



高等学校新闻传播学应用型系列教材

新闻 编辑原理 与实务

刘行芳 刘修兵 著

EDITING PRINCIPLE AND PRACTICE OF JOURNALISM



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

新闻编辑原理与实务

刘行芳 刘修兵 著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑原理与实务/刘行芳,刘修兵著. —武汉:武汉大学出版社, 2010.4

高等学校新闻传播学应用型系列教材

ISBN 978-7-307-07637-2

I. 新… II. ①刘… ②刘… 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(2010)第 027312 号

责任编辑:易 瑛 责任校对:刘 欣 版式设计:王 晨

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中科兴业印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:20.5 字数:365千字 插页:1

版次:2010年4月第1版 2010年4月第1次印刷

ISBN 978-7-307-07637-2/G·1549 定价:32.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,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。

前 言

随着人类进入信息社会的新时代，随着世界经济一体化、政治多极化、文化多元化格局的出现，随着民主与法治建设进程的加快，在和平与发展成为世界主题的新形势下，新闻工作的作用更加突出，信息传播与人们的生产、生活与学习的联系更加紧密。作为整个信息传播活动的关键环节，新闻编辑工作运作得好坏，直接决定了信息传播质量的高低和传播效果的显隐。信息是社会重要的黏合剂，信息传播是人类社会发展的基本动力之一，而信息传播水平的高低，又总是和社会进步程度和经济发展水平的高低紧密相连，因此，新闻编辑工作的质量实际上反映的是社会信息传播水平的真实状况。

2008年5月1日开始实施的《中华人民共和国政府信息公开条例》，揭开了我国信息传播的新的一页。条例规定，行政机关对涉及公民、法人或其他组织切身利益，需要社会公众广泛知晓或者参与，反映本行政机关机构设置、职能、办事程序等情况的，依照法律、法规和国家有关规定应当主动公开的信息必须公开。条例还规定，公民、法人或者其他组织可以主动向政府申请获取所需要的政府信息，违反条例规定将受到相应的处罚。

政府信息公开条例的颁布和实施，成为我国进入透明政府建设新时代的一个重要标志，它意味着我国奉行多年的“不公开是常态，公开为特例”的信息传播体制已经向“公开是常态，不公开为特例”发生根本性转变，意味着信息对于我国人民的生产生活和社会的政治经济文化的影响越来越直接、越来越广泛、越来越具有决定性的意义，意味着新闻传播工作者肩上的担子越来越重，责任越来越大，地位和作用越来越突出，意味着在我国新闻功能的发挥将得到质的提升。

在现代社会中，新闻已经成为社会进步的核心动力。新闻功能之多，无法一言以蔽之。比如：它有告知的功能，能为公众提供世界变动的信息；有议事的功能，能组织公众参与讨论，并向他们提供各种成熟的意见；有沟通功能，能为不同社会群体提供交流的平台，通过讨论来解决人们面临的问题；有启发民智的功能，能培养公民思考的习惯和自治的能力；有集中民智的功能，能集

思广益，提升管理者的思想水平和管理效率；有预警功能，能在社会发生动荡之前发出预报，避免在突发事件发生后手忙脚乱；有宣泄功能，社会运行过程中积累的破坏性能量可以通过新闻得到合理宣泄，保证社会平稳运行；有抑制腐败的功能，能通过及时的、全程的、阳光的跟踪监督，使社会腐败得到有效遏制；还有心理安抚功能、地位授予功能、陪伴消闲功能等等。它真是上天赐予人间的一个恩物，只是许多功能还有待于我们开发，“革命尚未成功，同志仍需努力”。

新闻事业的诞生和发展，是人类社会进步和商品经济发展到一定阶段的结果，也是人类社会走向成熟、分工日益部门化和精细化的产物。在人类进步的历程中，随着传播行为的出现和发展，一批眼光敏锐、思想活跃、具有信息意识的社会成员从社会其他生产门类分离出来，专门从事新闻信息的采集、编辑和传播工作，从根本上改变了人类认识世界的方法，大大拓展了人类认识世界的领域，改变了他们对待世界的态度，给人们的生产、生活和学习带来巨大变化。而在这一信息生产的链条中，编辑作为重要的一环，起着举足轻重的作用。

从宏观上看，人类从事信息编辑工作已经有了几千年的历史，而中国的编辑工作自古以来就一直走在世界前列。可惜的是，由于封建统治长期而严密的管制，我们这个被称作文明古国的中华民族，近代却在信息传播领域远远落在世界的后面了。在西方，由于个人主义传统历史悠久，一些学人的作品多由个人完成，比如索福克勒斯、欧里庇得斯、埃斯库罗斯的古典悲剧，柏拉图、亚里士多德的哲学著作乃至后来文艺复兴时期诸多大师的作品都是由他们个人直接完成的，编辑工作显得微不足道。但中国有着集体主义的古老传统，许多作品都是“前赴后继”、“承前启后”或者“集体创作”而成，编辑的作用则被大大地提升，甚至起着核心与枢纽的作用。比如我们熟悉的《春秋左氏传》、《战国策》、《诗经》和《论语》等，无不经过学者们千辛万苦的精心编辑，无不凝聚了远古学人的涓涓心血，无不是他们智慧和汗水的宝贵结晶。不过，由于当时人们对信息价值的认识肤浅和片面，因此这些作品的史料价值远远高于其新闻价值，那些从事文字编辑工作的学人还不能称之为新闻编辑。直到文艺复兴以后，新闻事业的繁荣大大促进了编辑业务的发展，也大大促进了编辑理论的研究，各种探讨编辑工作的著述先后涌现，形成了不少重要的成果。这些成果主要表现在四个方面：一是对于编辑理论的阐述，二是对于编辑历史的梳理，三是对于编辑业务的探究，四是对于编辑研究方法的归纳。这些成果对于规范编辑业务、提高编辑水平、促进信息的广泛传播、推动传播事业的健康

发展发挥了重要的作用。而在所有编辑业务中，新闻编辑无疑是最核心、最重要、最经常、最复杂、最值得关注的一个领域。

传统的新闻编辑学著作，主要以报纸为研究对象，阐述报纸编辑工作的业务特点、基本规律、各种理论、方法技巧，“既要从报纸编辑工作的整体出发，进行综合性的研究，又要对报纸编辑工作的各种手段进行个别的研究，这两者构成了报纸编辑学研究的具体内容”^①。之所以过去新闻编辑学主要以报纸为研究对象，除了把报纸当做“第一媒体”的传统观念起着支配作用外，还与广播电视新闻的作用尚未充分凸显出来、其新闻的编辑方式和播出方式还处于探索阶段和无序状态、新闻专业的大学毕业生完全由国家包分配等因素有着直接的关系。随着广播电视事业的快速发展和互联网的异军突起，电视媒体和互联网已经成为人们获取信息的主要渠道，对人们生活影响日益扩大，因此一些关于广播、电视和互联网的新闻编辑学著作也陆续问世，对于满足广播电视和互联网新闻编辑的需要发挥了一定的作用。

但是，无论是传统的报纸编辑学著作，还是后来出版的广播新闻编辑学、电视新闻编辑学、网络新闻编辑学著作，都只是就其中某一种媒体的编辑理论和编辑业务进行探讨，很少对与之密不可分的异质媒体的新闻编辑理论和编辑业务作出横向比较，进行阐述和分析。这样，学习报纸新闻编辑的，不知道广播、电视新闻编辑的规律和技巧；学习广播、电视新闻编辑的，又不了解报纸新闻编辑工作的要求和程序，在各自领域内实际上是处于一种相对封闭、“不知有汉，无论魏晋”的状态，难以借鉴和采用异质媒体创造的对于自身确有价值的新闻编辑思想和业务技巧。这样做，在计划经济时代，它的缺陷难以显现；但是到了媒体市场化的时候，媒介的竞争日趋激烈，一种媒体如果对其他媒体的运行规律一无所知，想在竞争激烈、变化无常的信息市场中做大做强，几乎是不可能的。特别是作为新媒体代表的互联网，几乎集所有传统媒体优势于一身，又具有将天下信息一网打尽的潜在可能，对传统媒体提出巨大的冲击和挑战。无论是报纸、广播和电视，都面临着重新定位、提高质量、发挥优势和参与市场角逐的新要求。为了应对这种客观形势的需要，各种媒体在深刻了解自身规律之外，必然会对相关媒体的优势与劣势、长处和短处、可以发展的领域和应该避开的领域进行探讨，以决定其竞争策略，打造立于不败之地的核心竞争力，因此研究异质媒体的新闻编辑规律就不可避免。不仅如此，由于大

^① 郑兴东等著《报纸编辑学》（修订本），北京：中国人民大学出版社1988年版，第3页。

学生就业方式的根本性变化，他们既可以按自己的兴趣和爱好来选择职业，也必须接受市场的严格挑选和考核。想在媒体就业的大学毕业生，他们就有可能要接受印刷媒体和电子媒体的反复测试，而对于新闻编辑能力的考核无疑是一个重要的内容。这样，他们也需要具有应对不同性质媒体考察的理论和知识准备。这样看来，本书的写作就有了非常重要的社会基础和市场需要了。

总的说来，新闻编辑学既是一门应用性很强的学科，又是一门需要具备良好的政治素养和丰富人文社科知识基础甚至一定的生活阅历才能学好的学科。研究新闻编辑学既要具备丰富的实际工作经验，又要有上升成为理论层面、学术层面的理性思考和逻辑证明能力，要能够对新闻编辑的实践工作进行理论性的概括和学术化的表述，使新闻编辑的实践和理论有机统一；又因为它是一门涉及社会各个方面、各个层面的学科，就免不了还要借助诸如哲学、政治学、社会学、历史学、心理学、语言学、美学等多门科学研究成果来丰富它和指导它，这样才能站在社会的和历史的高度来看待和评价新闻编辑工作，不至于把新闻编辑工作仅仅当成一种学问、一种方法、一种能力，或者是一种单纯的技巧来看待。

本教材集报纸新闻编辑、广播新闻编辑、电视新闻编辑和网络新闻编辑的理论和实务于一身，在对新闻编辑的基本理论和规律进行总体阐述之后，对各种媒介的新闻编辑业务和编辑技巧作了全面、深入的探讨与阐述，希望通过对各种性质媒体的新闻编辑规律进行深入细致的探讨和比较，总结出最优传播思想和传播规律，指导新闻编辑改革的理论研究和业务实践，使新闻信息的价值得以最大化，以造福于人类。

著者

2009年12月30日

目 录

第一编 基本理论

第一章 新闻编辑是一门学问·····	2
第一节 新闻编辑工作很重要·····	2
一、新闻编辑工作的重要性·····	2
二、新闻编辑学的任务·····	3
三、开拓探索新闻编辑规律的新视野·····	4
第二节 新闻编辑的基本任务·····	5
一、选定值得发布的信息·····	5
二、组合准备发布的信息·····	6
三、配置即将发布的信息·····	7
四、优化已经选配的信息·····	7
第三节 新闻编辑的从业资格·····	8
一、素质资格·····	8
二、职业资格·····	9
三、资历资格·····	9
四、任务资格·····	9
第二章 新闻信息、新闻评价与新闻发现·····	11
第一节 新闻信息的基本特征·····	11
一、新闻必须是完全真实的·····	12
二、新闻必须是有时效性的·····	21
三、新闻是记者主观选择的结果·····	22
第二节 新闻传播的社会功能·····	23
一、文化转型时期媒介社会功能的演变·····	23
二、大众传播的功能·····	29

第三节 新闻传播与现代文明	33
一、传播主流价值观	33
二、维护市场经济有效运行	34
三、形成巨大的社会规范力量	35
四、优化人们的生活方式	35
第四节 新闻编辑与新闻评价	36
一、没有评价便没有新闻	36
二、新闻评价贯穿于新闻传播的全过程	37
三、新闻评价是人类精神交往的重要形式	38
第五节 新闻编辑与新闻发现	39
一、新闻发现是一种创造性思维	39
二、新闻发现过程的思维特点	40
第三章 新闻信息的表现手段	43
第一节 新闻表现手法的历史发展	43
一、客观性报道原则的确立	43
二、倒金字塔结构的形成	46
三、新闻导语的产生	47
四、解释性报道的出现	49
五、调查性新闻报道的风行	51
六、精确新闻报道的出现	53
第二节 我国报纸常用的新闻文体	54
一、消息	54
二、通讯	63
三、深度报道	66
四、新闻评论	69
第三节 常用广播新闻体裁	71
一、广播消息	71
二、广播新闻专稿	72
三、广播通讯	75
四、广播评论	76
第四节 常用电视新闻文体	78
一、电视消息	78

二、电视新闻专题片	79
三、电视新闻杂志	79
四、电视新闻评论	79

第二编 报纸编辑工作

第四章 新闻作品的选定	82
第一节 选定新闻作品的意义	82
一、是全部编辑工作的基础	82
二、是编辑思想倾向的体现	83
三、是对新闻价值的主观评价	83
四、是实施舆论引导的保证	84
第二节 选定新闻作品的依据	84
一、报道宗旨	84
二、报道计划	85
三、选题计划	85
四、领导指示	85
第三节 选定信息的标准	86
一、国际新闻传播中的“把关”标准	86
二、新闻价值学说	87
三、政治标准和新闻标准的统一	88
第五章 新闻作品的修改	90
第一节 修改的基本任务	90
一、订正事实	90
二、纠正观点	91
三、理清结构	91
四、修饰语言	91
五、制作标题	92
第二节 常用修改方法	92
一、文章结构的调整	92
二、新闻导语的修改	95
三、新闻背景的修改	100
四、新闻主体的修改	108

五、新闻结尾的修改·····	124
第六章 新闻标题·····	125
第一节 新闻与新闻标题·····	125
一、新闻标题的作用·····	125
二、新闻标题的类别·····	126
第二节 新闻标题的制作方法·····	135
一、客观题：叙述的方法·····	135
二、主观题：议论抒情的方法·····	136
三、艺术题：修辞的方法·····	137
第七章 新闻的组合与搭配·····	141
第一节 报道内容的组合与搭配·····	141
一、综合型配置及其内涵·····	141
二、综合型配置的基本要求·····	143
第二节 报道形式上的组合与配置·····	146
一、同一型配置·····	146
二、对比型配置·····	148
三、扩展型配置·····	149
四、解释型配置·····	151
第八章 版面与版面设计·····	154
第一节 报纸版面的功能·····	154
一、表明编辑态度·····	154
二、吸引读者关注·····	155
三、启发人们思考·····	155
第二节 编排设计的原则·····	156
一、相符的原则·····	156
二、重点的原则·····	157
三、有序的原则·····	157
四、易受的原则·····	158
第三节 版面区位与强势·····	158
一、报纸版面空间的作用与利用·····	158

二、基本栏与变栏·····	161
三、版面构成元素·····	163
四、版面编排的方式·····	168
五、版面设计·····	171
六、画版样·····	175
七、编排符号及其运用·····	176
八、看大样与初校·····	177
九、媒体定位与报道策划·····	177
十、排版工具·····	178

第三编 广播新闻编辑工作

第九章 广播新闻编辑工作的基本要求·····	180
第一节 广播新闻编辑工作的业务特征·····	180
一、信息总汇的媒介特征·····	180
二、运作高效的工作特征·····	181
三、以听为中心的服务性特征·····	181
四、人际交流的互动性特征·····	182
五、节目创新的创造性特征·····	183
六、言论导听的启示性特征·····	183
第二节 栏目化的广播新闻节目·····	184
一、广播新闻节目的特征·····	184
二、广播新闻栏目设置的依据·····	187
三、栏目设置的基本原则·····	188
第十章 广播新闻编辑的工作任务·····	190
第一节 广播新闻编辑的工作任务·····	190
一、把握宣传方向，制定报道方针，组织广播报道·····	190
二、策划与设置广播新闻节目和栏目·····	191
三、选择、修改与编写稿件、配发广播言论·····	191
四、编排和录制节目·····	192
五、导播和节目阐述·····	192
六、做好听众工作，健全通讯网络·····	193
第二节 新闻提要的写作与直播节目的组织·····	193

一、编写新闻提要·····	193
二、直播节目的组织与编辑·····	199
三、直播节目编辑工作的运作方式·····	195
第十一章 广播新闻节目编辑·····	198
第一节 广播新闻及其编辑思想·····	198
一、广播新闻·····	198
二、广播新闻节目的编辑思想·····	199
第二节 广播新闻节目和栏目的编排要求·····	201
一、内容要求·····	201
二、广播新闻节目的编排要求·····	202
三、新闻排列次序·····	203
第十二章 广播新闻节目的优化·····	206
第一节 优化广播新闻节目的目标·····	206
一、优化广播新闻节目的总体目标·····	206
二、优化广播新闻节目的主要途径·····	206
三、优化广播新闻节目要防止形式主义·····	207
第二节 广播时间与节目表·····	208
一、广播节目时间表的重要性·····	208
二、广播节目表的结构特点·····	209
三、讲究广播节目表的编排艺术·····	213
第三节 综合利用各种表现手段·····	213
一、压缩长度,增加条数·····	213
二、注重音响效果的运用·····	213
三、做好节目和栏目的市场宣传工作·····	214

第四编 电视新闻编辑工作

第十三章 电视新闻与电视新闻节目编辑·····	216
第一节 电视新闻编辑的重大意义·····	216
一、电视新闻与电视新闻编辑的概念·····	216
二、电视新闻节目编辑的前提·····	217
第二节 电视节目编辑的设备及工作流程·····	222

一、各种新闻图像编辑方式及其比较·····	222
二、特技支持与编辑·····	226
第三节 电视节目播出的历史发展·····	227
一、简单直播·····	227
二、录像播出·····	227
三、新闻直播室直播·····	228
四、卫星直播·····	228
五、数字化制播·····	228
六、多媒体数字网络新闻制播系统·····	229
七、虚拟演播室系统·····	229
八、网络电视·····	230
第十四章 电视新闻节目的编辑工作·····	233
第一节 电视新闻编辑的技术和符号·····	233
一、电视媒介的技术·····	233
二、电视编辑的符号形态·····	236
第二节 电视新闻编辑的职责·····	237
一、编辑制作的基本目标·····	237
二、节目采制编人员的职责分工·····	238
三、编辑的工作任务·····	239
第十五章 电视新闻编辑的思维要求·····	242
第一节 电视新闻编辑的思维方式及其运用·····	242
一、电视新闻编辑的思维特点·····	242
二、电视新闻编辑思维方式的运用·····	243
第二节 电视新闻节目中的画面元素·····	245
一、电视画面及其外部特征·····	245
二、画面内容的倾向性·····	246
三、镜头画面的语义·····	247
四、景别的划分及其功用·····	248
五、“运动的镜头”形式及其功用·····	253
第三节 电视新闻中的声音元素·····	259
一、解说声·····	260

二、同期声·····	261
三、音乐效果声·····	263
第四节 多元视听要素·····	263
一、字幕·····	263
二、图表与动画·····	264
三、特技效果·····	264
第十六章 电视新闻编辑实务·····	266
第一节 设置栏目和策划节目·····	266
一、电视栏目界定·····	266
二、电视新闻的栏目设置·····	266
三、电视新闻节目的策划·····	267
第二节 寻找和选择有价值的新闻·····	268
一、依据新闻价值来选择新闻信息·····	268
二、信息选择要体现电视传播的特征·····	269
第三节 画面编辑与声音编辑·····	270
一、蒙太奇手法的运用·····	270
二、画面镜头的选择·····	272
三、画面的组接·····	274
四、声音的编辑·····	274
五、声音与画面的同构·····	275
六、典型细节的运用·····	276
七、节目节奏的控制·····	276
八、新闻背景资料的选择·····	277
第四节 电视新闻节目的编排·····	278
一、电视节目编排的基本要求·····	278
二、电视节目编排的内容·····	279
三、几种常用的节目编排结构·····	280
第五节 探索电视新闻表现的新路径·····	281
一、电视新闻的叙述视角·····	281
二、着力做好播音与主持的包装·····	288

第五编 网络新闻编辑

第十七章 网络新闻编辑·····	292
第一节 网络改变世界·····	292
一、功能强大的互联网·····	292
二、网络传播的特殊魅力·····	293
三、传播公共信息是网络恒久不变的主题·····	295
四、网民获取信息的主要方式·····	295
第二节 网络编辑的特点·····	296
一、新闻网站的编辑与传统传媒不同·····	296
二、网络传播新闻和信息的方式·····	297
第三节 网络新闻的编辑·····	298
一、建立广泛的媒体同盟,尽可能将各类信息“一网打尽”·····	298
二、精心制作首页·····	298
三、制作浏览页面·····	299
四、重视独家新闻的采集与发布·····	299
五、始终保持与网民的互动·····	299
参考文献·····	301
后记·····	303

第一编

基本理论