**湖北省高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：编辑学概论 课程代码：00648**

**第一部分 课程性质与目标**

**一、课程性质与特点**

　　《编辑学概论》是湖北省高等教育自学考试大众传播学专业的必修课，是为培养和检验应考者编辑的学基本知识、基本理论和编辑工作基本技能而设置的基础课。

　　《编辑学概论》是一门应用性很强的课程，要求应考者做到理论联系实际，在掌握基本知识与基本理论的基础上，加强动手能力的培养，并在实际操作的过程中，加深对基本知识和基本理论的理解。

**二、课程目标与基本要求**

　　通过本课程的学习，学生坚持编辑工作的正确的政治方向，掌握编辑工作的基本知识、理论与操作技术，逐步把握报纸编辑和书刊编辑工作的规律。

**三、与本专业其他课程的关系**

　　本课程与新闻学概论、传播学概论、新闻采访与写作、新闻心理学、现代汉语等课程有联系。凡本教材与上述课程的教材交叉的部分，本教材只作为知识背景略为涉及，不展开论述，以免重复。

**第二部分 考核内容与考核目标**

**第一章：新闻编辑概论**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生掌握新闻编辑工作与媒介形态变化、新闻编辑部与编辑工作内容、新闻编辑工作特点、新闻编辑人才所需要掌握的技能和职业道德修养等。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）重点**

**识记：**

1、新闻编辑的多重角色（1）编辑部门是媒介产品生产系统的设计和决策中心（2）是媒介产品生产系统的指挥和调度中心（3）是单个新闻产品的加工和组装中心（4）是媒介产品生产系统与销售系统相互联系的重要枢纽。

2、编辑的能力结构（1）信息能力：编辑主动地积极地接受信息的能力，大小取决于编辑的社会活动能力和新闻敏感性，包括社会信息、行业信息、来自读者的信息、媒介内部的信息（2）鉴别能力：新闻编辑迅速、准确地判断新闻事实的报道价值的能力（3）创造能力：新闻编辑突破传统思维、创新编辑业务的能力（4）组织能力：新闻编辑组织报道和组织新闻人才的能力（5）写作能力：新闻编辑撰写、修改稿件的文字运用能力（6）现代化技术与工具的运用能力

3、新闻编辑的知识结构：基础知识、百科知识、专业知识。

4、新闻编辑的职业道德修养（1）自我奉献的精神（2）严于自律、遵纪守法、廉洁奉公，将社会效益放在第一位，不搞任何形式的“有偿新闻”（3）自觉维护新闻的真实性（4）具有团结协作的精神。

**理解：**

1、21世纪的报纸编辑环境（1）社会变革加剧使报纸编辑面对更加复杂多变的社会环境（2）媒介种类与数量的递增使报纸编辑面对压力强大的市场竞争环境（3）现代科技发展使报纸编辑处在崭新的技术环境

2、新闻编辑工作：新闻编辑在新闻媒介产品生产过程中所进行的一系列工作，包括：新闻信息载体设计、新闻报道的策划与组织、新闻作品的修正和把关、新闻信息的整合与展示、新闻互动与公共交流的组织与引导。

3、媒介形态变化：网络媒介是一种前所未有的综合媒体，集印刷媒介、广播、电视的优势于一体，更具有自身优势（1）信息容量之大无与伦比（2）它提供的人机交流界面，使信息传播由单向式变为双向互动，传受双方都掌握了信息交流的主动权，从根本上改变了新闻传播的传统模式（3）互联网络的全球化，使网络传播能够跨越地域和国界的限制，信息传播范围无限地扩大了。

4、媒介融合(media convergence)进程中新闻编辑部的变化

1. 从“互动”到“一体”的中国媒体战略：我国正经历从“互动”到“一体”的递进式发展过程（1）“报网互动”：报纸与网站作为两个相对独立的媒体进行合作（2）“报纸合一”：报纸与网站的整体融合。
2. 新闻编辑部重构（1）组建跨媒体的临时性报道组织（2）组建虚拟的跨媒体报道组织（3）对媒体组织结构进行局部性重构（4）对媒介组织整体变革，建立一体化编辑部：A.以“组合终端载体”为新闻发布平台的整体报道策划必将取代单一载体的新闻报道策划B.以互动和共同创造内容为特征的报道创新将成为新闻业务改革的主要趋势。
3. 融合的决定因素：经济利益的驱使。在集中和融合的媒体集团中，不同的媒体可以通过某种流程控制实现资源重整，利用各自的介质差异，在新闻信息传播上实现资源共享而又产品各异，联手做大区域市场，并且在这一市场上占据垄断地位。
4. 融合新闻：新闻编辑部中的从业人员一起工作，为多种媒体的平台生产多样化的新闻产品，并以互动性的内容服务大众，通常是以一周七日、每日24小时的周期运行
5. 我国新闻媒体在融合进程中对编辑部机制进行了改革。现阶段这种改革依然面临着各种困难和障碍，有待进一步的探索和总结。

**（二）次重点**

**识记：**

1、“共同演进与共同生存”原则：一切形式的传播媒介都在一个不断扩大的、复杂的自适应系统以内共同相处和共同演进，每当一种新形式出现和发展起来，它就会长年累月和程度不同地影响其他每一种现存形式的发展。

2、“形态变化”原则：新媒介绝不会自发地和孤立地出现，他们都是在旧媒介的变化中逐渐脱胎出来的，当比较新的形式出现时，比较旧的形式就会去适应并且继续进化而不是死亡。

3、“增值”原则：新出现的传播媒介形式会增加原先各种形式的主要特点。新媒介的编辑特点总是在汲取传统媒介的编辑经验中衍生出来的，而且这种特点后来还会反过来影响传统媒介的编辑改革。

**理解：**

新闻编辑工作的特点-作用

1、新闻传播活动的“总设计”与“总指挥”（1）新闻编辑是编辑方针的制定者，是媒介新闻产品形象的设计师（2）新闻编辑是每一阶段新闻报道活动的策划者和组织者（3）新闻编辑是记者从事采访写作的指挥员和参谋。

2、对新闻传播活动的“集大成”和“总把关” （1）编辑的工作对象是报纸这样一种集合体，报纸编辑要担负精加工和总合成的任务，因此编辑工作是对各项采编业务的集大成（2）在新闻传播活动过程中，编辑工作又是新闻传达至读者的最后一个关卡。由于其特殊的地位，在把关上担负的责任更为重大。

3、对于新闻素材的“再认识”和“再创作”（1）发掘新闻稿件潜在的价值（2）对新闻素材的重新选择和组合，对新闻表现形式的再创造

4、公共论坛的“主持人”与新闻话题的“引导者”（1）新闻编辑需要担负起“公共论坛主持人”的新角色，组织与各类新闻相关的公共对话甚至观点交锋（2）由于技术发展促使新闻传播方式正在从传统媒介主导单向式变为专业媒介组织与普通公民共同参与的分享式、互动式，大众传播与人际传播更加紧密地结合和汇流。

**（三）一般**

**识记：**

1、传统媒介走进互联网经历了三个阶段（1）翻版阶段（2）变化阶段：利用网络传播的特点进行内容和形式的取舍（3）综合发展阶段：综合多种媒介形式、是综合的信息服务者。

2、新闻编辑工作的两种趋势（1）对各类传统新闻媒介编辑业务的融会和整合，形成真正的多媒体传播模式（2）新闻编辑业务与新闻信息采集的一体化趋势。

**第二章：新闻媒介定位与新闻产品设计**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生掌握新闻媒介的定位、编辑方针、新闻产品设计的内容和操作过程等。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）重点**

**识记：**

1、受众定位：确定媒介的目标受众，是在对媒介市场进行分析的基础上，对媒介产品的市场占位作出决策。

2、功能定位：确定媒介所要担负的职能和所要发挥的功用，是立足于受众需求和传播目的对媒介产品的决策，是媒介实现传播效益—社会效益和经济效益—的指向性规定。首先要以受众需求为基础，其次以媒介主办者的主观愿望为基础。功能定位是在受众定位的基础上，考察受众的信息需求，结合媒介主办者对媒介的角色期待而确定的，它最终是受众的客观需求与媒介主办者的主观愿望相结合的产物。

**理解：**

1、新闻产品设计：是对媒介产品中以传播新闻为主要职能的组成部分的设计，包括确定新闻产品在整个媒介产品中的位置和比重，以及进一步设计新闻产品中的每一个组成部分，是一种集体性的创造活动。

2、运行过程：（1）设计预备阶段：调查传媒市场与媒介内部情况，细分受众与广告市场，寻找媒介新闻产品发展的空间（2）方案设计阶段：A确定目标受众、制定编辑方针：确定目标受众要注意两点，一是受众群体的变化，社会变革往往会促成新的受众群体，二是目标受众的分解；B拟定与优选新闻产品设计方案：鉴别、筛选，创意、设计，协调、完善，比较、优选（3）试行方案阶段：A慎重选择试刊试播的内容B慎重选择试刊试播的时间C适当把握试行方案的次数D广泛征集各方面意见，修正和确定设计方案。

**（二）次重点**

**识记：**

 1、媒介定位的客观依据（1）受众：人数、年龄结构、职业结构、文化程度、收入水平、消费心理和行为（2）媒介的控制者：指能够通过行政手段、法律手段或经济手段对媒介进行控制的组织及个人（3）广告客户：广告是现代传播媒介的经济支点，媒介的生产循环要依靠广告提供资金保障（4）传通中介（5）竞争者（6）间接因素：政治因素、人口因素、经济因素、环境因素、法律因素、技术因素、文化因素

2、媒介内部因素（1）媒介的资金、设备和技术条件，这是媒介运行的“硬件”（2）媒介的人力资源、体制与管理水平，这是媒介运行的“软件”（3）媒介进行传播的符号因素：不同的媒介有着不同的符号体系

**理解：**

编辑方针：新闻媒介根据自己的定位与发展战略制定的编辑工作准则（1）媒介的受众对象：受众是新闻编辑工作最终的服务对象，而且受众正逐渐成为现代传播活动的参与者，因此编辑方针首先要规定媒介的目标受众（2）新闻传播的内容：指媒介新闻传播的总的报道面有多大，具体包括报道对象的分布有多广、报道的领域有多宽、报道的区域有多大等，媒介的功能定位的多元结构组合，决定了媒介的传播内容也是一种多元结构组合（3）传播的水准：指新闻传播的思想水平、文化水平和专业技术水平所达到的高度，新闻媒介对传播水准的把握决定了媒介的格调和品位（4）媒介的风格特色：指媒介产品的整体结构、传播内容、传播方式和外在形象等所综合表现出的格调和特点。

**（三）一般**

**识记：**

报纸：是以刊载新闻和时事评论为主的定期向公众发行的印刷出版物，是大众传播的一种重要载体，具有反映和引导社会舆论的功能，特点（1）报纸的信息容量受制于报纸的版面数量（2）报纸以文字语言符号为主传递新闻信息，在揭示事物本质、评析事理方面具有先天优势，因此报纸的内容相对于其他新闻媒介可以更有深度（3）报纸作为一种平面载体，它的外在形象是由视觉性符号构造出来的，而且视觉性非语言符号比文字语言符号更起作用。

**理解：**

新闻产品设计需注意：（1）充分占有信息，准确分析信息，保证新闻产品设计的合理性和可行性（2）设计要在可行性与超前性之间找到平衡点（2）产品设计应与采编机制改革同步进行（3）正确处理借鉴与创新、变革与稳定的关系。定性与定量设计的具体内容包括（1）确定新闻产品在整个媒介产品中所占的比重（2）确定新闻产品的位置、出版频率和具体时间（3）设计新闻产品中的各组成部分。

**第三章：新闻报道的策划与组织**

1. **学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生了解新闻报道策划的内涵、特点、原则和主要类型，学会发现新闻线索与确立报道效果目标，掌握新闻报道选题决策的共性规律，寻找创新选题，熟知新闻报道方案设计的整个流程以及注意事项等。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）重点**

**识记：**

新闻报道策划：是新闻编辑通过对新闻资源的开发与配置，实现最佳传播效果的创造性活动。包括：选题决策、报道方案设计、在报道实施过程中接受反馈并修正设计方案。特点：阶段性、滚动性、风险性。

**理解：**

 **选题决策的共性规律**（1）基于传播主体的可操作规律：任何新闻报道的进行，既要看主体是否具有展开报道的外部条件，又要看主体自己是否具备进行这一报道的内在条件（2）基于客观事实的价值规律（3）基于受众的适宜性规律：每一个新闻媒介的新闻报道活动都越来越明确地针对自己特定的受众群体，对受众需求的把握与满足成为报道成功的关键。

**需要进行报道策划的选题**（1）可以预知的、有重大社会影响的活动和事件性或非事件性新闻（2）非可预见性、有重大社会影响的突发性事件（3）新闻媒介介入并推动发展的新闻事件、活动报道。

**报道方案的设计**（1）新闻报道的范围与重点（2）新闻报道的规模与进程（3）发稿计划（4）设计报道结构与报道方式（5）报道力量配置与报道运行机制

**报道范围：**全部报道客体的组合，规定了报道对象是哪些人和事，报道面有多大。

**报道重点**：报道客体中最重要的部分，规定了报道的核心人物或核心事件、核心问题，需要报道者投入最多的力量，在媒体上也要予以突出表现。

**报道规模**：报道的时间、空间与人力三方面因素组合的概念，即一项报道所占有的版面空间大小、持续的刊期长短、动用的采编力量。
 **报道进程**：是指报道全过程中时段的分割和安排，规定报道分多少阶段进行、何时开头、何时推进与扩展、何时结束，以及各阶段之间如何转接。

**发稿计划**：报道进程中各阶段刊出新闻稿件的统筹规划，包括确定每条稿件的题目、内容、体裁和篇幅，确定稿件刊出的先后次序与具体时间，稿件在版面上的位置。发稿计划是对报道规模与报道进程的具体落实。

**报道结构**：是报道各组成部分相互之间的关系及其组合排列所呈现的外在形式，由报道选题和报道预期目标决定，组成要素包括时间(指报道在时间延续方面表现出的特质)、空间(指报道在媒介空间位置方面表现出的特质)、角度(指报道在反映客体的着眼点和侧重点方面表现出的特质)、广度(指报道在集纳有关客体的横向信息方面表现出的特质)、深度(指报道在集纳有关客体的纵向信息方面表现的特质)和传播符号(指报道用以展现客体的符号所表现出的特质)。

**线型结构模式**：选择某一个角度切入客体，对客体的发展变化进行追踪反映，直至客体变动告一段落，报道依时间延续表现出单向性的、直线型的发展轨迹。

**放射型结构模式**：选择某一角度切入某一客体，对这一客体的发展变化进行跟踪反映，随着报道进展，拓展报道客体，转向对更多相关客体的反映，报道依时间延续呈现出由线到面的放射状特色。合乎人们对事物的认识由表及里、由浅入深、由此及彼的自然规律，对展示和剖析比较复杂的事件与问题有重要意义，能够由点到面，扩大报道的社会影响力。

**收束型结构模式**：从多个客体切入，以多种事实的变动指向某一共同的主题，使这一主题得到深入挖掘和充分展示，报道随时间延续表现出由面到线或点的特色。网状结构模式：从多个客体、多种角度切入，报道随时间延续或追踪、或拓展、或沿着客体各自的方向发展，表现出相互烘托、交错递进的特色。

**应用：**

媒体融合进程中新闻报道创新策略（1）以“融合新闻”为报道策划的理念目标，通过媒介组织重构与流程再造，以多种载体的整合利用实现新闻资源的深入开发与优化配置，使新闻报道策划能够促成新闻传播的影响力扩展和媒介品牌的打造（2）以新闻内容的分众化定位为报道策划的着重点，根据不同载体的受众需求与介质特点设计不同的报道角度，进行不同的信息整合，实现各载体之间的相互支撑与有机联动，并由单纯的新闻传播向交流观点、分享知识和提供服务加以延伸与转换，为媒体形成产生品牌链提供新的资源（3）以新闻内容共同创造、互动传播与多媒体传播为报道方式变革的重点，提高报道策划水平。

**（二）次重点**

**识记：**

 新闻报道策划原则（1）取信原则：新闻报道要实事求是、取信于受众，选题策划要以客观存在为依据，方案设计要以新闻报道能全面、真实地反映客观存在为基准（2）创新原则：报道策划的价值在于通过精心谋划和周密组织使报道取得不同凡响的传播效果，因此从报道选题决策到报道方案设计都要追求与众不同、标新立异。在策划过程中，突破传统思维方式的创意、集思广益的智力碰撞、源源不断的创造灵感构成了策划的精彩内核，孕育出令人耳目一新的报道（3）变通原则：要把握传播的主动权，策划者就要善于审时度势，随时变通。策划报道时应尽可能对各种可能出现的情况进行分析，使方案具有灵活性、应变性；在报道实施过程中，要紧密关注各方面情况的变化，随时对报道作出修正和调整（4）实效原则：新闻报道策划的最终目标是使新闻报道获得良好的社会效益，同时也为新闻传媒争取更好的经济效益（5）可行原则：新闻报道策划的成果最终要在新闻报道实践中得到检验，因此报道设计方案必须具有可操作性，能够准确无误地指导新闻采编活动，在报道策划过程中，要注意对外部环境和内部条件分析论证，使每一步骤的设计都切合实际，能够扬长避短，具有可行性。

**理解：**

 **类型**（1）根据报道客体的发生状态划分：可预见性策划、非可预见性策划（2）根据报道策划的运行时态划分：周期性策划、非周期性策划（3）根据报道策划的运行方式划分：独立型策划、非独立型策划。

1. **可预见性策划**：指对能够提前获知的事件性新闻和非事件性新闻的报道策划，如卫星发射。**特点**：时间的相对充裕给策划工作带来方便，策划者可以充分利用报道开始之前的时段进行精心的设计和安排，做好前期准备工作。另外，新闻媒介对这一类的报道一般都积累了较丰富的经验，包括资料的储备也相对丰富，为报道策划提供了良好的基础。**难点**（1）容易形成固定的选题和报道模式，要有所突破和创新比较难（2）是所有新闻媒介的共同性报道题材，要在报道中表现出与众不同的风格特色比较难（3）新闻受众对这类报道接触较多，以往报道中存在的种种不足，容易造成受众的厌烦甚至逆反心理，对他们接受新闻信息会产生不利的影响。
2. **非可预见性策划**：指对无法预见的突发事件的报道策划，如地震。一般以灾难性事件、负面新闻信息居多。内容具有强烈的冲突性，容易引发受众普遍的共同兴趣，有助于报道策划获得立竿见影的实际效果。由于负面新闻信息表现的新闻事实万网比较复杂，人们看问题的角度不一、认识水平不同，对负面新闻事实的看法难以统一，这就使新闻报道策划面临着相对复杂的舆论环境。策划的关键在于把握时机，既要尊重新闻规律，又要正确引导受众。
3. **周期性策划**：指报社新闻采编部门对日常新闻报道的一种常规性策划，策划的时间具有周期性特点。优点：以制度化、规范化的策划运作保证新闻传播的质量和效果，这对于新闻媒介做好日常状态下的新闻报道，从而保证新闻媒介产品的质量稳定，具有重要意义。
4. **非周期性策划**：指根据报道需要临时进行的报道策划。周期性新闻报道策划是媒介新闻质量长期保持稳定的必要措施，非周期性新闻报道策划则是媒介赢得突发性重大新闻报道竞争的必要策略，前者需要有制度保障与流程管理，后者不受常规流程

约束，强调迅速反应和因时因地制宜。

1. **独立型策划**：指报道策划独立存在，与其他策划活动无关。报道策划者单纯策划对新闻事件的报道活动，报道者并不介入报道客体中。
2. **非独立型策划**：指报道策划与其他策划有关联，并相互间发生作用，如策划救助贫穷学生的公益活动，并且使这些活动成为报道客体，报道者身兼“报道者”与“当事人”双重角色，新闻报道策划与活动的策划、组织相互配合进行。
3. **一般**

**识记：**

报道效果目标：是报道者根据报道策划前期所掌握的信息，在对新闻报道可能取得的社会效果的预测的基础上所希求达到的目标。报道效果目标，为报道策划指明了方向，报道方案的设计将围绕实现这一目标来进行。

**理解：**

 策划者要接受的信息反馈：报道者的反馈、报道对象的反馈、有关部门和主管单位的反馈、读者的反馈。

报道方案的修正（1）修正报道思路：报道思路的改变意味着对报道选题的重新认识，并且相应地要改变报道范围和重心、报道规模、报道方法（2）调整报道内容：指在不变更报道思路的前提下补充或压缩报道内容，改变原来的发稿计划（3）调整报道的规模：指通过延长或缩短报道时间，增加或减少报道篇幅，提高或降低报道的版面地位等手段，改变报道的阵势和力度（4）改变报道方式：指变更报道的组织方式，使报道取得好的效果（5）调整报道力量与报道机制：改变原定的报道的人员部署和资金及技术设备的配置，建立新的报道机制等。

**第四章：新闻稿件的分析与选择**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生了解分析与选择新闻稿件的意义与方法，学会从几个方面分析新闻价值所在，学会对新闻报道的社会效果、媒介适宜性进行分析，知道分析与选择新闻稿件应注意的问题及“更正”的处理。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）重点**

**理解：**

 **社会效果分析：**基本原则：有利于国家和人民的利益，具有推动历史进步和人类和平的积极作用（1）将新闻稿件的内容与发布新闻的时机与社会背景结合起来考虑，要认真分析受众心理，立足于全局看问题（2）分析新闻稿件的社会效果，要注意用辩证的眼光（3）对稿件内容的合理、合法性进行分析，要杜绝有明显危害性质的新闻。

**媒介适宜性分析：**

1、根据媒介的功能定位，分析稿件是否符合媒体自身的功能体现

2、根据媒介的受众定位，分析稿件是否符合媒体的特定受众群体的需要

3、根据同题报道的”差异化“原则，分析稿件的媒介适宜性

4、根据媒体的性质与容量，从把握重点与平衡的角度分析稿件的媒介适宜性（1）稿件的整体结构、数量、质量要与报纸的性质和报道重点吻合（2）稿件的整体结构、稿件的类型和数量，要能够做到报道面与报道对象的平衡。

**（二）次重点**

**理解：**

分析与选择新闻稿件：意义（1）有助于落实新闻媒体的编辑方针（2）有助于满足受众的信息需求（3）有助于新闻稿件合乎新闻媒体的容量要求。程序（1）初选（粗选）—各部门编辑执行（2）复选（精选）—版面主编执行（3）定选—总编辑、编委会执行。思路（1）新闻价值分析（2）社会效果分析（3）媒介适宜性分析（4）真实性分析。注意（1）充分发挥稿件的各种用途，最大限度地开发利用新闻信息资源：可用稿、备用稿、内参稿、线索稿、转交稿（2）慎重、及时地处理每一篇稿件（3）重视作者的附稿信，处理结果尽快通报作者（4）注意发现人才、建立作者队伍。

**（三）一般**

**理解：**

“更正”的处理：需要更正的差错大致有两类：一类是新闻事实方面的差错，一类是新闻报道的立场观点有错。方式（1）以“来函照登”的方式进行更正（2）以编写“更正”的方式进行更正（3）以重新发布新闻的方式进行更正（4）以公开检讨的方式进行更正

**第五章：新闻稿件的修改**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生掌握新闻编辑对新闻事实的核实与订正的方法，学会对新闻稿件中立场观点的修正，熟知修改新闻稿件的具体方法。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）重点**

**识记：**

**新闻事实的基本要求**（1）真实：不真实的情况：作者虚构、东拼西凑、细节夸张、主观孤证、道听途说、作者有意“导演”（2）准确：指构成事实成分的名称、时间、地点、数字、引语等都必须准确无误。新闻事实的准确表述还与时间的变动有关（3）科学（4）统一：一是指在同一篇或同一组稿件中，关于事实的表述前后要相一致；二是新闻事实的表述方式要与全国规定的或通用的方式相一致（5）清楚：不清楚的原因：名称过于简单；缺少新闻要素；缺少必要的背景交代，读者难以理解新闻的价值和意义；缺少必要的细节交代，读者对事件发展变化的过程很难把握；缺少必要的解释，特别是一些专业性较强的新闻。

**应用：**

 核实与订正新闻事实的方法：（1）分析法：新闻编辑通过对稿件所叙述的内容和方法、写作条件等进行逻辑分析，发现其破绽和疑点的一种方法A检查新闻内容是否违反常识或不合情理，情节是否过于奇巧，对事实的表述是否含糊其辞B检查稿件的前后内容是否有自相矛盾之处C分析消息来源的可靠性D分析作者是否具备采写稿件的条件（2）核对法：新闻编辑借助有关资料，发现和纠正稿件中的事实差错的改稿方法，对所用资料的要求：要有权威性、是最新发布的、是直接的而非转抄来的（3）调查法：新闻编辑针对新闻稿件中有关事实表述中存在的疑点，对当事人或知情者进行调查核实的一种改稿方法。要特别注意调查的稿件：特别重要的新闻、批评性新闻、新作者的稿件、容易失实的作者的来稿、搁置了一段时间的稿件。

编辑修饰辞章的基本方法（1）校正：改正稿件中不正确的写法，包括稿件中的事实、思想、语法、修辞、逻辑：替代法、删节法、加按语法（2）压缩：通过对稿件的删节、删句和删字，使原稿在内容上更加重点突出，在章节上更加紧凑，在表述上更加简练：导语、背景资料、新闻主体（3）增补：补充原稿需要交代而又遗缺的内容：资料、回叙、新闻事实，注意A补充的内容要有确实可靠的根据B尽量征得作者的同意C资料紧扣新闻事实且少而精D通讯社的新闻稿一般不能自行增补（4）改写：1）改变主题与角度2）调整结构：条理清楚、波澜起伏3）改变体裁：为了突显某一特定内容，并使其具有相应的功能4）分篇：把一篇稿件经过必要的改写分成几篇稿件发表，重点突出，篇幅短小5）综合：把几篇稿件合成一篇统一的稿件，有利于反映形势，突出经验，省去重复：分析-主题-组织

**（二）次重点**

**理解：**

修改新闻稿件应注意的问题（1）将稿件放在新闻媒体的“参照系”中，确定最佳修改方案：媒体特性、受众水平、过去同类报道、当时报纸稿件的总体情况和版面需要（2）根据改稿时的实际情况与需要，确定由谁来改（3）使用正确的校对符号（4）充分尊重作者的意见，尽量使稿件保留原有特色（5）认真细致，防止出现新的差错（6）注意语言的规范性，注意使用有意义的新生语言

**（三）一般**

**理解：**

新闻稿件的修改难度更大（1）新闻稿件是以客观存在的新闻事实为报道内容的，因此内容表述必须与客观事实相符合，必须能真实、准确地反映事实（2）新闻稿件要在大众传媒上公开发表，读者广泛，社会影响力大，因此更加强调正确的舆论引导作用，在政治上有更高的要求（3）新闻稿件强调时效性，新闻编辑修改稿件有截稿时间的规定，必须迅速而高质量地完成任务

**第六章 新闻标题的制作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生掌握新闻标题的制作方法，学会对新闻标题的功能、种类和结构，熟知新闻标题拟定的具体方法。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）次重点

识记：
1、新闻标题的含义

2、新闻标题的三个特点

3、新闻标题的主要功能

理解：

 新闻标题发展的三个阶段：（1）“类题”（2）单行题（3）现代标题的出现和发展。

（二）次重点

识记：

 1、新闻标题根据标题于稿件的关系可以分为两大类：单篇新闻的标题和多篇新闻共有的标题（大标题）。还有一种介于新闻与标题之间的：标题新闻。

 2、单篇新闻的标题及其与文体的关系：（1）单篇新闻的标题共有五种：主题、引题、副题、提要题和分题。只有主题是可以独立存在的，引题、副题、提要题和分题都不能脱离主题独立存在。（2）单篇新闻标题与文体的关系：消息的标题、通讯的标题、新闻评论的标题、网络新闻的标题因文体的差异表现出的特点。单篇新闻采用什么形式，与新闻文体有密切的联系。

2、多篇新闻共同的标题： 是大标题，它可以是实题，提示新闻事实，也可以是虚题，表达立场观点。

3、标题新闻是以标题形式对新闻事实的简要报道，是介于标题与简讯之间的体裁。三个特点：（1）重要的新闻要素比较齐全（2）具备标题的结构和特点（3）标题新闻通常比较严肃、简洁、不加修饰或渲染。

4、实题与虚题的含义

（三）一般

理解：

1、新闻标题的结构分为单一式和复合式两类。

2、单一式结构的标题只有主题，没有引题和副题。

3、复合式结构的标题是有主题、引题和副题共同组成的，可以是引题加主题或主题加副题的形式，也可以是引题、主题、副题三者俱全的形式。

4、复合式标题要注意防止的问题

（四）重点

应用：

新闻标题制作的四个步骤和方法

**第七章 新闻照片与信息图表**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生了解新闻照片和图标信息的兴起与发展，学会对新闻照片和图标信息进行选择、编辑、设计和制作，了解互动式信息图表。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）一般

理解：

1、新闻照片与信息图表兴起的原因

识记：

2、新闻照片的主要作用

3、信息图表的传播优势

（二）重点

应用：
1、新闻照片的选择标准

2、新闻照片的采用方式和编辑方法

3、新闻照片的标题类型

（三）重点

应用：
1、信息图表的功能

2、信息图表的构成要素

3、设计、制作信息图表的准备工作

4、信息图表的设计要求与制作原则

5、设计、制作信息图表的重要环节

（四）次重点

识记：

1、互动式信息图表的概念和优势

2、互动式信息图表的类型

3、互动式信息图表的应用特征

理解：

互动式信息图表的设计框架

**第八章 新闻稿件配置**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生理解新闻稿件配置的意义，了解新闻稿件的组合和发展。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）次重点

识记：

稿件配置的意义

（二）次重点

识记：

1、稿件组合的含义

2、单篇稿件组合的关联或特点

3、同题组合的含义；确定同题组合稿件的思路

4、专栏组合的含义；专栏组合需要注意的问题

5、集中编排的含义

（三）一般

识记：

稿件发展的含义和主要方式

理解：
1、配评论的含义和特殊之处

2、加暗语的含义和两种类型

3、配资料的含义；内容、形式网络媒介分别需要配资料的类型

4、配新闻的含义

**第九章 版面设计**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，需要学生了解版面设计的基本知识、版面语言和板式。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）次重点

识记：

1、版面的含义

2、版面的基本功能

3、版面设计的基本原则

（二）一般

理解：

1、版面语言的含义和基本形式

2、版面空间的含义和包含的主要因素

3、编排手段的含义；字符、图像、线条、色彩和多媒体的特点或作用

4、版面布局的含义；稿件布局结构的类型；题与文布局结构的类型

（三）一般

理解：

1、板式的概念

2、报纸板式的概念和决定板式的要素

3、西方国家板式变化主要经历的阶段

4、我国报纸的主要板式类型

5、影响网页板式的因素

6、网页板式的常见类型

**第三部分 有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、教材**

**指定教材：蔡雯，许向东，方洁《新闻编辑学》（第三版），中国人民大学出版社，2014**

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡"认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通"的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共7学分，建议总课时126学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **章 次** | **内 容** | **学 时** |
| **1** | 新闻编辑概论 | **11** |
| **2** | 新闻媒介定位与新闻产品设计 | **13** |
| **3** | 新闻报道的策划与组织 | **15** |
| **4** | 新闻稿件的分析与选择 | **17** |
| **5** | 新闻稿件的修改 | **21** |
| **6** | 新闻标题的制作 | **18** |
| **7** | 新闻照片与信息图表 | **15** |
| **8** | 新闻稿件配置 | **13** |
| **9** | 版面设计 | **13** |
| **合 计** | **126** |

**五、关于命题考试的若干规定**

(包括能力层次比例、难易度比例、内容程度比例、题型、考试方法和考试时间等)

1、本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2、试卷中对不同能力层次的试题比例大致是："识记"为 20 %、"理解"为 30 ％、"应用"为 50 ％。

3、试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为2：3：3：2。

4、每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占65%，次重点占25%，一般占10%。

5、试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、简答题、名词解释题、应用题等题型。

6、考试采用闭卷笔试，考试时间150分钟，采用百分制评分，60分合格。

**题型示例**

一、单项选择题：

1、新闻标题中可以单独使用的是( )

 A.引题 B.辅题 C.实题 D.虚题

二、简答题：

1、编辑修饰辞章的基本方法有哪些？

三、名词解释题：

1、新闻报道策划

四、应用题：

1、假设你是一位当地晚报的值班编辑，请判断下面的一条新闻稿件在该报刊登是否合适，并说明理由。

驾驶员的高尚风格

 昨天是高等学校招生考试的第一天，有一个学生因为隔夜天热睡不着，等到一睡熟了又睡过了头。他乘上公共汽车时一看表，离高考时间只有十几分钟了，而考场离开这里又有好几站路。他急得几乎哭了起来。售票员和驾驶员了解了情况，驾驶员说："放心吧，我一定准时把你送到考场!"于是他开足马力，过站不停，风驰电掣般地把车子开到了考场，刚好离考试的时间还有两分钟。这个学生感激得说不出话来。满车乘客无不赞扬驾驶员的高风亮节。