

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样当新闻记者/吴锦才著. —修订本. —北京: 新华出版社, 2003.1

(新闻入门丛书)

ISBN 7-5011-6060-0

I. 怎… II. 吴… III. 新闻工作—基本知识 IV. G21
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 105146 号

新闻入门丛书

怎样当新闻记者

吴锦才 著

*

新华出版社出版发行

(北京市石景山区京原路8号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://xhcbbs.126.com>

中国新闻书店: (010)63072012

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

787毫米×1092毫米 32开本 6.75印张 130千字

2003年1月第一版 2003年1月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6060-0/G·2217 定价: 12.00元

一 初识新闻

新闻记者是一个不断充满挑战、永远与时俱进的职业。新闻采集和传播的工作，就是新闻记者的主要活动。新闻记者的劳动成果，就是通过采访和调查研究，深入到广大人民群众中去，发现问题，发现经验，通过一篇篇稿件，为领导机关做好决策的参谋工作，向干部群众广泛传播有教育意义、指导意义的新情况、新事物、新人物、新经验。

记者的工作是怎样进行的呢？读过报章的人都知道，新闻稿件的题目是分层次的：有的深些，有的浅些，有的大些，有的小些。而记者选择何种题目去采写，一方面要受到所服务的新闻机构的任务指派的制约，另一方面，自己所在的机构一般也会量才用人，让记者充分地发挥好自己的能量。这两方面的因素结合得好，就有可能让记者们复杂而忙碌的新闻生涯产生出最大的效率来。

目前，社会上和新闻实践部门、新闻学术界有许多种分类方法。例如，可按品种分，有写消息的，有写通讯的，有写调查报告的，有写快讯的，有写深度报道的；也可按手中所掌握的媒体形式分，有搞网络的，有搞音像的，有拍照片的，有写文字的；还可以按采访相对集中的领域分，有跑时

政的，有跑农村的，有跑军事的，有跑宏观经济的……

这里，按照记者个人采访活动的大致方法，把采访活动分成主要的五类，以帮助大家更清楚地看出这个职业在工作中的大致特点。

接受派遣型采访

新闻记者大多在所服务的机构从事新闻报道。因此，多数记者的工作实际上是属于“接受派遣型”的。

在一个规范的新闻机构，报道计划、编前会、调度记者、建立发稿通道、协调软硬件配合等等工作，构成了一个新闻组织的完整链条。而记者则是任何一家有规模的新闻机构必不可少的组成部分。而且，记者的首要任务是根据编辑部的派遣，将编辑部所制订的发稿方案和所掌握的新闻线索，从采集材料的环节进行第一步落实。

因此，派遣式的工作方式，是职业新闻记者的标准工作方法。

日常派遣采访

在记者接到的派遣工作中，最常见的是从事日常报道的采访。大量动态新闻需要记者亲临现场，或与相关的新闻提供者保持密切联系，以确保为本新闻机构获得独家新闻或首发新闻。

这是一个星期六的新华社网站——新闻纷至沓来，都是靠坚持采访、从不放假的新华社记者出去采访而来：

《温州“5.9”假运钞车骗钱案3名渎职人员被起诉》；

《各国表演艺术家登长城遥望明月祈盼世界和平》；
《广州白云机场查获以月饼盒携带毒品的旅客》；
《秦山三期核电站一号机组首次临界试验成功》；
《首都百万群众参加“全民国防教育日”活动》；
《中国和加勒比 8 国发表联合新闻公报》；
《中山公园音乐堂推出盛世金秋华彩乐章》；
《中秋夜北京开启全市夜景照明设施》；
《2002 年全国武术散打冠军赛结束》；
《中国队 0: 1 不敌也门无缘亚青决赛》；
《项怀诚说十三年来财政改革和发展谱写历史新篇章》

.....

这些都属于日常遣派采访所产生的成果。

突发事件遣派采访

另一种遣派就是突发性事件发生时的采访。在这种采访中，尤其重视现场采访，因此，记者要以最快速度赶赴事发现场，掌握第一手材料；一时难以赶到现场的，要通过其他渠道准确获取信息。

这种应急采访，要求不分昼夜，迅速应战，条件艰苦，任务急迫，事发现场变数较多。例如，2002 年 5 月 7 日晚 21 时 35 分左右，北方航空公司 CJ6136 航班在大连港外海域坠毁。空难发生两个小时后，新华社国内部特派记者贺劲松、张晓松随国务院“5·7”空难处理小组乘专机前往大连进行采访；另一位记者顾静于 5 月 10 日也加入前方报道小组。他们在大连执行了七天七夜的遣派采访。尽管他们是乘专机随同调查组一起到大连采访的惟一一批文字记者，但事

后还是很感慨：这种空难采访在一个全新的环境中进行，感到自己像在障碍密布的水中摸索前进，既要一往无前地排除阻碍，又要机智灵活地抢发新闻。空难处理小组这个于事发当晚在北京临时组成的机构，代表国务院行使空难调查及处理的权力，掌握着最新、最权威的情况，但小组成员来自国家各有关部门，大家相互间并不熟悉，加之在事故处理问题上的诸多忌讳，一开始，空难处理小组的大多数负责人总是有意无意回避记者，处理小组里又没有专人负责新闻报道工作，各成员对采访只是敷衍、推诿、封闭，甚至转移驻地也不通知。前方几位记者采取积极主动的姿态，有理有节地展开工作，获得信任，又与小组的一些关键人物保持经常沟通，很快交上了朋友，在第一时间获得了重要的甚至是独家的新闻线索，为整个报道的顺利进行打下了较好的基础。空难现场恶劣的环境，也给采访带来许多困难，对记者的身体素质、意志品质以及应变能力，也是一个极大考验。

大型战役性报道的遣派采访

在大型新闻机构尤其是主流的新闻媒体，还有一种每年多次遣派记者的“战役性报道”。如作为国家通讯社的新华社，每年春天举行人大、政协“两会”时，都要派遣上百人的采访队伍，及时准确充分地负责中央授权的程序性报道、中央领导同志在各个代表团活动的报道、各场新闻发布会的报道。会间，上百名记者主要在人大代表、政协委员的驻地活动，广泛充分报道他们议政参政的言论和其他活动。举2000年“两会”报道的例子，关于中央主要领导同志活动的报道，有表现江泽民、李鹏等参加审议活动的特写《“我

想听代表们多讲讲”》《同为家长 共话减负》等；关于大会议程，除报道会议消息外，还有《春天的信息 春天的脚步——政府工作报告旁听记》《肩负跨世纪的重托——九届全国人大三次会议开幕侧记》《两高与“两会”》《崭新的形象 庄严的承诺》《坚定的立场 自信的形象》《政协大会上的部长席》《大会发言的背后——写在全国政协九届三次会议大会发言之际》《风高帆影疾——写在全国政协九届三次会议闭幕之际》等特写；围绕代表、委员们关于社会热点难点问题的讨论，记者的采访成果通过《“两会”与百姓身边事》《“两会”与数字》《部长与“两会”》《代表委员议政录》《基层代表之声》《我有议案》《我有提案》等栏目得以集纳，稿件则包括《“大开发不等于大开荒”——代表、委员话西部开发》《“鲜韭菜烂市、大白菜喂猪”现象何时休——人大代表谈农业结构调整》《从电梯门故障说起来——人大代表评说产品质量问题》《面对调整的反思——一位“种粮状元”的独白》《30个农民养一个干部》、《1100万岗位空缺谁来填补？》《结构调整是农民增收的必由之路》《“我们的大米为何难上餐桌”——湖南代表谈农产品结构调整》《“莲子大王”的新财富》《年产1亿吨钢为何喜不起来？》《关于“提案”的提案》《这“三拍”真损害投资形象》《村委会三个副主任乡政府冗员更是多 人大代表呼吁基层政府尽快“消肿减肥”》《菜农千里“追”技术 代表热线解难题》《“红头文件”别打架——段有林代表呼吁制止行政命令中的部门利益倾向》《宫正代表读报告：“这些词‘一个都不能少’”》《“议别人，也议自己”——政协委员谈政协工作》等，鲜明地体现了“两会”这种大型报道的记者采访活动的特点。

在这种派遣式采访中，最主要的特征是计划性和规范性都比较强，衡量采访任务完成好坏的指标比较“硬”。由此，又可看出如下几个明显的具有特征：

——被采访对象（人，事，活动等等）具有不变易性，采访日程的计划性比较强，而且，与采访记者之间有一定程度的互动；

——在媒体内部，有一个调度采访活动的核心：采访中心的负责人，主要进行自上而下的“派活”；

——采访记者接受派遣从事采访活动，采访活动具有一些硬性规范，时效等采写中的新闻特定要素比较强。

捕捉型采访

在“派遣型采访”中，新闻是明摆在记者面前的。记者采访活动的集体性特征比较明显。大多数记者，在大多数时间里，要依靠自己的自觉性、主动性去寻找新闻。这要靠新闻记者在社会上广泛地张开自己的线索雷达、信息雷达，使之形成一张张密网，找到新闻。

这种采访活动的第一步工作是寻找线索；再根据线索，进行新的进一步挖掘、进行情景和现场的回顾式采访，使新闻素材渐趋丰满，形成新闻。

举例：

高素贞大娘三换碗柜

新华社济南电（记者邹清丽）今年夏天，高素贞大娘在
外地工作的二儿子回乡休假，带回来一套48头的高级餐具。

大儿子说“好马配好鞍”，就到镇上花 200 多元买回一个精致的小碗柜，换掉了家里用了十多年的大碗柜。高大娘说，这是家里第三次换碗柜了。

高大娘家住山东省昌邑柳疃镇。她告诉记者，第一只碗柜是刚解放那会儿用一个旧木箱改的。那时因为副食少，很少做炒菜，人的饭量大，所以家里每人一只粗瓷大海碗。再就有一两个盛烩菜的小陶盆。有一年春天，大女儿不小心打碎一只碗，结果娘儿俩只好合用一只，一直到秋天鸡生蛋了，才用三个鸡蛋换回一只碗。

第二只碗柜很小，是学木工的大儿子用几块木板做的。那是七十年代，家里人口多了，生活也好些了，除了碗，还有了盛菜的盆呀碟子什么的。那时，新碗旧碗都有，总的说是旧碗大一些、新碗小一些。因为吃鱼吃肉多了，饭量小了，碗也就小了起来。

高大娘说，再往后十几年，生活越来越好，家里的碗也越多，每顿都有些剩饭剩菜，小碗柜装不下了，就又做了个大的。

指着屋角的冰箱，高大娘笑着说：“如今剩饭菜也不往碗柜里搁了，这碗也越来越小，虽然碗多，可也用不着那么个大柜子装，换个小柜子，屋子更豁亮。”她拿着二儿子带回的餐具，一边端详，一边感叹：“你瞧这个碗，多小巧，瓷儿多细，花边多好看。这是盛炒菜的碟子，这是盛汤的，我知道。这个长盘子是盛什么的？专门盛鱼？啧啧，我年轻的时候见都没见过。用这些个盘子、碗盛饭菜，吃着也香啊！”二儿子在一边笑着接话说：“下次回家，再给你买台消毒碗柜。”

“咱家的钱也够买一辆小轿车了”

新华社北京电（记者曾华国）家住北京海淀区的黄俊华大妈端着计算器最近算了算家里的总账，笑逐颜开地说：“咱家的钱也够买一辆小轿车了！”

黄大妈是北京一所中专学校刚退休的职员。她五十年代中期参加工作，那时一个月十几元钱工资，又要接济几个弟妹上学，手上根本没有余钱。结婚后有了两个孩子，夫妻俩加起来的收入，应付四口之家的开销，老是紧巴巴的。丈夫有时悄悄给甘肃老家寄个一二十元，一旦“暴露”，夫妻之间还红过脸。

“改革开放后，尽管孩子要上学，开销大了，但算计下来，一年到头也能余些钱，不太多，锁在抽屉里就算了。过了几年，家里的钱攒到一定数目，我那叮当作响的‘28’自行车换成了新的‘26’女车。后来，也有钱存银行了，刚开始是一百元、两百元地存，后来收入高了，就一千、两千元地存。不知不觉之间，就成了万元户了！”

进入九十年代，黄大妈的儿女长大了，手里的闲钱也越来越多。不愁吃、不愁穿的黄大妈开始考虑家产保值增值的问题。听说债券的收益高，她就分批购买了一些国债。积蓄年年都在增加，没过几年，黄大妈就升级为十万元户了。

黄大妈勤俭持家，现在不仅按房改价买下了两居室，还时不时主动向老伴老家寄些钱。说起往事，她还有点不好意思：“过去连自己小家都顾不上，心眼有点小。现在，我真不把百儿八十当回事了！”

从这两篇例文中不难看出：捕捉型采访具有这几个明显

特征：

一、记者挖掘新闻的主动性较强。去哪个地方采访，向谁采

访，采访什么内容，都没有明显界限，记者在采访中的发挥余地比较大。主要方法是逐步缩小采访范围，使新闻素材趋于集中。

二、与“派遣型采访”式的报道不同的是，这种场合的记者

采访，必须自我明确报道主题，挖掘出采访素材中最突出的新闻要素。举一个例子说，某地区发生火灾，记者受采访中心主任派遣去采访，要了解火灾发生在哪儿，火情有多大，死伤人员多少等，火灾达到一定程度，便向编辑部发稿。而如果是日常一件并不大的火灾，不足以引起媒体的影响范围内广大读者的注意时，版面上当然不刊登此灾情的消息，而有心的记者则可以采用“捕捉型采访”的技术，在现场继续发掘有可能引起人们关心的深入一层的内容，如：引起火灾的原因到底是什么？是不是需要提请人们普遍注意？消防车进入火灾现场是否受阻？在消防车到来前，自发的救火者是否有过感人的故事？这些线头看去漫无着落，但其中一旦有一两个苗头露出来，则可以继续深入下去，把新闻做出来。这个工作流程中，“捕捉”的作用十分明显。

三、这类新闻稿件的写作中，切口往往要更细一些、更小一些。记者也可以使用自己捕捉新闻过程全记录的方法交代所挖掘出来的新闻事实。其要领是：小处显示主题，具体才会生动。

观察型采访

还有一种经常使用的采访方式：它并不依靠记者突击性的捕捉和寻找，而依靠平时生活过程中记者随时随地进行的观察和分析，从而发现和挖掘出新闻。这种采访活动，与记者的日日夜夜紧紧地联系、交融于一体，很难细分出哪是生活、哪是采访，但经过长时间的观察和领悟后，新闻就从日常生活对身边大事小事的日积月累的观察中出来了。

特举几例：

“老印象”不灵了

新华社北京电（记者崔俐莎）记者家里的电话因逾期未付款被电话局停了机，凭老印象以为要到离家10多公里的电报大楼去补交费用和罚款才能恢复开机。邻居提醒说：不妨先去问问马路对过的那家银行储蓄所。赶去一问，果然能交。

储蓄所营业员看出记者的心思，热情地说：“没想到吧。其实，这个业务已经开办好几个月了。”回到家里几个小时，停了的电话就重新开通了。

在我们身边，几乎每天都有“没想到”的事情发生。过去老是让人排队的几个行业，在你不知不觉当中，变化可真是不小。特别是短缺经济消失后，许多行业出现了一轮轮竞争，让人意料不到的事情越来越多了：

过去进银行只知道存钱取钱，谁知现在银行开办的服务项目还真多：订报费可以由银行代收、BP机台的服务费也

可代收……加上银行给人散发的宣传品，形成了一种强烈的广告氛围。这要放在三五年前，谁也不敢想。

火车票过去多少年来都是排队买，现如今春节和暑期有些线路的票当然还有些紧张，弄得许多人按老印象办事，一听帮人订票就头疼。实际上，现在火车站经常开着几辆“售票车”满街卖票，连北京几个大商场也开设了售票处。如果懒得跑，打个电话付点手续费，让人送票来也很方便。

过去夏天开空调就怕把电表给憋了，弄得一楼的人都抱怨，想买空调的人一想到憋了电表的事儿往往就要打退堂鼓。谁知道今年电力公司竟公开提出了多卖电的口号，用电多一些，再也不用担心挨罚款了。

最容易失灵的“老印象”，就是在过去那些垄断行业。看来，今后不能再事事按“老印象”办了。

上海人越走越高

新华社上海电（记者贺晓林）一个从成都出差到上海的建筑师说，在上海办事，有时步行的路还没有上上下下的路长。他说的上上下下，是乘电梯。

改革开放以来，上海长高了，成了立体城市。人们的交通工具中，不知不觉添上电梯这个新成员。

上海究竟新增了多少电梯？记者问了许多人都说不清楚。不过，上海电视台的一则消息很有趣味：建于30年代的24层的国际饭店作为上海最高建筑独领风骚50年，而现在，却只能排在900名以后。

每一栋高楼有电梯，每一家大型商场有电梯，每一个地铁站有电梯，就连淮海路等街道的人行天桥也装了电梯。

电梯成为普通消费品“进入寻常百姓家”。

最有人情味的电梯在南京路上的新世纪商厦，大门内左右各一的弧形电梯在张开双臂欢迎客人到来。最长的传送电梯在浦东易初莲花超市，50米长的传送带上能同时容下20多位推着购物小车的客人。斜坡跨度最大的电梯可能要数位于浦东的时代广场，客人能一步跨上三楼。速度最快的垂直电梯当是全国第一高楼金茂大厦，仅45秒就能让你直登380米处的观光层。

问了许多上海人，很少有人能记起第一次乘电梯时的感受。电梯就像家门口的路一样，谁也不去刻意留神。然而，就在不知不觉中，人们的足下发生着巨大变化，上海人越走越高了。

从这里所引的例文，也可以概括出观察型采访报道的几个特征：

一、日积月累观察事实，最终得出有新闻价值的结论。如《“老印象”不灵了》就是从记者观察到的多个“改变了老印象”的事实，得出“不灵了”的结论，而文末点到这种“不灵”主要发生带点垄断性的行业中，帮助人们认识市场经济的逐步演进。

二、观察活动的特点是具有一定的主观性，因此，这类采访中往往或多或少有“我”（记者）的存在。《上海人越走越高》这样的稿子中，只有一处表示“我”的意思的“记者”的字样，但通篇记者的叙述带有强烈的层层推进的色彩，把记者在多处进行观察的结果展示给读者，主观倾向是明显的。这种写法的好处是易于给人以亲近感，产生亲和力，拉近与读者的距离。

三、观察型采访与捕捉型采访相同，都需要记者发挥主动性，积极地自觉地去当记者。

调查型记者

世上万事万物，有着复杂的背景和幕后的事实，并不能通过突击式的捕捉和积累式的观察而发现。这就需要记者的专业调查。调查型采访，在国内外新闻界，都是经常被采用的一种方法。

在中国新闻界，对调查研究工作的强调，已成一代代继承发扬的优良作风。只有调查研究才能使我们准确了解实际，切实贴近群众，报道才能真正代表最广大人民群众的根本利益；只有调查研究才能使我们在错综复杂的形势下保持清醒头脑，及时了解新情况，发现新问题，捕捉新事物，采集新经验，进而提高新闻报道的权威性和影响力。调查研究被公认为记者的基本功，公认为提高报道质量、增强报道有效性和针对性的法宝。尤其在承担党和政府、群众的“耳目喉舌”功能的新华社，诞生了一批批以调查型采访知名的记者。社长田聪明在新华社 70 周年纪念大会上总结说：70 年来的大量事实告诉我们，新华社一切有影响的重要报道和有突出成就的记者，都是坚持不断深入调研的结果。

新华社记者慎海雄 1991 年在浙江山区采访时对全省 10 多位曾经赫赫有名的山林大户作了追踪，结果发现绝大部分大户已经是家徒四壁，穷困潦倒，有些甚至已经流浪他乡。他们成了地方领导为了政绩和赶时髦而昙花一现的牺牲品。深思之余，便写了一组《山林大户悲喜录》的调查报告，将

所见所闻所思所感汇入笔端。稿件发出后，林业部、浙江省政府领导作了批示，浙江省政府办公厅将稿件转发到了各县市，并出台了一系列补救措施。1994年，缙云县18个村农民状告壶镇镇政府以改制为由将一家年产值上千万元的缝纫机厂无偿转让给个人。当时浙江省的许多报纸还在连篇累牍地介绍“壶镇经验”，慎海雄经过实地调研，并走访许多农村经济界人士后，感到乡镇集体企业需要改制，但决不是像这种改法，这种改制的实质就是变相鲸吞集体资产。他进行的调查引起省委书记的重视。但由于个别人的抵触，此事没有下文。慎海雄又连续追踪了三年，三赴现场调查，直到1997年中共中央办公厅的同志专程前往浙江调查，在浙江省乡镇企业局大楼里专门听取了记者汇报，并明确向省委提出了处理建议。有关人员以侵吞公共财产而被判刑入狱。省委、省政府办公厅还以此为鉴，及时出台了规范乡镇企业转制的文件。1999年，慎海雄到浙江省最大的私营化工企业——传化集团采访时，偶然得知这家企业成立了浙江省第一个私营企业党委，随后便进行追踪调查，但发现当时省委组织部是以“特例”方式批准成立这个党委的，规定不挂牌、不宣传。而他在调查中感到，浙江省的个体私营经济已经三分天下有其一，《宪法》都已经明确了它的地位，为什么在如此面广量大的经济成分中各级党委不敢理直气壮地把党的组织抓起来？为什么要像地下党一样在私营企业建党组织？为什么个私企业的员工想入党也找不到门？调查的结果说是上级没有明文规定，而且比较敏感。在认真学习之后，他感到：在个私企业中加强党组织建设是社会主义市场经济条件下加强党的领导的重要方面，不能再让这个领域继续成为党

建的空白点了。经过补充调查，采写了题为《私企浙江传化集团建立党组织的启示》。此事在浙江省乃至全国产生了很大的反响。

这只是慎海雄调查式采访经历中的几例。他的调查方式总的来说，具有关注大局、长期积累、问题在胸、注重研究的特点。他的这种调查，更多地体现为把握形势主流、把握政策方向，政策性相对较强，在内部参考报道中较多见。

还有一种调查型采访，兼用一些类似突击式捕捉的方式，进行事实为主的调查。例如，新华社陕西分社在2001年国庆节后组织的《“长假”过后看作风——陕西部分基层机关节后第一天目击记》，在国庆节后上班第一天组织5至6名记者到基层进行了暗访式调查。记者目睹了一些基层机关上班的真实情况，陆续传回见闻式的调查素材，整理加工编成成品稿播发，在社会上引起较好反响。随后，他们又组织多位记者出击，采写了《信访“窗口”看作风——陕西省部分信访部门目击记》一稿，《陕西日报》又在头版显著位置刊用。省长程安东看到此篇文章后立即批示：“接待人员很辛苦，但应按时上岗及时接待。接待室面向群众，在岗时间保证不了影响不好。有的市县接待室作风好要表扬。”对此，陕西省信访局专门下发了《关于改进作风认真做好人民来访接待工作的通知》，明确要求全省信访部门干部职工认真学习和讨论新华社记者的调查报告，落实省长批示精神，改进作风。

2001年，新华社记者于绍良、张军调查了延安市在退耕还林工作中运用“大会战”方式、使得生态建设难见效的情况，客观公正地揭露了安塞县等地在生态建设中存在的形

式主义作风。在采访中，他们根据一位县级领导干部关于“农民地退了却拿不到钱粮”的抱怨，发现了疑惑，决定进一步深入村里调查。当地农民反映，这几年县里造林年年搞会战，把几个甚至十几个村子的人全拉到一架山上，建标语墙、搭彩门、插彩旗，净搞花架子。这几年天旱，眼看着树栽下去活不成，但干部非让栽，种十棵活不了一两棵。好多地块上全挖成了鱼鳞坑，树活不了，粮也不让种。在银山岭村，农民也反映了大会战、盲目杀羊等问题。为掌握第一手材料，保证所调查的事实确凿无误，他们在听取农民介绍的基础上，翻山爬坡，坚持到一些大会战的现场查看，甚至一个坑一个坑地数，看到底挖了多少坑，活了多少树。然后再找养羊户一笔笔算账，并通过畜牧局一位干部拿到一份内部材料，发现仅盲目杀羊一项，全县损失近 3000 万元。为了搞清“大会战”中政府对不参加会战的农民的罚款情况，到农民家中找来乡政府给农民打的“罚款”收条，保证引用数字分文不差。标语墙也是农民反映的焦点之一，他们实地查看了不同规格的标语墙，高多少，长多少，宽多少，量得一清二楚，并费尽周折找来主持修建的农民，一项一项算造价。结果让人吃惊，标语墙上一个字一年下来要花一百多元。这样的调查材料送到有关领导机关后，国务院西部开发办、国家林业总局以及陕西省和延安市主要领导都高度重视，有关领导先后作出重要批示，要求各地引以为戒。延安市出台《关于进一步加强山川秀美工程建设的实施意见》中，明确要求必须彻底取消“大会战”形式，对过去“大会战”留下的地块采取补救措施，切实提高林草成活率。