



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

新闻编排要注意的问题

时间: 2006-1-5 14:15:13 来源: 中国新闻研究中心 作者: 李春雨 阅读2452次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 李春雨

单位: 绥化市广播电视局总编辑、副局长

地址: 绥化市北五西路

邮编: 152000

新闻节目是地方台的独家优势, 因为我们所传播的新闻就发生在我们的身边, 如果我们将这一优势丧失掉, 那么, 地方台的竞争力和生存力也将丧失。

新闻, 是市、县台的主打的节目, 有的县也可以说是唯一自办的节目。新闻节目质量的好坏决定一个台舆论的影响力。

新闻节目又是地方台的独家优势, 因为我们所传播的新闻就发生在我们的身边, 如果我们将这一优势丧失掉, 那么, 地方台的竞争力和生存力也将丧失。

因此, 必须提高新闻编排的水平, 尽快提高新闻节目的质量。

从目前市、县台新闻节目反映的问题看, 要提高新闻编排的质量, 必须注意解决以下几个问题:

1、新闻编排要围绕中心、关注百姓、不能偏离中心、疏离群众。

新闻, 是媒体喉舌功能的集中体现, 导向永远是第一位的。

新闻编排要有大局意识、中心意识。要紧跟中心, 而不能偏离中心。应当说新闻宣传的重点, 都是根据不同阶段的中心工作和全局工作的要求确定的。当前, 我市的全局工作就是“规模推进, 加快发展”, 从阶段性中心工作看, 重点就是如何瞄准市场, 调整结构, 组织和指导农民搞好备春耕生产的问题。但, 从阅4月2日各县(市)台新闻节目看, 个别县(市)台的新闻节目除领导活动报道外, 其它新闻反映的都是部门非中心工作的边缘化信息, 做为党和政府喉舌的媒体, 在舆论引导上如果长期偏离中心的话, 其舆论导向、舆论方向就值得思考了。围绕中心, 关注大局是新闻党性原则的体现, 也是我们的职责所在。因此, 围绕中心搞好舆论引导是媒体的首要职责, 必须紧跟、紧跟、再紧跟, 围绕、围绕、再围绕。讲紧跟, 首先, 就不能迟滞延缓, 舆论落后于中心、落后于形势, 要有“春江水暖鸭先知”的新闻敏感, 所谓舆论先行就是这个道理。其次, 紧跟不仅仅是个新闻的数量要求, 更重要的是质量和深度的要求, 讲质量和深度就要紧紧围绕各级党委、政府的重大战略部署, 围绕从全局高度、战略高度采取的重

- 论新闻编辑的策划
- 新闻编排要注意的问题
- 新闻来稿的标题发布
- 现代报纸版面设计对版...
- 网络道德, 舆论宣传的...
- 服务是永恒的主题

大举措组织报道，准确阐述中央精神、和市、县委的重大决策，及时传递宏观信息，及时发现带有倾向性的苗头和问题，恰如其分地总结新鲜经验。要紧紧围绕实际工作中迫切需要解决的棘手问题组织重点报道，为基层和实际工作者提供发展的思路，解决问题的办法和破解各种难题的信心和勇气。

遇到重大问题，疑难问题和热点问题，不能采取回避的态度，要知难而进，在“公布事实”、“明辨是非”、“指出利害”、“揭示趋势”上下功夫。要遵循舆论引导的“可信性原则”、绝不允许按照主观臆想和愿望“打扮事实”；要遵循舆论引导的“权威性原则”，进一步增强受众对广播电视新闻宣传的可信度；要遵循舆论引导的“贴近性原则”，善于从人民群众关心的内容、角度入手，把经济和社会生活中的各种问题同人民群众的关注点有机地结合起来；要遵循舆论引导的“渐进性原则”，把舆论引导特别是对疏导情绪、解决矛盾和问题，作为一个过程来理解，要循循善诱不能刮风犯急性病，更不可不分层次和策略的狂轰乱炸。因此说，紧跟不能搞浮光掠影式浅表化的东西，不能只是线性的一般化的报道，不是平面的，单调的，歌功颂德式的宣传，要轻重有序，错落有致，富有节奏。

紧跟中心，不能疏离群众，要契合群众的心理需求。在报道中心工作时，不要忘记群众的所思所想所盼所愿，选题策划既要站在全局的高度，又要关注群众的心愿，要善于把中心工作的重点，同群众关注的热点，把中心工作的难点，同群众切盼的焦点有机结合起来，把党和政府要做的和群众要求的，把我们“想说的”同“群众想听的”统一起来，使我们的宣传既让党和政府满意，又让人民群众喜爱。

紧跟要把重锤敲在点子上，不能盲乐乱打，更不可随意妄为乱敲边鼓。要加强对全局工作、中心工作的了解和把握，加强对社会舆情的研究和分析，对形势的冷静观察和思考，随着中心工作的推进和社会舆情及形势的变化做出舆论引导的呼应，既抓鼓动统一思想，又抓典型指导推动，还要深入剖析，搞好预警。

紧跟不是盲目，紧跟不是应付，紧跟也不是舆论一律，紧跟要有强烈的政治责任感，使命感，要自觉融入时代、融入大局、融入中心，贴近社会、贴近群众、贴近生活。注意对群众思想观念的引导，对社会情绪的调整，对矛盾和问题的疏导与协调，对有碍党的方针、政策的贯彻落实，对损害大局和群众根本利益现象的监督，增强报道的思想性、启发性、针对性、贴近性和影响力，这才是积极的有为的紧跟，只有这样才能牢牢把握舆论引导的主动权，才不致于使我们的中心工作的报道处在一个平面和飘浮的状态，也不致于动态的东西报道之后，不知往那里深入，迷失方向，这才是“不偏离中心，不疏离群众”的紧跟，也可以说是党委、政府需要的，是人民群众所欢迎的。

2、新闻编排要突出主题，不能没有灵魂

新闻编排没有主题，没有明确的编辑思想，就不叫新闻编排。现在有一种现象应引起足够的重视，就是不重视新闻组合主题思想的体现，用新闻的主题，代替新闻组合的主题，使新闻组合如同一盘散沙，提不起神来。

要正确处理新闻编排的主题与新闻主题的关系，新闻的主题是对所报道新闻事实蕴含的主题思想的提炼，他所体现的是这一新闻的主题，而新闻编排的主题，是一期新闻组合节目的旗帜，是一个阶段编辑思想的体现，是统领所有新闻的纲。有时主题蕴含在新闻编排之中，通过对节目的选择和编排体现新闻中要表达的主题思想，比如，一个主题明确的新闻组单元，虽然我们并没有直接去表明这个主题，但选择相对集中的体现一个主题的稿件所揭示的主题却是明确的。今天早晨5点中央四套的中国新闻的一组编排就体现了这一特点。这期组合共分二个新闻组单元，第一组共有四条消息：

①胡锦涛致电玻利维亚总统桑切斯就玻北部地区发生严重泥石流灾害表示慰问；

②温家宝主持召开国务院会议研究非典型肺炎防治工作；

③电视专访卫生部长张文康谈非典型肺炎疫情及防治措施；

④卫生部与WHO就非典型肺炎进行有效合作。第二组是关注伊拉克的战事。

这一期节目的主题体现在第一新闻组单元中，即人文关怀的主题。表明了中国政府对国内外发生的灾难和疫病中的平民百姓的深切关怀。有时，新闻组合的主题需要在节目编排中鲜明地亮出来。如编排中挂牌的栏目，这个主题就是鲜明的，人们一看就知道你宣传的重点，主题是什么。这不仅是本期节目的编辑主题，而且也是一个阶段的编辑主题。但栏目的主题，又不能代替本期节目的主题，栏目的主题是阶段性的，但当期节目的主题可以在栏目主题的统领下有所侧重，比如绥化电视台的新闻节目中的《牢记“两个务必”，实践“三个代表”》的栏目，主题思想非常鲜明。推出佘树德的典型，体现的是艰苦创业，勤俭为民的主题；推出其它典型，由于典型事迹不同，其所传导的主题也就不同。新闻传播最忌讳的是单一层面和同质重构的典型宣传。千人一面的宣传效果并不理想。《推进潮》栏目也是一样，这个栏目是根据市委提出“规模推进年”这个中心任务确定的，规模推进涉及六个方面，如何组织报道？如何使每一期节目都能有一个明晰的主题？这就需要认真策划，既要体现六个规模推进的总体思想，又不能一锅煮分不出层次，既要统筹兼顾，防止顾此失彼，又不能不分节奏的单向平推。我们策划的思路就是紧随推进脚步，用大型系列报道的形式搞好跟踪报道，每个规模推进项目，确立一个系列报道主题，每天观注一个方面，具体宣传中根据工作进展。有启动、有进展、有典型、有问题剖析、有成果展示。这样，每天栏目的内容不同，其主题自然就不同了。

需要指出的是，栏目主题鲜明，并不等于每期节目主题就突出了，要突出主题，必须加强对每一期节目的策划，不能清一色，要多样化，不能单侧面，要多角度，只有从不同角度去强化主题，这样本期节目的主题就明晰和突出了。

3、新闻组合要十八般武艺各展所长，不能只用一种常规武器。

新闻组合讲求新闻体裁的多样性。要根据报道任务和报道重点对新闻进行体裁架构的设计。

比如，对于重大火灾这样突发事件的报道，就要根据突发事件的进展和受众对事件不同侧面关注的需求，选择不同的报道体裁，以增强其宣传效果。既要有动态的消息，报道何时、何地发生了火灾；也要有火灾抢险，灭火或抢救被困人员的现场报道；还要有对火灾原因的分析性报道；如果这是个火灾多发部位，又要有背景报道。因为火灾发生的原因、火灾造成的损失、人员伤亡情况和由此引发的其它方面的变化，以及社会各方面对火灾的关注等等呈现一个连续的过程，那么，作为突发事件的报道，为契合人们急于随时了解整个事件发生发展变化的前因后果，就需要进行连续的报道；火灾原因查清后，为了警示和教育，强化对火灾教训的认识，还需要配发评论或编后话。这样一个事件性报道，可以说根据不同报道任务的需要几乎用上了所有报道手段。非事件性报道也是如此，一个典型或一个对全局工作具有指导意义的新闻，除了要发消息，系列报道外，还要发言论。

总之，报道体裁是根据报道任务需要确定的，一定的报道内容或任务，需要运用不同的体裁，一定的体裁体现一定的宣传效果，如果不管什么样的宣传任务，只是采用动态的消息体裁就达不到宣传效果，同时也显得单调呆板。因此，要十八般武艺各展所长，这也是提高新闻宣传质量的一个重要方面。

4、新闻编排要突出时效性，加大信息量，不可少、慢、劣、浅。

电视新闻要以快取胜，它在时效性上要求的是今天，是刚刚或正在发生、发展的事实。从3月20日到现在，中央电视台1套和4套节目对伊拉克战事24小时进行实时报道，满足了人们同步获

得战争信息的需求，这种同步实时的多侧面的战事报道，吸引了所有人的眼球，有资料显示，CCTV-1、CCTV-4近期的收视率是最高的，比网络媒体报道还快，还充分，文字和视频，同声传译以及军事、国际问题专家的座台分析点评，这些手段的综合运用充分体现了电视的优势。消息类新闻必须狠抓当日新闻，多播发正在发生的事实，尽量消灭“目前”，“近日”或干脆没有时间元素的新闻，对市、县台新闻时效性的要求，市级台当日新闻要达到80%，县级台要达到50%以上。这不是能不能做到，而是必须做到的问题，不然，我们就没有竞争力，受众就要疏离我们，我们也就要失去生存的价值。

新闻组合要加大信息量。增大信息量，就要求把稿子写短、写精，要挤掉水份，要剔除无效信息，尤其是会议报道不要照搬领导讲话，要加强对会议和领导讲话的解读，要把解读出来的新闻报道给受众，只有这样才能做到短而精，短而准，短而有信息量。10分钟的新闻组合理想的条数12条，15分钟的新闻理想的条数18条，当然这需要记者和编辑的共同努力，也需要有关方面的理解和配合才能做到，不管怎样，我们自己首先要有这个意识。

5、新闻编排编辑要主导，不能无所作为。

新闻编排考量的是编辑驾驭全局和策划组织报道的能力。编辑在新闻宣传中是具体的策划者和组织者。

必须明确和强调这样一个观点，策划并组织好报道是编辑的第一要务。

总编辑是全年和阶段性重大宣传战役的宏观策划者和组织者，执行副总编则是中观宣传的策划和组织者，根据宏观编辑思想设计好每一个阶段的宣传计划，策划好每一个阶段的宣传重点、宣传选题、宣传形式和力量配置。那么，编辑就是要在宏观编辑思想指导下按照中观宣传计划要求，对每一期节目进行具体策划和组织。

编辑是新闻报道的灵魂，是运筹帷幄的军师。对报道什么、怎样报道、何时报道、报到什么程度，从什么角度报道、报道形式、报道体裁的选择，报道力量的配置，报道效果的预测都起着十分重要的作用。

编辑要提高对战役报道的全方位的策划，对常态报道的创新性策划，对突发事件的临机快速策划，对重大报道的整体策划的能力。

编辑的策划是一个系统的、贯通的、连续的过程，不是零散的、孤立的、断面的点式策划。因此，编辑必须胸有全局、必须吃透“两头”的情况，必须对世界形势，对国内形势，对省内、市内形势有一个准确的判断和把握，必须增强新闻的敏感性，新闻价值的判断力，新闻报道的组织协调能力。要把握新闻宣传的主导权，当好策划者、组织者、把关人。

编辑要学会并娴熟地运用一些编辑技巧。

电视新闻是顺序传播，观众收看也只能是从前往后的顺序收看，不象报刊可以选择，因此新闻编辑必须讲求艺术。一档节目，要有轻重缓急，波澜起伏，靠多个新闻组单元制造多个看点。

首先，要选好头题，扬起龙头。

头题新闻是当期节目的龙头，直接体现编辑的意图，代表一期节目的质量，代表当天宣传的方向。对观众来说，头题新闻能否吸引观众直接影响到他们收看新闻的兴趣。

选好头题，必须打破传统的按照领导官阶职级来编排新闻的习惯，这不符合新闻传播的规律。导向性决不是领导化。所谓头题，应是那些体现导向性、针对性、典型性、经验性、成就性、问题性、启发性以及社会影响大，观众最感兴趣的题材。有些重要会议和主要领导的重要活动

也可以选作头题。

那么，头题从何处选呢？就是要在重点工作报道中选，在战役报道的重点报道中选，在群众关心的热点问题中选。

领导活动和会议报道选作头题，编辑、记者要加强对会议和领导讲话的解读，要解读出新闻来。抓会议新闻，就要特别关注会议决定了什么，会议解决了什么问题；领导讲话中突出强调了什么，对某一方面问题的态度，领导讲话中传导出的新思想、新观点、新话语。这些都是构成会议新闻的元素，依据这些元素写成的新闻才有新闻价值。这样的新闻上头题，再配以相关的报道，构成一个新闻组单元，就不仅突出了新闻主题，而且也具有了较高的新闻及宣传价值。

领导活动报道也是一样，领导活动应当说都是有其目的性的，一般要求报道，都是因为领导活动对推动工作，解决问题具有指导性和针对性，为什么报出来的东西没有新闻？主要原因是我们的记者没有捕捉到，我们的编辑在处理这类新闻中没有挖掘出来。记者在随同领导活动时，必须要注意扑捉领导活动的意图、目的是什么。如果是调研活动，那么，就什么问题调研，这个调研背景，调研与将要形成的工作思路，与即将出台的政策，与要解决的重大问题是什么关系，调研当中，就哪一个方面工作或问题提出了哪些新的思路、新的思想，有了什么新的举措。如果是检查工作，发现了工作中存在的那些问题，发现并肯定了哪些典型和经验，对解决问题的态度和措施等等这些就是构成领导活动新闻报道的新闻元素，发现并抓准了就可以写出很好的领导活动的新闻来。因此说，记者不要单纯关注领导活动行程，而要关注领导活动的内容和传导出的有新闻价值的东西。

领导活动的新闻镜头要有所选择，要注意领导形象的社会性。领导活动不要有前呼后拥、车水马龙、指手划脚、脱离群众、回避问题和矛盾的镜头。领导活动的镜头要多抓取并传导有新闻、有信息量、突出个性并且与群众打成一片，关心群众疾苦，敢于碰硬，解决困难和问题的信息。突出了这些新闻也就有了看点和份量。

电视可以树立好的领导者形象，也可以毁了领导者形象。如果，一个领导者经常是剪彩、揭幕、迎来送往、下基层前呼后拥、走马观花、不解决什么问题的画面，群众就会说，这是个不干正事的领导，就要毁了这个领导。

选头题要有良好的政治素养和驾驭全局的能力，要有吃透两情的本事，选择好一条重要的头题稿件，只要这个头题对推动工作，推广经验，具有指导价值，那么，把领导一般性活动和一般性会议报道放在头题之后，我相信领导也是会理解和支持的。

其次，优化组合，编排要巧

新闻编排，要根据具体情况、采用不同的编排方法。主要有三种常见的方法：组合排列、对比排列、综合排列。

组合排列，就是把同类题材或内容相近或有内在联系的新闻排列在一起，使之形成一组，在—期节目中形成重点，深化报道思想。但这种排列组合，决不是同质同层面的一个角度新闻的堆砌，应是不同角度，不同侧面反映同一主题相关题材的组合，它要求各条新闻内容互为背景以增强新闻内容的厚度。同时，要将编辑的观点寓于编排之中，客观上起到评论的作用。一般主题性重点报道大多采用这一组合方式。

对比编排，就是把内容反差很大的新闻编排在一起，以鲜明的对比冲击出思想内涵，给观众留下深刻印象，鲜明地体现编辑对新闻的评价作用。赞成什么、反对什么，旗帜鲜明，产生积极的舆论导向。这就需要增强编辑的策划和编辑意识，记者抓到一个反面题材，为了强化宣传效果，编辑就应当与记者一同去挖掘正面典型的题材，编成一组，体现明确的导向性。

集纳式综合编排，是把同类题材综合在一起编成一组综合新闻。这样的新闻单独一条一条播会给人以类同单调之感，综合一起各取其有特点部分，以综合优势给观众留下深刻的印象。一般的纪念性节日活动，如学雷锋纪念日、消费者权益日、五一劳动节等都采用这种组合形式。

中央台在今年对“两会”讨论组报道时也采取了集纳式综合编排形式，为了分出层次和主题，在不同内容、不同主题之间运用片花主题词提示的形式将相关的内容集纳在一起，从不同角度全方位地展示了讨论的内容。这样编排既主题鲜明，层次清晰又有新闻的厚度和从不同角度探讨问题的深度。

总之，新闻编排要研究的问题很多，要解决的问题也很多，需要在新闻实践中不断摸索、实践、创新，只要肯下功夫，我们新闻编排的质量就会有一个明显的提高。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: [李春雨](#)

- [地方台未来发展与新闻立台问题 \(2006-2-14\)](#)
- [从工作成就类报道中抓取新闻 \(2006-1-17\)](#)
- [提高新闻舆论聚合力、引导力、控制力 \(2006-1-12\)](#)
- [贴近民情\关注民生\反映民意 \(2006-1-15\)](#)
- [尽快培养传媒尖子人才 \(2006-1-11\)](#)

[>>更多](#)

新闻编排要注意的问题 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.