


新闻传播学译丛

现代媒体 编辑技巧

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 黛安·L·博登 著

*Creative Editing for
Print Media*

Second Edition

李磊 陈阳 冼汉瑞 译

Dorothy A. Bowles

Diane L. Borden

新华出版社

h.6.6.63

新闻传播学译丛



526393

现代媒体编辑技巧

(第二版)

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 黛安·L·博登 著

李 鑫 陈 阳 冼汉瑞 译

DAC 6/12/



新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代媒体编辑技巧 / (美) 鲍尔斯, (美) 博登著; 李鑫等译. -
北京: 新华出版社, 1999.1

(新闻传播学译丛)

ISBN 7-5011-4348-X

I. 现… II. ①鲍…②博…③李… III. 新闻工作: 编辑工作
IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 02005 号

G213

BES

Creative Editing for Print Media (2nd ed.)
by Dorothy A. Bowles, Diane L. Borden
© 1997 by Wadsworth Publishing Company
A Division of International Thomson Publishing Inc.

ALL RIGHTS PRESERVED

Chinese translation copyright © 1999 by
Xinhua Publishing House

本书中文版专有权属新华出版社

未经许可, 不得以任何形式影印、复制、转载和出版, 违者必究

现代媒体编辑技巧 (第二版)

[美] 多萝西·A·鲍尔斯 著
黛安·L·博登
李鑫 陈阳 洗汉瑞 译

*

新华出版社出版发行
(北京宣武门西大街 57 号 邮编: 100803)
新华书店经销
新华出版社激光照排中心照排
新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 8.5 印张 162 千字
1999 年 1 月第一版 1999 年 1 月北京第一次印刷
ISBN 7-5011-4348-X/G·1607 定价: 18.00 元

目 录

译者序	(1)
原著序	(5)
第一章 编辑的地位和作用	(9)
第一节 现代化的媒体需要现代化的编辑	(11)
第二节 录入编辑在编辑部里的作用	(13)
第三节 优秀编辑的素质	(16)
第四节 快节奏的编辑部	(19)
第五节 编辑工作的程序	(21)
第二章 新闻报道的编辑	(26)
第一节 新闻导语编辑	(27)
第二节 新闻信息要素	(30)
第三节 新闻报道的结构	(35)
第四节 修改新闻报道长度	(46)
第三章 新闻标题的制作	(50)
第一节 新闻标题的任务	(50)

第二节 好标题的特征	(52)
第三节 怎样制作标题	(54)
第四节 标题长度测算	(66)
第五节 标题的位置	(70)
第六节 标题类型与风格	(71)
第四章 新闻事实的核查	(80)
第一节 印刷参考资料	(82)
第二节 电子数据库	(86)
第五章 新闻图片的编辑	(93)
第一节 编辑与摄影记者的关系	(94)
第二节 怎样挑选照片	(97)
第三节 准备见报照片	(99)
第四节 编辑信息性图表	(107)
第五节 编写图片说明	(112)
第六章 版面设计与画版	(118)
第一节 版面设计原理	(118)
第二节 版面设计要素	(123)
第三节 版式设计 with 画版	(129)
第七章 编辑通讯社来稿	(142)
第一节 大通讯社简介	(143)
第二节 专业通讯社简介	(148)

第三节 编辑通讯社来稿	(153)
第四节 日报的在线编辑	(182)
第八章 新闻与法律关系	(189)
第一节 事先限制	(190)
第二节 个人利益的冲突	(191)
第三节 诽谤问题	(193)
第四节 隐私权问题	(206)
第五节 版权问题	(210)
第六节 商标权问题	(213)
第七节 避免诉讼的技巧	(215)
第九章 编辑与道德规范	(226)
第一节 怎样决定道德规范问题	(230)
第二节 什么是道德规范	(233)
第三节 有关道德规则	(240)
第四节 带着好品味和敏感去编辑	(249)
第五节 特定情景的道德要求	(253)
第六节 如何面对批评	(256)
第七节 21 世纪的新闻道德观	(257)

译者序

现代社会是信息大爆炸和网络大交汇的时代。对于思维无边而行为有限的现代人来说，要想使自己的思想和行为跟上瞬息万变而一日千里的时代潮流，就必须借助于信息融汇与交流的传播媒体，从传统的印刷物，到现代化光纤传导的信息高速路。很难想象，倘若没有现代传媒的正常运作，一旦失去新鲜信息滋润和正常通信联络的人们，将会陷入怎样荒诞和尴尬的境地！

人们对于现代传媒的依赖和重视，反过来又促进了现代传媒的发展与竞争。报刊如林，通讯社、出版社星罗棋布，无线电波和光纤网络纵横交错，是现代传媒气象万千的风景。

现代媒体越来越先进的不可阻拦的传播技能，接受主体越来越强烈的自我选择意识，使广大受众的自我选择权利和选择范围越来越宽广。因而，任何形式的新闻封锁或新闻垄断，都越来越难以为继。无论哪一家媒体，抑或哪一种媒体，都不可能依靠世袭的权势在传播范林中永远独占花魁，而只能依靠不断地改革创新以增强自身的魅力来

赢得受众的青睐

世纪之交，我国南方和首都数家报业集团的先后崛起，标志着我国新闻媒体对自身发展规律的新的觉悟，及其决心以新闻本色自立于现代社会的新的态势。随着我国体制改革的进一步深化，新闻媒体依靠政府给养的脐带终将扯断，新闻媒体这种新的觉悟和新的态势愈是鲜明，新闻传媒之间的竞争愈是激烈。因此，如何增强自身的魅力，以期赢得更多受众的喜爱，将是每一家媒体的老总和采编人员越来越为关注的工作视点。

如何增强新闻媒体自身的魅力呢？从大的方面来说，无非两个：一是用人，即从管理体制上深化改革，理顺关系，充分调动每一个采编人员的积极性，做到人尽其才，物尽其用；二是用技，即在采编业务上不断创新求精，努力向受众奉献出色香味俱佳的精神快餐。这就要求我们按照江泽民同志所指示的那样，要认真打好“六个根底”，切实发扬“六大作风”，熟练把握和运用采编技巧。

美国田纳西大学多萝西·A·鲍尔斯教授和乔治·梅森大学黛安·L·博登教授合著的《现代媒体编辑技巧》一书，介绍了美国现代新闻媒体的运作机制，特别是对当今激烈的报业竞争下的新闻编辑技巧，诸如素材的录入与剪辑、标题制作、版面设计、图片处理，以及在这一环紧扣一环的过程中如何关注受众心理和新闻伦理观念，避免新闻侵权的发生及其困扰等问题，作了广泛的探讨和分析。

作者把现代新闻媒体的编辑人员分为三种：一是录入编辑（又译拷贝编辑），主要负责从网络上收集本报记者

发回的报道以及其它途径传输过来的信息，将其中有新闻价值的信息拷贝下来，并按照报刊的体例进行剪裁和编辑，为专栏编辑提供基本可用的稿件；二是专栏编辑，主要负责从录入编辑收编出来的稿件中选取适合专栏或专版需要的文章，编成专栏或专版；三是组版编辑（又译排印编辑），主要负责审阅专栏编辑编成的专栏或专版，对错误和疏漏之处进行修改和补充，最后组合版面，交付印刷出版。作者认为，编辑是现代媒体至关重要的“守门人”，是媒体形象和声誉的塑造者和维护者。因此，努力提高编辑的采编技能技巧，加强编辑的新闻职业道德观念和法律知识，是提高新闻服务质量和媒体竞争能力的关键。

他山之石可以攻玉。该书写的虽然是美国传媒的运作情况，但它所探讨的现代媒体发展与竞争的共同规律，以及现代媒体的编辑技巧等问题，对于正在以全新的姿态参与报业竞争的我国新闻工作者，也是颇有启发和参考价值的。

本书原著名《印刷媒体的创造性编辑》，共13章。译作考虑到其中第二、三章写的是原著所用语种英语的标点、语法、修辞问题，与我国媒体采编人员和读者所用语种汉语没有太大的参照意义，第十一、十三章写的是打印技术和媒体的公关联络问题，与我国媒体现时的编辑业务关系也不大，故未作翻译；各章后面附录的练习题以及其它引文、图表，估计也不会引起在校学生之外的读者太大的兴趣，故亦未作翻译。译作翻译了原著的第一、四、

五、六、七、八、九、十、十二章等9章；又考虑到汉语的阅读习惯和我国媒体的实际运作情况，对其中的某些段落作了相应的调整和删节，对目录作了重新排序（依次改排为第一、四、二、八、九、三、七、五、六章）；并将书名作了相应的改动，意在引起读者对编辑技巧问题的关注。

本书由我和中国人民大学新闻学院研究生陈阳、中国政法大学本科生冼汉瑞合译，中国政法大学研究生郝维华和法制日报国际部编辑肖淑乔帮助校阅了部分译稿。我们的合作很愉快。在这里，我要特别感谢旅美好友刘嘉波，他在一边工作一边攻读博士的忙碌之中，欣然接受新华出版社的委托，与原著版权所有人协商翻译出版事宜，几经努力，最后达成协议，使译作得以顺利出版；感谢新华出版社的黄春峰同志对本书的翻译出版工作的大力支持。在翻译过程中我们参阅了有关参考书和电子软件。在此，一并向上述有关人士表示衷心的感谢！

李 鑫

1998年11月11日于北京

原 著 序

网络通讯技术的出现，加快了当今读者的生活节奏，并以其它媒体无可比拟的信息量和娱乐方式，吸引了人们的极大兴趣，加剧了与传统的以印刷为媒体的新闻报刊的竞争。这对于以印刷为媒体的新闻报刊的老总们，无疑带来了新的挑战 and 机遇，尤其是那些掌握着现代通讯手段并以之影响社会舆论的编辑们。

编辑是以印刷为媒体的新闻报刊的心脏，为新闻报刊的正常运转提供新鲜的血液。他们好比为公众提供新闻和娱乐的“守门人”，其作用比以往任何时期都更为重要。公众和新闻媒体的老总们肯定和赞赏优秀编辑的作用，为编辑工作提出了新的要求，也提供了更好的前景。在许多新闻机构中，编辑比那些具有相当资历的记者或作者取得更高的薪水。

通过阅读本书，那些具有个性的、文字功夫过硬的记者，将很易找到像编辑这样带刺激性的高报酬的职业。此外，想要成为报纸管理人才的记者，可以从书中学到传统的编辑技能，如正确使用语法、标点、词汇、协调一致的

文风，搞好事实核查、标题制作、图片处理、打印，以及版面设计和排版等。

本书另一个显著的特点在于广泛地收集习题，使学生可以测试他们每章所学到的东西，练习编辑技巧，而这些练习在一张光盘中就可以获得指导。

本书第二版还增加了一些新的章节，介绍怎样使用网络进行编辑和校对，还有怎样编撰媒体与受众联系的小册子、传单和信札等材料。在原有的一些章节中，充实了如何正确使用语法、标点、协调一致的文风、词汇以及新闻的编辑的内容。每一章后面，附有大量的编辑练习题。本书从伦理上探讨了有关联机的现象，并附录了有关版权法的新信息和新规定。此外，本书还对打印、排版现代化作了探讨。

本书共十三章，结构紧密，逻辑性强。第一章论述了编辑在印刷媒体中的作用和重要性，及其在当代社会中的职业机遇。第二、三、四、五章，重点论述编辑技巧，如何正确使用语法、标点、词汇，以及编辑准确和协调一致的文风的重要性，还包括怎样使用印刷参考材料和电子数据库，以及其它编辑程序。第六章论述了怎样认真对待与编辑业务有关的法律关系，包括诽谤、侵权、盗版等有关法律法规，以及如何避免侵权和诉讼的方式方法。第七章论述了编辑的职业道德，包括联机道德，并探讨了与编辑道德伦理相关的内在因素；本章还提供了遍布全国的报纸的编辑行为准则事例，以及怎样带着好品味与敏感去编辑。第八章论述了标题制作的艺术，论述了好标题的特征。

和作用、标题制作规则、标题设置的位置和标题类型。第九章论述了新闻材料的剪裁与编辑，爆炸性新闻报道的出现及分析。第十章论述了视窗新闻作业，集中探讨了图片处理与制图方法。第十一章讨论了打印业务，特别是打印尺寸、宽度、作用和种类。第十二章概述了打印排版和设计，版面设计的原理和要素，排版格式和纸张布局，并介绍了电脑页码设计和激光处理图片的先进技术。第十三章介绍了媒体的公关发展业务，包括如何编撰广告、传单、小册子和新闻信札等公关体裁，作为一个职业手段供学生选修。附录中提供了一个常用错词汇总表。

在本书中，我们坚持使用这种一种文风，以避免性别歧视、种族歧视、对老年人歧视、互不信任和其它与歧视相关的语言。

我们向弗吉尼亚大学教员丽贝卡·布罗丽表示由衷的感谢，她以自己曾经做了多年公关工作的经验为全书章节作了编辑，并负责编写了第十三章。我们还要感谢为本书提供素材和建议的国内外专业记者，尤其感谢沙伦·比波、彼得·巴蒂亚、约翰·布鲁尔、科尔·坎贝尔、丁·福特·赫福曼、米歇尔·迈得雷、维基·波特和洛蒂·托吉尔·鲍尔。

我们还要感谢德尔玛尔出版协会精湛的编辑工作，尤其是南希·契科伯格和杰克·埃斯特拉德两人的愉快合作，沃兹沃思出版社因为他们优秀的教科书印刷业而闻名。我们还特别感谢托德·阿姆斯特朗为大量的信息作了编辑，刘易斯·戴西蒙作为策划编辑，哈尔·汉姆福雷作为出版协

作人，也做了大量的工作。

此外，我们还要感谢对本书两版手稿审稿人以及给我们许多有益建议的人们，他们之中有印第安纳州立大学的约翰·戴维·班尼特，密西西比大学的弗洛拉·A·卡尔德威尔，北卡罗林纳中心大学的托马斯·伊文斯，圣·波拿文彻大学的玛丽·A·汉密尔顿，加得福尼亚州立大学的里克·D·布伦、弗莱顿。我们相信，本书第二次出版印刷因为有你们的关照而更好。

多萝西·A·鲍尔斯

黛安·L·博登

第一章 编辑的地位和作用

截稿日期不等待灵感。

——查尔斯·M·舒尔茨

当世纪的脚步莅临 2038 年，我们的生活将展现一片崭新的情景。

早晨，当你从伴随着美妙的立体声音乐的新时代的钟声中醒来，顿时就闻到了你预先设定的咖啡壶煮好的咖啡的清香，你的电脑用悦耳的信号声告诉你，早报已送来了，但它不是像过去那样放在门口的信箱里，而是通过你的有着美好界面的个人电脑传输来的。

很可能，即使仍然以白纸黑字的形式存在，21 世纪的报纸也将与我们在 20 世纪 90 年代所习惯的形式完全不同了。比如，你订了《华盛顿邮报》，你的报纸将是水平式的，14 英寸宽，8.5 英寸高，再也不是 20 世纪 90 年代那种垂直式的 13 英寸宽、21 英寸高的旧式报纸了。你

的邮件像扇状折叠的小册子，由高速打印机的优质纸带传输过来。你的报纸图文并茂，汇集报纸、杂志设计的精华，十分引人注目。

到了 2038 年，如果你订了《新美国通讯服务》，在家庭或办公室里都可以通过互联网校阅和打印你的报纸。你的这份报纸，可以根据你对新闻的爱好，选取你感兴趣的各種信息和素材，输送入你的电脑，呈现在你的面前。它是彩色的，设计一流，而且简单易懂。它还为你提供了一个私人数据库，列出你手头上的股票和股市行情，还有你的日常事务和体育运动时间表，并核对你的账户的收支账目。

如果你订了《纽约每日邮报》，显然是聪明而富有经验之举。你的报纸每周五天为你收取邮件，使用单色照片，为你的电脑提供最新的信息。21 世纪每天的新闻都是好消息：艾滋病可以治愈；星际大战变成了由清一色女子组成的一支空间探索队伍的行动；机器人极大地提高了自动生产线的效率；全民健身运动得到了普及；等等

这些有关未来 40 年的新闻传媒及其富有想象力的预言，是由美国印刷研究所的一个研究班构想和提出的，题为《2000 年构想与超越》。这并非个人异想天开的想象，毕竟 21 世纪离我们并不遥远了。正如路易斯安那州《胭脂棒》执行主编琳达·莱特富特说：

“我们打算离开舒适的地球，去开拓宇宙。”

第一节 现代化的媒体需要现代化的编辑

20 世纪 90 年代，印刷媒体的记者和编辑联机上网已很普遍了。他们从官方文件获取信息，从有关团体的讨论及闲谈中收集新闻，为读者提供包括电子邮件在内的多种形式的读物。90 年代初，有 300 多家世界范围的商业性报纸，以使用联机服务为自豪。到 1995 年，已有 500 多家杂志、简报、新闻电子报、电视台和广播电台，也如此运作了。

电信的发展刻不容缓，比较便利的网络已吸引了数以百万计的人们“自投罗网”。但是，对于记者、编辑而言，新资源的吸引力也许像洪水猛兽，使媒体市场的竞争与日俱增。在 20 世纪的最后 10 年里，新闻广播与报纸两大媒体都已出现了下降的势头。1991 年日报发行量已下降了 60.7 万份。从 1995 年《镜报中心》的民意测验可以看出，在网络新闻节目开播之前报纸的下降率是 48%，而在 1993 年却下降了 60%。在本世纪的最后 25 年里，大约有 150 多家报纸将会以折叠的形式出版，其它许多杂志与报纸也将如此。

当然，许多媒体已建立起信息输出端口，像联机新闻与信息服务那样普遍。印刷媒体的记者如果不采用新的方法，以提高读者的兴趣，将面临更为严峻的挑战。事实上，在对有关核心新闻和重大事件的采编过程中，越来越多的记者已采用联机技术来收集和分析新闻信息。