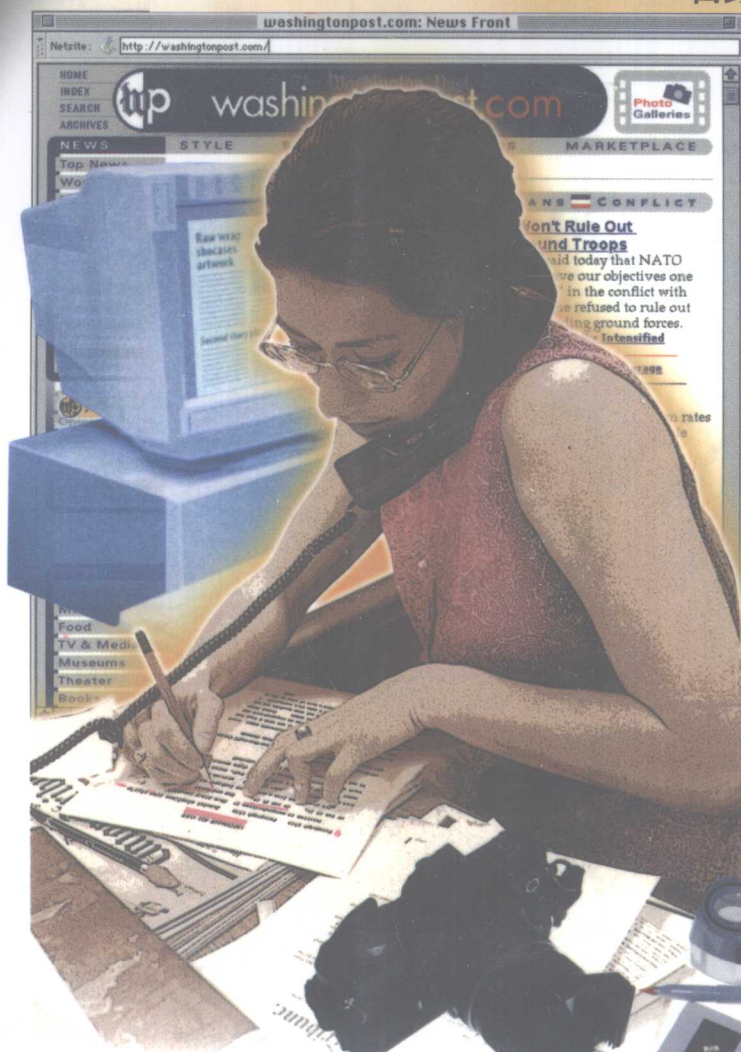


创造性的编辑

第三版

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 著
黛安娜·L·博登
田野 宋珉 等译



Dorothy A.
Bowles

Diane L.
Borden

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

创造性的编辑

第三版

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 著
黛安娜·L·博登 著
田野 宋珉 等译



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

创造性的编辑 (第三版) / (美) 鲍尔斯, (美) 博登著; 田野, 宋珉等译.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

(新闻与传播学译丛·国外经典教材系列)

ISBN 978-7-300-07616-4

I. 创…

II. ①鲍…②博…③宋…

III. 新闻工作-编辑-教材

IV. G214.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 003639 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

创造性的编辑

第三版

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 著
黛安娜·L·博登

田野 宋珉 等译

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) 010-62511239 (出版部)

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 北京市易丰印刷有限责任公司

开 本 185mm×235mm 16 开本 版 次 2008 年 7 月第 1 版

印 张 29.5 插页 2 印 次 2008 年 7 月第 1 次印刷

字 数 549 000 定 价 59.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列” 出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书在最大程度上体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上要与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，也已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻与传播学院系所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学院系教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》、新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极大的可操作性。不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种进行原文影印，收入“新闻传播学英文原版教材系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

英文版前言



书所要讨论的主角在当今时代拥有各式各样的化名，如：数据库制作人（database producer）、技术指导（technical director）、信息设计（informational designer）、互联网战略专家（Internet strategist），或者网络技术专家（Web technologist），等等。他们的年薪在 45 000 美元至 110 000 美元之间，而且等待他们发挥才能的市场价格正在逐年看涨。他们就是：21 世纪的文字编辑（copy editor）。他们的工作反映出 20 世纪末以来传播技术的广泛更新。

不论称呼如何变化，在当代，文字编辑仍是一切印刷及网络传媒机构的核心人物。他们既是维持媒体健康生存的营养提供者，同时又是新闻和娱乐的把关人。与以前任何一个时期相比，今天，一名称职的文字编辑的价值更容易得到高级编辑的承认和赏识。这一点进一步提高了文字编辑已经相当不错的职业前景。实际上，与同等资历的记者或作者相比，许多新闻机构给予文字编辑更高的薪水。

凡是具有本书所列出的个人品质以及相应的语言与图片处理能力的新闻记者，会很容易找到富有挑战并且收入丰厚的文字编辑工作。此外，对那些想成为经理人的有志之士来说，新闻编辑台同样是个理想的锻炼场所，他们能在这里很好地学习到报纸或新闻网站复杂的生产流程，因而，他们常常可以通过

编辑岗位走向管理高层。

《创造性的编辑》(Creative Editing)第三版增添了新的内容,充分关注到技术、生活方式以及竞争环境等方面的变化给传统媒体带来的冲击,并特别谈到这些变化对文字编辑角色的影响。同时,本书也进一步强调了那些在今天仍然至关重要的传统编辑技能:如对语法、标点、格式以及词汇的正确运用,对事实的核对,标题的写作,图片和图表的编辑,印刷格式,以及设计与排版等。

《创造性的编辑》的特点之一是设计了大量练习题。这些练习可以帮助学生测试自己对每章内容的理解,并帮助他们实践所学的编辑技能。

此外,这个版本还具有不少其他方面的新特点。例如,通书融入了不少关于如何进行电子编辑的新材料,特别强调了万维网(World Wide Web)。本书作者认为,互联网和网络出版事业对文字编辑提供了更为广阔的职业市场,具有很大的潜力。因此,这些新材料重点放在如何为新闻网站编辑新闻;如何帮助交流者找到相应的网上论坛;如何运用网络的搜索功能与核对事实的功能,以及如何设计、编排网页。

本版对第4章的内容进行了扩展,使之包括了如何为网站编辑新闻稿件以及如何编辑来自通讯社的稿件。其中有关如何根据民意测验来编辑新闻和如何处理数字很多的稿件的部分,内容有所更新和扩展。对讲述如何核对事实的第5章,该版本进行了大幅度修改。这一章会帮助我们通过印刷版和电子版的标准参考书找到需要的信息,还会帮助我们学会使用网上的搜索工具、论坛和商业数据库。第5章还列出了大量的参考资料和相关网址,以供编辑查对事实之用。

本版对新闻伦理部分也进行了扩展,加入了新的内容,重新阐释了媒体公信力、媒体融合、网络道德等问题,也讨论了近期大的媒体机构发生的一些违背新闻道德的案例。关于图片和图表编辑的第10章增加了数码照相及如何为要传达的信息配上合适的图片等部分的内容,同时也收入了许多关于图表编辑的新例子。关于版面编排和设计的第11章增加了有关杂志和网站的版面编排和设计的新内容,加入了许多来自专业出版物和大学出版物的新范例。

本版的大多数章节都在末尾部分收入了一篇由新闻专业人士所撰写的文章,以期帮助学生理解文字编辑的工作。这些文章后面附有其作者的简短介绍和照片,这样学生可以看到这些专业人士的职业发展道路。特别需要注意的是本版特邀的《华盛顿邮报》网络版(washingtonpost.com)的网络记者的文章和最近毕业的两个新闻专业毕业生谈论实习重要性的文章。

秉承前两版的传统,《创造性的编辑》的谋篇风格仍然富有逻辑性并循序渐进。第1章探讨了为何媒体的融合使得文字编辑的角色更加重要,剖析了一个典型的印刷媒体机构的组织结构,并且讨论了文字编辑的职业前景。

第2章、第3章、第4章和第5章集中讲解了文字编辑必备的技能：对语法和标点的正确使用；在编辑词、句和段落时保持准确和统一风格的重要性；在为报纸或新闻网站编辑报道时对导语的编辑和作出相应新闻价值判断的重要性；订正事实的必要性，包括如何使用标准的参考资料及电子数据库等。

第6章详细论述了涉及编辑工作的有关法律问题，诸如诽谤、侵犯隐私和版权等问题，并且就编辑如何帮助自己的公司避免官司进行了建议。第7章讨论了编辑要特别面对的道德问题，包括网络道德等，并且对帮助编辑作出相关道德决定的思路进行了建议。这一章还包括美国职业记者协会等专业新闻机构规定的有关职业规范；此外，本章也讲解了如何在编辑过程中体现良好的品位和敏感度。

第8章讨论了印刷版式，特别是印刷字体的大小、宽度、体式、粗细度和类别。第8章是第9章的必要铺垫。第9章重点介绍了标题的写作艺术，这点在网络环境中越来越重要；这一章还提供对标题的写作、计算、编排和字体处理。

第10章和第11章对视觉新闻进行了讨论，重点讲解了对图片和图表的编辑，包括数码图片及版面的设计与编排；这些规律对印刷出版物和网站都适用。第11章还讲解了自动组版、个人电脑和激光图形处理等相关内容。

第12章谈到，越来越多的大众传播专业的毕业生选择公共关系作为职业领域，并且讲解了如何制作公共关系材料，如传单、手册和通讯。

在整本书中，我们遵循了最常见的新闻风格，并且竭力避免使用有性别歧视、种族歧视、年龄歧视或同性恋歧视倾向的任何歧视性语言。

我们向丽贝卡·布罗姆林 (Rebekah Bromley) 表示感谢，感谢她修改了由她执笔的关于如何制作传单、手册和通讯的章节。我们也要向美国各地的新闻专业人士表示衷心感谢，感谢他们为本书提供材料、给予建议。我们要特别感谢为每章撰写专论的作者们：吉娜·阿科斯塔 (Gina Acosta)、彼得·巴提亚 (Peter Bhatia)、莎伦·比布 (Sharon Bibb)、科尔·C·坎贝尔 (Cole C. Campbell)、J·福特·哈夫曼 (J. Ford Huffman)、马修·李 (Matthew Lee)、米歇尔·迈德雷 (Michele Medley)、林恩·佩利 (Lynne Perri) 与阿曼达·托伯 (Amanda Traughber)。

我们还要向以下朋友表示由衷的谢意：感谢怀恩·布朗 (Wynne Brown)、鲍勃·海勒 (Bob Heller)、比尔·李 (Bill Lee)、汤姆·法林顿 (Tom Farrington) 为我们提供图片；感谢萨利·格斯里 (Sally Guthrie) 给我们的网站方面的建议；感谢克丽斯特·卡特 (Christa Carter) 为我们提供调研方面的帮助；感谢卡罗尔·古德休 (Carol Goodhue) 及《圣迭戈联合论坛报》(San Diego Union-Tribune) 的工作人员允许我们拍摄编辑们的工作图片。

我们非常高兴与高度专业的制作管理专家加里·帕马提亚 (Gary Palmatier)

就概念到图像的转化进行合作，与文字编辑凯茜·贝尔勒（Cathy Baehler）的合作也非常愉快。我们由衷感谢 Wadsworth 出版社的工作人员：传播部执行总编戴尔德丽·E·卡瓦诺（Deirdre E. Cavanaugh）、发展部助理编辑瑞恩·E·韦斯理（Ryan E. Vesely）及制作部项目编辑豪尔·汉弗莱（Hal Humphrey）。

我们也特别感谢在不同阶段审读我们手稿并给予宝贵意见的朋友：路易斯安那东北大学（Northeast Louisiana University）的詹姆斯·D·维特费尔德（James D. Whitfield）、南犹他大学（Southern Utah University）的乔恩·M·史密斯（Jon M. Smith）以及新墨西哥大学（University of New Mexico）的鲍勃·盖萨维（Bob Gassaway）。

黛安娜·L·博顿
(圣迭戈州立大学)

多萝西·A·鲍尔斯
(田纳西大学)

目 录

第 1 章

- 文字编辑的角色 / 1
- 走进科技时代 / 3
- 文字编辑工作的重要性 / 5
- 文字编辑的职责 / 8
- 文字编辑的专业素养 / 9
- 当代新闻编辑部的编辑台 / 10
- 编辑过程 / 13
- 现代编辑展望未来 / 17
- 推荐阅读书目 / 20
- 练习题 / 21

第 2 章

- 正确使用语法和标点 / 23
- 英语语法与用法中的常见问题 / 25
- 标点符号 / 40
- 电脑编辑 / 48
- 传统的文字编辑符号 / 49
- 推荐阅读书目 / 52
- 练习题 / 52

第 3 章

- 统一的文体与准确的措辞 / 62
- 编辑良好的出版物应采用一致的文体 / 63
- 数字 / 65
- 缩写 / 66
- 大写形式 / 68
- 时间 / 70
- 城市及日期栏 / 70

其他的文体问题 / 73
正确措辞 / 74
一般的拼写错误 / 80
作为一名见习生怎样才能成功 / 82
推荐阅读书目 / 84
练习题 / 85

第 4 章

编辑报道 / 105
编辑导语 / 106
涵盖重要信息 / 107
编辑报道的结构 / 111
缩短报道 / 118
编辑通讯社稿件 / 120
网络新闻编辑 / 130
网络新闻业：传统网络技术 / 133
推荐阅读书目 / 137
练习题 / 138

第 5 章

核对事实 / 151
参考资料的可靠性 / 153
索引 / 155
互联网搜索工具 / 157
互联网讨论组 / 160
网络新闻组 / 163
小田鼠资讯系统 / 164
商业电子数据库 / 165
标准参考文献 / 166
推荐阅读书目 / 174
练习题 / 175

第 6 章

新闻与法律 / 179
事前限制 / 180

个人权益冲突 / 180
诽谤 / 181
隐私权 / 189
版权 / 191
商标 / 192
避免法律诉讼的技巧 / 193

推荐阅读书目 / 200
练习题 / 201

第 7 章

编辑与伦理 / 204
 如何解决伦理问题 / 207
 什么是道德 / 208
 道德规范 / 212
 以良好的品位和敏感性进行编辑 / 219
 不同岗位的道德问题 / 222
 新闻媒体对批评的反应 / 223
 21 世纪的新闻职业道德 / 224
 新闻业的未来 / 229

推荐阅读书目 / 232
练习题 / 234

第 8 章

印刷格式 / 239
 字体大小 / 241
 字体宽度 / 244
 字体样式 / 246
 字体重量 / 249
 字体家族 / 250
 易读性 / 251

推荐阅读书目 / 252
练习题 / 253

第 9 章

- 标题写作 / 256
 - 新闻标题的目的 / 256
 - 好标题的特点 / 257
 - 怎样撰写标题 / 259
 - 网络新闻的标题 / 265
 - 标题中的标点 / 267
 - 标题的大写 / 268
 - 标题的空间计算 / 269
 - 标题的位置 / 274
 - 标题的类型 / 274
 - 标题写作是一门艺术 / 282
- 推荐阅读书目 / 285
- 练习题 / 285

第 10 章

- 图片与图表编辑 / 291
 - 团队合作效果更佳 / 291
 - 挑选图片 / 292
 - 出版前对照片的进一步加工 / 294
 - 信息图表编辑 / 302
 - 编辑图片说明 / 311
 - 图片报道需要优秀的报道技巧 / 318
- 推荐阅读书目 / 319
- 练习题 / 320

第 11 章

- 设计与排版 / 326
 - 设计原则 / 326
 - 设计元素 / 335
 - 版式 / 339
 - 报纸的编排 / 343
 - 杂志的编排 / 355
 - 网页的编排和设计 / 364
 - 排版宝典 / 374

推荐阅读书目 / 378

练习题 / 379

第 12 章

制作传单、手册和通讯 / 399

传单 / 399

手册 / 408

通讯 / 417

公司人际关系面临的挑战 / 423

推荐阅读书目 / 426

练习题 / 427

索引 / 430

译后记 / 451

第 1 章

文字编辑的角色

期限不等待灵感。

——查尔斯·M·舒尔茨

史奴比之父

(Charles M. Schulz, “Peanuts” creator)

“融合”(convergence)是世纪之交大众传媒领域的流行词 1
语。技术融合,工作责任融合,内容融合。这些现象以不计后果的反常速度发展,成为新闻界争论的热门话题。争论的焦点无论在过去和现在都是——内容。

“融合”到底意味着什么?这将怎样影响文字编辑在 21 世纪的角色?对有些人而言,“融合”意味着传播技术的融合:例如,从有线电视的屏幕上调出互联网的界面,或者通过家庭电脑收看电视新闻广播。另外一些人认为,“融合”意味着媒体公司之间合并,组成超大型媒体公司。比如,报业公司收购了电视网络,计算机公司又收购了报业公司,有线电视公司又收购了计算机公司,而电话公司又收购了有线电视公司,诸如此类。

“融合”也意味着报业的重新定义以及新的市场定位——报纸在逐渐成为“资讯机构”,比如,报纸可与其他当地媒体或社区机构进行合作,推出网上城市导游这样的服务项目,如 Boston.com、Cox' Access Atlanta, 及 Knight-Ridder's Real Cities sites 等。

还有人认为“融合”是指工作责任的交织——记者要为自己的报道配上相应的图片，文字编辑可能要去兼做那些以前由印刷工人和排字工人做的事。另外有些人认为，“融合”意味着取消或者至少模糊新闻与娱乐之间的界限、事实与观点之间的界限、真相与虚构之间的界限。什么是“真正”的新闻节目？是美国广播公司（ABC）主播彼得·詹宁斯（Peter Jennings）的夜间新闻？还是“硬拷贝”（Hardcopy）？什么是“真正”的娱乐节目？是“今晚娱乐”（Entertainment Tonight）？还是美国国家广播公司（NBC）新闻主播汤姆·布罗考（Tom Brokaw）的新闻节目？再比如，《波士顿环球报》迈克·巴内克（Mike Barnicle）主笔的专栏与汤姆·贝伦特（Tom Berendt）的小说《午夜善恶园》（*Midnight in the Garden of Good or Evil*）相比，哪个是写实？哪个又是虚构？

1997年，在科罗拉多州阿斯本壮观的山间美景中举行了“新闻与社会卡托会议”（Catto Conference on Journalism and Society）。会上，著名的新闻记者兼作家罗伯特·麦克尼尔（Robert MacNeil）曾就以上这些问题进行了探讨。麦克尼尔认为，如果新闻媒体仍然无视这些潮流，将陷入险境。

麦克尼尔认为，“新闻媒体与其他形式的媒体之间的区分并不是一成不变的。我们的产品同样要参与激烈的竞争，要争夺公众的注意力和美元，因而必然会与其他形式的媒体交织在一起。娱乐媒体斑斓炫目的色彩正在渗入以黑、白、灰为本色的新闻业中，反映在报刊、电视台、互联网各个方面”。

“当前媒体活动的范围很像电磁波频谱。所有的人类活动，从莫扎特歌剧到色情文学，到萨达姆·侯赛因引发的战争，到科学界学术期刊的一篇博学之文……这一切都缩微成数字比特和字节，越来越紧地压缩起来，越来越快地显现出来，并瞬间在全球范围内得到传播……”

2 麦克尼尔所谈论的正是融合现象，特别是媒体内容领域的融合现象。对于新闻记者，尤其是文字编辑来说，内容的生成是任何一家媒体公司成功的关键，正如过去一样。根据1998年举行的“全球融合峰会”（Global Convergence Summit）上52%的产业界高级经理主管人员的投票表决结果，那些向掌握着传播技术的人提供内容的公司是这个新时代最大的获益群体。这个峰会是由《商业周刊》（*Business Week*）与普华永道会计事务所（Price-Waterhouse-Coppers）联合召集的。报纸、杂志、广播公司、公共关系公司、广告公司和世界范围内的网站，都将抢夺了解内容融合性这个新领域的那些聪明、能干、充满活力的人才。

在这些讨论背后其实有个潜台词，那就是对好的编辑加工技能和优秀编辑的需求。与20世纪的文字编辑相比，21世纪的文字编辑更不可能单纯地从事一种媒体的任务或者按照狭义的媒体界限去工作。他们需要去完成本书中讨论到的所有的任务——文字编辑处理、标题写作、编排与设计，等等；而且，他们要运用多种媒体

形式来完成这些任务。例如，编辑可能需要为印刷媒体准备一篇新闻报道，然后要在当天为广播公司准备这篇报道的音像版本，还要准备这篇报道的网络版本。在 MSNBC（互联网新闻服务）这个由比尔·盖茨的微软公司（Microsoft Corporation）和美国国家广播公司（National Broadcasting Co.）共同组成的媒体机构，编辑们已经开始担当多功能的角色，并且发现这是一个激动人心的新领域。

走进科技时代

在 20 世纪 90 年代，报刊媒体的记者和编辑上网是很经常的事——他们要到政府网站查询信息，去讨论版块和聊天室收集信息，也要通过各种形式发布信息，包括电子形式。佛罗里达州圣彼得堡市的传媒教育研究机构——皮尤媒体研究中心（Poynter Institute）经调查发现，在 1997 年，有 702 份美国日报提供网络服务，是仅仅几年以前的三倍多。此外，数以千计的杂志社、通讯社、特稿社以及电视与广播的节目副本提供了相应的网络产品（图 1—1）。

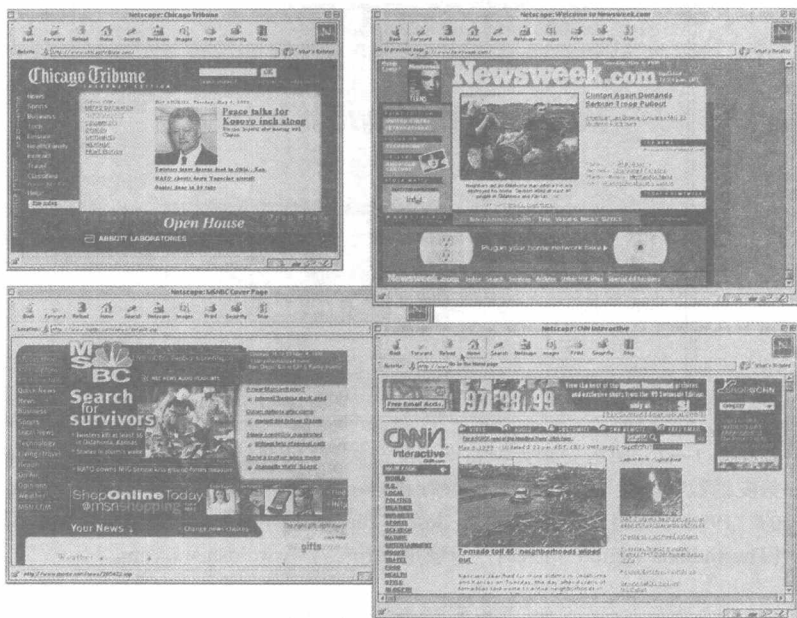


图 1—1 新闻网站的界面显示出内容的重要性以及网站在形式上与其他几种新闻媒体的相似之处——例如，可以将其与报纸、杂志、广播网络和一些软件公司（如微软）进行比较。

亿万大众通过互联网这个快速而简易的渠道查询电子信息。但对新闻记者和文字编辑来说,这个新资源既是“美女”也是“野兽”。媒体市场的竞争越来越激烈,许多传统的大众媒体正在努力维持自己的市场份额。在过去的20年里,报纸与网络新闻服务都开始走下坡路。1997年,美国每天的报纸发行总量已经下降到5670万份;而1995年的时代镜像中心(Times Mirror Center)的调查发现,所有接受调查的人中,只有48%的人曾在头一天晚上浏览过网络新闻,远远少于1993年的60%。在过去的30年里,150多份日报倒闭,很多杂志社和通讯社也倒闭了。

当然,在出现了过多的网络新闻和资讯服务的同时,这些年也有不少新的印刷媒体公司开张。但是,对印刷媒体的新闻记者来说,用新的、富有调动性的方法向读者报道的挑战加剧了(图1—2)。当越来越多的新闻记者开始使用新的网络技术来收集、分析新闻和信息的时候,“准确”、“平衡”这些传统的核心新闻准则重新受到审视(参见本书第7章)。



图1—2 印第安纳大学布卢明顿分校(Indiana University in Bloomington)校报网站“印第安纳数字学生”曾在大学出版社协会(Associated College Press)和“NetGuide”共同举办的“1998年度最佳网络竞赛”(Best of the Net Contest)中荣获第一名,“印第安纳数字学生”(The Indiana Digital Student)网址是 <http://www.idsnews.com>。

在21世纪,尽管大家会不断跟进新的技术,但大多数新闻出版物应该不会产生太大的变化。在未来,新闻出版物在组织安排上会更加出色,更加关注自己的主要当地读者群,更多地使用色彩,并试图在更小的空间里塞进更多的信息。