



21

世纪新闻学业务丛书

丛书主编 赵振宇



全国优秀出版社
武汉大学出版社

陈红梅 著

新闻编辑

21世纪新闻学业务丛书

丛书主编 赵振宇

新闻编辑

陈红梅 著



全国优秀出版社
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑/陈红梅著. —武汉: 武汉大学出版社, 2005. 1

(21 世纪新闻学业务丛书/赵振宇主编)

ISBN 7-307-04419-6

I. 新… II. 陈… III. 新闻编辑 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 123375 号

责任编辑: 蔡先保 责任校对: 黄添生 版式设计: 支 笛

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷: 湖北省京山德新印务有限公司

开本: 850×1168 1/32 印张: 9.375 字数: 238 千字 插页: 1

版次: 2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-04419-6/G·701 定价: 14.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

内 容 提 要

本书是华中科技大学新闻与信息传播学院《21 世纪新闻学业务丛书》之一部。围绕新闻编辑工作者的基本职能及业务素养,本书详细地阐述了新闻编辑学的基本原理,重视实例的选取,所选实例以 2000 年后发表的作品为主,注重理论与实例的结合,力求生动、形象地展示内容,具有较强的实用性。章末所附思考题,既强调了本章的主要内容,又可启发读者结合现实实际,对新闻编辑的不同职责进行深层次的思考。

总 序

新闻学是一门应时代需要而产生且与时代发展相适应的实践性很强的学科。中国的新闻学教育至今已有近 80 年的历史。在这个历史过程中,中国的新闻教育工作者学习和借鉴国外的办学经验,并结合本国的新闻实践,形成了一套有自己特色的学科体系、教学方法和讲授教材。但是,发展的形势,对传统的新闻学教材和教学方法提出了新的挑战。当前新闻业务(采、写、编、评)的教学内容和教学模式已经远远不能适应走在改革前沿的新闻实践的需要,加之全国已开设新闻学专业的院、系已达 400 多家,需要大量适应时代需要的面向 21 世纪的新闻学业务教材。为此,我们决定出版一套与时代形势相适应,有利于培养新世纪新闻业务人才的新教材——《21 世纪新闻学业务丛书》。

21 世纪是我们人类进入的第三个千年。在这个新世纪里,对于新闻业来说,至少会面临以下两个方面的新形势——

其一是网络媒体的迅速发展。据中国互联网络信息中心 2003 年 8 月 10 日发布的统计报告表明,截至 2003 年 6 月 30 日,我国网民数已达到 6 800 万人,已超过日本,跃居全球第二位。据报道,第一位美国的网民数为 1.7 亿人,第三位日本的网民数为 5 400 万人。网络媒体的迅猛发展将它的优势展现在人们的面前:网络媒体以它速度快、时效性强,容量大、覆盖面广,多媒体、超文本化,交互性、自由度大等特点和优势对传统媒体提出了挑战。传统的大众传媒和新闻工作者在社会中的角色地位将会发生变化:一是网络的交互性使网民掌握了传递信息的主动权,网民可以和

新闻工作者共享新闻事件第一手资料和背景资料。二是传统媒体对舆论的控制权和主导权大大削弱,任何一个网民与大众传媒一样拥有随时发布新闻的能力,而且突发性新闻事件的报道权再也不是大众传媒的专利。三是网络使跨文化传播突破了时空间隔,使世界各地的人们共享信息成为可能,大众传媒“信息过滤器”的社会职能也将弱化甚至消失。

其二是中国加入了 WTO(世界贸易组织)。中国加入 WTO 将会促进我国经济步入全球化的轨道,按照世界贸易组织的游戏规则办事,同时,也使人们的观念和文化立场发生着巨变。经济的全球化使“人类历史上第一次出现了任何东西都可以在世界上任何地方生产和销售到世界各地的现象”。在这种背景下,信息技术和新闻传播在世界各国的文化交流中起着越来越大的作用。在这个进程中,媒体发挥着重要作用,它能使受众养成消极抵制或积极顺从的态度。有专家认为,信息化、全球化和民主化是当代社会发展的三个车轮,信息化推动全球化,全球化推动民主化,民主化促进全球化和信息化。这一切都表明中国将会更好、更快地走向世界,步入世界的大家庭之中。与此同时,形势的发展也对新闻传播提出了更多更高的要求。认真总结和改进我们的新闻传播,是时代赋予中国新闻工作者神圣的职责。

面对挑战,我们要积极应对。第一,要全面正确地认识中国,确保中国的文化精粹不受辱损,把中国最优秀的文化报道给世界。第二,要加强学习,转变观念,努力提高和改进传播技术,增强传播效果。第三,要全面正确地介绍世界,不卑不亢地守住自己的阵脚,为实现“和而不同”的文化交流作出中国人的贡献。第四,要增强人民主权意识,加快民主建设步伐。第五,要增强公开意识,提高媒体传播的透明度。第六,要增强参与意识,为受众提供更广泛的对话空间。

新闻报道讲究出新,新闻学的教材也该如此。面对新形势,本套丛书力求出新。教材的写作采用哈佛大学案例教学方式,全书

的理论和论述均由新闻实践中的案例导入,以增强新闻教材的生动性、新鲜性和实用性;本套丛书所有事例均采用本世纪中外新闻传媒刊播的报道,摒弃传统教科书上使用的陈旧实例,以增强本丛书的时代性;教材以报纸的采、写、编、评为主,同时兼顾广播、电视和网络媒体的需要,具有使用的广泛性。

参加本套丛书的写作者均为有着媒体工作和教学一线经验的青年教师。他们朝气蓬勃、充满生气,有思想、有知识、有实践,在本套丛书的写作中充分体现了他们的聪明才智。新闻学既是一门实用性很强的学科,同时它也必须以深厚的理论研究为基础。丛书作者在从事新闻业务教学的同时,也对新闻理论和实践进行学术研究,发表了大量高水准的学术论文,大家可以在各类新闻学术刊物上读到他们的名字。华中科技大学的新闻教育事业至今已有20年的历史,现在已形成本科、硕士和博士全程教育体系。该院办学的一个突出特点就是加强新闻学院与新闻媒体之间的联系与合作,这种互动已经对学院的教学、科研及全面发展起到了积极作用。这套丛书的出版也正好体现了这一办学思想。当然,社会实践的发展对新闻教育事业也提出了新的要求,我们希望在今后的日子里继续加强对新闻实践和新闻教材的研究,出版更新、更好的新闻教材。同时,也希望广大读者对本丛书提出意见和建议,使本丛书在以后的再版中能够得到修正和提高。

谨此为序。

赵振宇

华中科技大学新闻学院教授、新闻系主任

2003年10月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 新闻编辑学的研究对象及其与相关学科的关系	1
第二节 新闻编辑工作概述	5
第三节 新闻编辑人员定位	11
第二章 报纸编辑策划	26
第一节 什么是报纸编辑策划	26
第二节 报纸编辑策划的分类	30
第三节 报纸编辑策划的原则	36
第四节 报纸编辑策划的过程	43
第三章 稿件的选择	53
第一节 选稿的意义和稿件来源	53
第二节 选稿的程序和稿件的分类	55
第三节 选稿的标准	57
第四节 选稿时应注意的几个问题	75
第五节 怎样提高选稿水平	78
第四章 稿件的修改	81
第一节 观点的修改	81
第二节 事实的修正	86
第三节 辞章的修饰	92

第四节	根据报纸的特点修改稿件	109
第五节	改稿的程序和方式	111
第六节	修改稿件应注意的问题	113
第五章	稿件的配置	116
第一节	配置的意义和类型	116
第二节	稿件的组织	119
第三节	稿件的配补	130
第六章	新闻标题	141
第一节	新闻标题的历史及作用	141
第二节	新闻标题的功能	144
第三节	新闻标题的结构	156
第四节	新闻标题的类型	165
第五节	新闻标题的制作	176
第六节	当今报纸标题的新特点	193
第七章	版面	200
第一节	版面的作用	200
第二节	版面空间	202
第三节	版面的编排手段	208
第四节	版面的结构类型	212
第五节	标题的排列方式	243
第六节	版面设计的美学原则	252
第八章	图片编辑	256
第一节	图片在报纸上的地位	256
第二节	图片在报纸上的作用	260
第三节	新闻图片的编辑	265

第四节 漫画、图表、图饰的编辑.....	273
主要参考书目.....	283
后 记.....	285

第一章 绪 论

第一节 新闻编辑学的研究对象 及其与相关学科的关系

一、编辑与编辑学

“编辑”一词的出现是人类社会物质文明和精神文明发展的产物，在我国有着悠久的历史。《说文解字》中是这么解释的：“编，次简也。”颜师古在《汉书注》中写道：“辑与集同，谓书之总要。”在他们看来，编辑就是顺其次第，编排成册的意思。我们现在所了解的资料表明，我国“编辑”二字合用为一词最早见于《魏书·李琰传》：“修撰国史……前后再居史职，无所编辑。”此种用法在唐代文献中多处出现，其基本意义是收集材料，整理成书。如唐颜元孙《干禄字书序》：“不揆庸虚，久思编辑。”此时“编辑”一词的意义和用法已与现代非常接近了。

在欧洲大多数语言中，“编辑”一词源于拉丁语 redigere 及其过去分词 redactus，本义为“to bring back”，即取回，首见于15世纪，比汉语“编辑”一词晚了八九百年，后引申为“to draw up (a document)”即起草，再引申为“to edit or prepare for publication”，即编辑、整理成出版物之意。可以看出，最早使用“编辑”一词，乃取其“收集、整理”之意。

随着社会的发展，分工的细密，编辑工作也日益复杂和多样化，原来的“编辑”一词的意思已不能涵盖其现代意义。现代汉语中的编辑，名词中有职务（总编、主编、责任编辑、执行编辑

等)、职称(编审、副编审、编辑、助理编辑等)、动词(编辑)、动名词(编辑工作、编辑活动)。作为名词的编辑,依其学术、业务范围的不同,可分为编辑学家(编辑学识渊博、对编辑学学科建设颇有建树的人)、编辑家(长期从事编辑实践,业务熟悉、经验丰富的人)、编辑工作者(一般从事编辑业务的人员,或简称编者,包括编辑家与编辑学家)。现代意义上的编辑,是指在大众传播活动中,为满足受众的需要,使用独特的传播符号对他人的精神文化成果(文字、图片、图像)进行选择、组织、整理和加工等,使其形成具有完善的形态,能广泛传播的创造性劳动,还指从事这一劳动的人。

从人类社会的实践看,广义的编辑活动在人类历史发展的过程中很早就出现了。我国远古把文字刻在龟骨、兽骨、竹简、石头上,或写在树皮、木板、绢帛上。墨子《兼爱篇》:“书于竹帛,镂于金石,琢于磐石,传遗后世子孙者知之。”在竹者曰“简册”,在木者曰“尺牍”,片竹曰简,多片编之成册,集合一起谓之辑,编“简”成“册”谓之编,造纸术是到东汉才出现的。可以说编辑的范围和手段是随着人类社会的发展而不断变化的,其历史是悠久而漫长的,但把编辑活动当作对象来研究的“编辑学”这个术语则是在1949年随着李次民出版的《编辑学》一书的出版而诞生的,直到80年代,社会上才出现了专门研究编辑学的读物,编辑学也才初步确立。

编辑学是研究编辑基础理论、探讨编辑工作的一般规律和特殊规律的学科,它有着较宽的研究领域,包括图书编辑、杂志编辑、报纸编辑以及广播电视编辑、网络编辑等。它属于人文社会科学范畴,但又与自然科学、思维科学、管理科学等各种学科密切相关,是多种学科相互交叉而形成的边缘学科。目前,“编辑学”的国际用语有两种不同定名:一是 redactology,一是 editology^①。

① 参见林穗芳、翁永庆:《关于“编辑学”国际用语定名问题的通信》,《编辑之友》1996年第2期。

目前中国编辑学会采用前者，英译名为 China Redactological Society，简称 CRS^①。

编辑与编辑学有着内在的本质联系，没有编辑活动，就没有编辑学，没有编辑学的学科建构，也就不会赋予编辑活动以科学的概念和内涵。从编辑到编辑学是客观事物运动变化的过程，也是编辑活动自身不断发展完善的必然趋势。同时我们也应当看到，二者在研究范围、对象及层次等方面都存在着很大的不同，应区别对待。

二、新闻编辑学的研究对象

新闻编辑，是现代新闻机构中，从事新闻产品的决策、组织、编辑、设计、制作等专业性工作的总称，同时也指从事这项工作的专业人员。新闻编辑学的研究对象是编辑业务，是研究新闻编辑规律、方法和技巧的应用学科，它注重运用人文社会科学、自然科学等对新闻编辑业务的环节及流程进行理论的总结和升华，以达到对新闻编辑实践的指导作用。

新闻编辑学的研究对象，根据传播媒介的不同，除了包括传统意义上的报纸新闻编辑、电视新闻编辑、广播新闻编辑、通讯社新闻编辑外，还包括近些年随着网络的出现而崛起的新兴编辑门类：网络新闻编辑。它除了具有传统新闻编辑的特点外，还有其自身的特点。比如相关内容的链接设计、图文结合、滚动版预设等。从总体上说，这几类编辑在业务上有着某些作为新闻媒介的共性。如都是以传播新闻产品为目的，传播的产品都是经过加工过的新闻；为了达到最佳的传播效果，都必须加以精心的设计和安排，都要讲求准确、客观、生动，并且注重时效等。同时它们又因各自传播媒介的不同而有其个性。如报纸和通讯社的新闻

① 参见后勤：《中国编辑学会在京举行成立大会》，《编辑之友》1993年第1期。

编辑主要是以文字和图片为传播符号以实现其编辑功能的，广播新闻编辑则是依靠语言和声音来进行传播，电视新闻编辑要注意电视视听结合、声画并茂的特点，网络新闻编辑则要特别注重其链接、滚动、互动的特性。其中，报纸编辑是新闻编辑的最早形式，也是所有新闻编辑形式的基础，所以本书是以侧重于文字编辑的报纸新闻编辑为重点来进行论述的。

三、新闻编辑学与新闻学

新闻学的主要研究对象是新闻事业，它包括报纸、广播、电视以及新兴媒体网络等在内的新闻传播事业。它以新闻事业为主，同时又涉及一切新闻活动或新闻现象。新闻学以其特定的概念和范畴组成独立的知识体系，这个独立体系的知识门类大致可以分为：理论新闻学、应用新闻学、历史新闻学、新闻事业管理学等。其中应用新闻学是对新闻实际业务的研究及其规律的概括，它包括新闻采访、新闻写作、新闻编辑、新闻评论、新闻摄影、广播电视新闻等。新闻编辑学即属于应用新闻学范畴，它与应用新闻学的其他学科存在一定的交叉性。

四、新闻编辑学与编辑学

编辑学按对象不同，可以分为报纸编辑、图书编辑、期刊编辑、广播电视编辑、网络编辑等。其内容包括理论研究、应用研究和历史研究三个部分。

我们前面提到，新闻编辑学除了包括传统意义上的报纸新闻编辑、电视新闻编辑、广播新闻编辑、通讯社新闻编辑外，还包括近些年随着网络的出现而崛起的新兴编辑门类：网络新闻编辑。所以从其研究的内容来看我们不难发现，新闻编辑学是编辑学研究的一个分支。编辑学研究中还包括其他非新闻编辑业务的部分。

五、新闻编辑学与其他相关学科的关系

对新闻编辑学而言,从新闻的特质、编辑的信息以及知识所涵盖的内容考察,它具有渗透性、交叉性、跨越性和覆盖性特征。因为新闻的内容会涉及到社会生活的方方面面,对于新闻“把关人”之一的编辑来说,就必须掌握尽可能多的相关学科的知识。从编辑业务来看,可能会涉及到的相关学科包括信息论、文化学、语言学、文学、心理学、传播学、逻辑学、艺术学、写作学、美学和方法论、系统论、控制论以及计算机操作技术等。从能力要求讲,编辑又要尽量培养自己的辩证思维能力和创新能力,从而能够全面、客观地看待新闻事件。可以说,相对于媒体其他专业分工来讲,编辑是一个学科跨度最大、内容涉及最广的工种。随着信息社会与知识经济时代的到来以及信息知识的社会化、生活化、网络化的趋势,新闻编辑普适性的品格也将越来越突出。

第二节 新闻编辑工作概述

基于一定的目的,从事新闻类精神产品的征集、选择、整理、加工,促其发表或播出,使之有效传播的工作,就是新闻编辑工作。

新闻编辑的工作对象是精神产品——新闻稿件、新闻图片、广播电视节目素材等。这些精神产品是初始形态的,未必符合发表或播出的要求,只有经过了编辑人员的审改、整理、加工等一系列劳动,才能把它们转化为具备完善形态,并能广泛传播的精神产品。所以在新闻产品的生产过程中,编辑工作的重要作用不可忽视。

一、新闻编辑工作的地位和作用

(一) 从工作的流程看新闻编辑

从工作流程来看,新闻编辑是整个报纸工作的轴心,编辑部

的组织结构和工作程序，都是围绕这个轴心进行的。编辑工作在报纸工作中的这种地位，是由编辑工作的对象、特点、任务和责任所决定的。

报纸的新闻编辑工作，包括制定编辑方针和报道方针，选择和组织稿件、整理加工、配置组合稿件、设计编排版面，直至制作成一张报纸，此外还包括收集读者反馈意见等工作，这些工作贯穿报纸生产的全过程。也就是说，一张报纸的出版，从头到尾都是以编辑工作为纽带来沟通和连接起来的。从总编辑到记者、美工、校对、电讯人员以及广告、发行、技术操作人员都无一例外要同编辑人员打交道。可以说，整个报纸的工作，主要是围绕编辑出版一张报纸而进行的，而编辑工作则是这一流程的重要执行者、贯彻者。如果把刊登在报纸版面上的各类新闻稿件比喻为颗颗珍珠的话，那么编辑的工作就如同穿珠的红线，整个报纸的生产过程就是编辑人员“一线穿珠”的过程。

（二）从稿件的内容看新闻编辑

编辑是报纸生产过程中的把关人和守门人，是报纸质量的监督人。

其一，他是信息内容的把关人。编辑每天都会收到来自各种渠道的稿件，这就产生了一个如何选择稿件的问题，只有那些立场正确、观点鲜明、事实准确而又符合报纸特点和风格的稿件，经过编辑的严格筛选后，才有可能留下来。

其二，他是稿件质量的把关人。即使稿件符合上述条件，还存在一个稿件的质量问题，层次是否清晰，重点是否突出，语言是否流畅，标点是否正确，有无错别字等，都需要编辑的认真修改，真是“编辑无小事，枝节需用心”。

（三）从与读者的关系看编辑

编辑是联系读者与作者的桥梁。读者对新闻事件及稿件质量有什么看法，一般不大可能直接找记者，却比较方便与编辑联系，编辑再将读者的意见和建议反馈给记者，以促进其业务水平

的提高,同时,编辑也可以在读者的信件中发现一些有价值的线索,建议记者进行相关采访等。

所以说新闻编辑工作实际上是一种服务性很强的工作。新闻编辑是记者的朋友,又是读者的知己,是记者与读者之间信息交流的中介人,是优秀稿件的“检验师”和“助产士”,又是新生力量的发现者和提携者。

二、新闻编辑工作的主要内容

新闻编辑工作是指新闻编辑在报纸生产过程中所要做的一系列工作,主要包括策划、编稿和组版三部分。

策划包括宏观策划和微观策划。宏观策划包括报纸编辑方针的确立及报纸的整体设计。微观策划则主要是指报道的具体策划与组织。报道的策划又有长期、中期和即时之分。

编稿是指对稿件的选择、修改、加工以及制作标题。

组版是指安排版面的内容和设计报纸的版面。是将单篇稿件进行搭配、组合,通过版式设计将其组合成一块完整、统一、协调的版面的操作过程。

其他媒体的新闻编辑活动,也同样贯穿节目制作的全过程。如对电视栏目的设置,主题的选择,素材的加工,解说词的改编,画面的剪辑,音乐音响的选配以及对各类人员的组织协调等。广播新闻编辑与电视新闻编辑的职能相似,只是其编辑的对象是无画面的声音而已。

三、新闻编辑工作的主要特点

(一) 是报纸组织报道的“总串联”工作

在报纸生产过程中,编辑要与其生产过程中的各个环节打交道,从这个意义上讲,编辑是报纸的总设计师。

一张报纸的出版,是报社人员和社外人员,如上级领导、各个部门和广大群众共同努力的结果,也就是说,它渗透着整个社