

新闻学与传播学案例系列教材

# 全媒体新闻编辑 案例教学



吴飞 黄超 / 编著

中国传媒大学出版社

新闻学与传播学案例系列教材

# 全媒体新闻编辑 案例教学

吴飞 黄超 / 编著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全媒体新闻编辑·案例教学 / 吴飞, 黄超编著.

(新闻学与传播学案例系列教材)

—北京: 中国传媒大学出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5657-1108-4

I. ①全…

II. ①吴… ②黄…

III. ①新闻编辑—案例—高等学校—教学参考资料

IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 168706 号

新闻学与传播学案例系列教材

全媒体新闻编辑·案例教学

---

编著者 吴飞 黄超

策划编辑 司马兰 姜颖昶

责任编辑 司马兰 姜颖昶

封面设计 拓美设计

责任印制 曹辉

出版人 王巧林

---

出版发行 中国传媒大学出版社

社址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电话 86-10-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网址 <http://www.cucp.com.cn>

经销 全国新华书店

---

印刷 北京泽宇印刷有限公司

开本 787mm × 1092mm 1/16

印张 13.25

印次 2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

---

书号 ISBN 978-7-5657-1108-4/G · 1108

定价 45.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

# 总序

从本系列教材的策划到第一批面市，转眼四年过去了。其间中国社会和媒体的变化之大，令人目不暇接，更难全面理解其中玄机。这种巨变也给新闻传播教育提出了更大的挑战：原有的教学内容和方法哪些已经无效？哪些行将过时？对于本专业来说，还有一个特殊之处，那就是随着自媒体的崛起，师生教学关系是否已经从“前喻文化”变成了“后喻文化”？

“前喻文化”“并喻文化”“后喻文化”的概念源于美国女人类学家玛格丽特·米德。所谓“后喻文化”，在此特别是指在新媒体时代，学生通过互联网或其他现代学习手段，比家长、老师等长辈更早、更多地获得信息，更熟练地使用新媒体，而当学生对事物的感知与教师所教知识发生冲突时，学生会大胆或无情地对教师的“教育”进行评价或批判。

今天，对于站在三尺讲台前的教师来说，一个严峻的考验是：在应用型学科里，如果你讲课拘泥于传统套路，从概念到概念，或从抽象到具体，效果可能堪忧。如果讲述方式又是那么枯燥乏味，那么台下的学生即使不便公开表达不满，也会拨弄起手机来。换言之，“手机个人主义”正在改变我们的生活，而过度干预学生喜好的教师，是不会受到欢迎的。

我们再从方法论的角度来反思：即使教学效果尚可，从概念到概念式的讲课，极有可能令学生绝缘于火热的现实生活。而从抽象到具体的演绎法，其局限性是明显的：（1）不能解决思维活动中演绎前提的真实性问题。（2）不具有绝对性普遍意义。当事物由于发展而出现了一般没有的特点时，以一般演绎到个别往往不能成功。（3）得出的结论正确与否，有待于实践检验，不能从内容上确保其结论的真理性。

由此我们不难想象，教师组织教学活动中确实面临着不小的风险与陷阱。如何规避这些风险与陷阱，至少是当下高校教师的急务要务之一。而趣味性强、与演绎法反其道而行之的案例教学法应运而生。说来始于哈佛大学的案例教学法已有百年以上历史，但是引入中国只是近年的事情，而且主要的运用者还是商学院。

不过寥寥数年的实践，案例教学法的影响迅速超越了商学院。而在案例教学法的发源地哈佛，情况更是如此。这两年在中国走红的哈佛公开课，其中由迈克尔·桑德尔教授开讲的政治哲学课程《正义》系列，收获了巨大的反响和声誉。桑德尔借助假想案例，引诱

由“局外人”变成“局中人”的听众钻入其设计的困局，令上千学生忽而哄堂大笑，忽而转为沉思苦想，忽而身陷两难境地不能自拔。

入神于这些案例之后，学生的学习兴趣油然而生。于是桑德尔再交代本课程的学习要求和相关理论的要点难点，这时我们所看到的是学生们聚精会神地聆听和记录……去过哈佛的人都知道，这所名校校园不大，而桑德尔授课的地方实际上是一所老剧院——桑德斯剧院。能让偌大的剧院座无虚席，肯定不是一件易事。可以说，桑德尔不仅是杰出的社群主义哲学大师，而且是善于捕捉和拴住学生心灵的法师。

那么，新闻传播学能不能推出完整的案例教材系列？这恐怕难以做出肯定的断言，因为案例教学也有局限性。长江商学院院长项兵坦陈，案例教学至少有两个局限性：第一，见树木不见森林。如果没有可复制性，那么相关意义就不大。第二，中国变化特别快，案例容易过时，这与多年不变的美国不同。<sup>①</sup>

此外，案例往往以较短的篇幅材料来涵盖相当长的时间历程，很难在内容与时间历程之间保持协调一致。案例叙述的是某一事件，没有严整的结构，这样学生所获得知识、技能等也难以汇总进一个整体框架中。案例可能也会使学生形成一些不正确的概括化认识，易出现“过度概括化现象”。<sup>②</sup>案例教学不一定适合讲究系统性的新闻史和新闻传播理论课程。

但是，在日益丰富的新闻传播学的课程群中，至少有一半以上、甚至更多的与实践相关的课程是可能采用案例教学法的。本系列就是这样一种大胆尝试。我们规划的系列中，包括财经报道、媒体道德与伦理、媒体法、新闻摄影、调查性报道、深度新闻报道、融合新闻报道、新闻采访、全媒体新闻编辑、新闻评论、法治报道、网络舆情等。它们将陆续面世。

当然，出版系列案例教学教材是一种带风险的尝试，其绩效如何，端赖作为使用者的学生以及同行的评判。我们的初步努力一定多有不成熟之处和不周严之处，因此真心欢迎广大师生的批评和改进建议。

本系列教材从设计规划到编辑出版，始终得到了新闻传播学资深出版人司马兰女士的支持和关注，她的眼光和经验为本系列的可持续性提供了动力，在此我们深表谢意。

主编

① 刘丽虹：《项兵：案例教学局限性一目了然 前瞻得靠理论》，<http://bschool.sohu.com/20100526/n272362494.shtml>。

② 李志勇：《案例教学：理念·方法·示范》，<http://pppdlee.blog.sohu.com/841036080.html>。

# 前言

2014年3月28日晚20时16分，某娱乐周刊主编发布了一篇微博，暗示周一将会有重磅消息发布。许多网友和媒体人转发该微博并纷纷猜测该消息的当事人。有爆料称，某演员陷入出轨风波，并被拍下亲密照。此消息一经微博曝光，立即引发网友疯狂转发与评论。随后，多个认证的微博大号也都发微博证实此事。因该娱乐周刊为每周一出刊，众多网友留言“周一见”，旋即成为媒体热词。然而，未及周一，微博、微信等新媒体平台就曝光了此事的相关照片，内幕消息也被迅速披露。周一凌晨，还没等到当天上午读者上街购买，报刊业主就用手机拍下了该娱乐周刊的相关报道、照片，并上传至网络。一时间，传统媒体人士纷纷感叹，记者、编辑如何策划、潜伏、走笔，也不敌全媒体时代的疯狂与喧嚣。新闻、新闻人、新闻业、新媒体再次成为广大网民和传媒业界讨论的热点。

我们究竟可以从这则案例中收获什么样的经验和教训？作为即将进入传媒圈或者初涉传媒圈的年轻人，我们应当如何看待这样的案例？在这样一个计划赶不上变化的新闻浪潮中，我们应该如何坚守新闻人的内核？如何跟进最新的实操规律？这便是本教材想要探索的主要问题，更是我们努力呈现给广大读者的动力。

本教材认为，在全媒体时代，“新闻”正在呈现一种液态化的流动趋势，我们必须熟知这一信息生产的过程。“新闻编辑”就是其中的一个重要环节。

## 1. 实践操作是第一位的

在这个世界上，先有了新闻记者、新闻编辑这些职业，才有了新闻产业、新闻教育的发展。我们这本教材强调的“新闻编辑”是信息生产中的一个重要环节，而并非只是一个职业。“无实践，不新闻”——我们提倡实践才是新闻编辑的第一要义。

## 2. 新闻编辑的变与不变

新闻编辑所加工的元素不仅包括文字，还有图片、视频、音频、动画，等等。而随着媒体形态的发展和变化，新闻编辑的过程也在不断变化。本教材聚焦中国及国外最新的新闻编辑案例，关注全媒体时代不同媒体形态的新闻编辑操作，从报纸杂志、广播电视到报网融合、智能手机，再到社交网络、移动客户端，力求启发读者传统媒体的新闻编辑工作如何突破、媒介融合过程中的新闻编辑变革将走向何处、新媒体新闻编辑流程的前沿是什么。我们认为，对于新闻编辑这一信息生产环节来说，有些基本的工作内容、流程、标准

是不变的,但有一些却发生了质的变化,因此,我们应当关注全媒体时代中的新闻编辑动态。

### 3. 看重案例的指导性

本教材注重案例的生动性和鲜活性。每一讲都会花60%的篇幅介绍案例和具体的操作策略,20%的篇幅会用指导性的简明文字总结案例中的新闻编辑特点,最后用20%的篇幅总结国内外有关新闻编辑实务方面的最新经验和理论研究。我们力争全面收集、整理最鲜活的新闻案例(一半国内案例、一半国外案例),并用活泼、流畅的语言进行介绍,避免生搬硬套和说教。

### 4. 编辑不仅仅是一个职业

我们认为,在全媒体时代,新闻编辑这一信息生产过程已经不止局限于“编辑”这一职业了。一个优秀、称职的新闻记者更要理解、熟悉新闻编辑的基本要求、最新动态和未来发展。我们选择的话题和案例不仅仅局限于某一个单独的新闻编辑过程,而是从一个完整甚至是系列的新闻报道中寻找新闻编辑的魅力、创新和亮点。在我们看来,全媒体时代的新闻生产过程不再是割裂的,而是变得愈加不可分割。

### 5. 学界和业界的重度合作

本教材注重实践,因此组织了部分业界人士参与写作,是一次新闻学界、业界的高度合作。来自央视、《南都周刊》和《羊城晚报》等媒体的骨干记者及来自清华大学、浙江大学、中国人民大学的中青年学者为本教材贡献了自己的精彩观点。

此外,汤森路透消费者传媒中国区副总经理刘子建、凤凰新闻编辑客户端编辑阮洋、新京报报网编辑部编辑郭彦博、清华大学新闻与传播学院客座教授里克·邓纳姆(Rick Dunham)、《每日经济新闻》记者贺文婷对本教材的编写提供了弥足珍贵的帮助,他们为本教材提供了更多元的视角和更深邃的思考。

编者

# 目 录

---

## 第一讲 一场报纸与企业主的论战：编辑的专业主义离我们还有多远？ /001

报纸版面是有限的公共资源 /003

合理利用版面语言 /007

信源的真实和准确是编辑对报道负责的开始 /011

编辑的“把关人”角色还体现在审稿过程中 /014

守住职业道德底线，勿透支媒体公信力 /018

## 第二讲 跟着美国王牌节目学编辑：电视新闻编辑制作的要点与要求 /021

“波峰—波谷”式编排 /024

新闻组合 /026

多样化报道形式 /029

图文、动画的运用 /038

## 第三讲 消失的马航 MH370：突发事件电视新闻直播背后的编辑故事 /043

突发事件的直播形式 /045

新闻直播的内容选择 /048

入门：用图片帮助理解新闻中的复杂概念 /050

进阶：动画图片 加强理解 /052



升级：虚拟演播室 置身其中 /053

高级：实地试验 还原真相的尝试 /054

专家答疑解惑 提供角度 /056

用专家的话语表达媒体态度 /056

如何选择直播中的专家 /056

#### 第四讲 是“记者”，也得是“编辑”：媒介融合趋势下的新闻编辑技巧 /059

“雪崩”成新媒体专题代名词 /060

一次高超编辑技巧的集中体现 /061

无限接近真相的报道范本 /063

多媒体专题的自我救赎 /067

成功可否复制 /069

三快三慢 /072

蕴含其中的高标准 /074

#### 第五讲 融合编辑的“互动”本质：从一组政治话题的视觉化编辑说开去 /076

注意力时代的视觉化趋势 /077

联合新闻网与台湾政治新闻 /078

新闻标题也能视觉化编辑？ /079

融合编辑的基本元素：图片呈现 /080

图示动画编辑的视觉趣味性 /080

视频编辑应当原生态呈现 /081

文字编辑的视觉化呈现方式 /083

政治新闻为什么强调视觉化 /083

媒介融合与互动编辑 /084

新闻编辑互动形式的发展 /085

融合新闻编辑的互动形式 /086

行为影响式互动 /090

融合编辑互动的展望 /091

## 第六讲 大数据时代来了：社会科学研究方法在大数据编辑中的应用 /094

大数据与新闻编辑 /095

数据调研：大数据编辑的第一步 /097

数据呈现：大数据编辑需要“浅”表达 /105

传统媒体如何做到大数据编辑的“巧”应用 /109

## 第七讲 为什么这些报道能获奖？美国普利策新闻奖作品的多媒体编辑 /114

图文影像的立体式呈现 /117

数码工具的视觉交互展示 /119

综合叙述语境中信源的全面考察 /122

形式：多种适当媒介传播符号的使用与融合 /124

不同题材多媒体编辑的媒介选择 /127

## 第八讲 你的手机能编辑新闻吗？突发事件中公民新闻的编辑要义 /132

人人都能当记者 /134

表现形式：重点在于内容互动 /136

生产模式：关键是移动终端 /139

实践策略：核心在于新闻交易 /142

智能手机新闻内容的特点 /145

智能手机新闻生产的特点 /146

内容生产创新机制的建构 /148

编辑应更加注重客户端的阅读体验 /149

## 第九讲 如何当好社交媒体编辑？国际财经媒体中文网的社交编辑策略 /151

路透中文网的社交媒体运营现状 /153

运营者：编辑部与市场部的合作 /156

路透中文网社交平台运营的问题 /160

社交媒体信息的“硬”与“软” /164

国际财经媒体在华社交媒体的发力点 /166

启示与建议 /174

## 第十讲 移动时代，和你一起走的新闻：移动新闻客户端的编辑特色 /177

手机新闻客户端案例讨论 /179

手机新闻客户端编辑特色 /188

移动新闻客户端及其用户特点 /190

移动时代，客户端编辑走向何方？ /195

后 记 /199

## Chapter 1

# 第一讲 一场报纸与企业主的论战：编辑的专业主义离我们还有多远？

- ▶ 报纸版面是有限的公共资源
- ▶ 合理利用版面语言
- ▶ 信源的真实和准确是编辑对报道负责的开始
- ▶ 编辑的“把关人”角色还体现在审稿过程中
- ▶ 守住职业道德底线，勿透支媒体公信力

## 主案例 《京华时报》关于“农夫山泉标准门”的系列报道

2013年4月10日,《京华时报》以一篇题为《农夫山泉被指标准不如自来水》的报道,拉开了近一个月的“农夫山泉标准门”系列报道的序幕。据统计,从4月10日到5月8日,《京华时报》20天内共计刊登76篇、87万余字关于“农夫山泉标准门”的负面新闻报道和评论内容。这些报道和评论,散布在该报的“各地热点”、“财经重磅”、“财经综合”、“财经人物”、“财经动态”、“财经焦点”、“财经理财”、“特别报道”、“声音”和“京华聚焦”10个版面。而关于“农夫山泉标准门”的相关标题出现在《京华时报》头版的次数更是多达13次。

但是直到最后,读者也没能在《京华时报》里读到最想知道的问题的答案——农夫山泉的水到底还能不能喝了?对《京华时报》来说,这个问题回答起来到底有多难?

事实上,《京华时报》并非第一家站出来质疑农夫山泉的水质存在问题的媒体。早在2013年3月14日,某知名网站就发表了《农夫山泉有点悬:水中现黑色不明物 5年来屡被投诉》一文,随后又跟进了《农夫山泉回应公告撒谎 黑色不明物依旧是谜》《农夫山泉丹江口水源地上演“垃圾围城” 水质堪忧》《农夫山泉自订产品标准允许霉菌存在》等多篇报道。

但《京华时报》以其更广泛的读者对象<sup>①</sup>和更权威的媒体形象,通过长达一个月之久的系列报道,把农夫山泉推至舆论的风口浪尖。2013年5月6日,农夫山泉召开新闻发布会,会上与《京华时报》记者发生了冲突。2013年11月4日,农夫山泉向国家新闻出版广电总局举报《京华时报》“农夫山泉标准门”事件为虚假报道。<sup>②</sup>

《京华时报》不但没有收获舆论的掌声,反而备受学界专家、媒体同行和读者受众的诟病,自身媒体形象大打折扣。《京华时报》的媒体“监督战”变成了和农夫山泉的“口水战”,网易、凤凰网、红网等门户网站都专门为“农夫山泉举报《京华时报》‘虚假’报道”开设专题,关注此次事件的发展演进。

在《京华时报》与农夫山泉一来二去的口水风暴中,农夫山泉面对媒体的质疑和监督时所呈现出的回避、不承认、不道歉,反咬《京华时报》是“舆论暴力”的危机公关形式固然存在很多问题,但是这一事件的另一个主角——《京华时报》,从监督报道的客体最终变成公共事件的主体,这其中它所存在的问题又有哪些?尤其是在内容和版面编辑上存在哪些问题?这一事件能否对媒体的监督报道有所启示?在行使监督权的时候,媒体又该如何把握限度?作为一种公共资源,报纸版面又该如何做到合理利用,最大化地为公共利益服务?这些都是本讲要讨论的问题。

<sup>①</sup> 《京华时报》的发行量稳占北京早报市场70%以上的市场份额,绝对发行量遥遥领先于其他竞争媒体。2010年10月,在世界报业、新闻工作者协会发布的2010年全球报纸发行量前100家报纸中首次进入世界发行百强行列。参见百度百科“京华时报”词条。

<sup>②</sup> 沈静文、刘祎辰:《农夫山泉举报起诉京华时报索赔2亿 称其虚假报道》,2013年11月5日,http://news.xinhuanet.com/yzd/travel/20131105/c\_118006463.htm。

## 报纸版面是有限的公共资源

从2013年4月10日到5月8日,《京华时报》在近1个月内,共发布76篇报道和评论,构成了“农夫山泉标准门”事件的系列报道。如农夫山泉董事长钟睺睺所说,《京华时报》“开辟了一家媒体批评一个企业的新闻记录”<sup>①</sup>。

媒体对认为有新闻价值的选题加大火力进行报道无可厚非,何况饮用水水质这样的食品安全问题,事关全国人民的饮用水习惯,正如2008年的三鹿问题奶粉事件。虽然此前的网络揭发受到各种阻挠,但“农夫山泉标准门”事件一经曝光便震惊全国,中央电视台、《人民日报》《南方都市报》《新京报》等全国各大媒体纷纷跟进,新华网、新浪、搜狐、网易等门户网站也开设了相关专题。

这种对事关公共利益的公共事件的集中关注和报道,反映出媒体作为一种公共资源得到了合理的使用,媒体的社会监督权也得到了有效行使。

在“农夫山泉标准门”事件的报道上,对比同一时间段其他媒体的报道重点,我们可以发现,《京华时报》的做法,已经超出了通常的报道规模和监督力度。

从2013年4月10日至5月10日的一个月内,北京各大媒体关于“农夫山泉标准门”事件的报道和评论共有191篇。如表1—1所示,其中《京华时报》以76篇居首位,占据总数的近三分之一。《京华时报》对此事的新闻价值判断和它所投入的版面、时间等资源,在某种程度上超过了整个行业判断标准的共识(见表1—1)。

表 1—1<sup>②</sup> 北京各大媒体关于“农夫山泉标准门”事件的报道和评论

媒体名称	新报道总量(篇)	1,000~2,000字的报道量(篇)	2,000字以上的报道量(篇)
《京华时报》	76	33	10
《新京报》	15	7	3
《法制日报》	13	7	
《证券日报》	8	6	0
《北京晨报》	7	0	1
《北京商报》	7	2	0

<sup>①</sup> 钟睺睺:《京华开创一家媒体批评一家企业新闻记录》, <http://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/20130506/160215362114.shtml>, 2013-05-06。

<sup>②</sup> 陈力丹、毛湛文:《规范传媒监督行为——评议农夫山泉“标准门”事件中〈京华时报〉的表现》,载《新闻记者》,2013年6月,第44期。



京华—农夫论战  
专题视频

### 公共利益

是指不特定的社会成员所享有的利益。各国立法基本上都没有对公共利益进行精确的定义,而只是采取了抽象概括的方式来规定。

究其原因,乃是不得已而采取的方式。因为公共利益的最大特点在于,它是一个与诚实信用、公序良俗等相类似的框架性概念,具有高度的抽象性和概括性。

正因为如此,执法者在行使公共权力的过程中,可以根据社会生活发展和变化的情况来维护某一种具体的公共利益,实现社会实质的公平和正义。

续前表

媒体名称	新报道总量(篇)	1,000~2,000字的报道量(篇)	2,000字以上的报道量(篇)
《中国经营报》	7	3	3
《中国质量报》	7	3	2
《北京青年报》	6	4	0
《工人日报》	6	3	1
《经济日报》	5	3	0
《检察日报》	5	3	0
《中国经济导报》	5	2	1
《北京晚报》	4	1	1
《法制晚报》	4	2	1
《人民日报》	4	0	1
《中国企业报》	4	1	2
《中国证券报》	4	2	1
《北京日报》	3	0	1
《环球时报》	3	3	0
《经济参考报》	3	2	1
《科技日报》	3	1	0
《中国报学报》	3	0	1
《中国青年报》	2	0	0
《光明日报》	1	0	0

从对头版的利用来看,2013年4月10日至5月10日期间,《京华时报》共有13天的头版涉及“农夫山泉标准门”事件的报道,如表1—2所示。

表 1—2 《京华时报》头版涉及“农夫山泉标准门”的报道

时间	头版中关于“农夫山泉标准门”的内容
4月10日	农夫山泉被爆料标准不及自来水
4月15日	地方政府被指袒护农夫山泉
4月16日	上海检测报告佐证农夫标准低 京华时评:引用标准不可任人玩弄 资本论:标准面前谁也跑不掉
4月17日	农夫山泉一天两次成为被告 其一直不配合采访,却无端指责本报不采访
4月18日	农夫山泉所用浙江地标滞后于国标6年未更新 10专家联名敦促农夫执行高标

续前表

时间	头版中关于“农夫山泉标准门”的内容
4月19日 (整版头版)	国家卫生计生委厘清标准之争：国家标准，地方标准废止 协会决定开除会员农夫山泉 农夫质量问题屡被媒体曝光 京华时评：与其谩骂媒体，不如直面标准 《京华时报》关于农夫山泉“标准门”系列报道的严正声明
4月20日	浙江地标不适用省外生产水 京华时评：请农夫山泉对着国标照镜子
4月25日	浙江省卫生厅：瓶装水浙江标准应自行废止，农夫山泉应立即 整改；资本论：农夫山泉“标准门”是一面镜子
5月2日	农夫山泉标签陷入“三重门”：水源门、名称门、营养门
5月3日 (1/2头版)	北京市桶装水销售协会通知下架农夫山泉桶装水 卫生计生委：食品地方标准清理年底前完成 京华时评：无视程序价值，农夫山泉有点悬
5月4日 (头版主图)	北京多数水站下架农夫山泉桶装水
5月6日 (1/2头版)	北京质监局介入调查 农夫山泉桶装水因标准问题在京停产 四问农夫山泉，请正面回答 京华时评：我们为何不懈追问农夫“标准”
5月7日 (头版主图， 占头版3/4)	农夫拒绝弃用低标准 桶装水被质监局要求停产 发布会上扬言退出北京市场 新华社：农夫检测报告非抽检，山泉概念误导消费者 京华时评：北京欢迎负责任的企业
5月8日	食品标签名不副实即立案查处：瓶、桶装水亦在整治之列

鉴于《新京报》和《京华时报》同为北京地区的都市报，受众面和社会影响力也有一定的可比性，所以选题角度也存在可比性。在农夫山泉相关内容出现在头版的13天里，2013年4月19日、5月3日、5月4日、5月6日和5月7日这5天的《京华时报》，都用了超越1/2个头版面介绍农夫山泉事件的进展情况。而这5天的《新京报》头版如表1—3：

表1—3

《新京报》头版内容

时间	《新京报》头版内容
4月19日	中央削减1.26亿三公 美国化肥厂爆炸 蘑菇云似“核爆” 农家乐院内禁散养鸡鸭 今年高考题调难度减负



续前表

时间	《新京报》头版内容
4月19日	唐慧案背后的信访压力 遇有害气体 全村猪狗毙
5月2日	微博报警纳入110指挥中心 返京潮 部分机场的士“趁晚宰客” 京二手房上月成交降九成
5月3日	出租车服务差 经营者最高罚2.8万 北京军区：此前所购豪车挂新牌继续用 成本高盗版多 地坛书市停办 幼儿园抢生源 投毒致两童亡
5月4日	涉地沟油犯罪最高可判死刑 H7N9 极度重症患者首次治愈 山东省原副省长黄胜一审判无期 港立法会同意拨款亿元赈灾 煤二代两身份证在京买房109套
5月6日	新发地：加强潍坊生姜监测 直通园博园 14号线迎客 故宫回应“不堪一击”：玻璃是1949年前的 沪掺假羊肉疑进多家火锅店 鄂采购盗版字典320万册
5月7日	居住证管理办法今年出台 最高法高官：法院要防冤案 宁错放不错判 出租车调价：今日发布方案 15天后听证会 广渠门凶案：疑犯身份查明 感情纠葛所致

由表1—2、表1—3的对比可以看出，在《京华时报》花费十几天时间利用头版版面资源对农夫山泉的水质标准进行长时间、大规模的监督报道的时候，《新京报》头版关注的议题主要有北京出租车调价、地坛书市停办、高考减负等京内热点事件和H7N9这样的全国性卫生公共事件，没有一条涉及农夫山泉水质标准问题的报道出现在头版版面里。

对比看来，作为一家面向北京的区域性都市报，这一时期《新京报》的头版选题更有新闻价值，在选题的时效性、重要性、趣味性、地区性的平衡上也做得更好。

媒体不仅是传播信息的一种工具，更是一种有极大影响力的公共资源。报纸版面和电视的播出时段一样，是媒体议程设置的重要手段，同时也是一种有限的资源。媒体应该合理利用新闻版面和播出时段为公共利益服务，而不是把这种议程设置的手段当作一种话语特权，成为为自己造势

#### 报纸版面的含义

版面是各类稿件在报纸上编排布局的整体产物，是读者首先接触到的对象。

#### 报纸版面的功能

(1) 版面语言是报纸引导舆论的重要方式。