

文学时空作家书库·第7辑

主编：一叶

具象中的抽象

李端生 著

中国文史出版社

具象中的抽象

李端生 著

中国文史出版社

图书在版编目(CIP)数据

具象中的抽象/李端生著. - 北京: 中国文史出版社,
2006. 9

(文学时空作家书库. 第7辑/一叶主编)

ISBN 7-5034-1843-5

I. 具… II. 李… III. 新闻编辑-文集 IV. G213-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 093925 号

责任编辑:杨玉文

封面设计:文学时空工作室

出版发行:中国文史出版社

社 址:北京太平桥大街 23 号 100811

印刷装订:北京凯通实业总公司印刷厂

经 销:新华书店北京发行所

开 本:850×1168 1/32

印 张:54.25 字数:1302 千字

印 数:1000 册 插页:8

版 次:2006 年 9 月北京第 1 版

印 次:2006 年 9 月第 1 次印刷

总 定 价:120.00 元

文史版图书如有印、装错误,印厂负责退换。

目 录

序	1
第一章 导 言	3
第一节 由“编辑”到“新闻编辑学”	4
第二节 新闻编辑学在新闻学中的位置	17
第三节 新闻编辑学在编辑学中的位置	20
第四节 对新闻编辑学的新认识	22
第二章 新闻编辑工作	27
第一节 新闻编辑工作基本特征	27
第二节 新闻编辑工作基本内容与作用	33
第三节 新闻编辑工作与新闻采访、写作、 评论工作关系	38
第三章 新闻编辑主体	45
第一节 主体与编辑主体	45
第二节 新闻编辑主体内涵及特征	47
第三节 新闻编辑主体基本修养	51
第四节 新闻编辑主体基本能力	60
第四章 新闻编辑心理	68
第一节 新闻编辑心理概说	68
第二节 新闻编辑思维及其特点	71

第三节	重要的新闻编辑心理现象	
——	新闻编辑意识	77
第四节	两类新闻编辑心理	84
第五节	新闻编辑心理卫生	94
第五章	新闻编辑客体(上)	100
第一节	新闻编辑客体内涵及其分类	100
第二节	物化的新闻编辑客体	
——	新闻稿件	104
第三节	物化的新闻编辑客体	
——	新闻作品	110
第四节	物化的新闻编辑客体	
——	新闻媒介	115
第六章	新闻编辑客体(下)	122
第一节	新闻作者	122
第二节	新闻编辑辅助人员	128
第三节	新闻受众	131
第七章	新闻编辑方针	136
第一节	几个“编辑方针”概念辨析	136
第二节	新闻编辑方针基本分析	138
第三节	新闻编辑方针的制订	141
第八章	新闻编辑策划	145
第一节	几个“策划”概念辨析	145

第二节	新闻编辑策划特征与意义	146
第三节	新闻编辑策划者与策划类型	150
第四节	新闻编辑策划过程与要求	155
第九章	新闻编辑把关	161
第一节	新闻编辑把关及其意义	161
第二节	新闻编辑主体与把关人	164
第三节	新闻编辑把关的表现	168
第十章	新闻编辑组稿与处稿	175
第一节	新闻编辑组稿	175
第二节	新闻编辑审稿和选稿	183
第三节	新闻编辑改稿	192
第十一章	新闻编辑合成	203
第一节	新闻编辑合成解析	203
第二节	新闻编辑合成特征及意义	207
第三节	新闻编辑合成的实施	211
第十二章	结 语	219
第一节	新闻编辑工作信息反馈	219
第二节	新闻编辑通联工作	220
第三节	新形势下的新闻编辑工作	223
后 记		225

序

人类新闻传播现象的出现,为人类社会文化活动注入了新的内涵,提供了新的活动种类和概念。因了新闻传播活动随着新闻传播媒介的不断涌现而日渐内涵丰富,相应的新闻编辑活动也丰富起来。但不管怎样丰富,有一个事实不可否认,即新闻编辑活动从来都是与某一类具体的新闻传播媒介相联系的。也可以说,新闻编辑活动是某一类新闻媒介从业人员处理新闻信息时必须付出的行为或劳动。这种处理行为或劳动是具体的、可视的,并能用文字或话语来描述的。于是,我们认为这种新闻编辑活动很具象。具象即“具体的”之意,这样,我们便对新闻编辑活动的特性有了一个基本的认识和外在判断。正是具象新闻编辑活动的时时大量存在,新闻媒介的新闻信息传播才变得具体、实在。由是,人们便知道,有许多在新闻媒介背后辛勤劳动的人们,在经过一道道具体程序后,将新闻信息通过新闻媒介发布、传送出来。这些劳动和具体程序就在表达着新闻编辑活动的具象性特征。

同时,新闻媒介种类的增多也给我们提出了另一个问题,它们在传播新闻信息时的编辑活动除了具象外,都是一样的模式和情形么?其实,各类新闻媒介的新闻编辑活动各有其具体特征,因为媒介自身的性质、定位、功能和物质形态不一样而使然,这就是个性化的表现。然而,我们对另一个重要问题的探讨价值也就在这里被发现,那就是不同新闻媒介个性化的新闻编辑活动现象中,有不有一些共同的、大家都得遵循的行为规律?有不有一些带共性的概念被大家一道使用?有不有某个理论体系可以在一定条件下指导任何一家新闻媒介的新闻编辑活动?这几个分支小问题所要追问的答案中,也有一个共同特征,即寻求不同新闻媒介个性化新闻编辑活动中所具有的大同性或曰共性。

所幸的是,这种大同性(共性)的确存在于不同新闻媒介的新闻编辑活动之中,但需要充分被挖掘、分析和提炼。于是,另一个重要概念被我们引出,这就是与具象对应的抽象。抽象的行为层面含义是从许多事物中舍弃个别的、非本质的属性,抽出共同的、本质的属性;它的形容层面含义是笼统的、不能具体经验到的。那么,将抽象的两层概念含义运用到对不同新闻媒介新闻编辑活动的观察中和行为中,就会有重要收获,这就是不同的新闻媒介新闻编辑活动的共同性特征可以被发现和提炼出来,而且数量不少。于是,不同的新闻编辑活动又有了抽象意义下的共性。正是在这种由个性到共性、由具象到抽象的观察、分析和概括性思维活动运行中,我们对新闻编辑活动的认识也才从实际行为上上升到了一定理论层面,在经过系统化、抽象化的分析、论述后,形成了“新闻编辑学”的基本框架和理论内涵。而这,正是本书所要呈现给大家的东西。

因此,我们不难看出,在新闻媒介多样性的新闻编辑活动中,既存在许多具象的东西,也大有抽象的东西,个性和共性不可分离,关键是人们怎样认识它们、提炼它们和归纳它们。这就是本书主体书名《具象中的抽象》的基本含义所指。

至于本书在“新闻编辑学”这门交叉学科的实际探讨中,能有多少出新的地方?全得仰仗读者或同行们审视后作出判断,并能提出宝贵的意见。

诚如是,则先行致谢于此。

第一章 导 言

中外新闻事业由产生、演进并发展到今天,人们对新闻现象、新闻活动、新闻事业的观察、分析和学理研究就一直没停止过,而恰恰是与新闻业相伴随。人们对新闻的观察、分析与理解从当初到于今,留下无数的思考与阐述,成为人类认识与实践结晶的一部分。新闻不管是作为一种社会现象,抑或一项活动和事业,都受到许多人高度关注,并作为对象加以研究与阐述。新闻在事实上已获得自己一方生存、发展天空,在无数人心中立下标杆,在自身的运行中显露出特点与内在规律。

所以,用今人的眼光来看,新闻无学的说法已成为荒唐,尽管迄今仍有一些人对此结论持异议,但已成不了什么气候。由是,新闻学已成为一门学科的事实是一种客观存在。这样,在新闻学这门学科大树之上,缘于其内部的分工、结构和学科组合因子的不同特征,就自然出现了新闻学的分支学科(或曰子学科),而新闻编辑学就是其中的一支。新闻编辑学生长于新闻学的土壤之上,相对独立发展于自我运行轨迹之中,并与其他分支学科一道,支撑起新闻学这棵大树,从而构成社会科学花园中的一片风景。

那么,何谓新闻编辑学?它在新闻学中起着何种作用?它在编辑学中又处于什么位置?这门分支学科发展到今天,人们又是怎样看待和研究它的?我们还需不需要对新闻编辑学进行一种新的认识和分析?它到底还有哪些问题值得认真关注和探讨?等等。对这类问题的探求和解答,正是本书形成过程中的一些重要内容,也是本书起笔的目的追求。因为这些问题事关新闻学、编辑学的内涵,更是新闻编辑学所要求证的疑难处,而当今研究者就这方面问题的解答,仍存在较大缺陷,尽管被命名为《新闻编辑学》的著述已经面世。所以,我们的努力不是蹈别人后辙,

而带有另垦厚土的探究意义。

那么,按照认识事物的基本路径,要了解、学习和研究新闻编辑学,首先得对“编辑”这个词有一个较全面的了解,因为它是本书的核心概念,其被使用率远远走高于其他相关概念。

第一节 由“编辑”到“新闻编辑学”

从概念的途径来看,由“编辑”到“新闻编辑学”,既是几个概念的跨越使然,更反映出历史演进的一道轨迹。这当中起码包含了“新闻编辑”和“编辑学”两大承前启后的概念,才使“编辑”到“新闻编辑学”呵成一气。

一、对“编辑”一词的历史溯源

从字面上认识、了解“编辑”一词的基本内涵,可分两步。先看我国古代对“编辑”的有关注解。“编辑”一词在我国典籍中的出现,最早可上溯至南北朝时期的《魏书·李琰传》中:“修撰国史……,前后再居史职,无所编辑。”如果将“编辑”拆开细析,则有如下义项:

(一) 编——穿竹简的绳子;写;交织;排列。

(二) 辑——车箱;聚集;和睦;敛。

(三) 由“编”与“辑”的各自义项之一“排列”和“聚集”相组合,就构成了我国古代“编辑”一词的基本含义,即“收集材料,整理成书”。又据唐初史学家李延寿所撰《南史·刘苞传》记载:“(刘苞)少好学,能属文,家有旧书,例皆残蠹,手自编辑,筐篚盈满。”引句中“编辑”的含义,如上所析,但“辑”与“辑”尚在互用。到了唐高宗时期,当时的史籍和诏令则繁见此词,只是“编辑”逐渐为“编辑”所取代,如《唐大诏令集·颁

行新令制》、《颜鲁公文集·干禄字书序》等文献资料中，均有“编辑”一词可见。唐以后，例词更多，则不必一一多引述。

总的而言，我国古代“编辑”这个概念外延较大，围绕着它的基本含义去引申，它既可指文字资料的收集和整理，也可理解为对古籍的整理校对，还可被解释为收集材料，整理成书。但若从词的类别来看，则是同一的，不管“编辑”指的是收集、整理或校对，其含义都表达出一种人的行为和活动，也就是现今所说的：它属动词。

再从国外语言来看，这里以影响大的欧洲几种语言为例。“编辑”一词在这些语言中，大多源于拉丁语“redigere”和它的过去分词“redactus”。比如法语 rediger 和英语 redact，均首见于公元十五世纪，比我国汉语“编辑”一词出现晚去八九百年。英、法语中“编辑”词义的逐步演变过程为：带回（bring back）→删削或归结（reduce to a certain state）→整理（arrange in order）→编辑（edit——当今英语之义）。由上可见，英语“编辑”一词，也有“收集”、“整理”之意，当属动词。

由山上的基本叙述可见：“编辑”一词起始作为一种行为与动作概念，在中外历史上，都已出现于书面语中，而且其含义多指“收集”和“整理”书籍资料，即表达一种行为或活动，其对象为书籍资料。由此也可见，早先人们对书籍资料的收集与整理已成为一种常见现象。这可说是“编辑”一词的早期基本内涵。

二、对“编辑”概念的现今理解

随着历史的向前发展和社会进步，加之科学技术的推动，昔日的书籍收集与整理工作，也变得越来越精细复杂，编辑内容更为丰富多样。因此，无论是从质与量，还是就从事者或活动内涵而言，“编辑”这一有历史渊源的概念都已发生了重大变化，不管是在国内还是在海外，也不管是编辑的形式或内容。这种变化

的结果只会是复杂多样，内涵丰富，而不是相反。

那么，以今人对“编辑”的理解，其含义又会有哪些呢？以下是常见的四种：

（一）编辑指围绕新闻传播、出版这类社会活动所进行的有关决策、设计、组织、选择、加工等专业性工作——它是一项社会性工作或职业。它由于社会分工需要而产生，也是人类社会丰富多样的活动中的一项，又可视为一种社会活动，故有编辑工作（职业）或编辑活动之说。这时，“编辑”相当于编辑工作、编辑职业或编辑活动，带有一定层面的抽象与概括性，英语用 editing 或 editorship 表示。例如，编辑是一项为人作嫁衣的职业。

（二）编辑指从事编辑这项工作（活动）的专职人员——它是一类专门的职业人员。这时，“编辑”相当于编辑者、编辑人员，英语以 editor 表示。例如，他曾经做过 10 年编辑。

（三）编辑指编辑者这类专职人员从事本职工作时所实施的具体行为过程，如改稿、组版、剪辑、合成等——它是一种具体有形的劳动。这时，“编辑”相当于某种具体编辑劳动或编辑行为，英语以动词 edit 表示。例如，我正在编辑今天报纸新闻版的稿件。

（四）编辑指从事编辑工作的专职人员依据其资历、学识、技能长短大小等条件，通过一定的评审手段认定后所获得的一种专业技术职务名称，即一种有级别的技术职称（英语以 editorship 表示）。在我国新闻界，这种技术职称分为助理编辑（初级）、编辑（中级）、主任编辑（副高级）和高级编辑（正高级）四个等级。其中的“编辑”相当于编辑工作领域里的一种中级专业技术职务。例如，他是新华社高级编辑。

由以上陈述介绍可见，“编辑”一词的内涵到今天已变得丰富起来，指向也更为细化，词性同样发生改变，从古代“收集”

与“整理”的行为过程演变为现今既指人，也指行为，还指一项社会工作（职业）和专业技术等级。由此，弄清“编辑”一词在“当今日常使用中的词性与基本含义，对学习、认识和掌握新闻编辑学这门分支学科十分重要，因为本书在以后各章节中使用“编辑”这一概念时，往往是从不同含义角度来认识 and 理解的，有时指人，有时指一类社会活动，有时则指一种具体行为。

但是，尽管“当今人们对“编辑”的理解与使用有数种，不过，当“编辑”这一常用概念需要在字面或词典中作出定义式表述时，其内涵应该是明了、单纯和具有本质规定性的。对此，中外研究者们对“编辑”给出了许多种定义。参照他人研究成果，结合“编辑”这一概念在古今中外所指向的普遍性意义，我们在此将“编辑”概念的本质性定义作如下阐释：

编辑是指对人们精神文化成果进行组织、选择、加工、整理等创造性的优化处理，并使这些精神文化成果向社会得以批量出版、传播或个别交流、保存的行为过程。

这一定义突出了“编辑”概念的社会工作（活动）性质和作为特征，也继承了中外古代“编辑”一词的基本含义指向，应该说抓住了概念的本质。

从上述定义的本质内涵出发，与“编辑”有内在联系的相关概念，均可得到一种较合适的解释，例如作为从事编辑这项社会职业的“编辑者”，就是对人们精神文化成果进行组织、选择、加工、整理等创造性的优化处理，并使这些精神文化成果向社会得以批量出版、传播或个别交流、保存的行为过程的人员；“编辑工作”就是对人们精神文化成果进行组织、选择、加工、整理等创造性的优化处理，并使这些精神文化成果向社会得以批量出版、传播或个别交流、保存的专门性职业活动；“编辑主体”就是对人们精神文化成果进行组织、选择、加工、整理等创造性的优化处理，并使这些精神文化成果向社会得以批量出版、传播或

个别交流、保存的行为过程的发出、进行和核心完成者，等等。可见，“编辑”的本质定义表达出一种核心功能，对与“编辑”有关的其他概念起着承前的规定、限制作用或被规定与修饰。

于是，以“编辑”及其本质定义为中心，人类的这种行为现象被逐渐繁衍出许多近亲概念，如编辑人员、编辑对象、编辑工作、编辑活动、编辑主体、编辑客体、编辑心理、编辑方针、编辑策划、编辑把关、编辑合成、编辑学、编辑史、编辑部、编辑构思、策划编辑、组稿编辑、总编辑、主任编辑、高级编辑、图书编辑、音像编辑、执行编辑，等等。这些概念都可从围绕“编辑”的本质定义得到相应的诠释，它们虽各有侧重，含义上有一定差别，但均离不开“编辑”本质定义的关联。

三、“编辑”概念的基本特征

我们从上述“编辑”的本质定义出发，对这一概念的基本特征作如下十个方面的分析：

（一）编辑是人类社会传播活动中的一种文化活动行为，具有很强的社会特性

人类自出现后，便组成了互有联系的人类社会。人类的联系与交往离不开传播活动的实施。人类在互相联系和传播中创造着物质文明与精神文明，证明着人类自身的进化。这些文明成果又启迪、推动着人类社会不断走向丰富和完善，并形成人类所拥有的文化。文化是人类自我发展、进步的成果，也是不断推动人类前进的强大动力。文化在人类的运动中产生、发展着，且表现出一种活动特征。不断活动的结果便积淀成新的文化载体。载体的内核便是物质与精神两大文明表现。在这种文化活动持续演进中，编辑在人类社会出现后的一定历史阶段出现了，并融入了人类文化活动当中。所以，编辑作为一种行为，与文化活动有着内在联系。编辑的行为过程体现着一种文化创造，编辑的一次次行

为结果又为人类文化的内涵丰富注入着积极因素。而文化是人类社会的集体性活动表现，表征着人类不同群体的共同智慧和创造，编辑则同样表现出很强的社会特性，它与众人的利益发生明显关系。编辑的方方面面带有社会活动性质，尽管这种行为发出者表现为不同个体，而行为的内涵、过程和结果则打上了很深的社会性烙印。从这种意义上讲，个体的个别编辑行为总是与群体的社会利益挂上钩。总的来看，编辑在人类传播活动中，表现出很强的行为特征，而且这种行为已经社会化。这是绝对意义下的社会化，纯个人行为的编辑现象不是没有，但绝对占不到社会化特性中的多大比例，或者说是不足挂齿。

（二）编辑的行为内涵表现出具体化特性

从编辑的本质定义表述可知，它是一种组织、选择、加工、整理等行为，人们对这类行为可以进行具体描述，它们可观可感，并留下行为印迹。当然，行为的实施主体是一类职业人员，也就是编辑者。编辑者的编辑行为被这种职业所要求，必须以具体的行为对待之，所以，编辑的组织行为要具体投入，选择行为要具体实施，加工与整理行为要具体动手，其他相关编辑行为同样可以被具体描述出来。在这些系列行为中，编辑者的心智得以有形表现。编辑行为结果则以物质形态证明了一切，而物质形态的东西是具体可感的。当然，作为物质形态的结果中，必然也包含有精神的付出。

（三）编辑是大众传播过程中的一种活动

简单理解大众传播，就是利用一定物质技术手段（通常表现为物质形态的报纸、期刊、书籍等印刷传播媒介和广播、电视、电影、网络等电子传播媒介）进行大量的信息传播。在这种形式的传播活动中，对信息的组织、选择、加工与整理等行为是绝不可少的一个环节，且构成传播过程中的重要步骤，这就意味着编辑行为已事实上进入了大众传播活动领域。中外传播实践和传播

史反复证明,没有编辑行为的大众传播是不存在的,大众传播不经过编辑行为作用而传播出的信息也是没有的。显然,编辑构成大众传播过程中的一种活动,并且是非常重要的活动之一。大众传播的信息形式与内容,无不深深打上了编辑行为的烙印。从很大意义上而言,大众传播领域中被传播媒介所发布的信息,是编辑行为下的再生之子。

(四) 编辑行为是大众传播过程的有效中介环节

在大众传播过程 5W 模式中,说什么(says what)处于过程中间的一个环节上,“说什么”即要传播的信息内容,它是传播者的意图表达。至于怎样表达信息内容,则要编辑行为作出分析、判断、审核、综合处理和推介,最后到达信息接受者(受众)那里。从当初的信息采集、欲传和最后传出,编辑行为显然处于中间把关位置,充当起传播中介角色。这种行为的两端左为信息进口,右为出口,三大环节形成传播主要过程,编辑行为显然起着承前启后的中介核心作用。说得宏观一些,编辑行为是人类社会精神生产与消费的中间环节,是人类精神文化成果被汇集和被吸收的中介,因为这当中的生产与消费、汇集和吸收都得借助大众传播手段,才能基本实现,而编辑行为就出现在大众传播过程的中间环节。

(五) 编辑是一项专业性强的传播活动

作为人类传播活动中的一种表现,编辑行为的顺利实施必须带有很强的专业性,这意味着不是人人都能实施好这种行为的。如果专业水平欠高,则会导致编辑行为在传播活动中的失利,达不到预期效果。编辑的强专业性对从业者提出了高要求。一名合格的编辑从业者必定是从心智到能力、从品德到体魄、从专业背景到职业行为都优秀的人士。正因为如此,当今社会对编辑行当划定了专业技术水平等级,从初级到高级都提出了不同的等级资质标准。

(六) 编辑行为体现出很大的创造性

编辑行为的对象是人们的精神文化成果,编辑的行为是对这些精神文化成果作优化处理。这种优化处理只能是锦上添花,好上加好,或将欠缺补为圆满,使遗憾变为欣慰。显然,这一行为当中包含着编辑者的劳动付出,在付出中体现一种创造性,是对原有精神文化成果的进一步完善、美化、提高。编辑行为的价值就在这里。创造性是编辑行为的显性特征,没有创造性的编辑行为是失败的。由此可知,经过编辑后的精神文化成果是原创加上再创后的结晶,凝结着原作者与编辑者的共同智慧与心血。

(七) 编辑隐含着这一行为发出者主观智慧与劳动的付出

由编辑行为的创造性特征可知,这一行为发出者(即编辑者)对行为对象的作用过程中,必得投入自己主观智慧,付出必要劳动,方可使对象(即精神文化成果)趋于完善,达到好上加好目的,实现优化处理效果。编辑者对自己行为对象的主观智慧付出和劳动投入,正是编辑行为价值的重要体现,也是编辑行为特征中的又一大特征。这表现出编辑行为的利他功能,反映出编辑行为的奉献品格和精神境界。而这些品格和精神的体现,又不是直接彰显的,让人易觉察到的,它们往往化解在平常的编辑行为细节之中,隐含在编辑成果里面。人们对编辑后的他人精神文化成果投来赞许目光和语言,却不易见到这些成果在完善、优化处理中编辑者的种种行为付出。为此,编辑者成为幕后英雄,他以智慧与劳动的付出注释着这种英雄的品格。

(八) 编辑的行为内容主要围绕他人的劳动成果而展开

人类世界上,人们的行为目的多种多样,内容也多种多样。许多人的目的与行为为着自己的利益,只要合情合理合法,也无可厚非,比如经商赢利行为,在为他人提供必需品的同时,自己也获得利润,而后者是终极目的,前面的提供行为是一种手段,也是行为内容。那么,编辑行为内容是什么?就是围绕他人精神