,都是都市报的代表。

晚报在中国诞生较早,业界把20世纪上半叶我国晚报的办报规律概括为“新、政、评、内、社、经、文、编”,即“晚报的主题是新闻;报纸的发展与政治直接相关;重视评论;注意挖掘内幕新闻;反映都市生活,社会新闻量多面广;经济新闻天天报;文化体育新闻和副刊使晚报具有浓郁的文化气息;精心编排”。^① 晚报作为“灯下读物”,主要报道当天的新闻,在20世纪90年代得到了很大发展,影响力较大的有《新民晚报》、《北京晚报》、《扬子晚报》、《齐鲁晚报》、《羊城晚报》、《今晚报》等。但随着人们生活习惯的改变以及其他媒体的竞争,晚报受到巨大的冲击。有的晚报虽依然保留晚报的名称和形式,但是已经改为日报,即清晨发行。

行业报又称产业报,是报道某一个行业或产业的新闻、为某一个专业领域服务的报纸。行业报以独特的方式把握本领域的特点,为业内外人士提供其他媒体不能提供的专业信息服务。行业报覆盖产业发展的全过程,具有行业的水准和自身的特性。但是行业报容易让外人看不懂,让内行人看了又觉得浅。近些年,行业杂志和网站对行业报也形成了不小的冲击。

(2) 不同类别媒体的竞争

除了报业内部的竞争外,报纸也面临来自电视和网络等新媒体的竞争。当年图文并茂、声光兼备的电视兴起时,报业就曾面临严重的挑战,但这却并未导致报纸的消亡。20世纪90年代兴起的国际互联网更是由于其时效性、交互式、信息免费等特点,对报业产生了更大的影响。

进入21世纪之后,网络新媒体更是对整个报业形成了巨大冲击。2008年,美国《基督教科学箴言报》宣布停止出版纸质日报,之后,美国许多拥有百年历史的大报都只出版网络版。2011年,美国网络新闻读者的数量首次超过报纸读者。这些都标志着网络新媒

^① 中国晚报工作者协会学术委员会. 中国晚报学. 上海: 上海辞书出版社, 2001: 40.