

现代 新闻

新世纪新闻传播学丛书

丛书主编 董广安

编辑学

XINSHIJI XINWEN CHUANBOXUE CONGSHU

王晓宁 著



郑州大学出版社

现代 新闻 编辑学

新世纪新闻传播学丛书

丛书主编 董广安

XINSHIJI XINWEN CHUANBOXUE CONGSHU

王晓宁 著



郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代新闻编辑学/王晓宁著. —郑州:郑州大学出版社,
2004.4

(新世纪新闻传播学丛书/董广安主编)

ISBN 7-81048-876-7

I. 现… II. 王… III. 新闻工作:编辑工作

IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 028110 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

郑州文华印务有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:16.5

字数:296 千字

版次:2004 年 4 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-6966070

1/16

印数:3 001 ~ 5 030

印次:2005 年 1 月第 2 次印刷

书号:ISBN 7-81048-876-7/G · 106 定价:28.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换

总 序

为新闻科学的春天添一束鲜花

——序《新世纪新闻传播学丛书》

任何人都不能否认这样一个基本事实：自 1979 年提出新闻改革口号至今 24 年，是中国新闻事业飞速发展的黄金时期，也是中国新闻科学研究硕果累累的丰收季节。我曾做过一个不完全统计，从 1903 年我国出版第一部新闻学著述（松本君平的《新闻学》汉译本）到 1949 年 9 月，全国共出版、发行新闻学书籍 468 种。1949 年 10 月至 1976 年 27 年间共出版同类书籍 308 种。1977 年至 1990 年的 14 年间共出版 1 380 种。1991 年至 2002 年 12 年间，由于新闻传播学被确定为一级学科（下辖两个二级学科——新闻学与传播学），逐渐突破“小学科”的框框走向“显学”，各地和各类出版社纷纷将新闻传播学专业列入自己的出版领域。这一专业的著作与教材出版情况一时难以收齐列清，作一个偏于保守的估计，每年不会少于 100 种。这些年，出版的新闻传播学专业的著作与教材琳琅满目，目不暇接。如《中央电视台纪念建台 40 周年》丛书，《中国新闻媒介名、专栏》丛书，北京广播学院网络传播系列教材，中国人民大学 21 世纪新闻传播学教材，复旦大学新世纪版新闻传播学系列教材等，每套均在 10 本以上，罗列起来，浩浩荡荡。据此，说这 12 年出版新闻传播学专业书籍至少 1 200 种，应该是不会有水分的。这 1 200 种加上 1977 年到 1990 年的 1 380 种，26 年间共出版新闻传播学专业书籍 2 580 种，平均每年 99 种。这个数字可以说明许多问题。它比之 1903 年至 1949 年 46 年间出版 468 种，平均每年 10 种；1949 年至 1976 年 27 年间出版 308 种，平均每年 11 种，显然不可同日而语。这个数字能够成为改革开放以来中国新闻科学研究春天到来的一个极其有力的佐证。

在这样的背景下，郑州大学新闻系老师们的新作《新世纪新闻传播学丛书》的出版，无疑又为新闻科学研究的春天增添了一束艳丽的鲜花。

在我国如雨后春笋般建立起来的新闻教育院系中，郑州大学新闻系是建立较早、教学和科研以及人才培养成果丰硕的院系之一。明年该系将迎来建系 20 周年大庆。如果说，人步入双秩之年已是虎虎有生气、奋发有为的青年的话，那

么我们也应该诚挚地预祝郑大新闻系这个“学林青年”在未来的征程中有新的开拓和新的辉煌。

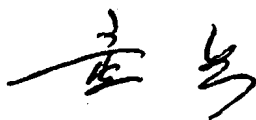
这套《新世纪新闻传播学丛书》积20年之功力,自有一番艰辛与不同寻常之处。1984年建系之初,应教学急需,郑州大学新闻系内部编印过一批新闻学著述。这在当时的国内是不多见的,引起过新闻实务界和新闻教育界的普遍关注。后来,这批书经过作者修订,先后公开出版。20年将过去了,新闻改革在这近20年里不断向纵深发展,新闻学研究在观念、原理、知识领域以及研究方法等方面不断有新的突破。为了适应新闻界和新闻教育的新需要,吸纳20年理论研究与实践探索的新成果,该系老师们在原有著述的基础上,重新梳理加工,添加新的内容,结集出版,并将其定名为《新世纪新闻传播学丛书》。他们希望这套新作能集新颖性、科学性和理论性于一身。其新颖性,丛书将以新的视角去研究新闻学,把新闻学与大众传播学结合起来,既有对新闻学的本质与规律的系统阐发,又有客观规律在实践环节的具体展示,并力争具备可操作性,体现新闻学研究的中国特色和与时俱进的理论开拓精神。其科学性,丛书运用新闻学和相关学科及边缘学科的原理与知识,阐释新闻实践,提炼新闻学与其他人文、社会科学以及自然科学的关系与规律,对新闻学原理本身也进行了新世纪的诠释。其理论性,丛书作者力求站在较高的理论层次,关注和吸收新闻学及相关学科最新研究成果,对新闻传播理论与实践,尤其是对20多年来新闻改革的新鲜经验进行系统的理论分析,进而提出自己新的见解和新的观点。总之,作者们希望这套丛书不仅具有一般教材的知识系统性,而且含有较多的“自己的东西”,使其具有独到的、创新的学术个性。我觉得,作者们奉行的宗旨无疑是高雅的、向前的。对于一个人数量并不很多、教学任务又十分繁重的新闻系来说,要实现这“三性”也是不易的。现在丛书已经放在各位读者面前,任由各位评说。我认为,只要能够实现这些希望的一半,就值得庆贺一番的了,何况这“三性”,已经较充分地体现在丛书之中了。总的说来,这是一套成功的、有新意和特色的丛书。

近一二年内我国不少新闻院系已经或将庆祝自己的10周年、20周年生日。我很欣赏郑大新闻系这种独具一格的纪念方式,即用总结教学、科研的成绩与经验,回顾自己走过的办学历程的酸甜苦辣,编辑出版自己的学术成果等活动,欢度院庆或系庆。这种不事“摆谱”、注重实效的纪念方式,值得其他院系仿效。记得列宁说过,纪念伟人最好的方法,就是重温他的教导并付诸实践。我们也可以借用这一思路,纪念院庆或系庆,最好的方法莫过于反观院系走过的奋斗与成功之路,再接再厉,开拓创新,开创更为美好的第二个10年或第二个20年。

我是郑州大学的兼职教授。我对这所中原大地上的学术重镇是有感情的。

每次到新闻系开讲座,学生和不少教师认真听讲,甚至因无座位而站几个小时,给我留下深深的印象。我把为郑大新闻系的发展出一些主意和力气,看做自己应尽的责任。这次,新闻系老师要我为这套丛书作序,就写了以上几句话,就此表达我对郑大新闻系建系 20 周年的庆贺。

复旦大学新闻学院教授、博士生导师
新闻传播学博士后流动站站长
国务院新闻传播学学科评议组召集人
中国第一位新闻学博士



2003 年 8 月

内容提要

本书吸取了新闻编辑领域许多最新的实践经验和研究成果,在讲述新闻编辑工作基本规律的基础上,重点研究不同媒介的新闻编辑工作的特点和要求,内容涵盖编辑流程的各个环节。在写作体例上,充分考虑到新闻编辑学的学科特点,每章均配置了大量的图例和“实务操练”,便于学习和提高。本书视野开阔,体例新颖,图文并茂,既有一定的理论色彩,又有较强的可操作性;既可作为大学新闻与传播学科的教材,也可供新闻工作者进修、研习相关专业知识使用。



录

Contents

1	绪论	1
1.1	编辑和编辑学	1
1.2	新闻编辑工作特性	2
1.2.1	新闻编辑工作的业务范围	2
1.2.2	新闻编辑工作的特性	3
1.3	新闻编辑学的研究对象和范围	6
2	新闻编辑工作者的基本修养与能力	9
2.1	新闻编辑工作者的基本修养	10
2.1.1	政策理论修养	10
2.1.2	知识修养	11
2.1.3	职业道德修养	13
2.2	新闻编辑的基本能力	14
2.2.1	发现能力	14
2.2.2	策划能力	15
2.2.3	创新能力	16
2.2.4	组织能力	18
2.2.5	写作能力	18
2.2.6	现代化操作能力	19
	新闻编辑实务操练一	20

3	新闻编辑策划	29
3.1	新闻策划的界定	29
3.2	新闻编辑策划的作用与原则	33
3.2.1	新闻编辑策划的作用	33
3.2.2	新闻编辑策划的原则	34
3.3	新闻编辑策划的流程	37
3.3.1	策划预备阶段	37
3.3.2	方案设计阶段	37
3.3.3	方案实施阶段	38
3.4	新闻单元策划	38
3.4.1	编辑方针的确定	38
3.4.2	新闻单元策划的内容	40
3.5	新闻报道策划	41
3.5.1	新闻报道策划的类型	41
3.5.2	新闻报道策划的内容	43
	新闻编辑实务操练二	47
4	新闻稿件的组织	57
4.1	组稿的意义	57
4.2	组稿的主要方式	58
4.2.1	向本社(台)记者、通讯员组稿	58
4.2.2	向社(台)外有关人员组稿	59
4.2.3	在媒体上向受众公开约稿	60
4.3	组稿业务的开展	61
4.3.1	捕捉新闻信息,确定选题	61
4.3.2	广交朋友,组织作者队伍,选择合适作者	61
4.3.3	讲明写作意图,保持联系,及时提供帮助	62
	新闻编辑实务操练三	62
5	新闻稿件的选择	69
5.1	选择新闻稿件的意义	69
5.1.1	维持媒体正常运转的需要	69
5.1.2	贯彻编辑方针的重要环节	70
5.1.3	形成媒介特色的基本保证	70
5.1.4	提升媒介报道水准的基本保证	71

5.2	选择新闻稿件的程序	71
5.3	选择稿件的标准	72
5.3.1	新闻标准	72
5.3.2	社会效果标准	77
5.3.3	媒介需要标准	79
5.4	选择稿件的原则	80
5.4.1	坚持择优选择的原则	80
5.4.2	充分利用来稿	80
	新闻编辑实务操练四	81
6	新闻稿件的修改	85
6.1	对新闻稿件中事实的订正	85
6.1.1	订正事实的要求	85
6.1.2	发现和订正事实差错的方法	88
6.2	对新闻稿件中观点的修正	90
6.2.1	新闻稿件中观点失当的表现	91
6.2.2	修正观点错误应注意的问题	92
6.3	对新闻稿件中辞章的修饰	98
6.3.1	校正	98
6.3.2	压缩	99
6.3.3	增补	102
6.3.4	改写	102
6.3.5	分篇	104
6.3.6	综合	104
6.4	修改稿件的程序	105
6.4.1	通读稿件,决定修改方法和方式	105
6.4.2	着手修改	106
6.4.3	改后检查	106
6.5	修改稿件应注意的问题	107
6.5.1	注意媒介的风格特色和受众的需求	107
6.5.2	尊重作者	108
6.5.3	防止出现后生差错	108
6.5.4	修改通讯社电讯稿的特殊要求	109
	新闻编辑实务操练五	109

7 新闻标题	113
7.1 新闻标题的历史演变	113
7.1.1 标题的萌芽阶段:类题	114
7.1.2 标题的成长阶段:单行题	114
7.1.3 标题的发展、成熟阶段:现代新闻标题	115
7.2 新闻标题的作用	116
7.2.1 提示新闻内容	116
7.2.2 评价新闻内容	117
7.2.3 吸引读者阅读	120
7.2.4 美化报纸版面	120
7.3 新闻标题与新闻体裁	120
7.4 新闻标题的类型	122
7.4.1 实题和虚题	122
7.4.2 单一型标题和复合型标题	123
7.4.3 提要题、插题和大标题	123
7.5 复合型标题的结构	125
7.5.1 复合型标题各部分的名称和作用	125
7.5.2 复合型标题结构应注意的问题	128
7.6 新闻标题的制作	129
7.6.1 标“新”立“异”	130
7.6.2 准确无误	132
7.6.3 观点鲜明	134
7.6.4 生动活泼	135
7.6.5 言简意赅	138
新闻编辑实务操练六	139
8 报纸版面的编辑	145
8.1 版面的作用	145
8.1.1 导读功能	145
8.1.2 导向功能	146
8.1.3 标志功能	147
8.2 版面的相关知识	147
8.2.1 开张	147
8.2.2 版心	148

8.2.3 报头	148
8.2.4 报眼	148
8.2.5 版线	149
8.2.6 报眉	150
8.2.7 中缝	150
8.2.8 通版	150
8.3 版面空间	151
8.3.1 区域	151
8.3.2 面积	154
8.3.3 形状	155
8.4 版面元素	156
8.4.1 正文	156
8.4.2 标题	156
8.4.3 图片	162
8.4.4 线条	164
8.4.5 色彩	164
8.5 版面的布局结构	166
8.5.1 稿件的布局结构	166
8.5.2 题与文的布局结构	168
8.6 版面的内容配置	168
8.6.1 稿件的组织	169
8.6.2 稿件的配合	172
8.7 版面的美化	174
8.7.1 版面美化的要求	174
8.7.2 版面美化的原则	176
8.8 组版的程序	177
8.8.1 通读稿件,明确编排思想,完成组版构想	177
8.8.2 组织版面	178
8.8.3 看大样	179
新闻编辑实务操练七	179
9 广播电视新闻编辑	189
9.1 广播电视新闻的特点	189
9.1.1 传播速度的及时性	189

9.1.2	传播内容的现场性	190
9.1.3	传播方式的时序性	191
9.2	广播电视新闻节目的编辑	191
9.2.1	新闻文字稿的编辑	191
9.2.2	广播电视音像编辑合成	195
9.3	广播电视新闻栏目的编排	200
9.3.1	广播电视新闻栏目编排的原则	200
9.3.2	新闻栏目的编排技巧	201
	新闻编辑实务操练八	204
10	网络新闻编辑	211
10.1	网络新闻编辑的特点	212
10.1.1	网络新闻的发布	212
10.1.2	网络媒体的传播特点	212
10.1.3	网络新闻编辑的特点	214
10.2	网络新闻标题制作	217
10.2.1	简洁明快,体现网络新闻特色	217
10.2.2	准确清楚,力求“立片言而居要”	219
10.2.3	快中求跳,显示出极强的吸引力	220
10.3	网络新闻稿件的组合	222
10.3.1	相关新闻链接	222
10.3.2	新闻专题	224
10.4	网络新闻的页面设计	225
10.4.1	网页设计原则	225
10.4.2	空间手段和时间手段	226
10.4.3	网页的编排手段	227
	新闻编辑实务操练九	229
附录 1		237
附录 2		243
参考文献		247
后记		249

1 绪 论

报纸材料少,固不足饜读者之望,有材料而不善于编辑,直如衣锦夜行,在报馆尤为极大之损失。

——戈公振

1.1 编辑和编辑学

在现代汉语中,“编辑”有多种含义,既可以指编辑工作或编辑行为,也可以指从事编辑工作的人员,既可以指一种社会活动,也可以指一种社会职业。

不管从哪个角度理解“编辑”,关键就是要明晰编辑所从事的工作,明确哪些是编辑行为,哪些不是编辑行为,在这一点古代汉语和现代汉语有一定的区别,这也是编辑学界争论的焦点。

在古代,“编辑”这个概念的容量比较大,它可以指文字资料的收集和整理,也可理解为对古籍的校理,同时还可以指收集材料整理成书。

“编”、“辑”在古时为两个独立的单音节词。“编”的原意是用以串连竹简的牛皮绳,如《史记·孔子世家》:“孔子读《易》,韦编三绝。”后引申为依次排列,如《隋书·音乐志下》:“二曰编钟,小钟也,各应律吕,大小以次,编而悬之。”“辑”通“缉”,“缉”原意为聚麻为之,引申为聚集,也有整理、收集之义,如宋代苏轼《和试策问》之二:“官事之不修,民事之不缉,非其不能,不屑为之也。”南朝

梁沈约《佛记序》：“适道已来，四十九载，妙应事多，宜加总缉，共成区畛。”

作为一个合成词，“编辑”一词最早见于《魏书·李琰之传》：“前后再居史职，无所编辑。”《魏书》为北齐魏收撰，成书于554年，由此可以推断此词成于南北朝时期。因“缉”与“辑”通，后又写作“编辑”，唐朝李延寿《南史·刘苞传》中载刘苞：“少好学，能属文，家有旧书，例皆残蠹，手自编辑，筐筐盈满。”此时，“编辑”已有材料的收集、整理、补合的意思，与现代的词义已相差不远。

随后，经过千余年的发展、演变，“编辑”一词的内涵、外延不断地变化、丰富。一方面，编纂工作渐渐地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。

编辑学是研究编辑工作原理与编辑工作规律的一门学科，编辑学的主要研究对象就是编辑工作。

编辑工作是指根据一定的目的，从事精神产品的组织、选择、整理、加工、审定，使之传播展示于社会公众的工作。

1.2 新闻编辑工作特性

1.2.1 新闻编辑工作的业务范围

随着科技的发展，随着编辑工作对象的不断扩大，编辑学的研究领域也不断地拓宽，不同的编辑部门，编辑工作的具体情况肯定有所不同，进而也就产生了不同的编辑分支学科，诸如图书编辑学、杂志编辑学、报纸编辑学、广播电视编辑学、网络编辑学、图片编辑学等。报纸、广播、电视、期刊、网络作为一种大众传媒，均以公开向社会提供新闻作为自己的主要职责，对这些被传播的新闻进行策划、选择、整理、加工的一系列工作就是新闻编辑工作。简单地说，新闻编辑工作就是新闻编辑部门播发新闻所进行的一系列工作，包括宏观编辑业务和微观编辑业务，具体地说包括策划、编稿和编排三大部分。

策划指媒介总体策划、媒介产品中新闻单元的策划以及新闻报道活动的策划，这属于宏观编辑业务的范畴；编稿是对稿件的编辑加工，包括选择稿件、修改稿件、制作标题；编排是指稿件的配置与播发，对报纸而言，是稿件的配置与版面的设计与审定，对广播电视而言，是新闻栏目的编排与录制。编稿和编排构成了微观编辑业务。

1.2.2 新闻编辑工作的特性

1.2.2.1 新闻编辑工作与记者采写工作的异同

在新闻传播过程中,与编辑工作最紧密的无疑是采写工作,也就是记者工作,因此,我们要研究新闻编辑工作特性,就有必要对编辑工作与记者采写工作做一比较。

编辑工作与记者采写工作的共同点是显而易见的:它们的传播目的和服务对象是一致的,都是传播新闻,服务受众,也就是说,宗旨和目标是一致的。

但是,编辑工作与记者工作相比,又具有自身的特点:

其一,工作对象不同。记者工作的对象是现实生活,编辑工作的对象则是稿件;

其二,工作性质不同。记者工作是一线工作,直接面向社会现实,编辑工作则在二线,主要是对记者的劳动成果——稿件进行修改加工,或者是为记者工作提供一定的指南;

其三,工作任务不同。记者工作的任务就是采访、写作,产品是以个体稿件的形式展现,主要体现个人劳动,而编辑工作的任务则是把关、编排播发,产品是每一期的报刊、每一天的节目、每一档的栏目,是一个综合体,主要体现的是集体劳动;

其四,工作方式不同。记者工作可以由记者独立承担,自始至终一个人进行,即使几个人合作采写某一新闻,共同构思,也是分头写作。而编辑工作必须集体来做,从最初的策划到最后的编排播发,需要诸多环节,必须全体协作,哪怕是一个版面、一篇短稿、一个标题,也都是集体劳动的成果。

1.2.2.2 新闻编辑工作的特性

从与记者工作的比较中,我们不难看出新闻编辑工作的特性:

(1)新闻编辑工作是对新闻传播活动的总体设计与指挥

新闻传播活动不仅要符合传播者自身的需要,而且要满足各类或特定的受众的需要。这就存在着一个设计、策划的问题。首届韬奋奖获得者、天津《今晚报》原副总编辑陈礼章常常说:“编辑要成为版面的设计师和报道的导演。”^①原《人民日报》总编辑范敬宜也有“总编辑的主要任务就是出点子”的名言。对媒介、新闻单元及新闻报道进行设计、策划正是新闻编辑工作的业务之一。而媒介编辑方针的制定、新闻单元的设计、报道活动的组织乃至每一个报道战役的规

^① 向晚著:《“他首先是一个普通编辑”》,《新闻爱好者》1994年第2期

划,对于具体的采访、编稿、组版、评论等工作来说都是行动指南,是进行具体操作的依据。正是从这个意义上,我们说新闻编辑工作是对新闻传播活动的总体设计与指挥。

(2) 新闻编辑工作是对新闻素材的再认识与再创作

编辑部每天都要从不同的渠道收到大量不同的稿件,对于稿件的作者来讲,这些稿件基本上可以说是成品,但对于编辑来讲,这些稿件仍然是新闻素材,因为编辑工作的成品是每一期的报刊、每一天的节目、每一档的栏目。这就要求新闻编辑部必须对来稿进行选择 and 加工。

新闻编辑对新闻稿件的选择、加工,不像一般人想像的那样只是一些技术性的操作,而是具有一定创造性的活动,通过它的创造性劳动使不适合或不完全适合传播的新闻稿件变得适合传播。但是,编辑活动的这种创造性,又有别于其他活动的创造性,它不是那种一般意义上的“从无到有”的创造,而是“从有到好”的创造,是在已有基础上使作品更加完善,是作品中凝结的创造性劳动的继续,因而说是一种“再创作”。新闻编辑对稿件的加工是有限度的,不能随意添加,更不能更改事实,只能在作者提供材料的基础上进行。

新闻编辑工作对新闻素材的再创作主要体现在以下两个方面:

一是对新闻素材的重新选择和组合。

由于所处的岗位不同,新闻编辑的大局意识、政治意识、责任意识等,一般都要强于记者,这就决定了新闻编辑对记者的稿件进行加工不仅是必要的,而且是可能的。编辑通过对稿件创造性的修改加工,往往可以充分发挥新闻素材的潜力,使最有新闻价值的内容得到突出处理。

我国报学史上有这样一段佳话:解放前,老报人徐铸成在《文汇报》办报。有一次,看见一位编辑把国民党中央通讯社的一篇电讯稿扔进了废纸篓,徐铸成就问为什么,这位编辑说,这是一篇有关国民党军政人员公祭大特务头子戴笠的消息,进步的《文汇报》不好用,也不应该用。徐铸成把这篇电讯稿捡了起来,重新加了一个标题《戴笠音容宛在》,然后把它编排在国民党当局压制工潮和绑架学生等新闻旁边,发了出去。可以说这种组合编排意味深长,读者看后可以产生很多联想,看出其中的讽刺、责问与愤怒,而国民党官员看了也只能是哑巴吃黄连——有苦说不出,毕竟报纸只是在做客观、真实的报道。

二是对新闻表现形式的再创造。

新闻编辑修改稿件,涉及方面很多,如订正事实、深化主题、润色文字等。长期以来,大家都是这么做的,但是最近几年,一些有经验的编辑在加工稿件时,在表现形式上又有了一些新的尝试。比如,为了深化新闻稿件的主题,他们并没有