



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
国家级精品课“新闻编辑”配套教材
中国人民大学“十三五”规划教材



新编21世纪新闻传播学系列教材

• 新闻学系列 •

新闻编辑学

第四版

News Editing

蔡雯 许向东 方洁 著



- 新闻采访与写作
新闻采访学（第三版）
（普通高等教育“十一五”国家级规划教材）
中国人民大学新闻学院 组编
蓝鸿文
- 新闻采访教程
新闻写作教程
当代新闻写作（第二版）
张 征
刘明华 徐 泓 张 征
白 贵 彭焕萍
蔡 雯 许向东 方 洁
- 新闻编辑学（第四版）
（普通高等教育“十一五”国家级规划教材；
国家级精品课“新闻编辑”配套教材）
新闻编辑
报纸编辑学教程
报刊编辑
新闻评论教程
新闻评论
新闻摄影教程（第四版）
方毅华
郑兴东 陈仁凤 蔡 雯
王灿发
胡文龙 秦 珪 涂光晋
李 舒
盛希贵
（“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材；
教育部普通高等教育精品教材）
摄影技术教程（第二版）
跨媒体传播基础教程
新闻编辑案例教程
新闻评论案例教程
（北京市高等教育精品教材）
徐国兴
赵云泽
蔡 雯 赵 劲 许向东
马少华 刘洪珍
- 报纸电子编辑实验教程
胡 丹

了解图书信息 下载教学资源

www.crup.com.cn

策划编辑 翟江虹
责任编辑 汤慧芸
书籍设计 彭莉莉 拾光书坊

ISBN 978-7-300-26788-3



9 787300 267883 >

定价：58.00元

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
国家级精品课“新闻编辑”配套教材
中国人民大学“十三五”规划教材



新编21世纪新闻传播学系列教材

• 新闻学系列 •

新闻编辑学

第四版

News Editing

蔡雯 许向东 方洁 著

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻编辑学/蔡雯, 许向东, 方洁著. —4 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2019. 3

新编 21 世纪新闻传播学系列教材

ISBN 978-7-300-26788-3

I. ①新… II. ①蔡… ②许… ③方… III. ①新闻编辑-高等学校-教材 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 040421 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

国家级精品课“新闻编辑”配套教材

中国人民大学“十三五”规划教材

新编 21 世纪新闻传播学系列教材

新闻编辑学

第四版

蔡雯 许向东 方洁 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

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京昌联印刷有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

印 张 25.5

字 数 597 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2006 年 6 月第 1 版

2019 年 3 月第 4 版

印 次 2019 年 3 月第 1 次印刷

定 价 58.00 元

“新编 21 世纪新闻传播学系列教材”
编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔画排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

作者简介

蔡雯，中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任。入选文化名家暨“四个一批”人才、“万人计划”哲学社会科学领军人才、“百千万人才工程”国家级人选、教育部“新世纪优秀人才资助计划”、北京市“教学名师”。新闻传播学界第一位“全国优秀博士学位论文”获得者。负责并主讲的“新闻编辑”课程2004年被评为高等教育“全国精品课”“北京市精品课”。研究方向为应用新闻学、新闻媒介研究。

许向东，中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员。马克思主义理论研究和建设工程重点教材《新闻编辑》专家组成员。主要讲授“新闻编辑”“信息图表”“报刊平面设计”“媒介素养”等课程。参与国家级精品课“新闻编辑”的建设和讲授。

方洁，中国人民大学新闻学院副教授、硕士生导师，国内最早研究和讲授数据新闻的学者之一。2015年年初开始主讲“数据新闻基础”和“数据新闻与数据可视化”等课程，著有《数据新闻概论》（第二版），参与编写《新闻编辑学》（第三版），在《国际新闻界》《新闻与写作》《中国记者》等刊物上发表了几十篇学术论文。

内容简介

本书深入剖析各类新闻媒介的共同规律和基本原则，同时侧重于纸质传媒——报纸，以管中窥豹的方式阐述了新闻编辑的主要任务和作用以及技术操作层面的理论。第四版以全媒体新闻编辑业务为教学基本点，在各个章节的内容编写中都突出媒介融合进程中融合新闻编辑的理论、知识和技能，更紧密地与当前媒体变革和新闻编辑业务改革实践相结合，更加注重对传统媒体编辑业务与网络新媒体编辑业务的兼顾、比较和整合。

本书在理论和案例两方面都更加切合当下的新闻业发展需要，采用理论阐述与案例分析并重的方式，每一章都穿插了若干独立的案例及相关分析，并在每节之前对知识要点加以提示，在每章之后配有思考与练习题，并特别设计了贯穿全部教学内容的综合练习题，引导学生将新闻编辑业务的全部知识融会贯通，将编辑业务的各个环节整体串联，掌握从设计新闻产品、策划报道、选稿改稿到版面设计的全过程操作。



总 序

中国人民大学出版社策划出版的“新编 21 世纪新闻传播学系列教材”，是一套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。尤其是中国改革开放以来，发展得尤为迅猛。

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 2011 年 12 月出版的《中国新闻年鉴》的最新统计数字，2010 年全国共出版报纸 1 939 种，平均期印数 2.14 亿份。共出版期刊 9 884 种，平均期印数 1.63 亿份。全国共有广播电台 227 座，电视台 247 家，广播电视台 2 130 家，教育电视台 44 家。广播综合人口覆盖率为 96.78%，电视综合人口覆盖率为 97.62%。

另据 2012 年 1 月中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 29 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2011 年 12 月底，中国网民规模已达到 5.13 亿，互联网普及率达到 38.3%。其中，手机网民数量为 3.56 亿，博客和个人空间用户数量为 3.19 亿，微博用户数量为 2.5 亿，社交网站用户数量为 2.44 亿，网络视频用户数量为 3.25 亿。中国居民中具备上网条件和技能的人已经基本转化为网民，大专及以上学历人群中互联网使用率已达 96.1%。中国网站总数为 230 万个，网页数量为 866 亿个。

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20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3000人。新中国成立后,为了给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,因而极大地推动了新闻教育的发展。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要是改革开放以来的这30多年的事情。30多年来,中国新闻教育和中国新闻事业同步发展。截至2011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800所以上,各种类型和层次的专业教学点已不下1000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,不少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,全国在校新闻系科学生总共只有500来人,现在仅在校本科生就有16万人左右,硕士和博士研究生3万人左右,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》,就是这方面的很好的例子。这两本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,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,集聚力量,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与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内容,满足新闻、广播、电视、广告、媒体经济、新媒体等多个专业的

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是相关学科的国家级的学术带头人,堪称一时之选。收入本系列的教材中,既有国家级重点教材,也有部级重点教材,其他的也是经过严格筛选的精品,所以,本套系列教材的质量是有保证的,其权威性也将得到社会的认同。

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 20 世纪的最后一年,21 世纪初起陆续问世,迄今已编写出版了 50 余种。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,陆续作了必要的补充和修订,重新出版,实现了内容的与时俱进。

这批教材的问世,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它应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

2012 年 3 月 15 日

于中国人民大学宜园

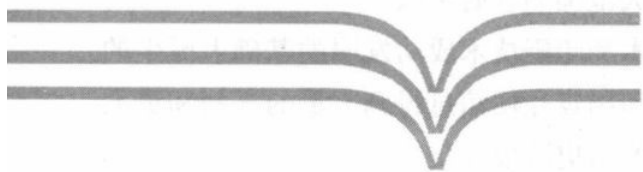


目 录

第一章 新闻编辑概论	1
第一节 新闻编辑工作与媒介形态变化	1
第二节 新闻编辑部与编辑工作内容	10
第三节 新闻编辑工作特点	24
第四节 新闻编辑人才	30
第二章 新闻媒介定位与新闻产品设计	42
第一节 新闻媒介定位	42
第二节 编辑方针	60
第三节 新闻产品设计	67
第三章 新闻报道的策划与组织	89
第一节 新闻报道策划及其主要类型	89
第二节 新闻报道策划的选题决策	101
第三节 新闻报道方案设计	109
第四节 新闻报道的实施与调控	126
第四章 新闻稿件的分析与选择	130
第一节 分析与选择新闻稿件的意义与方法	130
第二节 新闻价值分析	133
第三节 社会效果分析	140
第四节 媒介适宜性分析	149
第五节 分析与选择新闻稿件应注意的问题及“更正”的处理	157
第五章 新闻稿件的修改	165
第一节 新闻事实的核实与订正	165
第二节 新闻稿件中立场观点的修正	184



第三节 修改新闻稿件的具体方法	189
第四节 修改新闻稿件应注意的问题	221
第六章 新闻标题的制作	228
第一节 新闻标题及其主要功能	228
第二节 新闻标题的种类	232
第三节 新闻标题的结构	242
第四节 新闻标题的制作方法	250
第七章 新闻照片与信息图表	272
第一节 新闻照片与信息图表的兴起及发展	272
第二节 新闻照片的选择与编辑	282
第三节 信息图表的设计与制作	290
第四节 互动式信息图表	300
第八章 新闻稿件配置	306
第一节 稿件配置的意义	306
第二节 稿件组合	309
第三节 稿件发展	317
第九章 版面设计	329
第一节 版面的基本知识	329
第二节 版面语言	339
第三节 版式	357
附 录	388
后 记	393



第一章

新闻编辑概论

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、网站及各类网络新媒体等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，例皆残蠹，手自编辑，筐篋盈满”。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地丰富、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。

中国是最早发明印刷术的国家。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”开始委托于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”,负责接收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(见图1-1)。

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新闻传播要晚得多。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

① 钟立群.新闻编辑学研究.北京:人民日报出版社,1997:41-44.



图 1-1 报纸编辑部内部分工的演变过程

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，报纸编辑面对的是更加

① 方汉奇．中国近代报刊史．太原：山西人民出版社，1981：54.

② 菲德勒．媒介形态变化．北京：华夏出版社，2000：19.

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。我国由计划经济体制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,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巨大的市场竞争环境。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。

最后,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 and 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、扫描仪及现代通信技术,淘汰了传统的暗房冲片及晒版工艺,新闻图片处理进入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,技艺更高。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。

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,电报技术成功发明,70年代电话技术又成功发明,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,口语广播成为可能。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。这是美国第一座持有营业执照的商业广播电台,也是被公认的世界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,美国贝尔实验室三位科学家研制成功的晶体管,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,听众接收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,美国哥伦比亚广播公司(CBS)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。美国全国广播公司(NBC)也建立了类似的新闻社。广播在新闻采编方面的独立运行,使这一新兴媒介打破了报纸的压制,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,我国广播新闻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,新闻节目中播出的新闻报道条数锐减,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。东方台派人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”。

无论是珠江经济广播电台的成功,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

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