



Modern News Editing

裴永刚 罗小萍 主编



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

西南政法大学新闻传播学系列教程 总主编 李珮

现代新闻编辑教程

Modern News Editing

主 编：裴永刚 罗小萍

副 主 编：任正安

参编人员：卢金婷 杜方伟 许文君

林美琴 郑亚琴 王 旭



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

现代新闻编辑教程 / 裴永刚、罗小萍主编. —北京: 法律出版社, 2014. 7

ISBN 978 - 7 - 5118 - 6686 - 8

I. ①现… II. ①裴…②罗… III. ①新闻编辑—高等学校—教材 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 178443 号

现代新闻编辑教程

主 编: 裴永刚 罗小萍

策划编辑: 王旭坤

责任编辑: 张 磊

装帧设计: 乔智炜

责任印制: 沙 磊

内文制作: 凌点工作室

出 版 法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号 (100073)

<http://www.lawpress.com.cn/>

编辑统筹 法律职业教育出版分社

经 销 新华书店等.

总 发 行 中国法律图书有限公司 <http://www.chinalawbook.com/>

第一法律书店 (010 - 63939781/9782) 西安 (029 - 85388843)

重庆 (023 - 65382816/2908)

上海 (021 - 62071010/1636)

北京 (010 - 62534456)

深圳 (0755 - 83072995)

销售专线 010 - 63939806/9830

数据支持 法律门 <http://www.falvmen.com.cn/>

开 本 720 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 21.5

字 数 394 千

版 本 2015 年 1 月第 1 版

印 次 2015 年 1 月第 1 次印刷

印 刷 三河市龙大印装有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5118 - 6686 - 8

定 价 46.00 元

所有权利保留。未经许可, 不得以任何方式使用。

如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换。



西南政法大学新闻传播学系列教程

编委会

主 任：李希光 欧阳宏生

编 委：李希光 欧阳宏生 赵中颀 李 珮 罗小萍

李 韧 蒙晓阳 郭晓科 贺 艳 王 炬

陈笑春 裴永刚 蔡 斐

主 编：李 珮

副主编：李 韧 罗小萍

总 序

进入 21 世纪,中国新闻传播教育迎来了前所未有的大发展、大变化、大改革,西南政法大学全球新闻与传播学院积极融入到这一改革、实践与竞争之中,努力打造符合时代发展的、富有特色的新闻传播教育。

西南政法大学全球新闻与传播学院筹建于 1994 年,原名为西南政法大学新闻传播学院,1995 年开始面向全国招生,在全国法科大学中,最早设立新闻学本科专业招收本科生,近 20 年来,形成了“媒介·法律·社会”三者融合并重的办学特色。2010 年 1 月,西南政法大学新闻传播学院更名为“全球新闻与传播学院”,同时提出鲜明的办学指导思想与发展定位:以全球新闻视角打造国内一流新闻传播学科。这是为适应中国国力提升之后全球新闻传播对专业人才的需求,充分整合国际国内资源,在法制新闻人才培养模式基础上拓展建立国际化办学模式,培养具有全球视野的新闻传播人才的一次大胆创新。

学院成立这 20 年,是中国新闻传播事业经历世纪之交的 20 年,也是中国新闻传播学教育迅速发展的 20 年。21 世纪的中国,全球化和互联网带来了新闻传播事业日新月异的发展变化,新闻传播教育正迎接这一变化带来的巨大挑战,首先,新闻传播教材需要与时俱进,更新和调整,以培养能适应未来发展的优秀新闻传播人才。

基于此,学院跟踪现代新闻传播理论和实践的最新进展,策划了本套丛书,其中包括本科生教材 10 本,研究生教材 3 本。这套丛书,作为具有针对性、实用性、指导性和启发性的教材,集中体现了西南政法大学新闻传播学的传承与创新。

这套丛书的特点之一是注重基础性理论的梳理和新领域的探索,力求做到理论有创新,观点有突破,论证有力量,避免与传统新闻传播学教材简单的

重复。

特点之二是结合当下新闻传播的实际需要和发展趋势,强调新闻教育的实务特色,力求开放性、操作性与实践性,努力为学生提供能够与实务部门相衔接的课程内容设计。

特点之三是经典理论与跨学科研究相得益彰。既有新闻采写、电视采编、国际新闻、文献导读等经典研究的新探索,也有网络舆论、媒体评论、政治传播、文化产业等跨学科的新成果。

这套丛书,分别代表了我院教师,尤其是青年教师在新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究等四个研究方向的探索和思考,取得的阶段性成果,也是我院新生代学术实力的一次整体亮相。我们真诚地期待读者对西南政法大学新闻传播学系列丛书提出宝贵的意见和建议。

是为序。

李 珮

二〇一五年一月毓秀园

前言

众所周知,伴随新媒体的飞速发展,从传播技术与内容到传媒行业生态的快速变迁使融合媒介传播成为新闻传播领域深受关注的话题。“融合”(convergence)自世纪之交以来已然成为对包括新闻编辑在内的传统新闻传播业务形成巨大冲击的词汇。

“媒介融合”作为信息时代信息传输通道多元化下的新作业模式,把报刊、电视、广播等传统媒体,与PC、手机及其他智能移动终端等新兴媒体传播通道结合起来,资源共享,跨媒体整合,衍生出不同形式的信息产品,通过不同的平台传播给受众。虽然迄今这种新传播模式依然难言成熟,仍处于不断探索的过程中,也面临很多问题,但其已经展现的强大市场影响力和快速发展已经让传统媒体倍感压力。杰·尼尔森在《传统媒体的终结》里预言:“未来五到十年间,大多数现行媒体样式将寿终正寝。它们将被以综合为特征的网络媒体所取代。”也许这种说法有些过于激进,对于新媒体与传统媒体的未来前景的认知迄今仍有不同认知,但这种新型整合作业模式显然已经逐渐成为国际传媒业的新潮流。

在此之前,从历史上编辑活动产生到现代新闻出版业出现之前的几千年时间里,编辑工作主要集中于书籍的编撰、注疏、校讎、刻印等。实际上,编辑史和学术文化史一样源远流长。如考古发现所呈现的,中国早在商代有文字记录传世以来已经有人从事编辑工作,在古苏美尔和古埃及,有记录可查的编辑活动产生时间还要早两千年左右。但编辑活动真正意义上成为一门具有独立性、专业性的社会职业,还是在近代印刷业、工商业出现以后,文化传播活动快速发展,在书籍之外出现了报纸、期刊等新的传播媒介,专职编辑人员大量涌现,相关的编辑活动作为新闻学、出版学等的研究课题也开始受到重视。前中国编辑学会副会长阙道隆先生在《编辑学理论纲要》中回顾了中国当代编辑学的发展历程,从20世纪八十年代我国学者把编辑学作为一门独立学科进行研究,依传播媒介的不同,形成了书籍编辑、期刊编辑、报纸编辑、广播编辑和影视编辑等分支学科。在世纪之交,随着新媒体的发展,进一步产生网络编辑、融合媒体编辑等新兴研究分支。同时也有探讨不同传播媒介编辑活动共性的普通编辑学。

具体到本书的内容设计,作为在传统报纸编辑教材基础上的革新,考虑到当前及今后媒介实践的发展趋势,一方面在教学体系里需要融入跨媒体融合新闻编辑

的业务实践,另一方面考虑到本书篇幅和广播影视编辑、网络编辑在教学体系中的相对独立性,在本教材里对与后二者产生重叠的领域不作过多涉及。主要框架是在融合媒介产品制作理念下围绕跨媒体新闻编辑的基本流程和相关具体环节展开,其中平面媒体编辑依然作为基础,至于跨媒体新闻编辑中会涉及的影视、网络编辑等更详细的内容可参考相关教程。关于这一点请读者诸君予以谅解。

当前关于跨媒体新闻编辑的教材编撰与教学模式的探索如同融合媒体业务实践一样都还处于发展过程中,本书的编写也是结合我们的教学实践所做的一次改革的尝试,限于自身经验和视野的不足,其中存在不成熟与不当之处在所难免,恳请大家予以批评指正。

目 录

第一章 融合媒介产品与跨媒体新闻编辑	(1)
知识要点	(1)
内容摘要	(1)
第一节 新闻编辑领域的媒介形态变迁	(3)
一、报刊的出现促成新闻编辑的确立	(4)
二、广电的出现引发新闻编辑的发展	(8)
三、网络的兴起促使新闻编辑的变革	(12)
第二节 融合媒介产品的形态	(16)
一、媒体本身产生的融合产品	(18)
二、媒体与其他产业整合产生的融合产品	(21)
三、媒体与用户互动产生的融合产品	(24)
第三节 跨媒体新闻编辑的职业角色与素养	(29)
一、新闻编辑的多重角色	(29)
二、新闻编辑的职业素养	(32)
思考与练习	(35)
第二章 融合媒介编辑部	(36)
知识要点	(36)
内容摘要	(36)
第一节 融合媒介编辑部的特点	(36)
一、融合媒介编辑部概述	(36)
二、融合媒介编辑部的特点	(40)
第二节 融合媒介编辑部的编辑分工	(43)
一、文本编辑	(44)
二、新闻制播人	(45)
三、新闻流编辑	(46)
四、技术编辑	(46)
五、整合编辑	(48)

第三节 融合媒介编辑部的编辑流程	(51)
一、编辑策划	(52)
二、编辑组稿	(53)
三、信息发掘	(53)
四、编辑稿件	(54)
五、整合稿件	(55)
六、审定新闻产品	(55)
七、输出媒介产品	(56)
思考与练习	(57)
第三章 媒体新闻产品设计	(58)
知识要点	(58)
内容摘要	(58)
第一节 新闻产品设计的依据	(58)
一、媒介受众	(58)
二、媒介管理	(59)
三、媒介广告客户	(59)
四、媒介竞争者	(60)
五、媒介技术	(60)
六、媒介自身	(60)
第二节 新闻产品设计的内容	(61)
一、制定编辑方针	(61)
二、拟定产品设计方案	(68)
三、设计思路与操作要领	(69)
思考与练习	(80)
第四章 新闻报道策划	(81)
知识要点	(81)
内容摘要	(81)
第一节 新闻报道策划的界定	(81)
第二节 新闻报道策划的原则	(83)
一、真实性原则	(83)
二、创造性原则	(84)
三、计划性原则	(88)
四、灵活性原则	(89)

第三节 新闻报道策划的类型	(89)
第四节 新闻报道策划的流程	(91)
一、策划预备阶段	(91)
二、方案设计阶段	(92)
三、方案实施阶段	(97)
四、方案修正阶段	(99)
思考与练习	(101)
 第五章 新闻稿件选择	(102)
知识要点	(102)
内容摘要	(102)
第一节 新闻稿件选择的意义	(102)
一、落实新闻媒体的编辑方针	(103)
二、实现报道宗旨的基本保障	(103)
三、满足社会公众的信息需求	(104)
第二节 新闻稿件选择的基本标准	(104)
一、新闻价值	(104)
二、社会效果	(111)
三、媒介适用	(114)
四、受众需求	(118)
第三节 新闻稿件选择的注意事项	(119)
一、审慎、及时地处理每一篇稿件	(119)
二、注意新闻信息的精确选择	(119)
三、充分发挥稿件用途,最大程度开发利用新闻信息资源	(120)
四、注意“更正”的处理	(121)
思考与练习	(122)
 第六章 新闻价值发掘	(123)
知识要点	(123)
内容摘要	(123)
第一节 新闻价值发掘的原则	(125)
一、新闻信息资源发掘最大化的原则	(125)
二、拓展新闻受众的原则	(126)
三、新闻内容原创的原则	(129)
第二节 聚焦已报道的新闻	(133)

4 现代新闻编辑教程

一、关注热点话题	(133)
二、注重深度报道	(134)
三、整合普通新闻	(135)
第三节 新闻价值发掘的途径	(135)
一、从网民发布和反馈的信息中发现新闻价值	(135)
二、从报纸、广播、电视、其他网媒等介质信息中寻找新闻	(136)
三、从新闻排行榜中发掘新闻	(136)
第四节 新闻价值发掘的几个注意点	(137)
一、时间节点	(137)
二、题材选择	(137)
三、角度选择	(137)
思考与练习	(137)
 第七章 新闻稿件修改	(139)
知识要点	(139)
内容摘要	(139)
第一节 新闻观点的修正	(139)
一、识别不当观点	(140)
二、消除错误观点	(141)
三、防止新闻审判	(142)
四、防止新闻泄密	(143)
第二节 新闻改稿的具体方法	(144)
一、压缩	(144)
二、增补	(151)
三、校正	(152)
四、分篇	(157)
五、改写	(158)
六、综合	(160)
第三节 新闻改稿的方式与程序	(160)
一、新闻改稿的方式	(160)
二、新闻改稿的程序	(161)
思考与练习	(162)
 第八章 新闻标题	(165)
知识要点	(165)

内容摘要	(165)
第一节 新闻标题的功能	(165)
一、揭示新闻内容	(166)
二、引发读者兴趣	(166)
三、评价新闻内容	(167)
四、美化活跃版面	(168)
五、凸显报纸风格	(169)
第二节 新闻标题的基本结构	(169)
一、单一型结构标题	(169)
二、复合型结构标题	(170)
第三节 新闻标题的主要类型	(174)
一、消息标题与通讯标题	(174)
二、提要题	(175)
三、插题	(175)
四、新闻评论标题	(175)
五、实题与虚题	(176)
六、标题新闻	(177)
第四节 新闻标题的制作程序与原则	(177)
一、读稿	(177)
二、择词	(178)
三、制题	(178)
四、修整	(179)
第五节 新闻标题的制作基本技巧	(180)
一、题文一致	(180)
二、突出精华	(181)
三、准确鲜明	(182)
四、言简意明	(184)
五、生动活泼	(185)
思考与练习	(189)
 第九章 多媒介形态中的图片编辑	 (190)
知识要点	(190)
内容摘要	(190)
第一节 多媒介形态中新闻图片的作用与类型	(190)
一、新闻图片的作用	(190)

6 现代新闻编辑教程

二、新闻图片的类型	(193)
第二节 多媒介形态中新闻图片的选择与编辑	(195)
一、新闻图片的选择	(195)
二、新闻图片的编辑	(198)
三、新闻图片文字说明应遵循的原则	(200)
四、新闻图片标题制作应遵循的原则	(201)
五、新闻图片在网络中的应用	(202)
六、制约网络图片新闻报道发展的“瓶颈”	(204)
七、未来新闻图片编辑的发展趋势	(205)
思考与练习	(210)
第十章 新闻配置	(211)
知识要点	(211)
内容摘要	(211)
第一节 新闻配置的意义	(211)
一、消除单篇稿件的局限性,全方位反应报道客体	(211)
二、发挥1+1>2的组合效应,提高传播效率	(212)
三、凸显版的个性,方便受众接受和理解信息	(212)
第二节 新闻配置的组合	(213)
一、同题组合	(213)
二、专栏组合	(215)
三、集纳组合	(218)
四、专页组合	(220)
第三节 新闻配置的延伸	(221)
一、配评论	(222)
二、配资料	(225)
三、配图片	(226)
四、配音频、视频	(231)
第四节 跨媒体新闻的配置	(233)
一、内涵式配置	(233)
二、外延式配置	(234)
思考与练习	(236)
第十一章 版面设计	(237)
知识要点	(237)

内容摘要	(237)
第一节 版面常识和功能	(237)
一、版面常识	(237)
二、版面功能	(243)
第二节 版面语言的表现形式	(245)
一、版面空间	(245)
二、版面编排元素	(253)
三、版面的布局结构	(263)
第三节 版面设计的程序	(269)
一、确立编排思想	(269)
二、计算稿件篇幅	(271)
三、设计头条	(272)
四、设计图片和专栏	(273)
五、画版样	(274)
六、版面的技术处理	(276)
七、看大样	(280)
第四节 版面设计——安排稿件	(281)
一、表现稿件的主次关系	(281)
二、表现稿件的情感色彩	(282)
三、表现稿件之间的联系	(284)
四、讲求稿件安排的层次	(285)
第五节 版面设计——选择版式	(287)
一、集中式、重点式和综合式	(287)
二、规则对称式、非规则对称式和齐列式	(290)
三、垂直式和水平式	(293)
四、现代版式探讨	(295)
第六节 版面设计——美化版面	(302)
一、版面美化的变化	(302)
二、版面美化的统一	(304)
三、版面设计中容易出现的弊病	(307)
第七节 版面设计的原则	(309)
一、个性化原则	(309)
二、简约化原则	(310)
三、功能化原则	(310)
四、重点性原则	(310)

五、有序性原则	(310)
第八节 版面风格的演进	(311)
一、早期的版面设计风格	(311)
二、维多利亚时期的版式风格	(312)
三、莫里斯风格的版式设计	(312)
四、新艺术运动的版式设计	(312)
五、受现代艺术运动影响的版式风格	(312)
六、现代主义风格的版式设计	(313)
七、现代主义之后的版式风格	(314)
八、未来版式设计发展的趋势	(314)
第九节 新闻页面的设计	(314)
一、单个新闻页面的设计	(316)
二、新闻页面的层次	(318)
思考与练习	(319)
附 录	(321)
出版物上数字用法的规定	(321)
校对符号及其用法	(321)
信息网络传播权保护条例	(321)
互联网新闻信息服务管理规定	(321)
第二十三届中国新闻奖获奖作品名单	(321)
后 记	(322)