



圣才[®]考研网

www.100exam.com

【圣才考研】—考研考博专业课辅导中国第一品牌

国内外经典教材辅导系列·新闻类

蔡雯《新闻编辑学》

（第2版）

笔记和课后习题（含考研真题）详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

赠

140元大礼包

100元网授班 + 20元真题模考 + 20元圣才学习卡

详情登录：圣才考研网首页的【购书大礼包专区】，刮开本书所贴防伪标的密码享受购书大礼包增值服务。

特别推荐：蔡雯《新闻编辑学》名师讲堂[高清视频]

圣才考研网
www.100exam.com

网络课程·题库·光盘·图书
购书送大礼包

密码

中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

教·育·出·版·中·心

G213/15A

2013

国内外经典教材辅导系列·新闻类

蔡雯《新闻编辑学》(第2版)

笔记和课后习题(含考研真题)详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

北方工业大学图书馆



C00334468

RFI

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《新闻编辑学》(第2版,蔡雯著,中国人民大学出版社)的学习辅导书。本书遵循第2版的章目编排,共分为9章,每章由四部分组成:第一部分为复习笔记(含知识框架图),总结本章的重难点内容,勾勒本章的结构脉络;第二部分是课(章)后习题详解,对该教材的所有习题都进行了详细的分析和解答;第三部分是考研真题与典型题,按概念题、简答题、论述题等形式对考研真题进行了整理,并针对该教材的重难点相应整理了典型题;第四部分为考研真题与典型题详解,对第三部分的所有考研真题与典型题都进行了详细的解答。

圣才考研网(www.100exam.com)提供蔡雯《新闻编辑学》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析【视频图书】(详细介绍参见本书书前彩页)。随书赠送大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。本书及蔡雯《新闻编辑学》网授精讲班、经典教材与考研真题解析视频课程(图书)特别适用于各大院校学习蔡雯《新闻编辑学》的师生,以及在高校硕士和博士研究生入学考试中参加新闻编辑学考试科目的考生使用,也可供各大院校学习新闻编辑学的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

蔡雯《新闻编辑学》(第2版)笔记和课后习题(含
考研真题)详解/圣才考研网主编. —北京:中国石化
出版社,2013.1

国内外经典教材辅导系列

ISBN 978-7-5114-1905-7

I. ①蔡… II. ①圣… III. ①新闻编辑-研究生-入
入考试-自学参考资料 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 316912 号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者
以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com

北京东运印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092 毫米 16 开本 14 印张 4 彩页 330 千字

2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

定价:42.00 元

《国内外经典教材辅导系列·新闻类》

编 委 会

主编：圣才考研网(www.100exam.com)

编委：肖 娟 徐月丹 娄旭海 王 慧 张艳玲
倪彦辉 李昌付 张 杰 张 帆 肖 萌
邸亚辉 王 巍 黄前海 罗国华 段瑞权

序 言

国内外经典教材辅导系列是一套全面解析当前国内外各大院校权威教科书的辅导资料。我国各大院校一般都把国内外通用的权威教科书作为本科生和研究生学习专业课程的参考教材,这些教材甚至被很多考试(特别是硕士和博士研究生入学考试)和培训项目作为指定参考书。这些国内外优秀教材的内容一般都有一定的广度和深度,但其课(章)后习题一般没有答案或者答案简单,这给广大读者学习专业教材带来了一定的困难。为了帮助读者更好地学习专业课,我们有针对性地编著了一套适用于国内外教材的复习资料,整理了各章的笔记和课(章)后习题,精选了部分名校近年的考研真题,并提供了详细的参考答案。

蔡雯著的《新闻编辑学》是我国高校采用较多的新闻编辑学权威教材之一。作为该教材的学习辅导书,本书具有以下几个方面的特点:

1. 整理名校笔记,浓缩内容精华。本书每章的复习笔记均对该章的重难点进行了整理,并参考了国内名校名师讲授该教材的课堂笔记。因此,本书的内容几乎浓缩了该教材的所有知识精华。

2. 解析课后习题,提供详尽答案。本书参考大量新闻编辑学相关资料对该教材的课(章)后习题进行了详细的分析和解答,并对相关重要知识点进行了延伸和归纳。

3. 精选考研真题,补充典型题。为了强化对重要知识点的理解,本书精选了部分名校近年的新闻学考研(博)真题和相关典型习题,这些学校均以该教材作为考研(博)参考教材。所选考研(博)真题基本涵盖了每章的考点和难点,特别注重理论联系实际,凸显当前热点。

与本书相配套,圣才考研网提供蔡雯《新闻编辑学》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析视频课程(图书)、配套题库(详细介绍参见本书书前彩页)。

要深深牢记:考研不同一般考试,概念题(名词解释)要当作简答题来回答,简答题要当作论述题来解答,而论述题的答案要像是论文,多答不扣分。有的论述题的答案简直就是一份优秀的论文(其实很多考研真题就是选自一篇专题论文,完全需要当作论文来回答)!

圣才考研网(www.100exam.com)是圣才学习网旗下的考研考博专业网站,提供全国所有院校各个专业的考研考博辅导班【保过班、一对一辅导、网授班、题库、光盘、视频课程(图书)等】、蔡雯《新闻编辑学》等国内外经典教材名师讲堂、考研题库(免费下载,免费升级)、全套资料(历年真题及答案、笔记讲义等)、考研教辅图书等。购书享受大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。

考研辅导: www.100exam.com(圣才考研网)

新闻考试: www.100xuexi.com(圣才学习网)

圣才学习网编辑部

目 录

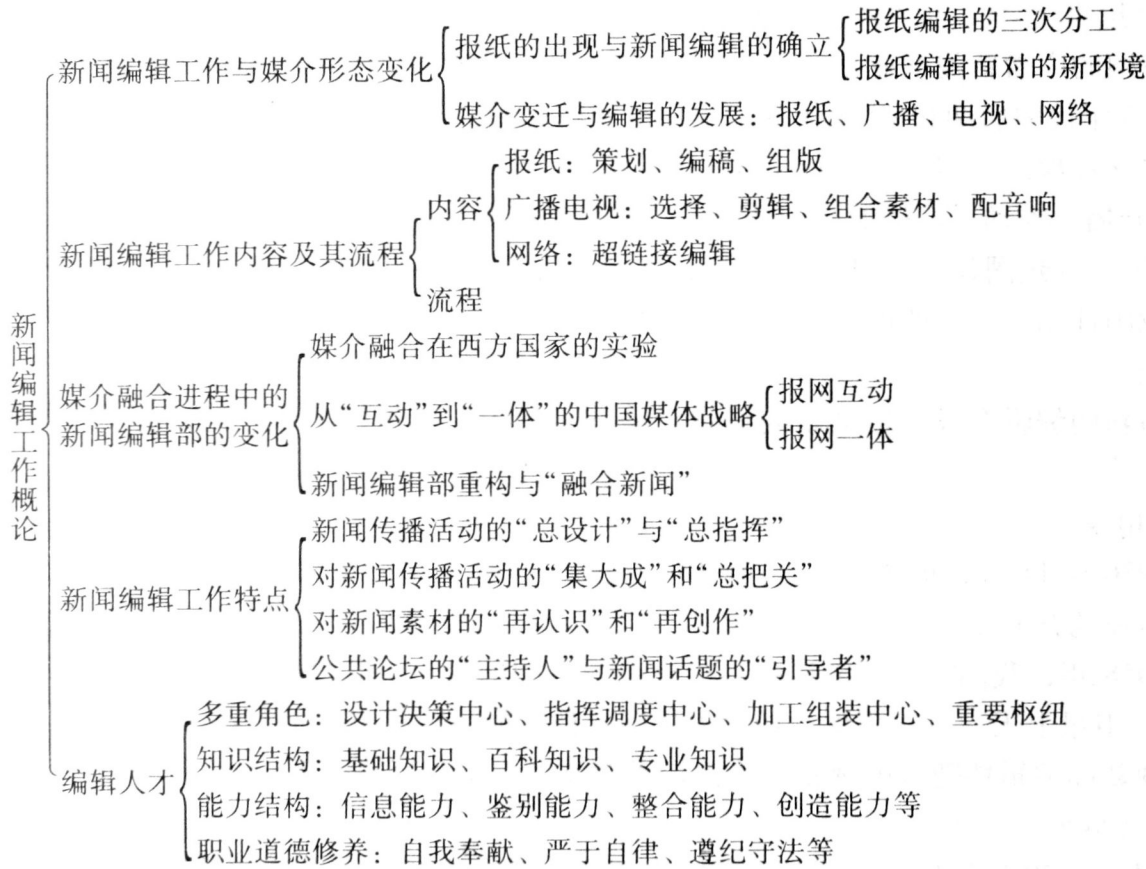
第一章 新闻编辑工作概论	(1)
1.1 复习笔记	(1)
1.2 课后习题详解	(6)
1.3 考研真题与典型题	(10)
1.4 考研真题与典型题详解	(11)
第二章 新闻媒介定位与新闻产品设计	(17)
2.1 复习笔记	(17)
2.2 课后习题详解	(21)
2.3 考研真题与典型题	(29)
2.4 考研真题与典型题详解	(29)
第三章 新闻报道的策划与组织	(34)
3.1 复习笔记	(34)
3.2 课后习题详解	(42)
3.3 考研真题与典型题	(49)
3.4 考研真题与典型题详解	(62)
第四章 新闻稿件的分析与选择	(75)
4.1 复习笔记	(75)
4.2 课后习题详解	(78)
4.3 考研真题与典型题	(87)
4.4 考研真题与典型题详解	(88)
第五章 新闻稿件的修改	(95)
5.1 复习笔记	(95)
5.2 课后习题详解	(100)
5.3 考研真题与典型题	(104)
5.4 考研真题与典型题详解	(106)
第六章 新闻标题的制作	(114)
6.1 复习笔记	(114)
6.2 课后习题详解	(118)
6.3 考研真题与典型题	(125)
6.4 考研真题与典型题详解	(138)
第七章 新闻图片编辑	(147)
7.1 复习笔记	(147)
7.2 课后习题详解	(151)

7.3	考研真题与典型题	(155)
7.4	考研真题与典型题详解	(155)
第八章	新闻稿件配置	(160)
8.1	复习笔记	(160)
8.2	课后习题详解	(163)
8.3	考研真题与典型题	(167)
8.4	考研真题与典型题详解	(168)
第九章	版面设计	(176)
9.1	复习笔记	(176)
9.2	课后习题及详解	(187)
9.3	考研真题与典型题	(192)
9.4	考研真题与典型题详解	(196)

第一章 新闻编辑工作概论

1.1 复习笔记

【知识框架】



【重点难点归纳】

一、报纸的出现与新闻编辑的确立

1. 编辑内部分工的三个阶段

(1) 通讯社出现，专门从事新闻采访活动；报社内部也有了专门从事编辑工作和专门从事记者工作的分工。

(2) 出现了撰写言论的主笔；出现了专门负责与读者、作者和通讯员联系的通联部。

(3) 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。

2. 报纸编辑

(1) 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载体。

(2) 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传播要晚的多。

(3) 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，是科学技术发展的产物。

(4) 在新的历史时期，报纸编辑面对的是更加开放、也更具挑战性的新环境：

- ①社会变革加剧使报纸编辑面对更加复杂多变的社会环境;
- ②媒介种类与数量的递增使报纸编辑面对压力强大的市场竞争环境;
- ③现代科技发展使报纸编辑处在崭新的技术环境。

3. 媒介变迁与新闻编辑的发展

(1) 广播

①1920年11月2日,美国西屋公司成立广播电台,呼号KDKA。这是美国第一个领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。

20世纪40年代,无线电广播进入普及阶段。

②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。在20世纪80年代中后期和90年代初,全国范围掀起两次“广播热”。

a. “珠江模式”。1986年12月15日国内第一个专业广播电台珠江经济广播电台(原广东二台)开播,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。

b. 第二次热潮起始于1992年10月28日上海东方广播电台开播,东方广播电台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。

广播新闻编辑在吸收报纸新闻编辑经验的基础上,越来越重视广播新闻的独特优势的发挥。

(2) 电视

①1936年11月,英国广播公司(BBC)建成了世界上第一座实用电视台,这一年称为世界电视事业的开元年。

②1958年,我国第一座电视台,中央电视台的前身——北京电视台宣告成立。20世纪90年代,卫星上天、有线落地已经成为我国电视传播与接收的主要方式。

电视新闻编辑伴随着电视新闻传播技术的发展一步步成熟起来。

(3) 互联网

①崛起于20世纪后期的国际互联网为新闻传播提供了一个全新的载体。网络新闻及信息服务的探索起始于20世纪70年代。90年代,随着多媒体技术和网络通信技术逐渐成熟,尤其是万维网及网络浏览器的推出,多媒体新闻在网络上逐步发展起来。

②传统媒体走进互联网的三个阶段

包括:a. 翻版阶段;b. 变化阶段;c. 综合发展阶段。

③网络时代新闻编辑工作的发展趋势

- a. 对各类传统新闻媒介编辑业务的融会和整合;
- b. 新闻编辑业务与新闻信息采集的一体化趋势。

二、新闻编辑工作内容及其流程

1. 新闻编辑工作的种类及内容

(1) 新闻编辑工作的内容

包括策划、编稿和组版三部分。

①新闻编辑的策划是指对报纸新闻版面包括新闻性专版的整体设计和新闻报道的策划与组织;

②编稿是指分析与选择新闻稿件,修改和制作新闻标题;

③组版是指配置新闻版的内容和设计新闻版面。

(2)分类

①按管辖范围和责任大小划分

包括：总编辑、编辑部主任、版面主编、版式编辑、新闻编辑、校对。

②新闻编辑工作按业务程序划分

包括：日班新闻编辑、夜班新闻编辑、内务编辑。

③按编辑内容的专业划分

可分为政治编辑、文教编辑、经济编辑、体育编辑等。

2. 新闻编辑工作流程

以报纸新闻编辑为例，新闻编辑工作流程如图 1 - 1 所示。

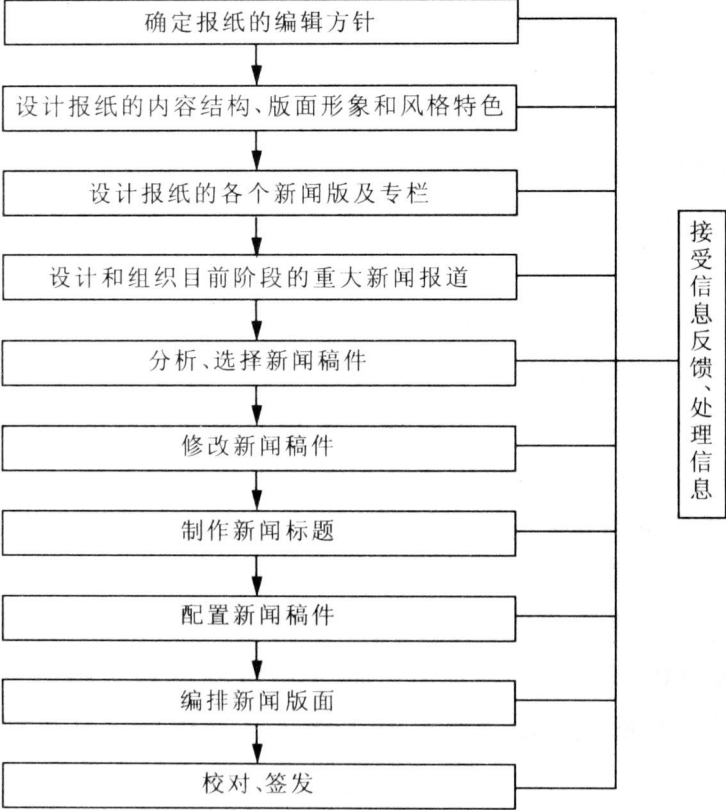


图 1 - 1 报纸编辑部中的新闻编辑工作流程

(1)以总编辑为首的编辑委员会在调查读者需求和媒介市场的基础上，根据办报方针，确立报纸的编辑方针，并设计出报纸方案。报纸设计方案对报纸规模、报纸结构以及报纸的整体版面形象、风格特色等做出详细规划。其中，对新闻版组的设计是最重要的内容。

(2)各专业编辑部门的负责人或版面主编对当前阶段的重大新闻报道进行策划，包括确定报道选题、设计报道范围与重点、确定报道规模与进程、拟定发稿计划、设计报道方式与表现形式、确定报道力量的配置和报道运行机制等。

(3)在上述决策性工作程序之后，将策划方案具体落实到人，新闻编辑工作就进入了微观操作阶段。

(4)接受信息反馈和处理各类信息是这一流程中贯穿始终的一项工作，报纸编辑在任何一道工作程序中都要有意识地接受来自记者、作者、读者等各方面的意见和建议，并据此对正在进行的工序作出必要的修正。

广播、电视、网络新闻编辑工作的流程在总体结构上与报纸新闻编辑是一致的，即也是

由确定编辑方针、设计新闻载体的结构、形态和风格到设计并组织新闻报道,再到编辑加工新闻作品(具体手段和操作方式不同),最后对单一的新闻作品进行组合配置,将单个节目串联成完整的栏目,并发布或播出。

三、媒体融合进程中的新闻编辑部变化

1. 媒体融合在西方国家的早期实验

(1)美国最早进行媒体融合实验的是论坛公司(The Tribune Company)和媒体综合集团(Media General Inc.)。

论坛公司的实验以《芝加哥论坛报》和佛罗里达的《奥兰多哨兵报》为基地。早在1993年,论坛公司就有建立融合的新闻工作室的尝试,其核心理念就是要在媒介间实现内容共享。但论坛公司在芝加哥的融合实验并没有打破各个媒介的相对独立性,美国学者称这种合作模式为“协商模式”(negotiation model)。显然这是一种松散的合作模式。而论坛公司在《奥兰多哨兵报》的实验与前者不同,是以一种被称为“恒星飞船”(starship)的概念来操作的,各种不同媒介的新闻部门负责人以固定会议的形式坐到一起来讨论新闻报道,分享新闻来源,研究各自的报道如何做,相互之间如何合作。这种模式被称为“合作分类模式”(co-ordination model)。

媒体综合集团的试验以佛罗里达的《坦帕先驱报》为中心。2000年,媒体综合集团在佛罗里达的实验更进了一步,被称为“合作操作模式”(co-operation model)。

(2)媒体走向联合运作在欧洲、新加坡等国家和中国香港地区也纷纷出现。“媒体融合”(media convergence)因此成为国际新闻传播学界炙手可热的新名词。

2005年4月美国报纸协会在旧金山召开年会,一批地方报纸负责人和新闻研究专家发布了他们对报纸在网络上发展的最新实验成果和研究成果。

在这场新闻传播战略调整的背后,起决定因素的动因是经济利益驱使。在集中和融合的媒体集团中,不同的媒体可以通过某种流程控制实现资源重整,利用各自的介质差异,在新闻信息传播上实现资源共享而又产品各异,联手做大区域市场,并且在这一市场上占据垄断地位。

2. 从“互动”到“一体”的中国媒体战略

(1)“报网互动”,报纸与网站作为两个相对独立的媒体进行合作。

①最早的互动是报纸借助网络技术进行新闻信息传播活动。网络技术帮助报纸获得了更多的新闻信息资源,并能与受众进行更广泛、更深入的交流,充分了解受众的需要,不断改进自己的新闻报道。

②报网之间的内容复制是另一种简单的互动模式。

③更进一步的互动是报纸与网站合作进行新闻报道,在面临一些重要报道议题时进行共同的策划和深度合作,并且形成各自不同的报道成果。

④报纸与网站共同开设新闻栏目,是一种更趋于稳定的互动模式。

⑤报纸与其他网站进行战略意义上全方位媒体合作,也是报网互动的一种有效模式。

(2)“报网一体”,报纸与网站的整体融合。

①“报网一体”通常是报纸以所属媒体集团的网站作为整体融合的基础,整合报纸和网站两个编辑部,使得“报即是网,网即是报”,二者不再是完全独立的两个媒体。

②“报网一体”的主要特征有:报纸与网站及其他媒体终端如手机报等设计的一体化、新闻生产流程的一体化和新闻采编机构的一体化。

可以说,从“互动”走向“一体”的改革,是中国传统新闻媒体在现阶段的主要融合态势。

3. 新闻编辑部重构与“融合新闻”

(1) 西方媒体的尝试

最早进行融合实验的西方媒体将旗下的报纸、电视、网站作为一个整体,共同完成重要新闻的采集与发布,就是“融合新闻”的最初案例。

①2007年1月2日,《华尔街日报》美国本土版改版。除印刷版开本缩小和版式调整之外,对印刷版和网络版重新进行内容分工是引人注意的一个变化。

②同年,《纽约时报》进驻新的办公大楼时,已经将报纸编采团队与数字新闻运营队伍整合为一体化的新闻编辑部。

③在欧洲,最早进行编辑部重组的《每日电讯报》以及后来同样将报纸与网站编辑部门合而为一的《金融时报》、《泰晤士报》等也都有着大体一致的改革历程。

(2) 我国新闻媒体在融合进程中对编辑部机制进行的各种改革

①组建跨媒体的临时性报道组织,以项目管理的方式实现融合新闻。

②组建虚拟的跨媒体报道组织,以推进报纸与网站的资源共享。

③对媒体组织结构进行局部性的重构。

④对媒介组织的整体变革,即建立与前文所述的西方媒体相似的一体化的编辑部。

四、新闻编辑工作特点

1. 新闻编辑工作特点

(1) 新闻传播活动的“总设计”与“总指挥”

①新闻编辑是编辑方针的制定者,是媒介新闻产品形象的设计师;

②新闻编辑是每一阶段新闻报道活动的策划者和组织者;

③新闻编辑是记者从事采访写作的指挥员和参谋。

2. 对新闻传播活动的“集大成”和“总把关”

编辑部的各类工作人员如记者、资料员、评论员、照排技术人员等,无一不与编辑工作发生联系,他们的劳动成果通过编辑工作汇集成一体。

在新闻传播活动过程中,编辑工作又是新闻传达至读者的最后一个关卡。

3. 对新闻素材的“再认识”和“再创作”

(1)对新闻素材的重新选择和组合。

(2)对新闻表现形式的再创造。

4. 公共论坛的“主持人”与新闻话题的“引导者”

(1)新闻编辑需要担负起“公共论坛主持人”的新角色,组织与各类新闻相关的公共对话甚至是观点交锋。

(2)由于技术发展促使新闻传播方式正在从传统媒介主导的单项式变为专业媒介组织与普通公民共同参与的分享式、互动式,大众传播与人际传播更加紧密地结合与汇流。

五、新闻编辑人才

1. 新闻编辑的多重角色

(1)编辑部门是媒介产品生产系统的设计和决策中心。

(2)编辑部门是媒介产品生产系统的指挥和调度中心。

(3)编辑部门是单个新闻产品的加工和组装中心。

(4)编辑部门是媒介产品生产系统与销售系统相互联系的重要枢纽。

2. 新闻编辑应该具有怎样的知识结构

(1) 知识结构,是指各种学科知识在人的头脑中的组织方式,包括这些学科知识的配置比例、内部联系和协同关系。新闻编辑的知识结构就是指从事新闻编辑工作的人员所掌握的知识的组合构架情况。

(2) 归纳起来,基础知识、百科知识和专业知识就是新闻编辑的基本知识构成。

①基础知识主要指文、史、哲知识。

②百科知识是指包罗万象的知识。编辑知识结构中,对百科知识的要求还会因人、因岗位而异。

③专业知识由两部分组成,一部分是新闻编辑作为新闻传播者所应具备的新闻传播学理论知识与业务知识,另一部分是新闻编辑所从事的报道领域所要求具备的专业知识。

3. 报纸编辑的能力结构

(1) 信息能力

信息能力是指新闻编辑主动地积极地接受信息和处理信息的能力,包括社会信息、行业信息、来自受众的信息、媒介内部的信息。

(2) 鉴别能力

鉴别能力是指新闻编辑迅速、准确地判断新闻事实的报道价值的能力。

(3) 整合能力

整合能力是指新闻编辑对零散的新闻信息资源进行综合性开发利用,使其整体效应大于部分之和的一种操作能力。

(4) 创造能力

创造能力是指新闻编辑突破传统思维、创新编辑业务的能力。

(5) 组织与沟通能力

组织与沟通能力是指新闻编辑组织报道、组织新闻论坛、组织新闻人才以及与记者、专家、社会公众等各方面人员进行沟通的能力。

(6) 写作能力

写作能力是指新闻编辑撰写、修改稿件的文字运用能力。

(7) 现代化技术与工具的运用能力

现代化技术与工具的运用能力是指报纸编辑使用与新闻传播有关的现代通讯手段、语言工具、技术设备和交通工具的能力。

4. 新闻编辑的职业道德修养

(1) 新闻编辑需要有自我奉献的精神。

(2) 新闻编辑要严于律己、遵纪守法、廉洁奉公,将社会效益放在第一位,不搞任何形式的“有偿新闻”。

(3) 新闻编辑要自觉维护新闻的真实性,坚持新闻报道的客观公正原则。

(4) 新闻编辑还要具有团结协作的精神。

1.2 课后习题详解

1. 新闻编辑工作是怎样随着媒介形态变化而发展的?

答:从报纸诞生到网络媒介问世,伴随着新闻载体的形态变化,新闻编辑业务的变革和发展从未停止过。西方学者在研究媒介形态变化时发现并总结出若干原则,其中“共同演进

与共同生存”的原则、“形态变化”的原则和“增值”的原则为我们了解新闻业务活动的发展演变规律提供了一个传播学的视角。

(1)“共同演进与共同生存”原则是指“一切形式的传播媒介都在一个不断扩大的、复杂的自适应系统以内共同相处和共同演进，每当一种新形式出现和发展起来，它就会长年累月和程度不同地影响其他每一种现存形式的发展”。

(2)“形态变化”原则是指“新媒介绝不会自发地和孤立地出现——它们都是在旧媒介的变化中逐渐脱胎出来的。当比较新的形式出现时，比较旧的形式就会去适应并继续进化而不是死亡”。

(3)“增值”原则是指“新出现的传播媒介形式会增加原先各种形式的主要特点”。

事实上，媒介形态变化与传播手段和方式演进分不开，正因为有广播、电视和网络这些后起之秀的一轮轮冲击，报纸的新闻编辑业务才得以不断改进。最终使这一历史最悠久的媒介的特点更鲜明，使其潜在优势更充分地发挥出来。同时，报纸编辑本身又为新媒介的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改革。也正因为各类型新闻媒介共同演进和共同生存，新闻编辑才从最初的单一文字编辑发展到多媒体形式并存的编辑，其工作内容和操作手段都在日益丰富和变革之中。

①广播诞生之初，新闻主要靠报纸提供。广播在新闻采编方面独立运行后，使这一新兴媒介突破了报纸的压制，广播定位的个性化、内容的结构性调整、节目设计的“板块式”、重视现场直播、运用互动性传播方式等，充分显示出固有的优势，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。

②电视新闻编辑伴随着电视新闻传播技术的发展一步步成熟起来，从口播新闻到电子摄录新闻，从国内新闻报道到国际新闻报道，从新闻录播到现场实况转播，从新闻栏目到新闻频道，无一不是现代科技与新闻采编业务相结合的结果。

③新闻编辑工作在网络媒介诞生之后，表现出两种趋势：

a. 对各类传统新闻媒介编辑业务的融会和整合，即将报纸的文字、图片、版面编辑方式和广播的音频编辑、电视的音频与视频编辑相融合，同时根据网络的传播特点进行整合，形成真正的多媒体传播模式；

b. 新闻编辑业务与新闻信息采集的一体化趋势。网络中受众也是传播者，集新闻信息采集、编辑和发布于一身。

2. 新闻编辑工作的内容是什么？

答：新闻编辑工作是新闻编辑在新闻媒介产品生产过程中所进行的一系列工作。新闻编辑工作的内容包括：

(1) 新闻信息载体设计

这是宏观的、前期性的新闻编辑业务，具体包括对报纸新闻版组或新闻版(含新闻性专版)的定位与设计、对广播电视新闻频道或新闻栏目的定位与设计、对网络媒介的新闻频道或新闻栏目的定位与设计。

(2) 新闻报道的策划与组织

这是中观的、贯穿传播活动全过程的新闻编辑业务，具体包括对各个时期新闻报道选题的决策、对报道方案的设计以及对新闻报道活动的组织实施和调控。

(3) 新闻作品的修正和把关

这是微观的、更加具体的新闻编辑业务，具体包括了对所有表现形态的新闻作品的选择、修正和核查把关。这些新闻作品包括了文字稿件、新闻图片、广播音响报道、电视影像报道、网络多媒体新闻等。

(4) 新闻信息的整合与展示

这是介于微观与中观之间、后期性的新闻编辑业务，具体包括对单个新闻作品的组合配置、对报纸版面的设计编排、对广播电视新闻栏目的组合编排和播出、对网络新闻栏目的组合编排以及新闻网页的设计编排。

3. 简述报纸的新闻编辑工作流程。

答：参见本章复习笔记相关内容。

4. 观察我国报纸在媒介融合进程中的最新变化，分析新闻编辑在这种变化中的工作表现。

答：我国新闻媒体在融合进程中也对编辑部机制进行了各种改革。以报纸为例，总体来看出现过四种不同的做法：

(1) 组建跨媒体的临时性报道组织，以项目管理的方式实现融合新闻

如2009年年初广东佛山传媒集团组建了由报纸、电台、电视台等多个媒体的记者构成的联合报道组，赴美国完成了总统大选的报道。这个报道组采制的内容既有文字、图片，也有音频、视频，由集团内各媒体根据自己的需要选取、加工和发布。跨媒体的临时性报道组织在报网互动做得较好的媒体中比较常见，可以视为对媒介组织进一步深入改制的局部性实验。

(2) 组建虚拟的跨媒体报道组织，以推进报纸与网站的资源共享

如2006年《解放日报》从属下各媒体中挑选一批青年记者组建了“即时播报记者小组”，要求他们在为自己的报纸提供稿件的同时，向网站提供更有时效性的新闻。这个记者小组并不是报纸编辑部那样的实体，而是跨媒体的一种虚拟的组织。

(3) 对媒体组织结构进行局部性的重构

如2007年《广州日报》在原来的报纸编辑部中增设“滚动新闻部”，作为报纸与网站融合的内容策划与管理机构，实施每周7天、每天24小时全天候连续不断的跨媒体传播。这种局部性的新组织将原本各自独立的两个媒体组织连接起来，形成制度化和规范化的运行模式，是最终实现编辑部一体化的一种过渡性措施。

(4) 对媒介组织的整体变革

即建立与前文所述的西方媒体相似的一体化的编辑部。如烟台日报传媒集团推行“全媒体战略”，组建了“全媒体新闻中心”，担负为集团中的各类媒体进行统一的新闻采编的任务。在一体化的媒体组织中，新闻传播由以往各个媒体“各自为政”转向“集约型生产”，新闻信息采集的一次性完成与新闻内容的多次性、多终端发布，构成了“融合新闻”的操作精髓。

这种操作相比以往传统媒体单独操作的新闻报道，最重大的突破集中表现为两个方面：

①以“组合终端载体”为新闻发布平台的整体报道策划必将取代针对单一载体的新闻报道策划；

②以互动与共同创造内容为主要特征的报道创新将成为新闻业务改革的主流趋势。

5. 新闻编辑工作有哪些特点？

答：新闻编辑工作具有以下几方面的特点：

(1) 新闻传播活动的“总设计”与“总指挥”

①新闻编辑是报纸编辑方针的制定者，是媒介产品形象的设计师。报纸质量的优劣、形象的好坏，编辑策划起决定性作用。

②新闻编辑是每一阶段新闻报道活动的策划者和组织者。

③新闻编辑是记者从事采访写作的指挥员和参谋。

(2) 新闻传播活动的“集大成”和“总把关”

①如果说记者的工作对象是单篇的新闻作品，编辑的工作对象则是报纸、频道、栏目等这样一种集合体。如在报纸编辑部中，由于编辑工作的目标是生产出由各类稿件组合成的综合产品——报纸，报纸编辑就必然处在精加工和总合成的位置。

②在新闻传播活动过程中，编辑工作又是新闻传达至读者的最后一个关卡。以一篇新闻稿来说，从最初的选题、采写、修改到上版面、印成铅字与读者见面，编辑是它的加工者，也是最后一个把关人。

(3) 对于新闻素材的“再认识”和“再创作”

①编辑选择和处理稿件，首先是对新闻素材重新认识的过程。编辑所处的位置相对超脱，更多地从全局上考虑问题，对报纸的报道立场和原则把握得更加到位，对同类情况有更多的报道经验，因此有可能看到记者尚未意识到的问题，发现新闻素材中潜在的价值，找到更好的报道角度。编辑对于新闻素材的再认识，还与编辑面对的新闻稿件众多，可以相互比较、相互联系有关系。

②新闻编辑对新闻素材的再创作主要从这几个方面体现：一是对新闻素材的重新选择和组合。编辑与记者的岗位不同，视野也往往不同。编辑选稿、改稿、制作标题，就是要使最有新闻价值的内容得到突出处理，更深入、更全面地报道新闻事实。二是对新闻表现形式的再创造。形式的运用往往关系到内容传播的效果。新闻编辑对新闻素材的创造性的运用通过变化稿件的写作方式、编排手法、版面或栏目的设计包装以及对单个的稿件进行发展或组合，使受众了解事物发展的全貌。

6. 新闻编辑人才的知识结构和能力结构应该是怎样的？

答：(1) 新闻编辑人才的知识结构

新闻编辑所担任的多重角色要求编辑具备相对合理的知识结构。归纳起来，基础知识、百科知识和专业知识就是新闻编辑的基本知识构成。

① 基础知识

主要指文、史、哲知识。具备广博的文学知识以及驾驭文字的能力是做好编辑工作的前提；掌握丰富的历史知识，学会以历史的眼光分析问题和组织报道，这样新闻报道才能真正接近其本质，给读者以启迪；哲学是帮助人们认识世界的重要工具，报纸编辑更需要借助它来分析和处理新闻信息。

② 百科知识

指包罗万象的知识，这种知识不限于一两个领域或专业，而是无所不及。从编辑人员的知识配置来说，他掌握知识的覆盖面应该比一般人广泛。编辑知识结构中对百科知识的要求还会因人、因岗位而异。此外，百科知识在编辑工作的运用还要求充分发挥这些不同学科知识的相互协同关系，也就是强调知识结构整体功能的发挥程度。

③ 专业知识

专业知识由两部分组成，一部分是编辑作为新闻传播者所应具备的新闻传播学理论知识与业务知识，另一部分是编辑所从事的报道领域所要求具备的专业知识。

(2) 新闻编辑人才的能力结构

新闻编辑除了要具备适宜于多种活动要求的一般能力,如观察力、记忆力、抽象概括能力等,还因其工作特点,要特别注意培养以下几方面业务能力:

① 信息能力

指新闻编辑主动地积极地接受信息和处理信息的能力。新闻编辑是新闻信息的传播者和把关人,而从事这项工作的前提是接受信息。即编辑的受传能力是其传播活动的基础。社会信息、行业信息、来自受众的信息和媒介内部的信息是编辑必须时时关注的。新闻编辑获取信息能力的大小取决于编辑的社会活动能力和对客观变化的灵敏感受,这就要求新闻编辑养成良好的性格,善于与人相处,做社会活动家,广交朋友。同时,又要求编辑时时刻刻当有心人,不放过任何有价值的线索。

② 鉴别能力

指新闻编辑迅速、准确地判断新闻事实的报道价值的能力,是编辑基本修养与工作经验的综合体现。新闻编辑每天接受的信息是大量的,作为把关者,必须把适合于媒介受众群体的新闻信息筛选出来加以传播,既要迅速,又要准确。

③ 整合能力

指新闻编辑对零散的新闻信息资源进行综合性开发利用,使其整体效应大于部分之和的一种操作能力。

④ 创造能力

指新闻编辑突破传统思维、创新编辑业务的能力。编辑工作的每一项业务,从新闻产品策划、新闻报道策划到编稿、组版,都是创造性的劳动。一家媒介新闻产品的质量如何,很大程度上取决于新闻编辑的创造性。

⑤ 组织上沟通能力

指新闻编辑组织报道、组织新闻论坛、组织新闻人才以及与记者、专家、社会公众等各方面人员进行沟通的能力。首先,新闻编辑是新闻报道的组织者,通过对记者采访的部署、组织和调度、协调以及对社外作者约稿来完成稿件的准备工作,因而,是否具备良好的组织能力,关系到编辑工作的成败。其次,对组织能力的更高层次的要求,还包括为事业发展网罗人才、组建队伍,形成相对稳定的合作群体,这一点对于总编辑、编辑部主任、制片人等担负一定领导职务的人尤为重要,关系到媒介事业发展大计。

⑥ 写作能力

指新闻编辑撰写、修改稿件的文字运用能力。新闻编辑每天处理、修改大量的稿件,还有制作标题、配发言论、编写串联词等任务,这就要求编辑具有较高的写作水平。

⑦ 现代化技术与工具的运用能力

指报纸编辑使用与新闻传播有关的现代通讯手段、语言工具、技术设备和交通工具的能力。对于广播电视和网络媒介的新闻编辑来说,除了报纸编辑所要具备的这些现代化操作能力,还必须针对自己媒介的特点,掌握相关编辑技术。

1.3 考研真题与典型题

1.3.1 概念题

1. 编辑

2. 珠江模式