

“办《航天新闻工作通讯》的目的之一，就是开启一个开阔眼界的新视窗，搭建一方相互交流的平台，使广大航天新闻工作者从各个方面、各个角度进行学习与思考，从而能够指导实践、激励创作、培养人才。”

视窗徐开，盼满园春色

——写在《航天新闻工作通讯》创刊之际



时旭

在办报过程中，时常听到编辑说基层来稿的问题，主要集中在两点：一是与热点有关的稿件比较欠缺，二是质量好的稿件基本靠约。我们暂且搁下这两个问题，先看看新闻宣传工作大环境发生了怎样的变化吧。

党的十八大召开后，中央政治局制定了关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定，其中对切实改进文风、改进新闻报道提出了很具体的要求。

习近平总书记说：空谈误国，实干兴邦。新闻工作者下基层，就是要在真实、扎实、朴实上下工夫。真实，才能打动人；扎实，才能帮助人；朴实，才能感染人。

新闻战线把改进文风作为贯彻落实好十八大精神的一项最重要的任务来实践，大力倡导“短、实、新”，反对“长、空、假”。一时间，朴实清新的文风迎面而来，新闻短了，标题活了，形式多了，语言新了。

作为新闻战线上的一员，每个航天新闻工作者都应敏锐感知、积极顺应潮流。在确定今年报纸工作思路时，中国航天报社针对航天新闻工作的特点，提出了新的要求，并将其归纳为8个字：适应、深入、鲜活、有用。

适应什么？就是要适应实现民族复兴、共筑中国梦的要求，适应航天新发展要求，适应航天新闻工作转型升级的要求；

如何深入？就是深入航天科研一线，深入重大型号任务现

场，深入发展前沿，深入现代文化、生活实际；

怎么鲜活？就是要采写鲜活的新闻，择取鲜活的选题，拍摄鲜活的图片，选用鲜活的稿件，起个鲜活的标题，做出鲜活的版面；

什么叫有用？就是要采有用的信息，写有用的文章，用有用的文字，说有用的故事。

在这一思路下，报社将致力于及时、深入报道我国航天事业在重大工程、科研生产、军民融合、改善民生、服务社会等方面取得的新成就和航天人攻坚克难、积极进取的新风貌，不断改进新闻报道的文风，创新报道形式，写短文、讲实话、传播有价值的信息。

新闻的本源在于实践。文风的转变来自作风的转变。航天新闻工作者只有贴近航天中心工作、贴近航天发展、贴近航天人生活，深入采访，才能获得真情实感，才能写出更多情感饱满、打动读者、生动鲜活、务实有用的新闻佳作。

好文风还来自好学风。航天新闻工作者唯有重视学习、端正学风，变“要我学”为“我要学”，才能提高业务能力，以富有感染力和实践性的好文风引导舆论、指导实践。

办《航天新闻工作通讯》的目的之一，就是开启一个开阔眼界的新视窗，搭建一方相互交流的平台，使广大航天新闻工作者从各个方面、各个角度进行学习与思考，从而能够指导实践、激励创作、培养人才，推动航天新闻战线形成注重实践总结、理论升华的良好氛围。

我们衷心地希望，广大航天新闻工作者能将《航天新闻工作通讯》视为自己的家园——沟通交流的桥梁、提升能力的平台、瞭望行业的视窗、照亮前途的灯塔，思行合一，砥砺前行，共同开创航天新闻工作的新局面。

再回到文章开头提及的问题，只要大家把脚步迈入航天中心工作的圈子里、把身影投入社会发展和现代生活中，俯下身去，观察思考，就不会再愁发现不了好的新闻线索；只要将笔尖对准身边的热点焦点，就不愁写不出读者喜欢的新闻佳作。

让我们一起努力吧！

中国航天报社总编辑

2013年《中国航天报》第二季度报道重点

在刚过去的第一季度,《中国航天报》在学习贯彻党的十八大精神、两节期间慰问、航天两大集团公司工作会、全国两会、学雷锋日、三八妇女节以及航天质量日等重大任务报道中收获颇多。

延续去年的“贯彻十八大精神 再创航天新辉煌”栏目,重点反映了航天两大集团在十八大精神的指引下,在2013年首季提出的工作新思路、发展新成果,其栏目报道内容已逐步向基层深入。

两会报道期间,本报记者采写稿件50余篇,报纸使用照片50余幅,习近平总书记的照片传播效果得到全国政协的好评并给报社发来感谢信,报道工作获得航天代表委员的好评。

今年是毛泽东同志“向雷锋同志学习”题词发表50周年,报社以“弘扬雷锋精神 岗位建功奉献”为主题开展报道,并从学雷锋日起开办了“寻找最美航天人”栏目。

《中国航天报》第二季度的报道重点:以天宫一号与神舟十号载人交会对接任务新闻报道为重点,并将启动“走进型号试验队”采访活动,开设“筑航天梦圆中国梦”、“航天产业基地巡礼”等专栏。

此外,第二季度的报道工作将要贯彻落实党中央和航天两大集团公司对新闻报道的要求,集中展现“转文风”的成果。

主要报道重点:

一、关于宇航发射报道

1. 天宫一号目标飞行器与神舟十号载人飞船交会对接任务的报道。

4月、5月随神舟十号飞船、长征二号F运载火箭进场等节点,通过一版“神十飞天 一线写真”栏目动态性地及时报道任务进展。6月~8月期间将大规模报道该任务。

2. 十六次宇航发射中首发星的报道。

高分一号卫星为今年宇航发射的首发卫星,要认真组织,全面作好开局报道。同时要做好在第二季度发射的中星和资源卫星的报道工作。

二、从4月9日开始,原一版设置的“贯彻十八大精神”栏目调整为“筑航天梦 圆中国梦”栏目,以报道航天重要工作、成果、经验等内容为主。

三、五一劳动节、五四青年节、六一儿童节的报道。

结合五一、五四航天两大集团公司开展的活动,在4月底、5月初的报道中,向劳模和优秀青年报道倾斜。6月初的报道要有儿童相关内容。

“航天产业基地巡礼”栏目的开办。

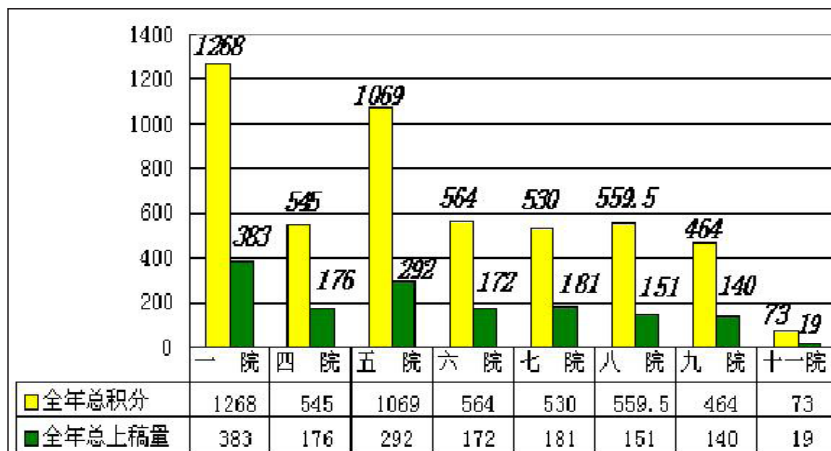
计划在4月底开设栏目,陆续刊登“巡礼”稿件。

巡航导弹突防团队宣传报道。根据科工集团公司的统一部署,对巡航导弹突防团队进行持续跟踪报道。

写得精彩才是关键

——2012年航天科技集团公司各单位来稿分析

□ 许斌



2012年中国航天科技集团公司各院全年上稿积分与上稿量统计表

2012年,《中国航天报》能够出色地完成全年的报纸出版工作,与各单位的鼎力支持和通讯员们的倾情付出密不可分。

去年,航天科技集团公司完成了包括天宫一号与神舟九号首次载人空间交会对接、北斗区域卫星导航系统建设为代表的国家重大工程任务,19次28星(船)宇航发射实现满堂红。在这些重大任务报道中,通讯员们发挥了重要作用。无论是在科研生产一线还是在发射场,都有他们勤奋工作的身影。他们撰写了大量优秀稿件,拍摄了大量精彩图片,为航天发展作出了贡献。

从2012年科技集团各单位积分和上稿量统计柱状图中可以明显地看出,无论是在数量上还是在质量上,一院、五院都走在了宣传工作的前列,但其他大部分单位也做得不错。

特别值得肯定的是七院,该院定期把全院的新闻稿件精选、编辑后投到报社,再加上该院所属单位的投稿,使上稿数量与质量保持在较高的水平上。

综观2012年航天新闻报道,什么样的稿件最受编辑与读者欢迎呢?

首先是与科技集团四大主业密切相关的、时效性强的消息;其次是精彩可读的深度报道;再次是抓人眼球的图片,还有言简意赅涉及科研生产、民用产业、国际合作、职工生活、党政工团等方面的短消息;最后,反映航天型号产品取得成功、航天技术服务民生、航天企业承担社会责任、航天人为社会作贡献的稿件多被放在了重要位置。

在一院的来稿中,《航天长征》的几位编辑记者如左秋红、许燕、张娟娟、桑茜、赵晶等的稿件,写得又好又及时;211厂、一部、519厂、14所、703所等单

位的来稿经常让人眼前一亮。这些单位高度重视宣传组织工作，宣传人员业务能力较强，行文精彩、照片给力，并经常与版面编辑进行沟通，使稿件刊登成功率大幅提升，为一院新闻宣传工作作出了突出贡献。

说到五院、八院，就不得不夸夸两位优秀的特约记者。五院的郭兆炜新闻敏感性强，稿件注重实效性，还经常撰写有深度的通讯稿件。八院的尹林发不愧为航天的“老新闻人”，有时一天要跑好几个活动，很多时候写稿只能在晚上，经常加班加点。在他们的带动下，两个院的稿件精彩不断。

另外，老将郭建华、孙宏金、张美书、

杨军的稿件几乎篇篇是佳作，让人读后有神清气爽之感；特约记者荣元昭、全先刚、张磊的稿件具有逻辑性强、报道及时、行文流畅的特色。

当然，在一些来稿中也存在不少共性问题。比如很多单位的稿件数量不少，但质量还有待提高；有的会议报道没有实质性内容，八股味重；有的稿件内容冗长、官话满篇，缺乏可读性；有的稿件新闻价值不高，新闻事件的选择过于“鸡毛蒜皮”……

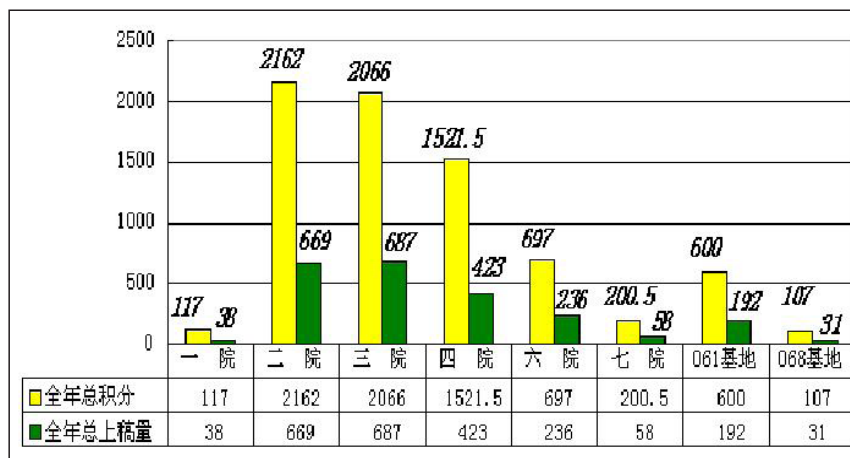
这些问题需要新闻宣传人员引以为戒，把稿件写活、写精彩才是提高上稿率、获得更高上稿积分的关键所在。

（作者为采编一部编辑）

宣传工作成绩喜人

——2012年航天科工集团公司各单位来稿分析

□ 索阿娣



2012年中国航天科工集团公司各院、基地全年上稿积分与上稿量统计表

从2012年航天科工集团公司各单位上稿积分和上稿量统计柱状图中，可以

明显地看出，科工版面基层用稿数量十分之多。这与报纸版面需求、航天科工

集团公司以及各院、基地、公司对新闻宣传工作的高度重视和常抓不懈密切相关。

其中，量化考核制度的全面推行，在很大程度上引起各单位对新闻宣传工作的高度重视，激发了通讯员写作的热情，也为报纸带来了丰富的稿源。业务培训机制的初步建立，也在一定程度上提高了通讯员的写作水平，有助于报纸稿件质量的提升。

无论是在数量上还是在质量上，二院、三院都走在了前列，领先幅度较大。重组后的新四院表现也非常出色。这三家单位的上稿总量在集团公司基本上属于第一梯队，占到了上稿总数的75%左右。六院、061基地基本上属于第二梯队，占到了18%，一院、七院、068基地目前还处于第三梯队。

在2012年的来稿中，新闻价值高、时效性强、写作到位的稿件受到了编辑们的普遍欢迎。目前，新闻价值、新闻时效性这些新闻元素，已经引起了基层的足够重视。但是，受各种因素影响，基层通讯员的写作水平还参差不齐，传

播效果也大不相同。

有的稿件如三院《桂冠，航天巾帼这样夺得》、七院《群山深处拓荒人》，写作技法应用得当，语言鲜活生动，文章可读性强，非常抓人眼球，很好地宣传了单位的人和事。这样的精品稿件，多多益善。但也有不少来稿缺乏实质性内容，可读性差，令编辑十分头疼。

近两年量化考核制度的推行，使中国航天科工的通讯员成长较快，涌现了一批优秀的特约记者、通讯员。他们在各自的岗位上辛勤耕耘，用心采写，为报纸作出了很大的贡献。对他们所在单位而言，宣传工作也开始发挥越来越重要的作用，特别是在信息传递、人心凝聚、经验推广、品牌建设、队伍培养等方面成绩喜人。

在未来的日子里，我们希望各单位通讯员在总结去年工作的基础上，真正站到助推单位发展的角度，进一步发掘身边人、身边事，多与版面编辑沟通，多学习写作技巧，多写鲜活的新闻作品，真正做到“宣传也出生产力”。

（作者为采编二部主任）

《航天新闻工作通讯》简介及征稿启事

为加强航天新闻业务交流，做好《中国航天报》采编工作思路传达，深入开展“走转改”活动，积极培养航天新闻宣传人才，推动航天新闻战线形成注重理论学术研究的氛围，中国航天报社从2013年起开办《航天新闻工作通讯》。

《航天新闻工作通讯》暂定为季刊，逢每季度初出版，同时还推出电子版，供广大通讯员浏览下载交流。

为了丰富稿源，现向航天系统各单位宣传部门及广大通讯员征稿。稿件可以是采访心得，或者发表对于某一新闻事件的观点；也可以是对航天新闻工作的认识和感想以及取得的经验；还可以是短小的论文，体现对新闻宣传工作的思考与研究……

为共同开创航天新闻工作的新局面，欢迎大家踊跃投稿。

八位版主“指点江湖”

编者按：为加强编读往来，中国航天报社采编一部、采编二部的八位“版主”悉数登场，一一亮相，并“指点江湖”，听听他们怎么说——

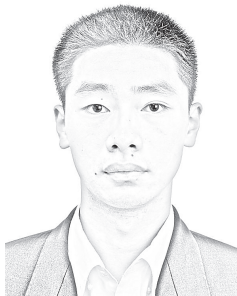
共同努力扮靓“脸面”

□ 科技一版编辑 刘淮宇

一版作为要闻版，主要刊登集团公司及行业重要新闻、报社重点策划的新闻报道、重要言论、精彩图片以及国际航天要闻、基层要闻等。

一些具有很强视觉冲击力和新闻性的精彩新闻图片，可以刊发在“镜头里的中国航天”栏目中。除了角度新颖的重大型号任务相关图片外，反映走进百姓生活、企业履行社会责任的照片，也备受欢迎。

今年新开设的“神十飞天 一线直击”



栏目，主要刊登神舟十号任务进展情况；“落实第五次工作会精神”栏目，主要刊登各单位、各部门落实第五次工作会精神的具体举措和方法。

另外，“航天新观察”栏目围绕航天强国建设，聚焦值得思考、探究的航天新闻，以通讯为主，兼顾消息等体裁，重要稿件可由本报记者与通讯员合写。

（版主联系电话：68370822）

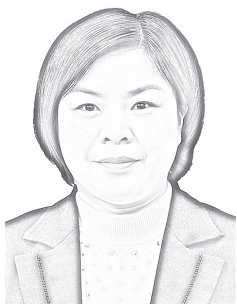
真心呼唤“亲善大使”

□ 科技二版编辑 许斌

二版是与各单位联系最紧密的一个版面，也是最需要特约记者与通讯员大力支持的版面。在编辑眼里，每位作者就像各单位的“亲善大使”，通过稿件或照片把单位里的大情小事，用各种写作方式呈现给读者。

目前，二版栏目包括：“基层要闻”、“航天看点”、“大业微言”、“航天质量进行时”、“成本工程大看台”、“信息集萃”、“最美航天人”等。

“基层要闻”栏目主要选择反映各单位重大事件的消息，要求时效性强；“航



天看点”刊登的稿件为小型深度报道，以题材新颖、角度鲜活的基层新闻为选稿标准，多是对行业有示范作用、对管理有启示作用、对广大职工有教育作用的通讯。

作为编辑，最期待有高度和锐度的稿件。高度就是作者能站在国家、航天、产业或行业的高度，撰写时效性较强的稿件；锐度，是以创新的视角、更广阔的视野思考新闻事件背后所反映的问题，力求使稿件可读、故事性强。

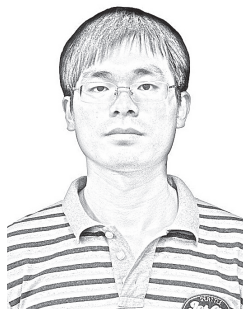
（版主联系电话：68767674）

新闻报道要适应形势

□ 科技三版编辑 陈龙

当前航天两大集团公司航天技术应用和军民融合发展很快，在国民经济的众多行业中分量也越来越重，如何让航天新闻报道能和这种发展形势相适应，针对版面通讯稿件，本人有两个建议。

一是注意稿件的写作高度。无论是在题材选择还是写作过程中，不要简单地就事论事，也不要将目光局限于本单位之中，要注意将写作题材和集团公司、与航天业内甚至与国家的相关行业



联系起来进行写作。

二是注意策划。当前航天技术应用和军民融合发展越来越快，同时在管理、创新等方面也在积极做出相应的调整。这些变化或如暴风骤雨，

或如春夜小雨。在此过程中，我们希望能够发挥报社记者面向航天两大集团公司、面向各个院所的优势，将航天各个院所正在发生的一些变革综合归纳再提升，为航天改革发展提供借鉴。

（版主联系电话：68193083）

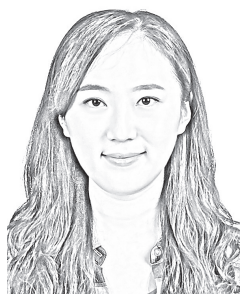
更多体现航天生活气息

□ 科技四版编辑 崔恩慧

今年的四版延续了上一年的版块构成，分为“星空·生活”、“星空·人物”、“星空·阅读”以及“星空·影像”四个板块。

其中，“星空·生活”版面较之从前，希望能更加体现有用性，即版面内容要更多地体现现代生活信息，为建成小康生活目标服务；刊发更多的现代文学作品；一般性的散文、诗歌要有更强的时间性、事件性和新闻性。

“星空·人物”版面所采写的“人物”包括两类：一类是国家级的院士、专家、学术新锐或技能人才，一个版只报道一个人物；另一类则是报道在某些方面具有“闪光点”的航天人，这些人物都需要大家用发现“身边美”的眼睛，深入



挖掘他们的人格魅力；用生动细腻的文笔，倾情描述他们作为航天人的幸福感。

“科技·人文随感录”和“我最喜爱的一本书”是“星空·阅读”版面需要

大家大量投稿的两个主要栏目，可以刊发大家的书评和影评。有时候，我们也会根据版面主打文章的选题，向一些经常投稿、文采较好的作者约一些配发的随感文章。

“星空·影像”是一个主要用照片来讲故事的版面，对照片的质量和故事性要求较高。照片通常由报社摄影记者拍摄完成，同时欢迎通讯员和读者为我们提供适宜用照片展现的航天故事线索。

（版主联系电话：68373531）

一版投稿把好四关

□ 科工一版编辑 李冠礁

一版关系到报纸的门脸和形象，其编排方式、稿件图片质量、文字语言准确性等受到众多读者的关注，与刊登在其他版面的稿件相比，刊登在一版的稿件必须分量重、成色足，具备很高的新闻价值。

总结起来，大家在给一版投稿时应该把握以下几点：

一、严格把关涉及领导的稿件。一版由于涉及众多领导，其名字、职务、排序一定要确保不能出现差错。

二、提高政治敏锐性和保密意识。一版的内容中有关于领导参加的会议、活动



之类的消息稿件，而这些活动、会议是否应该报道、该从何种角度进行报道，都需要进行通盘考虑。

三、稿件要具有一定的启示作用。

一些很有意义的新闻线索就在我们身边，我们不要就事论事，而要扩大视野，深入挖掘新闻的行业价值。因此通讯员应该多个心眼。

四、要严把文字关。大家在投稿时，一定要认真地校对稿件中的每一句话、每一个字，做到没有错别字，没有不通顺的语句。

(版主联系电话：68370492)

我的稿件为何没被采用

□ 科工二版编辑 江雪莹

二版是刊登基层新闻的“主战场”。长期以来，小编发现各位的问题其实很集中，因此在以后每期《航天新闻工作通讯》里，小编都将与大家讨论一个问题。这次讨论的问题是：我的稿件为什么没被采用？

原因一：按照规定，同一期报纸的四个版中一家三级单位只能上一篇稿；同一个版上一个院的新闻不能超过4篇。是金子总会发光的，小编绝不允许好稿被埋没，后续版上一定刊登您的稿件。

原因二：同质化严重。比如刚刚过去的学雷锋日和妇女节，小编收到了大



量相同题材的稿件，大多都是举办了什么活动，缺乏亮点。所以小编建议，首先尽量选择有特色的事，如果找不到，就选有特色的角度，如果还找不到，就用更生动的

的写法。

原因三：定位不明确。二版各个栏目甚至版式都是相对固定的，小编建议大家投稿前先看看报纸，想想自己的稿是投给哪个栏目，是头条、小通讯、评论，还是简讯？是写成消息还是通讯？对照已经刊登的文章，看看自己的稿件是否符合这些要求。

(版主联系电话：68767395)

这方天地大有作为

□ 科工三版编辑 刘思燕

很高兴在 20 多年后，又可以和《中国航天报》的通讯员们在《航天新闻工作通讯》这块园地交流。

三版的板块设置分 4 个版面，分别是行业纵横、航天论坛、新闻调查、国际航天。前三个版面由本人担任编辑。为了便于大家投稿，下面简单介绍一下这三个版面。

行业纵横：每月有 5～6 个版面。主要是报道各单位参与市场竞争的成果和经验。体裁主要有消息、通讯和图片三种形式。写法上一定要跳出“单位”进



入“行业”。这个版对于在各行业市场打拼的单位来说就像个免费广告版，应该是通讯员可以大有作为的版面，但记住，一定要严守政治和商业保密的红线。

航天论坛：每月有 1～2 个版面。每期主题不同，但理论性、学术性和前瞻性是这个版面稿件的基本要求。欢迎通讯员提供主题线索，例如，本单位召开的各种论坛以及研讨会的信息等。

新闻调查：每月有 1 个版面。主要是记者在完成，但需要通讯员大力配合。

（版主联系电话：68371619）

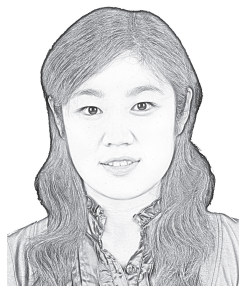
生活温度+社会视角+新闻范儿

□ 科工四版编辑 吴琳

四版虽然是副刊版，但作为直接体现航天职工生活方方面面的版面，小编希望其饱含生活温度、具有社会视角、体现新闻范儿。

“生活温度”顾名思义，就是希望把航天职工生活中发生的点点滴滴、富有社会温度的事情记录下来，并用流畅的文字呈现给大家。这其中可以有您出游采风的回忆、赋诗作画的雅兴、心路成长的历程……小编衷心希望这块版面能成为您心灵留白的一片园地，但拒绝无病呻吟的“惆怅”和自说自话的“呓语”。

“社会视角”：小编希望文章呈现的



主题是带有人文关怀的，不一定对时事政治有高屋建瓴的深度见解，但可以把视野放大，更多地关注与社会大众联系紧密的、有实在价值和意义的事件，例如与生

活环境相关的“雾霾天气”、与交通变革相关的“高铁时代”、与时事相关的“中国梦”、“光盘行动”等。

“新闻范儿”：四版除了刊登与生活相关的内容，还有社区万象、人物版块等。这类稿件区别于散文、随笔、诗歌等文学性作品，更强调“新闻范儿”，是具有新闻价值和符合新闻规范的稿件。

（版主联系电话：88530441）

我拍到了习近平总书记

□ 宿东



3月4日，全国政协会议开幕后的第一个小组讨论日，笔者与同事陈龙提前一个半小时来到了航天委员最集中的驻地——北京建银饭店，采访小组讨论。到达会场才知道，今天有中央领导来参加小组讨论，只有部分中央媒体才能进入会场采访。

笔者和同事就在宾馆大堂等候，看还能不能找到其他采访的机会。在宾馆大堂采访区，十来个等候采访的记者零散地坐着。而当时宾馆周边和内部也未采取严格的封路和清场等措施，我们就猜测应该不是级别特别高的领导参会。

大约是下午14点55分的时候，宾馆门口来了五六辆轿车，只见习近平总书记、中央政治局委员王沪宁、全国政协机关党组书记孙怀山等的陪同下走进宾馆。这时笔者的第一反应是抓起相机赶紧拍摄。很快领导就从我们面前走过，由于同一时间拍摄的记者比较多，笔者并没有拍到理想的照片，于是绕到新华书店设在宾馆大堂的书摊后边，想拍一张总书记回头的照片，刚站到书摊后边的时候，本来已经走过去的习近平总书记果然转头向书摊走来，翻看新华书店的图书。这时笔者抓住机会以最佳的角度拍到了总书记在看书的场景。

当天这张照片就通过网络以“记者偶遇习近平”为题在新浪微博发表。第二天，新浪、网易、腾讯、凤凰等网络媒体纷纷在首页重要位置转载。后来负责建银饭店的政协领导对我说，这张照片的拍摄既体现了习总书记轻车简从的新作风，又体现了总书记一直以来提倡领导干部要爱读书读好书善读书的要求，以极大的正能量展现了中央新任领导的新形象。

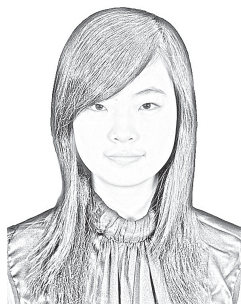
（作者为中国航天报社摄影记者）

策划、采访与成文

□ 刘斐

航天新闻
工作通讯

记者视点



如何写好一篇或者一组新闻报道稿件？这是笔者经常被通讯员问及的一个问题。当然，对于如何写好一篇或一组新闻报道，每个人都有自己的一套“金科玉律”和行文法宝，笔者只能从自己的经验出发，谈谈一些感悟和体会，与大家分享。

相对于会议新闻或是常规活动报道，大型采访任务必须要打有准备之战。从线索挖掘到稿件诞生，笔者习惯将其分为三个阶段，即策划、采访和成文。一篇稿件要出彩，三个阶段的工作都应尽善尽美。

策划出好题

在笔者看来，策划是大型采访任务中最重要的一个环节。而策划就是要给自己和被采访对象出一套漂亮的“试题集”。

简单来说，面对一个陌生的选题，不妨先把自己定位为一个普通读者，哪些方面自己最感兴趣，哪些内容自己存在疑惑、需要专家答疑解惑，哪些领域是自己最关心、迫切想要了解的？

以北斗区域卫星导航系统的收官之作为例，作为读者，笔者最为关心的可能是系统建成后的应用情况等问题。同时，作为高密度发射型号的典型代表，北斗的星箭团队在几年的密集发射组网过程中，一定积累了很多独到的经验。

那么，从整个系统建设的角度出发，这些冲在中国航天高密度宇航发射最前沿的“尖头部队”有哪些“北斗经”可以供其他型号借鉴。由此衍生了两个问题，一个是技术方面的创新和积累，另一个是应对高密度发射的管理经验共享。

再者，此次任务既是区域系统建设的收官之作，同时作为一次例行宇航发射，星箭团队一线奋战的故事和这次发射的星箭本身的介绍，只要处理得当，也可以成为吸引读者眼球的小插曲。如此一来，一个北斗发射的选题，就可以化解成为如此丰富的“试题集”。



在被采访人“答题”的过程中，还需要随时保持警惕，对于其间发现的更有价值或更具新闻点的问题，也要深挖深刨。

成文点好睛

出好这本“试题集”的前提就是自己心中有数，要对报道对象有一定的了解。

有了策划的好处还在于，在之后的采访中有明确的目的和指向。下一步就是任务分解和采访落实。

采访填好空

要将题目分条缕析，针对每一道题，都找准“最优”答题人。所谓最优，就是指被采访对象身份合适、满足采访需求，让合适的人回答合适的问题。

还以北斗区域卫星导航系统的收官之作为例，针对应用情况，笔者需要将被采访对象锁定在中国卫星导航系统管理办公室（系统负责北斗应用）和已经开展应用示范的重点行业领域的负责人；针对星箭的技术创新、高密度发射的管理创新，需要将被采访对象锁定“两总”等人；针对此次发射团队一线奋战和星箭本身的介绍，则可以将笔墨更多地集中在普通一线的工作人员身上。这些都可以视具体采访情况而定。

需要注意的一点是，有的问题只能特定的人作答才有意义，而有的问题则需要各方共同作答、互为佐证。同时，

采访素材收集齐全，就可以开始写作了。按照上面这样一套流程走下来，到采访结束，基本上每篇文章的轮廓也就清晰可见了。

同样以北斗区域卫星导航系统的收官之作为例，通讯文章有4篇，即北斗应用篇、系统工程技术创新篇、高密度发射管理篇、收官之作一线见闻篇。

“料”都齐了，考验作者的最重要时刻来到了。写作时，我们需要将口语转换成书面语，再把标题、导语、结构、收尾等考虑一番，但要出好作品，还需要在最后阶段预留足够的时间精心打磨作品，力求出新闻精品。

笔者认为，最需要下工夫的地方莫过于标题的制作。题目不好，读者鲜有兴趣阅读正文。而吸引眼球的标题，可以是亲和的口语化标题、提问或感叹式标题、数字化标题、趣味化标题等，多改变一些风格，尝试更多地让自己也让读者感兴趣的标题。

此外，文章开头和结尾也是需要煞费苦心的地方。好的开头是成功的一半。至于如何在这些地方出彩，需要日常积累和用心琢磨。

（作者为中国航天报社采编一部主任助理）

新闻是一脚一脚跑出来的

□ 王娟

航天新闻
工作通讯

“走转改”
进行时



“办公室里没有新闻”，是大学时期老师说过的一句话。

当时对此一知半解，后来做了记者才真正感受到，新闻，确实是“一脚一脚跑出来的”。

不走出去不知道，行业里有这样一个群体。

今年2月，笔者和单位的摄影记者一起乘火车赴内蒙古。坐了8个小时的火车，为的是一条不太清晰的线索：固体火箭发动机“探伤摄影师”。

他们是发动机的专职摄影师？他们的工作一定很酷？去之前，笔者脑子里的疑问和原初印象是这样的。真正来到他们中间采访才发现，与其说他们是摄影师，不如说是“大夫”更准确，通俗地讲，就是给发动机拍片子、做“B超”和CT。

探伤摄影师的工作非常重要，因为这是发动机质量检测的最后一道关卡。而如果航天型号产品的“心脏”有问题而没有被检查出来，就很可能出现“机毁人亡”的悲剧。

探伤摄影师的工作并没有想象中那么酷，而是有些“孤独”，并要跟“辐射”打交道。这是一个小专业，中国航天科工六院3个有无损检测中心（组）的厂所探伤摄影师总共不足50人。做这项工作还需特殊“装备”：一套防辐射服和一个随身携带的个人剂量计。防辐射服春夏秋冬都要穿着。个人剂量计记录自己接收到的辐射量。

通过采访获得了很多信息，这和之前想的很不一样。但如果就这样回去了，得到的信息依然是不全面的、不客观的。从第一家单位出来，我们去了第二家和第三家，这三家各有不同特点，比如第一家只有三四个人从事这项工作，探伤摄影师非对口专业；第二家却拥有国内规模数一数二、技术非常先进的无损检测中心，还有对口专业的硕士研究生……

这一次采访对笔者触动比较大，不光因为真实情况与之前设想的相去甚远，还因为笔者生活在北京，在所接触到的信息中，并没有注意到有这样一小撮人的存在，他们勤奋、朴实，与“辐射”打交道又不惧怕它。而且，他们工作的地方，正

航天“哨兵”，值守祖国边海防线

——中国航天科工二院 207 所视频监控系统服务我国边海防侧记

记者走前哨
巡礼边海防

7 月某日，上海崇明岛，海风轻拂，阳光洒在海面上，波光粼粼。这里是上海崇明岛，也是我国边海防的前沿阵地。在这里，有一群默默奉献的航天人，他们守护着祖国的边海防线。

中国航天科工二院 207 所视频监控系统服务我国边海防侧记

海防线上的“瞭望者”

上海崇明岛，是我国边海防的前沿阵地。在这里，有一群默默奉献的航天人，他们守护着祖国的边海防线。

中国航天科工二院 207 所视频监控系统服务我国边海防侧记

上海崇明岛，是我国边海防的前沿阵地。在这里，有一群默默奉献的航天人，他们守护着祖国的边海防线。

中国航天科工二院 207 所视频监控系统服务我国边海防侧记

上海崇明岛，是我国边海防的前沿阵地。在这里，有一群默默奉献的航天人，他们守护着祖国的边海防线。

是我国固体导弹“巨浪一号”的起源地，这让笔者感受到，在老一辈航天人曾怀着激情奋战过的地方，新一代航天人在接力前行，航天“三大精神”得到传承和发扬……

另一个令笔者印象深刻的故事是去年夏天走访边海防的报道。当时，笔者去的是上海，那里的边防哨所使用航天人研制的海防视频监控站。

在高温、咸湿、大风天气里，通过到多家边防派出所和民兵哨所走访，笔者真实地体会了监控站使用前战士们通过人力监控边海防的辛苦和不便，了解了视频监控站的必要性和先进性，与此同时，也发现了监控站安装人员鲜为人知的生活。

这是一支奔赴祖国南北为设备做维修保养的“售后远征军”。由于监控站用在偏远的边海防线，他们经常是坐了飞机坐火车，坐了火车换汽车，坐了汽车再坐巴士、渔船。有的小岛不通航，只好坐战士们买菜的船，海上风浪大，常常坐一路、吐一路；他们上山的时候赶过毒蛇，爬过 30 多米高的高塔，还曾因风浪大没有船而被困在一个走一圈只需 15 分钟的小海岛上半个月。

所以，不走出去怎么知道，事实是这样的吗？不走下去，统计数字只是数字，



材料就是材料，新闻稿件总是“缺料”的。

“走”到现场去不仅能了解更多的细节，获得更多信息，而且有利于增加感性认识。这种认识不拘泥于所见、所听、所感、所想，尽管有主观性的嫌疑，不能成文写进稿件，但对于记者更准确地把握新闻主题、深刻认识事实有很大帮助。

去年，笔者第一次被其他记者采访，问的问题就是关于“走转改”的体会。现在如果再有人问这个问题，笔者的回答还是和以前一样的：“采集新闻本来就需要走出去，用所看、所听去释疑，去证实或推翻自己的所想。”办公室里没有新闻，好新闻要靠记者到现场、到当事人那里去获取。

（作者为中国航天报社采编二部主任助理）

航天新闻
工作通讯

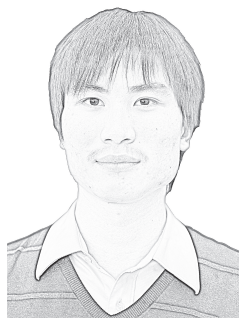
走转改
进行时

现场的一点一滴都不要放过

□ 陈立

航天新闻
工作通讯

“走转改”
进行时



好新闻从来不是靠文件材料和领导讲话等“现成货料”堆砌而成的，这是常识。“新闻记者须有四能：脑筋能想，腿脚能奔走，耳能听，手能写。”早在进入新闻学课堂时，黄远生的这句话就让笔者记忆尤甚。

笔者在航天新闻宣传战线上只是个稚嫩的新兵，没有太多“秘诀”，姑且把去年自己参与“神九”发射报道的一些经历和想法拿来分享。

2012年，笔者在接到“神九”发射报道任务后，就一直在思索：面对一个举国瞩目的重大科技实践活动，要让读者身临其境地去感受航天人把航天员托上太空的壮举，唯有靠“走转改”——扎进科研生产一线，在其他记者扎堆围着各位“老总”时，多去捕捉并不知名的“小人物”，用心挖掘他们的闪光点，勾勒出中国航天人的鲜活形象。

以往，航天科技工作者的形象大多被定义为高学历的知识精英，很多人恰恰忽视了航天工人群体。如果没有他们的精湛技艺和埋头苦干，火箭、飞船、卫星就算设计得再先进，制造不出来也只是“空中楼阁”。

为写好火箭整流罩下支撑机构调整的现场特写，笔者迅速和工人们凑到了一块儿。一起吃饭聊天、一起去厂房、一起爬上近6米高的工作台、一起加班、一起回宿舍……

在飞船加注扣罩厅内，工人们乘升降车到近6米高的工作台上作业。他们打开火箭整流罩上约半米见方的小舱门，背着身子卧躺进去，手抓紧舱壁，只留双脚踩在罩外的梯子上。人虽然是“躺”在整流罩内，但背部并没有可以倚靠的地方，只有头部可以寻求一个支点倚靠。这种近似“悬空”的卧躺姿势过于“别扭”，让人很不舒服。若换作常人，要维持这个姿势几个小时都够呛，更别说还要集中精力干活。

为了能零距离观察工人们如何操作作业，笔者大胆提出请求，乘升降车上工作台采访。在恒温16℃的大厅内，不到一个小时，工人头发已经被汗打湿，而笔者却冷得有些哆嗦。事后，同事宿

“金牌读者”如何练就

□ 游本凤

航天新闻
工作通讯

编读往来



近30年来，笔者一直摸爬滚打在航天新闻线上，既是一位资深的企业报人，同时还是一位钟情于评报的评报员。在上海地区，笔者是《解放日报》和《新民晚报》这两家报纸的特约评报员。前不久，在《新民晚报》庆祝复刊30周年评选30位金牌读者活动中，笔者有幸被评上金牌读者，并名列榜首。

尽管如今网络媒体大行其道，但笔者却对纸质媒体情有独钟。平时，家中订阅了不少报纸，一般要花上两个多小时认真阅读各类报纸。多年来，在每天的阅读过程中，笔者就像一只辛勤的“啄木鸟”，读报不停，评报不止。当然，评报不一定是纠错和批评，也有理性的分析、辩证的思辨和中肯的表扬。总而言之，笔者做的是一只帮助报纸不断克服不足之处、提高办报水平和受到总编欢迎的“啄木鸟”。

要做一只合格的“啄木鸟”，必须具备一双“火眼金睛”，必须掌握各方面的知识。别人读报，或许只是浏览而已，看看大标题，读读喜欢的文章。而笔者则不然，每个版面必看，每篇文章必读。

例如笔者读了去年9月1日《新民晚报》刊登的《改造火星，人类要花两个世纪》一文。笔者对这篇报道产生了质疑。该文引用了我国探月工程首席专家、中科院院士欧阳自远在上海市第57期院士沙龙（由上海市科协和《新民晚报》联合主办）上的发言。他认为，估计人类要花两个世纪才能完成火星的改造。他分析说，改造火星，一是想办法提高火星表面的温度，二是增加大气浓度、改变大气成分。通过人类的卓越努力，可以将贫瘠的火星改造成为一个拥有蔚蓝天空、绿色草原、蓝色湖泊和生态友好的新世界……

对这样的奇谈怪论，笔者认为，人类利用两个世纪把一个完全没有生命、没有空气、没有水源、温差极大，距离地球最远将近4亿公里的不毛星球改造成“拥有蔚蓝天空、绿色草原、蓝色湖泊和生态友好的新世界”，几乎是做不到的，违背了科学规律。

美国在上世纪六七十年代曾经6次派航天员共12人次登

上月球，月球是距离地球最近的天体，平均距离约为38.4万公里，来回一趟10来天就够了。而火星距离地球将近4亿公里，人类赴火星一个单程就要260天左右，来回则需要520天左右。按照人类目前的科学技术水平和航天器的飞行速度，连登临火星都非常困难，别说改造火星了。再退一万步说，人类即使登上了火星，上去了几个航天员，最多也只能做一些科学考察活动。而对于改造星球这样一个非常浩大的工程，人类目前除了幻想，实施的可能性几乎为零。

于是，笔者撰写了《两个世纪改造火星可能吗？》的评报文章，该文刊登在2012年第9期《新民晚报之友》上，并得到了该报总编和评报员同行的一致好评。后来，这篇文章经过总编的推荐，又被刊登在《新民晚报》正报上。

又如，2012年6月24日的《新民晚报》头版头条消息《“百里穿针”，一举成功》一文中说：“航天员驾驶着神舟九号飞船，以第一宇宙速度7.9千米/秒完美交会，继而成功对接。”笔者认为，这段话表达得很不确切，是外行人说外行话。因为在太空中两个航天器进行交会对接，绝对不能以7.9千米/秒的第一宇宙速度来进行，如果用这样的高速度进行碰撞，必将使两个航天器“两败俱伤”，甚至“粉身碎骨”。

于是，笔者及时撰写了《第一宇宙速度怎能交会对接？》的评报文章，就神舟九号与天宫一号正确的交会对接全过程进行了详细阐述，既宣传了中国载人航天工程取得的辉煌成就，又对载人航天工程中的交会对接知识进行科普。这

篇文章被刊登在2012年6月份的《新民晚报之友》上。

“嫦娥二号”在圆满完成探月任务后又进一步向深空拓展，这不仅是中国航天界的一件大事，也是举世关注的重大新闻。当时，笔者阅读2011年6月10日的《解放日报》，当即被头版头条《嫦娥二号飞向距地150万公里外》的标题所吸引。

随后，笔者翻阅了当天所能看到的中央、地方的各类报纸，发现没有其他报纸将此消息作为头版头条。为此，笔者不禁为《解放日报》这一大胆举动拍案叫好。

嫦娥二号是我国第二颗探月卫星，在圆满完成各项预定工程目标和科学探测任务后，投入到新的拓展性试验中，飞离月球，奔向150万公里外的深空。这次深空飞行，是我国迄今为止飞得最远的一颗卫星，在中国航天发展史上将写上华丽的一章，其意义十分深远。而《解放日报》正是准确把握了这一重大新闻题材，果断地将这一消息作为当天报纸的头版头条，很有见地，敢于创新，显示出与众不同的魄力，相信会赢得各方面的赞赏。

确实，拿什么消息做头版头条，是值得思量和斟酌的。如果按部就班、小心翼翼的话，头版头条的消息并不缺，人云亦云地做了也无可指责。就以2011年6月10日的报纸为例，那天绝大多数报纸的头版头条刊登的是对上海市“11·15”特大火灾事故处理结果的消息，这条消息确实算得上当天的重大新闻，做头版头条顺理成章。但千篇一律、千人一面总觉得毫无新意、乏善可陈。

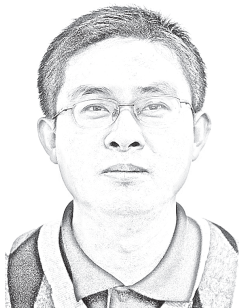
（下转21页）

一则头版头条的采写体会

□ 武锐

航天新闻
工作通讯

基层园地



2013年2月21日出版的《中国航天报》头版头条刊登了一篇记述中国航天科工七院园博会工程的稿件。这篇稿件从构思、采访、写作到刊登只用了不到一天的时间。在此，谨作为一名通讯员和大家分享其中的一些体会和粗浅的认识，希望能对大家有所帮助。

2011年以来，七院承担了北京园博会的工程勘察和环境治理工作。今年5月园博会将正式开幕，中国航天科工集团公司党群部领导和七院领导都对相关宣传工作提出了要求。

当我们正着手考虑这项工作时，2月19日，一个偶然的机，笔者见到了《中国航天报》一版编辑。他说，因为春节刚过，同时各级贯彻“八项规定”减少会议活动，重大新闻较少，近期基层稿件有机会登头版头条。

笔者向领导汇报之后，部门领导立即协调工程的实施单位勘察院安排了工程师和通讯员，确定第二天上午前往工地采访。

第二天是报纸的签版日，时间很紧。笔者考虑了一下稿件的基本方向——此前航天报分别以消息和影像航天的形式报道过七院承担此工程的新闻，当时园博会开幕在即，工程完成了八九成，所以此稿应该以报道进度为主，区别于以往预告、展望的口气。

同时，园区制高点永定塔的勘察工作也是七院承担的，气象预报第二天天气晴好，如能拍到永定塔初露真容的照片将会锦上添花。

第二天的采访基本顺利，比较成功地拍到了多张照片。但有一个难点，就是项目经理很谦虚，采访过程中他一直说：“没什么，这活儿对于我们航天单位不算非常大的，我们就是按部就班地干呗。虽然有点困难，但大家动脑筋、下工夫，都顺利解决啦。”

航天人大多数秉承多干少说的原则，尤其不善于向外行解释本行业的技术和难点。笔者在向他询问了一些关键性的情

中国航天科工七院加速推进第九届中国(北京)园博会建设

航天蓝倾注绿色园博会

本报讯 随着十一长假的到来,北京园博会建设进入冲刺阶段。作为园博会建设的主力军,中国航天科工七院正以饱满的热情和昂扬的斗志,积极投身到园博会的建设中去。在园博会建设过程中,七院充分发挥了航天精神,为园博会的建设贡献了航天力量。

园博会建设过程中,七院充分发挥了航天精神,为园博会的建设贡献了航天力量。在园博会建设过程中,七院充分发挥了航天精神,为园博会的建设贡献了航天力量。



园博会主会场外景(航天科工七院供图)

况后,考虑到还是要从工程对生态文明的重大意义入手,于是到垃圾坑改造成的锦绣谷做了重点了解。项目经理不一定对工程的总体情况、社会意义把握很深,笔者想其他资料还是要从园博会官方了解。

这天上午11点半,我们就回到了单

位。这时距离一版编辑的截稿时间已经很近了,笔者就利用中午时间做了构思,查阅了北京市、丰台区和园博会组委会发布的大量资料。

从13点到14点,笔者在原有构思的基础上,先写工程进度、七院承接过程、施工情况,再写园博会背景资料、北京市在垃圾场上办园博会的初衷,最后以锦绣谷为例提出:航天科工七院成功地把垃圾场改造为生态园,为践行建设生态文明宗旨作出了巨大贡献。

总体来看,笔者觉得第一要及时沟通、捕捉机会,第二要立意高、具备时效性和社会性,第三要预先构思、快速采写。这样就能创作出质量高的稿件冲击版面头条。

(作者单位:中国航天科工七院)

(上接19页)

新闻的大胆创新和灵活应用,既在于准确把握宣传报道的原则,又在于敢于突破墨守成规的思维框架。那天的《解放日报》将上“11·15”特大火灾事故处理结果的消息放在头版第二条,也无可指责。但突出了嫦娥二号飞向深空的亮点,无疑在广大读者的眼中呈现一抹亮色。

《解放日报》前任总编周瑞金(后任《人民日报》副总编)在他写的《宁做痛苦的清醒者》一书中,其中有一篇文章说到,当年适逢美国总统选举,他应美驻上海领事馆之邀,带了两名记者前往那里观看卫星现场直播的美国总统大选实况,且边看电视边采写,当即写出了《美国总统选举隔洋目击记》一稿,并决定在《解放日报》

头版头条发表老布什当选为美国总统的新闻,这在全国报纸中创下了一个“第一”。联想到今天的《解放日报》以《嫦娥二号飞向深空》作为头版头条,不由让笔者感叹:真是有着异曲同工之妙啊。

林林总总,内容繁多。这些年来笔者的评报文章甚多,这里就不一一举例。尽管读报评报不一定是个好差事,它要比别人多一份责任和担当,要经常思考撰写评报文章的选题和切入点,但多年来笔者一直利用业余时间乐此不疲,乐在其中。

笔者认为,既做一个忠实的读者,又做一个挑剔的评报员,充实业余生活,提高鉴赏能力,不断打磨“火眼金睛”,经常挑战“头脑风暴”,何尝不是“痛”并快乐着。

(作者单位:《上海航天》报社)

如何寻找基层“好声音”

□ 潘晨

航天新闻
工作通讯

基层园地



笔者很幸运能在五院总体部这样的抓总单位从事新闻宣传工作。好的新闻线索几乎无处不在。但是，如果没有善于捕捉线索的“耳朵”，再美的“声音”也会消失。如何不断地发掘好线索呢？笔者有几点粗浅的体会。

首先，要具备“捕风捉影”的能力，努力内修，使自己成为一个很“神”的人。

我们可以树立起榜样，比如社会媒体的记者、编辑老师。他们都很“神秘”，身怀绝技、妙笔生花，写文章一挥而就，有如神助。他们都很“神经”，爱直视你的眼睛，像是能看透你的灵魂；爱打破砂锅问到底，不问透彻决不罢休；再外行的事，经过一番周密的功课，就能变成专家；遇到好的题材，他们就像谈恋爱一样，全身心地扑上去，为爱痴狂……

其次，不放过任何一个扩大视野的机会。

我们可以争取机会，参与一些重大报告的起草工作，在起草、讨论、修改的过程中，我们思考问题的高度会逐渐得到提升。实在没有机会，我们也可以将报告拿来认真研读。在这些报告材料里面，新闻线索如“金子”四处闪亮。我们可以多参加会议，比如型号例会、创新例会、领导调研等各类涉及重大事件、型号的会议，在听会的过程中，我们会得到很多新闻背后的深思，理解很多决策的深意。

我们可以多去现场，那里有直观的冲击、最可爱的人、最鲜活的素材。我们还可以多一点“八卦”意识……

一句话，只要把心打开，我们在吃饭、会议间歇时看似随意的闲聊，都可以让我们获取新闻线索。

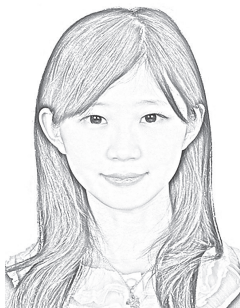
再次，不放过任何一个学习提高的机会。

笔者并没有接受过系统的新闻宣传训练，专业欠缺，只能靠后天弥补，怎么补？我们身边有很多好资源。笔者会仔细研读《人民日报》、《中国航天报》等报纸刊登的精品文章，揣摩他们的主题、文章结构和语言风格。笔者会不断地向身边的老

（下转 24 页）

基层通讯员要“四勤”

□ 陈静



有人说，写作是一个漫长而痛苦的过程，但笔者体会到更多的是创作完成后的满足感。航天企业的大多通讯员虽然不在主要部门工作，但可以穿梭于不同的部门，写着不同的人和事。笔者想，抱有这种心态，可能会更容易发现有意思的事情并传达给读者，所以想和大家分享一下自己在工作中的做法以及在新闻写作中所获得的快乐。

总结起来，笔者觉得一是要嘴勤：多问多记，刨根问底；二是要手勤：勤于写作，大小皆宜，日积月累，自见华章；三是要腿勤：深入调研，多跑现场，多接地气；四是要脑勤：心动行动，立成所文。

笔者所在单位属于保障类型的单位，相比各厂所，“硬”新闻少之又少，所以采取了“软硬兼施”的办法，主要从以下几个方面入手：

首先，找经验、亮点。

不管各个单位在航天领域的定位如何，都是不可缺少的一环，笔者相信它一定有其自身存在的意义，所以一定是有经验可寻的；找数字、转变，其实很多数据本身就具有新闻性，文件和简报中大多都用数字说话，而笔者所做的就是把数字简单地提炼出来。

像笔者之前在相关文件中得知本单位顾客满意度在 98%，98% 这个数字从何而来，相比于往年是增长了还是减少了，造成的原因是什么呢？于是，一篇关于顾客满意度稳步提升的文章出炉了。

其次，找趣闻轶事，以小见大。

物资部门很难会出现重大科研成果之类的大事件，很多职工也认为自己所做的事情都是“小事”，难以被报道，但是笔者并不这样认为，像我们之前写的一篇关于员工要做“庖丁”的文章，其实是从业务部门固定开展的培训中获得的，但是对提升员工自身能力来讲，这种培训就十分有意义了。

有了写作的由头，笔者就开始想写作的点子，让新闻更加

有趣。比起“硬新闻”，笔者认为“软新闻”更有趣、可读。这就意味着写出来的东西要新要实。所以，笔者习惯多看报刊，留心网络、微博等新兴媒体，了解当前形势和新闻关注重点、热点、要点，才能领悟当前行业、领导关心什么，哪些是大事情，再做好“翻译”，辅助一些新名词和网络流行语，比如给力、正能量、吐槽、不差钱、气场等新名词，就可以避免语言描述枯燥等问题，使得新闻稿件更灵活、更跳跃、更有悬念、更吸引人。这样，经过得当的过滤处理选择后，新闻写作的由头和点子就都构思好了。

最后，只有爱好才能激发兴趣和保持创作常态。

事实上，不管是散文、评论，还是消息、通讯，笔者基本上每天都会投一篇稿件，编辑用的可能仅仅是十分之一。但是，只要认真地写了每一篇文章就一定会有收获。

这里，笔者还和大家分享一些写散文的心得（可能笔者大部分稿件都登在四版）。笔者觉得，写副刊类稿件是一次自我净化的过程，每写一篇都在传达着自己的一种观点。很多人认为副刊类稿件不会给单位带来任何效益。其实不然，笔者觉得副刊类稿件传播的更多的是一种正能量，更多的是教会自己如何思考，给自己写的那些新闻稿件带来一些生机和启示。

（作者单位：二院物资部）

（上接 22 页）

师请教，再忙也会脱产学习，接受专业的、针对性很强的培训和交流。

最后，不放过任何一个发自内心的声音。

在采访中，那些来自内心深处的声音往往是最动人的。在北斗卫星导航系统区域组网成功后采访杨慧总师时，这位魅力十足的女总师诚恳地对笔者说：“你别采访了，咱们两个女人就敞开心扉聊一聊。”

在谈到卫星“找不到”的焦灼状态时，她说：“恨不能立刻死去，灵魂出窍飞上天，看看卫星到底是怎么了。”这话一说出来，我们俩都落泪了。心变柔软了，内心深处的声音就会涌上来。

在采访空间机械臂团队时，笔者又被深深打动了。8年前，一群“前途光明”

的搞型号的人，主动去研制前途未卜的空间机械臂，面对国外的技术封锁，他们卧薪尝胆，终于在激烈的竞争中脱颖而出。

而这背后，有母亲病危时无法尽孝的孤独背影，有办公室行军床上的疲惫身躯，有深爱机械臂以至于让妻子“吃醋”的至深情感……

这样的事迹在总体部太多了。

笔者常对自己说，我要写、必须写，努力地写有思想、有血肉的文章，写出这些发自内心的“好声音”，这样，才对得起身边这么多优秀的同事，才对得起自己的心。

让心与心交会，爱与爱对接，让我们努力捕捉航天人的“最美声音”，谱写真实、多彩、感人的乐章。

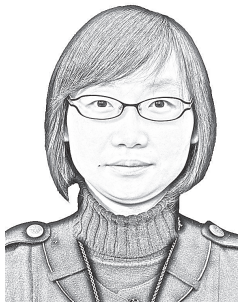
（作者单位：五院总体部）

航天新媒体建设正当时

□ 胡群芳

航天新闻
工作通讯

新媒体天地



基于网络而兴的新媒体已经成为有史以来发展最快、影响深广的最强势媒体。所谓新媒体，是指新的技术支撑体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。相对于报刊、户外、广播、电视四大传统意义上的媒体，新媒体被形象地称为“第五媒体”。

近年来，随着新媒体技术的快速发展，中国航天报社顺应时代发展，努力推动新媒体在航天系统的应用，坚持用创新思维开展工作，为航天中心工作和改革发展在网络世界营造了良好的舆论环境。

一、打造中国航天新闻宣传新媒体集群

从2006年开始，中国航天报社在中国航天新闻网及中国航天科技集团公司门户网站建设、中国航天手机报发送、中国航天视频播报、报社官方微博等项目中，注重创新与实践，大大提升中国航天新闻宣传领域的新媒体技术应用水平及能力。

中国航天报社新媒体集群在我国首次载人交会对接任务中，首次形成合力表现抢眼，以中国航天网新闻与专题报道、嘉宾在线访谈、每日发送的中国航天手机报专刊、中国航天网视频新闻播报等为载体形式，对任务进行了快速、深入的报道。

利用好这些传统纸媒之外的多种媒介，全面提高了新闻时效性、拓展了新闻传播的广度，凸显出中国航天报社新闻报道全方位、多角度、高效率的特点。中国航天报社利用新媒体的多种报道方式及时向广大航天人报道任务亮点，送上快速、准确、全面的动态新闻。

今年，中国航天报社全面启动“航天在线”网站创建工作，力图将该网站建成为辐射“大航天”概念的行业门户网站。中国航天报社官方网站也正在筹备中，将搭建起报社展示自身形象、联系沟通各单位、开展业务学习交流的平台。

二、建好航天科技核心信息化展示平台

2007年，中国航天报社负责中国航天网的新闻中心建设。2010年，中国航天报社开始承担中国航天网的全部内容建设。一年后，在国资委组织的央企门户网站建设绩效评估活动中，中国航天网从2009年的B级跃升到A级，在115家大型央企门户网站的排名从59名跃升到17名，位列军工集团之首；2011年进入了前10名行列。

网站理论研究是2011年网站工作创新性的一个特点。中国航天报社承担的《中国航天科技集团公司网站特色建设策略》课题成为了集团公司软课题研究项目。

2012年5月，中国航天报社又作为总体单位承担了科技集团公司门户网站群的建设工作。完成了集团网站群问卷调研、网站群总体规划报告编写。

另外，国资委在2012年开展了央企网站能力建设绩效考核，航天科技集团公司门户网站在国资委119家央企网站的激烈竞争中，跻身16家能力建设试点示范单位。

这一成绩标志着报社的网站工作开始由内容建设逐步向网站管理转型，同时也为构建品牌卓越、服务优秀、保障到位的集团公司门户网站积累了经验。

三、策划系列航天大型网站活动

多年来，中国航天报社以网站为依

托积极进行新媒体拓展工作，与各大门户网站合作，策划开展了一系列有航天特色的网站品牌建设活动。这些大型活动大大提升了中国航天重大事件的宣传广度和公众参与度，取得了良好的社会反响。

2010年在航天两大集团公司官网上开展的“首届中国航天网络文化艺术大赛”，是为繁荣中国航天文化开展的一个新尝试与新举动，也是中国航天报社进行报网互动的新平台。

自2010年2月底首届中国航天网络文化艺术大赛全面启动以来，已连续举办了三届，引来众多航天领域及社会各界网友的点击关注，并积极参与到网上投稿和互动投票、发表评论等环节中。大赛为广大航天文化艺术爱好者提供了一个交流和学习的平台，也成为促进企业文化建设、活跃职工文化生活的新途径。

互联网正深刻、全面、迅速地改变着世界，改变着我们的学习、生活、工作方式。

2013年将是中国航天报社从2008年成立网络部之后，一个新媒体面向市场进行发展的转型之年，手机报的市场化运作、航天在线网站的创办工作都将是未来发展的重要契机。

今后，中国航天报社要进一步探索航天特色的新媒体建设之路，探索有利于发挥航天优势、有利于新媒体发展和管理的新路子，为中国航天发展创造良好的舆论环境。

（作者为中国航天报社网络部主任）

国家新闻出版广电总局成立

3月14日，全国人大十二届一次全体会议通过决议，批准国务院组建国家新闻出版广电总局。

3月19日，蔡赴朝任国家新闻出版广电总局局长、党组副书记、国家版权局局长，蒋建国任国家新闻出版广电总局党组书记、副局长。

国家新闻出版广电总局的主要职责是：统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展，监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，负责著作权管理等。国家新闻出版广播电影电视总局加挂国家版权局牌子。同时，不再保留广电总局、新闻出版总署。

第九届国际新闻摄影比赛评选揭晓

3月25日，第九届国际新闻摄影比赛（华赛）评选结果在杭州揭晓，美联社记者贝尔纳特·阿尔曼戈的作品《在加沙告别》问鼎年度新闻照片大奖。

本届华赛由中国新闻摄影学会主办，浙江日报报业集团、杭州市西湖博览会组委会办公室、杭州市政府新闻办公室承办，共收到70多个国家和地区3000位摄影记者和摄影师的3万多幅作品参赛。

国资委新闻中心挂牌 央企媒体联盟成立

2012年12月28日，国资委新闻中心挂牌。当天，中央企业媒体联盟成立。

据悉，该中心的职责主要是开展国有企业新闻宣传和舆论引导，促进国有企业健康可持续发展。

该联盟是由国资委新闻中心、中央企业和行业协会所属媒体自愿发起成立的工作平台，围绕国资监管和央企发展核心目标，以加强新闻宣传与舆论引导、为央企改革发展营造良好的舆论氛围为使命。

第26届全国专业报、产业报新闻摄影年赛揭晓

3月3日，“长城润滑油杯”第26届全国专业报、产业报新闻摄影年赛揭晓，共评选出各类别金银铜奖117名。中国航天报社报送的作品获得包括科技类金奖、银奖、铜奖在内的13个奖项。

2012年度《中国航天报》好新闻作品评选结果出炉

3月中旬，中国航天报社在2012年度好新闻作品评选中，共评出一等奖12个、二等奖20个、三等奖40个、好版面2个、好专栏1个。

世界报业大会 6月初在曼谷举办

今年年初，泰国国务院事务部表示，曼谷将于6月2日～5日举行2013年世界报业大会和世界编辑论坛（World Newspaper Congress and World Editors Forum）。此次由世界报业和新闻出版协会（WAN-IFRA）在曼谷组织举行的盛会将继续关注报刊在当今媒体环境中的取胜战略等话题。

美报业现曙光 报纸试验新收入流

3月18日，法新社报道，一项引人注目的研究表明，美国报业在遭受多年打击后正看到一些希望的微光。

该研究发现，尽管报业仅有曾经规模的一半，但是有些积极迹象，如来自数字付费墙的新收入，以及对报业有帮助的经济的总体改善。

该研究是由皮尤研究中心的卓越新闻项目进行的。

该报告说，多家报纸“开始大规模试验多种新的收入流，以及重大的组织改革”。其中有些太新，难以去衡量，比如利用社交媒体帮助广告商，但它们是趋势中的一部分，暗示着收入在稳定下来。

该报告说，1380家美国日报中已有

450家采取了数字支付计划。这帮助增加新的收入，减少对广告的依赖。

报告显示，经济的适度改善减轻了对这个行业的压力；数字广告如今占到报纸广告总收入的15%，但离弥补印刷广告损失还很远；新闻编辑室仍在减员，而手机平台的读者群没能产生显著收入；谷歌公司在数字新闻中已成为一股主导力量，影响着传统媒体机构。

Google Reader 倒在社交媒体洪流中

Google Reader，生于2005年10月7日，卒于2013年7月1日。3月14日，一场主题为“谷歌：让Google Reader继续运行下去”的在线请愿活动从宣布消息的那一刻起，已经拥有126万支持者。

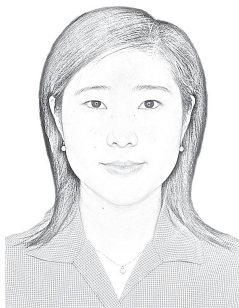
社交媒体的崛起令工具性的阅读器消亡，这不仅仅是阅读平台的变化，更是“作者-作品-读者”这一链条的深刻变革。2010年，受Facebook和Twitter等社交网站的冲击，Google Reader流量急剧下降。

Google Reader使用的是RSS技术，可以帮助用户订阅网站内容的更新。在不用打开网站页面的情况下，用户能够直接阅读输出的内容，如博客和新闻，同时滤去了广告。RSS订阅工具是相对小众的应用，但在科技和媒体领域拥有大量用户。随着社会性媒体的出现，RSS技术进一步潜入到深水中。表面的形式已经从RSS Reader演化成移动终端上的一个APP。

千万公里太空旅程 亿万国人家书陪伴

——“天地传鸿·祝福神州——写给神九航天员的一封信”航天文化创意案例介绍和解析

□ 李睿



2012年12月，中国报业协会举办首届中国报业新闻社会活动论坛暨新闻社会活动精品案例评选，在全国各级报业单位参评的153件案例中，由中国航天报社发起并主办、主题为“天地传鸿·祝福神州——写给神九航天员的一封信”活动脱颖而出，被评为“十佳精品案例”。

论坛组委会在颁奖词中评价道：就是这样一封普通的“家书”，不仅将祖国人民的深切牵挂与殷殷祝福传递给神九航天员，更将航天文化与航天科技有机融合，成为一封意义非凡可以载入史册的“太空家书”。此次活动以我国首次载人交会对接任务为背景策划，聚集了全国各省级行政区媒体的力量，发挥了新闻传播的集合优势，构建起航天科技与公众之间的桥梁，让神秘的航天事业“平易近人”，让特色航天文化更加深入人心。

一、活动过程高潮迭起，活动内容异彩纷呈。

本次活动经历了书信内容全国征集与汇编、书信原件随神舟九号飞船搭载与返回以及书信内容与太空读信视频公开发布三个阶段，时间跨度近半年，吸引了全国34个省级行政区实力媒体和腾讯网的共同参与，得到2000多万公众的积极关注和热情参与。

1. 书信内容全国征集阶段

2012年4月，中国航天报社向包括港澳台地区在内的34个省级行政区的具有代表性的实力媒体发出邀请函，征集地方活动的承办单位。5月10日，活动正式在全国34个省级行政区全面启动，腾讯网为活动开通了官方网络平台，34家省级实力合作媒体均陆续在头版或新闻版突出位置刊发了活动启事，并通过连续报道、专栏推荐和网络推广等形式，将活动信息传达给超过2亿公众和2500多万报纸读者。各地合作媒体几经



“天地传鸿·祝福神州——写给神九航天员的一封信”书信内容发布现场

筛选，最后将地域特色突出、感情真挚、文采激昂、文字简练的“神九”寄语或祝福语提交给中国航天报社。

5月31日，中国航天报社邀请北京大学、中国人民大学、北京师范大学等高校的语言文字专家参加评审会，对各地合作媒体提交的代表性寄语内容进行了文字精练和升华。各地寄语汇编成为一封来自全国人民的《写给神九航天员的一封信》，转交给负责执行神舟九号任务的有关部门。

2. 书信原件搭载与返回阶段

6月16日，书信原件搭载在神舟九号飞船上，陪伴3名航天员完成13天太空之旅。6月29日，飞船返回舱安全着陆。7月1日，在返回舱开舱仪式上，书信原件作为主要搭载物首次揭开面纱。

3. 书信内容与太空读信视频公开发布阶段

8月12日～26日，书信原件作为主要展品之一，远赴香港，在“中国首次载人交会对接航天展”上展出。9月28日，“天地传鸿·祝福神州——写给神九航天员的一封信”书信内容发布仪式在京举行。执行神九任务的航天员景海鹏、刘旺、刘洋携“太空家书”和神秘礼物——他们在太空中喜读“家书”的珍贵视频来到现场，与公众分享在太空中飘浮着诵读“家书”的感动与温情。

“在太空收到家书，感觉良好！”在书信内容发布仪式上，三位航天员分享了“家书”带给他们的温情与感动。

至此，“天地传鸿·祝福神州——写给神九航天员的一封信”大型征集活动

画上圆满句号。

二、科技核心筑策划基石，文化外延展航天特色。

凝聚文化的力量，与航天科技有机结合，让航天文化与航天科技激情碰撞，是这次活动策划的深层动因。“太空家书”成为普通公众与航天员“零距离”沟通的载体。

随着中国航天科技的快速进步，载人航天、月球探测等航天工程越来越成为国人乃至全球谈论的话题，我国航天文化也随之获得前所未有的发展。通过开展怎样的活动，使高深莫测的航天科技走入寻常百姓中，使可敬可爱的航天专家、感人至深的航天事迹为公众所熟知、热爱、追捧，作为航天领域主流文化单位的中国航天报社一直在不懈探索。

多年来，航天报社创新思路，整合资源，积极组织实施了科普展览、太空搭载、航天小记者夏令营以及航天文化创意产品设计等多项航天文化活动，为广大公众关心、了解航天科技搭建了平台，在航天领域获得了较高知名度。特别是近年来，中国航天报社牵头举办的“神七航天员和奥运冠军签名搭载旗”活动、“携手神八·交会梦想”大型公众征集活动、航天主题艺术芯片太空搭载等航天主题文化活动，利用太空搭载的稀缺资源，以平易近人的方式、极强的社会感召力，引起了各界的高度关注，赢得了社会的广泛赞誉，进一步展示了航天文化与航天科技有机结合的巨大力量。

三、凝聚媒体传播力量，丰富科技新闻内容。

此次活动为公众提供了难得的近距离接触航天高科技的机会，在收获参与者热情的同时，也吸引了众多媒体的关注，为首次载人交会对接任务丰富了新闻内容。

在9月28日的书信内容发布当天，《人民日报》、中央电视台、中央人民广播电台等中央新闻媒体以及湖北的《武汉晚报》等地方合作媒体也来到现场共同见证激动人心的时刻。媒体代表们认为，活动主办方一改往常公众被动接受航天新闻的报道形式，策划组织了能让公众主动参与的航天文化活动，这种传播方式的转变成为本次活动一大亮点。中央电视台新闻频道在当天下午的《新闻直播间》节目中播出了回顾活动全过程的新闻特写《一封“家书”的太空之旅》。

发布会后，原国家新闻出版总署和中国记协的有关领导一致认为，本次活动创意独特、形式新颖，具有浓浓的人文关怀。全国包括港澳台关心我国航天事业的众多读者广泛参与，这对于传播我国航天事业的伟大成就，吸引广大读者关心、了解、支持，特别是有志青少年未来投身航天事业，发挥了很好的作用。

中国报协行业报委员会的领导肯定了活动对于突破行业报专业性局限、扩大和提升专业媒体的社会影响力方面作出的榜样作用。

（作者为中国航天报社经营活动部主任）

把单位新闻写成行业新闻

□ 刘思燕

所谓行业新闻，顾名思义，是指产业经济中担任重要角色的各行各业的经济活动，再加上“新闻”两个字，就是这些各行各业所发生的新鲜事。对于正在大力开展军民融合的航天企业来说，《中国航天报》行业新闻版面的设置是与时俱进、时代所需。

认识“单位新闻”与行业新闻的不同

对于《中国航天报》来说，行业新闻更多是相对于“单位新闻”而言的，是指脱胎于“单位新闻”，或说是从“单位新闻”走出来进入行业新闻报道的一种新闻文本，最终体现和获得提升的还是单位的价值和声望。

这里“单位新闻”的概念是为了区别行业新闻而由笔者自创的，新闻学上并没有这一新闻体例。何为“单位新闻”？标准的模式就是，“某单位某时研发出了某一产品，这个产品是干什么的云云”，至于这个产品的研发成功有什么意义、在整个行业中占据什么位置等信息，在“单位新闻”中都看不到。下面的两个例子可以简单说明“单位新闻”和行业新闻的区别。

例如：某厂中标米其林轮胎设备生产制造项目（“单位新闻”）

本报讯 近日，从米其林（中国）投

资有限公司传来喜讯，某厂成功中标米其林公司轮胎设备生产制造项目。米其林公司正式向该厂下发订单通知书，这标志着该厂已成功跻身于米其林公司轮胎设备全球供应商名录。

据悉，米其林公司是世界排名前100位的百年知名企业，目前，轮胎销量为世界排名第一。通过竞标，该厂获得了其8条生产线中的4条生产线订单，订单金额过4000余万元，已与米其林确认，合同将与年底签订。

航天企业凭借军工技术实力跻身米其林设备供应商（行业新闻）

本报讯 近日，航天某厂迈出了参与国际大公司设备供应全球布局调整的第一步，中标米其林公司轮胎设备生产制造项目，成功跻身米其林公司设备全球供应商名录。

通过竞标，该厂获得了米其林公司某项目4条生产线……今年以来，国际经济形势动荡加剧，作为全球轮胎科技的领跑者，米其林公司实施产业链转移战略，将其轮胎研究、测试等使用的相关设备采购从欧洲向全球扩散。该厂抓住机遇，积极拓展新的高端客户……

很显然，前一种写法，是立足本单位，将“中标米其林”的新闻事件进行了准确的报道，但是从行业新闻的角度来看，这种写法存在行业信息（黑体字部分）

的缺失。因此，单位新闻显然不会起到放大新闻价值的作用，而行业新闻就可以达到这种神奇的效果。

如何练就“好奇耳”和“行业眼”

随着社会经济的不断进步，新技术新行业不断涌现，现在正是新技术新行业爆发式增长的时期，所以也是行业新闻的正增长期。

那么，怎么区别哪些是《中国航天报》应该报道的行业新闻呢？其实很简单，航天涉及的几大主业，无疑是无可争议的主题，另外，只要是属于航天企业正在开发研制、涉足的领域都属于《中国航天报》的行业新闻范畴。

所以，首先，对自己单位要有充分的了解，与一线的工程技术人员交朋友，保持信息通畅，练就一副对新奇事物超级敏感的“好奇耳”和“行业眼”，这样，新闻线索就会源源不断地出现。

从新闻线索到新闻报道，是将表现形式零碎、简略、不具体的，甚至只是一种信号、一种表象的信息点织成网的过程。这个过程用“捕风捉影”来形容可以说比较恰当。《中国航天报》行业新闻深度报道栏目“产经热点”中的许多文章都经历这个过程。

当然，在这个过程中，我们要打开视野，运用行业“千里眼”，跳出“单位”的局限，进入该新闻所属行业的领域来审视、判断和提炼新闻事件。“产经热点”栏目文章属于通讯范畴，是行业新闻中

深入报道的一种形式，选题和写作时尤其需要这种“捕风捉影”和行业“千里眼”的功力。

当好行业与读者之间的“翻译”

在行业新闻的写作中，最忌写成专业技术文章或者产品说明。为避免这种局面，我们应掌握一个原则：说人话、讲故事。这和其他新闻的写作原则是一致的，新闻无非就是讲人的故事、事件的故事、产品的故事等。行业新闻主要还是讲后两种故事。所谓讲故事就是将新闻事件的来龙去脉讲清楚，如果能生发出些意义或启示，当然对深化新闻主题、提升新闻价值更加有益。

要讲好故事，就要学会讲故事的技巧。要想吸引人，抓住读者的眼球，就要充分了解新闻事件的全过程，真正让这个新闻事件在写作者的头脑中形成一个立体全景图，最好还是动态的视频。这就需要一定的采访功力，善于挖掘事件的细节，尤其是最接近事件本质的小细节。

采访功力要慢慢练，但挖细节有个简单的小窍门，就是善用好奇心，以外行听故事的心态来接近被采访者和新闻事件，就容易找到与普通读者共同的兴趣点，再用简单、平实的语言来讲述故事，最终让文章与读者产生共鸣，达到新闻宣传效果的最大化。

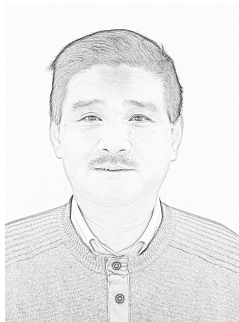
（作者为中国航天报社采编二部编辑）

浅议企业新闻宣传的眼光、路径和方法

□ 李国宝

航天新闻
工作通讯

探索与研究



作为企业新闻宣传的从业人员，必须坚持新闻宣传与企业中心工作相结合，这是做好企业新闻宣传工作的基本点。从本职工作的基础入手，具备识别新闻的眼光、找准抓取新闻的路径、用好展示新闻的方法，“眼光、路径、方法”这三点做好了，企业新闻宣传才不会浮于表面、偏离方向。

结合多年从事企业新闻宣传工作的体会和实践，笔者就如何做好“眼光、路径、方法”这三门功课谈几点粗浅认识。

一、识别新闻的眼光

新闻是对新近发生的有传播价值的事实的报道。这个界定传递出三条信息，即新近发生的、有传播价值的、符合客观事实的。

通常情况下，新闻的传播价值与突发性和冲击力、新鲜性和重要性、事件距离、新闻背景、贴近性、表现角度、事件的重要意义、反常性、人情味等有关。我们要通过分析，训练眼光，提高思辨力，确保有价值的新闻不漏报。

首先，新闻的传播价值与新鲜性有关。

例如，307厂研制天宫一号目标飞行器大型液体燃料贮箱膜盒的事件一旦公布，这则新闻随着时间的推移也就不成为新闻了，所以说新闻要“抢”，“抢”的意义就在于保持“新鲜”。

其次，新闻的传播价值与距离有关。

事件离读者越近，新闻价值就越大，读者也就越关注。新闻宣传要关心身边的事，这样才有接近性、生命力。例如研制2008年北京奥运会手执火炬的新闻放在江苏省外的黑龙江、海南、新疆等地，关注的人就少，甚至无人关注，但它距江苏、南京、航天、307厂，肯定是越来越远，关注的人也越来越多，影响也越来越大。

最后，新闻的传播价值与背景有关。

背景的意义重要与否，往往决定新闻价值的大小。如南京

晨光承制的青铜雕塑“永远盛开的紫荆花”，它的新闻背景是香港回归，这个意义对于中国人民来讲，非同一般。

二、抓取新闻的路径

新闻是对客观事实的反映，真实是新闻的生命。这要求我们到现实生活中去抓取新闻。那么，抓取新闻的路径有哪些呢？其实，途经非常多，如会议、活动、与同事交谈、工作周围的变化、即将到来的节日、纪念日、先进人物的活动、尘封的旧闻、企业的重大变革等。

个人的力量是微小的，所能掌握的信息是有限的，在大多数情况下，很多新闻线索别人知道而你不知道，这时候你只有通过与他人交谈，并在交谈中多个心眼，采取“普遍撒网、重点培养”的办法，去抓取有价值的新闻。

如笔者曾写过一篇题为《不重视产品质量——走人》的消息，就是与通讯员的一次交谈中获得的。该通讯员来报社投稿，稿件内容是关于落实工作会精神的。在交完稿后的谈话中，他提到了最近单位处理一起质量事故的事，说当事人已被勒令回家反省，听候处理。这在公司历史上还是第一次，具有非常典型的意义。这篇消息还获得了江苏省年度企业报协会好新闻一等奖。

三、展示新闻的方法

什么样的内容，采用什么样的表现方式，追求的目的是增强文章的可读性。

要将新闻稿写活，就要求记者在抓取到有价值的新闻后认真考虑一下，用什么方法展示表现才能获得最好的效果。综合一些经验，大致有这样一些方法：巧妙运用新闻背景、注意捕捉相关细节、合理采用对比手法、穿插使用流行语言、精心处理新闻导语、尽量使用行为动词等。

细节决定成败。一篇文章成功与否，是否有血有肉，细节起着关键性作用。

如《今日晨光》上曾刊登过一篇题为《他选择了航天事业，也就选择责任和奉献》的长篇通讯，这篇文章中就有许多细节描写，如忘我工作的细节，舍小家、顾大家的细节等。这些细节的描写使文章生动，人物形象鲜明，可读性也就不言而喻了。该通讯已被收录在《江苏省企业报优秀新闻作品集》中。

写新闻要多用行为动词，少用形容词，这是把新闻写得富有文采、动感传神和增强吸引力的有效方法之一。如《航天晨光“预订”中国卫星导航市场未来收益》、《走出国门造大佛》、《中国活鱼蹦上日本早市》、《让新官带一把尺子去上任》、《黄河水奔流千里到天津》、《“中国制造”抢走了“山姆大叔”的饭碗？》等，这些动感十足的语言，使文章活气，为文章增色。

以上是笔者从业务角度谈了对企业新闻宣传工作的粗浅认识，希望对大家的工作有所帮助，并在具体工作实践中不断完善，从而为宣传企业、树立企业良好形象贡献应尽的力量。

（作者单位：南京晨光集团公司《今日晨光》报社）