



浅论媒体新闻编辑的主体作用

时间：2005-7-25 11:09:23 来源：中国新闻研究中心 作者：雷志义 阅读1635次

原载：《甘肃视听》2003年第五期

作者：雷志义

单位：甘肃省广播电视总台

地址：甘肃省兰州市张苏滩高新开发区561号

邮编：730010

编辑的行为特点是以物质为基础，以精神为主导，架构一种以物质为载体，以精神为目的的文化产品。媒体传播的效果越来越多地取决于编辑的工作。编辑的主体行为决定媒体的内容，决定媒体的质量。媒体质量是一种系统化的产物，编辑将个别分散的信息效应化为整体效应。

现代媒体除了传统的平面媒体和视听媒体以外，还增加了网络。由于编辑操作范围的延伸，编辑的主体行为特点就出现了新的趋向，在编辑工作中表现为编辑的主观能动性，在媒体上则表现为编辑的主体意识。

编辑的主体意识具体表现为：

1、判断处理庞杂的信息并进行甄别与筛选，体现出主体化选择功能。

网络的共享使得大众媒体的地位减弱，媒体的信息权不再具有个性。互联网的介入使编辑工作更为便捷，互联网的传播速度使得新闻一经发生就可以为编辑所掌握，由于时空限制而造成的新闻盲区几乎不再存在。连续不断的从互联网上涌来的信息使编辑的选择余地更为宽泛，把握信息更为主动。但这种一视同仁却使得同业竞争更为激烈，独家新闻越来越成为难以捉摸的东西。

另一个问题是互联网信息的庞杂和真伪难辨使编辑面临抉择，对信息进行快速甄别成为编辑的首要任务，对编辑的主体判断能力提出了考验。一要从新闻上判断信息的真伪性，二要从政策政治上判断信息的重要性，三要从法律上判断信息的合法合理性，四要从影响力上判断信息的社会渗透性。

在选择过程中，编辑按照自己的思维模式、价值标准去规范、评价对象物即编辑客体，成功的选择必然是两种价值观念的磨合。

2、策划、制定媒体一定时间区间内的报道思想和报道计划，形成独立报道风格并予以实施。媒体自己独立的报道思想，是一个宏观原则，是从世界观上对媒体方向的把握，比较空洞抽象，而节目、版面、栏目则不同。节目、版面、栏目是诸多微小的信息的组合，是最后体现媒

- 距离奥运赛场最近的采访
- 谈新闻业务论文的选题
 - 新闻的五种补法
- 深度决定新闻的影响力
 - 这是一次这样的采访
 - 一次成功的暗访经历
 - 采访刘翔，我失败了
 - 我采访的第一个大腕
 - 包头空难现场采访记
- 《深圳，你被抛弃了吗...
- 探索富有时代特征的党...

体风格的载体。节目、版面、栏目的风格是具体的、微观的，是编辑在遵循媒体风格的前提下确定的发言方式。节目、版面、栏目内容与版式是节目、版面、栏目风格的物化，全部节目、版面、栏目共同体现媒体的风格。

策划就是编辑根据发展的社会不断变化的形势与读者不断变化的接受兴趣、要求运筹帷幄，对传播内容和表现形式谋划于心，对节目、版面、栏目及其包含的因素进行价值与观念的具体定位，这是一种创造性的高级思维活动，是编辑主体意识的中心，是编辑文化背景、想象能力、思想深度的综合体现。是编辑对编辑主体作的一种超前性的思想建构。组稿、约稿、与采写人员的随时沟通，将报道思想落实为画面、声音、文字与图片，均属于策划活动的一部分。

在编辑策划中，编辑既是策划师，又是方案的设计者与执行者。比如，在每年的节日策划中，资深编辑会在前一个月对元旦时期的节目、版面、栏目进行设想，确定要突出的主题和内容的重点，设计图片、图象与文字的比例和节目、版面、栏目样式。以此为指导，组织通讯员采取行动，向记者提出用稿要求，搜集有关资料。不同节日的节目、版面、栏目内容有不同的特点。元旦一过，主体意识强的编辑又会开始筹划春节期间的节目、版面、栏目，春节过了则是植树节与环境保护的有关内容，然后是三八节与妇女问题，再以后是五一节和学雷锋活动，直到六一、七一、八一、中秋、教师节、国庆等，围绕这条主线，编辑的主体意识一直处于活跃状态，加上日常新闻与突发事件的策划报道，编辑思维一直处于忙碌与紧张之中。

3、优化信息。将纷繁复杂的大量信息进行处理加工使之达到发布要求的过程就是信息的优化过程。

来源于互联网上的文稿，从记者、特约记者、通信员、群众来稿、各种文件中选择出来的具有新闻价值的所有信息只是半成品，在编辑的精细加工后才具有使用价值，这是编辑的基本的但也是最传统的工作。对于一个主体意识优秀的编辑，选出好稿，见其眼力；做出好稿，才显其功力。编辑通过审读、研究、分析，以新闻价值为原则，从标题、导语、主体、结构、色彩、蒙太奇、文章体裁等方面加工，这项工作纷繁复杂，浸透了编辑的汗水。

传统理论曾经在一定程度上认为，编辑只是一种修理工，修修剪剪，缝缝补补。事实上，除过极少数富有经验的记者、作家的文章可以直接刊登外，大量的来稿是必须修改的。而且很多需要编辑改写或者重写，保留的只是新闻事实罢了。发表出来的文章在一定程度上已变成了编辑的作品，默默无闻只为他人做嫁衣是编辑此项工作的切实写照。

近10年来，编辑的付出逐渐得到了社会的认可。2000年第六期《中国记者》杂志载文将编辑的工作定性为原创性工作，意即创造性工作，并认为原创意识贯穿了编辑的整个工作流程。事实上，许多获得各级好新闻奖的作品、标题，并不是作者直接写成的，而是由编辑指导采写或者修改成的，或者由编辑做标题、改写并配以必要的言论，图片后才完成的。

编辑的主体意识和主观理念在这个过程中起着主导作用。

4、形象化即物化。编辑将策划理念变为媒体的节目、版面、栏目，这个过程就是编辑的物化。编辑不再只是物化的前奏，而是物化的主体。表现为编辑在栏目设置过程中的独立性与整体性，在运作中间的创新性和连贯性。

节目、版面、栏目最后体现媒体的风格。不同的节目、版面、栏目体现了不同编辑的理念与智慧。在内容未通过节目、版面、栏目发表以前，所有的工作都是为它们做准备。只有节目、版面、栏目才与读者见面，才是成品。读者从节目、版面、栏目上阅读新闻，了解社会动态的同时，也通过文章的质地、水平与品位，节目、版面、栏目的编排方式了解媒体的品位与风格。从而了解了特定编辑的能力与价值取向。节目、版面、栏目水平就是编辑水平。目前，在新闻内容、新闻时效性相近的环境下，编辑工作的个性化才是吸引读者的主要手段。只有目光远大，判别能力强，新闻敏感度高的编辑才能选出有价值的文章；只有文字工夫过硬，才能化平

淡为神奇，使文章出彩，并通过包装做出新颖别致的节目、版面、栏目。

节目、版面、栏目的设计过程也就是包装过程，包装的美与丑决定于编辑审美情趣的高低。二十年前的媒体，多数节目、版面、栏目以细腻、恬静、淡雅见长，文章讲究长短搭配，图片讲究位置稳定。而今天，简单明了的条块风格已经成为主流，文章图片布局清晰，整齐划一，一目了然。前者如《新民晚报》，后者如《北京青年报》，一个轻灵，一个厚重。但无论如何，干净整洁，美观大方，和谐雅致应是一个共同的要求。

好节目、版面、栏目的要紧之处在于创新。《沈阳日报》曾经要求“媒体布局必须天天不重样，节目、版面、栏目设计必须天天有变化”，变化也就是创新。不断创新是对编辑工作主体性的更高要求。

5、社会化，即对周围社会的变化深入了解，对不同的人广泛接触，将作品和作者推向社会是编辑的责任所在，是编辑主体意识的升华。自律和慎独则表现出编辑人格的高低。

这有三重意思：

一是除了驳杂的室内业务，编辑也应该经常性地外出采访、写作，使思维时刻保持活跃，提高自己的知识含量和社会积累。知识的积累具有渐进性，渗透性，知识积累到了接近渊博的程度，必然化为一种编辑气质和情调、一种功底和胸怀，而后积薄发则是这种积累的终极目的；二是要经常性地与各种行业，各个阶层的人员进行交流，既可把握社会动态，又可以在有意的前提下得到很多无意的新闻线索，为将可能进行的有关的策划作好材料准备，组稿时必然如鱼得水，游刃有余；

三是建立编辑个性化通联网络。主体性强的编辑在所有工作流程中会捕捉作者的闪光点，洞察作者在文稿中显露出来的各种能力，并坚持与有较高素养的通讯员保持联系，哪怕只写过一篇稿件，也积极地打电话或者写信，交流思想，联络感情，建立自己的、尽可能广泛的通讯员队伍。对每个人的能力、文风、特长、所处领域都心中有数。到策划组稿时自然能因人因地而异，提升编辑效率。

6、创新功能。编辑创新功能是超前的，是对固有的模式和秩序的突破与重组，而不是因袭。创新是对编辑主体意识的高级要求，表现为编辑行为的独特性。

创新是对存在的某种文化氛围的突破和对新的文化氛围的营造。优秀编辑的创新行为总是在不知不觉中体现出来。编辑捕捉新的灵感的敏捷性，以及思维的流畅性，都是创新意识的体现。创新性必须立足于渊博和包容性之上。渊博就是对世态万象见多识广，包容性就是以不偏不倚的思想去对待观点不同、手法各样的各种对象物。编辑发现和培养有才华的新人的过程更是离不开包容性。包容性还应该包括在编辑行为中尽量保持作者的风格和习惯，在学术论著中保持作者的学术方向。

总之，编辑的主体意识就是编辑的主观能动性，是编辑在一定时期内的个性化的编辑思想和观点。编辑过程始终离不开主体意识的指导和制约，反映编辑的生机和活力。

主题意识主导下的编辑站在社会进步的浪尖上，能够密切注视社会发展的问题和人类的心灵需求，在解析现在的物质的东西时加进自己的观点和潜在的思想，这个过程有时候是明显的，有时候是在无形中完成的。

主体意识体现了编辑的主体地位。主体意识强的编辑有独特的编辑思想、意图和构思，这样的编辑会经常以节目、版面、栏目、稿件有无创新性来衡量编辑对象的价值，以能否孕育新思想、新观点、启人心智为选择标准。而且在编辑过程中会超越作者的眼光。

编辑工作是一个做嫁衣的过程，但是将闺女转化为新娘的包装本身就是一个创造性的包装，因为闺女和新娘是两个本质不同的东西。

目前，媒体编辑逐渐具备或者正在拥有的这6种功能将逐步提升编辑在媒体中的作用。编辑策划的崛起，编辑模式的更新，编辑快速处理数据能力的培养等，必将推动编辑结构体系的重建，最终确立编辑在媒体运动中的枢纽地位。

媒体的成败与质量和编辑的关系将更为密切，编辑水平从根本上决定媒体的水平。以后的媒体之间的竞争将成为对资深编辑人员的竞争。

参考资料：《编辑学报》2000-5-12-2，《编辑主体意识的特征与形成》

文章管理: mycddc (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

← 浅论媒体新闻编辑的主体作用 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名 密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.