

黄道弘 著

新闻
编辑
的
功能

XINWENBIANJIJIEGONGNENG

中国新闻出版社



作者小传

黄道弘，

1957年春出生在湖北省随州市府河岸边一个贫苦家庭。1966年刚

走进校园就遇上了“文革”动乱，1973年，初中毕业当了农民。1976年被招工当一名搬运工人。1978年初被单位推荐到随县城关镇工交办公室。1980年至1984年，调随州市广播站随州报社当编辑。1987年加入中国共产党，1988年，自修华中师范大学政治教育专业毕业。

在10年的新闻工作历程中，经历了一个摸索、思考、追求、成熟的过程，经过辛勤笔耕，在内外发表的数百篇消息、通讯、特写、报告文学、散文等，有的被选为教材，有的被出版社收集出版，有的被中央办公厅作文件转发，其中11篇新闻作品在全省获奖。撰写的《地方报纸如何办出地方特色》、《学会用眼睛采访》、《良工不示人已杰》、《从堤崩蚁穴探防失实报道之法》等10篇新闻论文分别发表在省级以上刊物上。

序 言

商 恺

湖北省有个随州市，随州市有家《随州报》，《随州报》有位年轻的编辑名叫黄道弘。黄道弘这个三十岁出头的小伙子，带着他撰写的《新闻编辑的功能》一书的手稿，迎着扑面的春风，千里迢迢来到北京，寻求新闻界人士的指教，寻求出版界的支持。

曾做过搬运工和新闻通讯员的黄道弘，1980年跨进了新闻界，走上了自学成才之路，经过十年来的奋发学习和艰苦实践，推出了《新闻编辑的功能》这一研究成果，为繁茂的新闻学苑又增开了一朵鲜花。

《新闻编辑的功能》一书，虽然称不上理论高深的宏篇巨著，但是它却紧密联系实际，从编辑理论到编辑实践，从编辑技巧到编辑规律，作了系统而通俗的阐述，有着较强的使用价值。目

前我国地市县报这一层次的编辑人员，不论是从大学里毕业的，还是从自学道路上走来的，其中大多数没有经过编辑业务的专门培训，编辑水平亟待提高。社会上已经出版的几本编辑学著作，读起来不免有点深奥之感，而《新闻编辑的功能》一书，写得有实有虚，深入浅出，正适合小报编辑人员阅读。即使大报的青年编辑，顺手翻翻也不无益处。

《新闻编辑的功能》一书的写成，又一次说明地市县报工作开始走上了实践和理论研究相结合的新阶段，这是可喜的现象。如果说过去几十年，地市县报工作者走过来的道路是以实践为主，那么今天就要有意识有计划地将实践和理论研究结合起来，在办报的实践中进行理论研究，在理论研究的指导下进行办报实践，以求得在新闻事业的普遍规律中找出地市县报的规律来，从报纸的共性中找出地市县报的特性来。可以预言，地市县报工作实践和理论研究的结合，真正达到密切融合之日，也就是地市县报腾空飞跃之时。

《新闻编辑的功能》一书出版了，这仅仅是新闻实践和理论研究相结合产生的一个小小的成

果。如果说黄道弘今后的奋斗目标是登上新闻学的高峰，那么这本小书的出版，只能是他在攀沿过程中踏上的第一个台阶。展望前景，漫长而曲折的登山路上，还布满着荆棘，攀登顶峰还要付出更大更艰苦的努力。

一九八九年三月于北京

目 录

序.....	商恺 (I)
绪 论.....	(1)
第一章 识别价值的功能.....	(9)
第一节 新闻价值.....	(9)
第二节 宣传价值.....	(17)
第三节 美学价值.....	(21)
第二章 探除蚁穴的功能.....	(28)
第一节 失实探源.....	(28)
第二节 巧把五关.....	(40)
第三章 画龙点睛的功能.....	(51)
第一节 标题的不同划分.....	(52)
第二节 巧妙的点睛之术.....	(68)
第三节 令人生烦的标题.....	(82)
第四章 巧编开头的功能.....	(86)
第一节 新闻开头的变迁.....	(87)
第二节 编织开头的技巧.....	(93)
第三节 繁文之过的启示	(104)

第四节 流行开头的类举·····	(110)
第五章 善剖美玉的功能·····	(125)
第一节 深度挖掘·····	(125)
第二节 妙用数珠·····	(129)
第三节 巧使背景·····	(136)
第四节 风格多样·····	(150)
第六章 驾驭文字的功能·····	(155)
第一节 语言贵在出新·····	(156)
第二节 字句锤炼要精·····	(158)
第三节 平淡显示典雅·····	(168)
第七章 组织报道的功能·····	(173)
第一节 制订报道思想·····	(173)
第二节 约请人员写稿·····	(176)
第八章 配发评论的功能·····	(183)
第一节 评论的种类·····	(184)
第二节 评论的技巧·····	(187)
第三节 评论十忌·····	(196)
第九章 来稿综述的功能·····	(198)
第十章 美化版面的功能·····	(217)
后 记·····	(228)

绪 论

编辑，顾名思义，就是收集、整理作品。现代汉语词典对“编辑”一词解释为：对资料或现成的作品进行整理、加工。这一定义，决定了编辑工作的特性。

在新闻编辑的眼里，无论来自何方的作品，都被视为半成品，甚至被看作杂乱无章的资料。从这个意义上讲，人们常把编辑比作为他人做嫁衣的裁缝，再恰当不过了。高明的裁缝，既能识别布料的好坏，又能裁剪制作出别致新颖的服装。正象不是所有的裁缝都能作出好服装，并非所有的编辑都能识别有价值的新闻。即使能够识别，也未必能编好。这里，关键是编辑的基本功。有了过硬的基本功，不愁编不出好新闻；缺乏过硬的基本功，好的新闻也容易从手中“溜”掉，甚至扔进废纸篓。为了让更多的好新闻显露头角，除了提高记者、通讯员的素质外，必须训练、培养、提高编辑的基本功。

谈新闻编辑的功能，自然离不开编辑与政治的关系。为了集中论述编辑的方法与技巧以及行文的方便，将编辑与政治经济的关系方面放在绪论中。

今天的新闻，到明天就是历史。从这个角度讲，新闻纸事实上是历史的忠实纪传者，它把每天所发生的新闻事实，客观地记录下来。报纸、广播是一种大众传播工具，把上头的精神传播到民众中去，把下头的实际传播到上级机关，起到双向交流的作用。要发挥大众传播工具的作用，就得培养提高新闻工作者适应社会经济发展和政治变革的能力。

适应政治形势、编辑平日的工作，接触的是新事物，追求的是新事物，研究的是新事物。然而，许多新生事物是在适宜的气候条件下产生的。也就是说，每一项新的政策的颁布，必然有新生事物出现。我们作新闻编辑工作，对党的每一项新政策，都要细致研究，认真分析，深刻理解，一知半解不行。凡事多问几个为什么？为什么要制定这项政策？实施后将会产生的利弊？只有深刻地理解党的每项方针、政策，才具有敏锐的洞察力，不断地捕捉新生事物。“文化大革

命”的10年，报纸、广播成了阶级斗争的工具，成天报道的是阶级斗争一抓就灵，哪里生产上不去，哪里就有走资派捣鬼。文化舞台上，全国只有八台戏；谈生产经验，只有8个字：“阶级斗争一抓就灵”。在那种政治气候下，舆论一律，你不适应也得适应，否则就会住牛棚，坐牢房。粉碎“四人帮”以后，政治民主大大增强，报纸、广播不再是阶级斗争的工具了，舆论一律变成了民主议政。但是，相当一部分人心有余悸，一次被蛇咬，十年怕草绳。每次党中央颁布大的方针政策时，有的抱着观望等待，不敢大胆地、旗帜鲜明地去宣传；有的束手无策，不知如何是好；有的缩手缩脚，蜻蜓点水式的报道。中共十一届三中全会决定农村实行联产承包责任制，开始的时候，相当一部分新闻工作者没有吃透精神，认为是走回头路，甚至对这一政策持怀疑态度。干部群众议论纷纷，报纸广播宣传得理不直，气不壮。《湖北日报》在头版头条位置报道了《随县县委书记走访包产户》的消息后，许多干部曾为随县县委书记捏了一把冷汗。邓小平提出让一部分人先富起来，也引起一场风波。有人片面理解为是否定走共同富裕的道路，鼓励发展资本主

义。事实上，只是从字面上理解的，没有领略深刻的内涵。让一部分有本事的人扬其长，自己富，启发带领别人富。只有让一部分人先富起来，才有共同富裕的物质基础和经验。正如鲁迅说的，本来没有路，走的人多了便成了路。如果十亿中国人民并排齐步走，恐怕永远也走不出路来。10年实践证明，邓小平提出的让一部分人先富起来是对的。中共十三大提出社会主义初级阶段的理论，进一步证实了这些方针政策的正确性。所以说，新闻工作者应是时代的超前人，不应是时代的落伍者。一个新闻工作者，特别是把持新闻大权的编辑，首先要透彻地理解党的政策，迅速适应政治形势，把握政治形势，才能跟得上时代的步伐，走在众多人的前列，做到舆论先行，舆论超前一步。如果人们都认识了的事，你再去宣传，那叫步人后尘，干了历史家所干的事。假如自己没有深刻理解的东西，被动地去宣传，也是应付差事，见不了新意，连对自己就不能说服的报道，怎么能让别人信服呢？

适应政治形势，必须具有较高的政治素质，政治上、思想上、行动上保持与党中央高度一致。这是能够适应政治形势的主观条件。不能与

党中央保持一致，自然不可能去深刻认识、理解其方针政策，甚至持反对态度。

适应政治形势，必须具有较高的业务素质，熟悉了解下情，善于把新的方针政策与客观实际结合起来。这是能够适应政治形势的自身的客观条件。不了解客观实际，自然认识不到其方针政策的重要性、必要性。只有把党制定的每一项方针政策与客观实际结合起来看，才能深刻地理解其内涵，自觉地去宣传它。

适应经济形势。一个时期，有一个时期的经济政策，经济方针；一个地方，有一个地方的经济特点，经济格局。提起江苏的一心，众所周知那里是“陶都”；说起湖北的黄石，印象深刻的是矿业；到过青岛的人，大概会说那里是旅游的地方。地方报纸办出地方特色，在很大程度上取决于编辑人员对本地经济特色的认识，也就是说经济特点影响着报纸特色。

随着经济发展变化，经济政策也在不断地修改完善。一个时期鼓励发展的东西，在另一个时期可能会加以限制。经济政策的制定，是从社会经济生活的全局利益出发的，从社会经济综合平衡的角度进行宏观控制。一项经济政策，可能对少数

地方、少数部门不利,但就全局来说是有利的。了解熟悉经济政策,新闻报道才能做到有的放矢。全国解放初期,集体经济相当薄弱,制定限制改造私营工商业,发展以计划经济为主的国营集体企业。到了六十年代,私营企业没有了,只有计划经济,没有市场调节。三十年以后,由于经济发展的需要,在改革、开放、搞活的方针下,又鼓励发展个体工商业,实行租赁经营,承包经营,国营、集体、个体在平等的条件下竞争。八十年代初期,鼓励发展轻纺工业,到了八十年代末期,纺织业过剩,原材料严重不足;电视机、电风扇等家用电器产品出现饱和,中央及时采取限制发展纺织业和家用电器业的办法。往往在新闻报道中出现的与经济政策违相背的事实,正说明了我们没有认真地学习现阶段的经济政策,或者说理解得不深刻。

一家地方报纸,最主要的是反映当地的经济。中共十一届三中全会明确指出,要把工作重点转移到以经济建设为中心的轨道上来,一切工作都要围绕经济建设去作。一个地方的经济状况、经济结构、地理环境,在很大程度上决定报纸宣传的方针、重点和格局。编辑对本地经济研

究得越深刻，分析得越透彻，把握得越准确，报纸的地方特色就显得越浓厚，地方特性也越强。所以说，编辑对经济的全局作到心中有数，编起稿来方能有的放矢。

适应社会风尚。物质文明的程度是经济发展的表现；精神文明的程度，取决于社会制度及社会风气。

社会风气，表现在工作中，是刻苦的创新和认真负责的态度，以社会主人翁的身份去干事业；表现在生活中，则是助人为乐，先人后己，模范遵守社会公德，具有社会整体意识。朱伯儒的“炭火精神”，赵春娥的“扎实认真的工作作风”，曾轰动全国，这是因为我们的新闻工作者，从他们身上发现时代的新风尚，一张扬出去，就被人们所感动。作为一名新闻工作者，对社会风尚应具有高度的敏感，捕捉社会新风的苗头，酿造社会新潮流。要不断地更新观念，适应社会发展的新潮流，为之推波助澜。社会风气有主流，有支流，有好风气，有坏风气，有新风气，有陈腐的观念。决不能被那些陈腐的观念束缚手脚，被那些坏风气挡住视线，应该看到社会的主流，看到社会发展的大趋势。自然界的植

物，春天能够发芽、开花，出现万物复苏的景观，正是经过秋和冬的考验。一切新的社会风尚，开始并非都认为是好的，经过否定之否定后，便会形成风气。我们编辑具备了适应社会风尚的能力，就不愁编写不出打得响的新闻报道来。

第一章 识别价值的功能

无论物质产品，还是精神产品，它们的作用，都表现在价值上。商品的价值，体现在商品里的社会必要劳动；精神产品的价值，体现在人们社会生活中的意义。新闻，是一种精神产品，它以能否满足社会和受众的需要为价值，吸引的受众越多，关心的人越多，对当时社会的影响程度越大，其价值越高。它的价值与社会关注的程度成正比。

近来，新闻界提出新闻的三个价值，即新闻价值、宣传价值、审美价值。编辑在选择稿件中，如何识别稿件的三种价值？我以为，要识别稿件的价值，必须增强三种意识。

第一节 新闻价值

增强“喜新厌旧”的意识，识别新闻稿件的

新闻价值。新闻工作者的“新”字，概括了新闻编辑追求新的本质特征。今天把它作为新闻传播到千家万户，明天就将它作为资料载入史册。

“喜新厌旧”的意识，应该时刻体现在编辑工作中，不能有半点恋“旧”的思想。因为构成新闻价值最重要的因素是新闻事实的新。我们所追求的“新”，既是人们见所未见，闻所未闻的；又是过去发生，刚才发现的；还是当时公众所关注，欲知而未知的事实。凡第一次报道的新闻，编辑要切实反复斟酌，认识其价值，慎重对待。一项活动刚刚开展，头一回报道，是件新鲜事。同样的内容继续报道，就不新鲜了，人们形象地比喻“炒现饭”。户卖万斤粮的杨小运首次报，人们无不惊讶，后来虽然还出现户卖10万斤粮的农户，受众也不感到那么新鲜了。

有些报道，基于地方党政工作的需要，必须反复宣传。这一原因，使我们的报纸、广播偏于宣传需要、工作需要，往往忽视新闻价值，出现大量步后尘式的“新闻”。作为一名合格的编辑，在完成某个时期的宣传任务时，不应当图省力，简单地选择那些重复稿件。也应该“喜新厌旧”地去对待来稿，抓住工作中的“难点”，生