

2014年第4期

航天新闻工作通讯

中国航天报社 主办

P1 新闻工作寄语：
融合发展要坚持正确导向

P23 编读往来：
三次失败的采访经历

P28 基层园地：
把小事变成大事

记者手记

P7 不一样的“开门红”

P9 难得“高分”需用心

P11 最好的科技报道是科普

封面图片：本报记者陈龙（右）在西昌采访长三甲系列火箭总指挥岑拯

目录

新闻工作寄语

融合发展要坚持正确导向	鲁 炜	1
-------------	-----	---

报道重点提示

2014 年《中国航天报》第三季度报道回顾 与第四季度报道重点		3
------------------------------------	--	---

刊登稿件分析

了解新变化 明确新要求	刘淮宇	4
紧扣发展脉搏做报道	王 娟	5

记者手记

不一样的“开门红”	李淑姮	7
难得“高分”需用心	崔恩慧	9
最好的科技报道是科普	倪 伟	11

评论写作

我写小言论的两点体会	傅华军	13
言论的“6S”	王 宇	14
收集运用典型材料是撰写言论稿的关键	杨世杰	16

采编质量专题

一期报纸期号出错带来的警示	王 娟	18
心中有质量 笔下千斤重	崔恩慧	19
新闻工作要质疑，还要更细致些	黄 琦	20

编读往来

双引号在标题中的妙用	游本凤	21
三次失败的采访经历	李庆华	23

基层园地

由“博士班组”的宣传浅谈典型选树	薛英民	25
把小事变成大事	邓顺英	28

作品点评

敏锐的捕捉 理性的思辨	刘淮宇	30
用报道服务中国航天走出国门	王 旭	31

佳作欣赏及点评

人大代表“非官式”发言引人入胜	徐德金	32
-----------------	-----	----

新媒体天地

以有效、分众、个性化做好“微航天”	李 东	34
-------------------	-----	----

国内新闻动态

第 24 届中国新闻奖第 13 届长江韬奋奖揭晓等		36
---------------------------	--	----

世界传媒资讯

美国科技网站 CNET 试水印刷媒体等		37
---------------------	--	----

主办：中国航天报社

2014年10月
季刊·第4期 总第7期

主编
赵岫

编辑主任
杨振荣

编辑
黄琦

美术设计
陶越 丁洁

联系电话
010-68373591

地址
北京市阜成路8号
综合楼316室

邮政编码
100048

投稿邮箱
zghtbs@sina.com

电子版地址：
www.csn.spacechina.com

融合发展要坚持正确导向

□ 中宣部副部长、中央网信办主任、国家网信办主任 鲁炜

加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是习近平总书记对宣传思想文化战线提出的明确要求，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论作出的重大战略部署。随着网络信息技术的迅猛发展，互联网已经成为舆论斗争的主战场，新兴媒体日益成为人们获取信息的主渠道，传统媒体舆论引导能力面临严峻挑战。推动传统媒体和新兴媒体融合发展，开拓媒体发展新空间，是把握意识形态工作主导权、管理权、话语权的迫切需要，也是传统媒体创新发展、赢得未来的必由之路。云山、奇葆同志多次强调，要顺应媒体发展新趋势，尊重规律、勇于开拓，掌握新技术、发展新业态、用好新媒体，占领信息传播制高点。

实现传统媒体和新兴媒体的优势互补、一体发展，首先要解放思想，破除陈旧观念的束缚，坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本，用互联网思维谋划发展，以改革创新精神推动深度融合。

推动信息内容的深度融合，党报、党刊、电台、电视台等传统媒体要发挥内容优势，整合线上线下两种内容资源、两支采编队伍，打通业务流程，打通展示平台，打通受众与网民的界限，善用网言网语，善于网络表达，不断巩固和拓展宣传阵地。

推动技术应用的深度融合，传统媒体要紧跟技术发展潮流，瞄准发展趋势，强化技术支撑，广泛运用大数据、云计算、移动互联网等新技术推进新闻生产传播，不断提升新闻报道的表现力、吸引力、感染力。

推动渠道平台的深度融合，传统媒体要贴近网民、贴近市场、贴近受众，通过微信、微博、客户端等平台立体发声，做到多媒体呈现、多渠道传播、多终端推送，让群众愿意看，

看了信，信了服，服了跟党走。

推动经营管理的深度融合，党报党刊要发挥政治强、管理严、作风正、素质高的优势，与商业网站机制新、技术强、思路活、反应快的特点有机融合，实现组织结构、传播体系、管理体制的再造重构，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，必须坚持一手抓融合、一手抓管理，坚持党管媒体原则不动摇，紧紧围绕实现中华民族伟大复兴的中国梦，紧紧围绕“两个巩固”的根本任务，唱响主旋律，打好主动仗，加强网上舆论引导，让网络空间清朗起来。

一方面，坚持“管得住是硬道理”。强化底线思维，净化网络空间，持续打击网络谣言、新闻敲诈等违法犯罪行为，不给错误言论提供传播渠道；落实属地管理原则，规范管理地方新闻网站、商业网站及各类新技术新应用，提高全网全程管理水平。

另一方面，坚持“正能量是总要求”。发挥中央和地方新闻网站、重点商业网站“八个带头”作用，弘扬先进文化，传递正能量，让中央要闻、主流声音牢牢占据网站双首页、手机首屏，挤压负面声音的传播空间；充分发挥网评队伍作用，发出正面声音，营造健康向上的网上舆论氛围，充分调动全社会的积极性、主动性、创造性，共同建设为民、文明、诚信、法治、安全、创新的网络空间。

（本文节选自鲁炜同志在中宣部“推进媒体融合发展座谈会”上的发言）

2014年《中国航天报》第三季度报道回顾与第四季度报道重点

今年第三季度,《中国航天报》在“七一”、航天两大集团公司成立15周年、以高分二号为代表的宇航任务、青年奥林匹克运动会、全国质量月、第27届太空探索者协会年会、支援鲁甸灾区、党的群众路线教育实践活动等重大报道中取得了不俗反响。

在庆祝七一建党活动报道中,《中国航天报》结合各方面对党组织和党员的表彰,积极做好相应报道。

在两大集团公司成立15周年报道中,报社积极策划,从改革、创新、宇航、武器、人才、文化、航天服务业等多方面、多领域,分专题或分系列,报道航天两大集团公司成立以来所取得重大成就。

在全国质量月的报道中,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,除了在一版刊发相关消息外,在二版开设“聚焦质量月”栏目,配发有关评论,同时,各基层单位积极上报与抓质量有紧密关系的稿件。通过一个月不间断的报道,为质量月宣传营造了浓郁的氛围。

第27届太空探索者协会年会是今年中国航天领域的一次盛会。《中国航天报》除了在正报刊登消息外,还在飞天科普周刊上进行了详尽的专题报道。

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》对各层面在落实

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。

在支援鲁甸灾区的报道中,报纸和新媒体充分报道航天两大集团公司利用航天高科技与装备支援灾区救灾的故事。

第三季度,报纸继续推进“走进型号试验队 聚焦航天砺剑人”栏目的报道。

在第四季度,《中国航天报》主要报道重点包括:

一、党的十八届四中全会的报道。

根据中央精神和航天两大集团公司的有关要求,航天系统学习贯彻党的十八届四中全会精神将是今后一个时期内报道的长线主题。

二、宇航发射及型号试验报道。

第四季度,以我国探月工程三期再入返回飞行试验、长征火箭第200次飞行为代表的宇航发射任务亮点纷呈,发射任务量约占全年的一半,报社采编人员将继续开启创新报道思路进行相关报道;继续组织开展好“走进型号试验队 聚焦航天砺剑人”栏目,将该栏目常做常新。

三、珠海航展的报道。

报社将利用正报、飞天科普周刊、中国航天网、手机报、微信等多种渠道进行立体化报道。

四、党的群众路线教育实践活动的报道。

五、继续开展航天产业园建设巡礼报道。

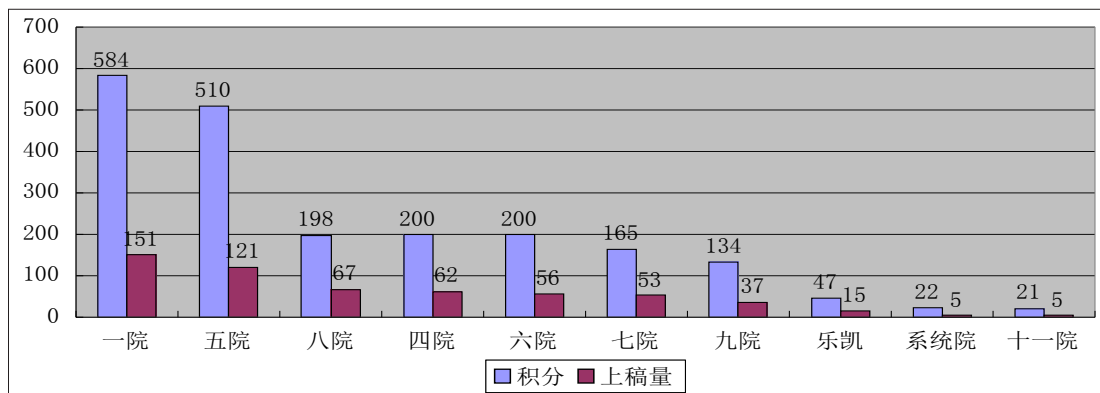
六、航天人奋战四季度的报道。

七、做好年终总结报道。

了解新变化 明确新要求

——2014年第三季度中国航天科技集团公司基层来稿分析

□ 刘淮宇



中国航天科技集团公司2014年第三季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

翻阅2014年第三季度中国航天报刊发的基层来稿，我们能发现以下几个特点：

一是压缩会议报道篇幅，将更多版面留给具有较高新闻价值的基层稿件。

7月～9月，报纸一版刊发的集团公司会议报道严格控制在2000字以内，充分利用“要闻速递”栏目，将一般性会议稿件、领导视察、参观访问等稿件编辑成每条二三百字的简讯，为新闻价值更高的基层来稿腾出了空间。如一院举行新一代运载火箭誓师仪式、天鹰一型号首次制导飞行试验获成功、玻利维亚星应用广泛效益可观、海南试验队成功防范强台风来袭等来自二级甚至三级单位的稿件，均被推到重要版面或者版面重要位置，取得了很好的反响。

二是“小单位”借助重大新闻事件成功“逆袭”，登上版面重要位置。

在集团公司，一院、五院、八院等总体单位承担了重要的科研生产任务，

也向来是航天新闻“富矿”。相对来说，其他研究院或专业公司、直属单位的稿件登上重要版面或者版面重要位置的机会较少，难度较大。

但可喜的是，不少“小单位”借助重大新闻事件成功“逆袭”。中国资源卫星应用中心在鲁甸地震后迅速组织了《遥感卫星服务鲁甸灾情监测》稿件和卫星遥感照片，被及时安排在头版版心，彰显了航天科技在应急救援中的重要作用。

南京青奥会举世瞩目，九院13所得知自己研制的二维索道系统将服务青奥会开幕式电视直播后，立即与报社编辑取得联系，成功地“预订”了版面。

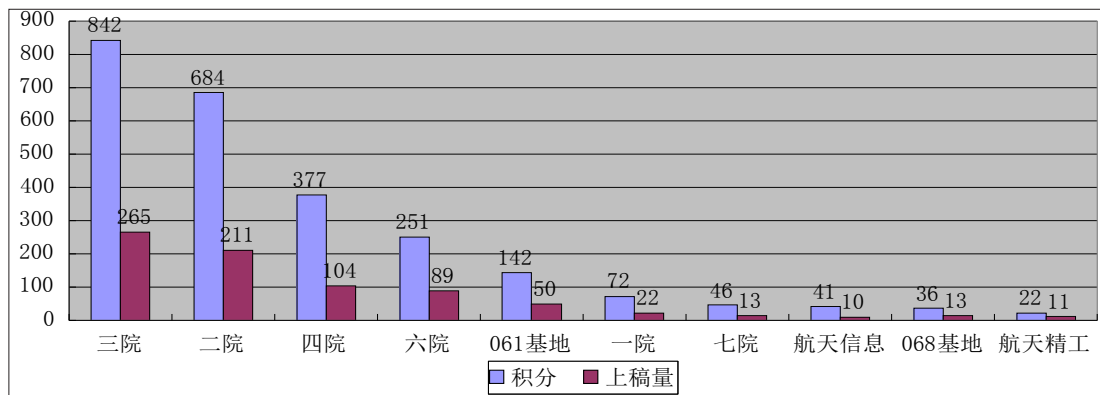
新疆莎车县艾力西湖镇严重暴力恐怖袭击事件震惊全国，九院无人机系统所研制的无人机参加了搜捕任务，相关稿件被一版刊发后，经由“微航天”微信公众号和中国航天网转发，被凤凰军事、央

（下转第6页）

紧扣发展脉搏做报道

——2014年第三季度中国航天科工集团公司基层来稿分析

□ 王娟



中国航天科工集团公司2014年第三季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

从第三季度开始，任务完成情况如何、如何确保全年目标顺利实现成为各单位思考的问题。第三季度也是集团公司战略管理委员会第六次会议后各单位集中贯彻落实“两个工程”的时期。此外，7月有中国航天科工集团公司成立15周年纪念日，8月、9月遇上保密宣传周和全国质量月，因此，除常规报道外，第三季度的稿件多与此相关，基层来稿体现出稿量充足、新闻价值高的稿件多，且关于“两个工程”的稿件密集等特点。

第三季度，包括一版在内的各版面一如既往地基层来稿表现出较大需求，多篇基层稿件出现在版面头条的位置上。同时，“走进航天产业园”、“转型升级大家谈”等栏目全面铺开，集团公司成立15周年辉煌成就系列报道纷纷刊登，使第三季度稿件呈现出百花齐放的局面，也出现了《一次乔迁，二次创业》、《展翅大飞机 起舞天地间》等可读性强、读

者反响好的优质通讯。

今年6月，集团公司战管会第六次会议集中审议实施航天防务产业成本工程和民用产业价值工程，对“两个工程”进行了进一步阐述和部署。随后，各单位在推动“两个工程”在本单位落地上采取了一系列措施，并通过大讲堂、党委书记论坛、班组论坛等形成了热烈讨论、深入研讨的氛围。

相应地，在第三季度基层来稿中，关于“两个工程”的报道呈现出密集之势，消息与通讯结合，刊发在报纸显著位置，部分报道如《聚焦两工程 思想溅火花》、《“四着力”全级次推进两工程》等基层文章成为头版头条，体现了该题材稿件的重要性及火热程度。同时，二版、三版也刊发了《让“瘦子”更瘦“苗条”魔法》、《一线经验反哺一线实践》、《婉拒送上门的订单为哪般》等大块头文章，报道基层各单位落实“两个工程”的举措；

在言论方面,《推进“两个工程”绝不是“翻翻烧饼”》、《四问落实“两个工程”准备工作》等言论,不断为“两个工程”进行舆论引导,营造气氛。

值得一提的是,在来稿中,既有以小见大、可读性较强的报道,也不乏缺少“血肉”的干瘪之作。预计在第四季度及今后一段时间,“两个工程”仍是报道的重头戏。“两个工程”是集团公司转型升级关键时期的一项重要战略部署,各单位紧扣发展脉搏和关注点做文章无可厚非,但在报道方式上,应注重此类文章的可读性,多选择小切口、有代表性的案例和有说服力的数字,以达到更好的宣传效果。

紧扣脉搏做文章也是新闻时效性的

要求。时效性不仅要求新闻“新鲜”,而且要求及时。在8月、9月份集团公司保密宣传周和全国质量月期间,不少单位适时投送了一些有关保密和质量的稿件,但部分来稿仍存在着时间相对滞后、精品稿件少的问题。紧扣脉搏做文章,需要提前策划、提前采访、及时成稿,赶上“早班车”,上稿的几率和占到好位置的概率才会更大。

在第四季度,相关单位进入“大干一百天”阶段,报纸拟专门开设专栏,报道大干一百天、冲刺全年目标的人和事。这同样需要通讯员用敏锐的眼睛发现好线索,及时写出好故事,为全面完成目标任务营造火热氛围。

(作者为采编二部主任助理)

(上接第4页)

视网等上百家媒体转载,中国航天和相关单位的影响力进一步放大。

三是通讯员成为报纸专栏供稿主力,采访深入、语言鲜活、角度独特的优秀基层来稿层出不穷。

第三季度,《中国航天报》一版的“航天先锋”、“深化改革进行时”、“镜头里的中国航天”,二版的“大业微言”、“航天质量进行时”,三版的“走进航天产业园”、“产经大视野”等栏目刊发了大量基层优秀稿件。随着编辑与通讯员的沟通更加顺畅以及通讯员新闻敏感性和采写能力的进一步提升,一大批语言平实、角度新颖、通俗易懂的基层稿件被报纸选用。

在第三季度采编工作中,也暴露出

几点需要注意的问题值得我们关注。

一是要养成敏感稿件提前送审、出具保密审查单并报编辑备案的习惯,避免稿件上版后反复修改、影响报纸审版进度。二是新闻图片投送量比前两个季度大幅增长,但一些照片的角度和拍摄手法仍有提高和创新的空间。三是工作总结式的、汇报式的、流水账式的基层稿件依然较多,通讯员的新闻敏感性和写作水平仍需进一步提升。

航天新闻采写编评之路永无止境,希望广大通讯员坚定信心,与编辑记者加强沟通,在第四季度提供更多好线索,发表更多好作品,保障2014年新闻宣传工作圆满收官。

(作者为采编一部主任助理)

编者按：今年年初，为了转变近年来宇航型号任务报道日益同质化趋势，实现宇航报道创新，中国航天报社召开了宇航报道创新研讨会，探讨了创新报道的思路。在报道实践中，前线记者解放思想，积极自选“动作”，开展了一定程度的探索，取得较好的效果。现刊登参加航天发射任务报道的记者在创新报道中的体会、感想，供广大航天新闻工作者参考。

不一样的“开门红”

□ 李淑姮



2014年中国航天科技集团公司首次宇航发射任务——实践十一号06星发射，不仅是集团公司宇航发射的“开门星”，也是报社宇航发射报道的“第一棒”，拿到接力棒的我，既感到幸运，又有些忐忑。

年初，报社给所有采编人员出了一道思考题：如何创新宇航发射报道模式？在之后的讨论会上，每个人都建言献策：多捕捉人和事，多用叙述风格，试着站在读者的角度思考问题；将型号放在更广的维度中思考，或者脱离型号之外来看试验队；可以采用多种表现形式和采访形式，比如日记体、影像版……我如饥似渴地将这些宝贵的建议收入囊中。

此前有过快舟一号、遥感十八号两次报道任务的经验，我对在卫星发射中心如何进行报道的流程还算熟悉，但“开门红”如此重要的任务时刻提醒着我不能掉以轻心。在本文中，我想主要从在京的准备工作和在发射场的采访工作两方面来总结。

提前策划 有备无患

在宇航发射报道讨论会后，我把同事和领导们提出的一些意见进行了整理，并提前与一院、五院在发射场一线的政工人员进行了联系，了解了任务的基本情况，制定了一份初步的报道策划，如下：

1. 以马航失联飞机事件为引子，报道卫星的应用用途，引申出实践系列卫星以及五院东方红卫星批量生产工作等。

2. 以人物为主线，通过试验队中的“两总”、质量主管、

新兵们、后勤保障人员的人物报道引申出试验队的管理及文化。

3. 作为 2014 年开门红发射，展望全年发射任务。

4 微访谈：收工回家后最想做什么、发射前一天都在做什么等。

5. 试验队员感言征文摘登（东风航天城的春天等）

在与编辑部进行交流后，我开始进行资料的搜集，长征二号丙运载火箭并不陌生，在遥感十八号卫星任务的时候正是这支火箭试验队，但火箭“两总”给我吃的那次“闭门羹”依旧记忆犹新。所以，另辟蹊径成为我这次报道的创新之一。我想，并不是只有“两总”可以讲型号、讲队伍，如果“两总”配合采访是最好不过的了，倘若比较难，也要从其他的角度进行报道。

五院东方红的卫星试验队对我来说是第一次接触，起初我还怕会难以打开局面，但试验队政工人员的积极配合给了我很多帮助。在出发前的电话中，我向她询问了情况，并请她把已有文字、照片资料整理出来，这个提前工作为在发射场宝贵的采写争取了不少时间。

多聊多问 灵活应变

此次发射的时间是 3 月 31 日，我到达试验队的时间是 3 月 25 日晚上，距离发射有 5 天，时间还算充裕。

两支试验队的政工人员是我们在发射场最好的帮手。我首先把这次采访的初步想法和她们进行了沟通，并在试验

队员里筛选出一些重点采访对象，并请她们与“两总”商量采访时间。

“两总”都很忙，可能没法单独接受采访。从他们的身边人着手，这是我来之前就想好的迂回对策，这也就促成了我文章中第一部分的内容——“默默无闻”的“两总”。但我依旧没有放弃每次和“两总”接触的分秒时刻，在他们吃饭、坐车、散步时间见缝插针地聊几句。我经常尾随采访对象，这种时候就是要有“厚脸皮”和“追踪狂”的能力。

后勤保障人员也是我这次想要采访的重要内容，于是每当吃饭前后的时间，我都提前跑到后厨，和掌勺师傅们套近乎。坊间一直盛传着试验队伙食很好的说法，通过和后勤人员交流后才明白了好评背后艰辛的付出。

微访谈的形式也是受到新媒体时代多变的报道形式启发，于是，我将一些小问题穿插在采访过程中：试验队“两总”说过的哪句话你印象最深刻？3 月 21 日是世界睡眠日，在这里你睡得怎么样？试验队餐厅的饭菜中你最喜欢吃什么？这是最后见报的三道微访谈题目，起初我在小本本上列了七八道题目，但根据采访对象回答的情况，最后我选择了这三个。

回想起来，这次报道中也有一些不足的地方，比如应该多找一些非正式的采访机会，这样与试验队员的交流能更贴近一些；关于卫星系列化的想法，因种种原因最后没有做到。细细想来，功课应该做得再早一些、再足一些、问得再多一些，也许能将报道写得更实些。

（作者为采编二部记者）

难得“高分”需用心

□ 崔恩慧



今年8月，我负责采写高分二号卫星发射的相关情况。它是我国高分辨率对地观测系统重大专项的第二颗卫星。之前，报社同事对首发星的报道已经很充分，如何在第二颗卫星报道中独辟蹊径，而不是狗尾续貂，让我倍感压力。

高分二号卫星原定于去年年底发射，但受火箭影响推迟了发射。之后，这颗卫星又因为其他原因，发射日期一推再推。面对悬而未定的发射时间，与其焦虑盼望，不如把握缓冲期，为报道内容做好充分前期准备，使后期稿件采写更从容些。

去年年底，领导曾对我下达了发射报道“任务书”：一版刊登常规发射消息，二版介绍卫星技术创新点，三版对高分辨率对地观测系统应用情况进行回顾和前瞻，四版讲述高分二号任务试验团队的发射场故事。

其实，对于四个版的报道量我倒是不太担心，让人费神的是，如何在有限的字数内，传达更多的信息。这就需要记者自己先吃透采访内容，再向读者重点推介其中最精彩的亮点。

于是，我趁卫星总指挥兼总设计师潘腾从发射场返回北京的短暂停留时间，提前采访了他。在此之前，因为其他报道，我已详细了解了高分一号。这样一来，跟潘总聊高分二号，我就不再是个“菜鸟”，可以有针对性地提出问题，从而比较高分一号和二号在技术和应用方面的不同和侧重点。潘总的介绍让我对高分二号的方方面面有了大致概念，还启发我发现很多新的报道线索。我和潘总约好，发射场再见。

高分专项，重在应用。公众最想知道，那些听起来技术很厉害的卫星，到底跟自己有什么切身关系。要了解应用情况，最佳的采访对象自然是如国土资源部、农业部等用户方。可是由于某些客观原因，采访申请提出几次最终都没有结果。

虽然什么都没有，但好在有时间。我首先找系统与卫星应用有关的一些单位如资源卫星应用中心了解情况，虽然所获信息有限，但聊胜于无。后来，我参加了国防科工局在高分专项某些重要节点召开的新闻发布会，把会上释放的有用信息也

积累了下来。同时，我在收集资料时发现，其实高分卫星应用情况大量地见诸报端，只是没有人整合这些零散的信息。而且，我在一些看似主题与高分专项没有关系的业内研讨会上或其他选题的采访中，由于带着一颗时刻惦记“高分”的心，走到哪里都可以于追寻到“高分”的踪迹，还可以就“高分”向不同专家进行请教。在一点一点信息的拼凑下，高分专项应用的大网络布局渐渐清晰起来。

今年8月中旬，我到发射场报道高分二号卫星终于成行。由于卫星、火箭之前经历一波三折，发射前“两总”们格外繁忙，几乎没有时间接受采访。我只好趁他们休息的时候，见缝插针地进行了几次补充采访。

现在想来，幸亏事先做足了功课，不然仅凭临时抱佛脚的短暂交流，不要说采访的信息量有限将直接影响最终报纸版面的呈现，也许我就连跟老总对话的平台都无法搭建。

去发射场之前，领导还向我提出了两个报道期望：一是报道要跳出系统局限，具备高远的全局视野；二是报道形式要寻求创新。在素材积累和报道采写过程中，我手忙脚乱地探索着。

关于报道大视野，我相信只有采访积累足够了，才能拾级而上，俯瞰整个新闻事件。在采写卫星技术稿件的时候，我一直想跳出高分二号卫星的微观技术细节，寻求其宏观上的意义定位。报纸截稿之前，权威部门的相关口径没有发布。怎么办？只能自己分析总结。在采访潘总的时候，我捕捉到他所说的一句关于卫星技

术意义的定位，将其提炼为稿件的副标题“我国民用遥感卫星领域迎来米级分辨率时代”。经多方确认，其他专家也肯定了这种说法。事实证明，这种说法与权威部门之后发布的统一口径也是一致的，更让我意识到深刻理解采访内容的重要性。

报道要求新求变，采写者首先要掌握已有技巧。去发射场前，我翻阅了近一两年同事们的发射报道，学习了各家所长，可是依然对创新毫无想法。到新闻现场去，是激发创新灵感的最好办法。至发射前一天，我已大致完成了二三版稿件的采写，也采访了很多试验队员的感人故事，唯独四版稿件让我迟迟无法下笔。该以何种形式去架构文章，凸显高分二号任务试验团队故事的独特性？吃饭的时候、赶去技术区采访的路上、坐在房间里，我都在琢磨。

量变总会引起质变。就在我一筹莫展之时，散乱放在写字台上的采访资料向我呈现了一幅图景——这个是在冬天发生的故事，那个是春天的、夏天的、秋天的……卫星在发射场刚好经历了四季轮回，不如就以四季为四个篇章来构架整篇文章！思路打开，我一气呵成，终于在发射当日凌晨完成稿件，并请卫星和火箭的“两总”审定。

几篇稿件经编辑们巧手“编织”后见报。有其他媒体同行告诉我，那篇卫星应用稿件的呈现方式很新颖。也有同事说，试验团队发射场故事很可读，但关于技术的稿件他没看，因为不够科普。这些溢美之词和逆耳忠言都让我好开心，因为我们总是在这样真诚的业务探讨中获得成长。

（作者为采编一部编辑）

最好的科技报道是科普

——兼谈科技报道的形式创新

□ 倪伟



航天新闻工作者很让人同情，因为我们所面对的大部分报道都与科技有关，而科技深奥、严肃、冷静，很难写出生气勃勃的稿件；航天新闻工作者又很让人羡慕，因为与我们咫尺之遥的科技创新，正在推动着国家科技进步的进程。美国新闻业曾经评出的20世纪世界百大新闻中，科技新闻占37%。所以，其实我们是坐在新闻的“富矿”上面。

然而，科技新闻的确不好写。严肃客观的科技成果，缺乏让人动情的情感因素。当然，我们可以去挖掘科技背后的感人故事，但又会产生花絮是否“盖过”了科技成果本身的风头的自我怀疑。

那么，科技报道最应该有的样子是什么？

我认为，是科普。不同于科研论文或报告，呈现于大众媒体的科技报道面对的主体永远是普通读者，他们大部分不了解艰涩难懂的科学知识。所以，科技报道的使命就是将科研成果以浅显、直白、通俗易懂但无比准确的表达方式呈现给读者，使得“老妪能解”。说得崇高一点，提升国民科学素养也是航天新闻工作者的使命之一。

唯有科普，能够实现这样的目的。

所谓科普，其本身是指普及科学知识，无关形式。但或许科普报道正是需要调用最多形式的报道类型，因为航天领域与大众生活距离较远，知识的鸿沟与语境的差异相伴而生，记者必须将航天科学的话语体系转译给大众，那么往往就需要修辞的辅助，比喻、拟人、对比、类比……这些都是我们常用的手段。

还有一些常规技巧，比如将数字形象化（11.2km/s的速度有多快？7500N的力量是多大？），将产品大众化（新材料与哪些日用品用料相似？），将效果生活化（新技术能为百姓生活带来哪些改变？）……

当然，要做好科普，首先记者要完全弄清事情的原委。在理解的基础上，我们才可能诞生逻辑。运用逻辑解释发生的

科技事件，报道就会如演奏乐章一样有节奏、有动感。

一篇很有名的科技报道是获1984年普利策特稿奖的《让它飞起来》，说的是波音公司研制和销售757的故事，看看作者给每一部分写的直奔主题的导语：

第一部分：波音每卖出一架新的波音757就要损失数百万美元。

第二部分：我们差一点失去了一架飞机。

第三部分：销售喷气式飞机有点像兜售宗教。

第四部分：它看上去简直不像一架准备投入商业服务的飞机。

是不是很想读下去？每句导语都开启了一个非常吸引人的话题，这就是记者通过理解掌控行文逻辑的最佳范例之一，他一定是花了好几个月，把波音公司挖地三尺了。

怎样把科技报道写得鲜活有生气，相信是很多航天新闻工作者都在思考的问题。我想借自己的一篇报道粗浅地谈谈一些想法。

宇航发射报道是《中国航天报》的常规报道，每年有几次发射就会有几次大篇幅的试验队报道。记者去一线采写，这本该充满兴奋和惊喜的旅程，却因题材一再雷同、难以创新而被视为畏途，发射报道成为一道“窄门”。但今年各位记者都力求创新，出现了不少思路和文笔俱佳的报道。

今年9月4日，创新一号04星发射。据事先了解，这次任务的卫星试验队是航天系统外的单位，一般不做团队报道，

而卫星用途又不便涉及，写作空间非常小。火箭是一个成熟型号，每次变化都不大，而且此前我采访过一次该型号，那次就没有挖出好料，这次也没有信心，很苦恼。

这样一次被我视为“缺乏新闻性”的任务，若按常规方法写，可能会毫无亮点，乏味之至。为了突破“窄门”，我决定写故事。

一个故事是故事，三个故事是小故事，五个故事就是碎片了。在酒泉卫星发射中心那边发生的，本身就是一个故事，所以我就写一个故事。为了使故事凝练再凝练，我决定放弃单写卫星团队的想法，只写火箭试验队的事。

故事只要逻辑清晰，就能像一根绳子串起任何相关的其他东西，甚至话分几头也不会凌乱。这个逻辑是什么？因为时间、能力等的不足，我最终选择了最常规的时间逻辑，用发射前最后四天发生的事和火箭状态变化作为绳子，串起火箭不败历史、技术创新、团队建设、未来任务等信息。

如果时间充裕、运气不错，还能以某个问题的发生与解决、某个人物的行动等作为线索，串起千姿百态的风铃。

这是一次尝试，因为文笔还不成熟，风格也没养成，有些跌跌撞撞。后来觉得这种形式有些花哨，稍微掩盖了信息量不足的缺点。

另外，我希望赋予火箭一些悲壮色彩，但或许是一厢情愿。至于科普，我那时候还没想到这个问题。

（作者为采编二部编辑）

我写小言论的两点体会

□ 傅华军



我是基层单位的一名兼职新闻通讯员。这几年，我在写新闻的同时，坚持撰写言论稿件，连续3年获得了中国航天报社颁发的“优秀通讯员”称号。其中言论体裁方面的上稿，为我加分不少。我认为，要撰写一篇比较好的言论稿件，须从以下两个方面入手。

选题要紧扣时事

一是选题要有政策性。作为一名通讯员，必须了解当前党和国家的大政方针，了解国家当前强调的大事是什么，提出了什么重要思想和决策。如果写出来的言论与中央和上级的指示精神不一致，这样的言论就是“不合时宜”、“隔靴搔痒”，或是“空论”，编辑是绝对不会采用的。

二是选题要有社会性。我们的生活与社会息息相关。如果结合社会发生的事有感而发，从“小处”落笔，以小见大，映射大局，蕴涵重大社会意义，诸如这类问题抓得准、写得真实亲切、富有思想教育特点的言论，就能吸引编辑和读者的眼球。

三是选题要有现实性。报纸的宣传功能必须配合中心任务才能得以实现。在不同的时期，《中国航天报》宣传的重点是不相同的。所以我们在写言论时，要围绕集团公司的中心任务，掌握报纸报道的重点。这样，言论的选题才不会落空。

2012年7月21日，北京强降雨导致的灾情触目惊心。针对每年夏季雨量增多，强对流天气发生几率增加的实际情况，我撰写了一篇《大雨过后，警醒犹在》的言论，重点从充分认识强降雨的严峻形势、扎实做好防范应对工作、做好预警预报工作、及时获取和共享有关灾害信息等方面谈了自己的见解，并将“当我们卷着裤脚在雨中跋涉的时候，经受暴雨考验的不仅是下水道，还有企业的管理水平”作为言论的落脚点，达到了深化主题的效果。这个言论很快被中国航天报社的编辑采用。

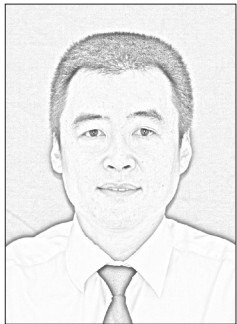
（下转第22页）

言论的“6S”

□ 王宇

航天新闻
工作通讯

评论写作



言论是发表意见和议论的一种文体，由论点、论据与论证三要素构成。它和菜肴一样，都需要既好吃又好看，它们的形成过程也是异曲同工，都有收集、取舍、整理、加工等工序。笔者现结合自己两年来的学习实践，谈一谈言论的6个“S”：

论点的“识”与“时”

写文章讲究“意在笔先”，“意”的产生，需要“识”的积累。要想写出一篇好言论，第一位要保证立场、观点、态度的正确性。这需要作者注重日常学习，既要关注中央精神、国家政策、国际形势以及行业动态等大环境，又要关注企业科研生产、管理改革、质量安全等小环境，通过对当前形势的全面认识和深刻认识，拓宽眼界，把握发展脉络。

好比要做好一桌菜，平时就要经常去菜场、超市转转，了解一下都有哪些食材在销售，各类食材的营养、味道、禀性又有什么不同，这样才能保证荤素搭配，色香俱全。

有了“识”的积累，就要讲究“时”。这好比烹饪菜肴，虽然反季节菜可能会给人以惊喜，但往往味道与营养都不如时令菜。言论写作也是一样，一定要关注“时令”，突出时效性，在审时度势的前提下选观点、选热点，选焦点，把中央、上级的新精神，职工群众的新需求，企业管理的新问题，都及时体现在言论中，做到有的放矢，这样才给读者以“及时雨”的感觉。

论据的“拾”与“适”

论据是论点的证明材料，通常有事实论据与道理论据之分。不论是哪一种论据，作者首先要学会“拾”，根据论点开展论据的收集。这好比确定了菜单，然后到菜市场照单买菜，而原材料的优劣，直接决定了菜肴的品质。只有论据收集充分了，才会挥洒自如，一气呵成。

在互联网时代，论据的收集并不困难，检索一下，成千上万，但正是因为数量过大，对论据的挑选反而更为重要。

在挑选过程中，一是要把握真实性，最好是引用原文，且不能断章取义；二是要保证典型性，即论据应具有广泛的代表性，使用后能够引起读者的认同与共鸣；三是要注重关联性，即论据的主题能够支撑论点，而不是牵强附会，离题万里；四是要关注时代感，最好使用当前媒体普遍关注的新闻事件，尽可能做到弃旧用新，厚今薄古。

言论这种文体，讲究短小精悍，通常就写“是什么、为什么、怎么做”，而且“怎么做”往往是文章的重点，所以论据在文中的篇幅比例不宜过长，避免论据掩盖论点。

因此对于挑选好的论据，还要进行深加工，要学会取舍，通过高度概括，使它“适”，适用于言论这种文体。这如同把青菜买来后，不是直接下锅，而是先去除老皮，择尽根须，洗净泥沙，使用最可口的精华部分。

因此行文前，作者要对论据进行提炼，去芜存精，从中提取最本质、最核心的内容。同时，论据也不宜过多，通常不超过两个，这样才能把读者的注意力集中到论点上。

论证的“是”和“饰”

言论是一种说理文，通过摆事实、讲道理、辨是非，来确定某观点正确或错误，树立或否定某种主张。因此，在

论证时，应该观点明确、论据充分、语言精练、论证合理、有严密的逻辑性，尤其是要注重态度的鲜明性。

这就好比一道百味杂陈的菜，也许营养丰富，但肯定算不上可口。一盘好菜，是要糖醋味，还是麻辣味，是要清淡的，还是浓烈的，总之是要有所侧重。

因此言论不仅是论点要鲜明，论证过程的用词也一定要鲜明，赞成什么，反对什么，千万不能模棱两可，含糊其辞。

文似看山不喜平。要把一篇言论写成功，即使论点新颖，论据充分，但如果写成面孔模糊的老生常谈，或是轻描淡写的泛泛之谈，还是会影响文章的吸引力和战斗力。

这好比把同样既新鲜又充足的食材，分别交给手艺高超的厨师和初入厨房的家庭主妇，大厨总能通过对火候、下锅次序、佐料比例的控制，让同样的食材更加美味。

因此写言论，无论是立论还是驳论，都要在“饰”上下工夫。首先是构思一个好题目，力求醒目、鲜明、简洁、别致，有了一个好题目，一篇言论就成功了一半；其次是要开个好头，力求三言两语就能切入正题，引入本论；再其次论述忌平淡，要适当运用比喻、排比、反问、设问等修辞手法，并保证段落过渡自然，使文章浑然一体；最后是结尾的写法，既不能草率收笔，又不能拖泥带水，要响亮有力，发人深省，呼应主题。

（作者单位：中国航天科工集团公司四院万峰公司）

收集运用典型材料是撰写言论稿的关键

□ 杨世杰

航天新闻
工作通讯

评论写作



近几年，我在《中国航天报》上陆续刊发了几十篇言论稿，言论稿一跃超过新闻稿，成为第二职业爱好。

说起撰写言论稿来，还有一段小故事。2009 年底，我从《内蒙古日报》上看到一篇杂文，文章针对当时中国市场上许多品牌商品及多个城市水资源被外国公司收购、垄断的事实，进行了深刻地剖析和鞭答，尤其是文章中关于“中华牙膏”已被外国公司收购、成为外国货的披露，令人惊叹。

于是有感而发，撰写了《从中华牙膏不姓“中”说起》一文，投给了《中国航天报》。很快，该稿见报，并接到了当时版面编辑的电话鼓励与指点。由此，消除了一直根植于脑海中言论稿是高、深、精、专的胆怯，在继续从事新闻写作的同时，开始涉足以前不敢介入的市场经济、企业改革创新类的言论写作。

此类言论撰写首先应从哪方面着手呢？后来，被航天报社的老编辑一语指破迷津：首先应从书报中关注、收集当前的市场走向信息、资料，尤其是有关企业市场开发、改革创新、转型升级方面的典型材料。典型材料可以是正面的，也可以是反面的。正面的典型材料可以使人效仿学习，反面的典型材料可以使人引以为戒。

例如从《人民日报》上看到长篇通讯《创新才有话语权——从格力电器看传统制造业转型升级》、《格力电器：无诚信不前进》、《“千亿格力”实干造就——解码中国首家千亿级专业化家电企业》3 篇文章后，经过思考沉淀，联系航天企业状况，先后撰写了《以“放蛇行动”强化质量监督》、《诚信是企业的底线》、《深耕细作在行业中才有话语权》3 篇言论稿，全部被《中国航天报》采用。

由此可以看出，信息、材料在言论稿撰写中，不仅是撰稿的依据与素材，也是言论稿观点形成的依据。没有典型材料作基础，尤其是市场经济、企业类的言论稿，就会成为想当然的、不符合客观实际的空虚之文。这样的文章一是吸引不了

读者的眼球，二是起不到让人效仿学习、引以为戒的作用。

当然，在选取、引用材料中，要将“丰富的材料加以去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里地改造制作”。这种工夫下得越大，所选择的材料就愈准确、愈典型，最后形成的观点就愈正确、愈深刻。

实践证明，这个沙里淘金的材料精选过程十分重要。如果材料不准确可靠，观点就站不住脚；如果材料不典型，观点就缺乏说服力。

如毛泽东在《别了，司徒雷登》一文中，为了证明中国人民有骨气这一论点时，引用的材料是：“闻一多拍案而起，横眉怒对国民党的手枪，宁可倒下去，不愿屈服。朱自清一身重病，宁可饿死，不领美国的‘救济粮’。”闻一多、朱自清均是当代民主人士中具有代表性人物，他们的身上又集中地体现了中国人民宁死不屈的反美爱国的斗争精神。选择这两个典型作为论据，有力证明了上述的论点。

这证明，只有材料准确、典型，才能深刻揭示事物的本质。这也就是为什么铺天盖地的广告人物，都是明星、名人的道理。

关注、收集材料的眼界要宽、要专，还要摘抄留存。《杂文报》是全国唯一一份专门刊发杂文类的报纸，也是一份激浊扬清、针砭时弊、实时披露国内一些不良风气的省级报纸。该报纸不仅是笔者三十多年不离不弃的良师益友，也是一份时时触发笔者思想灵感的“小精灵”。

如2013年12月，该报刊发了《扁鹊三兄弟防病治病的启示》一文，笔者看后十分欣赏，便剪贴下来。今年安全月时，笔者根据扁鹊的言行撰写了《安全生产需要“扁老大”式的“医生”》一文，投给《中国航天报》，予以刊发。

在自费订阅《杂文报》等报刊的同时，笔者又与2014年订阅了去年试刊、今年刚刚发行的《企业观察报》。

这些报刊不仅开阔了笔者的视野，也给笔者撰写言论稿提供了大量思想灵感和新鲜的素材。因此，对阅读后感觉有用的材料，一定要摘抄下来、剪贴下来。好记性不如烂笔头，记下来经常翻翻，说不定哪篇文章就会使你联想到当前的某项工作，触发你的写作灵感。

其次是撰写言论稿应紧密联系当前实际，尤其是应联系所在单位的实际。

如笔者近期在《中国航天报》刊发的《后市场营销延伸增值服务》，就是根据三一重工集团公司从前端市场向后端市场，即售后服务市场过渡转移、提升企业增值的典型事例，联系航天科工集团公司当前开展的“两个工程”，尤其是民用产业不注重后端市场服务一事撰写而成的。

总之，在撰写言论稿中，应以典型材料作引子，以所论述的主体为对象，以鲜明的观点为统领，让观点与材料统一，让材料为观点服务，如此，才能撰写出一篇有观点、有事实材料的、让人可信可读的文章。

（作者单位：中国航天科工集团公司六院，本报特约撰稿人）

编者按：在全国质量月暨航天质量月到来之际，航天报社举行了以“发生在我身上的质量差错”为主题的征文活动，深刻剖析问题，总结经验教训，以进一步加强质量意识，促使自己更加严谨细实地开展工作，提升工作成效。现选登有关采编人员的质量征文，供广大航天新闻工作者参考。

一期报纸期号出错带来的警示

□ 王娟

虽说讲求“质量”无领域之分，但对我来讲，高度的质量意识的养成还是进入航天开始的。

在中国航天报社工作几年中，在采写、编辑过程中犯过不少错误，庆幸于自己的自查习惯和报社严格的审查程序，这些错误大多没有见诸报端，但印象中也有一次说小也小、说大很大的质量问题出现——把一期报纸的期号写错了。在我心里，这是一起值得警醒的质量事故。

众所周知，一版是一份报纸的“门面”，一版上出现错误影响更恶劣，重则会使报纸的形象和名誉受损，因此一版编辑要更加严谨细实，当好版面“把关人”。

回想那次期号错误，主要有两大原因，一是自己的质量意识还不够，犯了马虎、麻痹、大意的毛病；二是审核不严，检查存在死角，忽略了报头位置。这个问题虽不是稿件“硬伤”，但如果没有发现及时，其他编辑照着错误的期号延续下去，后果将非常严重。

出现这个质量问题后，我进行了深深的自我反省，并从此开始培养更认真细致的自查、复查习惯：每个版面都从

报头到标题、从正文到标点认真自查，版面签版后再在大样浏览里复查一遍。这样虽然多耗费了时间，甚至有“强迫症”的嫌疑，但确实对堵塞质量漏洞、避免质量问题产生了有利影响。

在航天领域工作，受航天质量文化熏陶，相信每个航天人都有自己的质量观。在经历了自己和别人的一些质量事故后，我认识到，质量无小事，再严格也不为过，要始终紧绷质量这根弦，力求一次把事情做对，甚至需要用型号工作“零缺陷”的要求自我加严。而一旦出现了差错，也可以用“归零”和“举一反三”的措施，找到问题根源，杜绝同类错误再次发生。

其实，对于一份报纸而言，谈到质量，仅仅避免低质量问题是不够的，还要着力于塑造高质量的文章，这里的“高质量”体现在文章的扎实度、信息量、可读性等多个方面。高质量文章的产出需要记者和编辑的“双精品”意识共同推动，需要新闻生产线的各个环节一起努力。只有高质量的文章刊登于版面，报纸的权威性和影响力才能真正得到提升。

（作者为采编二部主任助理）

心中有质量 笔下千斤重

□ 崔恩慧

2013年下半年，入职一年、只有半年报纸四版副刊编辑工作经验的我，或许是因为工作起来还算吃苦耐劳，成为报社的一版编辑。

一版，是一张报纸的“脸面”，对政治性要求很高。接过重任，身为“菜鸟”的我，内心诚惶诚恐，做版如履薄冰。

版面上出现的人名是否核实？领导的职务、排序是否规范？稿件中的用词是否规范？版面图片与文字内容是否一致？

……

我按照报社采编规范，结合前辈们的编辑经验，在进行报纸编辑时一遍又一遍地检查着版面上的每一个细节。

之前，听说了很多编辑尤其是一版编辑易踩“地雷”，也旁观过一些编辑工作中出现的质量问题，但那些都是“别人的故事”。直到有一天，故事发生在我自己的身上。

2013年年底，我担任一版编辑接近半年的时间，已经渐渐“找到感觉”，工作变得游刃有余起来。都说“淹死的都是会游泳的”，在编辑工作中，越是较长时间没有出现质量问题，编辑越容易麻痹大意，而此时是最危险的时候。

12月9日，我国在太原卫星发射中心用长征四号乙运载火箭发射中国与巴西合作研制的资源一号03星，火箭飞行过程中发生故障，卫星未能进入预定轨道。10日，我在编辑11日报纸一版时，按照规定使用了新华社在网站上发布的通稿。

新华社这条关于“资源一号03星发射失利”的快讯只写了日期，没有月份。但是，根据本报规范，我需要在“9日”前面加上“12月”。也许是疏忽，也许是心情低落，我竟鬼使神差地在版面上敲出“11月”的字样，让“资源一号03星发射失利”整整提前了一个月！最可怕的是，在后期校版过程中，出于自信和对新华社通稿的迷信，我竟然一次又一次地放过了这个“11月”。

第二天报纸印出来，立马有热心读者致电报社：“你们的消息里有个月份打错了！”原来，很多老航天人有收集型号发射消息的习惯，对消息中的一字一句都倾注了极大的感情。由于自己的大意，让他们的收藏品中出现了瑕疵，也使我们报纸声誉受到影响，我羞愧难当。

报社领导体恤我那段时间做加版，多个版面并行推进，极度疲劳，没有对我“穷追猛打”，只是语重心长地对我说：“咱们以后还是要小心，火箭失利，文字不能也失利。”

我感谢领导的理解和宽容，然而时至今日，却始终过不了自己心中的那道坎儿——文字差错白纸黑字地记录在那里，无论日后用千万倍的努力都无法抹去。在历史的隧道里，它们像刺一样映入眼帘，提醒着我们新闻工作者：心中有质量，笔下千斤重。

（作者为采编一部编辑）

新闻工作要质疑，还要更细致些

□ 黄琦

航天新闻
工作通讯

采编质量专题

2012年6月，神九任务期间，我有幸参与报道任务，被安排在北京航天飞行控制中心采访。此次任务最大看点是航天员刘旺的手控对接环节。在报道策划中，我们明确了一点，那就是利用这次机会，冲击中国新闻奖。

为了写好《中国全面掌握交会对接技术》，之前，我专门研读了一些中国新闻奖消息类作品，回忆《人民铁道》报副总编辑毕锋、《中国铁道建筑报》总编辑朱海燕做客报社讲解冲击中国新闻奖的经历，从中受到很多启发。而且，我查找了很多背景资料，美苏交会对接的技术背景、当时的科技大事件等，然后一点点“剥洋葱”，探寻这次宇航活动的核心意义是什么，读者最想看到什么，如何在千字容量中巧妙地装进更多的信息量，如何学着优雅行文……

经过一番努力，一篇让自己还算满意的消息出炉了。2013年9月的一天清晨，手机收到来自报社领导的祝贺短信，《中国全面掌握交会对接技术》入围中国新闻奖消息类二等奖，进入公示阶段。当时，我激动极了，既为单位争取了一份荣誉感到高兴，也为自己的努力有所收获感到欣慰。

几天后，报社传真机上出现了产业报协会发来的申诉通知，让形势急转直下。原来，在公示阶段，业界专家对文章中有这么一句话存疑：至今，全世界已进行交会对接活动300多次，发生故

障17次，故障率超过8%。17除以300约为5.7%，何为8%，是不是笔误？请申诉。想不到一个数据成为这篇稿件的“死穴”。

为了做好申诉工作，报社领导帮忙找航天专家出面解释，奔赴中国记协争取评委支持，商议申述材料的修改，其中的费心费力程度可想而知。

申述材料递交后，经过1个月的等待，最终结果是从二等奖降级为三等奖。

事到如今，这个结果既重要，又不重要，但教训值得每位同行吸取。

其实，8%这个数据是来自国内一家权威广播媒体。在写稿时，我也发现这个数据有问题，但认为来自权威媒体，便没有采取有效措施进行处理，要是当初咨询一下航天专家，或者干脆删掉“故障率超过8%”，也不至于出现后来的问题。根源还是自己的疏忽、麻痹。

这一深刻的教训告诉我们，第一，记者不应轻信权威，要有质疑精神，善于发现问题、善于解决问题应该是新闻工作者的基本功。今天的新闻就是明天的历史。如果将带着问题的新闻发表在报端，我们就将成立历史的罪人。

第二，新闻工作必须细致、再细致一些，才不至于让心血付诸东流。一篇文章刊登于报端，要消耗采编人员许许多多的智力、心力，要是因为疏忽导致重大差错，那真是记者心中永远抹不掉的痛。

（作者为总编室主任助理）

双引号在标题中的妙用

□ 游本凤



一条好的标题，或者比较醒目的标题，经常要用到双引号，它能起到多重作用，如对冗长的词语进行简缩，正话反说或反话正说，一语双关或一箭双雕，以此来引起读者对标题和文章的关注。所以，高明的编辑在做标题时，往往很注重巧用双引号的关键词，以达到良好的效果。

如以2013年7月3日《中国航天报》四版上刊登的《神十归来开舱“稀世珍宝”下凡》这条标题为例，其中“‘稀世珍宝’下凡”一句，笔者认为就做得比较出彩。众所周知，所谓的稀世珍宝，一般是指世间非常稀少非常珍贵的东西，如出土文物一类。而神十的搭载物品，说它是稀世珍宝吧，似乎不是；说它不是稀世珍宝吧，好像又是。毕竟是经过飞船搭载从天外归来的，不应该排除其珍贵性和稀有性。正是这样一个只可意会、不可言传的词语，用一个双引号，解决了它的属性问题。我想，这就是双引号的巧妙运用。如果标题中的稀世珍宝不打双引号的话，那倒反而让人一头雾水了。

《中国航天报》今年8月8日二版上有一条《“民转军”助火箭可靠性提升》的标题也是编辑动了脑筋的。过去我们总是说军转民，而这里怎么一下子冒出了一个打引号的“民转军”？对于读者来说既产生了疑问，又有欲读文章一探究竟的冲动。

还有9月10日的《上海航天》一版头条标题《金牌火箭再展雄风 卫星入轨“箭”立奇功》，就是一则巧妙借用谐音和双引号的作用，变通俗的建立奇功为“箭”立奇功。

类似的例子还有不少，如前不久上海的《解放日报》头版上刊登的一篇言论文章的标题为：《不能“放风筝”不要随风飘》。笔者以为“放风筝”打了双引号就很能吸引读者。因为广大读者和笔者一样，都很想知道“放风筝”究竟是怎么回事？通过读了这篇文章，才知道作为一个共产党员必须要有自己的立场和观点，明察真情，绝不能当风筝，随意迎合，随意盲从，就像风筝一样随风飘荡。我想，通过这则双引号标题的引导，使得读者认真读报，并引起思考，这就是编辑做标题

的用心之处。记得那期报纸还有几则双引号标题也做得很好，如第二版上《大飞机“新版图”推进产业集聚》这则标题，读者一定会对大飞机“新版图”感兴趣。中国商飞总装制造中心落户上海浦东，使浦东成为名副其实的“大飞机重镇”，广大读者很想知道“重镇”里的新闻。通过读报，读者在了解中国商飞公司上海规划建设方案的同时，也基本上知道了大飞机“新版图”的主要内容。还有第六版上的头条新闻《“殿堂”味淡“广场”味浓》这一标题也做得有滋有味，让人玩味良久。确实，文艺演出既有殿堂高雅的，也有广场普及的，“殿堂”与“广场”的关系是辩证的。但正因为群众性文化活动姓“群”，它在既不排斥阳春

白雪的同时，更需要下里巴人。把文艺演出送到群众的“家门口”，让群众性文化活动广场化，这是广大市民举双手欢迎的。“广场”味浓，点出了文艺要贴近群众、贴近生活的真谛。

其实说穿了，双引号只是我们常用的一种标点符号而已，而要让双引号里的内涵出彩，做到“语不惊人死不休”，那要看各位编辑、记者驾驭语言修辞的能力了。试举一例，《解放日报》体育版曾做过这样一条标题：《“多慢司机”开快车，主帅多曼斯基使中国女足面貌一新》。编辑利用多曼斯基谐音，巧妙地做出“多慢司机”标题，不得不让人佩服如今的“标题党”太有才了。

（作者单位：八院《上海航天》）

（上接第13页）

篇幅要短小精悍

言论稿件一般又称“小言论”。“小言论”一是要篇幅“短小”，言简意赅、干净利落，力求做到准确、精练，特别要防止观点含糊、重复、分散，防止表述粗陋、不简练。这样的言论才具有感染力和说服力。

二是要观点“聚焦”，就像打靶一样，要射中靶心，不可分散。这样的言论才能导向鲜明、事理清晰、简洁有力、发人深省。

2013年年底，党的群众路线教育实践活动开展得如火如荼。各单位聚焦“四风”问题，通过多种形式广泛征求基层意见，倾听基层和一线心声，着力抓好意见征集落地。我结合实际撰写了一篇

《冲刺年终工作谋划明年应坚持“群众路线”》的言论，近600字。文中，我聚焦群众路线，紧紧围绕企业经营管理工作，从坚持群众路线有利于团结冲刺、有利于科学谋划两个方面进行了阐述。这个言论角度新，语言平实平和，说理实在，又以情感人，很快就被报社采用。

记得新加坡一位作家说过：“人世间的许多现象，我们可以用肉眼看得一清二楚，但是，蕴藏在这些现象背后的意义，却需要我们用心眼细细地体会！写作人能够从一颗砂砾里看到整个的宇宙，靠的便是这一双心眼。”人生处处皆学问。只要我们用心、留心，就会有写不完的言论题材，就会写出好言论。

（作者单位：中国航天科技集团公司七院）

三次失败的采访经历

□ 李庆华



采访是新闻的基础、报道的依据，其重要性不言而喻。可以说，采访的质量在某种程度上决定新闻稿件的质量。作为一项基本功，记者除全面了解采访的含义、重要性、种类等知识外，还应熟练掌握采访的基本原则、基础方法和相关技巧，才能较好地完成各项采访任务。

作为基层企业的公司报宣传员，几年来，笔者先后采访过公司领导、部门负责人、科研生产一线职工等近百人。这其中有一些成功的经验，但记忆最深刻的是三次失败的采访经历，现交流出来，希望能对其他基层企业的同行有所帮助。

地点选择不当造成采访中断

在采访准备工作中，可能一些人不会过多考虑采访地点，认为采访地点的选择对采访影响不大。笔者认为，合适的人、合适的问题、合适的地点，是采访成功的保障。

刚成为公司报宣传员不久，笔者去采访一名通过技术革新较大幅度提高生产效率、降低制造成本的工人。在采访之前，笔者做了多项准备工作，对产品的技术要求、以往生产中的技术瓶颈、技术革新的原理等，都做了较为全面的了解，并列好了详细的采访提纲。

得知笔者的来意后，该车间比较重视，特将采访现场设在办公室，并由车间领导陪同采访。或许因第一次接受采访，或许因采访形式过于正式，或许因部门领导在旁怕答错问题，该工人紧张得满脸通红，问一句答一句，答话比笔者的问话还少。尽管笔者努力以朋友聊天的轻松方式来提问题，坐在旁边的部门领导一再鼓励，但情况仍未改变，采访只好中断。

在总结采访失败原因后，笔者第二次将地点选择在无人的职工休息室，并以“独访”方式对他采访。这一方法起到了良好的效果，他显得很放松，主动与笔者聊起了他的工作性质、当初开展技术革新的想法，并与笔者分享了多次试验失败后的

辛酸和成功后的喜悦，使采访取得了成功。

从这以后，笔者在采访准备工作中，都会将采访地点的选择作为一项重要内容进行考虑，并根据所采访对象的身份、职业、习惯等选择不同的采访地点，取得了较好效果。

现场观察不细造成稿件失实

对以报道企业科研生产为主的基层宣传员来说，现场采访的次数占了绝大多数。如能仔细观察现场并在稿件中加以应用，稿件的现场氛围、生动性、可读性可能会很好，但这对基层宣传员的要求较高，特别是对其现场观察力更是一种考验。如观察不细致，就可能出现相关问题。

两年前，笔者在对一名钳工技师进行现场采访后，完成了稿件的写作。为展现他高超的装配技能，笔者对他装配某产品的过程进行了细节描写。当稿件发表在公司报纸上后，这名技师和几名工艺人员先后来电话指出稿件失实。

原来，这名技师是左撇子，在生产操作时和一般人不同，同时，稿件在对生产细节的描写中，颠倒了两个装配工序的先后顺序，如按稿件中描写的顺序装配，将严重违反工艺。

原本想通过细节描写提高稿件的生动性，没想到却弄巧成拙，造成稿件失实。究其原因，就是我在现场观察不细致造成的。

忽视审核环节造成工作被动

对承担多项研制任务的企业来说，各项任务的特点、要求，各产品的工序、流程，各部门的职能、业务等均不相同。作为企业的宣传员，尽管对企业综合情况有一定了解，但未必全面和详细，这就要求记者根据所采写稿件内容进行多环节的审核，以免造成工作被动。

有一次，笔者在得知公司与某客户就相关产品签订千万元合同后，第一时间对相关人员进行了较为全面的采访，完成的稿件经编辑审核后及时发表在了公司内网上。

市场部门领导看到稿件后在电话中告知，稿件中将产品套数和合同金额同时报道出来，极有可能泄漏公司商业秘密。因为用合同总额除去产品套数，就会得出每套产品的实际价格，如被竞争对手知悉，无疑会给公司市场拓展工作造成被动。

得知此情况后，我立刻通知编辑将稿件从内网上删除。幸好发现及时，没有造成多大影响。不难想象，如该稿件刊登在公司报纸并下发后，会造成什么样的被动局面。

这件事时刻提醒着笔者，采访完稿后，一定要根据稿件的内容，主动请被采访人、被采访人所在部门，或相关业务主管部门对稿件进行审核、把关后再投给编辑，避免相关问题的出现造成工作被动。

（作者单位：061 基地航天风华公司）

由“博士班组”的宣传浅谈典型选树

□ 薛英民



今年8月份，五院“空间控制博士班组”作为中宣部选定的弘扬社会主义核心价值观先进典型，被《人民日报》、新华社、中央电视台等十余家中央媒体予以集中报道，有力提升了该班组的社会影响力，树立了502所、五院，乃至集团公司青年科技工作者的良好形象，同时也掀起了“博士班组”宣传的新高潮。

回顾2011年以来该专项宣传的历程，我感觉有关典型选树有很多经验值得总结。作为全程参与“博士班组”宣传的人员之一，现结合自己的感受浅谈几点有关典型选树工作的看法。

有成绩，满足群众性、典型性和时代性要求

所谓“有成绩”，指要有拿得出的成果，有过人的本事，这是树为典型的基础，也是典型能否服人、让人接受及能否为别人所主动学习的关键。空间控制博士班组作为有着30多年在航天前沿摸爬滚打经验的老班组，有成绩一条自然满足。

以成绩为基础，典型还必须有“群众性”，因为“从群众中来”的先进典型才更容易实现“到群众中去”，只有来自群众才对群众有更强的亲和力，典型所具有的品质、精神才能更容易在更广泛的群众中传播和认同。博士班组其实质也就是502所研发中心的一个普通班组，和航天领域千百个班组一样劳累、辛苦，所以“群众性”是满足的。

至于“典型性”，选树典型的目的主要是通过树立典型来树立榜样和示范，使组织前进有方向、赶超有目标，同时，弘扬时代精神和展现时代风采，所以作为学习的标杆和时代的代表，自然需要具备广泛的代表性和典型性。

“博士班组”至少从三方面满足了“典型性”的要求，首先是行业特点。航天是国家科技实力和国企形象的重要代表，受到全国人民的关注，很大程度上载有全国人民的期望和祝福，所以，从提升国家实力角度看具有“典型性”。

其次是班组内年轻人居多。青年人是“八九点钟的太阳”，祖国未来的希望寄托在他们身上。当前，社会环境需要有意愿地展示青年一代，尤其是青年高知群体的风采和能力，为社会注入希望和正能量，所以，从未来发展的角度看具有“典型性”。

最后是岗位特点。从大了说，习近平总书记在2014年国际工程科技大会上提出了“创新驱动发展战略”，“博士班组”就是一个以创新为主要特色的研发班组。从小了说，社会也需要一批解决“如何推动研发工作”方面的经验和方法等。所以，从推动当前工作角度看具有“典型性”。

“时代性”更是典型选树的一个最根本要求，“先进典型”代表着一个时代的诉求和期望，反映的是时代的新风貌，传递的是正能量，目的是促进形成昂扬的风气。

从另一角度看，每一个重大典型都是为回答某一问题而选择的，笔者认为“博士班组”主要回答了以下几方面问题，一是当代青年人还行不行？博士班组青年立足岗位，默默奉献，为国家重大工程作出了突出贡献，说明当前的年轻人不是“垮掉的一代”，依然行。

二是现在的博士还行不行？“博士班组”集中了一批高学历人才，几年甚至几十年如一日，干坐冷板凳，埋头搞科研，说明现在的高知人才依然在求是、创新、协作、拼搏。可以说，“博士班组”之所以被选中宣部宣传的典型，因为其多方面特质契合了时代要求，其精神、

品格无不体现着实现中国梦和航天强国建设的时代新要求。

宣传典型：有策划、有尺度、有节奏

典型的宣传是典型选树的关键和最根本环节，也是典型能否树得起、树得高、树得久的关键。回顾“博士班组”的宣传环节，我认为有策划、有尺度、有节奏三者缺一不可。

凡事预则立。典型宣传也一样，需要事前有策划，要对典型本身有系统的、深入的认识，梳理亮点，总结精神，提炼品格，要对选其为典型的原因，结合时代要求作出正确、恰当的分析和定位，突出其时代内涵、时代意义和现实价值，这是保证后续宣传工作系统性和节奏感的基础。

拿“博士班组”来说，在推出该典型前，有关人员就在主管所领导的带领下对班组进行了系统的梳理，集中梳理了其历史、成绩、人物代表、文化等，找出了其身上所体现的爱国、敬业、创新、拼搏等具有时代感的特点等，并就后续宣传中相关媒体资源和人员等也进行了梳理和分析，在此基础上，502所才启动了第一轮宣传工作。

对于典型宣传的“有尺度”，即要求做到实事求是。不可否认，典型的宣传是需要“包装”的，但不能过，不能把无说成有、把小说成大，在“博士班组”的宣传实践中，笔者理解“有尺度”可以从以下两方面把握，一是避免“大而

敢啃硬骨头的年轻航天人

——记中国航天科技集团公司五院“空间控制博士班组”

□ 新华社记者 张辛欣

编者按：
近日，为做好社会主义核心价值
观优秀人才典型系列宣传报道工作，
由中宣部统一部署，人民日报、新华
社、中央电视台、中央人民广播电台等
中央媒体集中对中国航天科技集团公
司五院502所空间控制与工程控制学
科带头人进行了专访。

本报愿将新华社对博士班级的报道全文转载,以昭信实。

研制出这正室附近地航翼“神五”、“神六”、“神七”与“神八”的交会对接、完成我国在月球的首次软着陆及月面巡视勘察的探月任务……在我航天领域内,取得这些举世瞩目的成就,都靠不开一个正族——工航天科技

然而,却又想想,这个“37岁成员组成的团队”平均年龄仅35岁。年轻团队何以在浩瀚星空一展视如虎豹的雄图?在航天领域竞争,离不开

“改行在替头,能治歪理”这10个字

敢啃硬骨头

航天器的控制系統就猶如人的大腦，水平高低決定着整個航天器的能力水平。博士劉科所承擔的恰恰是這個系統中的核心自主研究與設計。

飞船着陆、月球探测、深空探测、空间交会对接,他们面临着太多个“第一次”,“大多是从未涉足的领域”,“每一项挑战都是全新的”。在航天领域,如

如果一个航天器的冗余率超过30%，则会被认定为设计存在较大风险。但在他们负责的项目中，有很多都超过了这个指标。特别值得一提的是陆剑，他

“必须确保万无一失，首战必胜。”

有知识又搞不清楚原委的现象时,他们都会将仿造图打印出来一张张对比

和害,往往会上当次的仿效试验,因为在那设计模型中,某个参数的标准,竟能大到十数点四二位,为了赶项目进度,教学上只好常作……

三是因为这批航天员,要一直担负起我国的一系列航天器研制任务,为我国重大航天工程的实施奠定基础。

“重要的骨头，也都会交给我们。”王鹏基话语中透射出自信。作为二种升级版月球采样返回、空间站等重大项目的首席系统总师，他正带领团队为中国的航天事业保驾护航。

能坐冷板凳

从月球探测到空间交会对接,当人们为这些重大工程的成功欢呼时,鲜有人知道,瑞士班组对它们的动员和攻关历经一舍倍之久。因为这不仅

要在解兰镇域开垦出一条新路,还要在土种实施的十几里就开始对地形

2013年12月14日是团队每个人一生铭记的日子。这一天,徐继忠、成永碧、马球、王雁基也长长舒了一口气。

“当时就参与黔院二线的任务,所有的根人和感情都在这里了。现在每天会经常梦到那里去,因为上

“有我们的东西在。”朱永校早从事炮
战三号弹月任务攻关和研制的人员，
从厚温作机，从方温论理，再到波六路
三，每一阶段都留下了他的汗水。

三激堂告诉记者,他一直在一个位置做着一样事,经历了太多次试验失败,还是坚持“挖米虫”,就是因为相信肯定有苦尽甘来这一天。

“在总结十余年奋斗时，我们无例外地用了‘奋斗’二字。既然选择岗位，就要承担国家的眼重。”不回避

說。(下卷二集)

第二轮是 2012 年，以班组获评“工人先锋号”为契机组织了命名仪式，并在《中国航天报》等多家媒体上予以了宣传，博士班组代表陆续参加了几个大的活动和会议，为系统内外更多的人所知晓。

第三轮即今年8月份十余家中央媒体对“博士班组”的

，502所也通过微信等新媒体努力宣传的效果，使班组走出了航天，走向全国。为保持先进典型的热度，除宣传外的其他时间，502所还积极申报集团公司金牌班组、参加全总评选等为契机进行了适时的宣传。

发现典型和宣传典型是有先的，即各级领导的认可和支持，不可少的组织保证和资源保证。“博士班组”来说，由于其特殊的、典型的创新特点、鲜明的成就，502所选树其为典型顺利地得到了五院、集团公司、全国中华总工会相关领导也给予高度认可。在各级领导的关爱下，“博士班组”才一步步“高大上”有幸被选为了中宣部的宣传典

大型选树是一项系统工程可能稍复杂，但确实涉及方方面面，其中有许多值得总结，为做好“博士班组”宣传，笔者对前期的班组宣传工作作此小结，抛砖引玉，仅供参考。

者单位：中国航天科技集团公司

全”，从不同的角度看，每个集体都有自己的特点和优点，但都不是完美的，所以宣传中不能追求大而全，大而全的宣传往往失之特色，这其中就要把握尺度，要梳理出具有时代特点，顺应时代要求的方面予以突出。

二是不要“乱拔高”。先进典型必须真先进，对于可塑性不强、经不起时间检验的所谓典型决不可贸然选树，更不能带病选树。宣传中更要本着真实、公开、透明的原则挖掘事迹、提炼精神，不要把别人的挪作自己的、一次的说成经常的、团队的说成个人的。

在“博士班组”的宣传中，审稿人员就始终把握“谦虚谨慎”的原则，有一说一，修正了许多为突出事例的典型性、代表性而稍被拔高的部分。

所谓“有节奏”，即要做到有张有弛。典型的选树是一项长线作业，正可谓“好事不出门，坏事传千里”，树典型宣传的当然都是好事，所以不能追求一蹴而就，和奢望典型的一夜成名。“博士班组”的宣传经过了三轮，第一轮是2011年底，主要在五院《神舟》报上进行了连续多期的宣传，算是在院内为大家所熟悉。

航天新闻
工作通讯

基层园地

把小事变成大事

——《绝不能迈过577元这道坎》采写回顾

□ 邓顺英

今年5月29日,《中国航天报》二版头条发表中国航天科工四院红峰公司发来的《绝不能迈过577元这道坎》一文。这篇1600多字、看似平常的稿件,却掀起了不小的波澜——它成为班组成本工程实践的典型案例,把一个普通的班组长送上航天科工大讲堂,使刘培峰成为首位走上大讲堂的班组长。

稿件发表没过几天,领导让我再去采访稿件里的新闻人物刘培峰,帮刘培峰写成本工程实践经验介绍材料,并强调说,这是集团公司董事长高红卫的指示。原来,高红卫董事长从《中国航天报》上看到这篇稿件后,要求在科工集团推广刘培峰班组的成本实践经验。

这是对稿件的充分肯定,我很高兴,也很是意外。因为,这篇稿件在发送之前,曾在公司内部引起了激烈的争论。

年初,在航天科工2014年工作会提出推进航天防务产业成本工程和民用产业价值工程要求,这肯定是今年宣传的一个重点,为了抓住新闻,搞好宣传,我先学习“两个工程”的文件精神,专门找到《成本工程》一书学习,同时寻找新闻线索。

刘培峰是全国技术能手,公司命名班组,这是公司的宣传重点,我经常去给他们班组挖掘新的线索。我了解到刘培峰班组在搞“包干”,就是基本工资由公司发放,奖励靠自己挣。一套产品核定价格为577元,节省的是自己的,超出了577元就要赔本,产品交不出去,也就没有奖金。

学习培养了新闻敏感,我觉得这是成本工程的一种,按书上的说法,应该是目标成本管理。经过深入采访,我发现,刘培峰班组虽然没有正规地学习过成本工程理论,但他们所做事情,都与书中成本工程理论相匹配。如全员成本管理、数字目标量化、流程创新、成本激励等。

班组是企业的细胞,只有班组动起来,公司的各项管理才有落脚点。刘培峰班生产工序涵盖组装、测试、调试、各项试验及产品售后服务工作,是全工序、流水线生产的加工型班组。虽然是班组,是小麻雀,但五脏俱全。这个功能性全的班



敏锐的捕捉 理性的思辨

□ 刘淮宇

航天新闻
工作通讯

作品点评

2013年9月，为期5天的第64届国际宇航大会在北京举行，这是国际宇航大会时隔17年重回中国。本报记者深入世界各国航天巨头云集的国际宇航大会会场，通过细致采访、精心梳理和深入思考，

写出了《航天国际合作：有难处，更有期待》一文。该文荣获2013年度中国航天报社好新闻一等奖，获得广泛好评。仔细品读，会发现不足1600字的篇幅之中渗透出的记者的扎实采访功底和理性思辨能力。

与一篇通讯记述一个故事不同，这篇文章更像是一篇述评，在条分缕析之中表明了记者的独到观点和对于国际航天界竞争与合作局势的深刻认识。

在航天“奥林匹克”盛会上，开展国际合作的呼声很高，记者选取了欧空局局长多尔丹、巴西航天局局长雷蒙多等人的行动和直接引语进行了佐证。本文作者的敏锐和高明之处就在于，他不仅发现了这些国家表现出合作姿态背后的提升合力、降低成本、分担风险的考量，还看到了美国等一些国家将竞争和领先看得高过合作的“小心思”。

航天国际合作：有难处，更有期待

□ 本报记者 陈正

记者观察

早在第64届国际宇航大会开幕前几天，欧空局局长多尔丹与随行人员就脚步匆匆地出现在北京各个场合，忙着与中国航天界人士洽谈。

今年恰好是多尔丹“执掌”欧空局十周年，当记者问起他十年来为欧洲航天发展所做的最大努力是什么时，这位67岁的法国人笑着说：“是欧空局从15个扩大到30个‘成员国’与俄罗斯、中国、日本等国‘牵手’的历史，关键词是‘合作’。”

纵观已落下帷幕的第64届国际宇航大会，加拿大国际空间合作成为各国的“主题”共识。其实，这也恰恰反映出推动国际航天合作仍然“在路上”，任重道远。

在全球多元化的今天，国家的科技经济发展“引擎”“含金量”等“面子”的航天科技工业，已成为当前主要大国及地区经济体战略的重要组成部分，这颗博弈棋盘上的重要棋子，每一步怎么走，都需慎之又慎。

在世界航天版图中，美国领跑，俄罗斯紧随

后的局面持续多年。对于追赶者来说，合作，是他们短期内吸收新技术、提升竞争力的有效手段。巴西航天局局长雷蒙多言简意赅，阐述合作的必要性：“分担成本与风险。”

这折射出一个困扰多国航天发展的重要问题：钱，多尔丹透露，欧洲各国内部已经同意为航天发展投入100亿欧元，但这似乎并不“保险”，否则多尔丹也不会在欧洲各国议会面前身切地解释“投资航天会有高回报”。甚至在与会代表的讨论中，出现了他话锋一转，再谈，西方国家的议员是数学家，一旦换算各种预算方案为“零”来“回避”。

美国也面临相同的问题。美国宇航局局长博尔登指出，未来美国宇航局的一项重点工作就是重新激发美国民众对航天的“兴趣”，由此换来政府足够的资金支持。近年来，全球经济不景气，西方发达国家民众对太空的激情有所消减，也难怪本届大会还专门组织了一场全球网络论坛，名曰“如何让公众重新‘爱上’太空”。

这不由让人想到欧空局与美国宇航局合作Eno-Mars项目出现的“窘境”，多尔丹说：“美国宇航局面临缺钱的问题，但我们不想更改项目日程，这也是我们与俄罗斯进行火星

探测合作的原因。同时，这次来北京也期待寻找一些和中国合作的‘新点子’，包括在空间科学研究、火星月球探测、卫星数据共享等方面。”

即使面临资金难题，美国宇航局对国际合作尤其是与新兴航天力量之间的合作态度依旧“暖昧”。

当前，中国已经提出愿意向国际社会开放空间站建设项目，包括为其他国家培养航天员等。当美国宇航局局长博尔登被问及“其他国家愿意与中国合作，你们不担心吗？”时，他引用美国总统奥巴马的话作为回应：“现在已经是太空合作时代。”

“现在已经是太空合作时代。”可之后还是话锋一转，强调他的任务就是确保美国航天一直处于世界领先地位。

言外之意：竞争是永恒，合作需谨慎。

这些细微话语的弦外之音，如果没有采访时的明察秋毫和长期以来对于国际航天领域的深入思考，是很难体察到的。

但同时，近年来俄罗斯不断推出的俄罗斯航天计划更让人“肉疼”，该国9月3日公布

了新的航天改革方案，对航天工业企业进行合并重组，推行统一的技术政策，消除生产中的重复和产能过剩，提高企业工作负荷量。

记者在本届大会上留意到一个细节：当中国卫星导航系统管理办公室主任冉承其透露，我国建设北斗全球卫星导航系统投资500亿元~600亿元时，不少海外代表表情惊讶。这也是为什么会有比利时议员向欧空局官员就欧空局分析师斯蒂夫·朱格博说：“那些亚洲国家（中国、日本、印度）的航天预算为何那么多？”

其实，这一类的惊讶，疑问大可不必。合作和竞争一直是世界航天发展不变的主题。合作，是为了谋求全人类的福祉，同时也是为了让自己变得更强大，但合作，并不意味着没有竞争。由此，借用本届大会“北斗”亮点论坛上中方代表的一句话来阐明问题：“我们欢迎其他卫星导航系统进入中国市场，但涉及到国民经济和社会发展的安全领域，一定会出现竞争的态势。”

加紧航天领域的国际合作，的确各有各的难处，但从本届大会呈现的火爆场面看，不正预示着未来的合作更值得期待吗？

当美国宇航局局长博尔登被问及“其他人都想与中国合作，你们不担心吗？”时，他引用美国总统奥巴马的话作为回应：“现在已经是太空合作时代。”可之后还是话锋一转，强调他的任务就是确保美国航天一直处于世界领先地位。言外之意：竞争是永恒，合作需谨慎。

这些细微话语的弦外之音，如果没有采访时的明察秋毫和长期以来对于国际航天领域的深入思考，是很难体察到的。

国际宇航大会的采访对象来自世界各国，一个优秀记者不仅要过语言关，更要有对国际航天“大势”的深刻理解。作为日渐开放多元的航天行业的记者，不仅要有着眼大事、做好常规报道的强烈意识，更要在日常工作中培养自己胸怀大局、把握大势的能力。

（作者为采编一部主任助理）

用报道服务中国航天走向国门

□ 王旭

对中国航天，国人的新鲜感丝毫不亚于国外的的好奇心。中国航天迈出国门的步伐越来越大，不少人在追问：“中国的‘月亮’在国外圆吗？”本报 2013 年 11 月 15 日刊发的《在美洲屋脊上唱响中国航天之歌》一文就恰如其分地满足了读者的胃口。

出于保密要求，型号
试验队系列文章往往将工作内容一笔带过，而这篇获得中国航天报社好新闻一等奖的通讯，得益于题材，完整地再现了试验队到玻利维亚开展星地测控对接试验的任务。通道类接口、动态模拟测试等技术逐一入文，哪些技术走出了国门，一目了然，科普性强，是航天爱好者的甘露。

好新闻重在讲故事，好作者要会讲故事。“试验队在异国他乡工作、生活是怎样的？”无疑是必答题，对此，作者做了详细的交代。

当地居民看上了有线电视、高原反应下的工作、为任务推迟婚期……故事在文中适时穿插，作者从背景交代、悬念设置、内容选取等方面，把故事讲得富有逻辑性，使文章节奏编排更合理，提升了阅读舒适感，照顾了范围更加广泛的读者。

航天事业常被贴上“高端、大气、”的标签，而航天工作者多是“低调、讲内涵”，如何将两方面和谐？本文并未码出“为国家荣誉克己”、“为国家舍小家”的字句，却在细节中挖出的小事让大精神不言处理得当。航天新闻工作者所追不总结，让航天精神被读者从字读出来”，本文作者也做到了。

文章思路清晰，语言流畅，信息量丰富，但美中也有待斟酌之处。笔者认为，如果能用科普的语言将技术应用适当展开，文章会更科普，更“解渴”，毕竟阐释航天技术与应用的机会很难得。

此外，如果能再多一些玻利维亚的风土人情、国人与当地文化发生的碰撞，试验队的工作环境将更有张力，甚至成为人们思考“中国航天该如何走出国门”的触点，文章也会更加饱满。

(作者为采编二部编辑)

星空·生活

4 月

2013年11月15日 星期五

China Space News
中国航天报

责任编辑 杨蕾 美术

在美洲屋脊上唱响中国航天之歌

——记玻星星地测控对接试验队员的平凡故事

144 张四航

文化生活

在数万里之遥的智利国家首都拉巴斯一个酒店里, 21 岁的服务生 Jose Miguel 今都不敢相信, 住在偏僻农村的父母已能看上有线电视了, 而这一切都是自从 10 月住进酒店的十几个早出晚归、吃饭迅速、一专座却经常挤得满满的中国人帮他们实现的。

接合同为用户提供的重要服务。内容包括近双方的设备、酒精浓度等通道类接口符合要求,并对卫星所有的指令进行全量测试,以便卫星在完成发射和在轨测试后顺利实施在轨交付,以往不同的足,此次大队不仅要完成是地面对接测试,而且还要承担卫星动态模拟器测试、交付以及增项工作,当然,克服海拔高、气温低、辐射强、雷雨天气多等自然环境的挑战,保障设备100%一点故障。

任务，习惯了冲锋在前的他，这次也不例外。虽然有旱季和严重的高原反应，他还是坚持走了队伍前面，到了山顶后，他马不停蹄地查看地图站的位置细节，完成当天的各项任务，准备下山时，他却突然毫无预兆地开始呕吐，鲜血也流了出来，连点力气都没有。

试验队长张博雄在回忆那一幕时，语气颇有感伤地说，周队长当时昏迷到个不停，我们都很担心，他却安慰我们说：“虽然我不是铁打的，但大家都会没事，我肯定能醒。”



技术
人员在盛
会上时程
少、畅通

拉巴斯的海拔超过3000米,是南美洲最接近天空的城市之一,被称为“美洲的空中城市”。

在巴布亚新几内亚一个海拔 4100 米左右的山顶，一个卫星地面站正在那儿运转，那十几个中国人每天就在这座山上执行着被联合国卫星的星地测控及试验任务，他们用中国的航天精神，在美洲星背上唱响了一首新的中国航天之歌。

10月28日晨,13个技术骨干,跨越半个世界的征程,由于此次星地测控试验的节点跟国内发射场正遥空卫星和发射速度直接挂钩,稍有差池即可酿成“连锁反应”,影响整个任务的进度。为了圆满完成卫星在轨交付的前期工作,试验员们住酒店后,立即分赴了地面站。

条件再苦 唯有征服

实际了解了地震站的环境后,试验队员们都清楚,接下来的日子里都要在这个海拔4000多米高、温度低、风沙大的地方度过了。大家互相调侃说:“一直想去西藏还没去成,来了这儿也算圆梦了”。

队员们决定将天线架在房顶,技术人员爬上屋顶进行测试,尽管危险重重,试验队员们还是争先恐后地抢着去“冒险”。

在队员们抢时间、抢速度的意识下,目前,拉巴斯地震救援队对房屋试验任务已完成

试验队员梁宇说：“看到这儿不太理想的发展状况，真心希望自己的工作能让这个国家越来越好，让这儿的人民越来越幸福。”

面对挑战 无畏前行

一个小时,好不容易到达目的地后,他们因海拔太高导致血压、压强增大,各种不适纷纷袭来,其实,他们需要克服的困难远不止这些……

傅岳是这次任务的队长,他参与了所有中国出口通信卫星的在地测控对接。

考虑到此次任务海况复杂等因素,试验

他们的那种工作态度和热忱，让当地的民众们感动，并表示钦佩。他们也成为两国人民之间增进了解、促进交流的使者。

拉巴斯是一座非常美丽的城市，试验队员们却抽不出一点时间来了解这里的風土人情。过不了几天，他们就整装赴位于智利南

得知艇型已完成出厂评审的消息后,试航队员张德辉非常高兴,此前他因为这次试航任务,推迟了本应于近期举行的婚礼。这几天他特别在意脸上多涂些防晒霜,因为那场婚礼正等着他这个“男一号”出场呢。

航天新闻
工作通讯

作品点评

人大代表“非官式”发言引人入胜

□ 中新社 徐德金

中新社北京3月9日电“行政主官过短的任职时间不足以让他们发挥施政抱负、理念，也会影响地方社会经济的发展。至少，每一任行政主官要干满5年任期。”

全国人大代表、福建省立医院副院长翁国星5日下午发言时，开门见山抛出这一话题。彼时，福建代表团现场气氛显得十分轻松，有人微微一笑。

翁国星列举了几个数字：全国地市行政主官平均任期2.46年，福建省的地市行政主官平均任职2.73年。

他建议，对于异地任职的官员，要让他们家属、未成年子女随行。要满足他们正常的心理、生理需要。同时也是福建医科大学教授的这位人大代表语毕，现场已是笑声一片。

十二届全国人大二次会议已进入第5天的议程。近几日，记者采访多场代表团全体会议、小组讨论会及开放日活动，深感代表的发言似乎形成了一定的程式：择其对《政府工作报告》感受最深的内容谈感想、体会，结合本地区发展谈工作思路，最后提几点建议。

客观地说，大部分发言内容言之有物，富有“建设性”；但也有个别发言空洞无物，“八股味”甚重，“言者谆谆，听者藐藐”。

能够让与会代表、媒体记者“提神”的是那些“非官式”发言或“非官式”语言。

3月6日下午，福建代表团举行媒体开放日活动，省长苏树林在回答记者提问时，

用“肯出血、敢割肉”谈生态保护需要痛下决心，语言形象生动，媒体纷纷称“赞”。

同一场合，福建省永安市洪田村党支部书记邓文山不拿讲稿，直奔主题地发言。他也是现场9个发言的人大代表中唯一不用发言稿的；而且“镜头感”很强，始终面向媒体，对着镜头。

他说的是“砍树”与“种树”：第一代林子不用施肥，第二代林子下大肥，第三代林子再怎么施肥都赶不上第二代。越砍地越瘦，越种地越瘦。这位村官说，培养大径材，培育大森林，不能砍砍种种。直白的表述，浅显的道理，“草根”语言令人耳目一新。

3月6日上午福建团小组讨论会被代表称为发言“小高潮”的是诗人舒婷。她用“文化总是放在‘报告’的最后，不用找”率性开白，然后言简意赅直奔主题提意见：政府对文化的投入太少。她呼吁“文化精品要在正常、安全、稳定环境中创作”。像舒婷那样直抒胸臆的人大代表不乏其人。

福建代表团一名非公经济的代表在全体会议上痛陈“玻璃门”、“弹簧门”、“旋转门”之弊端；对有的职能部门行政不作为的官僚作风，希望参加福建代表团会议的全国人大代表、中央书记处书记、中纪委副书记赵洪祝“管一管”，在现场引起不小的动静。

全国人大代表集合了各个阶层的社会精英，代表民意，当然也不排除“一家之言”。多说一点老百姓听得懂的话，说实话、真话，才会风清气顺，引人入胜。

沉下心去找新闻

□ 中国新闻社社长 刘北宪

这篇报道没有将焦点对准代表们的“宏大叙事”，也没有重要的政策宣示，而是敏锐地捕捉到了会场内的不同声音——“非官式发言”。短短千字文，集纳了五个职业不同、个性鲜明的代表，医院副院长的幽默、省长的魄力、诗人的率性、非公经济代表的敢言以及村党支部书记的“草根”语言，读后让人如闻其声、如见其人。

多年来，新闻界的浮躁作风流弊殊深，迄未根绝，在对待会议新闻上，这种作风尤为明显。然而，很多会议，不是没

有新闻，而是缺乏倾听的耐心和发现的慧眼。好的记者能够去浮躁、养静气，沉下心去听会，从虚中听出实，从浅中听出深，从杂中听出精，从会内听出会外。

作为从业29年的老记者，德金的这份定力尤为难能可贵。无论采写何种题材，好的文风往往就来自于这种持之以恒的好的采访作风。每一名记者都应该把“走转改”的精神内化于心，外化于行。所谓“走转改”，不是外在的形式，而是内在的精神；不是外化的活动，而是内化的习惯。

“众里寻她千百度”

□ 徐德金

跑一个代表团的新闻，记者很大一部分功课是听会。毋庸讳言，全国人大代表是各阶层精英，他们的议案、建议是有水平的，是有代表性的；他们的发言是有内容的、是建设性的。但应当考虑的是，他们一般性的议案、建议、发言内容，在全国两会这样一个会海里，没有太多传播的必要——特别是对一家面向海内外发稿的通讯社而言。但是，是不是因此就不记录了呢？当然不是。我注意到部分代表发言时的生动性、尖锐性，包括现场的反应、气氛。在人们的印象中，冗长的、程式化

的就是官式的，虽然这样的发言并不必然就不讲真话、实话，但还是过多地流于套话之中。与其报道这种还比较普遍的现象，倒不如去关注一缕“非官式”的清新之风。

我想，之所以能写成此稿，首先得益于扎实的采访，充分的听会；其次是对新闻价值的判断、对内容的取舍以及文字的表述；还有一点，记者的态度——你要表达什么、你想向受众传播什么。三个阶段、三种层次缺一不可，正所谓“众里寻她千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”。

以有效、分众、个性化做好“微航天”

□ 李东

航天新闻
工作通讯

新媒体天地



如今，阅读、购物、交流、出行……以网络、手机等为中心的新媒体的高速成长，给人们的生活带来了巨大的改变。而微信丰富多样的功能，使其比以往的新媒体更加受到人们的青睐，并成为全新的传播平台。

中国航天报社官方微信公众号“微航天”自7月1日上线以来，至今已经拥有接近5000名用户，初步显现了微信平台的巨大传播力量，为广大公众了解航天事件、航天技术、航天科普知识提供了一个权威的新媒体渠道。总结“微航天”上线以来的工作经验，对“微航天”今后进一步发展将起到重要的推动作用。

在当前媒体竞争日益激烈的环境下，直接的信息推送服务将很难成为微信公众号未来发展的核心优势。结合微信传播的特殊性，以及“微航天”的内容与用户特点。通过重视用户体验、加强传受互动，在现有的基础上进一步提升用户满意度，打造“微航天”的传播品牌优势将是未来的工作重点。

保证有效传播

现在，微信用户在订阅号的信息框内，只能看到微信公众号运营主体的名称以及十几个字以内的关键信息。这就意味着如果推送的信息不具备很强的吸引力，微信用户将不会点击打开第一级阅读界面，信息的推送将面临无效传播的局面。因此，要提升信息的有效到达率，必须要先提高信息的推送质量。

第一，在选取信息时要注重独家资源，避免同质化现象。以《中国航天报》为依托，“微航天”拥有权威的独家资源。

第二，在传播信息时，倾向于图文并茂、视听结合。

“微航天”刚上线时，每期只推送一篇航天新闻与科普的深度报道，内容与表现形式都相对单调，用户数在经历的最初的高速增长后曾陷入一段低谷期。在经过商讨与改进后，现在的“微航天”几乎每期都有新闻、深度报道、图集、视频等多

条信息同时推送，大大增强了“微航天”的信息量，提升了用户的阅读体验，用户的增长率至今保持在一个较高的水平。

第三，在推送信息时，要确保标题的新颖精简。

微信用户的阅读喜好类似于互联网，这个特点要求我们不能用中规中矩的报纸思维，而使用互联网思维来做微信的标题与内容。例如，标题“中国公布首批高分分辨率图像”适合用在传统媒体上，而在“微航天”，标题“高分二号出图了”则更容易吸引用户点击阅读。因此，通过微信的整体定位、“微航天”的品牌理念以及精细的内容生产，可以使用户对“微航天”有一个感性认知。在满足用户信息需求的基础上，构建起“微航天”好的品牌形象，将有助于提升信息的实际到达率，推动群发信息的有效传播。

实现分众传播

微信公众号信息群发的实质是大众化传播，在实际操作中，用户可以依据性别、年龄、学历、居住地等统计学变量进行划分。从心理学角度来看，即使身处相同的社会群体，每个用户成员之间也存在着明显的个体化差异。不同的用户对于信息的需求是有差异的。

未来，通过微信公众号的自定义菜单将“微航天”的内容进行再次分组，除正常接收每个工作日推送的信息外，用户还可根据自己的喜好选择自定义菜单中的内容，从而将大众传播转换为分众传播，有利于凝聚忠实的核心用户。



“微航天”
二维码



体现个性化传播

微信公众号营造的是一种运营者和用户之间能够实时交流、平等对话的传播环境。因此，加强与用户之间的互动交流，可以充分调动用户的参与热情。这不仅可以让用户能够实时了解用户动态变化的信息需求，而且也可以通过用户的互动参与，进行个性化的信息服务。这将有助于建构微信用户的归属感，提升用户对公号的忠诚度，推动“微航天”更进一步地发展。

（作者为采编三部主任）

第 24 届中国新闻奖 第 13 届长江韬奋奖 评选揭晓

11 月 7 日，第 24 届中国新闻奖、第 13 届长江韬奋奖颁奖报告会在京举行。中共中央政治局常委、中央书记处书记刘云山会见获奖代表并讲话，强调当代中国新闻工作者最重要的责任，就是讲好中国故事、弘扬中国精神、传播中国声音。

来自全国报社、通讯社、电台、电视台和新闻网站的 283 件作品获中国新闻奖，其中特别奖 4 件，一等奖 45 件（含 7 个新闻名专栏），二等奖 88 件，三等奖 146 件；20 名新闻工作者获长江韬奋奖，其中长江系列 10 名，韬奋系列 10 名。

全国新闻网站 正式推行记者证制度

为加强新闻网站编辑记者队伍建设，10 月底，国家互联网信息办公室和国家新闻出版广电总局联合下发《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》。通知要求，在全国新闻网站正式推行新闻记者证制度。全国范围内的新闻网站采编人员由此正式纳入统一管理。

首批实施范围是经国家互联网信息办公室批准且取得互联网新闻信息服务许可一类资质并符合条件的新闻网站，申领人员应为新闻网站编制内或者正式聘用的专职从事新闻采编工作且具有一年以上新闻采编工作经历的人员。

人民日报社与银河证券 签署战略合作协议

10 月底，人民日报社与中国银河证券股份有限公司签署《战略合作协议》，双方将在资本运作、金融服务、业务宣传等多领域开展全方位、深层次、多渠道的战略合作。

根据合作协议，双方将通过资本手段整合国内外的新媒体和传媒类资源，为人民日报社在传统媒体与新兴媒体融合发展的道路中提供有力的支持。同时，中国银河证券将发挥国内客户数量最多、服务网点分布最广、经纪业务、债券发行等多项业务的专业优势，及时向人民日报社提供财经动态、经济金融形势分析预测等方面的资料和信息。

2013 年我新闻出版业 收入 1.8 万亿

今年年中，中国新闻出版研究院发布《2013 年新闻出版产业分析报告》，数据显示，我国新闻出版业 2013 年实现营业收入 18246.4 亿元，较 2012 年增加 1611.1 亿元，增长 9.7%。

《报告》指出，2013 年我国报纸产业的收入与利润双双大幅下降。报纸出版实现营业收入 776.7 亿元，减少 85.7 亿元，降低 8.9%；利润总额 87.7 亿元，减少 11.6 亿元，降低 11.7%。数字化阅读进一步普及、信息传播与获取方式深刻改变对报纸出版的冲击进一步显现。

美国科技网站 CNET 试水印刷媒体

美国知名科技网站 CNET 新推出的同名季刊杂志 11 月初开始登上零售书报架。在印刷媒体普遍遭遇生存困境、传统媒体纷纷拥抱新兴媒体之际，这是一家美国数字媒体尝试纸质终端。

CNET 创办 20 年，以科技新闻报道和消费技术评论见长，是美国最大、最早的科技网站之一，此次出版杂志也以科技与生活方式为定位。创刊号内容涉及特斯拉电动汽车、智能家居、新款苹果手机、电池寿命技术发展等话题。

业界人士认为，CNET 杂志找到了一个小众市场的机遇，在这个市场上少有竞争对手。而采取季刊的形式可以把风险降到最低，根据读者接受程度，进可改为双月刊，退可改为半年刊。

路透社网站关闭评论功能

11 月初，路透社宣布，由于用户都选择在 Facebook 和 Twitter 上谈论新闻，因此该公司将关闭其官方网站的评论功能。

路透社有关责任人解释说，过去几年间，读者与新闻的互动方式发生了很大变化。正是考虑到这一现状，路透社才做出这一决定。为了方便读者发表评论，路透社提供了 Facebook 和 Twitter 账号链接。

俄罗斯新建媒体应对西方宣传战

11 月初，俄罗斯新建媒体品牌“卫星”，整合俄罗斯新闻社和俄罗斯之声广播公司的外语报道，以应对西方国家的宣传战，主要受众群是外国民众。

“卫星”将由电传新闻、新闻网站、广播电台和网络几大部分组成，还将创建手机软件并向社交媒体进军。

“卫星”将主要以广播和网络形式报道新闻，在全世界大约 30 座城市设立报道中心，包括华盛顿、北京、开罗，以及柏林、巴黎等几个欧洲国家的首都，覆盖面还将遍布原苏联加盟共和国。

雅虎以 6.4 亿美元收购广告服务商

雅虎公司 11 月中旬宣布将以 6.4 亿美元现金收购视频广告公司 BrightRoll。雅虎 CEO 玛丽莎·梅耶尔表示，此次收购将帮助雅虎提高在移动视频广告行业的竞争力，有助于雅虎重新实现利润增长。

梅耶尔表示，雅虎一直在思考如何进军视频广告业务。雅虎可以帮助 BrightRoll 成为全球大型的广告平台商，而 BrightRoll 可以为雅虎的广告商提供巨大平台。

BrightRoll 去年营收为 1 亿美元，预计今年营收将超过 1 亿美元，已实现盈利。该公司服务对象横跨网站、移动智能终端及智能电视等，并为市场营销人员搜集数据，以最快的方式锁定广告服务对象。

