

# 上篇 原理卷



# 1

## 导 言

### 1.1 新闻编辑学的研究对象和范围

#### 1.1.1 编辑溯源

编辑一词，按古代的解释，“编”指古时用来穿联竹简的皮条或绳子，“辑”与“集”相同。编辑就是搜集整理的意思。我国很早就有人在做这种搜集整理的工作，例如我国最早的散文集《尚书》，汇编了上古时期的历史文件和部分追述古代事迹的作品，相传是孔子编选成的。最早的诗歌总集《诗经》，据传也是由孔子删定的。这些说法虽然未必可靠，但至少说明，我国在2500多年前就有人做编辑工作了。这时的编辑工作的内容包括选择、分类、编目录、校勘等。

新闻编辑——报纸编辑又是从何时出现的呢？近代报纸出现

后，相当长的时间内是编采合一，从业者既是编辑，又是记者。最早的中文报刊《察世俗每月统记传》无“编辑”名称，当时整个编辑部只有 3 个人，既管采访，又管编辑和发行。路透社创办时全部工作人员就是路透和夫人两人。当时的编辑工作比较简单，只是把收到的新闻作简单的归纳，稍作修改，再按条排列，好像记帐一样。随着报纸事业的发展，报纸编辑工作逐渐受到重视。辛亥革命后，我国报业发展分工变细，借鉴日本和欧美的报社制度，设置主笔、访员、编辑等职，确立了编辑的名义、地位和学术。编辑技巧也比以前复杂许多，出现栏目设置、标题制作等。1919 年徐宝璜在我国第一部新闻学著作《新闻学》中对编辑业务的研究可视为我国新闻编辑学研究的起步。后来广播、电视分别问世，一个以声音为载体，一个以声音、画面为载体，又发展出新的编辑手法。

编辑的概念也得到发展，有以下四种含义：一是表示从事编辑工作的专业人员，即“编辑 = 编辑者”，如“徐铸成是我国有名的老编辑”。二是指围绕新闻或其它出版物的出版活动，编辑者从事的有关决策、组织、选择、加工等专业性工作。这时“编辑 = 编辑工作”，如“编辑与采访、通联一起是报社编辑部的主要组成部分”。三是指编辑者在从事编辑工作时所付出的具体劳动，此时“编辑 = 编辑劳动”。第四是指从事编辑工作的专业人员的专业技术职称，如“高级编辑”。

### 1.1.2 新闻编辑学的研究对象

新闻编辑学是新闻学的一个分支，是研究报纸、广播、电视等编辑工作的规律和方法的科学。

这个定义有两层含义需要加以说明。第一，新闻编辑学的地位，新闻编辑学属于实用新闻学的范畴。新闻学有广义和狭义之

分。广义新闻学包括三个方面的内容：一是理论新闻学，如新闻学概论、新闻学原理等。二是历史新闻学，研究中外新闻历史的发展及其规律。三是应用新闻学，研究新闻业务的特点和规律。如新闻采访学、新闻写作学、新闻评论学、新闻编辑学等等。狭义新闻学主要是指理论新闻学。可见，新闻编辑学属于应用新闻学的范畴。新闻编辑学包括报纸编辑学、广播编辑学、电视编辑学等。第二，关于新闻编辑学的研究对象。毛泽东在《矛盾论》中说：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。例如数学中的正数和负数，……哲学中的唯心论和唯物论，形而上学观和辩证法观等等，都是因为具有特殊的矛盾和特殊的本质，才构成了不同的科学研究的对象。”就新闻编辑学来说，“某一现象的领域”是指新闻传播媒介中的编辑工作；“特有的某一种矛盾”就是新闻传播媒介中编辑与记者之间的矛盾，编辑与受众（读者、听众、观众）之间的矛盾。编辑与记者的矛盾是，如何使新闻稿件更加符合新闻传播规律，符合版面语言规律。编辑与受众的矛盾是，如何使新闻更加满足受众的需要，如何为受众服务的问题。因此，研究新闻编辑工作中的特殊矛盾，才是新闻编辑学的研究对象。

### 1.1.3 新闻编辑学研究的范围

根据新闻编辑学研究的对象来看，新闻编辑学研究的范围可归纳为以下几点：

#### 1. 新闻编辑的主体研究

编辑既是一种职业，也是一种职称。此处指的是职业。作为一名编辑，应具备哪些修养才能更好地完成本职工作。

## 2. 新闻编辑的本体研究

新闻编辑本体指的是报纸的版面、广播、电视的节目等。一篇篇稿件或图片，是记者的作品；版面或节目则是编辑的作品。研究版面或节目，就能看出编辑水平的高低，宏观意识的强弱。本体研究是新闻编辑学研究的重要组成部分。

## 3. 新闻编辑效果研究

效果研究指的是新闻产生的社会效果。研究效果重点应该研究受众。受众是客观的评判者，受众才有发言权。做好这项工作，一是要调查研究，及时收集受众的反馈信息。二是根据受众的需要，及时调整。效果研究与本体研究有联系，都要结合作品，但研究的阶段和重点不同。本体研究只研究作品，效果研究重点在受众。

# 1.2 新闻编辑工作的特征和任务

## 1.2.1 新闻编辑工作的特征

新闻编辑工作的特征主要体现在三个方面：统筹决策；整体把关；产品“再创作”。

### 1. 统筹决策

统筹的意思是统一筹划。决策的意思是决定策略或办法。统筹决策指新闻媒体根据本部门的报道方针、报道思想所制订的一系列措施和办法。编辑的决策一般分为三个层次：第一个层次是战略决策。战略决策是指新闻媒体报道的总体决策，包括指导思想、方针，等等。战略决策一向由编辑、特别是总编辑和有关主要负责人来承担。第二个层次是战术决策。战术决策是指在一个

较长时期、较大范围的报道的决策。战术决策可由编辑和总编辑一起研究决定。第三个层次是战役决策。战役决策是指在一个较短时期、一个较小范围的报道的决策。比如围绕一个新闻事件组织连续报道等等。战役决策一般来说可由编辑决策来实现。战略决策属于长远的、指导性的；战术决策和战役决策属于技术性的决策。战术和战役决策要根据战略决策来制订，战略决策要依靠战术和战役决策来实现。

在我国，新闻媒体的编辑方针比较一致。在社会主义市场经济条件下，新闻媒体的编辑方针：传播党的方针政策，弘扬社会主义文化，舆论监督社会不良风气。编辑方针一般来说具有相对稳定性的特点。

编辑方针一经确定，编辑应遵照执行，编辑允许有自己的风格，但不能偏离编辑方针。每个时期有不同的报道重点，可以根据报道重点来调整报道计划，但一般不轻易调整编辑方针。

## 2. 整体把关

传播学大师施拉姆曾以具体的数字来描述传播者的信息把关情况，他说：从发送者到最终的接收者之间，被淘汰的内容可能是数量巨大的。一家既抄收美联社的低速新闻（在一节 12 小时的新闻广播中共发稿 7.2 万字），又抄收该社的高速新闻（在同一时间内共发稿 86.4 万字）的典型报纸，可以挑选的内容几乎可以达到 100 万字，而在通讯社线路上发出的原稿可能是新闻发生地点的被人视为重要内容极小的一部分。这种筛选信息的工作，正是编辑工作的重要内容。大千世界，信息如潮，在某一版面上安排什么内容进入下一阶段的传播，就需要记者、编辑的筛选和组织。编辑通过选择稿件来确定哪些稿件有传播价值，用什么方法来传播。

传播学理论中的“把关人”或“守门员”，指的就是记者、节目主持人和编辑。记者采访、写稿，要把事实的关。但是，最

后一道“把关”还是编辑。记者采访后写成稿件、拍成图片，无论用哪种方式表达，他们面临的是单独的作品，记者只是从微观方面来考虑的。而编辑面对写好的作品，则要从宏观方面来考虑，要考虑新闻价值的大小或有无，是否值得报道，放在什么位置报道，还需要进行哪些修改，等等。即使是很有新闻价值的稿件，还要考虑它是否符合编辑方针，是否符合当前的中心工作，等等，这都是编辑要考虑的。

编辑的把关主要体现在以下几个方面：第一，版面的安排、节目的设计是否符合党的方针、政策；第二，报道的内容是否真实；第三，是否符合文法；第四，是否符合宪法规定。

### 3. 作品“再创作”

有人以为，编辑主要是修改记者作品在事实、逻辑、文法上的不妥之处。这种看法不全面，因为这只是编辑的工作之一。编辑更重要的工作应该是“创意”，即对记者作品的再创作。

作品的“再创作”表现在以下几个方面：一是信息的选择。面对大量的作品，哪些是有新闻价值的，哪些没有新闻价值，从作品中如何发现新闻线索，这些不是大小多少的挑选，而是沙里淘金的“寻宝”，这种思维活动很显然是一项创造性活动。二是概括事实，提炼标题。记者的作品可能有这样或那样的不足。有时是对新闻事实概括不够，有时是对新闻事实表现不够，这就需要编辑概括提炼。除了内容的提炼以外，标题的概括是十分重要的环节。编辑的标题工作可以使新闻画龙点睛。三是疏理贯通，使原作品锦上添花。记者写稿大都是急就成章，难免有疏漏和不完备的地方，如有的稿件缺少由头，有的稿件缺少背景材料，有的稿件缺乏现场感，等等。编辑的增删去留，使原作品产生不同的韵味。四是组织稿件、“经营版面”。编辑的再创作不仅是对单篇稿件而言，而且还包括把各篇作品进行合理的汇集，巧妙的安排，使他们组成一个有机的整体。这种“组织”和“经营”实际

上是一个系统工程。编辑通过加工配置稿件，撰写言论，运用版面的手段，以正确体现编辑方针和报道计划。

对新闻表现形式的再创作也是编辑再创作工作的一项内容。日新月异的生活图景固然为新闻提供了新的内容，但既定的思维定势和模式又往往造成了反映新生活的局限。在创新中，形式改革先行，也能造成新的突破口，反作用于内容。如 1996 年春节载于《羊城晚报》上的《泌阳奇案》，原见于《中国青年报》几百字的报道。报道内容是河南一少女与其姨父诬陷一位老师强奸，经过两次亲子鉴定，证明姨父是少女所生儿子之父，老师一家得以昭雪。《羊城晚报》总编辑曹淳亮根据事件的曲折性，为它重新设计了反映形式——“新闻连载”。这一设想通过记者的采写实践得以实现，成功地开掘了事件本身的内涵，与前一报道的影响有天壤之别。另外，曹淳亮为“东星”轮劫案的报道设计的“滚动式报道”形式，以最快的时效、最新的消息，每天独立成篇又可连成一气的报道，最大程度地利用了破案过程中的每一点资料，满足了读者的知情权。

### 1.2.2 新闻编辑的任务

新闻编辑的任务总的来说与媒体承担的总任务一致。具体来说有下面几项内容：

- (1) 明确报道方向，制订编辑方针。
- (2) 拟定报道计划。
- (3) 设置节目，安排版面。
- (4) 组稿、约稿。
- (5) 汇总材料，选择修改稿件。
- (6) 撰写言论。

# 2

## 新闻编辑人员的修养

新闻媒体的性质和任务，决定了新闻编辑要在政治、思想、理论、知识、业务等方面具备较高的修养，才有可能胜任自己的工作。那么，作为一名称职的编辑要具备哪些修养呢？

### 2.1 理论修养

#### 2.1.1 邓小平理论

马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论，是一脉相承的统一的科学体系。邓小平理论是马克思列宁主义、毛泽东思想发展的最新的伟大成果，是全党全国人民集体智慧的结晶。在当代中国，坚持邓小平理论，就是坚持马克思列宁主义、毛泽东思想；高举邓小平理论的旗帜，就是真正高举马克思列宁主义、毛

泽东思想的旗帜。

《邓小平选集》是邓小平理论的集中概括和体现。学习邓小平理论，就要学好《邓小平选集》。具体来说，就是要认真学习邓小平建设有中国特色社会主义理论，认真学习邓小平同志运用马克思主义的立场、观点和方法，研究新情况，解决新问题的科学态度和创造精神；重点学习邓小平同志坚持社会主义道路的坚定政治立场和实现共产主义崇高理想的使命感；学习邓小平同志解放思想，实事求是，以实践为检验真理的惟一标准，大胆探索，勇于创新的科学态度；学习邓小平同志相信群众，尊重群众的首创精神，坚持从群众中来到群众中去的工作路线和工作方法。从而不断提高我们的马克思主义思想政治理论水平，加强工作中的原则性、系统性、预见性和创造性。

### 2.1.2 政策理论

作为一名编辑，要熟悉党和国家的方针政策。

#### 1. 社会主义市场经济各项政策

社会主义市场经济体制的特点是：法制化，独立自主，自负盈亏。围绕市场经济的特点，国家制定了一系列政策，如金融政策，农业政策，价格政策，国有、私有政策，对外贸易政策，等等。编辑都应该有所了解。

#### 2. 国家的法律政策

新闻媒体要宣传法律政策，更应该首先遵循法律政策。编辑不仅要有法律意识，更应该有法律政策的理论水平。比如报道中的内容失实、评论不当、暴露隐私、故意毁损名誉等等，这些很容易造成新闻侵权，编辑应当采取积极措施，避免此类事情的发生，以确保新闻传媒的权威性。

### 3. 党的宣传政策和有关新闻政策

中国共产党制定了一系列有关宣传工作的政策，比如对内对外宣传政策，少数民族政策，统战政策，等等。关于新闻政策，已有文件专门规定，此处从略。

## 2.2 知识修养

### 2.2.1 基础知识

编辑应该知识广博，应该是“杂家”。有人说“杂家”是贬义词，其实不然，“广博”是一种高要求，世界如此之大，学问如此之多，做到“广博”很不容易。我国有不少学者，既是专家又是杂家。比如钱钟书先生，既精通外国文学、又精通中国文学，既研究理论，又创作小说，且诗词俱佳。邓拓既是国家领导人，又精通文史哲，还写得一手好杂文。

实际上，编辑不只是杂家，同样也是专家。编辑对自己涉及的领域很熟悉，又积累了丰富的经验，又有一定的研究，这就是专家。编辑面对众多的稿件，沙里淘金，删繁就简，妙笔生花；面对一个“战役”，组织安排，献计献策；面对栏目或版面，统筹规划，调整、创新。这些需要专家的修养和水平才能完成。

要想成为杂家、专家，必须多读多学，勤翻词典，即使是一些自认为放心的东西也要打几个问号。如果编辑看到“棋逢敌手，将遇作家”，深信自己的判断，提笔将“作家”改为“良才”那就错了。因为1000多年前，“作家”并非是今天的作家，而是内行、里手的意思。编辑之错，就在于过于相信自己的记忆，而懒于查阅（辞源）这类的工具书。编辑要达到较深的功

底，必须勤学苦读。

具体来说，编辑应懂得传播学、文学、语法学、逻辑学、修辞学、心理学、社会学、伦理学、管理学、历史、地理、政治、经济、哲学、法学、美学、音乐以及自然科学知识。

### 2.2.2 专业知识

#### 1. 传播学知识

传播学理论应该作为编辑的专业知识之一。新闻报道是对新闻信息的传播。如何发挥最佳传播效果是编辑研究的课题之一。如何使新闻既符合传播原则又符合传播规律，既符合编辑方针又符合受众口味，这是编辑应该深入考虑的。

#### 2. 编辑理论知识

编辑理论知识既是编辑工作的基石，又是能用以指导新闻编辑实践的理论基础，可以提高编辑工作的自觉性，减少盲目性。一个优秀的编辑应结合编辑实践及时总结经验，并将其上升到理论高度。如前文中提到的（羊城晚报）总编辑曹淳亮，无论是当总编辑，还是社长，都没有放下笔，一直笔耕不辍，17年共发表作品195万字，1995年到1997年，仅在全国性新闻专业期刊上就发表了9篇新闻学术论文，还获得了《新闻战线》征文二等奖。

编辑学的理论知识不难掌握，但要把编辑学的理论融会贯通却并非易事。所谓“融会贯通”指的是，节目、画面、版面的设计要精益求精，另外还要有创造性。为什么有的媒介内容常出常新，这和编辑的创造性劳动是分不开的。

## 2.3 道德修养

1991年1月中华全国新闻工作者协会第四届第一次全体会议通过、1994年4月中华全国新闻工作者协会第四届第二次全会修订的《中国新闻工作者职业道德准则》，是新闻工作者应该遵循的道德准则。《准则》中有八条规定：一、全心全意为人民服务；二、以社会效益为最高准则；三、遵守法律和纪律；四、维护新闻的真实性；五、坚持客观公正的原则；六、保持廉洁奉公的作风；七、发扬团结协作的精神；八、增进同各国新闻界的友谊合作。

编辑除了遵循以上八条外，还应有甘当无名英雄的精神。

周扬在《〈马克思主义与文艺〉序言》中指出：“劳动分工是社会发展的必经之路，造成了社会物质生产力的伟大进步，它大大发展了人类的文化。”这种分工“却是以牺牲广大劳动群众的精神生活为代价的”。<sup>①</sup>记者与编辑的不同，是社会分工的不同。这种不同，是社会发展的必然，编辑应该认识到这一点。

但在另一方面，优秀的新闻作品问世后，人们多是称赞作者，很少想到编辑。而稿件一旦出现什么差错，首先承担责任的常常是编辑。关于这一点，作为编辑来说，应该认识到自己“把关人”的职责。作为社会来说，应该高度赞扬编辑的甘为人作嫁衣裳的默默无闻的奉献精神。实践证明，新闻报道的全部内容，新闻、评论、文章、标题、图片、版面，无一不凝聚着编辑的心血和劳动。鲁迅曾说，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”。列宁主编《火星报》时，经常

周扬，《马克思主义与文艺》序言，《周扬序跋集》，湖南人民出版社 1985 年

自己负责校对稿件，一个标点也不放过。从这个意义来说，编辑付出的劳动，并不比作者少。

周扬 1980 年 5 月在全国文学期刊编辑工作会议上讲过这样的话：“编辑是无名英雄，要有为他人做嫁衣的服务精神，要有使别人名扬四海，而自己却默默无闻地舍己为人的精神。作品原稿是编辑阅读过，挑选过，甚至修改润色过的。他们付出了劳动，他们为党和国家发现和培养了人才，人们是不会忘记他们的功劳的。他们是百花园中辛勤劳动的园丁。我们要尊师，也要尊编辑，编辑在某种意义上也是师。”周扬的这段话对编辑工作作了极高的评价。

## 2.4 业务修养

### 2.4.1 思维敏捷

编辑应有较强的逻辑思维和形象思维的能力。当今时代，媒体间竞争激烈。记者要具备“倚马可待”的本领，采写都要迅速。编辑也应有“倚马可待”的本领，改得快，编得快。快，要“快工出精品”。

思维敏捷主要表现在以下几点：

- (1) 迅速判断某一事实是否具有新闻价值。
- (2) 迅速判断某一事实是否能引起受众的兴趣。
- (3) 迅速判断同一新闻事件中，哪些事实最重要，哪些事实较重要或不太重要。
- (4) 迅速判断看来无关紧要的线索，是否可能导致发现重要新闻。

思维敏捷的培养要以下几点作为基础：

(1) 政治敏感是“法宝”。编辑要有政治责任感，要有政治热情，要时时刻刻关心党的政治动向，并深刻准确地领会党的方针政策。如果不关心政治，毫无政治热情，就很难思维敏捷。

(2) 丰富的知识储备是基础。丰富的知识与社会事实相碰撞，就会产生出“火花”来。这里的知识包括书本知识和社会知识。编辑虽不在采访第一线，但也应通过各种渠道了解和掌握社会知识，对面上的知识了解越多，就越能了解当今时代，了解受众情况，容易与受众“心有灵犀一点通”。

(3) 勤于思考是保障。思维敏捷不是天生的，而是后天锻炼而成的。多动脑筋思考就是锻炼的内容之一。多思考无疑给我们提供发现新闻的机会。编辑面对记者的作品，需要大量的思考。科学家们经常讲，机遇只偏爱有准备的头脑，思维的敏捷程度，常常决定于思想准备的程度。

#### 2.4.2 创新精神

江泽民同志在两院院士和外籍院士大会上讲话时指出：“迎接未来科学技术的挑战，最重要的是坚持创新，勇于创新。”“创新是一个民族的灵魂。”<sup>①</sup>编辑的灵魂贵在创新。编辑的创新精神主要体现在几个方面：第一，形象思维能力很强。形象思维是人们运用记忆、表象、联想与想象去认识事物、解决问题的一种思维形式。形象思维不只是用于文艺创作，人类的一切感性的社会实践都运用形象思维。在日常生活中，人们同样运用形象思维。形象思维不仅帮助人们认识事物、接受和理解新知识，而且可以导致发明创造。第二，逻辑思维能力很强。逻辑思维是人类

揭示客观事物本质和规律的一种极其重要的思维形式，几乎渗透到人类获取所有知识和理论的每一个过程。逻辑思维对人的创造精神的培养和指导也是多方面的，比如课题的选择，一种新设计和新方法的制订，思维成果的总结和表述，新理论的归纳与概括，都离不开逻辑思维。第三，灵感思维。灵感思维是人们在实践的基础上对客观事物的反映，是认识上的飞跃，是经过长期辛勤劳动的结晶的必然结果，是人们在创造过程中达到高潮阶段出现的一种最富有创造性的心理状态。灵感思维有触发性、突发性、瞬时性、跳跃性和一次性的特点。灵感的出现虽然是突如其来，稍纵即逝，但并不是没有规律可循的。据科学家们研究，灵感是人类创造活动中的一种复杂的精神现象，它来源于人类知识和经验的沉积，启迪于意外客观信息的激发，得益于探求和独创智慧的基础。新闻编辑处理各种不同题材、不同形式作品，客观上要求尽可能多地学习、掌握、运用各种各样的创造性思维的技法，解决编辑环节上如何创新的技术问题。

### 2.4.3 鉴别能力

#### 1. 鉴别新闻线索的能力

编辑在阅读各种报刊，参看各类情况资料，处理大量来信来稿中，常常会发现许多新情况，新问题。这些情况和问题是否就是一些新闻线索，编辑应具备这种鉴别能力。及时发现和抓住这些线索，请记者采访，自己动手改编，照原稿转载等等。这样会充分利用新闻信息资源，挖掘新的新闻线索。

#### 2. 鉴别和判断稿件新闻价值的能力

新闻讲究“新”和“快”，时效性特别强。记者讲究采写得快，编辑讲究修改编排得快。不紧不慢不是新闻工作者的作风。拖拖拉拉会使“新闻”变成“旧闻”，会使“活鱼”变成“死