

NEWS

国外新闻人
实用操作教程

SPORTS JOURNALISM
A Practical Guide

体育新闻 从入门到精通

〔英〕菲尔·安德鲁斯 (Phil Andrews) 著
周黎明 译

NEWS

国外新闻人
实用操作教程

SPORTS JOURNALISM
A Practical Guide

体育新闻 从入门到精通

[英] 菲尔·安德鲁斯 (Phil Andrews) 著
周黎明 译

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

体育新闻：从入门到精通 / (英) 安德鲁斯著；周黎明译．

北京：中国人民大学出版社，2010

(国外新闻人实用操作教程)

ISBN 978-7-300-11959-5

I. ①体…

II. ①安… ②周…

III. ①体育-新闻报道-教材

IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 059350 号

国外新闻人实用操作教程

体育新闻：从入门到精通

[英] 菲尔·安德鲁斯 (Phil Andrews) 著

周黎明 译

Tiyu Xinwen: cong Rumen dao Jingtong

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010 - 62511242 (总编室)		010 - 62511398 (质管部)
	010 - 82501766 (邮购部)		010 - 62514148 (门市部)
	010 - 62515195 (发行公司)		010 - 62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京山润国际印务有限公司		
规 格	160 mm×230 mm 16 开本	版 次	2010 年 6 月第 1 版
印 张	13.25 插页 2	印 次	2010 年 6 月第 1 次印刷
字 数	199 000	定 价	32.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

目 录

第1章 导言：这是世上最好的工作吗？	001
第2章 语境背景：媒体环境	005
第3章 体育编辑部	024
第4章 信息来源	037
第5章 印刷新闻：报道体育活动	047
第6章 印刷新闻：体育新闻和体育摄影	069
第7章 印刷新闻：体育特稿	088
第8章 采访	114
第9章 广播媒体	128
第10章 在线出版	159
附录1 获得一份工作	171
附录2 体育新闻记者的工具包	176
附录3 版权	179
附录4 体育类图书和电影	181
附录5 法律和道德问题	187
重要术语	190
参考书目	198
索引	200
译后记	205

1 导言：这是世上 最好的工作吗？

这是世上最好的工作，不是吗？周游世界；坐在体育场最好的座位上 1
免费观看重大体育赛事；与明星选手和运动员交往；在报纸上看到自己的大名；在广播或电视上向好几百万人进行转播；有了这些特权还能挣大笔的钱。这就是许多人眼里的体育新闻撰稿人的工作。但现实也许很不相同。体育新闻撰稿人的工作十分辛苦，必须在紧张的截稿期限之前完成工作；他们工作时间长，没有交往的时间（他们大多数人在晚上或周末都要工作）；大量时间都要花在研究和准备上面；体育知识要达到与大多数狂热的读者或听众一样深的水平；要赢得包括选手、教练和管理人员在内的有关人士的广泛信任；还要具备能在困难环境中快速、准确和有趣地进行体育新闻写作的能力。

即便如此，为了获得体育新闻所带来的实实在在的奖金以及满足感，愿意忍受上述一切的还是不乏其人。人们对媒体工作尤其是体育新闻工作的追求热情几乎超过了其他任何工作。幸好这种就业机会也在不断地扩张——但媒体包厢永远都容纳不下所有抱负远大的体育新闻记者。

体育是英国媒体发展最快的一个部门，在大多其他英语国家也同样如此。不久以前，那些身着法兰绒的糊涂蛋们的功绩还被限制在报纸后面的两三个版和周末下午的广播和电视上。而今天，运动员已成为这个星球最知名和收入最丰的人士。人们希望读到和听到他们的消息，满足人们这种需求的各种排名因而不断涌现。现在体育人士比起社会上几乎任何人都更 2
多地受到媒体闪光灯的青睐。100 名记者争相报道一场英格兰超级足球联

赛的事一点都不奇怪，在媒体看来，国家队经理们的工作在重要性方面排在了第二的位置，仅次于国家元首。

体育报道对于印刷媒体和广播媒体的健康与繁荣至关重要。英国报业市场是世界上竞争最激烈的市场之一，而且体育版的竞争更有愈演愈烈之势。许多全国性报纸和周日报将体育报道从几年前排在倒数两三版，扩展到现在的每天由多达 28 个大版面组成的单独部分——比综合新闻版或艺术版的篇幅都要大。

在广播媒体方面，体育在公共和商业部门催生了新电台——英国广播公司的第 5 直播体育台（BBC 5Live）和评论体育台（Talksport）。体育同样处于电视收视率战场的最前方。重大体育赛事的转播权在地面、卫星和有线频道之间的竞争异常激烈。天空电视台（Sky TV）作为一家卫星广播公司的成功，并不是按照原先设想的那样依靠首播故事片所取得的，而是通过获得主要体育赛事的转播权而获得的。这样，广播业的强势需求使得体育赛事的日程表得到调整，瓦解了星期六下午转播足球比赛的传统定势，鼓励在白天或晚上都进行板球比赛，并将 13 人橄榄球（Rugby League）^① 从冬季体育运动项目变成夏季体育运动项目。

互联网的迅猛发展产生了大量致力于体育的网站，这些网站由传媒组织、体育俱乐部以及体育爱好者经营。这种新技术也为体育新闻记者提供了更多的就业机会，因为它通过网络或手机上提供有关体育内容的更新和报道，为媒体提供了额外的收入来源。除了体育网站外，最大型的体育俱乐部目前还都拥有自己的电视频道，随着越来越多的体育组织对商业机会的觉察，这种趋势还会继续扩大。

发现体育如此吸引媒体的原因并非难事。不管世上发生什么（抑或没有发生什么），媒体都有相同数量的版面和播放时间要去填补，然而，硬新闻却是一个无法预测的商品。更重要的是，许多人发现政府和政治家们制造的新闻经常很无聊，因为政党派别为赢得大众的支持而在中立地带挤作一团，早已失去了制造矛盾和争论的能力。

体育与此恰恰相反。它在一定意义上有预告性，因为媒体提前几个月

^① 又译联盟制橄榄球。每队由 13 人参加的半职业性的联盟制橄榄球，故名。本书脚注均为译者注。——译者注

就可以知道即将举行的重大赛事，体育有自己内在的兴奋点和戏剧性，以及明星阵容。这样看来，好莱坞其实太幸运了。

国际体育赛事日程表包括了从世界杯到奥运会，从国际板球锦标赛到美国橄榄球超级杯赛（Super Bowl）^①，从英国全国越野障碍赛马到牛津与剑桥大学之间进行的一年一度的划船比赛的各种赛事，无休无止。体育本可以被发明成一种产业，销售每天所需剂量的感官刺激。

体育还本可以设计成为那些喜欢写作的人们提供现成素材的来源。这个要素对成功的体育写作来说，就像对欣赏体育而言一样不可或缺。“体育新闻撰稿人”（sports writer），正如它的结构所示，由两个词——“体育”（sports）和“撰稿人”（writer）——组成，你需要对二者都充满热情才能成功。单纯的喜欢橄榄球、田径或赛跑是不够的：你必须能够用生动的、娱乐性的方式愿意将知识和热情传递给他人，而且，你还要像你报道的运动员必须花时间训练一样，愿意付出大量时间来磨炼你的写作能力。

体育新闻是一种专业写作形式，它被细分为范围较窄的专业领域。主要体育运动项目如足球、板球、橄榄球、田径、高尔夫球、网球以及田径项目，通常都由这些运动项目领域的专家进行报道。为什么呢？因为体育爱好者非常了解他们喜爱的运动项目和运动队，如果体育新闻记者不想表现得愚笨无知的话，他们就需要具备相当的知识。及时了解主要体育项目每天的进展是一项全日制工作。只有少数新闻记者能够挑选他们要报道的体育项目和赛事。他们通常是最聪颖、机智和敏锐的作者——专栏或特稿（feature）作家，用流畅简练的风格打造出特色报道来描述体育世界的重要时刻。

然而，体育写作涉及的内容远比只是报道重大赛事要多得多。不管世界上在发生什么事，媒体都有要填补的篇幅，他们通过跟踪赛事及时更新报道，介绍运动员、分析运动员的表现以及用源源不断的背景新闻和特稿来刺激消费者的胃口。体育报道经常也会跳出体育版的范围，比如备受瞩目的名人的各项活动也会出现在报纸的头版、新闻简报的前列或涉及其他如时尚、商业或医药等专业领域时。

^① 美国国家橄榄球联盟（National Football League, NFL）自1967年在美国举行的全国橄榄球总冠军赛。比赛在美国橄榄球联合会（American Football Combination, AFC）和美国国家橄榄球联合会（National Football Combination, NFC）产生的冠军之间进行。参见第6章练习。

4 想要成功地报道体育，你不仅需要知道你所从事的媒体的要求，还需要了解消费你的作品的受众。严肃报纸、通俗报纸或专业体育杂志均有其独特的风格，印刷媒体记者和播音员也会从不同的角度来报道体育赛事。广播需要一整套不同于电视的技能，而互联网新闻则完全是一种新生事物。本书将帮助你掌握上述技能。体育新闻记者的技能是可以通过学习而掌握的。事实上，初学者要比那些试图掌握几乎其他所有技能的人们有优势。我们许多人每天都在消费专业体育新闻记者的作品，会无意识地从中学汲取一些经验。而且，体育新闻行业所需要的工具方便便宜：只要有纸笔，且只需听到广播或看到电视和报纸就行。

本书下列各章将体育新闻记者的工作按其组成部分进行分解，并详细介绍体育新闻记者工作技能的各个方面。为了帮助你融会贯通地掌握这些技能，并将这些技能提高到专业水平，我们在下列各章中还提供了专门设计的练习。

本书在结尾部分提供了如何进入这个竞争异常激烈的领域的建议。这需要坚定不移、百折不挠的信念和长期潜心好学的精神。但只要你为上述一切做好了准备，其实报道体育新闻可以成为世上最好的工作。

语境背景：媒体环境

内容提要

媒体对体育的影响
体育对媒体的影响
体育部和体育新闻记者的组织与实践
媒体市场和受众素养
体育的文化意义

5

学习目标

- 理解媒体的组织和需求
- 认识体育新闻对媒体商业成功的重要性
- 识别在体育市场范围内制约传媒组织运作的因素
- 理解在不同市场中，决定新闻组织体育议程的因素
- 认识媒体受众决定内容和形式的方式

媒体在发达国家的文化中起着重要作用。随着人们闲暇时间的增多，广播和电视日渐普及，除了家里以外还有汽车、酒吧和俱乐部等地，对能满足不断发展的媒体市场的素材的需求变得日益迫切。闲暇时间的充

6

裕也导致了公众对体育兴趣的急剧高涨，与之相适应的是，主要体育俱乐部和组织的商业成功不断扩大。曼彻斯特联队、皇家马德里队和纽约扬基棒球队不再是简单的体育俱乐部，而是成为全球品牌。

传媒组织想要在竞争极度激烈的市场上继续保持成功地位的话，它们就必须反映我们的文化倾向和消费者的兴趣趋势。实际上，媒体不仅反映了它们运作的文化以及读者和观众的兴趣，同时也帮助制造这些文化和兴趣。

□ 媒体对体育的影响

近来对体育不断高涨的兴趣大部分应归功于媒体，特别是卫星电视，卫星电视购买主要体育赛事的转播权，并大力推广这类赛事，使之成为销售卫星电视业务最有效的方式之一。为了竞争，地面电视（和广播）频道不得不竞相效仿。由此导致了媒体转播权价格的攀升，以及体育俱乐部、政府机构和专业体育人士收入的极大增长。这成为了许多体育俱乐部转变为大型企业的一个重要因素。

但电视媒体向体育的大笔投资也增加了其将体育为己所用的能力。早先澳大利亚传媒巨子克里·派克（Kerry Packer）^①在20世纪70年代将灯光照明系统引入了国际板球比赛，接着电视的兴起在世界范围内刺激了人们足球兴趣的增长，并扩大了如欧洲冠军联赛的竞争激烈程度。电视甚至改变了某些体育运动项目的传统习惯：13人橄榄球，一个在英格兰延续了一个多世纪的冬季体育运动项目，出于广播公司的利益考虑，现在已经成为一项夏季体育运动项目。电视把体育变成了一种商品和一种销售工具。

^① 克里·派克 [Kerry (Francis Bullmore) Packer, 1937—]，传媒巨子，生于澳大利亚悉尼。他继承了其父派克爵士的澳大利亚统一出版集团，在畜牧业、矿业、房地产方面均有投资，被认为是澳大利亚最富有的人。原著提到的内容，是指他在1977—1978年板球赛季创办了“世界板球系列赛”，与参加国际决赛阶段比赛的主要板球选手签约，邀请他们参加在同一天举行的淘汰制系列赛和“超级国际决赛阶段比赛”。比赛在灯光球场举行，运动员身穿色彩鲜艳的运动服，而电视转播权由澳大利亚统一出版集团的第9频道电视台独家拥有。这导致了澳大利亚统一出版集团与国际板球组织的纠纷，引起了诸多法律争端。

□ 体育对媒体的影响

传媒组织相应地得到了发展壮大，并适应了这种形势发展。它们创建了新的电台和电视频道专门从事体育新闻报道，并开发出革命性的新节目，如听众热线直播节目（sports phone-ins）和比赛结果滚动播报等（rolling results services）来吸引和保持观众和听众的数量。定位于特定人群如年轻男性的某些特定领域和生活方式的出版物也出现了一个同等的发展。通过报道综合体育新闻或单独的运动项目，传媒组织划分出了特定市场。

发达国家的报纸用越来越多的篇幅来报道体育。这一方面是响应了各个社会经济阶层的人们对体育的高涨热情，另一方面也是因为报业媒体意识到电视对人们生活的影响，并设法将这种影响反映在自己的报道之中。像鲁珀特·默多克（Rupert Murdoch）国际传媒集团（International Group）那样的跨国公司传媒组织都拥有自己的卫星电视网和报业公司，这无疑提升了电视体育节目对报纸的影响。即使那些没有在电视方面进行投资的报业集团，也被迫给予电视体育节目更多的关注，因为订阅了卫星电视频道的读者希望得到这种服务。

随着互联网的出现，试图从广告和销售在线服务中牟利的各种传媒组织创办了大量的体育新闻网站。与其他在线投资一样，许多这类体育新闻网站无以为继——互联网泡沫（dot.com bubble）破灭后，各个网站都开始清算合并。许多这类体育网站现在由在线赌博公司所有，这些公司利用网站上的体育内容作为诱饵来吸引消费者。

最好和最成功的网站，是那些由有实力的传媒组织以及将网站作为一种营销工具的体育俱乐部和组织，如英国广播公司等经营的网站。

□ 体育部

体育对传媒组织如此重要，以至于除小规模以外的所有传媒组织都把体育部作为编辑队伍的组成部分来运作，并配备职业体育记者。在美国报业部门中，无论是全国性的，还是地区性的报业公司，体育部都是三个传

统编辑部门之一，其他两个是新闻部和特稿部，这三个部门组成了编辑队伍。

体育部有自己单独分配的版面，可能以独立（free-standing）形式或位于出版物中靠后的部分；体育部有专人编辑自己的版面。通常，体育部由一名体育版主编领导。体育版主编向报纸主编负责，并与新闻版主编和特稿版主编、助理编辑（sub-editors）以及产品主管一起参加编辑会议。

编辑会议确定当天的新闻议程和第二天报纸分配给每个部门的篇幅。分配给体育部的版面数量往往每天都不同，它取决于当天是星期几和某既定日期的体育议程。体育版主编必须知道他打算用什么内容〔通常为新闻组合、赛事报道、特稿和评论（opinion pieces）〕来填补版面以及由谁来提供稿件——是职员记者（staff reporters）、自由记者（freelance），还是通讯社。

□ 体育新闻队伍

大多体育部都拥有数量较少的职员记者。除了体育版主编外，体育部还经常设有一名首席体育新闻撰稿人（chief sports writer），他的工作通常是要提供当天主要赛事的一篇描述性特色报道（colour piece），所以，首席体育新闻撰稿人将要报道的体育内容十分广泛。体育部也可能有两三名记者负责报道所辖地区主要的体育项目如足球，也许有一名记者要报道两三个其他主要的体育项目，如15人橄榄球、板球和赛马等。有些全国性报纸会让记者常驻一些特定城市和地区报道主要体育项目如足球，这样，他们就能够与他们报道地区的俱乐部和个人建立密切的关系。

其他像13人橄榄球、高尔夫球、网球和田径等主要体育运动项目，也许由自由记者进行报道。他们与个别报纸有联系，提供某些体育的日常报道。其他一些自由记者以前可能是职业运动员，也许有提供评论或专家分析的资源或渠道。一些体育编辑部还依靠通讯社报道像曲棍球、冰球和篮球等小众体育运动项目。此外，在周末或为了重要的星期三体育节目，特约记者（stringer）还会受邀提供其他的赛事报道。

上述作者提供的稿件由助理编辑处理。助理编辑的工作是要核实稿件的真实性、检查拼写错误和语法错误、确保稿件符合报纸分配的版面，并撰写标题和图片说明文字。有些助理编辑还要参与排版和设计。当大量体育赛事举行的繁忙期来临，如星期六下午，“临时的”自由助理编辑就会加入这个“助理”职员队伍。

□ 作品标准

体育文章一度有着懒汉们（lazy hacks）堆砌陈词滥调的名声。如果今天这类记者还存在的话，他们也许很难找到工作。

报业公司体育新闻记者队伍的素质是报业公司在这个竞争市场中保持受众份额的重要因素。体育文章的标准近年来得到了极大的提升，现在的体育文章可与其他任何新闻形式的最佳作品相比肩。无论是在大众市场还是在“高品质”媒体，这都是一个普遍现象。有些体育文章形式，如作家内维尔·卡杜斯（Neville Cardus）^①和艾伦·罗斯（Alan Ross）^②的板球文章有着悠久、辉煌的历史。现在其他体育项目新闻的撰稿人已经迎头赶上，优秀的现代体育新闻作品随处可见。

□ 无线电台和电视

电台或电视台编辑部的体育新闻队伍，与报纸体育新闻队伍的运作方

① 内维尔·卡杜斯（Neville Cardus, 1889—1975），英国作家和评论家，出生于英国曼彻斯特。长期为《曼彻斯特卫报》写作，以音乐作品和板球作品著称。著有《板球队员手册》（*A Cricketer's Book*, 1922）、《阳光下的岁月》（*Days in the Sun*, 1924）、《夏季板球运动》（*The Summer Game*, 1929）、《板球》（*Cricket*, 1930）、《第二轮击球》（*Second Innings*, 1934）、《全年板球回顾》（*Cricket All the Year*, 1952）、《停赛》（*Close of Play*, 1956）等作品。被认为是影响板球作者近半个世纪的作家。

② 艾伦·罗斯（Alan Ross, 1922—2001），英国诗人和主编，出生于印度加尔各答。曾就读于牛津圣约翰学院，代表大学打板球和壁球，没有完成学业即参加了英国皇家海军。后成为《观察家报》的体育作者（1950）和板球通讯员（1953），整个20世纪50年代为《伦敦杂志》撰稿，1961年成为该杂志主编。写有《1955年澳大利亚板球赛》（*Australia 55*, 1955）、《夏日海角和在英国的澳大利亚板球队员》（*Cape Summer and the Australians in England*, 1956）、《穿越加勒比海》（*Through the Caribbean*, 1960）、《板球同伴》（*A Cricketers Companion*, 1960）、《兰季：板球王子》（*Ranji: Prince of Cricketers*, 1983）等板球作品。

式类似，只是前者的职员数量通常比较少。广播媒体和印刷媒体之间的主要区别在于，电台和电视现场直播报道体育赛事。这种差异不仅要求记者具有一套不同的技能，也意味着必须把更多的时间和精力投入到工作中去。报纸可以通过派遣一名新闻记者或有可能带上一名摄影记者去报道比赛。电台则可以派遣一名评论员和解说员（summariser）。但赛事的现场电视直播却是一项重大工程。电视台除了要派一名评论员和解说员外，也需要新闻记者和体育专业人士提供专家分析，另外，还要摄像师、技术人员和一名导演提供混声和图像。现场直播还需要一定数量的直播车。提供体育赛事现场直播业务的公司的制片人和研究员的大部分时间都花在组织所有这一切上面。

□ 填补篇幅

新闻记者从多个角度看待自己，从事实的捍卫者和公众的监察者，到娱乐者和文风设计师。但现实却要简单得多。新闻记者的基本任务就是要填补篇幅。无论世界上有多少重大赛事发生，每天的报纸版面以及电台和电视新闻简报都必须被填满。对于那些要求像媒体一样定期供应新闻内容的体育组织而言，体育是一种实用的商品，因为体育至少在一定意义上是可以预知的。

10 我们也许并不清楚下一次谋杀或恐怖袭击在何时何地发生，但是我们却可以提前准确地知道体育赛事在什么时间和什么地点举行。我们知道记者会在指定的时间提供稿件和图片来填补一定数量的篇幅。事实上，卫星电视重新安排赛程的一个原因，是要确保电视节目表的时间总是可以被填满。可是，并不是所有的传媒组织都有为满足它们的需求而重新安排赛事日程的权力。

从涉及的体育内容的质量和范围来看，报纸是所有媒体中最有挑战性的。但是，体育运动的周期性表明，大多数体育赛事往往在周末或星期三晚上举行。举例来说，多数体育赛事很少在星期四进行，但是，报纸仍然需要填补星期五早报的版面。为了实现这个填补版面的目标，报纸不得不根据今天是星期几，刊登不同种类的体育报道——侧重点放在繁忙周末的体育赛事之后报道上，但是，在“不忙的”日子里，报纸就要安排比较多

的新闻和特稿来填充版面。

练习

1. 在一个星期内收集你喜欢的报纸，从星期一到星期日（如果你选择的报纸没有星期日版的话，你就要找一份类似的星期日报）。分析体育部分的内容，特别要注意：

- 这个星期每天专门用于报道体育的版面数量（有些大报报业在固定的几天还出版体育小报。将两个小报版面计为一个大报版面）；

- 报道的类型——赛事报道、赛前报道、新闻报道、特稿和人物专题；

- 各种类型报道的比例是否随日期而变动。

当你整理信息时，确定这个星期中每天的体育赛事是否对体育专栏中报道的篇幅数量产生影响，并确定每天被采用的文章类型。

2. 观察未来一个星期的赛事日程。这通常可以在星期日报的体育版中找到。试确定比赛时间和即将举行的比赛对每天体育新闻版面数量产生怎样的影响，每天报纸的赛事报道、赛前报道、新闻报道、特稿和人物专题的比例会怎样变化。

□ 处理稿件

自从热金属制版被计算机排版所替代以来，报纸生产发生了根本性变化。热金属制版就是由坐在报纸排版车间大机器旁的印刷工人制作出印版上的每个字母，再由纯手工从金属字架上排出大字标题。在限制竞争协议（restrictive practices）控制下，印刷工人必须重新排版新闻记者撰写的每个词语，然后才能印刷报纸，这种协议在 20 世纪下半叶被彻底废除。现在，报业公司拥有与之前相比少得多的职员，这是它们能够负担得起增加体育内容的版面的一个原因。这种状况的一个结果是，新闻记者参与报纸实际生产的程度加深了。

由排版工人用打印的（有时手写的）稿件（copy）排出我们报纸的各个栏目的方式，在大多数编辑部里都已经被舍弃。现在新闻记者键入计算机中的稿件就是最终出现在报纸上的文章，但稿件流经各个生产制作过程，误差保持在一个最低的限度内，这些要求从纸制打印稿件的时代被传承下来了。

每则由新闻记者撰写的报道，都要给出一个单独的醒目标题（catch-line），这样，在报业系统中，就不会出现与其他报道混淆的现象。要避免使用诸如“比赛”（match）、“赛跑”（race）或“冠军”（winners）等作为醒目词语，因为它们可以指很多赛事。而应该使用像“孟买药检”（Bombaytest）、“肯塔基德比赛马会”（Kentucky derby）、“奥林匹克链球”（Olympichammer）等具体的醒目词语。这种做法能够减少在体育编辑部整理报道以及添加标题和图片时出错的概率。

许多报业公司的计算机系统均为新闻记者提供了撰写稿件的写作模板。这些写作模板可能带有新闻记者署名（byline）的具体加框文字、拟刊登的出版商的名称以及作品计划刊登的日期。新闻记者从办公室外，用笔记本电脑（laptop computer）、电子邮件或电话给一名稿件录入员（copytaker）提交稿件（filling copy），稿件最上方应该有他们的署名，接下来是出版商名称以及拟出版的日期。

作品截稿期限（deadline）表示体育报道经常要分几次（takes）（参见第5章）提交，因此，稿件的状况（第一次发稿、第二次发稿或其他次数）都应该在报道的上方加以说明。如果报道还没有完成的话，在稿件的结尾处要注明词语 more to come 或 more follows（未完待续）。有时，这种情况可以缩写为 mf（未完待续）。在一篇成稿作品或最后一次发稿的结尾处，应该出现 ends（结束）的字样。

撰稿人的稿件总是由助理编辑来处理，助理编辑在稿件刊登在报纸之前要检查稿件的准确性和篇幅。为了避免引起歧义，作者应该总是在不常见的名字或与众不同的拼法（如用 Phillip，而不是用 Philip，用 Macmillan 而不是用 McMillan）后加上用括号括起的“正确”（correct）一词。这就告知助理编辑名字业已核实，拼法正确无误。之后助理编辑就会在报道出版之前删掉这个词语。

大多数传媒组织都有体例样本（style book）。体例样本对有关诸如某

些词语的首选拼写、标点（尤其是引用的规范和感叹号的使用）、语法以及人物和组织的描写方式等问题均提供了指导。此外，它对诸如残疾人或种族问题应该如何处理也给予规定。

为了轻松地阅读电脑屏幕上的稿件，传媒组织内部计算机系统通常采用泰晤士报字体（Times）或埃里厄尔字体（Ariel）等基本字体。新闻记者通过笔记本电脑或电子邮件提供的稿件也应该采用类似的字体。

随后，要使用诸如 QuarkXpress 等软件对稿件行进加工、删节、添加标题，并把稿件置于适当的版面内。字体就是在这个阶段改为报纸印刷版所采用的字体。版面一般提前就已经设计好，特定报道被分配给具体版面区域，但如遇特殊事件，版面设计可以加以改变。新闻记者的报道只有在报纸被印制出来时才成为文字稿（hard copy）。

广播媒体拥有自己特定的系统，专门用于撰写广播稿和插入说明文字以及记者、新闻播音员和摄像师姓名等信息。然而，每篇用作广播新闻简报的报道还必须有一个区别性的醒目词语，以确保在正确的时间播出正确的录音磁带。拼写对于播音员来说并不太重要（除说明文字外）。相反，播音员经常需要为发音是否准确以及在什么地方有可能出错而担心，广播稿应该为朗读者（很少是作者本人）提供指导：

“冠军是约翰·乔姆利（查姆利） [John Cholmondley (Chumlee)] 骑乘的马匹，它的主人是玛丽·费瑟斯通豪（范肖） [Mary Featherstonehaugh (Fanshaw)] 。”

□ 表现方式

新闻记者通常使用文字处理器或在笔记本电脑的矩形屏幕上撰写稿件。在他们的屏幕上出现的稿件文字的行长度就类似于成品书一行的长度。各段落通常只有几行文字，并有大量的空白，这使得屏幕或版面赏心悦目，更吸引读者。