



美国报纸的“运作细节”

时间：2005-2-28 22:53:46 来源：青年记者 作者：刘明洋 阅读2502次

美国报纸的日报总量与中国相差不多，报纸从采编到出版的过程，有许多也与中国相同。但是通过了解，也发现了许多值得我们借鉴的做法。特别是关于办报的一些细节，更值得我们关注。

新闻例会

《新不列颠报》是一份发行量不到2万份的地方性报纸。因为规模较小，整个新闻编辑部只有9个文字记者、2个摄影记者和4个编辑，所以并没有固定的新闻例会，遇到重大的报道时，执行总编辑与晚班编辑一起商议一下即可。但另一家较大的报纸《纽黑文纪事报》，就有了固定的新闻例会。

《纽黑文纪事报》总部在康州的第二大城市纽黑文市，该市因为是著名的耶鲁大学的所在地而闻名。报纸每天出版48个版，发行量在20万份左右。该报每天都要开两个例会。上午，召开一个编前例会，由城市、经济、体育、文化、社论等板块的共7位主编参加，主要是通报当天各个方面的新闻线索，确定当天重点新闻题目；下午，再举行另外一个例会，由值班总编辑主持，主要内容是确定当天的头条稿件或者图片，确定上一版的主要稿件。

这样的例会，在一些著名的大报也常见。看《纽约时报》对一些国内国际事件的报道，发现除了即时性的报道外，同时还有大的背景以及相关的报道、观点等。据了解，这与他们定期的例会是分不开的。在例会上，大家一起分析一周重要的事件，讨论报道规模和方式，从而使报道显得十分丰富和充实。

时效第一

在美国的新闻界，不论是报纸还是电视，还是通讯社，在对待新闻的态度上，永远都是“时效第一”。在《新不列颠报》，每天记者写的当日新闻，是该报重要的报道源。他们的稿子，将决定着当天报纸的出版情况。我们还注意到，许多报纸都出版有“最终版”。所谓最终版，就是最后完全截稿后才印刷的版面。因为这里的报纸版量都很大，一次性印刷工作量太大，所以有些版就是白天提前印刷的。这种标以最终版的形式，在《芝加哥论坛报》、《芝加哥太阳时报》我们也都看到过。

不仅报纸，新闻服务机构也是这样。在美联社康州分社采访时，分社总编辑曾介绍了他们的运行情况，其中重要的一点是他们对新闻时效性的高度关注。他说，在新闻服务机构不断增加，竞争日益激烈的情况下，增强新闻的时效性，在“第一时间”写出新闻并传输出去，是竞

- <良友画报>的成功启示
- 新媒体营销看重谁？
- 新周刊10周年特刊(上)
- 新周刊10周年特刊(下)
- 论报业集团的品牌战略
- 报业压缩成本三大杠杆
- 朝日电视的经营之道
- 美国报纸的“运作细节”
- 上海文广新闻传媒集团...
- 飘摇与游离《生活时报...
- 中美记者的收入比较
- 默多克的经营思想
- 传媒集团模式选择及我...
- 新闻单位人事制度改革...
- 把县市报做大做强“...
- 资本经营：大众传媒的...

争取胜的最重要的砝码。他列举了他认为的新闻的最重要要素的排名：时效第一，背景第二，展望第三。为保证时效性，他们还在机制上做文章：每天都有专门的记者二十四小时值班，与康州的各家报纸建立合作关系，每天都能在第一时间、也就是报纸还没有印刷发行之前，就知道报纸次日的主要新闻情况。

大事报道

所谓大事，总是应该有一个公众的标准的。但在美国，这种公众的标准往往与报纸自身的新闻标准不尽一致。在这里，你很少可以看到各报统一的头条，尽管这一天可能有全国性的大事发生。在美国学习期间，我们遇上了美国的国庆日，这应该是一件大事。但在第二天的报纸上，你却看不到多少对这件大事的大报道。在我看到的报纸中，对这件大事的报道就各不相同。《布法罗新闻报》（纽约州西部最大的布法罗市的报纸）将国庆新闻报道放到了一版的右下角，字数大约只有200个字，当天的头条发的是大的图片报道，主题是“聚焦犯罪”；宾西法尼亚州的一份地方报纸，头条发的是州里通过了一项“骑摩托车者必须要带头盔的法令”的报道，报道很详细，包括以前的政策，全州现在骑摩托车的人数，法令是如何通过的等等，国庆日的报道，只是一条相当于标题新闻的内容，只告诉读者“总统布什就国庆日发表演讲”。

再有像8月份的大停电，纽约的一些报纸当然进行了较重的处理，《纽约邮报》除了一版是整版的大图片外，还做了40多个版的文字报道，但《新不列颠报》并没有放到头条位置，而是放到了一版的下部。他们的解释是：停电虽然是全国性的大事，报社所在地也停电了，但因为当地恢复得较早，许多居民都通过电视看了有关的报道，没有必要再进行重复，还不如当地另外的新闻更让读者感兴趣；而同是地方报的《康州邮报》，却在头条位置进行了报道。

大事报道的这种不统一性，说明了各报选择新闻的标准的不统一。

“一版模式”

看美国的报纸，特别是看其一版，你常常会感到它的一版的一种模式化特点。像《新不列颠报》，每天的一版大体上都是一种风格，头条新闻都是通栏而做的，大标题，然后是文字转版；头条底下居版中心的位置，一般是一幅大的图片，图片的两侧是竖立的文字新闻，图片底下，也就是报纸一版的底部，往往又是横起来的文字新闻。这种组版方式，在这家报纸应该是已经模式化，除非有特别的原因，否则每天都是如此。再像《纽黑文纪事报》，每天出版48个版，但每天的头版几乎已经模式化，除了导读之外，一版刊发的稿件从不超过4篇。

模式化并不总是一个样。有的报纸就不是这种版面分割清晰、图片文字明确的模式，有代表性的是《今日美国》报。在它的一版上，你已经看不到报纸版面的所谓几栏分割，因为无论是它刊发的图片或者是文字，都已经完全打破了编排上的按栏分割版面的格式。与一些比较规范运用版面分割的报纸相比，《今日美国》一版的整个组合看起来有些散乱，甚至有点没有章法，但却具有很强的冲击力。

也有相对“古板”的，像《华尔街日报》，不仅加宽的报纸版式有点独一无二，它每天的一版版面组合，给人的一个印象是中规中矩。如果说《今日美国》一版组合的“杂乱”让人有种青春冲动的感觉的话，《华尔街日报》则给人一种稳重成熟的感觉。这两份报纸目前在美国报纸的发行中排名前两位。各自有点模式化的一版，却也形成了鲜明的对比。

跑口记者

美国报纸的记者，除了有驻外的之外，在编辑部里的记者也常常分跑不同的口。一些大的报纸，都有专门的驻白宫、驻议会等记者，一些地方性很强的小的报纸，也将记者分为经济、体育，或者是跑法院、警察局等。在谈到记者这个职业时，一位大学的教授曾这样描述：要做

一个好记者，一是要与政府官员有很好的朋友关系，这样你就可以得到独家新闻线索；二是又必须与政府官员保持一定的距离，因为这样，你的报道才能不失去公正，才能将一些东西真正报出来。这看起来像是一对矛盾，其实正是这样。

在《新不列颠报》，摩根是最高产的一位记者。在一个周的时间里，她每天的稿件平均在4篇以上，最多的是一天发了7篇稿件，都是当日新闻。这个报社有个大体的规定，每位记者每天至少要发二篇稿件，而且都是当日新闻。上午，在整个编辑部里，你基本上见不到人，能够看到的只有两个人，一个是新闻资料人员，一个是新闻编辑部负责接待的。记者的工作节奏是：第一天离开办公室前，将第二天的采访报道线索发到执行总编辑的个人资料库里，上午出去采访，中午或下午回到办公室写稿子，一般在晚上8点钟之前能够全部完稿。我们曾随一位跑政法口的记者采访当地的警察局和法院。一个印象是，这位记者与警察局和法院具有很亲密的关系。在警察局，她几乎与见到的每一个人打招呼，而且，在警察局里的一个固定的位置上，放置着当日的重要的新闻线索，她一去就可以取到，也许是专门为其准备的。在法院，她除了在开庭时旁听外，还进入到法院的档案部门办公室，要一个个案例的更细致的背景材料。她确实与这两个部门很熟悉。

对记者来说，朋友和关系，是一笔真正的新闻资源财富。

晚班编辑

在《新不列颠报》的新闻编辑室里，我们发现有两件东西是我们常有的：一是当月报纸各专刊、专版的见报时间安排，贴在编辑室里的一块黑板上。二是每天各版面的情况，包括广告占用多大版面等。前者，是因为它们的专刊专版并不是完全固定，会有变化，所以一个月与另一个月可能会不同。后者，是因为广告部门需要在下午下班前将当天的广告占版情况以书面的形式通知晚班编辑。在这里，晚班编辑有四件事是必须做的：一是编稿，主要编辑记者当天的稿子、美联社的稿子，还有从其它方面下载的稿子；二是录入，有许多内容是需要晚上录入的，像一些讣告类广告、结婚类广告等，往往由晚班编辑进行文字录入；三是组版（包括插广告），这家报纸每天正常出24个版，除了白天提前组好的版外，需要在晚上组版的也在12个版左右，而整个新闻编辑部只有四位编辑，所以，每天每人组版量应该在三个版左右，所以工作量应该说是很大的；四是校对。这里并没有专门的校对人员，小样大样的校对，都是由编辑自己来完成的，一般情况下是谁组哪个版谁就负责校对哪个版。

执行总编

在《新不列颠报》，因为没有总编辑，执行总编就是最大的“新闻头”。他的工作规律是，每天下午大约2点钟去办公室，一般第二天凌晨2点签大样印刷然后回家，算起来每天在报社的时间是12个小时，而且一周七天。当我们第一天去报社，对总编辑也上晚班表示出不理解时，珍妮女士说：我们是一家很小的报纸，我们的总编辑大事小事都需要亲自做。关于这点有两个具体的感受：一是在晚上，一版基本上是由这位执行总编来选稿和组版的，他组版技术娴熟，有时一二版全组；二是有一天，市里选新市长，我去编辑部看他们如何做选举的报道，大约晚上9点钟，他与我开玩笑，说祝贺我有了一位新市长，然后带上采访本和相机，自己开车去了市政厅现场采访，第二天在报纸上看到的就是他的报道。因为他基本上没有休息日，一周七天连轴转，我问过他对这个职业的看法，他说他热爱新闻职业，他很乐于这样做。每天晚上他做的最后一件事是，在全部版面都做完后，签大样付印，再开近一个小时的车回家。当然，第二天又会是这样的一个新的轮回。

内容导读

美国的报纸，大都有很多的版面，也有不同的版块。为方便读者阅读，报纸对导读的处理可说是极为细致、也极为有效。报纸的一版，除了主打新闻和图片外，最大的就是导读。导读

除涉及主要新闻外，还包括一些普通读者关注的彩票、讣告、气象在哪个版的指示。二版，则又往往是大导读，把主要的新闻以提要的方式介绍。除此之外，各个版块又都有着自己版块的导读，一般放到各个版块的首页上。可以这样说，你想要阅读什么内容，只要看了导读，就知道在哪个版块里、在哪个版面上；你只要看完了一版、二版及各版块的导读，你对这一天的整张报纸其实也就有了整体的印象了。

导读的制作也是极为讲究的，有横栏的有竖栏的，有宽栏的有窄栏的，有的以图片为主，有的以文字为主，整个看起来，是报纸首版上的一道“风景”。这样的导读，一是对读者阅读是一种提示，方便了读者，二是对报纸当天重要的、核心的内容可以进行强调。

差错更正

在美国，因为报纸都有大量的版面，所以差错也是很普遍的。随之而来的是更正十分常见。举例来说，像《纽约时报》，这是一份全美、甚至全世界有名的报纸，以做新闻精深细致、追求完美著称，以“一切适于刊印的新闻”为目标，并将此话印到每天报头边上的显著位置，在美国也被专业人士称为“最受尊重的媒体”，就是在这样一份报纸上，每天你都可以在它的二版的中间位置，看到一个更正的栏目，看到一段更正的文字，有时的更正有十几条。这些差错中，有文字差错、有图片安排上的差错、有文章转版时出现的差错、还有报道所涉及的地方或人员上出现的差错。不仅二版，有时你还可以在一版上看到一些重要的更正，有时还有向读者的道歉。布莱尔剽窃事件发生后，报纸就刊发了一篇很长的文章，专门向读者表示道歉。

不仅在《纽约时报》上，在《哈特福德报》、《波士顿环球报》、《洛杉矶时报》等报纸上，你也可以找到报纸开设的专门用于更正的相对固定的栏目，有的报纸同样占有较大的版面。在栏目的下面，往往还有“欢迎读者对报纸提出批评、建议以及对错误进行举报”之类的文字，并列出了相应的电子信箱地址和电话。所以，在美国报界，有一句话很流行：凡是刊登固定更正栏的报纸，便是最负责的报纸。

开放尺度

在亲和读者，拉近与读者的距离方面，报纸也有自己的方法。其中一个方式，是报纸将出版人、总编辑、总经理及各版块的主编辑的姓名、电话号码、邮箱地址等联系方式，都登到每天的报纸版面上，便于读者联系。有的还将主要版块的人员组成、联系方式，全部在网站上发布。为尝试一下，也为了与一些报纸的“头”联系，我按照报纸上刊出的它们的有关人员的电子信箱，给他们发去了邮件，提出一些问题。这些人员里，有总编辑、发行经理、广告经理、读者服务中心人员等，结果有三分之一的回了邮件。

有些报纸在这方面做得更细。像《新不列颠报》，在每天的本报记者的报道后面，都有一个小注释，主要内容是告诉读者如何与这位记者联系。也许这样是为了让记者获得更多的新闻线索，但同时也是密切记者与读者关系的一种有效的方式。

同时，有的报纸为让自己的工作人员与读者亲近，还定期组织读者参观报社。

读者服务

在办好报纸之外，报社都尽可能多地为读者提供各种服务。读者只要发一个电子邮件或寄一封信去报社，说明自己要哪一天的报纸上的哪一篇文章或报道，报社都会有专人为读者提供。在《新不列颠报》，负责这项工作的是珍妮女士，她也是这家报纸的新闻资料员。据她介绍，报社开展这项面向读者的服务已有多年，操作其实并不难，因为报纸存放，不仅每月有纸质的、报纸原件的合订本，而且有专门的每月一盘的胶片资料。胶片资料由专业的胶片公司制作（这家报纸选择的是日本柯达公司在纽约的一家公司），像他们这样每天24版规模的报纸，

一个月只需要一盒胶片，大约只有两个烟盒大小，报纸全部的内容都可尽收其中。再配上一个专门的机器，机器先进行检索，找到读者想要的文章后，可以直接复印下来。当然，这种服务并不是无偿的，每份复印资料需要支付1美元。

在康州中央州立大学的图书馆里，我也曾看过几家报纸的胶片资料，像《纽约时报》、《华盛顿邮报》等。图书馆里也配有相应的扫描机，将胶片装进扫描机后，你就可以看到报纸完整的版面和报道内容。就好像你正在阅读1930年的《纽约时报》或1950年的《华盛顿邮报》一样。我没去过这两家报社的编辑部，但我相信，他们也会有类似于《新不列颠报》这样的为读者提供的资料服务。（作者：刘明洋/大众日报政教新闻采编中心主任）

文章管理: fei ao1982 (共计 252 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 美国报纸

- 美国报纸的集团化管理 (2003-3-18)
- 美国报纸星期天刊的运作 (2002-8-8)
- 美国报纸板块及内容设置 (2002-8-3)

[>>更多](#)

美国报纸的“运作细节” 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.