

重聚首 再出发

——在2014年中国航天报社通联会上的讲话摘要

□ 戴品华



新时期、新形势，国际、国内、航天领域都发生了重要的变化。刚过去的一年里，全国宣传思想工作会议、党的十八届三中全会相继召开，这些会议精神是我们今后宣传实践中重要的指引性文件。结合贯彻全国宣传思想工作会议精神，我想讲三点感受，与大家共勉。

一、把握大势、着眼大事，找准工作切入点和着力点

在去年8月召开的全国宣传思想工作会议上，习总书记作了重要讲话，对意识形态领域的工作给予了高度评价。他指出，意识形态工作是我们党的一项极端重要的工作，宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责，胸怀大局、把握大势、着眼大事，找准工作切入点和着力点，做到因势而谋、应势而动、顺势而为。

讲到大势，从国内来说，今年是新一轮的改革元年，深化改革在各条战线全面铺开。而且，我们还将迎来新中国成立65周年这一个重大、喜庆的节日。对航天人来说，今年也是航天人在圆航天梦、中国梦的征程中重要的一年。去年5月4日，习近平总书记来到航天科技集团公司五院参加全国五四主题团日活动时提出，发展航天事业、建设航天强国，是我们不懈追求的航天梦。在接见神舟十号科研人员代表时，他再次指出，航天梦是中国梦的重要组成部分，是我们不懈追求的伟大梦想。这是党和国家领导人对航天人的殷切期望和关怀。按照习总书记指示，航天两大集团公司按照中央的部署，结合航天的重大工程、包括十二五规划重大节点，进行了部署和推动。

今年，航天科技集团公司新闻宣传工作的重点内容主要包括以下几个方面：

一是深入学习宣传党的十八届三中全会精神，强化理论武

装，凝聚共识。重点有深化改革、学习贯彻习总书记系列重要讲话精神的宣传等。围绕理论武装、强化共识方面已经在《中国航天报》、中国航天网上开设了专栏。报上的“深化改革进行时”专栏已经开辟。

二是深入培育、践行社会主义核心价值观，选树宣传先进典型，凝聚力量。今年是全面培育和践行社会主义核心价值观的一年。在这方面，我们主要将开展航天功勋人物宣传活动和践行社会主义核心价值观、做最美航天人主题活动。

三是深入开展航天重大工程、重点宇航任务和重点活动的新闻宣传。

四是深入推进企业文化体系建设，组织开展相关的文化活动，提升文化软实力。

二、因时而变、随事而制，积极推动新闻宣传工作创新

宣传工作也是一项常做常新的工作。创新是航天人的一大法宝。新闻宣传工作如何创新？全国宣传思想工作会提出了很多创新，包括理念创新、手段创新、基层工作创新。我们最重要的创新应该是什么，我认为是理念、思想创新。思想引领行动，我们首先要做到想得到、有前瞻性，通过理念的创新、思想的引领，带动我们的行动。这两年，对航天新闻宣传工作，我们也一直在提，想到做到，做就做好。所以理念、思想创新是最核心的。

新闻宣传工作创新，不可忽视新媒体。我们在做好航天报这个传统媒体的同时，按照新媒体的要求，怎么去创新？

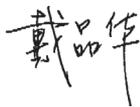
有学者提出，传统媒体转型，要从两个方面思考，一是从产品产业的角度分析新媒体的基因，二是从文化的角度分析新媒体的基因。我们负责新闻宣传工作的部门、领导、新闻战线的新闻宣传工作者对新媒体，首先要提高认识，然后逐步深入掌握并管控，真正做到利用新媒体传播航天“好声音”、释放“正能量”。

三、守土有责、守土尽责，切实提高新闻工作者能力水平

习总书记在全国宣传思想工作会议上指出，宣传思想工作要强起来，首先是负责、分管宣传思想工作的领导干部要强起来，宣传思想工作部门要强起来，还有我们新闻宣传工作者自身要强起来。

怎么强起来，首先是强化理论和业务学习，利用各种机会，提升自己；其次要增强工作的主动性，深入基层，扎根一线，转作风、正学风、改文风。

北宋大学士张载在著名的“横渠四句”中讲古代文人的责任时说：“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”《论语·泰伯》中说：“士不可以不弘毅，任重而道远。”在此，借古人的这两段话与大家共勉。



中国航天科技集团公司党群
工作部宣传处处长

2014年《中国航天报》第二季度报道回顾 与第三季度报道重点

今年第二季度,《中国航天报》在党的群众路线教育实践活动,航天两大集团公司深化改革、转型升级,今年首次宇航任务,全国安全生产月,五一、五四、六一活动,重庆高交会、京交会、科博会等重大报道中取得了不俗反响。

在党的群众路线教育实践活动的报道中,按照航天两大集团公司党组的统一安排,《中国航天报》对长效机制建立和落实中取得的成果进行了相应报道。

在对航天两大集团公司深化改革、转型升级的报道中,《中国航天报》重点报道了两大集团党组的部署和要求,开设了“深化改革进行时”、“转型升级大家谈”栏目。围绕航天科技集团公司党组确定的深化改革的重点,报纸积极营造深化改革的良好舆论氛围;同时,采编人员密切跟踪报道航天科工集团公司相关工作的推进情况。

今年2月,报社围绕宇航发射活动报道创新开展了研讨。4月2日,航天报报道了今年首次宇航发射任务。记者解放思想,积极自选“动作”,在报道中开展了一定程度的探索,取得较好的效果。

在全国安全生产月的报道中,报社紧紧围绕今年的主题活动,按照航天两大集团公司的通知精神,围绕活动重点积极组织稿件,除了在5月底一版刊发相关消息外,在6月的二版开设“关注安全 关爱生命”栏目,配发有关评论,同时,各

通联站组织上报与安全生产有紧密关系的稿件。通过16期报纸进行不间断的报道,积极营造了氛围。

第二季度,报纸还启动航天产业园建设巡礼报道,开设了“走进航天产业园”栏目,对部分产业园进行了报道。

在第三季度,《中国航天报》主要报道重点包括:

一、“七一”和航天两大集团公司成立15周年的报道。

报纸报道、宣传航天两大集团公司表彰、在15年中取得的巨大成就和各方面工作取得的丰富成果、历史经验。

二、党的群众路线教育实践活动的报道。

报社将按航天两大集团公司党组的要求,对各层面落实“八项规定”、深化整改、长效机制建立和落实中取得的成果进行持续不断的报道。

三、宇航发射及型号试验报道。

今年下半年,宇航发射任务非常密集,报社采编人员将创新报道思路。“走进型号试验队 聚焦航天砺剑人”成为报纸常设栏目。

四、继续开展航天产业园建设巡礼报道,聚焦航天当前产业化、规模化成绩较为突出或者潜力巨大的产业园。

五、全国质量月活动报道。9月结合全国质量月和航天两大集团公司的要求,重点开展质量月活动报道。

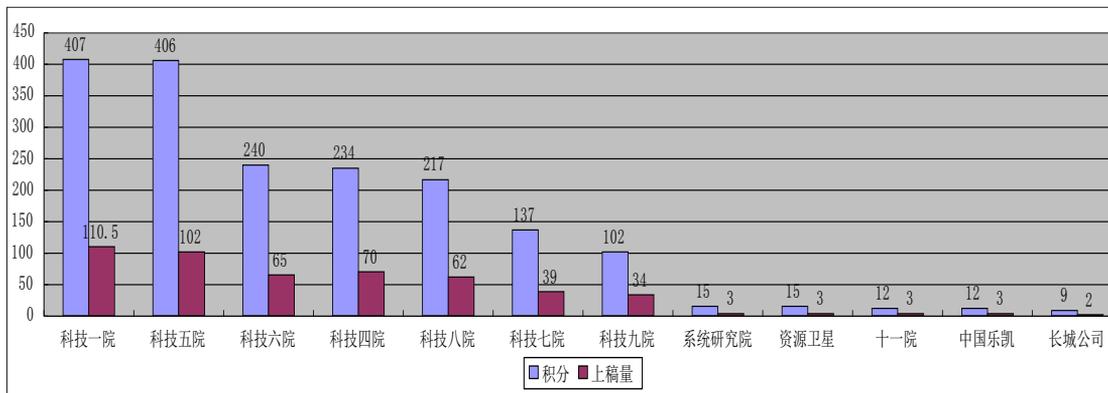
从要闻版头条看基层意识和人文意识

——2014年第二季度中国航天科技集团公司基层来稿分析

□ 黄希

航天新闻
工作通讯

刊登稿件分析



中国航天科技集团公司2014年第二季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

要闻版头条一向被视为报纸的灵魂，头条的选取、篇幅的大小代表了报纸的一种态度。很多记者、通讯员都把“上头条”视为一种荣耀。近年来，中国航天科技集团公司党组对《中国航天报》提出了更高的要求，希望报纸能够更多关注基层。《中国航天报》在头条的选取上对基层有一定的倾斜，这在2014年第二季度的报纸采编工作中体现得特别明显。本文将对第二季度头条的基层新闻进行梳理，希望对广大通讯员的投稿工作有所启发。

第一类是本报记者“走转改”的所见所闻。在第二季度，“走进型号试验队”栏目反映试验队风貌和奉献精神的《在惊喜和苦闷中前行》、《生于春日 长于时代》、《甘为他人做嫁衣》三篇报道引起了读者的好评。这个专栏之所以能够打动读者，不仅在于我们把视角投向了默默奉献的型号研制人员，更重要的是我们把采访搬到了试验一线，和试验队员同吃同住，

感受到了他们的拳拳报国之心。

这样的“故事化写作”特别容易打动读者，引起广大航天人的共鸣。希望广大通讯员朋友能够和我们一起“走基层、听故事”，通过精练的文章把一线人员的喜怒哀乐反映出来。

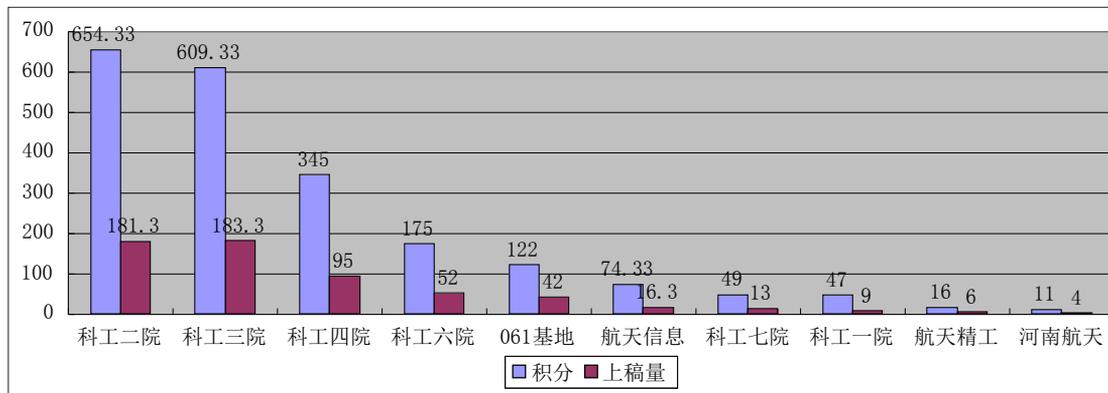
第二类是航天的成就性报道。在第二季度，很多事关航天产业发展的成就报道也得以在一版上体现。例如6月4日一版头条《我国微小卫星研制体系初步建成》、《向着太阳前进……》、《紧急搜救 卫星要有大作为》等文章结合航天发展的大事件，以精练的文字、生动的笔触再现了航天发展成就。由于事关航天大局，这些新闻均被置于了头条的位置，且刊登后被多家媒体转载，收到了较好的传播效果。由此可见，同样一则新闻，如果站在航天产业发展的大局思考和下笔，就能赋予这则新闻不一样的高度，被推送到头条的可能性就更大。

（下转第6页）

新闻宣传报道中的“两个工程”

——2014年第二季度中国航天科工集团公司基层来稿分析

□ 陈立



中国航天科工集团公司2014年第二季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

进入第二季度，报纸来稿数量相比第一季度有了较大增长。上至中国航天科工集团公司总部，下到所属各单位，都已经明确了今年的新闻宣传重点任务，这让各位通讯员采写稿件能够有的放矢。此外，在5月、6月，结合安全生产月、集团公司成立15周年、“两个工程”推进等热点，部分单位都迅速跟进，营造了较好的宣传氛围。

在第一季度的稿件分析中曾提到，今年的新闻宣传报道要“转型升级”。这次，我想结合最近的“两个工程”来说说接下来的新闻宣传报道该怎么做。

首先是“成本工程”。我想以此说明如何科学地对新闻素材进行剪裁，把它做成精品，避免良好新闻资源的浪费。

大题材或重点题材，相信大家都会认真对待，但一些看上去并非“主材”的“边角料”，其实也有大用处。例如5月28号报纸二版的头条文章四院红峰公

司《绝不能迈过577元这道坎》，我看到稿子时确实有点喜出望外，因为这样的稿子实在不多。稿件乍一看是班组的“鸡毛蒜皮”小事，但背后折射出的却是集团公司“成本工程”战略在基层的落地，而且文风活泼，让人能畅快地读完，既无八股味，也没有一大堆晦涩的专业术语，可见作者下了工夫。为此，我也曾在有关培训班上提及此稿，希望大家多写这样的精品。

类似的还有早些时候刊登的三院159厂的《工资不是要来的，是自己挣来的》和四院的《小器件保障大安全》。好的新闻资源需要大家用心去观察思考，而不是只满足写“快餐”稿。要是只想着完成上稿量，八成都会写出八股文或素材堆积品，结局是可能“石沉大海”。

其次是“价值工程”。第二季度里有两篇稿件：四院万山公司《段文秋：救人只是凭良心》和二院206所《航天真

汉子力擒歹徒》(本报记者参与),虽然写的不是科研生产经营主业,但却引起了强烈反响。这两位受集团公司“表彰”的航天人,他们身上的故事与当前社会主义核心价值观高度契合,在社会上树立了航天人的好形象,对航天企业品牌形象宣传大有裨益。

所谓新闻稿件的“价值创造能力”,不正是如此吗?抓住航天乃至全社会的热点,写出好故事,见精神、见文化,事半功倍。通讯类稿件的写作模式,就一点:故事,故事,还是故事。

上述稿件带来的启示就是通过扎实的观察、采访,或把看似普通的“食材”(如会议新闻、调研活动、作报告等)烹饪出美味,亦或由小案例切入引出大主题,稿子既好看又有效。

事实也证明了这一点:在报纸刊出的那么多稿件中,集团公司董事长高红卫独看中了红峰公司的那篇,稿件的“主角”——刘培峰班组事后在集团总部作

了典型经验交流。

最后,编辑们对大家也有几句话要说——

二版编辑:希望通讯篇幅控制在2000字以内,内容包含更多的有价值的信息,少说空话。写作时,与其面面俱到、各种成绩都点到,不如突出一个让人印象深刻的亮点。此外,图片新闻可以多投一些。

四版编辑:在重要节日、重要任务来临之前有所准备,尽早投稿;同时抓住社会热点,找寻航天与其的关联。副刊文章多一些人情味,少一些“高大上”,挖掘故事,写出画面感。此外,希望各单位跟编辑常联系,踊跃提供“星空影像”题材的线索。

此外,那些规模不算大的院、所、厂、公司一样能出好新闻,我们更乐意看到百家争鸣,并真诚地告诉各位:也许你所在单位不大、不知名,但不要紧,只要稿件分量足够,我们时刻为你留好版面。

(作者为采编二部负责人)

(上接第4页)

第三类是航天事件与“社会视角”的融合。近些年,我们发现,在一些社会热点事件中,读者希望能用航天视角进行解读。在第二季度,很多社会化的新闻由于加入了航天视角,也被推送了头条的位置。例如,《嫦三“变身”火炬手 青奥火炬太空传》结合青奥会火炬传递、《同享阳光 共担风雨》结合中巴建交40周年,从这些社会视角中引入航天视角,折射出航天技术反哺社会的成效,让公众觉察到“航天科技就在身边”。

这样的新闻接地气,有活力,公众爱看,被放在头条也就理所应当。

应该指出的是,上述列举的很多作品都来自五院,很多大院有很多好的新闻都没有都被推送到要闻版头条的位置,不是没有宝贝,而是缺乏“大航天的视角”和“以小见大”的挖掘,往往让很多好新闻被淹没了。有影响力的好新闻可遇不可求,如果一旦遇到,请大家千万不要放过,“头条意识”引进来,会让新闻着上华衣,熠熠生辉。

(作者为采编一部主任)

编者按：4月18日，2014年中国航天报社通联会在京召开。来自航天两大集团公司的航天新闻工作者交流了新闻宣传工作中的有益经验，为进一步做好航天新闻宣传工作献计献策，为今后更好地开展新闻宣传工作开辟了新思路。现摘登有关采编业务的交流、体会、感想，供广大航天新闻工作者参考。

基层新闻宣传工作经验纵横谈

——2014年中国航天报社通联会交流发言摘登

一、常走一线，了解最新动态

一线是新闻的来源，来自一线的新闻带有“泥土的芬芳”，为读者所喜爱。“一线”，是大家在交流中提到最多的关键词之一。科技四院的郭建华说，新闻宣传人员要保持一颗好奇心，带着记录本和照相机，积极主动下基层。本报特约记者、科工四院《航天运载》副总编陈新勇提出，要带着问题下基层，了解一线线索，深入一线班组，发现线索。

深入一线写什么？除了新发现，还要写故事。采编二部负责人陈立对参加座谈会的通讯员说，大家要看到自己的基层优势，在采写一线故事时，心怀全局，做好“解码”工作，讲出的故事才更动人、更耐看。

二、常交流，梳理报道重点

基层与报社保持沟通畅通是做好新闻宣传工作的前提之一。一些经验丰富

的通讯员表示，自己会定期与报社采编人员联系，一方面了解报社未来一段时期内的报道重点，集合报社的需求挖掘身边的新闻；另一方面，说说本单位的新闻线索，听听采编人员对这些线索的采写建议。

他山之石，可以攻玉。有的通讯员说：“写稿不看报，纯属瞎胡闹。”写稿时，作者要收集相关报纸、相关报道，多看多研究。

上报稿件的题材、写作手法等值得通讯员们分析总结。本报特约撰稿人、二院通讯员陈静说，与其他通讯员交流的方式就是看他们的新闻作品，经常看看他们写什么，分析一下题材、切入点、写作手法等，潜心挖掘本单位的线索，必有收获。

三、培养“笔杆子”，分解采写压力

一个人的力量是有限的，要做好本单位的对外宣传工作，通讯员本人不但要
(下转第10页)

编者按：在通联会上，各位参会代表交流了新闻宣传工作中好的做法，也提出了日常采写工作中遇到的问题。文本仅选取与采编业务相关的部分问题试作回音，供广大航天新闻工作者参考。

采编交流Q&A

Q（问题）：记者下基层采访时，能否带上通讯员一起参与？

A（回答）：记者采访时带上三五“童鞋”当然没问题，只要“童鞋”们愿意，被访者也不介意，毕竟“三个臭皮匠，赛过一个诸葛亮”嘛。

Q：报社举办每月一课大讲堂，请业界“大腕”授课，我们能否前来听课？

A：我们保证，这是京津冀地区“童鞋”们的一项特殊“福利”。

今年，报社的“每月一课”大讲堂发生了变化，采取网络授课与专家见面交流两种方式交替进行，全年各有6次。网络课程主要寻找有关政治、经济、人文、历史、军事、科技等方面的视频资料给报社人员观看。专家授课则是请业界知名人士前来交流。后者则更适合邀大家一起聆听。相信“童鞋”们从《南方都市报》的南香红、新华社的朱玉等业界“大腕”身上已取到了不少“真经”。

Q：能否多给基层通讯员更实在、到位的业务培训？

A：如何有的放矢？首先，双方事先要充分沟通；其次，双方要做足“功课”，尤其是“老师”的功课要做足。在这方面

我们将加强“师资”队伍建设，有针对性地开展培训工作，尽量让大家学有所得。

Q：《航天新闻工作通讯》内容非常实用，希望能够每期都看到纸质版的。

A：《航天新闻工作通讯》的内容建设有赖于广大航天新闻工作者的献计献策。如何将这批凝结众人智慧的文章传递到大家面前，目前发行渠道主要有两条：第一，将纸质版的《航天新闻工作通讯》邮寄给各通联站及有关单位。因为印刷成本全由报社承担，所以每期的印刷量为200本左右，无法保证通讯员人手一本；第二，电子版的《航天新闻工作通讯》挂在中国航天报社官网（www.csn.spacechina.com）上，大家可以下载PDF版本，自行打印阅读。

Q：每月初航天报社同时公布上个月各单位的上报稿件数量和稿件积分前十名，哪个指标更具参考价值？

A：比方说，千军易得，一将难求。优质稿件如“将”，一般稿件如“兵”，对“将”自然高看一眼。对于报纸来说，“兵”多多益善，“将”更显价值；对通讯员来说，练“兵”虽不易，但封“将”才能鹤立鸡群。

我不是一个人在战斗

□ 潘晨

两年前，我从人事、团委的岗位转到宣传岗位。两年来，从最初的独自冲刺，到后来发动团队奔跑，我深深地体会到，宣传工作要有“大格局”，不能一个人战斗。

最初接手宣传工作，我最大的困惑是无“米”下锅。一方面，我所在的总体部是龙头部门，线索的“金子”俯拾皆是；另一方面，由于没有经验，我不能及时得到这些线索，不知道该宣传些什么。于是，我总是在重大事件发生后被领导催促着赶稿子，非常被动。痛定思痛，我决定在干中学、学中干，主动出击找线索。那时的我像个偏执狂，见到领导就让对方指指宣传方向，见到专家就让对方聊聊经历和梦想，见到同事就谈谈对方承担的重点工作进展。部领导也非常支持，给了我很多机会参与到重大材料撰写和重要会议、活动中。就这样，工作日志本上列的选题越来越多，我再也不愁“写什么”了。

但是，新的问题随之而来，我陷入了“写不过来”的困境。当时有很长一段时间是我独自一人主管宣传工作，选题、采访、撰写等都是独立完成的。那一年我粗略统计了一下，除了每天上传下达的事务和组织、参与的各类活动、会议，我撰写了60余篇稿件以及不计其数的报告、公文、论文，挑灯夜战是家常便饭，连做梦都在想思路。很快我就发现力不

从心——就算我全力奔跑，累趴下也不能及时把如此多的好线索报出去。

在主管领导的帮助下，我调整了策略，以提升宣传工作组织能力为重点进行突破。我们对通讯员队伍进行了重新梳理和把关，确保质量和队伍相对稳定。与此同时，根据宣传工作中存在的问题修订了宣传管理办法，考核的导向从重数量到重质量转变。一系列机制也建立起来，总体部的层面做到了“篇篇有评分、月月有点评、季度有公示、年度有评比”，处室层面做到了“月度定计划、季度报线索”，宣传管理渐渐规范起来。

通讯员们很快意识到，“凑数”类的稿件不灵了。以前一篇稿件能得1分，现在不好的稿件只能得半分，甚至0分，而写得好的稿件能得2分，发表在各级媒体上的稿件，更是能累计得到10余分。每月公示在部网的优秀稿件点评也成为通讯员们的榜样和动力。“我这个月没被‘点’上，继续努力”，“点评让我知道了什么是好稿，好在什么地方”……很多通讯员兴奋地跟我说。

在调研的基础上，我们进一步梳理了稿件仍存在的问题，开展了一系列有针对性的培训。“如何发现好线索”、“如何将会议报道写得好看、有营养”、“如何将型号进展写得生动、透彻”、“我的稿件为啥没有得高分”……各种培训主题切合实际，为通讯员们解了渴。除大范围培训外，

我们还组织了“写作知识进处室”活动，结合每个处室特点和需求，与通讯员们深入交流心得，取得了不错的效果。

慢慢地，基层通讯员发表的文章越来越多，有的甚至刊登在《中国航天报》头版显赫位置。每到此时，我都会给作者发一封恭贺的邮件，感谢其辛勤笔耕，并把几份当期报纸郑重地送给作者，以便其送领导、送同事、送家人。写惯了技术报告和论文的他们，得到这样一份特别的礼物，惊喜之情溢于言表。

就是这样，我们在2013年度荣获了中国航天科技集团公司新闻宣传先进集体奖、《神舟》和神舟网优秀通联单位荣誉称号，以及《中国航天报》好新闻奖5篇、《神舟》好新闻奖3篇、各级优秀通讯员奖6人次，我也有幸获《中国航天报》“新闻十佳”通讯员荣誉称号。

现在，站在新的起跑线上，我发现自己不再孤单——有一群优秀的同事聚集在一起，共同奔跑，寻求新的突破。

（作者单位：五院总体部）

（上接第7页）

有一定的采写能力，还要具有相当的组织能力，努力建立宣传员队伍，培养“笔杆子”。

五院通讯员潘晨分享了自己的工作体会。她说，经过一段时间的摸索，本单位建立了一套行之有效的制度，培养了一支新闻宣传骨干队伍，充分发动基层同志写作，共同为单位的新闻宣传工作贡献力量。（详情参见本期《我不是一个人在战斗》一文）

在新闻线索管理上，一些有经验的通讯员表示，针对发现的线索，他们会拉条挂账，将采写责任落实到人，进行表格化管理。

四、切合实际，培训有的放矢

当前，航天各单位新闻宣传队伍人员变动较频繁，加之很多通讯员并非专

职宣传员等原因，各单位在新闻宣传业务培训上下了不少工夫。

很多单位在培训上非常注重实效。本报特约记者、科技六院的杨军表示，为了少走弯路，他们收集了近年来的各类好新闻作品，装订成册发给大家，培训时多分析历届好作品，有针对性地讲解如何发现新闻线索、挖掘新闻价值、提高写作技巧等。

五、多学习，提高个人业务水平

一家单位新闻宣传水平的高低，涉及诸多方面，而新闻宣传骨干人员的能力至关重要。

曾在报社工作多年、现在科工集团七院从事新闻宣传工作的武铠表示，提高业务能力，关键靠个人，要扩大视野，乐在其中，做到“眼勤、脑勤、腿勤、手勤”。

新闻线索、题材和值得注意的几个问题

□ 田安贵

挖新闻、写新闻是一件苦差事，对刚从事新闻写作的同志更是如此。从哪里找新闻线索、写什么样的题材常常困扰着大家，使人无从下笔。就此问题，笔者有一些个人的体会，供大家参考。

一、关于新闻线索

要获取新闻线索，需要从多渠道、多方面着手：

1. 采访。采访的前提是要备好选题、做足功课，采访得越深入，收集的素材越多，后期写作就越顺手，甚至有意想不到的收获，发现新的线索。

2. 到科研生产现场去寻找线索。腿要勤，有空时经常到科研生产现场去转转，好的线索和鲜活的素材永远是在现场，而不是在办公室凭空捏造出来的。

3. 从各种会议获取线索。多参加各种会议，尤其是重要会议，在完成常规的会议报道的同时，要注意挖掘会议背后隐藏的“亮点”。

4. 各种文件、领导讲话、工作总结、简报通报、通知批示等。要多读多看，这里面包含着多方面的信息和很好的素材，如新的举措，对问题的研判，工作成绩和问题，对具体工作的分析等，认真提炼总会有所收获。

5. 建立信息网络。可定期向有关单位部门征集线索，筛选梳理值得进一步

挖掘的线索；建立通讯员队伍，由他们提供重要的新闻线索，并共同采写；广交朋友，安插“线人”，经常主动询问或请他们提供线索。

6. 从新闻稿件中发现线索。通过别人的新闻稿件发现“新的新闻”，这些新闻有的是被疏漏的，有的可以换个角度写，有的则是新闻背后的新闻。

7. 善于综合线索。把相关的或有内在联系的新闻稿件进行综合提炼，重新组织撰写，往往能够形成价值更高的新闻。

8. 从日常生活中寻找新闻线索。做有心人，带着一双善于发现的眼睛，从寻常中发现不寻常。

9. 从新闻发布会获取线索。如今不少单位都建立了新闻发言人制度，可以参加新闻发布会获取线索，也可以直接采访新闻发言人，请他提供线索和素材。

二、关于新闻题材

事实上，题材无所谓大小，如果写得精巧，小新闻也能产生大影响；写得不好，大新闻也会变得平淡无味。至于新闻题材，大致可以分为四大类：

1. 重大题材。中国航天事业的飞速发展，吸引了全世界的目光。神舟发射、嫦娥奔月、交会对接、珠海航展、国庆阅兵、宇航大会、智慧城市、火箭发射、每年两会、党代会、世博会、奥运会、大运会、

院士大会……近些年来，许许多多的大事件都与航天有关。作为航天新闻工作者，我们占尽先机，以能拼善搏的精神、精雕细琢的手法，策划好、写作好航天新闻，宣传好航天企业和航天事业，既是我们的职责，也是我们的光荣。

2. 突发题材。如地震、抗旱、洪灾、传染性疾病等。这里面要注意两点，一是航天人如何克服困难，确保科研生产和各项工作的正常进行；二是航天企业如何履行社会责任，发挥技术优势助力抗灾和募集善款支援灾区。

3. 常规题材。如开年工作、三八妇女节、五一劳动节、安全月、双过半、质量月、年终冲刺等。值得提醒的是，同样的题材一定要写出新意，哪怕是换个角度、换种写法也不错，而不能年年一个模样，甚至只换个时间。

4. 日常题材。如军民品研制生产、经营业绩考核、财务管理、自主创新、技术攻关、劳动竞赛、保任务保节点、标准化、安全生产、对外交流合作、落实整改措施、投资建设、风险控制与管理、节能降耗、合理化建议、人才队伍建设、质量工作（产品、服务、管理）、信息化建设、后勤保障、工艺改革创新、保卫保密、党建工作、群团工作、文体活动……

需要强调的是，新闻题材的划分只是相对的，因为事物总是不断变化的，从中国航天科工集团公司到二级单位再到三级单位，每年、每个季度、每个月都有工作重心，从战略规划到具体工作都在不断调整，我们要紧密结合实际，选取题材，发现新闻，及时宣传，以更

好地服务科研生产经营中心工作。

三、需注意的几个问题

笔者常年从事新闻编辑工作，发现有些来稿中存在这样或那样的不足，这里简要说说几个常见的问题：

1. 做好稿件的脱密处理。在当前复杂严峻的形势下，一定要坚持业务部门、宣传部门、保密部门的三审制，决不能存侥幸心理。

2. 不要太专业。新闻是写给大家看的，大量难懂拗口的专业术语会使人难以卒读。如果可以，务必用通俗生动的语言进行表达。

3. 注意图片的选择。为了表现工作的艰辛繁重，选用现场脏乱、不安全、设备陈旧、工艺落后等照片，不太好。因为我们是航天高科技企业，不是手工作坊。

4. 做好核实工作。认真核实姓名、职务、排序，尤其注意数据的真实可靠。

5. 慎写会议和领导讲话。一般来说，长篇大段写会议和领导讲话会非常枯燥，在当前语境下尤应慎重。实在要写，需高度提炼或换个角度。

6. 注重细节。导语一般不要写成“为了……”的格式，那是文件的写法；关注如标点、错别字、断句、分段、虚词（如少用“了”）等细节。

7. 文章篇幅不宜太长。消息七八百字足矣，通讯一般两千字以内，除非你写得足够好。

（作者单位：061基地党委工作部，本报特约记者）

既要采好，也要写好

——《推倒与坚守：不老的百年兵工厂》采写手记

□ 倪伟



从今年第二季度开始，《中国航天报》开设“走进航天产业园”栏目，对航天两大集团公司分布在全国各地的产业园进行一次巡礼。这是记者的幸运，不仅因为可以去大江南北的航天单位践行“走转改”，也因为产业园里有很多好故事。

中国航天科工四院南京晨光集团 1865 创意产业园的报道，四年前本报记者已经做过一次，用一整个版讲述了它的前世今生。标杆在前，这次再去，需要一个新的思路。于是出发之前，经过与部门同事商量，定下了不再多讲历史、以介绍这几年的转型为主的想法。

由于时间安排比较紧张，采访只用了半天时间，包括在产业园里短暂的参观和对负责人的访谈。这样一来，就需要在写作上花更多时间。写作决定着报道最终的呈现质量。就像一位摄影师，当天地之大美突然呈现在眼前，如果不能选择一个好的视角记录在镜头中，也就浪费了这绝好的素材。然而视角、结构等这些写作要素，对于一个新手来说，往往意味着艰难的思索过程。

每一件事都有特点，在采写时我一直努力寻找和发现每一个题材的特点，然后围绕这个特点组织素材、写作稿件。我把这个特点当作这篇稿件的“核心”，也就是贯穿全篇的一条线索和一股气息。

2000 多字的篇幅，要想面面俱到，对于任何一个题材，都是不太可能的事。有时候，我们下笔之前，就想好了要从三个点去写，一个点四五百字，一个标准的通讯就成了。但是，用四五百字介绍事情的一个方面，真的能解释深入吗？从三个点着手，会不会割裂文章的完整性？如果只用 2000 字介绍一个方面，或者只讲一个故事，会不会更有意思呢？

一个核心，一个故事，在采写 1865 产业园这篇报道时，我基本上就遵循着这个思路。

一篇新闻稿的核心特质，应该与同类的其他稿件有所区

别，这才能体现新闻之“新”。1865产业园的核心，可以是转型升级，也可以是历史文化。我选择了后者。因为很显然，转型升级是当下大多数产业园都在做的事，并没有多少新意；而从1865年李鸿章创办的金陵制造局一直延续到今天的晨光集团，产业园里保存的中国近现代军工历史则难得的多，更值得成为这篇报道的核心。

但呈现这个核心并不如构想中那么顺利。因为2010年的那篇报道，已经把产业园的历史文化介绍得非常完整和优美，如果再对园中美丽的建筑和自然环境进行大量描写，就显得多余了。所以这次我只是在讲故事中，精练地穿插了几处对于产业园历史文化、人文风光的描述，尽量保留下了一些产业园原有的历史韵味。

至于故事，我只是按照产业园转型发展故事本来的样子复述了一遍，没有进行多少创新，而且这个比较成功的转型案例本身已经具备了吸引人的因素。但如果采访时间更多点，我就可以去产业园入驻的企业里看看，跟这些产业园的租户聊一聊，肯定会了解到一些更生动的侧面信息。

在动笔之前，我花了挺多时间去琢磨，想对这个转型案例理解得更深入一点。体现在稿件中，就是文中会有一些记者的归纳性语句，这是我对于故事脉络的总结，对读者也有引导作用，以免使他们迷失于故事的讲述之中，而体会不到故事的意义所在。

推倒与坚守： 不老的百年兵工厂

——探访南京晨光集团公司1865创意产业园

□ 本报记者 倪伟



走进 航天产业园

光1865产业园足以匹配这样的诗意。

历史的岔路口

走在南京晨光1865创意产业园里，最不可思议的感受，也许是它竟然还维持着清静的面貌。

同是以历史为底色、以数字命名的园区，晨光1865产业园经常被拿来与热闹年北京798艺术区和南京1912街区比较。区别是显而易见的，晨光1865产业园里没有摩肩接踵的人群，它被管理者定位为一个文化创意的孵化中心，而不是旅游目的地。

藏在晨光1865产业园古色古香的老建筑里的，主要是文化艺术和创意设计工作室。当然，也有酒吧、展览馆，甚至摇滚音乐会。现代与历史交响，正是这个产业园的主旋律。

从2007年至今，在量身打造的商业模式下，这片土地上由百年科技与工业历史生发出的文化价值，被小心地维护和打捞起来。一面推倒围墙，一面又坚守传统，晨光1865产业园成功地引领起新的文化潮流。

“通过创意，把原始粗犷的材料加工成精神作品，把钢铁大炮的产地变成了流淌艺术的河流。”刚果(布)文化部长今夏造访后写下这样的感受，晨

洋务运动方兴未艾的1865年，新任代理两江总督李鸿章来到金陵赴任。帝国斜阳里，他开办了金陵制造局，从此种下了中国近现代军工的种子。大厂房里的机器几乎一直轰鸣到21世纪初，民国时成为金陵兵工厂，解放后变身为国营晨光机器厂，1965年后隶属于七机部，成为中国航天旗下的一家企业。现在，它的“身份”是中国航天科工四院南京晨光集团公司。

历经动荡的战火、运动和大建设，这里却难得地留下了所有时代的建筑样本。在21万平方米的园区内，聚集着9栋湾朝建筑、19栋民国厂房、20多栋建国后的厂房，以及新建的现代风格建筑，完整地展示了我国军事工业一百多年的发展足迹。

变革发生在本世纪初。当时，晨光集团在调整自身产业结构时，将园区内的工业生产线陆续迁往南京市新工业区和外地，被搬空的老厂房走到了一个岔路口。是拆了将土地用作商业开发，还是保留重新利用？公司内部曾有过不小的争论。（下转2版）

最后，我还需要一个比较有意思的细节当作结尾，来争取让读者在这篇报道上多停留一小会儿。我记得我们与产业园负责人对话的一个多小时里，他的电话响了不止一次，有一次接完电话之后，他抱歉地说是《今日中国》的记者打来的，要来采访。他随后又说了句，现在挺忙的，有很多人，包括政府官员，经常过来参观。我觉得这很能表现产业园的外部影响力，就把这一段放到了稿件的结尾。

总之，这次报道由于采访环节的薄弱，在写作方面花费了更多心思。而不论是采访和写作，都是为了还原事情本来的样子，包括故事、意义，也包括逻辑、气息等。

（作者为采编二部编辑）

当个“考生”从这里出发

——“中国梦·赶考行——西柏坡巡访”体会记

□ 李淑姮



有人说，读不懂农村，就读不懂中国。而我想说，不去到基层一线，不与他们“拉家常”，就写不出有血有肉报道。

“只有国家稳定，咱老百姓的日子才能过得好。”这句话是从河北省平山县宅北乡北滚龙沟村杨心宽大叔嘴里说出来的。杨大叔十分关心时事政治，和他一起吃饭看电视时，当他看到泰国局势不稳定的新闻时，发出了这番的感慨。

我很惊讶，一位祖祖辈辈都在这座山脚下的村庄生活的农民，竟对国家稳定的事情如此关注。

在与杨心宽大叔一家生活的几天里，他们老两口对我和中新社两个城里来的小姑娘关爱有加，与我们交流时，他始终笑容满面，以至于要离开的时候我忍不住流下了眼泪。

经营着小卖部，养猪养羊养鸡，种两亩玉米地，有几亩栗子树，杨大叔可谓是村里勤劳致富的典范。三年前稍微富裕起来后，他家盖了新房，添置了一些家电。但夫妇俩依旧是省吃俭用，每日起早贪黑地干农活，李大娘笑称：“还要攒钱让儿子娶媳妇呢！”

村里不是所有人家都像杨大叔一样可以过上小康生活，北滚龙沟村可以说还处于广泛而深度的贫困中。村庄坐落在半山腰上，有300多人，官方统计的人均纯收入只有2000多元。

早在1996年，北滚龙沟村就开始了荒山开发工程，村支书李永文说起那时候形容道，“男女老少齐上阵，整地打坑栽树忙”，一个冬春就栽板栗树3万棵，但由于疏于管理，又遭遇连年干旱，成活率不到20%，“大呼隆”式的集体开发模式宣告失败。

一次失败让村民怀疑起来，在这片荒山上真的可以有致富的路子吗？2002年，村里再次对荒山“开战”，下放林权，开始大刀阔斧地将5000亩宜林荒山公开拍卖到户，并出台了优先优惠政策，健全了统一规划、统一树种、统一技术指导的管理机制。这一次，村民们以山为家，以树为伴，披星戴月，

早出晚归，把全部心血倾注在荒山中。

所以，现在来到北滚龙沟村，再也看不到荒山，有的是满眼的绿色，满眼的经济作物。

65年前，中共中央离开西柏坡，在解放全中国“最后一个农村指挥所”的普通山村中，毛泽东同志提出要“进京赶考”；去年，习近平总书记在西柏坡考察时，强调“党面临的赶考远未结束”。赶考从这里开始，我们在这里也更加切身地体会到西柏坡精神。

党的新闻事业也是从这里开始赶考。1939年冬，邓拓率领代号为“北梁”的《晋察冀日报》社进驻北滚龙沟村，报社成员总共有200人。在日寇残酷的“扫荡”与“合围”中，工作人员在北滚龙沟村群众的掩护和配合下，一边战斗，一边办报，从战火中飞出一篇篇报道，演绎出“八匹骡子办报纸，七进七出铧子尖”的佳话。还有放牛娃闫富华（即王二小）将敌人引入八路军包围圈，和日军同归于尽的传奇，《歌唱二小放牛郎》这首脍炙人口的歌曲仍然在大江南北传唱。

“记得昨宵篝火红，战歌诗思倍匆匆。枕戈斜倚毡茅帐，假寐醒时月当中。”邓拓这首充满革命英雄主义的豪情诗作，正是当时在北滚龙沟村战斗生活的真实写照。

今天的平山县，新闻事业的接力棒并没有间断，县委宣传部前副部长齐庆三便握着这一棒走到了生命的终点。去年11月11日，在骑车赶往县政府送审稿途中，年仅44岁的他倒在工作岗位上。在齐庆三的事迹报告会上，同事讲

述他经常说的一句话，“我们搞新闻报道，不能图红火、凑热闹，一定要眼睛向下，把更多的笔墨留给普通的工人、农民，留给‘小人物’，从平凡中发现不平凡。”

齐庆三将一腔热忱扑在老区平山的新闻宣传事业上，和他相比，我觉得自己做的事情实在太少了。

其中，他妻子讲述的一个细节让我不禁泪流满面。入殓时，妻子将一个空白笔记本和一支崭新的钢笔放入齐庆三的棺槨，同族的一位大爷哭道：“写了一辈子，命都搭上了，不能再放这个。”妻子却低声而坚定地说：“放进去、放进去……”

重温西柏坡精神，与农户聊天，走村串户调查，听事迹报告，这次活动让我认识到新闻工作一定要深入到一线，素材一定要来源于基层和生活。自己作为一名航天新闻工作者，在参加工作不到一年的时间，虽然也曾去过研制试验一线，与科研人员们交谈，但深感自己走的路还是太少，作为一名“考生”，这张考卷才刚刚写下寥寥几笔。

当我回京时，脑海中不断浮现着西柏坡之行的各个场景。在那个最初的起点，作为一名一直在路上的“考生”，对如何继续赶考有了更深的思考。今后要继续行走在一线工作人员身边，迈开步子，打开心扉，去研制试验一线中发掘真实、感人的一手素材，让他们的精神和事迹通过我的这支笔感染更多的人。

路在脚下，我在路上，再出发时感觉步子更大、心更坚定、梦更清晰了。

（作者为采编二部记者）

宣传工作迎来“微”时代

□ 高银虎

5月28日~30日，我参加了由中国航天报社、中国科工集团公司新闻中心联合浙江大学主办的“航天新闻业务培训班”。

本次培训班共开设了6门课程，针对性和实用性很强，尤其是详细介绍了微博、微信等网络新媒体的应用，并列举了大量的典型事例说明了新媒体在宣传工作中的重要作用，听后深受启发。

网络时代，人们获取信息的方式早已不受地域和时间的限制，就是在这样的条件下，各种“微”媒体也开始萌芽、发展。

微电影、微博、微信博得了众多网络用户尤其是年轻人的追捧，同时也得到企业的青睐。中国航天科工集团在利用微博、微信进行信息传播、形象塑造方面也进行了一系列探索，取得了良好效果。

应当看到，全新的传播方式为当前航天战线上的新闻工作者尤其是各级各类采编人员提出了挑战，如何以微博、微信这些新兴的传播方式作为平台，配合图片、文字、音视频等多种媒体，帮助广大干部职工快速、全面地了解各种动态消息，让新闻得到全方位展现与多层次增值，是我们必须要面对的问题。

新闻姓“新”，在实际工作中，新闻采写、编辑人员必须要有创新意识，让其成为提高宣传工作质量的有效途径。强化

创新意识，不但要在内容上出新，在形式上也应当努力追求变化，微博、微信恰好契合了这一要求。作为极其快捷且费用低廉的传播方式，微博、微信是当前发展最迅猛的新媒体，与传统的宣传手段相比其传播速度和便捷性不言而喻。

在日常工作和生活中，我们随处可见人们通过微信、微博分享身边发生的新鲜事物或者关注热点，抒发感情或表达对事物的看法。抓住人们的这一生活习惯，航天企业完全可以结合自身特点，在保守秘密的情况下，通过微博、微信快速发布相关信息，打造一块新的宣传阵地，让企业与职工个人完成多样化、全方位的信息交流、互动，从而增强企业的凝聚力、向心力。

近年来，中国航天科工六院389厂的“微”传播手段日渐丰富，先后出现了多个涵盖日常工作与生活的微信群、QQ群，如389厂中心组微信群、团支部微信群、青年群、雷霆车队微信群和QQ群等。

新时期、新任务，各级航天新闻工作者要想紧跟时代潮流，就必须不断适应宣传方式的变化和发展，结合观念的更新，全方位地整合传播资源，坚决走进新媒体阵营之中，迎接“微”时代的到来，让微博、微信成为我们手中的又一件宣传“利器”。

（作者单位：中国航天科工六院389厂）

用细腻的心去感知 用灵动的笔去记录

□ 张欣

航天新闻
工作通讯

通讯员
培训班
专题

5月末，我有幸参加了“航天新闻业务培训班”的学习。虽然只有短短3天的时间，却让我在业务上受益匪浅，收获颇多。

要有善于发现的眼睛

在我们的日常工作生活中，身边会发生各种各样的事，这就需要我们要有敏锐的洞察力和敏感性，要去留心生活中的点点滴滴，去发现新闻点，有了素材，我们写出的新闻才会更贴近生活，更贴近读者的内心。

要有细腻入微的心灵

要想写好一篇新闻报道，除了要有新闻敏感性和洞察力，还要有一颗感性的心，在思考时，首先将自己放入到现场环境中去，以心感知周围的人事，将所见所闻、所感所悟化作纤纤文字作为遣怀，让读者有一种身临其境的感觉，从而激起读者的共鸣。

要有热爱事业的情怀

宣传对于一个企业来讲至关重要。从大的方面讲，公司的形象、文化及影响力都可以通过我们的一支笔、一篇文

章展现在世人面前；从小的方面讲，将发生在身边的真善美写出来，让大家知晓，可以鼓舞和调动广大员工的积极性。作为基层宣传员，我们要对宣传工作给予极大的热情，以饱满的精神状态更好地为企业服务，为企业的改革、发展、稳定起到积极的促进作用。

参加这次参加培训后，我发现日常接触的一些事情虽然对于建筑公司习以为常，但从另外一个角度来看，确实有引人关注之处。比如，本公司为五院建设的职工住宅工程，虽然只是普通住宅，但今后却会为航天人提供后勤保障，也就是公司拼搏的意义之一。

本公司在北京市昌平区建设了一个商业项目，面积大是其中一个新闻点；工程的业主是世贸天阶集团，具有很大的商业影响力，做好这个工程对于本单位意义重大，这是个更大的新闻点。所以有些事情，再往深处想一想，就会有不一样的效果。

三天的培训让我反思到自己写作上的不足，也认识到了改进的方向。在今后的工作中，我将以此次培训为契机，将学到的新知识、新理念运用到今后的实际工作中去，用细腻的心去感知人事，用灵动的笔去记录感动，为航天新闻宣传工作贡献一份力量。

（作者单位：中国航天科工七院中航天建设工程有限公司）

带着问题去学习 拨云见日好工作

□ 周婕

出发去杭州学习的前夕，湖南航天医院院长向我们推荐了两篇文章，一篇是《新媒体推动立体宣传》，另一篇是《新媒体：以患者为本》，以“新媒体”为有效手段来改善医疗服务信息的不对称现状。一时间，医院是否应该利用微信、微博乃至微视频、微电影等新媒体来宣传自己？在这个人人都拥有话语权的“大麦克风”时代，这个问题困扰我们很久。

做，必须做，赶紧做，好好做！这次杭州之行，给了我们一个坚定的答案，并从更加专业的角度向我们支招，如何运用新媒体更好地服务于医疗卫生宣传工作。

习近平总书记强调，要加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。医疗卫生作为最为关注的话题之一，“制高点”一词顿时让我们敏感起来。如何使用新媒体，态度很重要，不论是新媒体还是传统媒体，医院都应该重视，使两者相互配合，齐头并进。《迎接新媒体时代挑战，做好企业宣传与舆论引导》一课给了我们很大的启发。新媒体时代的医院宣传，我们不仅得发出自己强有力的声音，还要与读者进行良好的互动，更要实时监督引导舆论的导向，利用新媒体传播速度快、影响力大的特点占领舆论高地，多方全面立体塑造医院良好品牌形象。

而这些，对医院的宣传工作具体到每一项均提出了新的要求——内容的殷实、信息的反馈及舆情的监控，每一环每一步都需要我们花大力气来抓，环环相扣，步步紧跟，才能形成良好的互动局面。

长久以来，在信息发布内容上，我们一直以发布本院信息以及医学科普知识为主，辅以典型先进人物报道、医德医风建设及医院文化建设活动宣传。浙大三位导师的精彩讲座如同老瓶装新酒，用创新的思维方式告诉我们如何营造宣传精品，为医院的品牌建设锦上添花。良好的自身宣传与新媒体的融合，快速的传播加上双向的交流，医院的品牌建设一日千里。当然，新媒体向我们的宣传工作提出了更高的要求：一是开通医学咨询的联系渠道，有针对性地解答医学专业问题；二是建立应急事件的沟通渠道，充分调查，主动引导舆论方向；三是积极严谨的发布机制，平等、友好地沟通医患关系。

中国医院协会副秘书长庄一强曾指出：“医院传统的宣传部门应该和信息化部门、经营管理部门跨界重组，形成新的宣传组织架构。”某医院官方微博发布人也说，“发布微博的是我一个人，但我身后站着一群人，我们是一个团队。”下一个步骤，我们将建立团队来维持新媒体的管理应用，使新媒体发挥最大的作用。

（作者单位：068 基地湖南航天医院）

“接地气”才能打动读者

□ 黄希

航天新闻
工作通讯

作品点评

在 2013 年度的《中国航天报》好作品中,《戈壁滩上的春节》给很多读者留下了深刻的印象。文章不长,但是细节很丰富,感情很真挚,再现了春节将至,一群肩负特殊任务的“寻梦者”独自走在了去往戈壁滩的路上的故事。他们的这一次寻常的试验任务因为处在春节这个特殊的节点而添上了几分特殊意味。

如果不是因为编辑、通讯员的精心策划、写作,他们的这一次任务就无法呈现在读者面前,读者可能永远都想象不到,当下,还有这样一群特殊的人,他们默默无闻、不计报酬、耐得住寂寞,以服从任务需要为最高使命。由此可见,好新闻是能够带给读者启迪和思考的。同时也要采编人员能够怀有策划意识,从好新闻发生之初就能掌控报道大局。

这则新闻是时任四版编辑崔恩慧最初了解到的。当时已经快放假了,严冬里,当大家都在为回家过年而掰着手指头算天数时,一院有一支型号队伍悄悄坐上了开往戈壁滩的专列,等待他们的将是一个忙碌的、身在异乡的春节。他们将如何度过这个春节?他们的工作将是一个什么状态?这让我们很好奇。无奈受春运影响,报社的采编人员无法购得车票前往一线,只能委托通讯员桑茜来完成这个任务。

编辑和通讯员在电话里进行多次沟通,多次就稿件的写作、图片的拍摄技



巧甚至是主图的选取进行沟通。力求在符合保密的要求下,尽可能生动地再现他们的这个“难忘春节”。上班后,通讯员发来的文字和图片让编辑觉得“有货”,原本计划以通讯的方式呈现出来,最终以整版影像故事予以体现。热气腾腾的年夜饭、一张张忙碌而又充满笑容的脸庞、热火朝天的工作场景……这一幕,成为了航天人蛇年春节最有暖意的一幕。

这个版面文字不长,仅 1200 多字,但是细节很丰富,戈壁滩上冬日的苍凉和试验队员的火热形成对比;普通大众过春节的热闹喧哗与他们怀有的神圣使命感形成对比;长假的闲适与他们的忙碌形成对比。通讯员熟练的切换这些场景,让人有身临其境之感。同时,照片的拍摄角度很到位,涵盖了试验队员工作、生活的方方面面。图文搭配相得益彰,让人读后回味无穷。这也再次证明,“接地气”的好新闻是能够打动读者的。

(作者为采编一部主任)

品读《数年磨一剑 开启“快”时代》

□ 王娟

在 2013 年我国国防科技工业的大事中，快舟小型固体运载火箭成功将快舟一号卫星送入预定轨道无疑是重磅的一件。而 2013 年 9 月 25 日发射成功后，公众对这件事的了解主要来自于新华社一条简短的消息，这就使得深度挖掘快舟一号研制历程的报道——本报 2013 年 10 月 8 日刊发的《数年磨一剑 开启“快”时代》尤为珍贵。

好的新闻，题材不一定重大，但题材重大的报道，一定具有成为好新闻的潜力。笔者认为，这则通讯能够获得中国航天报社好新闻一等奖，首先取决于其题材重大——此次发射实现了我国首次采用小型固体运载火箭快速发射卫星的突破，意味着我国具备了基于固体小型运载火箭进行卫星发射的能力。

在采写上，作者精心雕琢这块“璞玉”——深入了解不为人知的研制历程，通过 5 个采访人物的讲述和评价，以及自己的观察和挖掘，将快舟一号研制背后的故事呈现出来，文笔细腻，情感节制，让公众了解了更多发射背后的信息。

一般来说，一篇文章的开头和结尾最为体现记者功力，也是快速阅读时代文章能否留住读者目光的关键。在这篇报道中，作者用一个对比开头，让读者产生了“一个备受质疑和争议的概念如何成功飞向天宇”的疑问和往下阅读的兴趣。

数年磨一剑 开启“快”时代

中国航天科工集团公司快舟小型运载火箭研制纪实

□ 见为记者 李海斌 魏斌 魏科 魏科

航天梦 圆中国梦 我们在行动

魏斌：它正是一个备受质疑和争议的概念，它正是一个备受质疑和争议的概念，它正是一个备受质疑和争议的概念……

山巍峨 壮心上下勇求索

魏斌：它正是一个备受质疑和争议的概念，它正是一个备受质疑和争议的概念……

志难挫 鹰击长空万里阔

魏斌：它正是一个备受质疑和争议的概念，它正是一个备受质疑和争议的概念……

航天新闻
工作通讯

作品点评

在正文中，两个小标题“志难挫 鹰击长空万里阔”和“山巍峨 壮心上下勇求索”均用蓬勃气势给内容以很好的升华，再加上文章行文流畅、信息量丰富，使读者读来长而不累。

如果说文章有什么美中不足，我认为这是故事性、生动性仍需要增强。近 10 年的研制历程，中间一定有很多不寻常的曲折，却在人物和故事的呈现上弱化了。当然，这也受篇幅所限，不少记者都曾提到 2000 字的文章“不敢展开故事”的困惑，如果是特稿，就会为故事的培育提供更好的土壤吧。

另外，与其他写航天型号研制的文章一样，在保密要求的“红杠杠”下，一些有价值的信息被割舍了，出场人物也变成了“杨总”、“小刘”……带着镣铐跳舞，相信航天新闻从业者有更深刻的体会。

(作者为采编二部主任助理)

司法厅长客串“社区矫正官”

□ 法制日报社记者 台建林

航
天
新
闻
工
作
通
讯

佳
作
欣
赏
及
点
评

太阳照到古城墙上箭楼的时候，陕西省西安市西关正街“莲湖区公共法律服务中心”一间办公室里，一场社区矫正人员“入矫仪式”开始了。《法制日报》记者观察到，两个社区矫正人员擦拭手指上红色印泥的细节，让满屋子的人不胜叹惋。

今天上午10时30分，魏某端端正正站在一排司法行政干警面前。

因为醉酒驾车，这个年轻人被法院以危险驾驶罪判处拘役3个月，宣告缓刑3个月。未来3个月内，他将在莲湖区土门司法所接受社区矫正。

“大致每3天就要接收一个矫正对象。”莲湖区司法局局长李波说，莲湖现有102名被判处管制、宣告缓刑、裁定假释、暂予监外执行的罪犯。

司法所每接收一名这样的矫正对象，都要举行一次入矫仪式。与以往不同的是，今天主持仪式的“矫正官”是陕西省司法厅厅长乌永陶。司法所所长王道核实矫正人员身份信息、宣读法院判决书、社区矫正宣告书。

魏某在矫正保证书上郑重按下红指印。

魏某的父亲，一位头发斑白的老工人，摸出一张卫生纸，悄悄塞给儿子，让他擦掉手指上的红印泥。

司法厅厅长乌永陶表情严肃地说：“不把你投进监狱，不让你脱离原来的生活环境，这是国家宽严相济刑事政策的体现，是对你的人文关怀。”仪式最后一个环节，

是谈话教育。乌永陶语重心长地说：“你要珍惜社区矫正机会，积极参加义务劳动。这不是惩罚你，而是帮助你修复社会关系，帮助你尽快融入社会……”

11时08分，同一间办公室里，27岁，因贪污罪将在社区服刑的陈某的入矫仪式开始了。

履行完整套程序，陈某的母亲低头抹泪。陈某抬起右手，食指、掌心涂满印泥，他有点不知所措。

乌永陶示意工作人员递上纸巾。

“社会不会抛弃你，也希望你振作起来，好好接受矫正，早日成为对社会有益的人。有没有信心？”乌永陶问道。

“有！有！”陈某和母亲一连声地回答。

仪式结束，乌永陶走进隔壁办公室，与陕西省司法厅副厅长刘俊昌、西安市司法局局长郭秦林等人围坐一处。

“党的十八届三中全会部署要强化社区矫正工作”，乌永陶说，“社区矫正就是没有围墙的监狱，没有教室的学校。一定要规范化，既要严肃，又要体现关怀。”他扳着手指算起来：哪些人的入矫仪式应当邀请公安、检察、法院一起参加；法律学习应当规定哪些条文、多长时间上交学习心得体会；监督人签署担保书是否应当规定先宣读后签字……

时过正午，讨论正浓。

（刊发于《法制日报》2013年12月6日一版）

用鲜活故事回答重大法制问题

□ 法制日报社社长、总编辑 雷晓路

一篇短稿，关涉社会并十分熟知的社区矫正工作；不足千字，形象生动地描摹出社区矫正人员入矫仪式的整个过程。

《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出：“废止劳动教养制度，完善对违法犯罪行为的惩治和矫正法律，健全社区矫正制度。”曾有一些人担心，社区矫正会不会成为另外一种劳教制度？这篇报道用真实的故事，富于说服力的事例，给读者以诠释。

挖掘细节，巧用白描，是这篇报道的一大亮点。细节来自现场。“涉深水者

得蛟龙，涉浅水者得鱼虾。”报道文风清新朴实、文字生动鲜活，通过深入挖掘入矫仪式上两个矫正人员擦拭红印泥等一个个细节，鲜明地呈现出实行社区矫正刑罚制度的现实意义，紧张中不乏轻松，严肃中饱蕴温情。

主题鲜明，富于深意，是这篇报道的一大特色。其实，社区矫正试点十年间，已有166万多人接受过社区矫正，每个矫正人员身上都有一个自我救赎的故事，每个故事都凝聚着司法行政干警对完善这项全新刑罚执行方式的探索。

两个细节传递现场温度

□ 台建林

12月5日一大早，偶尔得知西安市莲湖区司法局将举行社区矫正人员“入矫仪式”，我立即放下手头工作，赶往现场。

劳教制度废除之后，社区矫正日益引人注目。社区矫正究竟是个什么样子？矫正人员真的不需要离开他熟悉的社会环境，不离开他的亲情？对于一个新闻记者来说，此选题足够重大，现场必有故事，值得深挖细究。

作为一名旁观者，记者全程目睹了“入矫仪式”全过程。两个擦拭红印泥的细节，让记者感慨万千。魏某、陈某犯有轻罪，但没有入监服刑，正如陕西省司法厅厅长乌永陶在对其谈话教育时所

说：“不把你投进监狱，不让你脱离原来的生活环境，这是国家宽严相济刑事政策的体现，是对你的人文关怀。你要珍惜社区矫正机会，积极参加义务劳动。这不是惩罚你，而是帮助你修复社会关系，帮助你尽快融入社会……”亲人的眷顾，社会的温馨，国家的关怀，在两个细节里得到充分展现。以此细节为纲、成文，报道终在一版重要位置刊发。

回想这两年的“走转改”，让我找回入职时的激情和记者的本色，经历了一场深刻的身心洗礼，重拾用脚底板写新闻的优良作风。而这篇报道，正是现场给一个新闻记者的馈赠。

浅谈在科普文章编写过程中的保密工作

□ 李东

航天新闻
工作通讯

编读往来



任何一个国家在政治、经济、科技、军事等方面都有自己的保密规定，其中科学技术保密关系到国家政治、经济利益和科学技术发展，是保密工作的重要组成部分。

随着我国航天事业的不断发展与进步以及航天技术国际交流的增加，一方面，航天科技作为国防科技工业的重要领域，不可避免地成为敌对势力和境外情报机构监控的重点。另一方面，我们在正常开展科技交流与合作时要严格保守秘密，稍有不慎，便会造成失泄密的后果。

一、公开资料是提炼绝密情报的最好的矿石

当今世界，各种情报大多是从公开渠道获取的。西方情报专家认为，公开出版的报刊、书籍、学术报告等都是获取战略情报的重要来源。

美国前中央情报局局长杜勒斯曾指出：“公开的情报是从报纸、书籍、学术和技术刊物、政府公报、无线电广播和电视等方面搜集的。即便是一本小说，或者是一出戏，也可能包含着关于某个国家的有用的情报材料。”美国中央情报局的一位官员认为，通过对许多国防专业刊物的仔细研究，所能了解到的一个国家的军事潜力情况，比一个间谍秘密工作几年所发现的要多得多。

据资料统计，美国上世纪70年代从公开资料中获取的情报约占美国情报总量的80%左右，而苏联情报机关获取情报的90%是从公开渠道搜集的。

1978年6月，哈佛大学的一个经济研究生撰写了一份标题为《制造核弹的方法》的报告，这份长达400页的技术报告的所有材料都来自图书馆中那些极为平常的公开的图书和资料。美国出版的《1983~1984年世界飞机年鉴》，是一部研究民用和军用飞机的重要参考书。该年鉴收集了世界上6000余种

飞机的资料，其中有不少是绝密的。这些绝密情报并非来自嗅觉灵敏的间谍网，而是编写这部年鉴的编辑从查阅大量零星公开的飞机资料得来的。因此，该年鉴被誉为公开的绝密情报的样板。

从上面的例证可以看出，从公开资料中搜集的情报，来源丰富且内容广泛。一个受过良好训练的情报人员，往往能从在别人看来毫无价值的材料中获得有用的情报。因此，我们在日常工作中除了要严格遵守国家相关保密规定外，还要在各种文章的撰写与发表中注意保密问题。

二、国外情报机构从公开渠道窃密的主要途径

订阅相关科技报刊。国外情报机构往往直接订阅或者间接收集国内的相关科技报刊，分析其中直接或间接泄露的信息，进一步归纳和推理，从而获得秘密。

网络窃密。近年来，随着新媒体的不断发展，报刊网络化使信息传播方式发生了巨大改变。因此，从这方面来看，信息传播的愈广，泄密的概率愈大。大量的涉密科技信息储存在“盘”内，流传于网上，使泄密的隐患和漏洞大为增加。有资料显示，国外情报机构通过高端网络技术可从作者在网上发给编辑部的稿件，编辑部的网络审稿、定稿，网络文稿及编辑部网站或信箱等多个环节窃得相关信息，也可通过搜索权威信息机构如中国期刊网、万方数字化期刊群

或中文科技期刊全文数据库获得有用的信息。

三、在文章编写的过程中如何加强保密工作

根据以上分析，结合当前《中国航天报·飞天科普周刊》的主要工作，在日常文章的编写过程中需重点注意以下几方面：

首先，日常工作需更加谨慎，不给境外情报机构留下可乘之机。《中国航天报》是官方媒体，报纸的一举一动都是国内外关注的重点。因此，我们在以后的工作中需更加谨慎，多注意表达形式与方法，消除失泄密的隐患。

其次，重点加强保密意识。不该说的不说，不该评的不评。一方面，我们在工作中要紧绷保密这根弦，遇到敏感事件，没有官方确认的消息，一律不予报道和评论。另一方面，在选题工作中避免国内相关型号，有相应的新闻点时只做国外相应型号或技术的科普工作。

最后，平时工作中注意积累保密常识。在这方面，要能鉴别哪些属于保密的内容，哪些属于可以公开的内容。对于不得公开发表的数据资料和关键性技术，一定要严格保密。对于不能公开的地名、人名，要用代号来代替。不能将内部参考资料、技术文件列入参考文献之中，也不能对其中的重要内容作直接引用，不能发表未经公布的计划、统计数据等。

（作者为采编三部主任）

由“突施”和“食安”谈词语的简缩

□ 游本凤

航天新闻
工作通讯

编读往来



几年前，上海的《解放日报》上曾刊登过这样一则标题：玻利维亚突施油气国有化。而不少读者对其中的“突施”产生质疑，这“突施”算是哪门子词语，简化得有点不合常理。但说白了，“突施”就是对“突然施行（或实施）”一词的简缩。只是编辑对这一词语的简缩处理有点牵强附会罢了。

同样，今年4月3日，《新民晚报》刊登了一则“食安举报奖励39.5万元”的标题。其中的“食安”又是什么？让人一头雾水。但缓过神来想一想，“食安”乃“食品安全”一词的简缩也。

词语简缩是新闻作品（尤其是标题）中常用的手法，主要是考虑到有些专用（专业）词语字数太多，做标题时会显得冗长拖沓，于是编辑对其进行必要的技术处理，使标题尽量做得醒目亮眼，读者读上去既朗朗上口，又简洁明了。如较为典型的“马克思列宁主义”，就被简缩成“马列主义”；“联合国五个常任理事国”，被简缩成“五常”；还有“奥林匹克运动会”简缩成“奥运会”、经济与合作发展组织简缩成“经合组织”、亚洲相互协作与信任措施会议峰会简缩成“亚信峰会”等。

笔者在长期从事文字工作中，就经常碰到这类情况，也时常琢磨如何应对专用（专业）词语，如何将新闻作品的标题做得更好更能吸引读者眼球。为此，笔者发觉并不是所有专用（专业）词语都能进行简缩处理的，它们大致分为下列四种情况：一是经过长期的简缩应用，已经有了出现频率很高的载体和相当成熟的语言环境，广大读者也完全接受和认可了它们。除上述的马列主义、奥运会外，还有中华人民共和国，简缩为中国；科学普及，简缩为科普；扫除文盲，简缩为扫盲……

二是随着社会的进步，文明的深化和拓展，新的词语也在与时俱进中不断产生和涌现。与此同时，针对这些新的词语在做标题时，同样碰到了简缩的问题。近年来在媒体上出现频率很高的如超级女声、春节晚会等。于是，“超女”、“春晚”

（下转36页）

对外宣传抓好3个W

□ 吴思

航天新闻
工作通讯

基层园地



中国航天科技集团公司一院 211 厂作为三级单位，如何与《中国航天报》作好沟通，增加上稿几率，我认为如果能在策划、投稿等环节上，抓住 3 个 W，即 When、Why、What，对增加上稿率将会有一定帮助。

When

第一个W指的是When，即宣传前，问问自己应该在哪个时间宣传？

基层的新闻大多是鲜活而生动的，只有抓好时间点，踩准宣传节拍，才能让这些生动的消息趁着新鲜出炉，与读者见面。

2013 年，211 厂负责研制总装的长三乙火箭发射嫦娥三号探测器、长二 F 火箭发射神舟十号飞船任务，这两项举世瞩目的航天大事，都是社会公众注意的焦点、新闻热点。但作为一线生产研制单位，从战略层面讲任务意义角度太高，从设计的角度讲产品的新特征不被允许，怎么办？抓住时效性，踏好节奏，同样有文章可作。

我们派专人负责重点型号跟踪，安排固定负责人与总装车间保持对口联络，总装现场也设有基层通讯员时时提供新闻线索。就这样，长二 F 火箭及长三乙火箭从开始总装到两轮出厂测试，从火箭的多媒体记录复查工作到火箭在卫星发射中心的任务进程，每个重要时间节点来临时，我们都能及时跟踪，用消息或图片新闻的方式让读者动态了解重点型号的进展。这两个型号的新闻超过了 211 厂当年发稿量的 25%。

Why

第二个 W 是指的 Why，即问问自己为什么要投这篇稿？为什么要让本单位以外更多的读者来了解这件事？也就是找准对外发稿的新闻点。

有一些新闻，在本单位来看，本身已经是一件很重要、很具有突破性的新闻了，可是放大到整个集团公司，站在更高的层面来看，或许就不能算是新鲜事了。这个时候，我们就要多追问一下新闻事件背后的意义。

211厂去年年底完成了长征七号运载火箭最后一个箱底的焊接，并通过了液压、气密等一系列质量检测。

还记得当时投稿以后，我与版面责任编辑交流时，她问我：“完成了最后一个长七箱底的焊接又说明什么呢？”她一下点醒了我，有时新闻背后的意义才是更大的价值。后来我又向一线技术人员了解到，这个事件标志着长征七号火箭的所有箱底都通过了验证，211厂已具备了长征七号运载火箭所有箱底的制造能力。经过几次沟通，《中国航天报》最终以《长七所有箱底通过验证》为题刊登了此篇文章。

去年，211厂有一篇关于市场化转型的新闻稿，讲的是在提供商品不成的情况下，转变思路，为客户提供标准、技术服务。在本厂内部，这样的新闻本身已经足够吸引眼球，但是在《中国航天报》，就要提炼出其背后的好经验以供借鉴，最后发稿标题变为《让软实力变成商品——211厂不卖产品卖服务侧记》。

What

第三个W指的是What，即遇到晦涩难懂的专业描述时，多问问自己“像什么”？

作为一名科技战线上的宣传干事，我们不仅承担着新闻工作者的职责，还要起到连接航天科技与普通民众的桥梁作用。特别是在新闻语言上，要多用具体的、生动的比喻，学会做一名“翻译家”，多用老百姓说的话，才能拉近与读者的距离。

例如，关于多余物可以这样描述：“对于航天制造来说，多余物就像产品中的癌细胞，如果不根除，它很可能会慢慢扩散，甚至影响火箭的生命安全。”这就比干巴巴地说“控制多余物工作很重要”要容易理解得多。

科技新闻里的专业名词较多，有一些与火箭产品相关的零件名称，要是用专业语言解释便会看起来“面目冷峻”，令读者产生距离感，这时便需要我们启动“联想模式”来解决。

火箭里有种零件叫活门，如果直接引用技术人员的语言，解释起来又长又难懂，我们便在理解的基础上进行了适当“翻译”，将标题改为《精心研制火箭身上的“开关”》，把活门比喻为“开关”，这个标题看起来便“面目亲切”多了。经过如此“传播”，即使是科技类新闻也可以不再“曲高和寡”，而变得“平易近人”了。

以上只是我在对外宣传过程中总结出来的一点心得，与广大航天新闻工作者共享。不管怎样，三级单位的宣传干事只有学习好上级精神、关注社会焦点、深入基层现场，不断进行思考和总结，才能写出更高质量的新闻稿件，促进单位的对外宣传工作更上一层楼。

（作者单位：中国航天科技一院211厂）

普通事件也能做出精彩报道

□ 张冰芹

航天新闻
工作通讯

基层园地



前不久,《既要收购的成功,更要成功的收购——三院8358所成功收购天津市民营企业、进军光电医疗器械领域访谈录》在《中国航天报》三版头条的位置刊登了。对于我自己而言,最深的体会是:普通的事件也能做出不普通的报道。

精炼主题

起初,我以“三院8358所成功收购天津市一家医疗器械公司”为题写了一篇小“豆腐块”,但总感到不满意,因为无论纵比还是横比,这在中国航天科工集团公司都算不了什么。

就在这时,我看到了高红卫董事长、曹建国总经理在集团公司学习贯彻习近平总书记系列讲话精神领导干部培训班上的讲话。看着看着我茅塞顿开:单纯就收购一家公司来说,放眼整个集团公司,是一件有些“微不足道”的普通事件,但是如果把这件普通的事件放在转型升级的大背景下去观察、思考,将主题确定为“收购与转型升级”,不是更贴切当前的形势和热点吗?

创新文体

有好的新闻价值不一定就能写成好新闻。选题确定后,我一遍一遍地问自己:这次写法上怎么突破?切入主题时有什么创新?阐述观点时有什么变化?反复思考却依然不得章法,我感觉自己已进入了某种写作模式当中,思维很难从中跳出来。

于是,我就给报社编辑和三院党群部分别打了电话。这件事的新闻价值和我确定的选题得到了她们的肯定,但同时也建议我做一些创新。

如何创新?我想到了一次航天报记者培训时提到的“零度写作”和一篇《少点“据悉”,多些“目击”》的评论。

找来资料仔细研读,我发现两位“老师”说的都是一件

事:新闻的客观性和真实性很重要。于是,我就想,何不就采用一对一专访的形式呢?这样,文章中不掺杂作者的任何个人的想法,原原本本地将采访对象说的话陈述出来,同时,交代清晰了新闻来源,增强了新闻的真实性、可信性和权威性,更凸显了事件的新闻价值。



诚恳叙述

好的立意必须有诚恳的叙述才能获得认同。怎么阐述才能更打动人心呢?

在看到文章的题目后,读者可能会想:一家光电技术研究所为什么要收购一家医疗器械公司呢?

读者不了解,文章就需要运用背景材料来帮助说明事实。因此文章的第一部分主要介绍了8358所“为什么选择进军光电医疗器械领域”,将这件事放到8358所发展历史的大背景以及国家、集团公司的战略方针政策的坐标中描述,这样有两个好处。

一是通过介绍8358所再入光电医疗器械领域的前因后果,让读者认识到进军光电医疗器械领域是8358所20年走过坎坷之路后的理性判断,而不是为了收购而收购。

二是讲明了《国家“十二五”科学和技术发展规划》明确将医疗器械和先进医疗设备作为大力发展的对象和集团公司战略转型的总体思路,增强了论述的可信度和读者的认同程度,使报道更有说服力。

在写这类“成就报道”的时候,我

们会花很多文字描述成绩,而对面临的问题和挑战只字不提。因为,有人认为,写挑战和问题会冲淡成就、消解信心。换个角度想,问题不会因为你不谈就不存在,并且过分地“拔高”还可能引起反感。

通过深入的采访后,我发现,决定收购是否成功的关键是收购完成后的“那些事”。于是文章的第二部分将浓墨重彩放在了介绍“面收购成功后,还有多少路要走”,以很大篇幅说足8358所实现成功收购后面临的挑战和问题:做好产品导入、管理整合、人力资源整合以及文化融合。这样就让读者看到了“机遇中的风险,奋进中的挑战”,从而得出“成功的收购不等于收购的成功”的结论。

在采访中,我也了解到,这也是中国航天科工集团公司三级单位中成功完成对民营企业收购的一个案例。收购成功的经验对其他单位来说具有很好的借鉴价值。于是,我将“这笔收购的价值和经验”放在了文章的第三部分,重点介绍了收购的经验和三院加速推进转型升级的政策和措施,从而使这篇报道的深度和高度又增加了不少。

(作者单位:三院8358所)

一篇稿件的“一鱼多吃”法

□ 齐渡谦



2013年5月，在国家重大专项的牵引下，三院31所与大连光洋数控“联姻”在一起，就国产高端数控机床在航天产品复杂核心零部件的应用上达成了合作意向，决心打造航天机床示范产业基地，实现国产高端机床产业跨越式发展，提升中国“智”造水平。

为此，我们撰写了一篇关于私企与航天企业协同提升国家高端机床制造水平的稿件，在撰写与推送过程中收获了很多，在此与大家分享。

提升价值 紧贴政策导向

在写作初期，我们通过采访所领导、车间师傅与合作方工程师了解到，本次合作是以国家某重大专项为牵引，以提升国产高端五轴联动机床自主创新能力为目的的一项“互利共赢”的合作项目。我立刻联想到十八大报告中在科技创新方面提出的“注重协同创新，着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系”的论述。

所以，在立意与标题制作上，我们紧贴“协同创新，产需结合”这一国家鼓励与关注重点，全面分析本次合作的指导意义和对行业发展产生的影响，体现31所作为央企履行社会责任，提升国产机床制造水平方面做出的努力，力争将这篇稿件提升档次，更上一层楼。

在后续的采访中，我们将“协同创新”、“产需结合”、“指导意义”、“行业影响与启发”作为关注重点，以合作过程为线索，将它们穿插其中，并最终将稿件标题定为：齐力打造中国“智”造——三院31所与大连光洋数控产需结合 共谋发展。

深挖亮点 指导影响并重

除了《中国航天报》，这篇稿件还投给了《中国经贸导刊》。

在与其版面编辑沟通协调过程中，我们了解到提升航天新闻价值的另一个做法就是——突出“指导意义”与“行业影响”。

我们意识到，在以往的合作类宣传稿件中，“指导意义”与“行业影响”并没有突出出来，而是更倾向于就事论事的过程描写，这样的写稿件虽然没有太大问题，但是档次都不高，极易掩盖它的真正价值。

“指导意义”在于合作项目有无可推广性，能否被复制、被借鉴。我们在稿件中将这部分内容单列出来，从“互利共赢”角度为读者解答了这个问题，突出了其可操作性、可复制性与可推广性，有力地提升了稿件的档次。

“行业影响”是在“指导意义”的基础上，上升到了行业与国家层面。我们通过搜集国际与国内五轴联动数控机床发展情况，在稿件合适位置添加背景材料，从“五轴数控机床的首秀”延伸到“我国发展自主知识产权机床的必要性”，从“国际制造大国发展情况”谈到“我国还存在哪些差距”，从“闭门造车式的研制”变为“产需结合，协同创新”带来的好处等多方面入手，将此合作产生的“行业影响”扩大。

多方侧重 量身定制稿件

为了推介这篇试水之作，我们积极与新华社、《人民日报》、《光明日报》、《科技日报》等媒体沟通。沟通后发现，媒体报道每年都要根据形势设立侧重点。

以《人民日报》为例，该报科技新



闻版稿件要求偏向于“国家层面”。于是，我们一方面压缩篇幅，一方面突出高端五轴数控机床研制的“国家扶持”与“协同创新”以及最重要的“成果突破”。这样既明确了其重要性，又体现了31所作为央企，在国家民用产业科技创新中发挥的社会责任与行业影响。

而《科技日报》更偏向于“新”、“奇”、“特”，语言更加大众化。我们根据需求，将稿件中有关五轴数控机床偏专业的介绍通俗化，并突出“成果”。

《中国经贸导刊》作为一本由国资委主办的杂志，受众群体偏向于政府机关与相关行业，要求从国内外机床产业发展背景进行分析，结合本次合作，突出“指导意义”与“行业影响”。

这篇稿件将国家创新驱动发展战略与日常工作中的方方面面结合，将每一个表面平常的新闻线索挖掘得更深，使其发光发热，成为一篇优秀的稿件。

通过与多家媒体沟通，我们不仅了解各家媒体的报道重点，还能从不同的角度深度挖掘一条新闻的多个价值点。这对基层通讯员来说，也是一次不错的练笔机会。

(作者单位：三院31所)

我在努力 让新闻永恒

□ 南香红

做记者仅仅是职业似乎是不行的，但只有理想也是不行的。假如仅是职业，记者的道德与社会责任，将往哪里安置？如果只有理想，当理想在现实面前撞得头破血流的时候，理想凭什么不会破灭？

这样的一种形式，我只是在想，我面对的是一群离新疆很远、对新疆的事一无所知又有兴趣了解新疆的人，我要让他们了解新疆，就得讲故事，讲好一个故事，讲一个好故事。

《南方周末》的特稿

这里讨论的话题是特稿写作。其实我写的那些东西，更多的时候，并不是特意写成特稿而写成特稿的，更多的是我对世界的关注、观察和思考的表述，就像一架照相机的取景框，我取了这个景，并且这样看和这样想，再找到一个适合我的表达方式，于是就成了现在这个样子。

2002年，《南方周末》有了一个专刊形式的一叠8个版《城市》，当时的提法是前4个版为专题，一个话题，一个记者操作，一次要进行2万字左右的写作。

城市版的讨论进行了很长时间。记得在第一次回总部开会的时候，我提出一个想法，城市版成为《南方周末》的“特稿”部，《南方周末》拿出财力人力进行深度调查或者特稿的写作和采访，只要题目重大，可以做半年一年。后来城市版并入新闻部，成为“特别报道”。

现在看来，1997年的时候我在《新疆日报》为《南方周末》写《野马的故事》、《塔里木河，在一截一截消失》、《圆沙古城之谜》的时候并不知道还有特稿

好故事需要选择

好故事是一种选择，对于每个记者来说，什么样的故事才是一个好故事？对于不同的媒体而言，什么样的故事是好故事也是不同的。因为理解的不同，选择也如万花筒一样丰富。

保存下来的，至今还能读下去的东西，都是出于一种自觉的选择。在完成任务的同时，我一直在坚持这种选择，就是给读者讲一个好故事。

新闻是易碎品，我得在新闻的速死中发现永恒。以新闻的短暂生命挑战恒久。我总是希望能从一个个的新闻背后发现一些永恒的东西——或许他们并没有一个模式，但有一点是相同的，就是他们都会感动很多人，它们对不同的民族不同的国家的人来说都是有意义的，它们在本质上都和长久永恒有关。我想这些东西可能契合了特稿的某些特性。

特稿首先要是一个好故事。特稿的故事肯定不是那么戏剧性的、表面的、喧哗的东西，而是本质的东西。追寻事物的本质和长久的东西，想办法把繁杂

的历史和现实进行还原，还原成最普通的简单的东西，还原成妇孺皆知的东西。而这些最本质的东西，是最能够引起不同人群的共鸣，是最长久的东西。

真实下的文采

特稿以文采见长，这是显而易见的。特稿也许是具有文学色彩的新闻，但特稿必须与文学划清界限。

真实，是特稿最重要的不可缺失的本质。文本的完美表达是我的一个追求，也一定程度上成为我的一种特性。记者职业的特殊之处在于他在新闻事实和大众之间的传递关系，这就决定了记者的两个基本职责：调查还原事实，精彩传达事实。

尽管特稿表达借助了很多文学的方法，但我在几年的特稿写作中总是尽力逃避文学。在真实与文学之间，我绝对选择真实。但我可以用文学来表达它，这是手法，与内容无关。

特稿是新闻的展开；特稿是对新闻关节点的深入；特稿还是一个好故事。这种新闻的展开可能就需要借助文学或小说的手法为整个故事搭起一个好的结构框架。它可能有一个平白朴素但意味深长的开头，也可能有意安排一个戏剧性的开头。关键点是，如果文章头三段还不能将读者抓住的话，那它就死定了。

采访和写作是一种境界和情怀。这是一个虚无的问题，也是一个无法说清楚的问题，但它是作品灵魂。它的因素很复杂，可能有作者的价值观、对人生的看法、生活阅历、态度、性情等等。

有时候当你合上笔记本结束采访的时候，采访才真正开始。随意的聊天气氛，突然之间的一次开敞。真正的东西出现了。这时候你所能做的就是静静地听，让自己融入这样的氛围里，化做无。

有时候坐在电脑前，眼睛从窗户上漫无目的地望过去，现场的东西才会如电视画面一般一幕幕放出来。文字对于现场的还原永远是有局限的，但文字有文字的魅力，当它能够捕捉到画面的时候，这种画面就因为文字的锁定而固定下来，文字也因此具有了一种美。

（作者为南方都市报传播研究院首席研究员）

同行点评：

我觉得南香红的作品有“三气”。一是大气，这主要是从她报道视野来说的，无论是重大题材，如反映侵华日军细菌战的《极罪》、反映新疆生产建设兵团50年艰辛奋斗历程的《一个兵团的传奇》，还是反映野马重返大自然的野马系列，她都可以驾轻就熟；二是“人气”，她的作品充满了一种人文关怀，这是一个记者社会责任感的体现；三是文气，她的作品流露出一种自然美，这既表现在对内容、题材的把握上，也表现在表达方式的自由运用上。如她对细节的处理，常常是出人意料。“羊群从山坡上漫下来”，一个“漫”字，非常准确、生动传神。

——张东明（原南方报业集团副总编辑、原《南方周末》总编辑）

（摘自微信公众账号“仟言万语”）

“微航天”：让航天那些事儿“转”起来

□ 李东

微信的出现为传统报刊向新媒体进军提供了一个新的发展方向。为了满足社会公众对航天事件、航天技术、航天知识的阅读需求，中国航天报社紧跟新媒体发展潮流，经过缜密策划，在7月1日正式推出了官方微信“微航天”，每周一至周五中午向公众推送航天精品文章。

“微航天”的内容主要侧重于对航天事件、技术、知识的新闻性、科普性深度解读，从而与报社所拥有的报纸、网站、手机报等媒体实现内容互补、各具特色、互相促进、协同发展。

多举措推广“微航天”

“微航天”刚刚推出十天，就拥有了1227名用户，周用户增长率最多时达到了5245%，每篇文章的平均阅读人数5216人，每篇文章的平均转发人数为673人，初步显现了微信平台强大的传播效果，同时也验证了广大读者对“微航天”的认可。

办好“微航天”，我们要在两方面下工夫，首先，要有精彩的航天独家内容；其次，要运用多种手段与平台进行宣传推广。

在内容方面，“微航天”以满足公众阅读兴趣需求为准则，对新近发生的国际国内航天重大事件、活动等及时开展深度策划并编辑相关文章推送给读者。

在深度编辑加工过程中，为了适应读者阅读习惯，“微航天”的稿件力争做到与常见的稿件“和”而不同，在新闻价值的诉求点上，将遵循新媒体传播特点与受众兴趣点，做好标题、摘要、导语、背景材料、图片、视频、表格、链接等方面新闻元素，体现出与其他媒体的差异。

在宣传推广方面，“微航天”主要通过以下几种方式来吸引用户：

(1) 通过报社的报纸与文创活动等推广微信账号二维码；(2) 通过报社的网站、数字报、手机报、微博等新媒体手段推广；(3) 通过在微信内容页面嵌入账号推广信息，利用朋友圈转发、发送给好友等方式推广。

以后，随着“微航天”的不断成熟，报社还将通过建设微网站、微相册、微调研、微商城、微团购、关键词回复等微应用，提高微信公众平台互动服务能力和微信支付经营能力，拓展报纸与读者的互动渠道。

探索还有待深化

“微航天”刚刚开始建设，我们对微信公众平台的研究还比较肤浅，经验不足，尚有一些问题需要解决。

首先，如何编写优秀的微信文章。内容为王的这个原则在新媒体时代也同样适用，如何适应微信的特点并以用户

喜闻乐见的方式进行航天科普宣传，这是我们需要长期研究的问题。

例如，在新闻价值的诉求点上，在文章的编辑过程中做到标题吸引人，摘要留住人，内容背景材料、图片、视频、表格、链接等多种方式灵活搭配，为用户提供一个全方位、高体验度的航天深度报道科普大餐。

其次，如何与其他媒体相配合。如何建设中国航天报社微信矩阵，打造中国航天新媒体品牌，并且针对不同客户群实现移动终端的信息实时推送、信息推荐。如何与报社传统纸质媒体、网站、

手机报以及线下活动资源实现资源互补、各具特色、互相促进、共同发展，同时积极创新的媒体盈利模式，拓展移动互联网营销渠道……这些都需要我们在今后的工作中不断进行探索和创新。

（作者为采编三部主任）



“微航天”
二维码

（上接 26 页）

等也大量在媒体标题中频频出现，对此广大读者已经认可，过目即明白。还有航天领域的神舟一号到神舟十号飞船，均简缩为“神一”到“神十”；还有“探月”、“探火”等行业专用词语也普遍为大家所接受。

又如航空母舰简缩为“航母”；房屋贷款简缩为“房贷”；网络恋爱简缩为“网恋”；维护权益简缩为“维权”等等，这些都已经融入了现代人的生活中，大量的已经成为人们的口头禅或者日常用语。

三是有些词语的简缩不能绝对说不可以，但或是由于专业面较窄，或是由于词语结构方面等问题，简缩后比较牵强。如计划生育简缩为“计生”、轨道交通简缩为“轨交”等，笔者认为像这样比较专业的词语还是尽可能保持原样，在做标题时尽量不简缩为好。

但是，在我们企业内部设立的如规划计划部、行政保卫部、党委工作部等，于是大家就简称其“规划部”、“行保部”、“党工部”，多年来口头上叫顺了，约定成俗，并无不可。

四是有些词语由于结构或其他方面的原因，根本就属于不能简缩的范围，硬是简缩了，反而弄巧成拙。比如精神文明，就不能简缩成“精文”，理想道德不能简缩成“理道”，规章制度不能简缩成“规制”，社会主义不能简缩成“社主”，汉语词典不能简缩成“汉词”等。

比如，我家附近有一家名叫华联家电维修店的，老板把店名简缩成“华联家维”。“家维”是什么？老百姓一下子看不懂，让人费思量。类似的简缩，既不规范，也有点不伦不类。

（作者单位：八院《上海航天》，本报特约撰稿人）

中国航天手机报：“变轨”半年体会多

□ 孙喆

航天新闻
工作通讯

新媒体
天地

2014年新年伊始，中国航天手机报以改版后的新面孔出现在读者面前，一经推出就受到各方的关注与好评。平稳“变轨”的背后，是报社这一新兴媒体的各种探索与不断自我调整。



高密度发送 领跑航天资讯传播

2014年元旦后，中国航天手机报第一期的“变脸”就吸引了用户的眼球。

中国航天手机报由原来的每周3期改为今年的每周5期，在每一个工作日的下午5点准时“到访”用户手机。

中国航天科技集团公司的新闻、国家的航天政策、国家航天局、国资委、总装备部、国际宇航与航天防务……新鲜、丰富的业界新闻给中国航天人带来了一种新的期待。

手机报“天天见”，其传播速度优于传统纸媒，受到了越来越多航天人的喜爱。先通过手机报知晓新闻概要，再通过《中国航天报》和中国航天网深入了解新闻内容，读者们对报社“报网结合”的新闻传播形式也越来越认可了。

在今年的中国航天报社通联会上，来自航天科技集团的通讯员们向手机报编辑反馈了用户的体验：“内容更精简了”、“新闻更能抓住我们的眼球了”、“同事们对航天手机报的关注度非常高”、“上下班路上我们就能通过手机报了解行业信息了”、“不方便阅读航天报时也能及时获取航天资讯了”、“今年推出的手机报周末版我们都爱看”……更有读者直接通过电话和邮件与手机报编辑交流，提出了不少中肯的意见与建议。

许多单位的领导也直接表达了对手机报的关注与肯定。例如，八院领导非常重视航天手机报，希望能通过这一平台，及时将上海航天的科研生产动态广而告之。

各单位通讯员也敏锐地意识到手机报的及时与快捷。他们往往将一个新闻事件写作为两个版本，详细版本投航天报，简略版本投手机报。有些院的宣传部门甚至每天一个电话，争

取稿件能尽快刊发在手机报上。

在用户、读者对中国航天手机报关注度不断升温时，手机报的编辑工作却面临着不小的难题。改为每周5期后，“中国航天”这个要闻版块的新闻筛选是每天编辑工作的第一要务。涉及航天领域的新闻资讯不见得天天都很丰富，要在有限的新闻资源中选取航天手机报读者感兴趣的新闻就变得难上加难。

为此，手机报编辑扩大了新闻搜索范围，从航天科技集团公司各院、国防科工局、国家航天局、国资委、总装备部、国家空间科学中心、北斗办等有关单位，哈工大等军工院校，甚至气象局、海洋局、农业部等涉及大航天概念的信息中获取材料。很多航天相关部门的官方微博信息都成为我们每天“网罗”的对象。尽管每周五期，但手机报要闻不仅没有“缩水”，反而越做越新闻价值越高。

建好一支队伍 做成航天新媒体精品

今年上半年，中国航天手机报编辑团队建设和发送运维工作也在积极向前推进。

报社非常重视这一业务，特意从编辑部调配一名编辑来充实手机报采编队伍，并多次强调要打造一支过硬的编辑团队。

而且，报社总结手机报运行两年来

的工作经验，根据手机报采编特点，制定了《中国航天手机报编辑工作流程》。从当班责任编辑，到手机报主管，再到新闻主管和部门主任，最后到报社总编辑和副总编辑，人人对手机报内容层层严格把关。

通过半年来的工作锤炼，手机报编辑团队日渐成熟和稳定。

与此同时，手机报的发送运维工作也在不断推进。随着手机报受到越来越多的肯定和欢迎，用户对手机报发送的稳定性的要求也摆上了桌面。

而与之冲突的是，今年以来，中国移动集团公司不断整顿其彩信业务，给手机报的稳定发送带来了影响。如何提高手机报发送的成功率，成为我们需要解决的重点问题。

对此，我们与中国移动建立了联系，并申请尽快为中国航天手机报开辟专属发送通道，从而及早解决了手机报的发送速度、到达率等问题。

为进一步扩大中国航天手机报的影响范围，我们也可以通过这个新通道向全社会开展手机报的推广与在线征订工作，还可以进行在线互动调查与话题征集，使之真正成为一个互动的媒体平台。

目前，相关工作正在有条不紊地推进中，相信通过各方的共同努力，中国航天手机报一定会给读者带来更好的阅读体验与更多的精彩内容。

（作者为中国航天手机报主管）

《新闻从业人员职务行为信息管理办法》出台

6月30日，国家新闻出版广电总局印发《新闻从业人员职务行为信息管理办法》。《办法》要求，新闻单位应加强对新闻从业人员职务行为信息的规范管理。

《办法》明确，新闻单位的新闻采编人员及其他新闻从业人员获取的各类信息、素材以及所采制的新闻作品，其中包含国家秘密、商业秘密、未公开披露信息等，都属于职务行为信息，应加强管理。各新闻单位应依法与所属的新闻从业人员签订保密承诺书和职务行为信息保密协议，完善内部管理制度。

产业报行业报 新闻道德委员会成立

7月3日，产业报行业报新闻道德委员会成立。

作为新闻行业加强职业道德建设的自律机构，该机构将开始受理社会各界对产业报行业报及其从业人员职业道德失范行为的举报和投诉；对新闻从业人员违反职业道德行为进行监督，对违规违纪情况进行核查处理，对典型案例进行评议，治理解决产业报行业报突出问题；对新闻道德方面的倾向性问题进行调研，实施动态监测，提出风险预警；组织实施对新闻机构及新闻从业人员职业道德状况社会满意度测评，推出新闻职业道德模范；对建立健全新闻法制、规范职业行为提出建

设性意见；组织开展新闻职业道德培训和理论研究，总结和推广典型经验和做法。

中国航天报社 “微航天”上线

7月1日，中国航天报社官方微信平台“微航天”正式开通上线，与广大公众见面。“微航天”目前每周一至周五中午推送航天精品文章。

“微航天”的推出旨在满足社会公众对航天事件、航天技术、航天知识的阅读需求，是中国航天报社紧跟新媒体发展潮流的一项举措。

“微航天”内容侧重于对航天事件、技术、知识的新闻性、科普性深度解读，从而与报社所拥有的报纸、网站、手机报等媒体实现内容互补、各具特色、互相促进、协同发展。

媒体与高校 共建新闻学院

5月28日，新华社与北京大学共建新闻与传播学院签约仪式举行。北大新闻与传播学院将借助新华社的国际国内影响力，建设国际传播研究智库，打造教学实习基地和培养从业人员基地；建立联合领导机制、人员互派机制、学生就业机制；培育新闻采访、写作、编辑、评论等精品课程。

而不久之前，光明日报社与中国政法大学合作共建光明新闻传播学院。

2014 年普利策奖公布 两报并获公共服务奖

2014 年美国普利策奖获奖名单 4 月中旬在纽约揭晓,《华盛顿邮报》和《卫报美国》因报道斯诺登泄露美国国家安全局监控计划,并列获得分量最重的公共服务奖。

《波士顿环球报》因报道波士顿马拉松赛爆炸案获得突发事件新闻奖。《华盛顿邮报》通过对一个领取联邦政府食品补助券家庭的系列报道赢得解释性报道奖,这是该报今年获得的第二个奖项。

公共诚信中心关于律师和医生勾结拒绝治疗黑肺病煤矿工人的报道获得调查性报道奖。《纽约时报》今年仅获得两项摄影奖。今年特稿类奖项空缺。

今年的奖项呈现多元化特色,网络媒体和许多地方媒体获奖。

《华尔街日报》 创刊 125 周年

7 月 8 日,《华尔街日报》(The Wall Street Journal)欢庆创刊 125 周年。为庆祝这次周年活动,该报以印刷版和网络版在全球范围内发布特别内容。印刷版将由首份《华尔街日报》头版的再版作为封面进行包装,详细介绍了那时被报道的新闻人物在过去 125 年的经历。网络版推出互动在线存档《WSJ Archive: 125 Years of History》。该存档将使读者通过该日报报道的视角探索过去 125 年的新闻。

《金融时报》探索“注 意力经济”广告模式

一直以来,数字媒体的广告交易模式存在很大问题,广告主通常以受众对页面的点击量为标准来向媒体付费,而不考虑人们停留在广告上的时长。事实上,根据测算有 38% 的用户在网页打开之后就会立刻将其关掉。

为了应对这种情况,《金融时报》目前正在尝试一种新的数字在线广告模式,即以受众在页面停留的时间为收费标准,并期望以此来增加自己对广告主的吸引力。按照这一新模式,媒体会通过受众停留在广告的时长来测量成本,而不是通过广告所占空间的大小。

时代集团 成为独立上市公司

5 月中旬,美国时代华纳公司将其子公司时代集团进行了拆分,时代集团作为一家独立的上市公司开始在市场进行交易。时代集团出版《人物》、《时代周刊》、《体育画报》等 23 本美国知名的杂志。

时代集团旗下杂志在去年整个美国杂志市场占据 24% 的份额。《人物》、《体育画报》、《Instyle》分别是广告收入排名美国第一、第三和第四的杂志。其中《人物》杂志占据了时代集团收入的 19%。

时代集团去年收入下滑 4% 至 33 亿美元,2012 年的收入则下滑 7%。公司预计今年的收入将持续下滑 4%。