



新闻与传播实用实训系列教材  
总策划&主审 白宇

# 新闻编辑实务教程

XINWENBIANJI SHIWUJIAOCHENG

管国忠 顾潜 编著

 文匯出版社

- 文汇教程·新闻与传播系列教材
- 总策划 & 主审 白宇

# 新闻编辑实务教程

管国忠 编著  
顾潜

 文匯出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑实务教程 / 管国忠, 顾潜编著. —上海: 文汇出版社, 2008. 10

ISBN 978 - 7 - 80741 - 434 - 6

I. 新… II. ①管… ②顾… III. 新闻编辑—高等学校—教材 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 158005 号

---

## 新闻编辑实务教程

编 著 / 管国忠 顾 潜

责任编辑 / 甘 棠

封面装帧 / 张 晋

出版发行 / 文汇出版社

上海市威海路 755 号

(邮政编码 200041)

经 销 / 全国新华书店

照 排 / 南京展望文化发展有限公司

印刷装订 / 上海长阳印刷厂

版 次 / 2008 年 10 月第 1 版

印 次 / 2008 年 10 月第 1 次印刷

开 本 / 787×960 1/16

字 数 / 300 千

印 张 / 16.5

印 数 / 1—2900

ISBN 978 - 7 - 80741 - 434 - 6

定 价 / 30.00 元

# 目 录

|                                |        |
|--------------------------------|--------|
| <b>第一章 新闻编辑与新闻编辑工作</b> .....   | ( 1 )  |
| 第一部分 实用理论 .....                | ( 1 )  |
| 第一节 新闻编辑职业及其地位和使命 .....        | ( 1 )  |
| 第二节 当代新闻编辑工作的业务范围和特点 .....     | ( 3 )  |
| 第三节 新闻编辑人员的素质和业务能力 .....       | ( 5 )  |
| 第四节 报纸编辑的组织架构和 workflow .....  | ( 8 )  |
| 第二部分 实例解析 .....                | ( 10 ) |
| 第三部分 实训试题 .....                | ( 25 ) |
| <b>第二章 新闻编辑的前期策划</b> .....     | ( 33 ) |
| 第一部分 实用理论 .....                | ( 33 ) |
| 第一节 新闻线索的宏观微观调控 .....          | ( 33 ) |
| 第二节 跟踪与导引新闻采访 .....            | ( 38 ) |
| 第二部分 实例解析 .....                | ( 40 ) |
| 第三部分 实训试题 .....                | ( 48 ) |
| <b>第三章 新闻编辑的中后期策划与调整</b> ..... | ( 61 ) |
| 第一部分 实用理论 .....                | ( 61 ) |
| 第一节 编前会和编辑的中后期策划 .....         | ( 61 ) |
| 第二节 新闻报道的确认与选择 .....           | ( 64 ) |
| 第三节 发稿程序的运用和规范 .....           | ( 69 ) |
| 第二部分 实例解析 .....                | ( 71 ) |
| 第三部分 实训试题 .....                | ( 81 ) |

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| <b>第四章 新闻稿件的修改</b> .....     | ( 92 ) |
| 第一部分 实用理论 .....              | ( 92 ) |
| 第一节 新闻稿件的梳理性修改 .....         | ( 92 ) |
| 第二节 新闻稿件的特定性修改 .....         | (100)  |
| 第二部分 实例解析 .....              | (108)  |
| 第三部分 实训试题 .....              | (114)  |
| <br>                         |        |
| <b>第五章 新闻标题的艺术及其表达</b> ..... | (118)  |
| 第一部分 实用理论 .....              | (118)  |
| 第一节 新闻标题的种类和功能 .....         | (118)  |
| 第二节 新闻标题的表达和制作技艺 .....       | (126)  |
| 第三节 制作新闻标题能力的锤炼和提高 .....     | (137)  |
| 第二部分 实例解析 .....              | (145)  |
| 第三部分 实训试题 .....              | (154)  |
| <br>                         |        |
| <b>第六章 稿件与版面调度</b> .....     | (161)  |
| 第一部分 实用理论 .....              | (161)  |
| 第一节 稿件与版面调度的意义 .....         | (161)  |
| 第二节 稿件调度的具体运作 .....          | (164)  |
| 第三节 精心编辑版面和稿件 .....          | (169)  |
| 第二部分 实例解析 .....              | (170)  |
| 第三部分 实训试题 .....              | (189)  |
| <br>                         |        |
| <b>第七章 版面结构与运用</b> .....     | (192)  |
| 第一部分 实用理论 .....              | (192)  |
| 第一节 版面与版面空间 .....            | (192)  |
| 第二节 版序版位及其功能 .....           | (195)  |
| 第三节 版面元素在编排技艺上的实现 .....      | (197)  |
| 第四节 版面布局结构与稿件编排 .....        | (200)  |
| 第二部分 实例解析 .....              | (204)  |

---

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 第三部分 实训试题 .....              | (212)        |
| <b>第八章 版面视觉艺术设计与优化 .....</b> | <b>(217)</b> |
| 第一部分 实用理论 .....              | (217)        |
| 第一节 版面视觉艺术设计理念与功能 .....      | (217)        |
| 第二节 报纸版面版样设计与稿件组合 .....      | (225)        |
| 第三节 通读稿件 组合版面 审读大样 .....     | (226)        |
| 第二部分 实例解析 .....              | (227)        |
| 第三部分 实训试题 .....              | (237)        |
| <b>后 记 .....</b>             | <b>(251)</b> |
| <b>附 录 .....</b>             | <b>(253)</b> |

# 第一章 新闻编辑与新闻编辑工作

## 第一部分 实用理论

### 第一节 新闻编辑职业及其地位和使命

#### 一、编辑与新闻编辑

编辑,作为一种职业来说,是指报刊、图书、广播电视、音像、互联网及其他传播媒介欲传播的内容出版过程中和问世前,有关组稿、策划、审读(视听)、编选、修改润色、整合加工等的一种专业性工作。它是出版物(内容)定稿、传播前的重要环节;而编辑工作者则是最终的把关者、“守门人”。

新闻编辑,是指新闻单位(报刊、广播电视、网站)专门从事新闻的策划、约稿、组稿、选择与修改稿件、撰写言论、制作新闻标题、组织版面或设计栏目、校正、审核等的一项专业性工作。

#### 二、新闻编辑的地位和使命

新闻编辑在新闻传播过程中,承担着主导性、整合性、把关性的工作,是新闻传播活动的“总设计”、“总指挥”、“总集成”和“总把关”,在整个新闻传播活动中起“决定性”的作用。

在当代社会,新闻传播在人类活动中具有提供和解读信息、反映和引导舆论、整合信息资源的作用;在我们国家还有着宣传和教化的职能。从普遍的意义上说,它能影响和推动社会发展的进程。

按照职业的分类,新闻编辑是与记者、教师、医生、律师、作家、编导、工程技术人员、金融家、有关行业的 CEO,等等,属于高端白领阶层,是社会的精英和中坚。

新闻编辑乃至全体新闻工作者,担负着传递信息、引导舆论、建设和维护公民社会、促进社会和谐的使命。这就必须站在公正、公平、公开的立场上,追随真理,维护正义,监察社会,鞭挞邪恶。美国著名报人普利策有一段名言:倘若一个国家是一条航行在大海上的船,新闻人就是船头的瞭望者。他要在一望无际的海面上观察一切,审视海上的不测风云和浅滩暗礁,及时地发出警告。著名传播学之父施拉姆把媒介的这种监察功能形象地比喻为“社会雷达”。

对于上述使命的担当和职能的发挥,我国的新闻传媒正处在渐进发展之中。比如,即使作为一份都市报的《新闻晨报》,对它现在的报道,笔者站在受众和专家的双重立场上,可以给它打较高的分数。请看:2008年9月5日的该报头版头条是这样一篇赫然醒目的报道:《教师节,家长竟阔送“出国游”(主标题) 送礼风太猛,家长老师皆叹“身不由己” 教育专家于漪呼吁:不能让“害群之马”侵蚀师道尊严(副题)》。它对眼下愈演愈烈的学生家长给老师送礼,侵蚀师道尊严,不利于学生成长的不良社会风气,提出了尖锐的批评。这就是媒体履行的监督职能。另外,2008年9月9日的该报上,对当前股市一再暴跌现象,严肃指出:造成股市下跌的主要原因是投资者对管理层救市失去信心。这样的报道正如一把维护正义的利剑。

在我国,新闻编辑和记者还必须充当党、政府和人民的“喉舌”,时时把人民的利益放在第一位,强化受众意识,经常以“三贴近”的新闻报道体现“以人为本”和“亲和力”,获得受众的信任和支持;加强党、政府和人民群众的联系,做好沟通的桥梁和纽带,起到上传下达的作用。

在2008年5月12日关于四川汶川大地震的报道中,我们的新闻记者冲在第一线,写出了感人肺腑的报道;我们的新闻编辑及时做出策划方案,给前方记者出谋划策,并把稿件在媒体上做出最佳的组合,使报道得以升华,发挥出最佳效应。这些报道得到中外传媒界的广泛好评。我们的新闻工作者也获得了一次从理念到实践的空前的大洗礼。

在市场经济条件下,国内新闻媒体的竞争也日趋激烈;另外,随着中国加入WTO,随着我国融入国际化、全球化程度的逐渐加深,面对国际新闻界的挑战和竞争,我们的新闻编辑、记者的职业化、专业化水平,以及新闻传播的理念必须得到革新和强化。唯其如此,我们才能在复杂多变的时代,能始终立于不败之地。



## 第二节 当代新闻编辑工作的业务范围和特点

### 一、新闻编辑工作的业务范围(这里主要指报刊)

新闻编辑工作的业务范围包括策划、编稿和组版三部分。策划指报道策划和版面、栏目策划;编稿指分析与选择稿件、修改稿件和制作标题;组版指配置版面的内容和设计版面。

### 二、新闻编辑工作的特点

#### (一) 以社会效益为优先的原则

我国经过了 30 年的改革开放,新闻理念的巨大变化之一,就是认为新闻(指媒体发布的)属性具有双重性,它既是精神产品,又是可以向市场出售的商品。但是,新闻产品与其他产品的不同处在于,新闻机构生产的是能对人的思想和心理产生有效影响的精神产品。精神产品的质量如何,产生的导向作用如何,对社会的进步和发展起着至关重要的作用。比如,有的报刊、电视和网络经常刊播一些带有色情味的和宣扬暴力的新闻及图片,这对心智尚未成熟的青少年来说,其造成的负面影响是有目共睹的。所以在我们国家,特别重视和强调新闻传播的社会效应,总是把它作为一条优先的原则。作为新闻传播的总“把关人”——新闻编辑,更要把它作为一份社会责任和光荣使命。

#### (二) 牢固的受众意识

作为党、政府和人民群众联系桥梁的我国新闻媒体,在做好党和人民的“喉舌”的同时,应将传播的目的定位在为广大群众服务这一中心上。以胡锦涛为总书记的党中央确立了“以人为本”这一“全心全意为人民服务”在新世纪的具体表达的理念,在新闻传播领域,它的核心价值体现就是编辑和记者必须牢固树立受众意识。

纵观改革开放前的新闻报道,到处是命令发布式的、批评训斥式的、空泛说教式的、耳提面命灌输式的、权力附庸式的——而人民群众迫切需要知道的事实,却难以在媒体上露面,不少引起人们厌恶的“新闻”却泛滥成灾。

受众的需求就是新闻媒体的生存基础,一旦媒体确立了受众意识,新闻的采写、编辑、发布便必然会顾及并尊重受众。新闻编辑应时刻不忘:我们的媒体既是党和政府主办下的媒体,也是人民群众自己的媒体。人民的正义呼声,

人民的合理要求,人民的正确主张,人民的民主权利,应该天天出现在自己的媒体上。一家不能很好反映人民意志的媒体,不能成为合格的媒体,新闻编辑也不能成为合格的编辑。

### (三) 全方位的开放意识

当今世界经济向集团化、国际化、全球化发展趋势更加明显,整个世界经济逐渐互相依存,融为一体。由于我们实行开放政策,吸收了世界性的投资和高科技,大大加快了我国经济社会的发展。然而,市场开放、经济开放,作为反映经济基础的上层建筑之一的新闻传播,以及它的具体运作人——新闻编辑与记者,从思想观念到实际工作如仍处于封闭、半封闭状态,显然是行不通的。

所以,新闻要拓展面,开辟新闻报道的领域,新闻编辑尤其要增加关于国内外的热点、难点、焦点问题的策划报道,使新闻版面和新闻节目中,时时充满丰富多彩的国内外新闻,让受众掌握多种有用的信息、动向、事态、思想,以便进行比较鉴别,

另外,当代新闻编辑具备全方位的开放意识,意味着我们在面对国际新闻界特别是西方媒体的竞争和挑战中,也能迅速地应对,熟练地设置新闻报道议程,主动争得国际报道中的话语权。

### (四) 正确、辩证的导向意识

现代舆论的产生往往是大众传媒引导的结果。在媒介与舆论的互动中,媒介是传播舆论信息的重要渠道,但它也不是被动、机械地负载舆论信息,而是积极主动地选择舆论信息,既反映舆论,也引导舆论。

在我们国家特别重视舆论导向,并把它提高到这样的高度:“舆论导向正确,是党和人民之福;舆论导向错误,是党和人民之祸。”在新闻传播中,编辑人员处于把关的地位,操有新闻报道的生杀大权。这就更要求编辑人员必须具有正确的导向意识。

正确的导向意识首先表现为始终坚持社会效益优先的原则,当经济效益与社会效益发生矛盾时,前者要服从于后者,而不能以牺牲后者来换取前者。其次,要着力维护新闻报道的真实性,新闻报道传播虚假的信息,不仅会失去受众的信任,损害新闻媒体自身的形象和利益,还会损及党和政府的形象。

还需指出的是,不能片面地对待导向意识。这主要表现为,想当然地策划报道某件事,以为能达到消除社会上不良舆论的目的。比如,某报在2007年房价飞涨之时刊登了一篇报道:《上海六年奏响廉租房和谐曲》,目的是平抑人们对房价高涨的不满,但在廉租房建设开工面积积极少、根本起不到打压高企

房价的作用时,这样的报道反而引起了群众的强烈反感,最后奏响的反倒不是“和谐曲”,与编辑的初衷适得其反。所以,编辑人员应辩证地看待和处理问题,从报道策划到议题的确立,都要尽力避免和消除可能会产生的负面影响。

## 第三节 新闻编辑人员的素质和业务能力

### 一、新闻编辑人员的必备素质

#### (一) 理论修养

理论修养首先是指马克思主义的唯物论和辩证法,它是我们正确认识世界的指南。只有理论根底打好了,新闻编辑才能在实际工作中,在纷繁复杂的事物与人们活动过程中,抓住特点和本质,较好地发现和解决问题;在策划报道和处理稿件时,能全面地用发展的眼光看待问题,遵循事物运动的客观规律,正确地反映新闻事实和其发展趋势,发挥新闻传播的最大效能。

理论修养的高低还体现在对党的思想政治路线、国家的方针政策的把握上。因为我国的新闻媒介还承载着一项十分重要的功能——宣传,如何更好地、艺术地向受众传播党和政府的观点,阐述其政治主张,使宣传者的意图在宣传对象上得到最满意的实现,这些都取决于办报(台)者的政策水平。所以,在报道和编辑过程中,及时掌握政策变化,加强政策理论修养,对编辑人员至关重要。

无数实践证明,在同样的新闻事实面前,具有较高的理论修养的编辑,能策划、编排出让与众不同的高人一筹的新闻版面、新闻节目。

#### (二) 知识视野

新闻编辑只有开阔知识视野,形成多元化、主体化的知识结构,才能正确地“慧眼识珠”,才能把新闻稿件处理得得体而生动,把版面编排、设计得美观而富冲击力。

在社会瞬息万变、信息层出不穷、科技日新月异的今天,各个领域的新知识越来越多,我们的新闻编辑必须向知识密集型转变。现在已进入知识经济时代,许多新闻工作者不仅对当代最新的科技知识陌生,对当代西方国家的经济理论也陌生。如,国际金融问题,这里面有许多复杂的学问,在当今社会,我们的新闻媒体不仅要向受众提供新闻,还需要提供新闻解读,回答受众心中和生活中的“为什么”。编辑和记者如没有相关的和综合的知识,就不可能办好

媒体,在激烈的市场竞争中势必会走向末路,最终被淘汰出局。

新闻编辑应持续关注新知识,学习新知识,不能满足于原有的知识;还要懂得外语,掌握电脑知识和使用技能。这是对当代新闻编辑的必然要求。

### (三) 探索精神

世界性的新闻事业从理论、观念到业务、技术、工具的“软硬件”的现代化,是一代代的新闻人不断探索、创新的结果。我国的新闻事业经过了30年的改革开放,发生了前所未有的巨大变化,新闻媒体充满了生机和活力。

进入新的世纪,在新的复杂多变的时代背景下,我们的新闻事业还要有所突破,有所前进,才能不断满足人民群众的知情权,才能担当起建设高度文明、高度民主和法治的现代化国家,在国际上树立良好形象的重任。

我们的新闻工作者唯有不断地探索和创新,寻求新的对策,新闻报道也就能保持旺盛的生命力。现在,许多媒体不时地进行改版或创设新的栏目,并在内容上进行深度加工,获得受众赞许。如,中央电视台的主打栏目《焦点访谈》、《新闻调查》,香港卫视的名栏目《鲁豫有约》,上海卫视的品牌栏目《杨澜访谈》等等,在海内外都产生了广泛的影响。这是编辑人员、记者和主持人勇于探索、共同打造的结果。

### (四) 职业道德修养

因为新闻工作的性质,决定了对于社会、受众负有的重大责任,所以编辑、记者在与他人相处、与社会相处时,要遵循特定的职业行为规范。中外新闻界都有类似的行业守则。由中华全国新闻工作者协会制定并颁行的《中国新闻工作者职业道德准则》,是加强新闻工作者自律的一项重要措施。它的主要内容有:全心全意为人民服务;坚持正确的舆论导向;遵守宪法、法律和纪律;维护新闻的真实性;保持清正廉洁的作风;发扬团结协作精神。

在新闻媒体中,记者、主持人和编辑虽然都是为搞好新闻报道而互相配合,携手共进,但相对而言,编辑因为是“总设计师”、“总指挥”、“总把关人”,故总体上他们的思想、政策、业务水平,他们的宏观把握能力要强一些。但他们恰恰是为记者、主持人做“嫁衣”的无名英雄、幕后英雄。记者经过努力和磨炼,成名的机会很大,而要成为一个社会知晓度大的“名编辑”却颇不容易。所以,在这个意义上说,编辑更需要职业道德修养和涵养、情操,应把自己锤炼成一个高素质的人、高尚的人、纯粹的人。

## 二、新闻编辑人员的业务能力

### (一) 报道策划的能力

当代社会,新闻媒体的报道工作正在向“编辑核心制”靠拢,以充分发挥编

辑的主导性、整合性、把关性作用。因为新闻编辑在总编辑的领导下需从整体上对新闻报道作出正确的定位,并不断地予以修正、调整;在日常工作中,编辑人员由于要组织整个版面和节目,对宏观的情况比较了解,又具有“旁观者清”的有利条件,因而需要也能够对记者的报道给予一定的指导,包括提炼主题、开掘题材、选择角度以至提供采访线索。所以,他们是报道工作这一团队中的名副其实的“设计师”、“调度员”。

对报道进行“设计”的重要工作就是策划。什么叫报道策划?它是对报道运作诸环节的预先谋划,即对报道什么和如何报道的思考与设想。它追求创意和良谋,着眼于报道效果的优化。在新闻媒体竞争日趋激烈的情势下,特别需要报道的策划,以指导具体的采编工作。报道策划相对于编辑的其他业务工作(编稿和组版),更是一种高智商、高情商的不凡能力。

### (二) 宏观在胸、微观在握的能力

新闻编辑不仅要关注国内外的信息、动态,而且要能在风云变幻中“慧眼”独具、“嗅觉”特灵,发现、捕捉到记者尚未发现或发现后正处于“山重水复疑无路”,而难以找到“突破口”的新闻线索、新闻题材。此时编辑以宏观在胸、微观在握的能力进行高屋建瓴的点拨,会使记者“柳暗花明”。一家媒体有了这样两三个、四五个编辑,必然会异峰突起,百战胜出。

诚然,这种能力的获得须是理论修养、政策把握、哲学智慧、新闻业务、合理的知识结构和文字功底等的结合新闻工作实际而综合运用、锤炼的结果。

### (三) 创新的能力

创新的本质含义就是敢于和善于突破传统,有所发现,有所创造,有所前进,做到人无我有,人有我新,人新我特,人特我转。编辑人员是否具有创新能力,关系到新闻媒介的市场前景,关系到媒介的品牌形象和经济成长,关系到媒介的可持续发展。一家新闻媒介的兴衰存亡,固然与经营、发行、管理有密切的关系,但在“内容为王”的时代,报刊、广电、网络的内容绝对决定其发行量、视听率,决定广告商的广告投放意向。所以,作为媒介中坚和处于核心层的编辑,必须时时以观念创新、意识创新带出行动创新和结果创新。

### (四) 组织和协调能力

编辑人员是新闻报道的组织者,通过对新闻线索的提供、切磋和确认,对记者采访的部署、跟踪和导向,对稿件的调度和协调,以及对通讯员和社会自由撰稿人约稿,与“报料人”的沟通和指导,来完成稿件前后期的准备工

作。因而,编辑是否具备良好的组织、协调能力,关系到编辑工作的优劣成败。

### (五) 新闻业务的能力

新闻业务,是指新闻工作中的“采写编评”。记者一般具备新闻的采访写作能力即可基本胜任新闻工作,但编辑必须具备新闻业务的“全天候”能力,“采写编评”样样拿得起来,特别是后三项。其中的写作能力主要指编辑修改稿件、制作标题、配发言论的文字运用能力。而修改稿件绝不是简单地改改错别字和标点符号,其中的许多深层次问题,没有广博的知识、思想和理论的修养、新闻专业主义理念等,是无法应对的。当然,编辑的文字功底、语言表达和较高的写作水平,则是基础性的能力。

## 第四节 报纸编辑的组织架构和工作流程

### 一、报纸编辑的组织架构和相关职能

(1) 编辑部:新闻出版机构负责编辑业务的综合性部门。有些编辑部还负责采访、编辑和通联的全面工作,下设新闻部、记者部、评论部、理论部、摄影美术部、群众工作部等。有的则按报道领域分工,设有政法部、经济部、文艺部、教卫部、体育部等。

(2) 编辑委员会:简称“编委会”,是编辑部的领导机构,负责编辑出版的日常事务。总编辑为编委会的首脑。

(3) 总编辑:编辑部门的总负责人。其工作职能为:研究和策划、实施总的编辑方针政策及指导原则,组织和全程调控日常编辑活动,包括审稿、审样等。对编辑部的业务活动、报道内容负全责。

(4) 版面主编(或统筹):报刊各版的编辑负责人,负责策划、指导、协调稿件的采写、组版、版面编排。

(5) 编辑:协助编辑部主任和版面主编(统筹)工作,参与其负责范围的报道策划、跟踪,密切与记者、通讯员、报料人的沟通互动,编选、加工稿件,并具体参加版面的组拼、设计工作。

(6) 校对:新闻出版过程中从事校对工作的专职人员。校对工作具体是指根据文字原稿或定本核对校样,订正差错,以保证出版物的质量。这是报刊工作中的一道不可或缺的重要环节。

## 二、报纸编辑工作流程

这里主要介绍报纸已经创办后,日常运作的编辑工作流程。

(1) 首先是以总编辑为首的编辑委员会根据党和政府的宣传报道总方针,以及受众需求和媒介市场的情况,确定报纸的编辑方针和安排组织报道。

(2) 在此原则指导下,根据各类型版面的分工组合以及报纸的风格特色,记者和编辑各司其职,进行新闻报道工作。与此同时,各专业编辑部门的负责人或版面主编,对当前和近期阶段的重大报道进行策划。

(3) 记者的采写任务主要有两项。一是根据媒体内部按报道领域的分工,专职采写他所负责的部门新闻(俗称“跑条线”),如“跑”政法口、教育口、文化口、经济口、体育口等;倘若这位记者漏报了他所负责报道的领域的较重要新闻,就是一种失责。二是根据报道策划的部署,就确定的报道要点和重要选题进行意图较强的采访、调研。

(4) 记者(通讯员、报料人)的稿件集中到他所属的报道业务部门,由精通业务的部门负责人进行初步选择、修改;通讯员或报料人的稿件已由联系记者改写好。

(5) 由值班总编辑召开“编前会”,这是日报的夜班编辑开始为明天出版报纸而举行的一次工作碰头会。主要议程有:评议和交换对当天报纸的意见,听取有关上级领导的指示和受众反馈;主要确定明天见报的各版重要稿件的取舍安排,夜班总编辑对涉及版面之间有雷同的稿件进行协调,对少数稿件作出调整。

(6) 各版主编(统筹)及编辑拿到确认的稿件,进入修改、制作标题、配发言论阶段(有些重要稿件的言论事先已撰写好)。

(7) 版面编辑根据报道思想和策划意图进行稿件的配置、组合、编排。

(8) 在版面编辑指导下,电脑操作员在电脑上进行版面设计。

(9) 版面编排好后打出样张(俗称大样),由各版主编和编辑审阅大样,检查标题、图片、文字和整个版面有无差错或问题。校对和检查人员同时对大样进行校对。

(10) 汇总大样上检查、审读出的差错或问题,当场作出改正;再次输出改正后的大样,由编辑复核原改正处是否全部改正。

(11) 大样改正后已无差错的样张为清样。各版清样交至值班总编辑处,由其审阅、签字,即可付印、出报。

以上是报纸编辑工作的基本流程。关于广播、电视新闻节目的编排、摄录、剪辑等,其编辑、策划的原则是一样的,只是传播的媒介不一样,制作新闻的硬件和技术手段不一样罢了。

## 第二部分 实例解析

### 1. 采访编辑工作管理

#### [实例一] 从“报料”到采访——《南方都市报》新闻流程之一

从一个报料电话到一则报纸上的新闻，这中间有多少个步骤？要经过多少人的努力？除了亲身参与新闻的幕后工作，否则很难明白个中甘苦。虽然，无论是新闻工作者，还是新闻工作的支持者，在报纸编辑的整个过程中都很辛苦，但大家都知道，每次在路上的时候，永远都有读者的目光陪伴。

#### 一、报料中心：新闻“原料”的初加工

《南方都市报》报料中心有 11 个人，24 小时值班，他们是面对报料人的“一线”部门，如果把报料当作是新闻的原材料，他们的工作就是为原料做最基本的处理。

报料中心的员工在上岗前，都经过了两个月的培训，除了礼貌用语以外，对新闻技能的培训也相当重要。打报料热线的读者情况各有不同，比如有人就在现场，情绪相当激动；有人是听旁人转述，对事情的来龙去脉并不完全清楚。报料中心的接听员都会尽量把新闻的要素提炼出来，以保证给记者提供一个尽量完整的新闻线索。此外，他们会利用与报料人直接接触的机会，询问“你在现场吗”、“事情现在发展到什么程度”之类的问题，对新闻价值做一个基本的判断。有时他们还会按要求，打电话给报料人，做第一轮采访。

通过报料中心的努力，很多报料人的只言片语被整理清楚，为下一步的采访打下了良好的基础。

报料中心的员工强调服务的意识，记者和编辑通过报纸的版面与读者接触，而他们则是通过自己的声音。报料中心会记录报料人的信息并存入电脑，第二次打来电话的报料人，有时对接线员能准确地称呼自己感到惊讶，同时也非常感动。报料中心的员工认为，尽管培养出一个忠诚的报料人有很大的难度，但要尽量使报料热线给读者一个很亲切的感觉。

很多时候，报料人会打来电话询问报料的结果，即使是因为新闻价值不大



而没有被采纳的报料,热线人员也会热情地感谢报料人,向他们解释原因,他们永远都不会说“你的报料没有价值”。在他们看来,任何电话都提供了最重要的信息。

## 二、记者:新闻“产品”制作人

读者提供的新闻线索可以加工成很多新闻产品。社区新闻、深度报道、对话,甚至是娱乐报道,现在不少读者在广州发现了明星的踪迹,也会打电话报料,为娱乐新闻提供猛料。

现在跑突发新闻的记者全部换成了小伙子,原因之一就是辛苦。新闻部负责报料热线的一名记者说,曾经有一天,一共派出五个记者按报料人提供的线索采访新闻,结果三个人无功而返。宁可错跑,不能漏跑,对于热线新闻组的记者来说,一天之内从黄埔跑到花都,从芳村跑到天河,这都是很平常的事情。有记者粗略地估计了一下,报料新闻采访十次,可能有三次新闻价值不大。生活中有酸有甜,对于跑突发新闻的记者们尤其如此。任何一个新闻线索背后,都可能是一篇精彩的报道,都是读者真诚的期盼。

对于大部分报料人来说,报料都是出于热情,但普通读者对新闻的判断可能会有些误差。比如,有一名记者遇到过这样的事情,读者报料说,在石化厂附近闻到酸味,而且有大批消防车到场,怀疑有爆炸。记者赶到现场仔细询问,发现并非如报料人所想,而是消防部门每两个月举行一次的例行演习。还有位记者也讲述他曾经遇到过这样的事情,他按照报料人的说法,沿着铁路走了几十分钟寻找一个事故现场,但报料人又说事情已经处理完了。

突发新闻的现场,经常远离市区,更多的时候,记者是作为一个不速之客出现的,很多敏感事件,采访的难度可想而知。有记者说,有时候报料人就在人群中,虽然不认识,但可以感觉到。

突发新闻记者的原则是,不放过每一条线索,感谢每一个提供了任何一点帮助的人。

## 三、报料人:传媒“线人”

很多报料人都没有留下完整的名字,即使是和记者一同采访的报料人,记者也不完全了解他们的身份,有时候报料人在现场等待记者的出现,但他们与记者之间,只是通过电话联系,有时一则相当重要的新闻见报,但记者并不知道究竟是谁在现场为他提供了采访的线索。

不少报料人,尤其多次报料的职业报料人,对记者的名字相当熟悉,有时