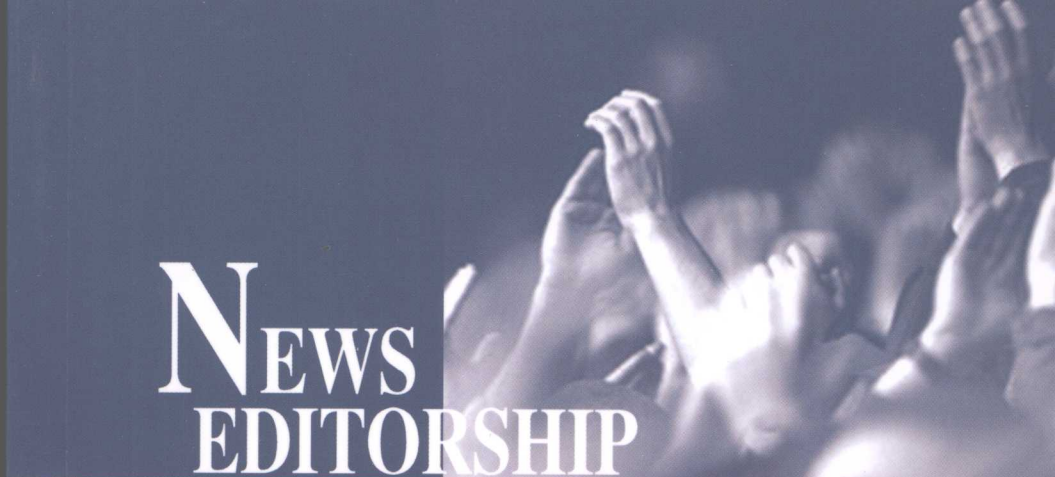




NEWS EDITORSHIP

21 世纪新闻传播学基础教材

新闻编辑

■ 谭云明 编著

中国传媒大学出版社

新闻编辑

21 世纪新闻传播学基础教材



■ 谭云明 编著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻编辑 / 谭云明编著. —北京: 中国传媒大学出版社,
2007.12

21 世纪新闻传播学基础教材

ISBN 978 - 7 - 81127 - 096 - 9

I. 新… II. 谭… III. 新闻编辑—高等学校—教材

IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 170923 号

新闻编辑

编 著 谭云明

责任编辑 蔡开松

责任印制 曹 辉

封扉设计 阿 东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

http: //www. cucp. com. cn

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市梦宇印务有限公司

开 本 850 × 1168mm 1/32

字 数 340 千字

印 数 1 ~ 5000 册

印 张 13.875

版 次 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 096 - 9/K · 096 定 价: 28.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

绪论编

- 第一章 新闻编辑工作 / 3**
- 第一节 编辑与新闻编辑 / 4
- 第二节 新闻编辑工作的特性 / 11
- 第三节 新闻编辑工作的任务 / 15
- 第四节 新闻编辑工作的流程 / 23
- 第五节 新闻编辑工作的体制 / 29
- 第六节 新闻编辑工作的新发展 / 32

- 第二章 新闻编辑工作者 / 41**
- 第一节 新闻编辑者的角色定位 / 42
- 第二节 新闻编辑者的知识结构 / 44
- 第三节 新闻编辑者的能力结构 / 48
- 第四节 新闻编辑者的职业素养 / 54
- 第五节 新闻编辑人才的培训与发展 / 59

策划编

第三章 新闻编辑策划 / 65

第一节 新闻编辑策划的意义 / 65

第二节 新闻编辑策划的特征 / 73

第三节 新闻编辑方针的制订 / 85

第四节 新闻编辑策划的运作流程 / 94

第五节 新闻编辑策划的类型 / 102

第六节 新闻编辑策划的注意事项 / 104

第四章 新闻报道组织与调控 / 108

第一节 新闻报道组织 / 109

第二节 新闻报道调控 / 123

编稿编

第五章 组稿·选稿·改稿 / 129

第一节 组稿的意义、特点和方式 / 130

第二节 选稿的标准和方法 / 137

第三节 改稿的方式和程序 / 148

第四节 改稿的基本方法 / 166

第六章 新闻标题制作 / 173

第一节 新闻标题的沿革和功能 / 175

第二节 新闻标题的结构和种类 / 188

第三节 新闻标题的拟制 / 204

编排编

第七章 稿件组配 / 233

第一节 稿件组配的意义与特点 / 233

第二节 稿件组配的方式 / 236

第三节 稿件组配的原则 / 256

第四节 不同媒体稿件的组配 / 259

第八章 报纸版面编辑 / 266

第一节 版面语言与版面功能 / 266

第二节 版面空间与编排手段 / 270

第三节 版面结构与原则 / 282

第四节 版面设计 / 293

第五节 版面创新与版面美 / 298

第九章 图片与副刊编辑 / 304

第一节 图片的功能和类型 / 305

第二节 新闻照片的选择和编辑 / 308

第三节 图表编辑 / 320

第四节 副刊的特性与功能 / 324

第五节 现代副刊内容和形式的设计 / 332

第十章 广播电视新闻编辑 / 337

第一节 广播电视传播特性 / 337

第二节 广播新闻编辑 / 341

第三节 电视新闻编辑 / 350

第十一章 新闻期刊编辑 / 373

第一节 新闻期刊的现状与传播特性 / 373

第二节 新闻期刊的定位和编辑 / 382

第三节 新闻期刊的版式设计 / 390

第十二章 网络新闻编辑 / 397

第一节 互联网的传播特性 / 397

第二节 超链接设置 / 404

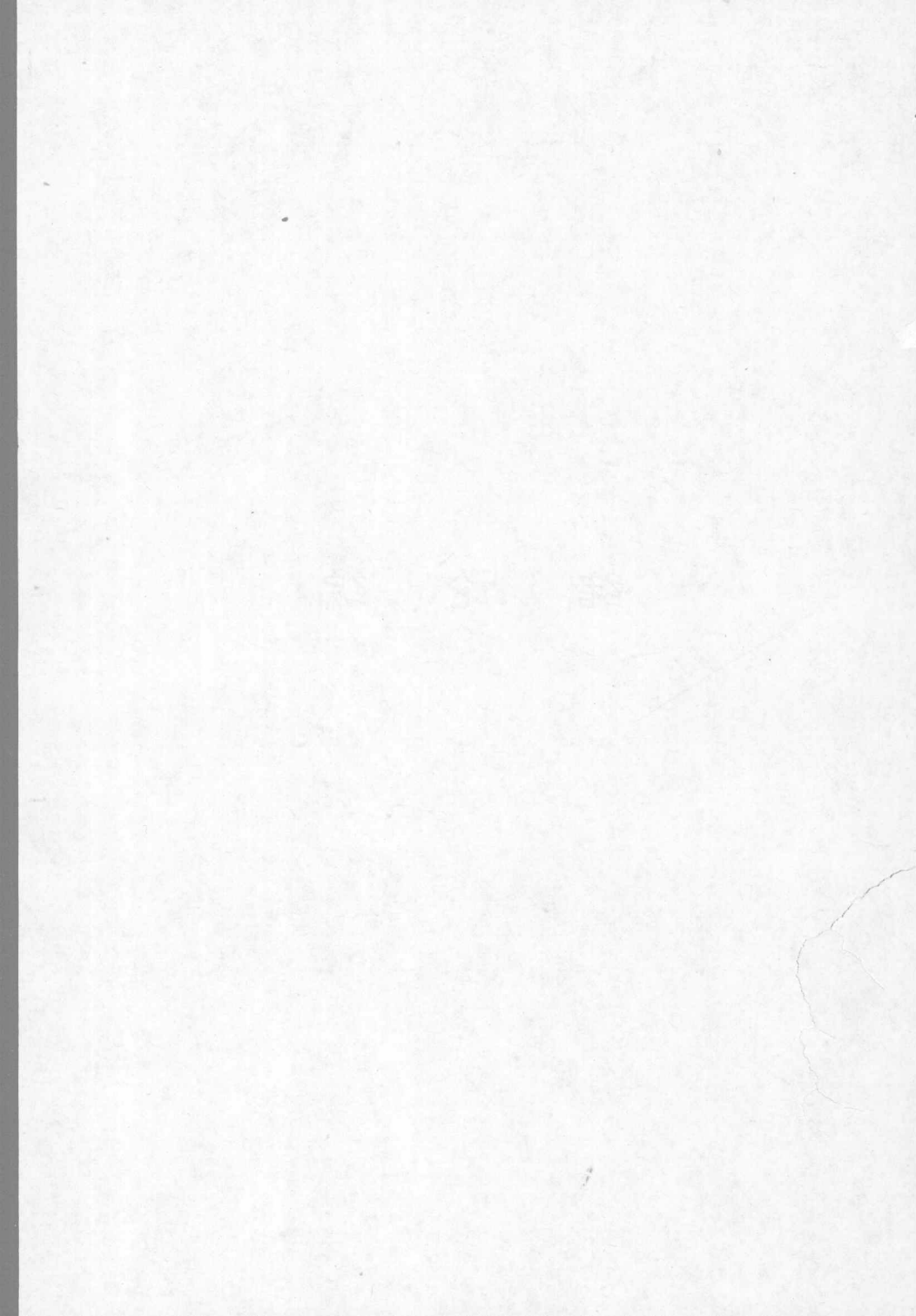
第三节 网络互动组织 / 412

第四节 网页制作 / 422

参考文献 / 433

后记 / 435

绪 论 编



第一章 新闻编辑工作

【内容提要】本章主要介绍编辑与新闻编辑、新闻编辑工作的特性、任务、流程、体制以及现代新闻编辑工作的新发展。新闻编辑是指现代新闻机构中,从事新闻媒介成品生产过程中的决策、组织、选择、加工、设计、制作等专业性工作的总称。新闻编辑工作是新闻传播的总策划;是采编业务的总串联;是组织传播的总合成;是新闻报道的总把关;是新闻素材的总加工。依据新闻编辑工作的特性,其具体任务主要包括决策、加工、把关、发言、组织。新闻编辑工作由多道工序组成,各工序安排的程序就是新闻编辑工作的流程。为了明确各编辑工作的权责,编辑部内部一般有一个分工合作的机制。随着新闻改革的不断深入,现代新闻编辑较传统的新闻编辑有了新的发展,其中新闻编辑观念的新变化、编辑策划意识的强化、编辑业务的不断改进、编辑手段的新变化、报纸版式的新突破、副刊编辑的新变化等是其突出的新发展。

因传播媒介的不同,新闻编辑工作大体分为两类:一类是与文字媒介相联系的报纸、杂志、通讯社的编辑工作;一类是与电子媒介相联系的广播、电视及网络的编辑工作。每一种新闻传播媒介的编辑工作因其传播手段的不同而有着各自不同的内容、个性和要求,当然也有着许多共性。因文字媒介的新闻编辑工作历史长、经验多,涉及内容更为庞杂,更具有普遍意义。所以,本章所讲的新闻编辑工作主要以文字媒介的新闻编辑工作为主,同时兼及电子媒介。

第一节 编辑与新闻编辑

一、编辑溯源和编辑概念

什么是编辑?“编辑”一词见于何时?它的本意是什么?其含义是如何演化的?现代语汇的“编辑”一词又包含了哪些解释?所有这些问题,应该是我们一开始接触新闻编辑这门学科时所必须了解的基本内容。

“编辑”一词,古已有之。不过“编”、“辑”在远古时是两个独立的单音节词,其具体含义,东汉许慎在《说文解字》中作了解释:“编,次简也”,“辑,车舆也”。对此,清代学者段玉裁解释说:“舆之中无所不居,无所不载,因引申为敛义。……又引申为和义。”“编”的原意是指用以串联竹简的皮条或绳子,其目的在于排列竹简,变无序为有序;“辑”的原意是指车舆、车厢,引申为聚敛,旨在变分散为集中,“辑”与“集”同。“编”、“辑”合起来就是搜集整理的意思,它是一种对以文字、符号、图画等为载体的信息进行收集整理,使之集中有序,和顺协调,用以传播或储存的一种活动。

倘若按此解释,那么在我国古代,很早就出现了做“编辑”工作的人。比如孔子,相传他就曾编选过《尚书》、删定过《诗经》,当然这种说法未必可信。而正式出现的“编辑”工作,据史料记载,大概是从汉代刘向父子开始的。西汉成帝河平三年(公元前26年),刘向受命整理宫廷藏书,刘向死后,刘歆子承父业,编辑宫廷的藏书目录,最后成就了我国第一部图书分类目录《七略》。刘向父子所做之事,可谓是真的编辑工作。然而,那时还没有“编辑”这个词汇。

“编辑”作为一个合成词的正式出现究竟缘于何时,目前尚无定论,按照学界普遍认可的说法,最早始见于初唐史学家李延

寿所著《南史·刘苞传》:(刘苞)“少好学,能属文,家有旧书,例皆残蠹,手自编辑,筐篋盈满。”^①这里“编辑”一词的含义是校补、正误和整理顺序的意思,这正好印证了《说文解字》的释义。

随着社会的发展,“编辑”一词所包含的内涵和外延不断地变化和丰富。一方面,编纂工作逐渐超出了编辑的工作范畴,编辑已从编著合一状态中独立,现代编辑的工作主要是选择题材、物色作者、审读和加工稿件;另一方面,现代“编辑”又突破了书籍的框框,超出了文字的范围,报纸、广播、电视、期刊、网络、有声读物等精神产品的出版、问世,都离不开编辑工作。不仅如此,“编辑”一词在现代语汇环境中,其含义也可谓多种多样,至少可做如下理解:

第一,表示一种特定的人,即从事编辑工作的专业人员,“编辑=编辑者”。

第二,表示一项特定的工作,即在新闻或其他出版物的出版活动中,编辑者所从事的有关决策、组织、加工、设计等专业性工作,“编辑=编辑工作”。

第三,表示编辑者在从事编辑工作时所付出的具体劳动,“编辑=编辑劳动”。

第四,表示一类特定的职称或职务,即从事编辑工作的专业人员的专业技术职称或职务。

“编辑”含义的变化和多样性,使得人们对于“编辑”概念的把握众说纷纭。例如,有的从编辑的“劳动”特性来阐释,认为“编辑是在利用传播工具的传播活动中,以满足社会精神文化需要为目的,致力于在作者和读者之间建立传播关系,把印刷和发行作为自己后续工作的一种社会文化活动”^②。有的从编辑

① 郑兴东:《报纸编辑学教程》,武汉大学出版社1992年版,第7页。

② 转引自吴飞:《新闻编辑学》,杭州大学出版社1995年版,第3页。

的“工作”特性来说明,认为“按照一定的编辑方针指导下制定的编辑计划,以作品原稿为加工对象,进行创造性的整理编辑,使之成为出版物形态,这种具有学识性的、技术性的工作称为编辑”^①。诸如此类,可以看出,人们对“编辑”的界定真是复杂多样,到目前为止,还缺乏统一性看法。

要对事物做出科学的界定,理应揭示出事物的本质属性。那么“编辑”的本质属性是什么呢?要科学地界定“编辑”,起码应使该界定涵盖如下内容:

第一,编辑是利用大众传播媒介进行的大众传播活动的一部分,编辑活动不能游离于大众传播活动之外。

第二,编辑是一种专业性、创造性的社会传播活动,主要包括决策、组织、审读、编选、加工整理稿件等多方面的创造性、专业性的工作。

第三,编辑需要使用一套独特的符号系统进行操作,这些符号系统非经过系统的、专业化的训练,是不可能驾驭的。

第四,编辑的目的在于一方面使作者的精神文化产品从内容、形式诸方面达到最满意的效果,使其缔构成整体的、有系统的、供社会交流传播之用的文化成果,另一方面最大限度地满足和便利受者。

第五,编辑是一种精神文化信息传播的中介。这种中介主要体现在:编辑是社会精神生产与消费的中介;是大众传播的中介;是联系传播和受众的中介;是人类文化成果积累、吸收的中介。

第六,编辑具有劳动的隐匿性,属于一种非显性的劳动。在很多情况下编辑是一种幕后活动,是“为他人作嫁衣”的活动。

综上所述,我们将编辑的本质含义概括如下:编辑是在大众

^① 吴飞:《新闻编辑学》,浙江大学出版社2003年版,第7页。

传播这一专业活动中,为满足受众需要,使用独特符号系统,对他人的精神文化成果进行组织、编选、加工整理等创造性的优化处理,使其缔构成整体的有系统的出版物物化形态。

对“编辑”的含义做如此界定是比较合适的,至少可避免在现实中对“编辑”一词的多重词语定义,可很好地区分编辑与编辑者、编辑工作、编辑劳动等之间的内涵。比如,编辑者就是在大众传播这一专业活动中,为满足受众需要,使用独特符号系统,对他人的精神文化成果进行组织、编选、加工整理等创造性的优化处理,使其缔构成整体的有系统的出版物物化形态的专业人员^①。以此类推。

二、编辑学·新闻学·新闻编辑

新闻编辑是编辑学和新闻学的一个交叉学科,要了解新闻编辑,不妨先了解一下编辑学和新闻学。

“编辑学”的概念,早在20世纪50年就出现了。1956年中国人民大学出版社翻译出版了前苏联专家在中国人民大学讲授书刊编辑课的教学大纲,译名为《书刊编辑学教学大纲》,不知是误译,还是着意创新,结果导致了“编辑学”一词首次在中国的出现^②。不过,编辑学作为一门学科而兴起则是始于20世纪90年代。据查1990年以前出版的字典辞书,是不列“编辑学”条目的。如1985年由上海人民出版社出版的辞书《当代新科学手册》中综合学科内有传播学,但没有编辑学。首次列入“编辑学”条目的是1990年12月出版的《中国大百科全书》(新闻传

① 吴飞:《新闻编辑学》,浙江大学出版社2003年版,第8~9页。

② 有资料表明,“编辑学”这个词是国民大学教授李次民于1949年3月在广州自由出版社出版的讲稿《编辑学》中首先提到的。李次民的这本书只在个别章节中讲到期刊的编辑工作,大量的篇幅是讲新闻编辑学,说明当时的报纸已很重视编辑工作。

播卷),1993年编辑学专业被正式列入国家教委制定的高校专业目录,这标志着编辑学堂堂正正地列入了学科之林,从此以后,编辑学的发展渐入佳境。

那么,何谓编辑学?对于编辑学的界定如同对编辑的界定一样,也是众说纷纭。比如,有研究者从学科对象方面进行界定,认为“所谓编辑学,应该是研究各种出版物的编辑特征、规律和方法的科学,是一门综合性多科性的边缘学科”^①。对一门学科进行科学的界定时,一般总是以其研究对象为依据的,这种界定无疑符合一般的科学思维模式。不过,有研究者把编辑学研究对象——编辑劳动放在广阔的社会文化背景下,把研究目光从对象本身延伸到了它的社会效应和历史作用,从而把编辑学界定为“文化启蒙与文化设计的学问”,并进而解释说:“将编辑学定义为文化启蒙与文化设计的学问,是建立于对于出版文化的新的理解的基点之上”^②。这里,把编辑劳动和文化启蒙与文化设计联系起来,从而充分肯定编辑劳动在文化生产、传播、储存、积累中的作用,其思维取向无疑是正确的。不过,用学科研究对象的作用来替代研究对象本身,并以此概括学科的本质特征,显然不太周全。

编辑学的主要研究对象是编辑工作,从学科本质属性概括的角度来看,编辑学是研究编辑工作的性质、作用及其产生和发展规律的科学。

新闻编辑无疑是编辑学研究的一个重要组成部分。新闻曾遭受过“无学”的尴尬。新闻学作为一门独立的学科,和其他学科相比,其产生的历史比较短,而且新闻学和政治的关系十分密切,学科的理论框架和内容的系统性尚未完善。新闻学过去属

① 李荣生、高文超:《建立中国编辑学刍议》,《编辑之友》1985年第2期。

② 李端:《编辑学是一门什么样的学问》,《编辑之友》1988年第4期。

于文学学科的下属学科,1997年,国务院学位委员会才正式将新闻传播学列为一级学科,下设新闻学、传播学两个二级学科。

新闻学作为一门科学,有其特殊的研究对象,这就是新闻现象——新闻信息传播现象和新闻事业的社会传播现象,这是其他学科所无法替代的。不仅如此,新闻学的研究对象还有其自身的发展规律,诸如新闻必须真实、新闻必须满足受众的需要、新闻事业是社会生产力发展的产物等等。

那么,什么是新闻学?新闻学的含义其实是在不断变化发展的,最初的含义是有关纪事和日报之学,即报学。后来,新闻事业从报纸等印刷媒介扩展到电子媒介,新闻学的含义也就扩充为关于报纸、广播、电视、电影、网络的学问。所以,总体来说,新闻学是一门研究新闻活动、新闻事业以及工作规律的科学。具体来说,新闻学主要研究新闻、新闻事业的产生和发展、新闻事业的性质、特征和功能,研究新闻事业和各种社会现象之间的关系,研究新闻道德和新闻工作者的修养等。

新闻学有其自身的学科体系构成。从广义新闻学来说,它由历史新闻学、理论新闻学、应用新闻学、边缘新闻学等几部分组成,其中应用新闻学就包含新闻采访学、新闻写作学、新闻编辑学、新闻评论学、新闻摄影学等。由此可见,新闻编辑无疑属于新闻学研究的重要内容。

由编辑学和新闻学的解读中,我们不难理解新闻编辑是编辑学和新闻学的交叉学科。那么,新闻编辑具体指什么呢?新闻编辑是指现代新闻机构中从事新闻媒介产品生产过程中的决策、组织、选择、加工、设计、制作等专业性工作的总称。作为现代新闻机构中的新闻编辑,倘若按媒体类别来划分,它可分为报纸编辑、新闻期刊编辑、广播新闻编辑、电视新闻编辑、网络新闻编辑等几类。

三、新闻编辑的学科体系

报纸编辑以文字编辑为其基本内容,是最早出现也是最基本的新闻编辑,所以传统的新闻编辑几乎等同于报纸编辑,甚至以报纸编辑代替新闻编辑。然而,随着大众传媒的发展,特别是新兴媒体的出现,新闻编辑的内涵和外延发生了显著的变化,新闻编辑不再局限于报纸编辑领域,而已经扩充为包括报纸编辑在内的广播新闻编辑、电视新闻编辑、新闻期刊编辑、网络新闻编辑等。新闻编辑不仅要研究新闻编辑工作的基本规律和一般要求,而且要研究各种不同媒介的新闻编辑工作中的特点和要求;不仅要研究新闻编辑工作的客体,也要研究新闻编辑工作的主体以及主客体之间的关系。

正是出于这一考虑,本书的新闻编辑研究体系大致分为四大部分:

绪论编 主要讲述新闻编辑工作的特性、任务以及新闻编辑工作的进展情况,探讨新闻编辑工作者的角色定位、知识能力结构、基本素养和新闻编辑人才培养等问题。

策划编 主要讲述媒体总体策划、媒体产品中新闻单元的策划,以及新闻报道活动的策划,属于宏观新闻编辑业务的范畴。这一部分在传统的新闻编辑研究中涉猎较少,而在现代新闻编辑中却占有极其重要的地位。

编稿编 主要是对新闻稿件的编辑加工,包括新闻稿件的选择、修改、标题制作等。这一部分大体反映了新闻编辑的基本规律和共性。

编排编 这里的编排主要是指新闻稿件的配置和播发。在这一部分,先讲述一般新闻稿件的配置,然后依照不同属性的媒体编排特点,分别探讨报纸的版面编辑、图片和副刊编辑,广播电视新闻的编排和录制,新闻期刊的编排,网络新闻的编排等各