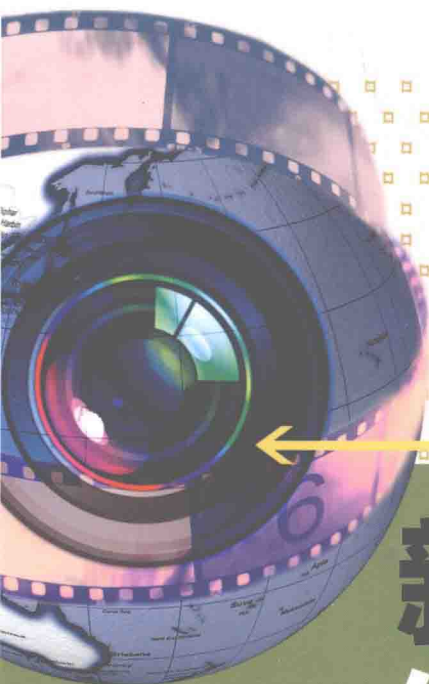


21世纪高职高专规划教材

新闻传播系列



新闻采编与制作 综合实训

XINWEN CAIBIAN YU ZHIZUO ZONGHE SHIXUN

史振洪 李 展◎编著

中国人民大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·新闻传播系列

新闻采编与制作综合实训

史振洪 李展 编著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

新闻采编与制作综合实训/史振洪,李展编著.

北京:中国人民大学出版社,2010

21世纪高职高专规划教材·新闻传播系列

ISBN 978-7-300-12817-7

I. ①新…

II. ①史…②李…

III. ①新闻采访-高等学校:技术学校-教材②新闻编辑-高等学校:技术学校-教材

IV. ①G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 192987 号

21 世纪高职高专规划教材·新闻传播系列

新闻采编与制作综合实训

史振洪 李展 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 10

字 数 224 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2010 年 11 月第 1 版

印 次 2010 年 11 月第 1 次印刷

定 价 20.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



前言

当今社会人才竞争激烈,用人单位对于毕业生的要求也越来越高,新闻采编与制作专业面临一个尴尬的局面:一方面高校毕业生求职困难,另一方面新闻媒体等用人单位招不到合适的新闻工作人员,很多媒体总感慨“新闻岗位易设,新闻人才难求”。那么,如何培养用人单位需要的新闻采编与制作人才,对高职高专教育提出了新的挑战,我们也在为此积极摸索着、尝试着。为了应对高职高专教育的新特点、新形势,我们组织编写了本书,旨在指导新闻采编与制作专业实训课程教学。

目前市场上几乎没有新闻采编与制作专业综合实训教材,在本教材的编写过程中我们做了以下三方面的探索:

一是教材结构方面,打破了传统新闻专业教材的模式,更加突出了实操性。在理论知识够用、管用的前提下,尽量简化理论知识的介绍,尽可能比较细化地介绍新闻工作中的各种流程和规范,以期最大限度地提供指导性,通过实训锻炼学生的基本技能。

二是内容设置方面,增强了实用性。从新闻实际工作中选取实例和实训任务,让学生感受到实例就在自己的身边,并具有较强的借鉴意义和指导意义。

三是编写体例方面,采用任务驱动的方式进行编写,通过完成项目任务,达到教学的效果和教学目的。

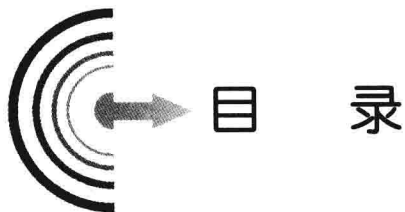
本书由史振洪、李展联合编著。具体分工是:李展(郑州铁路职业技术学院)负责编写第一章、第二章、第四章;史振洪(钟山职业技术学院)负责编写第三章、第五章。

本书在编写过程中,参考了大量的文献资料,吸收了新闻学研究与新闻实务工作的最新成果,特别是援引、借鉴、改编了大量的案例和训练素材。为了行文方便,对于所引成果及材料未能在书中一一注明,在此笔者对本书编写有过帮助的方家大作表示致敬和感谢!

由于学识、时间等因素,教材中错漏肯定犹存,诚恳地期望新闻学界专家、前辈,以及使用本书的广大师生,提出真诚而宝贵的意见和建议,使本书在修订时更趋完善。

编者

2010年8月



第一章 走进报社	1
第一节 报社的章程、组织架构和工作流程.....	1
实训 1: 确定报社的章程和组织架构	2
实训 2: 制定报社的工作流程	11
第二节 社长、总编辑的工作职责	17
实训: 制定社长、总编辑的工作职责	17
第三节 编辑部主任、编辑的工作职责	19
实训: 制定编辑部主任、编辑的工作职责	20
第四节 记者部主任、记者的工作职责	23
实训: 制定记者部主任、记者的工作职责	23
第二章 新闻采访能力训练	29
第一节 新闻线索	29
实训: 获取新闻线索	29
第二节 新闻价值	35
实训: 判断新闻价值	36
第三节 采访准备	40
实训: 做好采访前的准备工作	40
第四节 采访技巧	43
实训: 掌握采访技巧	44
第三章 新闻策划能力训练	52
第一节 新闻策划	52
实训: 了解新闻策划	52
第二节 新闻策划的方法	64
实训: 掌握新闻策划的方法	64
第四章 新闻写作能力训练	80
第一节 消息的写作	80

实训 1: 写作动态消息	81
实训 2: 写作综合消息	84
实训 3: 写作经验消息	87
实训 4: 写作人物消息	90
实训 5: 写作述评消息	93
第二节 通讯的写作	97
实训 1: 写作人物通讯	97
实训 2: 写作事件通讯	100
实训 3: 写作工作通讯	105
实训 4: 写作风貌通讯	109
第三节 专访的写作	112
实训: 写作专访	112
第四节 新闻特写的写作	119
实训: 写作新闻特写	119
第五节 新闻评论	125
实训: 写作新闻评论	125
第五章 报纸编辑能力训练	130
第一节 选稿	130
实训: 选稿	131
第二节 改稿	136
实训: 改稿	137
第三节 稿件的组织	142
实训: 组织稿件	143
第四节 新闻图片	146
实训: 选择和编辑新闻图片	146
第五节 版面设计	149
实训: 设计版面	149
主要参考文献	154



第一章 走进报社

现代社会，传媒业十分发达。在日常生活中，我们经常看到各种各样的报纸。报纸是我们重要的信息来源。

报纸的种类很多，按出报时间和周期，可分为日报、晚报、早报、周报等；按报纸的性质，可分为党政机关报、文化教育报、科学技术报、卫生体育报、文学艺术报等；按报纸的读者对象，可分为少年报、青年报、老年报、工人报、妇女报、农民报、商业报等；按刊载的内容，可分为综合性报、专业性报、文摘报、信息报、消息报、新闻报等。

但不管哪类报纸，都必须有一个出版它的机构，这个机构就是报社。报社就是采集、编辑、出版和发行报纸，并以报纸为传播媒介，向一定区域的受众提供新闻信息服务的大众传播机构。

第一节 报社的章程、组织架构和 workflows

报社的章程是办报的根本依据，每一个报社都拟定有自己的章程。

报社的组织架构是指对报社各项工作任务进行的分工、分组和协调合作。报社的组织架构对于报社来说十分重要。组织架构一旦建立起来，稳定性较强。组织架构也就是报社的权力结构，直接关系着各种权力分配。同时，组织架构确定了报社的基本议事程序和决策程序，决定了合作部门之间的逻辑关系和隶属关系。因而，确定报社的组织架构是成立一个报社的基础。

工作流程是指报社内部发生的各项业务从起始到完成，由多个部门、多个岗位、多个环节协调及顺序工作而共同完成的完整过程。工作流程是工作效率的源泉。管理学界认为，流程决定效率，流程影响效益。好的工作流程能够使报社各项业务管理工作良性开展，从而保证报社的高效运转。相反则会问题频出，出现部门间、人员间职责不清、相互推诿等现象，从而造成资源的浪费和效率的低下。因此，设计并建立科学、严谨的工作流程，保持这些流程得到有效执行、控制和管理，对一个报社来说至关重要。

实训 1：确定报社的章程和组织架构

一、实训目标

通过本实训，了解报社的章程及其内容。

二、实训背景

新闻专业的毕业生钟林应聘到海天公司工作。海天公司专门开发、生产和销售儿童玩具，主要产品有室外组合滑梯、淘气堡、儿童小房子、小型组合滑梯、秋千、摇马、跷跷板、充气弹跳、蹦床、积木、沙滩玩具等，行销国内外，多次在行业设计大赛中获奖。在全国各地设立了多个分公司，从事玩具开发、制造、销售等工作。

为了扩大公司影响，做好公司的对内对外宣传工作，总经理要求钟林组建《海天报》报社，刊印《海天报》。在等待新闻出版主管部门批准的日子里，钟林要做的就是起草报社的章程，拟定组织架构。

总经理明确提出具体要求：起草的章程要符合公司实际；确定组织架构要征得领导同意，确定各岗位人选要征得领导同意。

三、实训内容

1. 假如你是钟林，请根据上述的要求提出方案。
2. 根据上述要求，钟林对报社组织架构拟定了以下方案。请你对钟林的设计进行评价，并加以说明。

《海天报》报社组织架构

- 社长
- 总编辑
- 办公室
- 总编室
- 人事部
- 财务部
- 编辑部
- 记者部
- 排版室
- 发行部
- 广告部

四、实训要求

1. 实训开始前，深入本地各大报社，了解其章程和组织架构，并进行分析比较。
2. 以班级为单位，模拟组织成立《海天报》报社。
3. 按照班级每个同学的特长，把他们分配到相应岗位。
4. 把全班同学分成 3~5 组，分别起草《海天报》的章程草案和组织架构草案，然后汇总，召开专门的论证会，对所有的草案进行分析讨论，最后在互相借鉴、补充、优

化的基础上,拟定出《海天报》的章程和组织架构。

五、实训提示

确定报社的章程和组织架构,要注意:

1. 章程规范,机构精简,人员精干高效,避免人浮于事。
2. 机构的设置应有利于发挥积极作用,避免相互重叠。
3. 人员选配要人尽其才,人尽其用。
4. 报社一旦成立后,就要有专门的办公场所,最好能配备相应的办公设备,比如办公桌椅、安装有排版软件的计算机、电话、打印机、传真机等。
5. 对办公场所进行分区,分出总编室、办公室、人事部、财务部、编辑部、记者部、排版室、发行部、广告部等。

6. 报社的成立和报纸的出版必须遵守有关规定。下面是新闻出版总署发布的《报纸出版管理规定》中关于成立报社和出版报纸的有关规定:

(1) 报纸由依法设立的报纸出版单位出版。报纸出版单位出版报纸,必须经新闻出版总署批准,持有国内统一连续出版物号,领取《报纸出版许可证》。

(2) 报纸出版必须坚持马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想,坚持正确的舆论导向和出版方向,坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一以及贴近实际、贴近群众、贴近生活的原则,为建设中国特色社会主义营造良好氛围,丰富广大人民群众的精神文化生活。

(3) 创办报纸、设立报纸出版单位,应当具备下列条件:

有确定的、不与已有报纸重复的名称;有报纸出版单位的名称、章程;有符合新闻出版总署认定条件的主管、主办单位;有确定的报纸出版业务范围;有30万元以上的注册资本;有适应业务范围需要的组织机构和符合国家规定资格条件的新闻采编专业人员;有与主办单位在同一行政区域的固定的工作场所;有符合规定的法定代表人或者主要负责人,该法定代表人或者主要负责人必须是在境内长久居住的中国公民;法律、行政法规规定的其他条件。除前款所列条件外,还须符合国家对报纸及报纸出版单位总量、结构、布局的规划。

(4) 中央在京单位创办报纸并设立报纸出版单位,经主管单位同意后,由主办单位报新闻出版总署审批。

中国人民解放军和中国人民武装警察部队系统创办报纸并设立报纸出版单位,由中国人民解放军总政治部宣传部新闻出版局审核同意后报新闻出版总署审批。

其他单位创办报纸并设立报纸出版单位,经主管单位同意后,由主办单位向所在地省、自治区、直辖市新闻出版行政部门提出申请,省、自治区、直辖市新闻出版行政部门审核同意后,报新闻出版总署审批。

(5) 两个以上主办单位合办报纸,须确定一个主要主办单位,并由主要主办单位提出申请。

报纸的主要主办单位应为其主管单位的隶属单位。报纸出版单位和主要主办单位须在同一行政区域。

(6) 创办报纸、设立报纸出版单位,由报纸出版单位的主办单位提出申请,并提交以下材料:

按要求填写的《报纸出版申请表》；主办单位、主管单位的有关资质证明材料；拟任报纸出版单位法定代表人或者主要负责人的简历、身份证明文件及国家有关部门颁发的职业资格证书；新闻采编人员的职业资格证书；报纸出版单位办报资金来源及数额的相关证明文件；报纸出版单位的章程；工作场所使用证明；报纸出版可行性论证报告。

(7) 报纸主办单位应当自收到新闻出版总署批准决定之日起 60 日内办理注册登记手续。

持批准文件到所在地省、自治区、直辖市新闻出版行政部门领取并填写《报纸出版登记表》，经主管单位审核签章后，报所在地省、自治区、直辖市新闻出版行政部门；《报纸出版登记表》一式五份，由报纸出版单位、主办单位、主管单位及省、自治区、直辖市新闻出版行政部门各存一份，另一份由省、自治区、直辖市新闻出版行政部门在 15 日内报送新闻出版总署备案；省、自治区、直辖市新闻出版行政部门对《报纸出版登记表》审核无误后，在 10 日内向主办单位发放《报纸出版许可证》，并编入国内统一连续出版物号；报纸出版单位持《报纸出版许可证》到工商行政管理部门办理登记手续，依法领取营业执照。

(8) 报纸主办单位自收到新闻出版总署的批准文件之日起 60 日内未办理注册登记手续，批准文件自行失效，登记机关不再受理登记，报纸主办单位须把有关批准文件缴回新闻出版总署。

报纸出版单位自登记之日起满 90 日未出版报纸的，由新闻出版总署撤销《报纸出版许可证》，并由原登记的新闻出版行政部门注销登记。因不可抗力或者其他正当理由发生前款所列情形的，报纸出版单位的主办单位可以向原登记的新闻出版行政部门申请延期。

实例 1

某电力报社的章程

第一章 总则

一、本报是根据公司党委意见由公司员工自发组织创办，受公司党委直接领导，属公司内部发行资料。

二、本报以“服务大局、服务基层、服务员工、服务用户”为宗旨。

三、本报主要是根据电力行业特点宣传党和政府的基本路线、方针、政策及电力行业改革动态、基本决策和重大活动，配合公司中心工作做好宣传报道，反映员工心声，交流基层动态，为广大干部职工提供一片施展才华的园地。

四、本报努力为公司各单位、部门及职工架起沟通、交流的桥梁，加强相互之间的联系，互通信息，成为反映基层动态、传播经验的媒体。

五、工作人员应按时参加本报的工作会议和日常工作，有事有病应事先请假。

六、本报费用由公司支付。

七、本报工作人员为兼职人员。

第二章 机构设置

八、编辑部全体大会：对本报的各项事务具有决策权、监督权、执行权，全面负责报纸出版的各项事务。常务理事会负责编辑日常管理工作，组织召开会议，确定人员、

机构设置,制定目标、布置工作,召集讨论决定编辑人员的组成及规章制度。督促编辑部日常工作的开展,对重大事项有最终决定权。

九、主编:报纸出版的主要负责人。主审稿件,对报纸出版的内容、改版等报纸重大工作有决定权和监督权。

十、副主编:协助主编搞好报纸的出版发行;负责报纸的排版、选稿和文字校对。

十一、责任编辑:负责版面的稿件审理,编辑修改。对所负责版面的内容、形式有一定的自主权,向主编反映组稿编排的意见与建议,如情况特殊,可展开共同讨论。

十二、综合岗位:负责报纸的校对、印发、稿酬的计算、发放等综合性工作。

第三章 编辑人员职责

十三、认真贯彻执行党的路线、方针、政策,坚持正确舆论导向,热爱本职工作。

十四、必须注重提高自身素质和修养,积极参与社会实践活动,与同行新闻组织、单位进行学习交流,扩大报纸的社会影响。

十五、按时参加本报的工作会议和日常工作,有事应提前告知主编。

十六、报纸出版后,由公司办公室负责发送到读者手中。录用稿件登报后,给作者支付稿酬并发给样报。

十七、定期向读者做问卷调查,收集反馈信息,吸取读者宝贵意见。

十八、指定专人做好日常工作日志,准确完整地记载编辑部工作情况,保管各种档案和资料。

十九、工作人员实行责任制,职责上责任到人,相互监督;工作上相互协调,积极配合。要求能力适应岗位,实行动态管理。

二十、自觉遵守国家法律、法规和公司各项规章制度,遵守本报各项规定。

二十一、对于无视本报制度,无故不参加本报活动,不履行工作职责,情节严重造成不良影响的,经编辑成员讨论勒令其退出。

第四章 采编人员工作制度

二十二、本着“征稿广泛,审稿公平,定稿谨慎,校稿认真”的宗旨,努力出版高质量、高水准的报纸。

征稿:长期做好征稿宣传,征稿面向广大员工,来稿文体不限,内容积极向上。同时可向员工、领导约稿。

审稿:稿件的审理分为初审和复审。由两名以上编辑参加初审,筛选出可用稿件(备用稿)。备用稿由编辑部指定成员审核,修改错别字、错句、病句及用词不当等。所有稿件不论录用与否,一律登记入册,稿件保留存样。未选用的备用稿参与下期报纸稿件的选用。

定稿:责任编辑定稿后,由主编复审,然后交由顾问审核,方可刊印出版。

校稿:实行专人负责制。并由综合岗位负责刊印前各版的校对工作。因校正审稿疏忽而出现错别字、漏字、多字、语句毛病等现象的,相关人员负主要责任并予以处罚。多处出现明显错误,相关校对人员将取消其审稿资格。

第五章 通讯员工作章程

二十三、凡具有一定的文学功底,爱好写作、勤奋敬业的本单位职工均可成为本报通讯员,原则上每科室、所、站、厂至少有一名通讯员。

二十四、通讯员要认真对待本报工作，提高新闻敏感性，收集反馈信息及时、准确。

二十五、每月至少提供四篇高质量的稿件，并通过各种方式和渠道提高自身文学修养。

二十六、累计三次未按时完成任务的，取消通讯员资格。

第六章 例会制度

二十七、每周五 17:00 为固定的例会时间，所有编辑部成员务必准时到会。

二十八、有事有病应事先请假，使用专用请假条，经主编签字批准后方有效。

二十九、例会做前期工作总结和下期编辑计划。

三十、累计两次无故不参加例会的，给予相应批评处分。

第七章 稿件录用和奖励

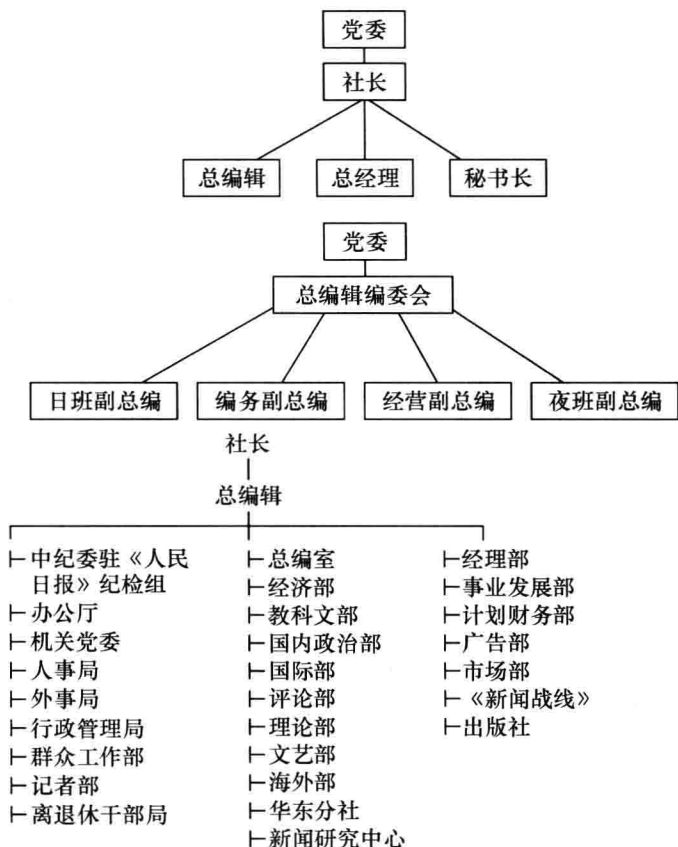
三十一、稿件一经录用，及时给文章作者支付稿费，稿酬支付标准为每字 0.03 元，并发给样报和录用证书。

三十二、稿件录用以登报为准，稿件见报后，凭个人有效证件到公司领取稿费、样报。

三十三、投稿作者在投稿作品上写清单位、真实姓名、联系方式等，以便及时和作者联系以及资料存档。

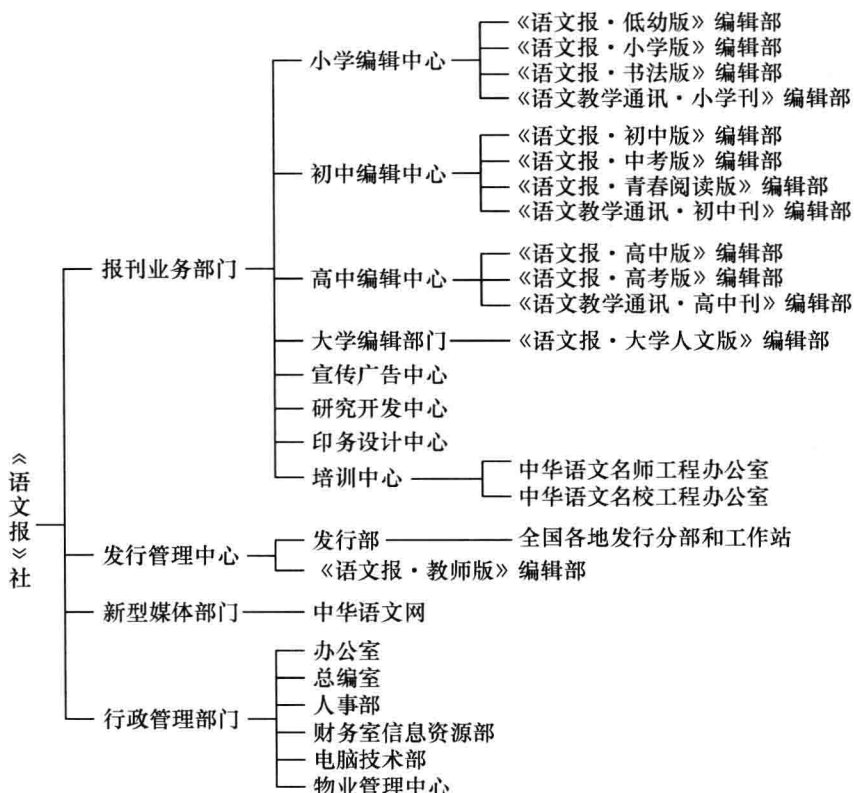
实例 2

《人民日报》编辑部构成图



实例 3

《语文报》报社的组织架构



实例 4

美国日报的组织结构

报纸发展到今天，已成为一个庞大复杂的出版体系。什么样的组织结构和管理形式最有利于大型报纸的高效运作？这是中国报人十分关心并仍在实践中反复探索的一个课题。报纸行政和经营管理方面的机构设置较为简单，无非是广告、发行、人事、财务、总务这样几个主要部门，中外报纸差别不大，关键是编辑部的结构变化较频繁，各有利弊。改革开放 30 多年来，中国各地的主要报纸在编辑部部门设置上变动了较多次。笔者所在的《深圳特区报》自 1984 年改为日报以来，至少有过 4 次大的变动。但此次笔者近期访美时却发现，在崇尚自由和差别的美国，各日报编辑部的架构却高度统一，互相间没有太大差别。

显然，目前美国报纸编辑部的组织形式是被业内人士高度认同的。

一、美国报纸管理层的头衔

要了解美国报纸的管理结构，不可不弄清楚其管理岗位的头衔，而这一点恰恰常使中国同行闹出误会。

美国报纸的最高长官当然是报纸的老板，称作 publisher，中文通译“发行人”，也有译作“出版人”的。前者会使人联想到报纸发行部门的员工，后者似乎更准确些，甚至译作社长可能更为我们理解。但长期以来，人们习惯于用“发行人”，本书姑且从之。但在一些大报业集团的下属报纸中，发行人也不一定是老板，可以由集团最高层指定某人担任。

报纸的二号人物是总裁或总经理，笔者访问的报纸绝大多数都用 president（总裁）这一头衔，个别报纸在总裁之下还设总经理。总裁或总经理一般不过问编辑部事务，编辑部事务由总编辑负责并直接向发行人报告。

总编辑，中国人习惯翻译成 editor in chief，但美国报纸很少这样用，多数报纸的总编辑名片上只印 editor（直译“编辑”），大到《今日美国》这样全国发行量最大的报纸，小到《斯坦顿岛前进报》这样的地区报纸，编辑部的一号人物都是 editor。发行量排行第四的西部大报《洛杉矶时报》总编辑也是 editor。这时你若将他们认作普通编辑，就大错特错了。一般而言，编辑部称呼越简单者，官职往往越大；在“编辑”前加上各类前缀的，官阶往往较小。但也有不同，如《纽约时报》和《华盛顿邮报》的总编辑为 executive editor（直译“主管编辑”），字面上有点总编辑的意思。然而，也不能见到这个字眼就以为是总编辑。美国《波士顿环球报》的总编辑仍是 editor，在其之下的第二号人物才是 executive editor，若去该报访问，不小心就会搞错。

总编辑之下，通常是执行总编（managing editor），其下有副总编或副执行总编，再下来是助理总编或助理执行总编。到了各部门，又复杂起来。一般来说，部门或版名加编辑，可视为主编，如 metro news editor（本市新闻主编）、financial editor（财经主编）、sports editor（体育主编）。有些中文图书将他们都称为编辑，是不准确的，编辑没有那么大权力。如 editorial page editor（社论版主编）的权力就很大，在很多报社，其职位与总编辑不相上下，直接向发行人负责，并不受总编辑节制。

在主编之下，还有普通编辑或助理编辑，也都叫某某 editor，有时确实难以区分，要询问其职责才能弄清楚。美国通常把 copy editor（版面文字编辑）视作最基层的编辑。《纽约邮报》发行人肯·钱德勒在接受笔者采访时就自称从最底层做起，到报社的第一个职位是 copy editor。

美国社会习惯上将所有编辑都归为管理层，如各报业工会只将记者和工人列为保护对象，对编辑被炒之类的事情一般不过问。但记者也有多种称呼，特别是大型报纸。通常，在新闻部门的采访人员称为记者，专写评论的称 columnist（专栏作家），在副刊或专刊部门工作的记者称 writer（作家）。如果我们见到后两种字样就一概认定是报社外的作者，就错了。

二、美国日报的基本结构

如上所述，美国日报的最高长官是发行人，通常由报社老板兼任，如《纽约时报》集团公司董事长苏兹伯格就兼任集团首席执行官和《纽约时报》发行人。少数报社的发行人由老板选聘，但也会占有较多股份，如《纽约邮报》的发行人就不是老板，而是经该报老板默多克聘任的。发行人一般并不过问报社具体事务，日常全面工作由发行人之下的第二号人物——总裁（小型日报称总经理）负责，但总裁负责的主要是行政和经营

管理,基本无权过问编辑部事务。总编辑通常兼任副总裁,直接向发行人负责,无须向总裁报告工作,因此总编辑可视为报社的准二号人物。在很多报社,社论版主编与总编辑平级,也直接向发行人报告而不受总编辑节制,以体现评论的独立性(不受新闻和广告业务影响)。

和中国的报社一样,美国报社内的机构分为两大块:一块是行政和经营管理,另一块是编辑部。报纸除广告以外一切与内容相关的事务,归编辑部管理,其余归属行政经营方面管理(美国人习惯称 business side,是相对于 news side 而言的)。

行政经营方面由总裁负责,设副总裁若干,通常兼任各方面主管,有的兼任部主任。典型的行政经营部门有:广告部、发行部、财务部、计划发展部、人事部、对外关系部(有的称公关部)、印刷厂、总务部。这些部门从字面上看即知其职能,无须解释。其中广告、发行等主要部门的运作,是报纸极其重要的内容,留待以后专门阐释,这里不予展开。

编辑部由总编辑负责,再分为两块,一大块是新闻编辑部,一小块是社论评论部。社论评论部下设社论版和评论版,各由一名主编负责。很多情况下,社论评论部的总负责就是社论版主编。社论版日常最高业务管理机构是社论委员会,由主编和主要评论家组成,负责确定社论或重要评论的选题。

新闻编辑部由总编辑负责,设执行总编、副总编、助理总编若干。新闻编辑部采取分类制,并实行采编合一,即将同类的编辑记者置入一个部门,不设单独的记者部。这也是美国报纸编辑部门机构设置的最大特点和最统一的做法。新闻编辑部通常设本市新闻部、版面编辑部(负责版面设计和具体稿件文字修改)、国内部、国际部、经济部、艺术与娱乐部、体育部、副刊部(负责各类专版)、星期天刊部、摄影部(通常包括美术组)、网络部(负责本报网站)、图书馆(或称图书资料中心,负责图书资料保存、查询和业务研究,《洛杉矶时报》就拥有近50人的大图书馆,也有些报社的图书馆归属行政经营部门管理)、各记者站。上述部门中,本市新闻部、体育部、副刊部和星期天刊部较为庞大。本市新闻部通常负责对本市各主要领域的采访,类似1993年以前《深圳特区报》的要闻部,但有些报社的本市新闻部还包括新闻评论,设有专栏作家。美国的城市日报,特别是那些四开的城市日报都很重视体育,因此体育部较庞大,且体育记者分工很细。副刊部包括了各类专版,如生活、食品、科技、健康、教育等专版,拥有自己的编辑和作家。星期天刊包括大量的副刊、专版、周刊之类,所以很多报社专设一个部门来运作该刊。在没有星期天刊部的报社,其副刊部会更加庞大。

三、美国报纸编辑部机构设置

以下是笔者选择的自己访问过的两家报社(一为大型全国日报,另一为大型地方日报),一详一略,作为美国报纸编辑部机构设置的实例:

1. 《纽约时报》(编辑部约1100人,其中60%在纽约市,其余在外地)。新闻方面高层负责人依次为:总编辑、执行总编(以上2人各设秘书或助理1人)、副执行总编(2人)、助理执行总编(6人)、协调执行总编(associate managing editor, 3人)、高级新闻编辑、图片主编。

各部门:

(1) 图书信息中心, 设主任 1 人。

(2) 新闻办公室, 负责编辑部的总务、人事、办公用品供应、秘书们的管理等, 由一名协调执行总编负责, 设高级经理、各部门事务经理、人事经理各 1 人。

(3) 社论版, 设主编 1 人(直接归发行人领导, 并配行政助理 1 人), 副主编 1 人(配行政助理 1 人), 助理副主编 2 人, 社论委员 8 人。

(4) 评论版, 归社论版主编领导, 另设主编 1 人、来信编辑 2 人、国际事务评论员 1 人、其他专栏评论员 5 人、文化和社会专栏评论员 1 人、自由专栏评论员 1 人。

(5) 国内新闻部, 设正副主编各 1 人, 白班编辑、夜班编辑、周末版编辑各 1 人, 助理编辑 1 人, 宗教记者 2 人, 社会政策记者 1 人, 另设国内教育版(《纽约时报》十分重视文化教育, 相应力量的配备也很强大), 设正副主编各 1 人, 记者 6 人。

(6) 国际部, 设正副主编各 1 人, 助理主编 2 人, 另设驻联合国记者站, 设首席记者和记者各 1 人。

(7) 城市新闻部, 设主编 1 人(配行政助理 1 人)、副主编 1 人、地方版编辑 2 人、助理编辑 2 人、任务编辑 1 人(负责向记者分配任务)、企业和周末版编辑各 1 人、专栏作家 3 人、记者 23 人, 另设驻警察局、纽约州首府、市政厅、纽约市各区及附近重要城市记者站 11 个, 各设首席记者 1 人、普通记者 1~2 人。

(8) 经济部, 设正副主编各 1 人、任务编辑 1 人、夜班编辑 1 人、其他编辑 5 人, 分别负责世界经济、市场、媒体经济、劳务市场、网络等版面, 专栏作家 4 人、记者 19 人, 分别负责消费、经济、能源、食品、工业与环境、保险、媒体与娱乐、证券、税务、技术、电信、华尔街等领域新闻和调查性报道, 另设技术版, 含主编 1 人、技术版编辑 1 人及记者 4 人。

(9) 文化部, 设正副主编及助理主编各 1 人, 编辑 2 人, 图书、艺术、音乐、舞蹈、建筑、电影、电视、剧院、儿童、餐馆等领域专栏作家或评论员 25 人(其中仅音乐评论家就有 6 人, 分别负责古典音乐、流行音乐、国内音乐), 记者 16 人(有的兼专栏作家)。

(10) 科学与健康部, 设科学主编 1 人、编辑 2 人、专栏作家 2 人、科学作家 3 人。

(11) 社会事务部, 设主编 1 人, 记者若干。

(12) 特别报道部, 负责调查性报道, 设主编 1 人, 记者可从各部临时借调。

(13) 体育部, 设主编 1 人(配秘书 1 人)、副主编 2 人、图片编辑 3 人、助理编辑 2 人、企业编辑 1 人、专栏作家 11 人、记者 24 人。

(14) 副刊部, 设正副主编各 1 人, 时尚、人物等评论员、专栏作家、记者共 6 人; 另设饮食版, 含正副主编各 1 人、专栏作家及记者 6 人; 设房地产版, 主编由副刊部主编兼任, 副主编和助理主编、编辑各 1 人, 记者 5 人; 设星期天时尚版, 副刊部副主编兼该版主编, 副主编 1 人, 专栏作家和摄影记者各 1 人; 设电子科技版, 负责消费类科技, 含正副主编各 1 人, 专栏作家及记者 5 人; 设劳务市场版, 含主编 1 人, 专栏作家和记者各 1 人。

(15) 摄影部, 设主编 1 人、副主编 1 人、摄影记者 39 人。

(16) 网站公司, 负责《纽约时报》网站, 设正副总经理及助理总经理各 1 人、主

编1人、执行主编1人、编辑5人、各领域制作人24人；另设《今日纽约》组，负责在网上发布关于纽约市艺术、娱乐、餐饮、购物、运动、休闲、事件等指南性资料，设经理和编辑各1人，制作人3人。

(17) 星期天刊部，负责编辑出版星期天刊除新闻以外的各种内容，设14个小组(版)，含各组正副主编及采编人员共84人。

(18) 外地记者站，共11个，其中以驻华盛顿记者站最为庞大：设主任1人、主编1人、副主编1人，白班编辑、夜班编辑、周末编辑、国际编辑各1人，经理1人，首席记者4人，任务记者1人(负责值班并分配采访任务)，普通记者35人。

2. 《费城问讯报》(编辑部约510人)。新闻方面高层负责人：总编辑1人(兼高级副总裁，设高级助理1人)、执行总编1人(设秘书1人)、副执行总编2人、助理执行总编3人、周末主编1人、摄影主任1人。

各部门：

(1) 社论评论部，12人(归总编辑领导)。

(2) 经济新闻部，34人(含主编、编辑、记者，下同)。

(3) 本市新闻部，36人。

(4) 地方新闻部，6人(负责社区及郊区镇的新闻)。

(5) 宾州新闻部，76人(费城位于宾州边缘，与新泽西州接壤)。

(6) 新泽西州新闻部，48人。

(7) 国内新闻部，7人。

(8) 国际新闻部，7人。

(9) 特别采访部，3人。

(10) 四大外地记者站，10人。

(11) 版面编辑部，60人(全部为编辑，主要负责综合性新闻版具体的文字编辑及各新闻版制作工作)。

(12) 体育部，31人。

(13) 艺术与娱乐部，17人。

(14) 副刊部，31人。

(15) 科学与健康部，11人。

(16) 摄影部，34人。

(17) 电子网络制作编辑部，16人。

(18) 美术部，11人(负责编辑部一切美术设计事务)。

(19) 编辑部行政事务：45人(包括老总秘书，以及人事、图书资料、办公用品管理人員等)。

资料来源：辜晓进：《美国日报的组织结构》，载《新闻实践》，2003(11)。

实训2：制定报社的工作流程

一、实训目标

通过实训，掌握报社的一般工作流程。