

NEWS

現代新聞編輯學

陳萬達◎著



WALL STREET JOURNAL

What's New

Markets S

Dow Jones Indu

12000

10000

8000

6000

4000

2000

0

1980 1985 1990 1995 2000

1980 1985 1990 1995 2000

NEWS

現代新聞編輯學

陳萬達◎著



現代新聞編輯學

傳播網02

著 者／陳萬達

出 版 者／揚智文化事業股份有限公司

發 行 人／葉忠賢

執行編輯／晏華璞

美術編輯／黃威翔

登 記 證／局版北市業字第1117號

地 址／台北市新生南路三段88號5樓之6

電 話／(02)2366-0309 2366-0313

傳 真／(02)2366-0310

E - m a i l／tn605541@ms6.tisnet.net.tw

網 址／<http://www.ycrc.com.tw>

郵撥帳號／14534976

戶 名／揚智文化事業股份有限公司

印 刷／鼎易印刷事業股份有限公司

法律顧問／北辰著作權事務所 蕭雄淋律師

初版一刷／2001年12月

定 價／新台幣450元

I S B N／957-818-334-8

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換。

版權所有 翻印必究

【推薦序】

新媒體與新編輯

在新聞媒體的工作職場中，編輯經常被視為是無名英雄，他們在報面上不掛名，在廣播或電視新聞的播報過程中也從不被提及，經年累月默默耕耘，讓其他的工作夥伴——記者們發光發亮，引領風騷。

或許就是這種觀念作祟，在二十世紀初世界報業之都的紐約市，曾有一群大牌記者集資合辦了一份PM報，他們不用編輯，認為只要報導或評論寫得好，金字招牌，隨便排一排，讀者自然識貨，有沒有編輯無關宏旨。結果，試行了幾天，實在不行，趕緊禮聘編輯高手，PM報在日後反而成為紐約市編輯人數用得最多、編輯素質也最高的一份報紙，而風行一時。

事實上，編輯在媒體組織中和新聞製作流程中，扮演承先（記者）啓後（各種後製作）的角色，有如美式足球的四分衛（quarter-back），是靈魂人物。他們是記者與閱聽人之間的橋樑，一方面代表全體讀者來事先檢驗新聞品質，做好品管（quality control）的任務，是第一個讀者；另一方面，對讀者來說，他們又是最佳的「新聞推銷員」，把記者的傑作做最適切而有力的推銷。從社會事件演變為新聞事件的過程中，必經編輯的取舍與處理，其質與量都可能發生重大變化，而媒體品質的優劣高下，亦據而判斷。

所以，編輯絕非「編輯匠」，編輯流程的研究也有必要從「編輯學」的層次作學理與實務的綜合透視。一位稱職的編輯，除了要具備新聞專業涵養之外，還必須涉獵下列領域：一、邏輯學：編輯工作的根本，是如何將新聞作最符合邏輯的安排。二、心理學：探討閱聽大眾的心理，讓傳播產生感動的效果。三、社會學：社會的變遷及人與社群的關係，在在影響編輯學的原理和法則。四、修辭學：編輯工作講究以最精簡的文字表達最具體的意涵，需有修辭學的訓練。五、美學：運用美學原理來美化版面或節目內容。

以上陳述看似傳統，而我卻視之為編輯工作的基礎訓練。它能不能在新世紀、新媒體時代，與新科技結合，設計出新版面，全面提高讀者閱讀的興趣呢？答案是肯定的。爲了因應分衆媒介、電子媒體和網路新媒體的勃興，導致報紙閱讀率下降的趨勢，影響力依然強大的「美國報紙編輯人協會」成立一個「未來報業委員會」，糾集報業菁英設計更能吸引未來讀者的「樣板報」。委員會稍早提出了對策：內容上深入淺出——新聞或特稿寫作必須深入淺出、活潑易懂，符合新聞需求。版面編輯上一目瞭然——最好全部彩色，有圖有表，高度系統化，有索引、有提示，標題扼要，一目瞭然，能打動讀者心弦，讓讀者樂於閱讀，讀完還有收穫。也許，不是每個報人或編輯人都同意如此設計的「樣板報」，但這樣的「對策」，是充分運用了美學、邏輯學、修辭學、心理學和社會學的原理和法則。

我的老朋友、資深編輯陳萬達先生，在他這本《現代新聞編輯學》的新著中，也運用了這些原理、法則，融入編輯實務的探討，爲初學編輯的朋友，提供了一個一目瞭然的學習架構。尤其難得的是，本書對進入網路時代之後，報紙、雜誌、書刊、廣播

新聞、電視新聞的編輯工作究竟應有怎樣的變革，才能適應傳媒新時代廣大閱聽人迅速取得資訊和消化資訊的需求，作了深入淺出而實用的分析。

傳媒新時代也就是具有速度驚人、能量嚇人、選擇駭人等特質的資訊時代。儘管面臨新科技的衝擊，媒體的價值依然建立在它的專業品質和精神內涵，媒體依然要靠它最珍貴的資產——記者、編輯、主筆、製作人或導播努力提升專業水平，提供高品質的資訊，才能得到閱聽大眾的支持。資訊社會的資訊生產能量極大，但是，沒有經過處理的膚淺化資訊不叫知識，大量的資訊也不等於大量的知識，甚至還可能因重複資訊太多，導致資訊氾濫，造成社會大眾的資訊焦慮（information anxiety），而陷入詭譎的資訊八陣圖中。

只有知識才能塑造力量，發揮影響，促進社會的進步和文明的昌盛，在以往的時代如此，在資訊時代更是如此。如何將資訊整理淬煉成知識，編輯扮演著重要的角色，而如何扮演好這個角色，本書提供了相當完整的答案。分享好書及分享新知，乃人生樂事，特撰文推介。

中國時報社長



自序

爲什麼要編纂這本《現代新聞編輯學》？其實這個想法已在心中醞釀十年以上。我在民國七十年考進《中國時報》，開啓了我的編輯生涯，經過了這麼多年，從編輯台到行政單位，從採訪中心又回到編務崗位，至今二十年令我無法忘懷的，還是當一名編輯。

悠游在編輯的領域，實在很有意思。做新聞，就是跟自己挑戰，如何精進，如何突破，只有自己最清楚。我常被認爲，也自認是個新聞的好戰份子，因爲，只要編到了大新聞，就會興奮不已。近年來，將多年的新聞編輯實務經驗，在學校和同學們交換心得，討論到時代的快速變遷，編輯的觀念、做法也有了很大的變革，可是，在編輯學的實務部分，似乎仍有些許落差，於是，藏在心中多年的想法又油然而生。

從民國七十七年解除報禁，大小報社一時風起雲湧，接著有線電視蔚爲狂潮，到了九〇年代網際網路的席捲全球，不但把世界變小了，平面媒體、電子媒體對於新聞的編播，也有了不同於以往的做法。從實務觀點來看，新聞編輯的概念與做法，的確有重新檢討的必要，以免學生所學與職場的實際狀況脫鉤。因此，本書不僅詳述平面媒體中報紙的編輯部分，也連帶提及雜誌及書；在電子媒體的電視及廣播部分，雖在市面上另有專書，但在新聞編輯邏輯的一致性上，也提供同學參考。值得一提的是，由

於網際網路的發達，網路新聞編輯如何作業，也有詳盡的探討。總的來說，無論是廣電媒體或報紙雜誌，甚至是最新的網路媒體，「編輯」的角色在內容的產製過程中，均隨著時代求新求變，而平面媒體的編輯觀念與原理原則，又可視為是各個媒體的基礎。認識編輯的角色與實務，也可作為窺知傳播媒體新聞部或編輯部運作的參考。

能夠寫完這本書，真的是要誠心謝謝我的好朋友淑純、毅民、嘉彰，沒有他們的鼓勵、催促和幫忙，這本書可能還只是我的夢想。也要謝謝嘉慶兄、肅民兄和其他的好朋友們，在他們的專業領域中提供很多資料，使我們都能受惠。最要感謝的是我的師父——《中國時報》董事王篤學先生，對我嚴格的教誨，還有《中國時報》社長黃肇松先生對我的提攜，都讓我銘感五內。

謹以此書獻給我的母親，祝她老人家八十五歲生日快樂。

陳萬達 敬誌

目 錄

推薦序——新媒體與新編輯 / 黃肇松 i

自 序 v

★第一篇 認識媒體與編輯 1

第一章 認識編輯 3

第一節 編輯的角色與分工 4

第二節 編輯的定義 6

第三節 編輯的任務 7

第四節 編輯的工作內容概述 9

第五節 編輯的條件與特質 14

第二章 編輯在組織中的角色 25

第一節 編輯部在組織中的定位 26

第二節 編輯政策與編輯方針 33

第三節 編輯部的相關職位 36

第四節 編輯部的組織內外關係 42

★第二篇 平面篇I——報紙 47

第三章 報紙的特性與經營現況 49

第一節 網路世界中的平面媒體因應之道 50

第二節 國外報業市場經營現況 55

第三節 國內報業市場經營現況 60

第四節 報業經營面臨之挑戰 62

第四章 編前準備與稿件處理 69

第一節 稿件來源 70

第二節 新聞稿的旅行 75

第三節 新聞稿的整理 81

第四節 新聞錯誤的避免 93

第五章 基本動作與標題製作 99

第一節 編前實務規劃與流程 100

第二節 報紙的版面結構 106

第三節 標題在版面中的功能 113

第六章 版面結構與規劃 137

第一節 版面的四大要素 139

第二節 版面的結構性 142

第三節 版面的細部規劃 144

第四節 版面錯誤與檢查的實務 147

第五節 如何滿足讀者對編輯的要求 151

第六節 版面設計完美的定義 152

第七章 版型與版面的編排 157

第一節 聚焦式與散焦式的編排 158

第二節 用編輯專業判斷進行版面設計 161

第三節 版面要素的搭配 163

第四節 *USA Today*的影響 165

第八章 美術編輯與圖片編輯 169

第一節 美術編輯的角色與功能 170

第二節 圖片編輯的角色與功能 175

第三節 報紙影像構成的整體要求 178

第四節 照片與標題、圖說的結合 187

★第三篇 平面篇Ⅱ——雜誌與書籍 191

第九章 雜誌與書籍的編輯與實務 193

第一節 雜誌的特性 194

第二節 雜誌的分類與組織流程 195

第三節 雜誌的編輯作業 199

第四節 書籍市場現況與分析 204

第五節 書籍的編輯作業 206

第十章 學生刊物的企劃、編輯與實務 215

第一節 如何產生一份學生刊物 216

第二節 組織、分工與責任 217

第三節 班報的實際執行與運作流程 220

第四節 刊物規格與經費 223

第五節 學校刊物的組織架構 225

★第四篇 立體篇——廣播、電視與網路 231

第十一章 廣播新聞編輯與實務 233

- 第一節 組織編制 235
- 第二節 廣播新聞採訪流程 237
- 第三節 廣播新聞提要製作 242
- 第四節 廣播新聞播放流程 244
- 第五節 廣播記者的訓練 245

第十二章 電視新聞編輯與實務 249

- 第一節 從技術面論電視新聞編輯 250
- 第二節 電視新聞編輯制度 262
- 第三節 SNG連線作業實務 272

第十三章 網路新聞編輯與實務 281

- 第一節 網路新聞編輯的角色 282
- 第二節 網際網路的發展歷程 285
- 第三節 網路人口質量的成長與變化 288
- 第四節 電子報新聞編輯的認識 292
- 第五節 電子報新聞人員的工作內容 294
- 第六節 個案分析——中時電子報新聞中心編輯工作內容 299
- 第七節 電子報新聞編輯角色、功能的討論與建議 310

★第五篇 結論 315

第十四章 新聞編輯與法律問題 317

- 第一節 誹謗罪對媒體的影響 318
- 第二節 對於人格權具體的保護、救濟的方法與程序 320
- 第三節 行政法規相關規定 324
- 第四節 刑事法規對名譽的保護 327
- 第五節 新興電子媒體衍生之法律問題 331

第十五章 中文報業編務自動化的現況與發展 335

- 第一節 中文報業的第三波革命 336
- 第二節 中文報紙電腦化相關研究 340
- 第三節 中文報紙電腦化效益研究 351
- 第四節 報紙編採一體的整合發展 355

第十六章 新聞編輯未來的角色與展望 365

- 第一節 新聞編輯環境的轉變 366
- 第二節 編輯角色的轉變 373
- 第三節 新資訊時代的編輯 379

附 錄 385

附錄A 中華民國報業道德規範 386

附錄B 中華民國電視道德規範 390

附錄C 中華民國無線電廣播道德規範 395

附錄D 新聞倫理公約 399

參考資料 401

第一篇 認識媒體與編輯



※第一章 認識編輯※

第一節 編輯的角色與分工

第二節 編輯的定義

第三節 編輯的任務

第四節 編輯的工作內容概述

第五節 編輯的條件與特質

