

小型报纸实用编辑学

林永仁 杨尚聘 熊庆文 编著

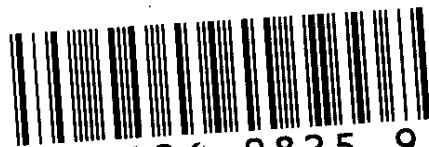


92
94
9213
95

小型报纸实用编辑学

林永仁 杨尚聘 熊庆文 编著

XAJ25/15



3 0106 0825 9



中华出版社

107868

京新登字110号

小型报纸实用编辑学
林永仁 杨尚聘 熊庆文 编著

新华出版社出版发行
新华书店经销
文字六〇三厂印刷

787×1092毫米 32开本 6.375印张 122,000字
1992年7月第一版 1992年7月湖北第一次印刷
ISBN 7-5011-1573-7/G·561 定价:3.50元

前 言

我们三个人，从20岁挂零开始，于不同时期走进同一家地市级党报工作，年长的干了近40年，较年轻的也干了十六七年。其中，林永仁为前宜昌日报社长、高级编辑；杨尚聘为现宜昌日报社长兼总编；熊庆文为现宜昌日报副总编。我们为办好一张地方党报尽心尽力，尝到了苦辣酸甜。特别是我们有幸共同经历了改革开放这个被称为“新闻改革春天”的“黄金时代”，我们也是这股新闻改革潮流中的一滴浪花，拥抱着大潮奔腾向前，既欢唱着改革的胜利歌，也沐浴着改革的风和雨。总起来说，我们经受住了改革的考验，也有着一些遗憾和教训。我们编这本书，就是想把编辑工作的经验和教训，尤其是10年改革的经验加以总结，从感性认识上升到理性认识，把实践上升为理论，为报纸编辑学的文库中增加一个小册子。

10年极为丰富的新闻改革，10年极为深刻的经验教训，都呼唤着理论的依托和指导。编辑求助于理论为向导的心情是十分迫切的。要深化报纸编辑学的理论的研究，是一项带全局性的宏大工程，我们自知力所不及。我们只是愿尽一分绵薄之力。当然，我们在实践方面也有一点优势，扬长避短，

我们在编辑此书中有几点基本的考虑：

一、在报纸编辑学的原理、原则方面，力求有一个新的思路，从一个新的角度切入。故我们从报纸编辑学的定义开始，对已有的结论作了一番审视，把多年实践的经验加以提炼，提出了报纸编辑工作“是一项精神生产活动”的定义。从这个定义出发，切入编辑精神世界的思维活动过程，对编辑的主体意识进行了研究，在继承前人理论的基础上，在坚持物质是第一性的，事实是新闻本源的基础上，作出了在同样新闻原稿的条件下编出报纸的优劣，决定于编辑主体意识的结论。这对充分发挥编辑人员的主观能动性，减少和避免主观随意性是会有作用的。可惜的是，我们对编辑主体意识开掘得比较浅，只能算是开了一个头。

二、在编辑业务的可操作性方面，我们从实践需要出发，专门列了一个操作篇，对凡可操作的方方面面，力求都讲到，都搞得具体些、实用些。其中，关于《电讯编辑》、《头条编排》、《新闻图片编排》这三章，是原来有关系的编辑学著作未曾列入篇章的。当然这也是10年新闻改革的产物——10年新闻改革实践的总结。因此，在可操作性方面，这本书比较全面，具体、实用一些。

三、我们的研究思路是“从实践到理论”，力图把当原则的原则一些，当具体的具体一些，对编辑工作的实践更富于指导性和可操作性。所以，这本书在体例上也有自己的特点。从编辑工作的主客体以及主客体综合实施于编辑业务来建立体例划分篇章。把全书分为《意识篇》、《常识篇》、《操作篇》、

(外加《资料篇》)，并用十七章对编辑工作的主客体双方以及综合实施分别加以论述。我们感到这是一种大胆的探索，肩上压力不小。

我们在编写过程中，得益于郑兴东、沈史明、陈仁凤、包慧等同志编著的《报纸编辑学》，得益于胡颖同志新闻摄影系列讲座，得益于艾国云同志的《报纸编辑学入门》，并引用了这些著作中的某些论断，我们在此向这些老师表示感谢。

由于我们的水平有限，接触的资料也有限，书中缺点错误在所难免。我们希望并欢迎各位专家、学者、老师、同仁和读者多作批评指正。

编 者

目 录

前言	1
意识篇	1
第一章 报纸编辑工作是一项精神生产活动	3
第二章 主体意识	8
第三章 导向意识	11
第四章 求真意识	17
第五章 可读意识	28
常识篇	33
第六章 版面和版面编辑	35
第七章 版面方针	42
操作篇	49
第八章 选稿	51
第九章 改稿	64
第十章 制作标题	75
第十一章 专栏	86
第十二章 电讯编辑	96
第十三章 头条编排	102

第十四章	新闻图片编排	112
第十五章	版面设计	119
第十六章	激光照排	139
第十七章	版面校对	145
资料篇	155
一	校对符号	157
二	激光照排字体、字号变化	163
三	标点符号用法	169
四	常用法定计量单位名称与符号对照表	179
五	关于出版物上数字用法的试行规定	184
六	公元甲子互检表	188
七	编辑日历	189

意 识 篇

10

11

12

第一章 报纸编辑工作是一项精神生产活动

一、新形势对编辑学的新呼唤

我们要谈报纸编辑学,当然离不开“报纸编辑学研究的对象”、“报纸编辑工作的特性和任务”、“报纸编辑工作的重要职责”、“报纸编辑人员的修养”等基本问题。对这些基本问题,研究编辑学和报纸编辑学的前辈、先行者早已作了明确的回答:

——“探讨报纸编辑工作的规律和方法,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。”

——“编辑工作的特定任务是什么?就是如何把来稿中蕴藏着的能量充分地发挥出来,把好的内容、运用好的形式、组成好的版面奉献给读者。”“报纸编辑工作的特性归纳起来有四个方面:编辑工作是报纸完成宣传任务的最后一关;是把新闻素材变成新闻成品的‘再创作’;是报纸发言的重要环节;是

编辑部内外劳动成果的‘集大成’”。

（《报纸编辑学》，郑兴东、沈文明、

陈仁凤、包慧编著）

——报纸编辑工作是“光荣而重要的战斗岗位”、“是一项与现实联系的十分紧密的政治工作，是一项与人民联系的十分紧密的群众工作”，“是政治家和革命家的职业”，“一项难度大又非常辛苦的工作”。

（《报纸编辑学入门》，艾国云）

关于编辑人员的修养，一些编辑学比较一致的要求是：较高的理论、政策水平；熟练的编辑业务能力；严谨的工作作风；甘当无名英雄，等等。

先行者的这些论断无疑都是正确的，但改革开放十一年来，各种四开小报雨后春笋般地发展起来，成千上万的编辑加入这个行列，五光十色的社会生活给编辑工作提出了许多新课题。在丰富多彩、变化多端的社会生活面前，已有的编辑学有些难以避免地显得力不从心。它的不适应处主要表现在：

——对编辑工作只是直观地从选稿、看稿、编排、见报的过程作了条理性的概括和要求，没有揭示出编辑工作的本质特性；

——对编辑的职责，只是从党和政府对它的要求上作了论断，没有深入到编辑主体活动过程之中进行研究；

——对编辑工作的劳动性质是什么，有的引用文学用语，提到它是一种“再创造”，没有展开研究回答它是在怎样进行

一种“再创造”。总的讲,过去的编辑学从客体对编辑主体要求方面论证得多;而对编辑主体自身活动的规律性,尚没有进入深入的研究。

它对实践指导上的不足也是明显的。在众多的四开小报新涌进的编辑人员中,不少人把编辑工作当成一个被动的改稿匠,主观能动性发挥得很不够。在同样的新闻稿件面前,由于编辑的主观能动性作用不同,他们所编出的新闻,其质量和效应便大相径庭。

与此相反,有的编辑又往往把自己的主观意念、主观想象、主观需要强加于客体(稿件)身上。在四开小报上,对原稿扭歪角度、改错事实、滥加评论的现象,是比较普遍、比较经常的,只是没有引起学术界的了解和重视罢了!它严重影响了党报的可信性。报纸在群众中可信程度的下降,和编辑主体活动的非科学性是大有关联的。

二、编辑工作的自身规律—— 一项精神生产活动

从唯物论的反映论来看,作为意识形态的新闻,它是由主客体双方结合组成的。它从物质、存在、实践而来,经过编辑主体的选择、评价、加工而后传播,这个过程不但是—种主观对客观的反映与被反映的关系,而且是思想对实际的一种作用与反作用的关系。通俗地说,编辑的头脑就是一个“加工厂”。由此看来,报纸编辑工作的定义应该是:报纸编辑工作是运用思想、政策、知识、生活积累、语言符号对新闻稿件(包括

群众来稿、文件、报表、资料、图片) 进行再创造的一项精神生产活动。

第一,把编辑工作作为一项精神生产活动揭示出来,是符合马克思主义关于生产劳动基本要求的。既然是生产,必有生产主体,主体就是编辑的头脑;既然是生产,必有生产工具,工具就是语言符号;既然是生产,必有生产对象,对象就是稿件;既然是生产,还要有生产成品,成品就是报纸。

第二,认定编辑工作是一项精神生产活动,科学地揭示了编辑主体活动的内在规律。按照毛泽东同志关于“物质变精神、精神变物质”的认识论原理来观察,编辑工作是在两次飞跃中不断升华的一种艰苦的思维活动。在第一次飞跃中,他要吃透上情和下情,沟通上下“两头”,找出党和群众联结的交叉点,作出一定时期内的编辑方针和报道计划,迈出引导舆论的第一步——向群众约稿;在第二次飞跃中,他要以自己的主体意识、认识水平、业务能力作用于客观,挑选、评价、加工稿件;同时还在最后一道工序中用“版面语言”这个无声的发言手段对稿件的地位、态势作出强化或弱化的安排处理,用撰写言论的方法对稿件进行褒贬,以达到预期目的。

第三,仅就编辑改稿活动来分析,它也是一种复杂的思维活动,大体可分三个梯级的递进过程。

——首先要读懂原稿:它写的是什麼内容(反映的是一种什麼现实社会现象),能不能加工成某一种新闻文体;它能够说明什麼问题,产生什麼样的舆论导向作用?

——其次是对原稿的新闻价值、宣传价值、社会(效应)价

值进行估量,作出评判,决定取舍;

——第三是按照政治标准和新闻文体的规范进行加工改写,制作标题,有的要加以编前编后的评点。

贯穿在改稿过程中的三级跳,是编辑主体的一种精神生产活动。在同样的原稿面前,编辑出来的稿件水平,取决于编辑主体的思想道德、知识水平、社会经验、业务能力的水平。

我们提出编辑工作是一种精神生产活动,是力图揭示编辑工作的内在规律性,以期强化编辑人员的政治思想、道德修养、知识业务水平等方面的主体意识,克服“消极被动”、“就稿改稿”的习惯偏见,充分调动编辑人员的主观能动作用。这种作用的发挥,必须以尊重客观实际、尊重来稿为前提,坚持辩证唯物主义的反映论,绝不可与精神主体决定论混为一谈。

第二章 主体意识

我们既然承认并判定编辑工作是一项精神生产活动，那么对从事这项精神生产活动的编辑头脑、编辑的思维活动，必须进行一番探索。从哲学的范畴讲，意识是人的头脑对于客观物质世界的反映，是感觉、思维等各种心理过程的总和。因此，我们特提出“编辑主体意识”这一词语来作表述。

一、编辑主体意识——潜在水底之龙

历史唯物主义认为，社会存在决定社会意识，社会意识不仅反映社会存在，而且反作用于社会存在。在一定条件下，精神的反作用可以是十分巨大的。在编辑工作中，起主导作用的是编辑的主观意识，编辑在选择、加工稿件中，总是受一定的思想观念所支配，不管你意识到了没有。也可以这样打比方，在编辑脑海里，潜藏着一条支配编辑思想行为的“龙”。

我们还知道，不同主体意识对同一客观事物的反映和评价各不一样。比如对“水中有鱼”这一现象，打鱼人想的是怎么捕捞、变卖，支配他的是一种功利意识。虔诚的佛教徒则劝人放生，支配他的是一种宗教意识。文学家更不同，他要从鱼

儿的游弋中去体味人生，支配他的是一种审美意识。而编辑呢？他想到的是这是一种什么社会现象，有没有传播价值，传播后对社会利害如何？他想的就更复杂一些。更何况，编辑的工作对象不是“水中之鱼”，而是稿件。任何一个编辑部，经常总有稿件选得好不好，改得对不对的争论，究其实质，是编辑的不同主体意识的争论。

研究编辑的主体意识，就是想把编辑脑海里的潜在之“龙”请出水面来，看它是一种什么龙，去孽龙而存蛟龙。

二、编辑主体意识择要

编辑是新闻工作的一个重要组成部分，编辑的主体意识不可避免地 and 新闻的主体意识有所重叠。从编辑工作规律来看，编辑的主体意识，择要来讲，有以下几条：

一、导向意识。这是新闻工作的党性原则在编辑工作中的具体体现。编辑缺少了这种意识，就很难把握住正确的舆论导向。

二、求真意识。真实是新闻的生命。编辑在筛选、验证、剔补事实中，如果缺少了求真意识，就会造成失实，降低报纸的可信性。

三、可读意识。我们的报纸是办给读者看的。宣传要看对象，稿件要可读、可感、可亲。编辑缺少了这种意识，摆起一副架子教训人，内容枯燥无味，文字晦涩难懂，报纸就会脱离群众。

四、求精意识。编辑工作一定要精益求精，一不要出错，