

new media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

JOURNALISM
新闻学核心课程

09

报刊编辑

Newspaper & Magazine
Editing

王灿发 等 编著



NLIC2970963966

- **实操性强** 详细讲述从定位、设计到出版的报刊编辑业务环节
- **时代性强** 选取大量生动鲜活的案例，阐述报刊编辑的发展趋势

中国传媒大学新闻系传播系组编

New media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

报刊编辑

Newspaper
& Magazine Editing

王灿发 等 ● 编著

JOURNALISM
新闻学核心课程

09



NLIC2970963966

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

报刊编辑/王灿发等编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 7

新传媒时代新闻传播学系列教材. 新闻学核心课程 09

ISBN 978-7-300-17804-2

I. ①报… II. ①王… III. ①报刊-编辑学-教材 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 156504 号

新传媒时代新闻传播学系列教材

新闻学核心课程 09

报刊编辑

王灿发 等 编著

Baokan Bianji

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 北京密兴印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2013 年 7 月第 1 版

印 张 27.25 插页 1

印 次 2013 年 7 月第 1 次印刷

字 数 623 000

定 价 45.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

| 总 序 |

媒介融合时代新闻传播教育的“变”与“不变”

媒介融合时代，传统媒体纷纷出现了与新媒体融合发展的趋势，新闻传媒的变革日新月异，而社交媒体、公民新闻的出现使传统的新闻传播格局面临重新“洗牌”的巨大压力。业界的这些变化自然也会传导到新闻传播教育上来，迫使新闻传播教育面临一系列转型。在这样一个充满激荡变革的时代从事新闻传播教育工作，首先需要厘清哪些素质和能力是新闻传播工作者永恒不变的坚守，哪些能力又是需要与时俱进、不断变革更新的核心。只有把握住了“变”与“不变”的关系，才能在新闻传播人才培养上做到心中有数、方向明确。下面，我们不妨对这一问题做些具体分析。

传统的新闻信息生产和传播是这样进行的：现实生活中，人们每天需要了解外部世界的最新变化，由于每个人的生活范围很有限，于是诞生了一批媒体机构和新闻记者，他们每天到处采集各种最新发生的真实信息，然后通过报刊、广播和电视将这些信息传递给大众。人们接收到信息之后，虽不是亲眼所见，但会将其视为现实中真实存在的事情，从而对外部世界形成各式各样的印象和看法。

媒介融合时代的新闻信息生产和传播则是这样运作的：人们每天需要了解外部世界的最新变化，不仅职业的新闻记者在从事新闻信息的生产和传播工作，普通民众也加入到新闻信息的采集、制作和传播活动中来。他们将采集到的信息制作成文字、图片、音频、视频，或通过互联网向公众发布，或通过自媒体和社交媒体传递给自己熟悉或不熟悉的人。他人接收到这些信息后，会将其视为现实中真实发生的事情，并由此对生存环境形成各式各样的印象和看法。

不难看出，在媒介融合时代，新闻信息的生产和传播领域发生了两个重大变化：一是出现了一大批自媒体和公民记者，形成了职业记者与普通民众同时进行新闻信息生产和传播的新格局；二是原先报纸、广播、电视“井水不犯河水”的格局被打破，出现了不同媒体与网络新媒体融合发展的趋势。在这种背景下，职业记者怎样才能体现自己的存在价值就显得十分重要，这也直接决定着新闻传播教育和新闻传播人才培养的走向。

近年来，我们走访了国外许多知名新闻院校，也经常就这一话题进行探讨，对媒介融合时代新闻传播教育“变”与“不变”的关系逐渐形成了清晰认识，那就是媒介形态可以千变万化，新闻教育的核心不会改变。

那么,在媒介融合时代,新闻传播工作者不变的素质和能力有哪些呢?归纳起来,大致有以下几点:

一是新闻传播工作的职业精神不会改变。新闻工作是一种能够点燃人们理想抱负的职业,是站在桅杆上眺望远方的守望。任何时代,只要从事新闻传播工作,就都需要高度的职业理想和工作热情,这样才能把每次报道任务完成好,才能在信息泛滥和众声喧哗的时代始终坚持把核实新闻信息放在第一位,才能在充满压力和诱惑的时代始终坚持传播新闻事实的真相,才能以高度的社会责任感去捍卫公共利益,才能以人文情怀去关注黎民百姓的疾苦和心声。研究中外名记者的经历,我们发现,他们的成功都离不开对新闻工作的激情,离不开高度的社会责任感和敬业精神。反过来,如果一个人仅仅将新闻工作视为谋生的饭碗,那么,最终他只能庸庸碌碌,在新闻岗位上走不了太远。在多年的教育工作中,我们体会到,新闻传播职业精神的培养不能只靠课堂的说教,一个行之有效的路径是搭建平台,鼓励同学们走出校门,到基层去,到火热的生活中去。只有深入实地,让学生对社会有了深切感知,才有可能培养起社会责任感来。这些年来,我们一直在进行这方面的尝试和努力。从2006年开始,中国传媒大学新闻系和传播系在学生中开展了“子牛杯”大学生社会调查征文比赛活动,迄今已坚持了7年,有上千名学生参加到活动中来,涌现出了一大批饱含社会责任感和职业精神的调查报告。通过开展这项活动,我们明显感受到了同学们的成长与进步。

二是新闻采写的基本能力不会改变。媒介融合时代,信息的获取日益方便快捷,而如何核实信息的真伪,保证所获得的新闻信息是准确无误的,则需要记者具有扎实的采访作风。这也是新闻媒体赢得公信力的必由之路。与此同时,在媒体竞争日趋激烈的今天,获得独家新闻、首发新闻已成为提升媒体竞争力和影响力的重要指标,这同样需要记者有深入现场的采访作风以及敏锐的新闻发现能力。而在新闻表达阶段,新闻写作能力是学生必须练好的基本功。总体上看,学生良好的新闻表达能力建立在对新闻事实的深入了解和对受众心理的准确把握基础上。具体来说,新闻表达能力有两个层次的要求。第一个层次是能把新闻事件讲明白。这需要学生在全面掌握新闻事件的各种信息之后,具备清晰的逻辑思维能力和良好的语言表达能力,不能出现事实不清、逻辑混乱、词不达意等现象。第二个层次是能把新闻事件讲得有吸引力。这需要学生在把新闻事件讲清楚的基础上,还善于把握受众的接受习惯和接受心理,懂得叙事技巧,通过设置悬念等诸多手法来吸引受众的注意力。这是对新闻表达的更高要求,学生如果在这方面也能过关的话,他的新闻写作能力就完全达标了。

三是多学科的知识结构要求不会改变。新闻报道的对象是大千世界,新闻的内容来自社会的不同领域,新闻只是一种形式,传媒也只是一种工具,都不是内容本身。在社会分工日益细分化和专业化的今天,只懂得新闻和传媒技巧是不够的,还需要掌握其他学科知识。目前,国内外新闻和传播院系解决这一问题的途径主要有两种。第一,尽量多提供跨专业课程,同时规定选修课中其他学科课程的最低比例。例如,美国密苏里大学新闻学院就规定学生选修的非新闻专业课程学分要占新闻专业总学分的一半以上。第二,联合培养第二学位学生,学生可以先学习哲学、历史、法律、社会学、经济学、管理学或自然科学等专业,然后再来学习新闻专业。例如,美国纽约大学就规定新闻专业的学生要完成128

个学分,其中,必须用64个学分来拿一个非新闻专业的学位。中国传媒大学新闻系从20世纪80年代就开始招收新闻学第二学位学生,近年来,又面向校内招收辅修新闻学第二学位的学生,一直在进行这方面的努力。

在分析了媒介融合时代新闻传播人才不变的素质和能力之后,我们还要知道什么能力是当前新闻传播教育必须高度重视培养的新能力。

从总体来看,媒介融合时代,新闻传播教育自然需要培养学生适应媒介融合发展的能力。具体来说,由于制作方式数字化、传播渠道网络化、接收终端多样化,当前的新闻传播教育主要应该培养学生的多媒体报道能力。也就是使学生从具有报纸、广播、电视单一媒体的报道能力向具有多媒体融合报道能力转变,培养一批能够熟练采集和发布多媒体新闻的“全能记者”和“全能编辑”。

对“全能记者”和“全能编辑”来说,能够熟练使用多媒体新闻采制设备,洞悉文字、图片、声音、图像的文本特性和传播优势就显得十分重要。为了帮助大家理解这一问题,我们从新闻传播角度出发,可以将人们对新闻信息的需求归纳为三个基本维度:一是快捷需求,即人们想在第一时间简明扼要地了解新闻事件主要信息的需求;二是直观需求,即人们想亲眼目睹、直观感知新闻事件现场及氛围的需求;三是探究需求,即人们想深入了解新闻事件的来龙去脉、意义背景等内在信息的需求。而不同的媒介和文本符号在满足上述需求上各有自己的优势。培养“全能记者”,就要培养学生面对重大新闻事件时,能用照相机拍摄出最具典型意义的瞬间图片,能用摄像机记录下最有现场感的发生过程,能用录音设备记录下新闻事件现场最典型的声音,能用电脑在第一时间写出新闻消息,将新闻事件的主要信息告知受众,还能写出深度报道,把新闻事件的原因、背景、经过、细节、意义、展望等深层信息揭示出来。总之,媒介融合时代,新闻传播教育需要打破过去报纸、广播、电视之间的壁垒,培养学生用文字、图片、音频、视频来全方位、立体化地展示新闻事件的能力,也就是培养学生多媒体采访、写作和编辑的呈现能力。

中国传媒大学新闻系、传播系作为国内较早开办新闻专业和传播学专业的院系之一,多年来,积累了一些办学经验,也形成了一定的办学特色,在培养新型新闻传播人才上也一直在进行积极探索。摆在大家面前的这套“新传媒时代新闻传播学系列教材”(内含“新闻学核心课程”、“新闻学特色课程”和“传播学核心课程”)就是对近年来新闻学专业和传播学专业教学工作的总结。总的来说,编写这套系列教材,主要有这样几个出发点:

一是立足学科,整体打造。新闻传播学科发展到今天,已经形成了比较稳定的知识体系。这套系列教材立足新闻传播学科进行整体打造,既注重介绍新闻学和传播学基本的理论知识和专业技能,又注重学科历史、理论、方法和应用的体系性。在教材编写过程中,注意到前后衔接,按照由浅至深、循序渐进的规律进行整体推进。

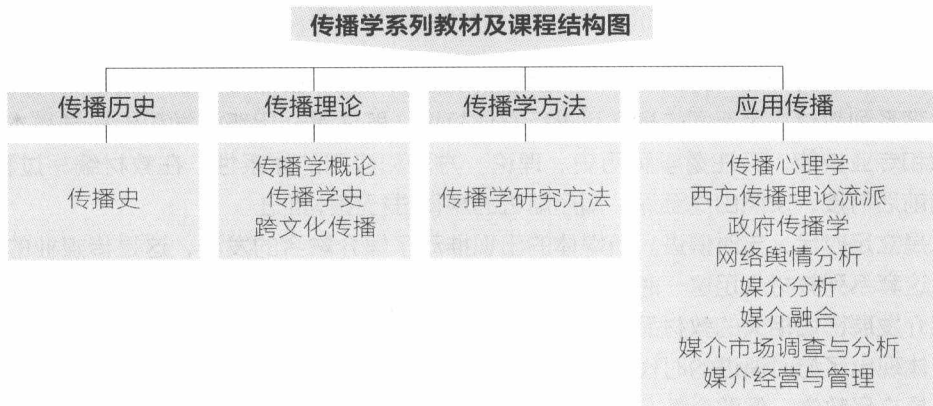
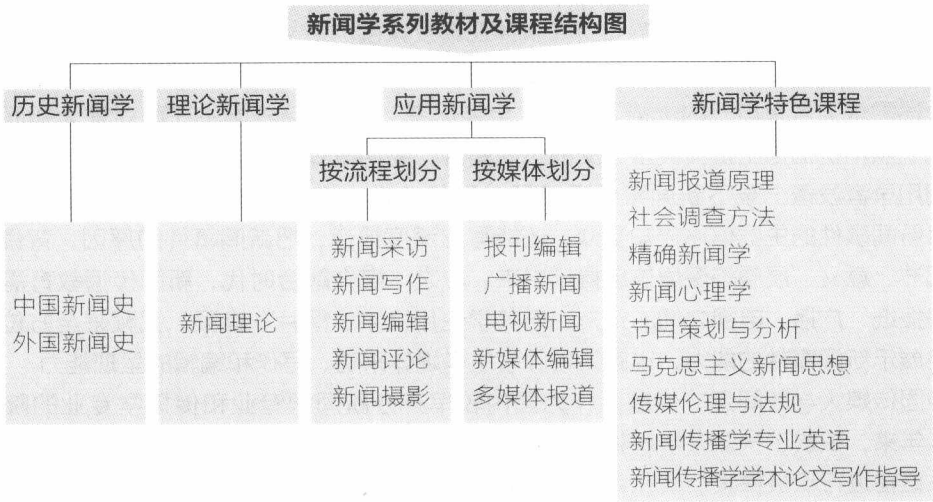
二是立足时代,与时俱进。新媒体的出现推动了媒介融合的发展,这是传媒业的大势所趋。这套系列教材立足这一时代背景,不仅增加了媒介融合、新媒体编辑、多媒体报道等与媒介发展密切相关的教材品种,而且许多传统教材在编写过程中注意到了与新媒体的结合,体现出了与时俱进的时代要求。

三是立足教学,保留个性。教材编写需要对实践中一些最新动向进行沉淀,以便形成

相对稳定的知识体系。从这一点上说,“与时俱进”并不是说这套教材可以与传媒实践发展实现“无缝对接”,而是需要与媒体实践保持适度距离,以便进行观察、总结和提升。另外,教材编写必须立足教学需要,采用相对成熟、稳定的知识体系作为教材内容,这样才能实现知识传承。但是编写教材并不排斥作者的个性和创造性,因为同样的知识内容可以采用不同的体例和案例来编写,编写的侧重点也会有所不同,这些都体现出作者的个性化思考。

四是立足市场,突出特色。目前,传播学专业的教材在市场上比较零散,我们这次将集中力量推出传播史、传播学史、传播学研究方法、媒介分析、传播心理学等教材,形成“传播学核心课程”系列教材。新闻学专业的有些教材在教学工作中很需要,但市场上很少见到。我们这次就推出了“新闻学特色课程”系列教材,包括新闻报道原理、社会调查方法、精确新闻报道、新闻传播学专业英语、新闻传播学学术论文写作指导等品种,在满足教学需要的同时,也为系列教材增添特色。

为了让大家对系列教材的总体框架一目了然,附上系列教材的结构示意图。



需要说明的是，从学科范畴上看，传播学的学科外延比新闻学要宽泛一些。目前，全国开办传播学本科专业的院校有 80 多所，各自的办学方向也不尽相同。但从知识结构来看，该学科的知识体系大体应该包括传播史、传播理论、传播研究方法和应用传播。在本科阶段，应用传播领域可以开设的课程及方向很多，诸如公共传播、组织传播、政府传播、体育传播、健康传播、科技传播、农业传播等，不一而足。我们所提供的教材也仅供大家参考。

由于作者水平和能力有限，加之时间仓促，许多教材还存在不足之处，我们热忱欢迎广大读者提出批评和改进意见，以便在今后修订再版时改进提高。

“新传媒时代新闻传播学系列教材”编委会

2013 年 6 月

| 前 言 |

新闻编辑学是一门应用性较强的学科,我国对新闻编辑学学科的建构始于五四时期。1918年,我国新闻学理论的奠基者徐宝璜在他的《新闻学纲要》一书中就设有“新闻之采集”、“新闻之编辑”、“新闻之题目”、“新闻纸之社论”等专章,对新闻编辑的基本原理进行了阐述,对新闻学架构作了开创性的设计。20世纪30年代,在徐宝璜《新闻学纲要》的基础上,一些学者结合当时的新闻实践活动撰写了一批新闻学著作,如1933年郭步陶出版的《编辑与评论》、1934年曹用先的《新闻学》,这些著作对新闻编辑的相关理论和方法作了进一步扩展和细化。

新中国成立后至1981年,我国新闻学研究进展缓慢,没有出现正式出版的系统论述新闻编辑的著作,只出版过一些报纸编辑工作方面的文献或一些大学内部出版的自编教材,如复旦大学新闻系于1980年编写出版的《报纸编辑工作文选》。1981年之后,随着中国新闻教育的复兴,我国著名高校复旦大学和中国人民大学以及其他高校相继编写了关于报纸编辑学的教材并正式出版,如1982年中国人民大学新闻系郑兴东等撰著的《报纸编辑学》,该教材成为新中国成立以来新闻编辑学方面的第一本教材。1985年,复旦大学新闻系编辑与评论教研室叶春华在70年代内部出版的《报纸编辑工作》基础上正式出版了《报纸编辑》教材。郑兴东、叶春华教授编著的这两本新闻编辑学教材,对新闻编辑学的研究对象、基本原理、编辑方法做了系统的归纳和阐释,设计了我国新闻编辑学教材的基本框架,堪称新时期我国新闻编辑学的奠基之作。80年代中后期至20世纪末,一些高校学者和业界资深报人在郑兴东、叶春华二人建立的新闻编辑理论基础之上,对该时期的新闻实践活动经验作了进一步的归纳和整理,并纳入教材体系,形成了一批著作和教材,如林永仁等人编著的《小型报纸实用编辑学》、王振亚编著的《报刊广播电视编辑学》等,这些著作和教材在一定层面上进行了开拓和创新。

21世纪以来,新闻编辑学,尤其是报纸编辑学教材体系已经成熟,内容有较大创新。2001年郑兴东、陈仁风、蔡雯合著出版了《报纸编辑学教程》,2006年蔡雯出版了《新闻编辑学》,这两本教材基本承袭了郑兴东、叶春华教授设计的新闻编辑学的理论框架体系并有较大程度的创新,蔡雯教授关于新闻报道的策划与组织方面的研究成果也纳入了教材。此后,随着我国新闻教育的进一步发展,新闻传播学专业规模不断扩大,不少高校纷纷开设新闻传播的相关专业,为适应教学需要,涌现了一批时代感较强的新闻编辑学教材。近几年来,随着全媒体时代的到来,我国新闻事业日新月异,丰富的新闻编辑实践活动亟待新的新闻编辑理论提供相应的指导,一些新闻编辑学教材在实践的基础上进行了理论提升,用于指导实践。

在我国新闻事业发展史上，报纸和期刊总是相伴相生的，作为传统的平面媒体，它们在表现形式、传播手段等方面具有共同特点，因此，在编辑方法上有着共通性，这为报刊编辑教材的出版提供了可行性。多年来，中国传媒大学在新闻与传播专业开设了报刊编辑课程，在多年的教学实践基础上，报刊编辑逐渐形成为一门比较成熟的课程，这为报刊编辑教材的编写和出版打下了坚实的基础。

本书共分为 11 章，从结构上讲，以编辑原理与方法作为主线，从报纸和期刊两个板块展开阐述。教材的特色是：第一，理论与实践并重。注重从新闻编辑学的基本原理出发，结合案例讲述，既具有理论性，又有实际的操作性。第二，具有时代性和前瞻性。本书以已有的成熟的编辑理论作为基础，借鉴了学界、业界对新闻编辑理论的最新概括和总结，吸收了新闻业界的一些新的经验，从一定前瞻性出发阐述了新闻编辑的发展趋势和一些新闻理念。第三，具有系统性。本书对报纸、期刊从定位、设计到出版的多个编辑业务环节做了讲述，并对可能出现的问题和注意事项进行了相应的提示，提出了可供参考的解决方案。第四，案例生动鲜活，具有较强的时代意义。教材主要以新近发生的案例进行分析，提供了较为完整的报纸与期刊编辑的实务技能。

本教材理论翔实、内容丰富、结构完整、脉络清晰，是一本集系统性、实用性、操作性、前瞻性于一身的新闻编辑学教材。

| 目 录 |

第一章 报刊编辑概说	001
第一节 报刊概说	002
第二节 报刊编辑概说	009
第二章 报纸的定位与策划	016
第一节 报纸的定位与编辑方针	017
第二节 报纸设计与策划	022
第三节 新闻报道策划	027
第三章 报纸新闻稿件编辑	041
第一节 报纸文字稿件编辑概说	043
第二节 新闻性稿件的编辑与修改	055
第四章 报纸非新闻稿件编辑	111
第一节 非新闻稿件类别和特点	112
第二节 非新闻稿件编辑策略	118
第五章 报纸图片编辑	134
第一节 报纸图片的历史发展、类型与功能	136
第二节 新闻图片的使用与编辑	143
第三节 信息图表和漫画的编辑	151
第四节 报纸图片未来发展趋势	156
第六章 报纸标题制作	159
第一节 标题的历史嬗变、类型与功能	160
第二节 新闻标题制作	169
第三节 文章标题制作	194
第七章 报纸版面设计	201
第一节 报纸版面概说	202

第二节	报纸版面语言及其运用·····	207
第三节	版式与报纸版面设计·····	220
第八章	报纸组版与编辑·····	248
第一节	报纸组版·····	249
第二节	要闻版的组版与编辑·····	260
第三节	评论版的组版与编辑·····	267
第四节	副刊、专刊的组版与编辑·····	272
第五节	广告版的组版与编辑·····	281
第九章	期刊的定位与策划·····	288
第一节	期刊定位·····	289
第二节	栏目策划·····	299
第三节	选题策划·····	308
第十章	期刊编辑·····	326
第一节	期刊审稿与编辑加工·····	327
第二节	期刊图片编辑·····	337
第三节	期刊装帧与版面设计·····	349
第十一章	各类期刊的编辑特点·····	374
第一节	时政新闻类期刊的编辑特点·····	375
第二节	科技期刊的编辑特点·····	386
第三节	文化生活类期刊的编辑特点·····	393
附录一	2012年《今日美国》数字化转型改版·····	404
附录二	洛阳日报报业集团“第30届中国洛阳牡丹文化节”报道方案·····	410
参考文献	·····	415
后 记	·····	422

第一章

报刊编辑概说



本章学习要点

了解：报纸的产生与发展；我国报纸的类别；期刊的概念；期刊的产生与发展；编辑的概念；报纸编辑的流程；期刊编辑的流程。

掌握：报纸的基本属性；报纸的传播特点；期刊编辑的地位、作用、素养。

作为最早出现的新闻媒体，报刊不仅承担着传播新闻、沟通信息、反映舆论、引导舆论、宣传思想、传播知识、提供娱乐等基本职能，而且为不同时期的其他媒体的发展奠定了基础。报刊作为新闻出版物，需要通过编辑对文字、图像进行加工、整理并通过印刷方式印制后向社会广泛传播，因此报刊编辑在报刊出版活动中承担了重要角色。

第一节 | 报刊概说

报刊自诞生以来，一直是受众接受新闻信息的主要媒体。随着时代的发展，广播、电视、网络等媒体在信息传播中的地位越来越重要，但报刊在媒体家族中的地位依然不可取代，在当今媒体格局中依然发挥着重要作用。

一、报纸概说

（一）报纸的产生与发展

报纸是以刊载新闻和新闻评论为主的公开发行的定期出版物，一般以散页形式连续出版。报纸的主要特征是载体质地稳定，便于选择和保存，善于表达深刻的内容和进行连续性报道。报纸的产生和发展经历了古代报纸、近代报纸和现代报纸三个阶段。

西方人一直认为世界上最早的报纸是罗马共和国在公元前 60 年创建的《每日纪闻》，中国早期报纸的雏形是以邸报为传媒形态的，刊载朝廷发布的诏书、法令等的官文书。中国最早的非官方报纸是宋代的“小报”，始于北宋，盛行于南宋。16 世纪中叶，明朝当局允许民间在官方监督下自设报房，翻印从官方有关部门抄来的部分邸报稿件，公开发售，时称“京报”。无论是西方的《每日纪闻》还是中国的邸报，都是古代的媒介，只是报纸的雏形，并非现代意义上的报纸。

近代报纸出现于 14、15 世纪的欧洲。当时，资本主义生产关系萌芽于地中海沿岸的一些城市，为了满足新兴资产阶级对商业信息的需求，手抄小报应运而生。1609 年在德国出版的《报道或新闻报》，是世界上最早出版的印刷周报。18 世纪末 19 世纪初，资产阶级成为统治阶级以后，报纸成为党派之间争权夺利的工具。19 世纪 30 年代，大众化的廉价报纸（或称“便士报”）适应自由资本主义发展的需要而大量涌现，它取代了政党报纸，成为资产阶级报纸的主流。

19 世纪末，原来各自独立的大众报纸纷纷被有实力的资本家收买，形成报系或报团，标志着报纸进入现代阶段。进入 21 世纪以来，一些报纸开始树立“数字报业”概念和战略，出版数字版报纸。近几年来，受新媒体的挤压，国外一些报刊停出纸质报刊，只出版数字版报刊，报刊的信息介质发生了改变。

（二）报纸的传播特点与属性

1. 报纸的传播特点

在传统四大媒体中，报纸无疑是数量最多、普及性最广和影响力最大的媒体。随着时代的发展，报纸内容越来越丰富，版式更灵活，印刷更精美，报纸与读者的距离也更接近了。报纸成为人们了解时事、接受信息的主要媒体。报纸的传播特点主要有：传播速度较快，信息传递及时；信息量大，解释性强；易保存；阅读主动性强，可重复阅读；权威性高。

但报纸也存在一些局限和弱点，表现在以下几个方面：对读者的阅读层次要求较高；与电视的声形并茂相比，略逊一筹；印刷难以完美，表现形式单一；与网络相比，时效性偏弱，传播不够广泛，互动性不够强。

2. 报纸的基本属性

报纸的性质，从根本说是党和人民的喉舌，具体解析为四个基本属性：政治属性、信息属性、文化属性、商品属性。^①

政治属性在操作层面上体现为分清是非、旗帜鲜明，解放思想、多说新话，重责守纪、讲究方法。在报纸的四个属性中，信息属性是最基本的、本质的。报纸的本质是信息，信息要真实、新鲜、有用。报纸是文化产品，具有提供知识、陶冶审美能力和提供娱乐的功能。报纸作为精神产品，报社同时又是信息产业、文化产业，报纸既有政治属性、信息属性、文化属性，又有商品属性。

报纸的四个属性是互相补充、互相制约的：政治属性是领导一切的，是四个属性中最重要，政治属性表明报纸代表社会的最高利益，强调导向，信息、文化、商品属性都服从政治属性；信息属性是包容一切的，政治、文化、商品（如广告）内容都通过信息形式来传递；文化属性是渗透一切的，政治、信息、商品（如广告）内容都通过文化形式来表现，都需要达到一定的文化标准；商品属性是排斥一切的，必然伴随市场负效应，必须由其他三个属性，尤其是政治属性来制约。

（三）我国报纸的类别

根据不同的分类方式，报纸可以分为不同的类型。

1. 按发行范围分

全国性报纸：以全国的新闻为报道范围，向全国各地发行。如《人民日报》、《光明日报》等。

地方性报纸：以报道某一地区新闻为主，并主要向该地区发行。各省（直辖市、自治

^① 参见梁衡：《梁衡新闻作品导读》，196～213页，北京，中国人民大学出版社，2008。

区)的党委机关报以及地、市、县报,都属此类报纸。

2. 按报纸传播信息领域分

时政类报纸:指的是报道全国以及国际时事政治和世界各国政治局势发展动态的报纸。

经济类报纸:指的是报道全国以及国际经济发展动态,经济领域新情况、新现象和新问题的报纸。

娱乐类报纸:指的是报道全国以及世界各地娱乐活动、明星动态等信息的报纸。

法制类报纸:指的是报道全国以及国际法制发展变化情况和问题的报纸。

体育类报纸:指的是报道全国以及国际体坛盛会、体育界发展动态的报纸。

生活服务类报纸:指的是以人民群众日常生活中衣、食、住、行等需求为报道对象,以提高人们的物质和精神文化生活水平的报纸。

3. 按报纸内容分

综合性报纸:内容广泛,以刊登有价值的社会各方面的新闻以及对新闻报道的评论为主。面向整个社会,以普通读者为发行对象,不偏重某一阶层或某一行业。如《人民日报》、《文汇报》等。

专业性报纸:以发表反映某一行业、某一系统或某一阶层的新闻和评论为主,以特定范围的读者为发行对象。如《中国健康报》、《中国机械报》、《中国商业报》、《中国科学报》等。

4. 按出版时间分

有日报、早报、晚报、周报和星期刊等报纸。

日报:大多是全国性报纸和各种机关报,每天上午发行。

早报:多为地方性都市类报纸,每天上午发行。

晚报:均在大城市出版,每天下午或傍晚发行。

周报:多是地方性报纸,每周发行一次。

5. 按所使用文字分

报纸可以分为:中文报纸,外文报纸;汉文报纸,少数民族文字报纸。

6. 按从属关系分

报纸分为党报和非党报、机关报和非机关报。

党报与非党报:党的各级领导机关党委主办的报纸为党报,党委机关报之外的报纸为非党报。在中国,一般意义上,党报特指中国共产党各级党委机关报,目前有四级党报,即中国共产党中央委员会机关报、各省(市)党委机关报、各地(市)党委机关报和一些县(市)党委机关报。

机关报与非机关报:党、政以及军队、社会团体的各级机关报,其言论代表相应机关

并对该机关负责，经该机关认可并受其直接领导；不代表任何党政和社会团体机关的报纸为非机关报。

二、期刊概说

（一）期刊的产生与发展

目前学界比较公认的最早出版的一本期刊是于1665年1月在阿姆斯特丹由法国人戴·萨罗出版的《学者杂志》（见图1—1），又译为《学者周刊》。第一种真正用于学术交流的期刊则是亨利·奥尔登伯格等人于1665年3月6日创办的英国皇家学会会刊《哲学汇刊》，该刊现名为《伦敦皇家学会哲学汇刊》，分为A、B两辑，它是世界上创刊最早、寿命最长的有较高学术价值的学术性期刊。1731年，英国人爱德华·凯夫在伦敦出版的期刊名为 *Gentleman's Magazine*（《绅士杂志》），首先使用了 Magazine 的称谓。这本期刊包括内容迥异、体裁不同的多篇文章，具有“杂”的特征，堪称是第一份现代意义上的通俗期刊。

1815年由英国传教士罗伯特·马礼逊在马六甲创办的《察世俗每月统记传》（英文刊名为 *Chinese Monthly Magazine*）（见图1—2），被认为是最早的近代中文期刊。在中国境内最早创办的中文期刊则是1833年广州出版的《东西洋考每月统记传》。后来，陆续出版了《中外杂志》、《万国公报》等20种期刊。但这些期刊均为外国人主办。

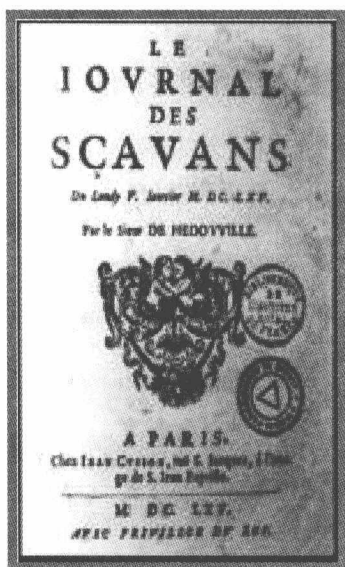


图1—1 《学者杂志》

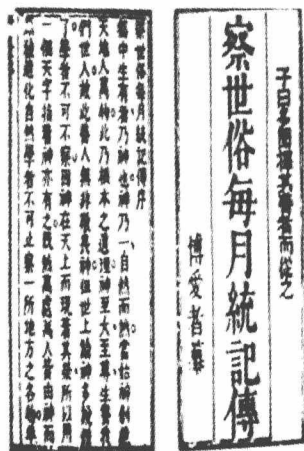


图1—2 《察世俗每月统记传》

维新运动时期和辛亥革命时期，国人办报高潮出现，创办了一大批报刊，如资产阶级革命派创办《民报》倡导革命，宣传三民主义。1915年《新青年》的创刊，是中国期刊发展史上的重要事件，该刊“改造青年之思想，辅导青年之修养”，高举“民主”与“科学”