



新闻写作

实用全书

主 编 丁彦彬

科学技术文献出版社

新闻写作实用全书

主编 丁彦彬

(第三卷)

科学技术文献出版社

第一章 新闻编辑概述

第一节 新闻编辑的基本知识

一、编辑和编辑学

对任何一门学科的研究，首先要对其基本的概念进行界定，然后才能确定它的研究对象、范围和研究方法，新闻编辑学也不例外。“编辑”这个词有多重相关而不同的意义。其中，最基本的含义至少有三种：一是表示从事编辑工作的专业人员，相当于英语中的 editor。比如我们平常说的“他是《中国青年报》的著名编辑”，“他是报社的老编辑了”。二是指书报杂志出版过程中有关组稿选稿、制题、编排和审读等专业的工作，相当于英语中的 editorship，比如说：“他从事编辑工作”。三是作为动词用的，相当于英语中的 edit，指一种编辑劳动，如“他正在编辑这期报纸的副刊”。

“编辑”这个概念是发展变化的，古代与现代，其内涵与外延并不全然相同。据我们现在所掌握的资料表明，我国“编辑”一词最早见于《魏书·李琰传》，传中写到：“修撰国史……前后再居史职，无所编辑。”公元7世纪唐代史籍和诏令每见此词。据《南史·刘苞传》记载：刘苞“少好学，能属文，家有旧书，例皆残蠹，手自编辑，筐筐盈满。”这里说的“编辑”主要是指将旧书加以整理和编订，相当于编纂，即收集材料，考辨校订，删裁整理，尔后成书。

欧洲大多数语言中，“编辑”一词源于拉丁语 redigere 及其过去分词 redactus。其词意的演变过程为：带回 (bring back) → 删削或归结 (reduce to a certain state) → 整理 (arrange in order) → 编辑 (edit)。

由此我们可以看出，“编辑”本身的含义无论古今中外都有一个自身发展的脉络，但是随着编辑工作分工的不断细化，编辑内容的不断扩展，原来

的含义已经无法涵盖今天的编辑工作，为使我们的研究继续深入下去，让理论更好地指导实践，我们就必须探求更完善的“编辑”概念。近些年来，不少学者致力于编辑学的研究，对“编辑”的定义也是各抒己见，在这里我们采用浙江大学吴飞给“编辑”所下的定义：

“编辑是在大众传播这一专业活动中，为满足受众的需要，使用独特的符号系统，对他人的精神文化成果进行组织、编选、加工整理等创造性的优化处理，使其缔构成整体的、有序的出版物物化形态。”

之所以采用这个定义，是因为它较为科学地界定了编辑活动的各个方面。首先，编辑活动始终在大众传播过程中进行，而无法游离其外，这只要看一看编辑活动的最终成果——精神成果的物化形态（如书籍、报纸、杂志、电视广播节目）就可以明白了。其次，编辑活动是一种专业性、创造性的社会传播活动，它不仅仅是“给他人作嫁衣”而已，无论是在选题、修改、制作标题上，还是版面设计上，无不体现了编辑工作者独具匠心的创造力，这同时也说明编辑者的劳动具有隐性性。第三，从事编辑工作要掌握一套独特的符号系统进行操作，最终的目的是使作者的稿件在内容和形式上都达到最满意的效果，使其缔构成为整体的、有序的、供社会交流传播之用的文化成果，最后最大程度地满足和便利受者。

明确了编辑的定义，我们知道，编辑工作正是由选题、组稿、审稿、加工整理、编排和装帧设计等几个单元组成的互有联系和统一的复杂过程，而每一单元又有相对的独立性。应当说，编辑工作是一项系统工程，又是一个科学体系，它有明确的思想、科学的方法、内在的联系和活动的规律。编辑学作为一门学科，它的体系和结构目前尚处在逐步完整、逐步体系化、理论化的阶段。一般说来，通常称为编辑业务的部分是最基本的基础，从中初步概括出编辑工作的一般原理、原则和方法，以及各道编辑工序的外部联系等，它们属于实践性理论的范围。进一步的理论层次，就是包括阐述编辑劳动及其特征和基本规律在内的编辑理论，也包括编辑史内容中那些带有若干理论性认识的部分，它反映编辑理论的发展脉络。上述几部分之间呈现出互相联系和交叉，由此构成了编辑学科的体系。编辑学是一门既有理论探讨，也有实践能力的培养，而以致用为主要目的的应用学科。没有编辑业务的基础，不从编辑业务的实践中进行理论概括，而关门进行抽象的、经院式的研究，那么，编辑理论难免成为虚无缥缈的空中楼阁；反之，停留在编辑业务

的实践基础，不进行抽象的理论思维，也就难于构筑起完整的体系，难于更好地指导实践。我们的任务就是要努力解决好应用与理论之间的关系，认真探索编辑工作的规律。完全没有理论基础的应用之学，或者完全与应用无关的理论之学，都是与编辑学的研究目的相违背的。

编辑学有着很宽的研究领域，诸如图书编辑学、杂志编辑学、报纸编辑学以及广播电视编辑学等等，根据不同的出版部门，其编辑工作情况肯定不同，但在实际操作中，它们之间又存在某些共性。新闻编辑学是探讨新闻编辑工作产生、发展的过程，研究新闻编辑工作的规律和方法、技巧的应用学科。在我国，新闻编辑学的研究有较长的历史，从徐宝璜、任白涛等在他们撰写的中国第一批新闻学论著中专门论及编辑业务，迄今已有 70 多年的历史。20 世纪 80 年代是我国新闻学研究的大发展时期，在这一阶段，新闻编辑学理论趋于成熟和系统化。眼下，伴随着第四媒体的崛起，新闻竞争日趋激烈，新闻理念的变革正在悄悄延伸，更加前卫的新闻理念已经萌生，如果我们固守着以往的采编理论与方式，势必会感到力不从心。所以，我们必须对前人的研究成果进行整理和学习，在此基础上，从更高的层面、更广的领域去研究新现象、解决新问题，从而观照包括新闻编辑学在内的整个新闻学。

二、新闻编辑工作的特性及其作用

在新闻传播过程中，采和编共存于一个体系，有着共同的宗旨和目标即传播新闻服务受众，不同的是采访可以由记者独立承担，而编辑工作则要由集体来完成，从总编辑的策划、决策，部主任制定报道计划，到最终设计版面，环环相扣、全体协作。有时编辑的指挥是否得当、参谋是否正确，直接影响记者采访的成败和水平的发挥。从编辑工作在新闻传播系统中所处的位置和担负的职责，我们可以看到，新闻编辑工作具有以下特性：

首先，在大众传播活动中，新闻编辑工作始终围绕着人类精神文化成果（最初的稿件和最终的出版物）展开，所以其本身就是一种社会文化活动。编辑工作历来都肩负着人类社会科学文化积累和知识传播的重任，明显地带有文化建设的性质，作为人类社会精神产品生产流程的一个中间环节，它以物态化生产为目的，比如在新闻传播的过程中，只有经过编辑的加工整理，那些客观公正地反映“新近发生的事实”的新闻报道才能发挥自身的价值，顺利地进入精神文化再生产以及流通传播的领域，最终成为受众方便接受的

出版物形态。

其次，在整个新闻传播过程中，编辑工作带有明显的中介性。对一个编辑来说，他既是社会精神生产与消费的中间环节，也是沟通作者和受众的中介，就一条新闻来说，编辑不仅是它的接受者和占有者，同时又是传播者。编辑通过创造性的劳动对捕捉到的新闻信息进行鉴别、指向、评价、优化，最后通过媒体实现它的传播和应用。新闻信息只有凭借编辑工作的中介作用，促其传播、交流和积累，才能把少数人了解、掌握的信息和知识变成广大社会成员共同的精神财富，让社会成员通过这些信息了解社会的发展和自身的生存环境。同时，编辑工作还沟通和协调编辑、记者、受众之间的纵横向关系，在传者与受众之间建立一种双向的引导沟通，这样可以避免信息传递的盲目性，及时了解受众的需要，想受众之所想，调节传受之间的供求关系。

再次，在新闻传播过程中，新闻编辑使用一套独特的符号系统：进行操作，使其工作具有隐匿性。编辑符号指编辑活动中人们创造并共同约定用来指称一定对象的标志物，它是作者、编辑与受众进行信息交流、表达意义的中介，诸如校改符号、文字符号、版面符号等等。应该说，编辑符号的完善是编辑活动渐趋成熟的标志，但正是编辑符号的运用，使广大编辑的工作退居幕后：一方面编辑在对新闻稿件进行加工整理时，主要是运用编辑符号对其原稿件进行修改、校对、整理，辛勤的劳动凝结在别人的作品中，完全不被人知晓。正如鲁迅说他的“生命”，“碎割在给人改稿子，看稿子，编书，校字，陪坐这些事情上”。另一方面，编辑表达意图、传递信息也是通过特定的编辑符号，而符号本身就具有隐喻性传播的一面，比如编辑运用的版面符号，可以传递情感，表达倾向，不同的稿件放在不同的位置还可以表现出其重要性的大小。这一切都是让受众自己去感受，编辑者并不直接出面，只是在幕后运用编辑符号去寻求新闻传播的意义。

以上我们从三个方面总结了新闻编辑工作的特性，正是这些特性决定了编辑活动在新闻传播中有以下作用：

（一）新闻编辑工作对新闻传播活动进行总体设计与指导。媒体对新闻的传播在空间上表现为各类稿件的集合，在时间上表现为一个连续发展的过程，这种空间上的集合和时间上的发展并不是随意的、简单的堆积，而是一种定向的形态，即按照一定的意图来选择、组织这种集合和发展的可能性，

使其尽量指向一定的目标。显然，一份高质量的报纸，一档成功的新闻节目在“出炉”前必须经过严密的统筹策划，尤其是在当前媒体竞争如此激烈的环境下，好的前期策划往往成为出奇制胜的关键，而编辑正是当此重任的关键角色。以报纸为例，从报纸创办之日编辑必须制定出明确稳定的编辑方针，这是创造报纸特色的重要保证，也直接关系到日后报纸的传播效果。对每一期、每一版、甚至每一个专栏的策划，编辑都要制订出相应的具体的编辑方针，这对于具体的采访、编辑、组版、评论等工作都是行动的指南，是进行具体操作的依据。从这个意义上说，新闻编辑的水平也就决定了媒体新闻传播的水平。

(二) 新闻编辑工作对各项采编业务进行最后的把关。新闻传播的完成要通过许多环节的衔接、许多人的劳动组合来实现，而在这整个体系和整个过程中，编辑工作是串接各个方面各项业务的一根红线，也是新闻传达至受众前的最后一个关卡。通过编辑的这一关，作者的劳动成果才能转化成受众的精神食粮。这里的把关，不仅是一种阻塞，阻塞坏的、错误的东西；而且也是一种引导，引导好的、正确的东西，所谓“浇灌佳花，剪除恶草”。编辑的把关很大程度上就体现在对稿件的取舍，编辑不能根据自己的爱好，随意滥用取舍权，而必须遵循媒体的实际情况和报道方针，体现媒体的报道风格。同时编辑工作必须从总体出发，综观全局，根据党的路线、方针和政策的精神，综合社会的客观需要，来判断和比较每个新闻的报道价值，做出最后的取舍。正因为编辑是把关的，因此，编辑在消灭报道的差错中，负有特别重要的责任。一个记者出了错误，后面还有编辑可以发现改正，而编辑的后面是受众，一旦由于疏忽出现错误，将直接影响社会，削弱媒体的威信。这里编辑就好比足球场上的守门员，其他球员的失误可能还有弥补的机会，而守门员的失误是无法挽回的。总之，编辑的把关任务是一项严肃的使命，它对新闻传播的真实性和准确性有着特别重要的意义和作用。

(三) 新闻编辑是对新闻素材的再创作。当记者对原始的新闻素材进行选择加工后就形成了新闻成品，但这时交到编辑手中并不一定完全符合新闻传播的要求，对编辑者来说也只能算半成品或原料，必须进行进一步地加工修改。由于编辑的工作是建立在他人所提供材料的基础上进行的，往往被认为是“剪刀加浆糊”式的技术性工作，其实不然。编辑本身是根据编辑方针和报道意图对新闻素材的再挖掘和再表现的过程，是富有创造性的劳动。编

辑工作的这种创造性包含被动和能动两方面，被动是指编辑在工作中是受一定限制的，编辑人员必须以新闻事实为依据，不能主观添加和杜撰，不能违背事实的本质和规律，对原稿进行加工时，不能随意改变作者的本意和原稿的风格。能动的方面则表现为编辑可以对新闻素材重新选择和组合，充分发挥作者原稿的潜能，比如去粗存精，把新闻中最精彩的内容突现出来，选择最佳的发表时机，制作点睛的标题，设计充满吸引力的版面等等。有时对个体的稿件进行组合，通过一系列稿件的综合表现形式，使受众了解事物发展的全貌，这也是编辑对于新闻素材的创造性运用。

三、新闻编辑工作的发展变化和编辑者自身素质的培养

新闻实践是新闻学研究的沃土，近些年来，新闻实践中不断出现一些新现象、新问题、新方法，我们的编辑工作必须紧跟实际的变革和发展，不断调整，进行规律性的探讨，才能切合实际工作的需要。新闻的不断改革，反映在新闻编辑中的主要有以下几点：

（一）宏观的策划在编辑业务中的地位与作用越来越显著。以报纸为例，过去一张报纸的办报方针是根据报纸的性质、读者对象和办报的目的来确定的，而且一旦确立就会保持长时间的稳定性。现阶段新闻传播业出现空前繁荣景象，不仅报纸与其他媒体之间产生了激烈的竞争，就是报业内部也是“战事”不断，这一切把报纸推向一个积极应变的新阶段。报纸一改机关报独占天下的局面，晚报、都市报、专业报不断地冲击着同一个市场，从20世纪80年代后期开始的报纸扩版热潮到90年代迅速高涨，改版、增版、办周末版，新招迭出。这一系列的发展与变革，带给编辑学领域的首先就是对办报策划的新认识。

办报策划，既包括根据报纸性质、读者对象和办报目的确定报纸的任务、方向和特色，还包括根据编辑方针设计详细、可操作的报纸出版方案，以及根据情况变化对编辑方针和报纸设计方案的调整。

策划的另一个内容是报道策划。过去在突出指导性的主导思想下，主要注重报道的计划性，现阶段，新闻传媒面对客观世界日益复杂化，受众的要求也在不断提高，不少媒体开始对报道的内容进行全方位、滚动式的策划。在新闻竞争的催化下，各家媒体热衷于寻找适合自身的“热门话题”展开报道，以昭示自己的特点与优势，对于共有的报道主题也竭力在报道方式与报道风格上与众不同，以吸引读者。新闻编辑学关于报道策划的研究有必要从

研究新闻媒体的个性特点入手,从中寻找变动的规律性,挖掘个性之中的个性。这方面典型的例子是四川成都的《经济学消息报》在1994年策划的“诺贝尔大追寻”活动。该报总编在14天内集中采访了居留美国的12位诺贝尔经济学奖获得者,通过采访捕捉到一系列重大新闻,活动本身也成为一大新闻热点,报纸的知名度迅速提高。

(二)编辑业务不断改进。这首先体现在对稿件的评价出现多样化的倾向,过去的选稿标准已经难以涵盖复杂多变的现象,所以各个媒体在选稿过程中逐步形成了不同的标准和取向。其次,新闻体裁突破传统范围,边缘文体、新的体例不断出现,编辑者除了对稿件事实的修正、思想政策问题的修改和语言文字的润色外,越来越注重对稿件个性魅力的磨砺。其三,新闻标题进入一个发展与创新的新阶段,这个阶段的特点是标题在内容的选择、安排与表述上追求轰动效应,突出个性色彩,具有一定程度的夸张和渲染,在语言结构上倾向于复杂化、古典化,较多地吸收我国古诗词中的对偶排比等修辞手法。

(三)编辑在排版上出现新的突破。20世纪80年代后期新型报纸的出现,带给报界最大的冲击波是令人耳目一新的版式,接下来的扩版潮流,将版式的革新推向了高峰。翻开今天的报纸,首先映入人们眼帘的是通栏突出的大标题,策划精心的新闻报道利用醒目、热烈的标题加以统帅,紧紧抓住人们的注意力。其次,图片的大量运用,印刷更加精美,占据的版面越来越大,越来越突出,充分给人以美的视觉感受。其三,版面的修饰开始注重色彩,留白、线条和花边也不断丰富起来,随之稿件的编排也灵活多样,出现了变幻无穷、层次丰富的视觉效果。

总之,我们要紧跟不断变化的新闻实践,发展新闻编辑的理论与实务,逐渐拓宽新闻编辑研究的思路。

无论是过去还是现在,无论新闻传播发展到什么阶段,任何一种新闻媒介都离不开新闻编辑工作,编辑的角色始终是至关重要的,正如戈公振先生所说:“报纸材料少,固不足以饫读者之望,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。”当一名好的编辑,就要不断注重自身素质的培养,随着新闻媒体日新月异的发展,对一名编辑的要求主要表现在以下几个方面:

(一)编辑要有较强的政治理论水平,主要是指编辑的政治洞察力和敏

感性。在编辑工作中，要潜心钻研党的路线、方针和政策，在政治上和思想上与党中央保持一致，及时抓住政治动向和事物转折的契机，对国内外瞬息变化的重大事件坚持独立思考，对政治形势的发展有敏锐的判断，并具有社会主义民主和法制观念。对编辑的政治理论要求还表现在阐述党中央的路线方针政策时，应该吃透两头，领会精神实质，反对机械地一切惟上、依葫芦画瓢，而应该用党的基本观点去分析各种实际问题，切忌作茧自缚，削足适履。新闻是“易碎品”，编辑工作有强烈的时间性，这就要求编辑不仅要有一般的是非判断能力，而且要有在最短时间内做出判断的能力，优柔寡断、犹豫不决是与编辑工作格格不入的。编辑的这种敏捷性，并不是天赋的“第六感觉”，它的形成同编辑不断加强自身在理论政策方面的修养是分不开的。

（二）编辑要有高尚的职业道德。前《经济日报》总编辑、高级记者艾丰曾说过：“虽然不能说有了好编辑，就一定有好记者；但只有有了好编辑，才会有好记者。”做一名好编辑，就要有甘为人梯、为人作嫁的精神。我们知道大多数的编辑将自己的心血凝结在别人的作品中，却把成功留给了他人，他们当的都是无名英雄。编辑的工作决定其对稿件有“生杀予夺”的权力，但这并不意味着编辑可以随心所欲。编辑高尚的职业道德还表现在以质取稿、严格把关的态度和百花齐放的豁达胸怀。这方面，邹韬奋是编辑的模范：“我对于选择文稿，不管是老前辈来的，还是幼后辈来的，不管是名人来的，或是‘无名英雄’来的，只须是好的，我都要竭诚欢迎，不好的我也不顾一切的不用。”现在有的编辑被“关系稿”、“交换稿”、“照顾稿”搞得焦头烂额，最终影响了媒体的利益，所以邹韬奋的职业道德还值得我们一提再提。同时编辑还要有兼容并包的精神，不能只采用那些风格和审美趣味和自己相同或相近的作品，在组稿和选稿时，要尊重、扶持不同的风格，使不同的新闻作品呈现出百花齐放的局面。

（三）编辑要精通新闻业务知识。新闻编辑人员干的是新闻工作，自然要精通本门的业务。新闻工作的四项基本业务——采、写、编、评，作为一名合格的编辑都应该精通，否则就无法组织和进行自己的工作，更谈不上得心应手了。据说张季鸾在《大公报》撰写言论时，每日晚间坐于车间外，写一段发排一段，每次必定不多不少，而且无须删改。眼下，新闻传播随着科学技术的发展，已经告别了铅与火的年代，不断向现代化迈进，绝大多数媒体都广泛运用了计算机系统。这就要求我们的编辑还要掌握现代化操作能

力。以上所说的业务知识来自实践，对于从实践中总结出来的理论知识，作为一名好的编辑也应该掌握。正如恩格斯的一句名言所说：一个民族要想站在科学的最高峰，就一刻不能没有理论思维。现在许多工作在新闻实践第一线的编辑出版了大量的理论著作，不断的理论总结，有助于他们更好地展开工作。

（四）编辑要力争掌握广博的知识。当谈到编辑的知识修养时，人们总认为编辑应该上知天文，下知地理，应该是“通才”，是“杂家”，但现实中这是很难实现的。湖南教育出版社的编辑欧阳维诚曾感叹道：“任何人的时间和精力都毕竟是有限的，要一个编辑什么都懂一些，而且能在编审书稿时真正发挥作用，事实上是难以办到的。准确一点说，世界上只有奇才，而不可能有通才，在新学科新知识的产生有如爆炸状态的今天，更是如此。”一个合格编辑的知识结构应该有两部分组成：一部分是起根基作用的知识，而另一部分知识以第一部分知识为基础，可以通过查阅工具书或向专家请教得之。具体来说，编辑应该有文、史、哲方面的基础知识，另外，对于社会学、美学、法学、心理学等基本的学科知识也应该有所了解，当然，怎么学、学什么都要从实际情况和可能出发。当前，知识的更新越来越快，编辑更应该不断学习，不断补充。

第二节 新闻编辑触的基本内容

编辑是一项操作性很强的工作，在了解了编辑学的基本理论之后，我们还应该熟悉和掌握编辑工作流程中的各个环节是怎样进行操作的。在本节的论述过程中，我们主要以报纸为例，介绍报纸在编排过程中编辑方针的制定与编辑策划的实施，编辑是如何进行组稿、选稿、改稿和配置的，以及怎样制作标题和版面设计、图片编辑等主要内容。

一、编辑方针与编辑策划

在媒体竞争日趋激烈的今天，一家报纸如果要立于不败之地，就必须有区别于其他报纸的独特的地方，所以编辑方针的制定可以说是至关重要的。何谓编辑方针，用一句话来概括就是编辑对出版物的内容和形式所做的总体设计，是编辑一家出版物所应遵循的总的准则。编辑方针一旦确立，整个编

辑工作也就有了行事的依据。

编辑方针的制定是一个复杂的系统工程，它通常取决于以下四个方面：

（一）报纸的归属与立场。这是根本性的一条，就是说这张报纸是哪一国家的，代表哪一个阶级的利益，受什么人的领导和制约等等，机关报自不待言，非机关报也同样受此牵制。如解放前，我国一家著名报纸《大公报》，标榜其编辑方针为“不党、不私、不卖、不盲”，而事实上它不可能做到客观公正，对国民党也是“小骂大帮忙”。

（二）报纸的宗旨。办报的宗旨也就是创办这份报纸的动机，让这份报纸担负什么样的职能，这是确立编辑方针的重要因素。例如《经济参考报》的宗旨——“它的任务是为我国对外开放、对内搞活经济服务，为提高经济效益、发展社会主义商品经济服务，为实现党的十二大提出的社会主义现代化经济建设的总目标服务。”

（三）报纸的读者对象。报纸为谁而办，服务于谁，决定其内容的选择和报道的风格。报纸的读者对象是影响编辑方针确立与变更的最具变动性的因素，我们可以通过举例而知：《光明日报》“它的读者对象主要是科学技术界、教育界、学术理论界、文化艺术界、医药卫生界、体育界的广大知识分子和干部”；《农民日报》“该报是国家农委领导下以广大农村干部和农民群众为主要对象的群众性、政治时事性报纸”。

（四）报纸的风格。一份报纸不论是雅俗共赏，还是以通俗为主，是阳春白雪还是下里巴人，必须有自己独特的风格，一方面从所刊载稿件的内容反映出来，另一方面从报纸的版面设计中求得。比如《人民日报》强调以权威性、指导性、理论性为主要特色，而《中国青年报》虽然也是一份机关报，但它的风格却以生动活泼见长，非常适合青年读者阅读。

我们说编辑方针只是编辑工作的主导思想和原则，即使是颇为详尽的编辑方针，也不能算是可以直接操作的“蓝图”，要将编辑方针具体化，还需要进行编辑策划。所谓编辑策划是将编辑方针具体化、实践化的系统计划和打算，即编辑根据新闻规律，对新闻报道运作的各个环节、报道什么和怎样报道所作的具体、细致的设计，它追求良谋和创意，旨在优化报道效果。

如果按新闻报道推出的时机不同，我们可以把编辑策划分为三类：一是配合式。配合特定时期党和政府的宣传需要，从形势发展、政策出台、工作部署等情况出发，媒体所做的配合式的宣传策划。比如每年一次的“两会”

报道。二是即时式。对事先无法预测的突发新闻事件、突然变化的现象等，一旦出现，便立即进行报道策划，常见的有火灾、车祸等事件的报道策划。三是前瞻式。主要是针对那些有可能发生、但尚未发生的“事实”所做的未雨绸缪的报道策划。

一个有效的编辑策划，会促使报道的顺利展开，所以编辑策划要紧扣编辑方针，响应特定时期社会的需求，同时要有系统的眼光、创新的理念、超前的意识和应变的措施。

二、组稿、选稿、改稿、配置

（一）组 稿

组稿也称约稿，是新闻出版单位专门约请特定作者撰写特定内容稿件的工作。组稿，也是报道策划付诸实施的第一步，它使规划报道的设想变为具体可用的稿件，从别为报纸的出版奠定了基础。

组稿工作是确保完成编辑任务的主要措施。每天报纸数量庞大的版面的用稿如果只靠少数记者是难以完成的，所以还要依靠编辑组稿，这就决定了编辑最首要的工作就是经常地联系一批有思想的、接近生活的、占有材料并有一定写作能力的作者。这样，编辑部的稿件来源就有了依靠，拟好的选题计划方能有如期实现的可靠保证。搞好组稿工作也是提高稿件质量的基本途径。因为通过编辑自己有目的、有计划地组织来的稿件，一般能符合选题的要求。组稿是编辑基本功的一项重要内容。

一般的组稿程序是：第一，制定具体的组稿计划。组稿计划的关键就是确定的选题是否新颖和切合时事，选题过大或过于陈旧都会影响稿件的质量，同时组稿计划要从实际出发，留有余地。第二，选好合适的组稿对象，这是完成组稿计划的根本保证，也是决定稿件质量的关键。物色组稿对象既要有眼力和魄力，又要善于对准靶子，顺藤摸瓜，这样才能组织到有分量、有影响的稿件。第三，做好组稿对象的工作，编辑和组稿对象之间有个相互协作、共同努力完成撰稿任务的关系，这中间编辑能否调动作者的积极性是个关键。有经验的编辑在向作者组稿时，总是能做到交代任务，说明背景；讲清意图而不设置框框；及时沟通，提供帮助和相应的资料。

（二）选 稿

选稿是从大量稿件中选择可供传播的稿件的过程。

编辑部每天收到的稿件可以说浩如烟海，要提高传播的质量，满足受众的需要，编辑做好选稿的工作可谓意义重大。选稿首先要体现报纸的编辑方针，任何一家报纸都因为自己特有的隶属关系，而有不同的编辑方针，这也决定它们不可能是“有闻必录”的。编辑作为传媒这一群体的代表，必然会对来稿加以取舍，使其符合报纸的编辑方针。其次是合乎媒体正常运转的需要。报纸的版面相对于报社每天收到的稿件来说永远是狭小的，报纸要把每天的新闻刊登出来，还要考虑到报道领域的广度和报道的深度，以及有限的版面，不进行选稿是难以想像的。其三是创造媒体特色的需要。不同的媒体有不同的特色和风格，编辑通过选稿，可以避免千篇一律，营造媒体独有的特色。

选稿必须有一个选择的标准问题，编辑一般会考虑三方面的因素：（1）新闻价值的大小。一般一件稿件只有具备了五方面的因素，才能算合格的新闻，才有可能被编辑选中，这五方面的因素是：时新性、重要性、接近性、显著性和趣味性。（2）具有了新闻价值的新闻还要考虑它的社会效果。新闻一经传播，就会在社会上产生一定的影响，这个影响的好坏也是选稿时的重要依据，编辑要把握时机，稿件要合理、合法，不能损害国家利益。（3）稿件要符合报纸的取向。编辑在选稿中要紧扣编辑方针，使稿件符合报纸的特色，适合读者群的需要，比如《经济日报》和《中国青年报》的取向不同，选稿的标准恐怕也相去甚远。

编辑通过选稿这个环节掌握着稿件的生杀大权，所以应该格外慎重。要择优选用，按质选稿，不以人取稿，不因人废稿；要在围绕中心的前提下，讲究多样化。报纸要突出反映党和政府的中心任务，同时拓宽报道面，体现新闻体裁、角度多样化；要正确处理共性与个性的关系，采用、统稿要同中求异，反映媒体自身特点的稿件要占较大的比重。

下面我们通过《小平您好》的编发过程了解一下选稿的重要性。《小平您好》这幅新闻照片，曾获全国好新闻特等奖、全国最佳新闻照片奖，它以其珍贵的价值和感人的力量载入我国新闻摄影史册。1984年10月1日，为庆祝中华人民共和国成立35周年，北京天安门广场上举行了规模空前的阅兵和游行，10月2日，《小平您好》作为独家的新闻照片刊登在《人民日报》上，引起了社会上巨大的反响。据当时的值班编辑回忆，当晚可供选择的照片很多，但《小平您好》记录了青年学生用特有的方式表达的对小平同志的

真挚感情，它的独特魅力和史料价值是文字和电视镜头所不能比拟的。编辑独具慧眼，把握了难得的时机。如果《人民日报》当晚没用，或是晚几天用或是由别的报刊先用，宣传效果就大不一样了。

（三）改 稿

改稿是编辑对稿件的修饰加工。通过改稿可以进一步发挥原稿的潜能，使其符合报纸编排的要求。

改稿改什么，一般来说要严把三关：

第一，严把事实关。世上任何事物都有其内在的规律，新闻报道不能违反常识或不合情理；作者在表述时不能前后矛盾；记者采写任何一条新闻稿，都需要一定的条件，如果客观环境不允许，或超越了记者的采访范围，那么新闻的真实性就值得怀疑。比如有的记者采写突发事件时，对在事件中遇难者思想活动的描述失实的可能极大。

第二，严把思想关。编辑在改稿时，严格掌握好有关的政策界限，具体问题具体分析，不能“大事化小。小事化了”，也不能任意上纲上线；对于新闻稿中有关事实的表述，要用辩证的观点加以分析，防止主观性与片面性；要追求积极的社会效果，不纯客观主义地报道消极内容；注意严格保守党和国家的机密。

第三，严把辞章关。编辑修饰文字，指的是修改稿件中句子逻辑混乱、词语搭配不当、句意含混不清等，力争通过修改做到准确、鲜明、生动、简洁。比如：计划生育是我国人口工作中的重中之重，……必须全国和地方并举。这里把“中央”和“全国”的概念搞混了。又如：……可供350个城市职工吃一年。这里的量词“个”和“名”混用，造成句子歧义。

对新闻稿件的修改不外乎是删、补、改三种最常见的方法，每一种方法的使用又是有其内在规律可循的：

1. 压缩法，就是通过对稿件的删节、删句、删字，使原稿在内容上重点更加突出，节奏更加紧凑，表达更加简练。编辑在删节时要注意，不要把重要的内容删掉，不要把有趣精彩的内容压缩成干巴巴的几条筋，删后稿件的意思要连贯，不能给人以支离破碎、上气不接下气的感觉。比如这条导语：“在自然界没有人看见过一块纯硅，但这种元素却占地壳的大部分，科学家们发现，如果没有硅，生命大概不能延续下去。世界许多硅专家昨天聚集在里士海的约翰马歇尔饭店，就他们喜爱的这个题目举行为期四天的座谈

会。”这条导语看似松散，其实生动而引人注目，并和全文联系紧密，编辑在做删节的时候一定要慎重。

2. 增补法，编辑在修改稿件时一般不对新闻事实进行补充，以免犯主观主义的错误，但对记者交代不完整或不清楚的地方，编辑在改之有据的前提下，是可以对稿件进行增补的。

增补主要有两种情况：一是对稿件的内容做一些必要的资料性的补充，比如对新闻中的人物、事件、地点的历史、背景和知识进行介绍，尤其对专业性较强的报道，要特别注意资料的增补。二是对最新报道的事实情况作一些必要的补充，让读者更好地了解它的前因后果和意义。

3. 改写法，改写是修改稿件中难度最大、操作最复杂的一种修改。改写可以局部改写，也可以全篇改写。主要有五种改写的方法：一是改变角度；二是调整结构；三是改换体裁；四是分篇；五是合并。

(四) 配 置

编辑对两篇或两篇以上的一组稿件进行局部组合的一种编辑方式，就是我们所指的稿件配置。它是继选择、修改之后编辑对新闻稿件所做的进一步加工整理工作。稿件的配置包括两个方面：一是组织，一是配置。

稿件的组织就是根据稿件之间的相互关系，将稿件组成统一的稿件群。经常采用的方法有：

1. 同题集中。就是把内容有关联的稿件放在一个标题之下集中发表，标题将它们相互关联的地方揭示出来，同时也节约了版面，使报道显得更为精炼。同题集中是以稿件间存在的相互关系为条件的，常见的关系有：——联合，即稿件虽不同，但存在着相同的一面，集中发表，目的是为了突出其中相同的一面。——连续，报道同一事件的连续发展过程的几篇稿件集中发表，可以使事件的来龙去脉显得更加清楚。——对比，把内容有矛盾性质的稿件集中在一个标题下发表，通过对比，把事物的矛盾性揭露出来，增加说服力。——参照，几篇新闻的内容相同，而消息的来源不同，在一个标题下相互参照，有利于读者全面了解新闻的内容并进行正确的判断。——相关，把几篇内容虽然不同却具有内在关系（因果关系、呼应关系、述评关系等）的稿件集中发表。

2. 组构专栏。专栏是由若干有共同性质的稿件所组成的自成格局的局部版面。专栏的优势在于可以按报道要求提炼和突出稿件的某一共同因素，

使事物或问题表现得更为深入，并引起受众的更大注意。

组构专栏可以充分发挥专栏的优势和特点，主要表现在：(1) 组构好的专栏是根据一个共同点复合稿件而成的，可以因时变化，突出观点。(2) 每篇文章短小精悍，没有长篇大论，但合起来又能说明一个比较深刻的主题。(3) 变分散为集中，造成较大的声势和力量。(4) 包含的稿件比较多，所占的版面却不一定大，是版面的一部分，但又自成格局。

不管是“问题集中”还是“组构专栏”，稿件之间必须有相同性或者互补性，否则就缺少了编排在一起的基础，只会使版面显得单调重复，缺少凝聚力。

稿件的配置，就是根据稿件内容和实际需要，增发各种新材料，对原有稿件中的内容进行论证、补充和解释。稿件的配置可以增强说服力和感染力，增加易读性。稿件配置的方式主要有：(1) 配评论。报纸上我们常见的评论有单独发表的，也有配合新闻发表的，两者有很大的区别，配评论必须以新闻报道为依托，从新闻中“借题发挥”，同时深化新闻的主题，一般情况下不长于原来的新闻稿。(2) 加按语。按语是编辑对拟发表的文章所加的简要批注和说明，有说明性的、评论性的、解释性的三种，其中以评论性的按语最为重要。评论性的按语运用灵活，往往寥寥数语就能起到匕首、投枪的作用。片言居要、褒贬鲜明是评论性按语的特色。(3) 配资料。配发资料是用过去发生的事实和现有的知识等资料，配合相关的新闻同时发表，它是扩展、延伸新闻报道的主要手段之一。纵向的延伸是指追根溯源对历史发展做必要的介绍；横向的扩展是指对新闻中涉及的背景、人物、地方以及相关的情况作补充交代。(4) 配图片。即配合新闻发表各种新闻照片和图片。它可以配合新闻事实，向受众提供渴望一见的视觉形象，进一步加强文字的感染力，同时图片可以起到美化版面的作用，以其特有的冲击力吸引读者的目光。

三、新闻标题

新闻标题是用以揭示、评价新闻内容的一段最简短文字，其字号一般大于正文，通常被用来指代整篇新闻。新闻标题的制作对一名编辑来说也是至关重要的，下面我们从新闻标题的产生、发展、作用以及分类和制作等几个方面作简单介绍。