

2015年第3期

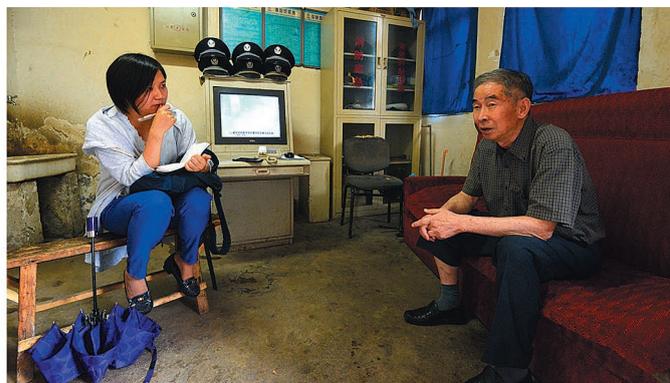
# 航天新闻工作通讯

中国航天报社 主办

P1 新闻工作寄语：  
做航天新闻宣传工作的行家里手

P15 ~ P20 通联会专题：  
一院、二院、五院谈宣传经验

P22 记者手记：  
一次震撼心灵的新闻采写旅程



三线建设报道策划

P7 精心策划——执行到位

P9 为历史和未来写作

P10 记录经典故事

弘扬三线精神

P12 新命题 新尝试



## 目录

### 新闻工作寄语

做航天新闻宣传工作的行家里手 贾 可 1

### 报道重点提示

重点报道规模大 新闻传播创新多 黄 琦 3

### 刊登稿件分析

用心捕捉细节 发现身边典型 黄 希 4

再多些“心血之作” 索阿娣 5

### 三线建设报道策划

精心策划 执行到位 索阿娣 7

为历史和未来写作 陈 立 9

记录经典故事 弘扬三线精神 许 斌 10

新命题 新尝试 倪 伟 12

一部微纪录片的拍摄体会 宿 东 13

重新认识新媒体的编辑规范 胡逢超 14

### 通联会专题

通讯员队伍是新闻宣传工作的重要力量 方 慧 15

二院新闻宣传经验谈 王朝阳 17

“新”与“心”的一点思考 时小丹 20

### 记者手记

一次震撼心灵的新闻采写旅程 刘淮宇 22

### 编读往来

人物报道的焦点在“人”上 贺喜梅 24

聊聊怎样写好“身边人” 孙 喆 26

### 基层园地

多情、善感、用心做“嫁衣” 王姝书 28

怎样写一位有温度、有情感的人 齐渡谦 30

### 学习园地

姜靖：美国这样培养科技记者 32

### 佳作赏析

“草根儿”迷上了3D 34

### 国内新闻动态

《中国新媒体发展报告（2015）》发布等 36

### 世界传媒资讯

《纽约时报》摘三项普利策新闻奖等 37

主办：中国航天报社

2015年7月

季刊·第3期 总第10期

主编  
荣思远

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

### 封面照片说明：

本报多名采编人员  
实地走访航天三线基地。

“我认为，一名理想化的航天新闻从业人员的职业素养，体现在以下六个方面：政治家的方向感，社会活动家的激情，科学家的严谨，工程师的务实，文学家的技巧以及艺术家的灵感和气息。”

## 做航天新闻宣传工作的行家里手



当前，在新常态的发展背景下，如何传播航天的精神和文化，推动航天事业发展，做到“围绕中心、服务大局”，做好“热点引导、典型宣传”，回答好社会关切和百姓期待，是航天新闻宣传工作者新形势下的光荣使命和责任担当。

这一光荣使命和责任担当，对航天新闻宣传工作者的本领提出了更高的要求，那就是，航天新闻宣传工作者必须成为行家里手，必须成为精通航天新闻业务的内行人，要有“几把刷子”。

古人说：“书痴者文必工，艺痴者技必良。”同样，航天新闻宣传工作者也要如此。

行家里手能够站在“发展航天事业，建设航天强国”的高度，聚焦主业发展，聚焦深化改革，聚焦从严治党，聚焦文化建设等重要内容，来充分发挥新闻宣传战线的作用。

行家里手能够注重整合内部和外部资源，充分利用好各种平台和渠道，调动航天系统上上下下、各方的力量，特别是要调动新闻宣传战线上全体同志的力量和积极性，来充分展示航天的新成就，传播航天的好声音，传递航天的正能量。

各行各业都有各自不同的职业素养，如将军和战士，尽管岗位不用，发挥的作用不同，但他们起码具备统一的基本的军人素养。同样，航天新闻宣传战线的同志们，与世界知名新闻机构的人员素养也是相通的。

我认为，一名理想化的航天新闻从业人员的职业素养，体现在以下六个方面：

第一，具备政治家的方向感。我们虽然是一名普普通通的航天新闻从业人员，但是中国航天事业是国家的战略性新兴产业，是国家政治、经济、文化、国家安全、社会责任的中坚力

量和坚实后盾。所以，从政治上考虑，我们要有政治家的方向感。表现在新闻宣传报道中，可能在一篇很小的稿件里，如果思想认识到位了，稿件就会写得与众不同，高度和深度自然也上去了。

第二，具备社会活动家的激情。新闻宣传工作者很辛苦，天天加班加点地干，如果没有一点激情，没有对事业的投入，可能干不了几天，就会难受，感到压抑。而如果有了社会活动家的激情，把从事新闻宣传工作当做人生追求的一个重要目标，愿意“为伊消得人憔悴”，就能坚持下来，乐此不疲。

第三，要有科学家的严谨。航天事业本身就是复杂的系统科学技术工程，非常讲究“严谨细实”的作风。从这点上来说，我们航天的新闻宣传工作也应有这样的素养，工作一点儿都不能马虎，一个文字甚至一个标点符号的差错，都可能带来重大的错误。

第四，要有工程师的务实。一个工程，一件产品，设计得再完美，也要实实在在的、一点点地干出来，一定要务实，一定要找出解决问题的途径和方法。表现在文风上，就是要既朴实又准确地表现出主旨意图和精神。

第五，要有点文学家的技巧。很多航天新闻宣传工作者发表诗歌、写文章、出集子，可谓人才济济。既然有这么好的基础，我们就不要做“码字匠”和“裁剪工”，要娴熟地掌握和运用写作技巧，多写一些新闻精品。

第六，还要来点艺术家的灵感和气息。有些文章看起来很随意，甚至有点“文艺范儿”，但非常鲜活生动，让人易读、易懂，有极强的感染力，容易达到“润物细无声”的效果。

我说的这“六家”可能太理想化了，但每一方面的要求都能体现在新闻工作者的职业素养上，希望与大家共勉。

广大航天新闻宣传工作者要不断适应新变化、新要求，准确把握航天新闻传播规律和新媒体的发展规律，不断提升职业素养和职业技能，在航天大发展的形势下，不辜负时代，不辜负事业，不辜负机遇，作出应有的贡献。

中国航天科技集团公司  
企业文化部部长

# 重点报道规模大 新闻传播创新多

## ——第二季度报道回顾与第三季度报道重点

□ 黄琦

今年第二季度，中国航天报正报、《飞天科普周刊》与新媒体周密策划、创新手法，对首次宇航发射任务、陈福田院士事迹、五一劳模、五四青年、俄罗斯红场阅兵、纪念东方红一号卫星发射45周年、基层优秀团队及先进人物、“三严三实”专题教育、“一带一路”、航天云网公司成立、航天三线建设50周年、保密宣传、全国安全生产月等重点题材加大报道力度，取得了显著成效。

在陈福田院士事迹报道中，记者从与他共事过的同事及亲人入手，从侧面收集素材，把周围人与陈福田一次次接触的故事和印象组合起来，最终梳理出老人一生的经历，客观而全面地反映出他对待事业、对待同事、对待家人的态度，挖掘他身上展现出的作风和精神。

本季度，报社重点开展的“重走三线路 精神永传承——纪念航天三线基地建设50周年”大型主题报道活动，在《中国航天报》及报社相关新媒体上刊登，收到突出的传播效果。为了全方位、立体化、多层次开展此次报道，航天报社派出多路记者深入相关单位实地采访，创新新闻传播形式，突出媒体融合报道优势，形成报纸、网络、微信等全媒体传播矩阵，推出报纸版新闻、网络版新闻、微视频纪录片等原创新闻作品，最大程度地再现了航天三线建设的风雨历程与不朽精神。

“一带一路”战略构想蕴含了无限的

机遇。在第二季度，航天报社刊发了多篇新闻报道，或消息、或通讯、或评论，从多角度讨论航天企业在这项国家战略中的布局和应发挥的作用。

第三季度，航天报和新媒体报道的重点包括：

一、“三严三实”专项教育及党建工作报道。

今年下半年，“三严三实”专题教育和从严治党能力提升专项工作是政治生活中的重大主题，此项专题报道将持续较长时间。

二、开辟“党建天地”专栏，加强党建报道。

三、纪念世界反法西斯战争暨中国抗日战争胜利70周年专题报道。

7月初，“我的抗战”栏目开栏，刊登参加过抗战的航天老同志的回忆文章和事迹。

四、航天两大集团全面深化改革和民用产业保增长报道。

五、宇航发射任务报道。

下半年，宇航发射任务非常密集，采编人员将创新报道思路。同时，继续办好“走进型号试验队 聚焦航天砺剑人”栏目。

六、纪念航天三线建设50周年主题后续报道。

七、航天科技集团第六次工作会报道。

八、全国质量月活动报道。

（作者为报社总编室主任助理）

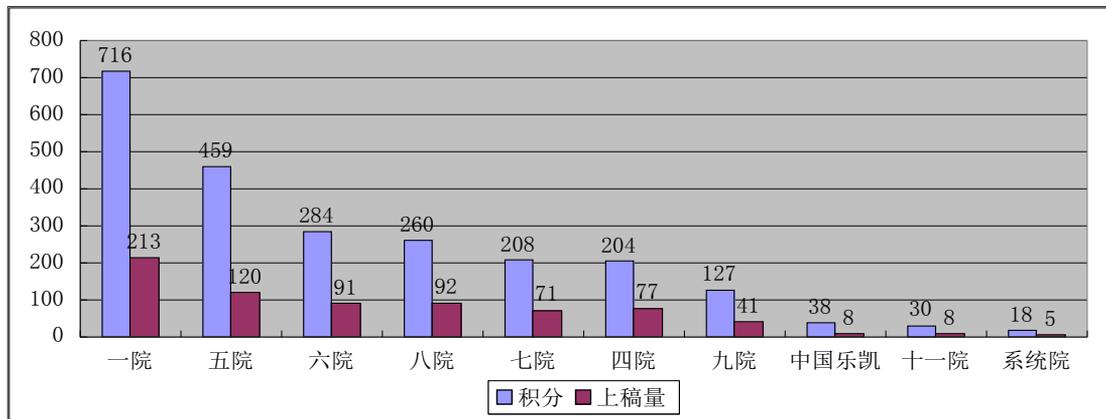
# 用心捕捉细节 发现身边典型

——2015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2015年第二季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

每年的第二季度，各单位的工作由部署阶段进入到实施阶段，相应的稿件供应量也相对充足。

针对采编一部而言，更多可用的稿件让编辑也有了更多的选择机会。

上稿大户如一院、五院、六院、八院的通讯员的积极性一如既往，就“三严三实”专题教育活动落地在基层、全面深化改革的操作实例、全面开拓市场的成果与经验等方面积极投稿，把握时代脉搏、关注发展大势，推出了一系列有深度、有启发性的稿件。

此外，航天系统其他单位也都抓住了每一个阶段的工作重点，适时推出新闻稿件，丰富了版面内容。

第二季度，在通讯员的来稿中，涌现了一批传播正能量、凝聚人心、讲好航天故事的深度稿件。例如由八院通讯

员撰写的《不改不行 非转不可》，聚焦八院在新时期下的改革举措和战略构想，文章写得很实，于5月29日头版头条刊发后，引起了基层广泛关注。由五院通讯员撰写的《航天机器人，有望落户寻常百姓家》一文用通俗的语言介绍了航天机器人的应用前景，探索了航天科普文章的写作方式，值得学习借鉴。

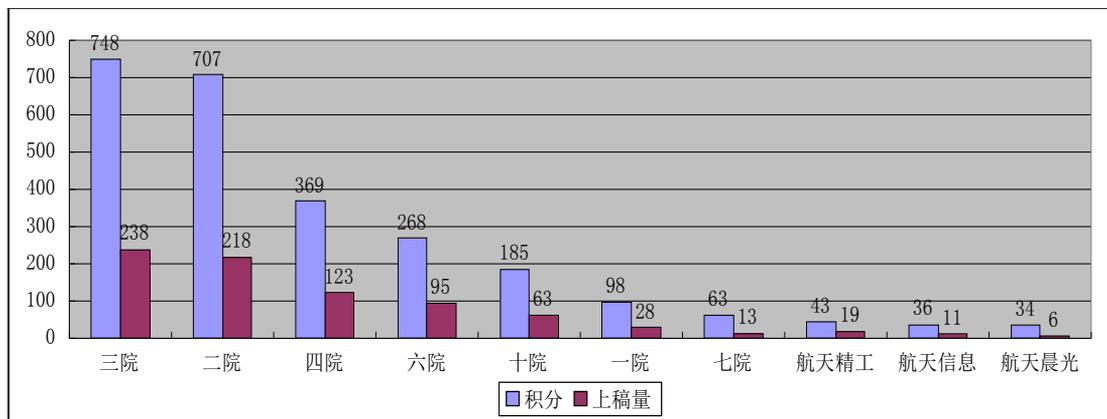
上半年，为了满足广大基层单位宣传典型人物、典型团队的需求，《中国航天报》推出了全新的“星空·群英”版，此版面一经推出，就备受基层欢迎。通讯员积极发掘身边典型，用讲故事的形式娓娓道来，通过讲述他们的小故事、小情节，以小见大，挖掘平凡人物内心深处不平凡的一面。

很多读者反映，这样生动的人物报  
(下转第6页)

# 再多些“心血之作”

——2015年第二季度中国航天科工集团公司基层来稿分析

□ 索阿娣



中国航天科工集团公司2015年第二季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

总体来看，在第二季度，中国航天科工集团公司二院、三院、四院来稿和用稿情况不错，其他院、专业公司、直属单位相对逊色一些。

其中，二院、三院投稿最为积极，稿件整体质量达标，有精品意识。四院投稿数量相对少些但是稿件质量较高。六院、十院投稿数量尚可，但重点稿件较少。一院、068基地见诸报端的稿件则少一些。专业公司中，航天精工、航天信息投稿积极性比较高，但多为中标类小稿件。

下面通过两个重要指标来分析一下基层单位来稿及用稿情况，一是集团公司最为关注的头版头条文章，二是基层各单位分布在其他各个版面上的重点文章。相对于诸多小豆腐块来说，这些文章是“心血之作”，也是评判各单位通讯

员年度宣传工作业绩的重要依据。

首先，头版重点文章。4月份，三院表现突出。在统计的14篇文章中，集团公司层面的大事、活动占到了5篇。三院有《33所航天机器人撬动“智造”未来》、《159厂智能总装厂向“中国智造2015”疾进》、《8359所“质量协警”在行动》以及三部、35所的“转型升级大家谈”共5篇文章，占到了36%，拔得头筹。这些文章中释放的新闻点，均是国家宏观政策在航天企业的落点。还有4篇分别来自四院17所科研管理创新、七院驻巴使馆和十院十部转型升级。

5月份，大院和专业公司均有表现。在统计的15篇文章中，集团公司层面的大事、活动有5篇；二院1篇选人用人和2篇转型升级大家谈，占20%；六院46所快速研发模式和41所、46所转型升级大

家谈，占20%；其余4篇中，三院三严三实1篇，十院从严治党1篇，航天晨光股份降本增效1篇，航天精工推进两个工程1篇。

6月份，大院表现均衡。在统计的14篇重点稿件中，集团公司层面的大事、活动有3篇。一院有三严三实1篇；二院有706所牵头的自主可控、283厂安全文化体系建设2篇；三院有AC公司并购、三部从严治党2篇；四院有三严三实、转型升级大家谈2篇；七院有污水处理1篇。

综合而言，航天科工的基层稿件在头版头条的舞台空间很大，不仅二级单位可以上稿，有特色做法的三级单位也可以上稿。只不过，稿件的相对要求比较高，需要跳出单位视野，放眼全集团，有一定的示范意义。换句话说，要立得住脚。

再看，各版重点文章。第二季度，《型号首台发动机地面面试车告捷》、《数控嘉年华助力“两个工程”》、《机器视觉为车

辆提供智能检测》等基层来稿，均能很好地提炼基层亮点，符合版面定位。此外，航天云网、成本工程、三严三实、知识产权日、安全生产月等系列主题策划，也都不断网罗好的新闻稿件。清明节、母亲节、儿童节、端午节等副刊稿件应时推出，激发了基层来稿的积极性，传递出了浓浓的生活味道。

特别值得一提的是，报社从4月份起重磅推出的“星空·群英”版，定位为新闻版，一改过去群英版上稿难的问题，产生了很好的传播效应。比如《型号试验的火头军》、《微世界里有绝活》、《航天新兵外场初体验》等基层来稿写法灵活，对人物写作均是很好的尝试。

众多文章不能一一点评。要提醒的是，在互联网时代，各家对党组机关报的重视程度还需要进一步加强，一些以民用产业为主的单位，几乎不怎么见到来稿，希望能在未来的工作中加以改进。

（作者为报社采编二部主任）

（上接第4页）

道让“高大上”的航天人更接地气，更有人格魅力，更留有深刻印象。这就说明，讲故事远比空洞的说教更容易打动读者；褪去光环的平凡人物更有魅力。

进入下半年，航天科技集团将面临高密度宇航发射形势，各单位无疑将进入“快节奏”的工作态势。在这样的情况下，宣传工作势必不轻松。

目前，按照中宣部“讲好中国故事、

弘扬中国精神、传播中国声音”的要求，《中国航天报》也在积极挖掘身边典型、讲述航天故事方面下工夫。希望广大通讯员继续深入基层，带着一双“发现美”的眼睛，在航天高密度发射大战中、在闯市场的磨砺中，让有意思的故事和平凡而又可爱的航天人定格在报纸版面上。我们始终相信，能够打动作者的文字和照片，就一定能够引发读者的共鸣。

（作者为报社采编一部主任）

# 精心策划 执行到位

## ——谈航天三线建设50周年纪念主题采访策划

□ 索阿娣

### 项目背景



三线建设是新中国在1965年至1985年间展开的规模最为宏大的一次工业体系建设。简单地说，就是在广大西南地区建立相对于全国独立的、“小而全”的国民经济体系、工业生产体系、资源能源体系、军工制造体系、交通通信体系、科技研发体系和战略储备体系，形成中华民族的“战略大后方”。

在毛主席的号召下，作为国防力量重要组成部分的七机部，也积极展开了三线基地建设。1964年11月，七机部作出战略决策：一院、二院、三院、四院、五院等科研生产基地，陆续在贵州、四川、陕西、甘肃、湖南、湖北等三线地区建立061、062、063、064、067以及后来的066、068等科研生产三线基地，并号召各院科研生产人员和领导干部去三线支内。

2015年恰逢我国三线建设50周年。报社在年初就提出了要举全体采编力量走访三线基地，展现航天精神，彰显社会责任。全国两会甫一结束，就开始了相关准备工作。在对航天三线基地进行了一轮基本情况摸底之后，将主题确定为“重走三线路，精神永传承——纪念航天三线基地建设50周年”。

### 策划过程

首先，确定“三线”区域报道范围。根据1956年毛泽东《论十大关系》一文，三线地区为乌鞘岭以东、京广线以西、雁门关以南、韶关以北广大地区，包括川、黔、滇、陕、甘、宁、青、晋、豫、鄂、湘、粤、桂等13个省、自治区的全部和部分地区。

其次，确定了被采访单位和行进路线。此次“重走三线路”大型主题报道活动，是面向整个航天系统的。三线建设本身又是一个历史概念。因此，可否打破单位之间的壁垒，以地点来进行走访？我们最初设计了一条路线——“贵州遵义—四川泸州—四川万源—陕西宝鸡—陕西蓝田—湖北襄樊—湖北远安—

湖南邵阳—广西柳州”，但在讨论过程中，这条方案被否定掉了，采用了“依托航天现有科研生产布局进行布点”的方案，主要目的是为了采访工作能更便利些。最终，选择了16个二级单位及三级单位。

再次，确定了报道的最终呈现方式。为了整合报社现有的报纸、微信、网站等资源，更好地促进传统媒体和新兴媒体融合，确定了在规模较大的三线单位如061基地、062基地、063基地、066基地、067基地、068基地中，采用“文字记者+视频记者”的组合报道模式。记者们不仅要写文章，还要制作小视频。作品既要发表在报纸上，也要通过微信公号发布。因为工作量较大，报社也给出了相对宽松的实地走访时间，基本为1周。

最后，明确了工作进度表和刊登时间表。报社领导希望三线报道能够在一个相对集中的时间段紧凑报道，以避免后面的其他重大选题报道工作。于是，我们排了一个“百日计划表”，将采访工作明确到了部门、个人，将刊登工作明确到了具体日期、版位。有了这份进度表，所有的工作都将按部就班地进行。

## 关注执行

方案出来后，执行便成了重中之重，也是对方案可行性的一次检验和完善。

五一刚过，便迎来了首场战役。061基地是航天三线基地建设首先定点的机构。报社派出了非常有经验的文字记者和摄像人员，前往位于贵阳、遵义的061基地，进行了为期一周的艰苦采访。

三线的复杂程度远超过年轻记者的经验想象。采访回来，记者们容易被一种复杂的情绪裹挟，既感怀于三线的壮丽史诗，又悲伤于三线的苦楚记忆。如何引导他们选择适合的材料进行写作呈现，对本报来说也是至关重要的环节。

经过层层沟通、不断磨合，最终，记者以高度故事化的特稿《代号061：几度风雨，几度春秋》成功打响第一枪。文章精华版发表在《中国航天报》上，文章全文发布在“微航天”公号上，迅速引起了公众的关注。

微航天的数据显示，文章阅读量达到了2.5万以上，视频点击量超过了1万以上。这对粉丝量仅有1万多的“微航天”公号来说，不能不说是个惊喜。对报社的媒体融合来说，更是一个惊喜。一般来说，能有30%阅读率的文章，就被认为是很有价值。这充分说明了内容建设的重要性。

在后续的062基地文章中，这种融合效应得到了进一步的证明。《代号062：大巴山中挺起的脊梁》一文，博得了3万的阅读量，视频作品也博得了2.6万的点击量。

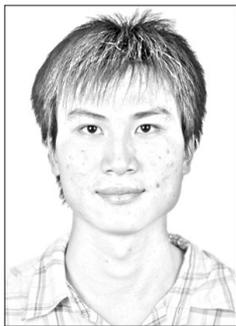
除了重点关注二级单位的三线报道，报社对三级单位的三线报道也不轻视。801厂、694厂、504所、518所等三线报道陆续推出，保证了一定的连续性，也强化了读者对三线报道的印象。

目前，有关三线的报道仍然在继续。我们将持续关注实施过程中暴露出的问题，并不断地加以完善。

（作者为报社采编二部主任）

# 为历史和未来写作

□ 陈立



仓促地给中国航天科工集团公司十院（061 基地）传去一份三线采访意向函后，便踏上前往贵州之路。在报社组织的这次三线报道中，我和王磊是头阵，说实话，开始的准备不充分，思路不清晰。

此前对三线的印象，主要来自王小帅和贾樟柯的电影作品。手头有一本 061 基地老同志写的回忆录，也没看完。2000 公里之外的我，并不知道稿子该怎么写，片子要怎么拍。

虽然从稿件和视频刊发的效果看，不虚此行。但双刃剑效应还是存在的：受众对第一篇关注度高，慢慢地，对同一题材的文章审美疲劳；但第一批操作者没什么经验，做了不少无用功，也留下了一些遗憾。

我们把近两万字的文字素材、几百分钟的影像素材、上百张照片带回北京，这种广撒网在某种程度上看，折射出针对性不强的问题。在稿件成文和剪片子的过程中，也耗费了不少时间和精力筛选素材。虽然能证明我们的辛苦，其实不值一提，记者职业的基本要求而已。

我想，盲目源于思路并不清晰，规划并不系统。譬如，我们一去，说不清第一天要什么，第二天要什么，第三天……采访了那么多老人，每一拨都花了几个小时甚至大半天，虽然故事不尽相同，但传递出的意思大抵相同。另一个问题就是，很多对象是事先安排好的，不采抹不开面子，采了收效不见得有多大。十院给我们采访提供了最大力度的便利和支持，问题终究是出在我这个操作者身上。

虽然途中不断修正，稿件还是离自己的期望有差距。本想做成一篇真正的特稿，以一两个三线人的故事贯穿前后，通过打开他们的命运之门，让读者看到一番带有普遍性的三线“光景”。但这种设想没有成功，因为采访标本的选取工作没做好，只能事后在素材中慢慢遴选，费力组合。

剪片子同样如此。照葫芦画瓢，模仿一些我喜欢的独立导演  
(下转第 11 页)

# 记录经典故事 弘扬三线精神

□ 许斌

航天新闻  
工作通讯

三线建设报道策划



我和摄影记者宿东承担起回顾 062 基地三线建设报道任务。当年，062 基地三线建设在航天系统内规模最大、涉及人员最多，主要由中国航天科技集团公司一院援建。星月交替，寒暑更迭。在 50 年后的今天，当年那么多人、那么多事如何选取，又如何适应新媒体特点，让文章可读？我深感责任重大、压力不小。

在报社统一策划方案的基础上，我们首先对报道方案进行了认真消化，花费了大量心力进行前期准备工作。

在准备阶段，我先在北京寻访当年的三线建设者，了解总体概况。采访者多为老同志，他们都非常配合。给我印象最深刻的是 93 岁的姜延斌老人，他曾经在 062 基地三线建设过程中奋斗了十几年，并曾担任 062 基地主任，虽然年事已高，身体也不大好，但却给我讲了 3 个多小时三线建设的故事，让我对当年的建设概况有了整体的了解。我还向航天科技集团七院曾经在三线工作过的新老同志了解情况，得到很多建设性的采访意见；同时，还找到相关书籍资料以及军工行业的影像资料，认真学习阅读。

经过反复策划，文章的整体脉络逐渐清晰起来，即记录经典故事、弘扬三线精神。

有了整体的构思，我们精心设计了采访提纲，提前提交给七院宣传部。

在采访对象选取方面，七院宣传部门的同志给予大力支持，精心为我们挑选了从 60 岁到 80 岁不同年龄段的多位老同志。他们有的是当年三线建设的管理者，有的是技术人员，来自祖国四面八方，对当年三线建设情况非常了解。七院领导还亲自接受我们的采访，并做了认真准备工作。在七院同志的大力支持下，我们先后走访了成都、万源、泸州等地，对老、中、青三代航天建设者进行了大量采访。

在文章行文布局设计上，面对大量的采访材料，我经过反复思考，最终从挺进三线、艰苦建设、艰苦生活、型号研制

以及走出大山、焕发生机几个方面，通过描述最经典事件展现三线建设的壮丽画卷。

在文风方面，通篇采用平实的语言、细致地进行描写，并努力精简文字，在有限的篇幅里增加文章的厚度与信息量。例如用“一个水壶、一顶草帽、一根木棍和一个黄军包，是他们的‘标配’”描写当年选址时的艰苦等。文中还采用了反复核实的大量历史数据，如“利用汽车运输物资达500万吨，行程2亿多公里”等来反映当年的建设状况。

之后，七院还为我们专门安排采访了“航二代”，他们都是三线建设者的后代，通过撰写相关稿件进一步诠释了老一辈航天三线建设者“献了青春献终生，

献了终生献子孙”的奉献精神。

在此基础上，我又与摄影记者宿东一起对微视频与分镜头进行了策划，并进行剪辑。

文章与视频刊出后，反响良好，在航天科技集团官方微信、微博与微航天上发布后，转载较多。我还与多家权威媒体微平台联系，并通过新华社的“中国网事”以及新浪的微平台进行转载推广，微博点击量仅两天就突破30万，还被众多民间“大咖”的微博转载，使文章得到了广泛传播。

这次采写工作虽然很辛苦，但能为老一辈航天三线建设者做点事，并成为当年历史传承的记录者，我感到很荣幸。

（作者为报社采编一部编辑）

（上接第9页）

的作品风格。不过这是一次有意思的尝试，也开了报社全媒体报道的先河。我听过的音乐门类还算广泛，所以给采访视频配乐这事儿办得还算到位。

关于写作风格，我认同报社领导“各走各道”的说法。你可以尝试特稿写作，可以把写作当成在拍电影，甚至用历史写作的方式。不过，尊重历史是最基本的。读者会跟着故事走，不会跟着老套的传说教走，不会跟着廉价的抒情走。我欣赏一位同事说的，“这一次要尽可能地历史和未来写作，而不是为那些”。

在航天系统，我们干的不是主业，

但对于写字的人来说，“手艺”是很重的两个字。都说这个行当门槛低，其实照样存在一根线，跟航天产品测试合格、试验成功一样。假如你阅读的好文字越多，越清楚这根线意味着什么，越能一眼看出什么稿子在线上，什么在线下。

在阅读越来越碎片化、离散化的今天，我依旧相信深度阅读的不可替代性。所以，水平有限的我们希望能在学习中成长，致力于故事的跃然纸上，提供新鲜、真实、具有时代感和温度的非虚构稿件。在一周的三线基地采访中，我想我是在遥望这盏灯，不断摸索。未来，路还很长。

（作者为报社采编二部主任助理）

# 新命题 新尝试

□ 倪伟

采访 066 基地之后，我深深地佩服这个自力更生发展壮大的单位。呈现在面前的这段历史，就算称不上波澜壮阔，也十足令人百感交集。

因此，我希望从宏观角度较为全面地展现这段历史，让读者了解一个完整的故事。

体现在技术层面，就是采用诸多“他们”“有些人”等字眼，而放弃了很多细节化的个人讲述，全文直接引语寥寥无几。

这都是为实现全文的一种“整体性”、历史感，而过于细节的个人讲述和大量直接引语无疑会拖慢行文节奏。因此有同事看过之后，说把这篇作者口吻强烈的稿件“当作散文读完了”。

这篇报道的主要特点就是写作上的文学性。我认为新闻写作与文学一样，应该尽可能突破程式，当然，底线是非虚构，没有一句话无事实依据。在这个底线之上，可以大胆创新，运用各类手法，寻找表现主题的最佳方式。

文学性不等于煽情，也不等于抒情，它是借由表现方式的多样化，更生动、深入，甚至只是为了更准确地表达出事实的各种面向。

新闻就是产品，读者就是用户，用户总是喜新厌旧的。尤其是在新媒体环境中，微航天和南方周末、人物杂志等，在同一个手机屏幕上供人挑选，读者口味越来越刁，我们只能不断努力接近优秀媒体的潮流和标准，去与他们同场竞技，让读者在心里为我们的报道点个赞，而不仅是在手机上。

我们这一代对宏大历史没有参与感的年轻人，依然相信精神的力量，但所有精神都需要具体故事来解释，而非概括性的四字短语。对于三线历史，我认为越是呈现出具体的艰难，越能阐述精神的可贵，具体的艰难也包括错综复杂的历史关系、经历的失败委屈以及走过的弯路等。但是因为某些原因，有些是难以呈现的，就留作个人的遗憾。

（作者为报社采编二部记者）



# 一部微纪录片的拍摄体会

□ 宿东



为纪念航天三线建设 50 周年，报社启动了“重走三线路精神永传承”专题采访活动。为配合新媒体的推广，各路记者在完成文字和图片采访任务的同时还要完成一部微纪录片的拍摄。

我这次拍摄的任务是中国航天科技集团公司 062 基地（现在的七院），也是航天三线建设中规模最大的一个基地。

我的前期准备工作分为三个方面，一方面是熟悉并完善用单反相机拍摄视频的使用技巧，配备好拍摄纪录片需要的配套装备。由于单反相机并不是拍摄视频的专业工具，也并未按照摄像机的人体工学设计。所以在使用过程中并不顺手，需要大量的时间重新学习并掌握单反的摄像功能。

另一方面是找来中央电视台和凤凰卫视曾经拍摄三线题材的纪录片，认真学习并揣摩其拍摄的主题、镜头画面的运用以及结构处理。最后就是提前构思，积极与被采访单位沟通，提前确定合适的采访对象和采访场景。

拍摄过程中，为了准确了解三线建设的真实历史，我们先后采访了建设者、亲历者以及“航二代”共十多人。我负责采访录制，并根据每个人的特点选取不同的角度和拍摄背景。

为了拍到如今三线的真实场景，我 5 天内先后奔赴泸州和达州的基地旧址，以及现在成都新厂区。时间安排得非常紧凑，拍摄了大量的三线基地如今的场景以及新厂的风貌。为了丰富纪录片的内容，我们还拍摄了当地的风土人情等影像素材。

在拍摄过程中要时刻紧绷保密这根弦。积极与被采访单位保密部门沟通，确定什么可以拍什么不能拍。

摄像与图片摄影有很大区别。摄像拍摄需要更多的辅助器材，如三脚架、专业云台、外置麦克以及更多的电池、存储卡和存储硬盘等。重量上要比图片摄影装备增加了至少 10 公斤，携带起来很不方便。

另一方面不同是，图片摄影只需考虑构图，用光与瞬间等。

（下转第 21 页）

# 重新认识新媒体的编辑规范

□ 胡逢超

当前，微信公众号数量已超 300 万大关，越来越多的自媒体、传统媒体、商户纷纷涌入到这个平台中。其中，不少公众号运营者就带着原有编辑习惯过来了，结果就是页面惨不忍睹，即便是有些内容不错，也只能勉强看下去。

鉴于此，我们必须重新认识新媒体在页面编排上的一些规范。熟悉了这些规范，能更好地帮助读者阅读，实现“悦读”。

平媒排版，首行缩进两个字，段和段之间不空行。这个原则拿到网络上，尤其是手机上来，完全不适用。

例如，在排版航天三线建设专题文章时，如果 5000 字以上的文章直接堆上去，呈现在读者眼前的就是密密麻麻的文字。

读者在那么小的手机屏幕上阅读，需要足够的空白让眼球休息一下。所以，为了读者的眼睛，段落间请空行。

即便有了段落间的空行，如果继续保留平面媒体的首行缩进，页面还是很难看，为什么？

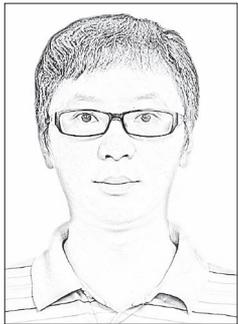
从视觉上看，采用首行缩进，左边的空白就会变得非常不规则，加上段落间的空白，这就是缺牙狗啃出来的效果。手机阅读与报纸、书刊杂志完全不一样，所以要废除首行缩进，好让读者读起来不累。

有些微信公众号发布的文章页面奇丑无比，让读者根本看不下去，为什么？

微信的编辑后台是一个网页编辑器，如果直接复制粘贴的话，会带着原来的格式过来。所以，无论拷贝什么内容过来，先打开一个实用工具，它叫做：记事本。

隔行如隔山，又说到什么山头唱什么歌。既然来到网络，来到移动互联网，那么就按照这里的规矩来。一个三四种字体，七八种颜色的页面，那是丐帮的制服。而一个简洁、紧凑、漂亮的页面，如同一个人洗脸刷牙浆洗衣服一样，是对观者的尊重。

（作者为报社新媒体中心编辑）



# 通讯员队伍是新闻宣传工作的重要力量

□ 方慧

通讯员是媒体不可缺少的重要力量，培养一支专业的通讯员队伍是做好新闻宣传工作的重要保证。

一院新闻中心始终把通讯员队伍建设作为一项重要任务来抓，打破“买卖”双方以及上下级的关系错觉，一手抓培训，一手抓奖励，多措并举，让通讯员成为记者编辑们的亲密战友，成为一院新闻中心报、台、刊、网的强有力的“编外”力量，共同做好一院新闻宣传工作，实现共赢。

## 以赛代训，提高通讯员专业水平

一院新闻中心已经连续6年每年举办1次新闻大赛，大赛共分5个环节：第一，选题策划培训；第二，新闻写作培训；第三，摄影摄像培训；第四，评选出金、银、铜奖；第五，获奖作品评析。

每个阶段都邀请中央电视台、《工人日报》等国家级媒体制片人、主编等讲如何策划选题，如何写消息稿，如何把握典型人物、镜头以及图片的运用等。最后一个环节再邀请评委对获奖作品进行点评。

通过5个环节的培训，让通讯员在赛中学、学中赛，专业素质在参赛的学习与实践不断得到提升。

如12所通讯员鞠海涛，在第一次

参加新闻大赛时，经过专家的具体指导，才明白了会议本身不是新闻，应该从不是新闻的会议里找出新闻；15所政工处处长葛鸿雁说：“培训中，有一句话‘导语就是文章的广告词’，我记住了，受益匪浅。”

## 及时沟通，提高上稿量

一院新闻中心每半年召开一次通联会，通报上稿量，让记者编辑与通讯员交流沟通，报、台、刊的主编会给通讯员传达宣传方向，根据媒体开办的栏目来讲解如何策划选题，如何采写等；并组织通讯员外出采风或到知名企业考察交流新闻宣传工作的做法，开阔通讯员的视野，增长见识。

在日常工作中，新闻中心还经常组织选题策划会，编辑记者与通讯员一起策划选题，交流采写稿件的心得体会，共同修改和点评稿件，从而进一步提高他们撰稿和投稿的积极性。

如万源国际公司通讯员王新平，平均每周都会到《航天长征》报社两次，报送选题，与编辑记者交流沟通，提高稿件采用率。

15所通讯员刘涵，《航天长征》报只要有本单位的稿件刊登，无论多晚，他都非到报社不可，与记者共同修改稿件，直到报纸交付印厂为止。

## 稿酬奖励，尊重 通讯员劳动，调动 投稿积极性

一院新闻中心在每半年一次的通联会上发放稿酬，从稿酬的多少可以看出上稿量情况。

《航天长征》报稿酬按类别分为对内和对外宣传稿件，消息150元/篇、简讯为50元/篇，通讯450元/篇。

对外宣传上稿，如《中国航天报》，头版头条2000元，一版通讯、专题类800元/篇、消息500元/篇，简讯100元/篇，其他版面，通讯、专题类500元/篇、消息300元/篇，简讯50元/篇。

以此为起点，国家级媒体的上稿奖励更多。如果记者是与通讯员共同完成的，通讯员也可拿到一半或三分之一的奖励。

一院新闻中心规定，记者重新修改通讯员的投稿，按一半稿酬计；通讯员上报的选题，记者采写刊发后，也按照通讯员的上稿量计；这样保证了通讯员的上稿权，让通讯员的劳动得到了尊重。

对于通讯员发表的稿件数量和排名，《航天长征》报半年刊登一次。

在每年的新闻宣传工作会议上，宣布表彰决定，由院党委领导亲自颁发奖牌。奖励办法极大提升通讯员上稿或提供新闻线索的积极性，各单位都有二次奖励，有的甚至是三倍的奖励，让优秀通讯员在经济上得到实惠、精神上得到荣誉、



政治上得到照顾。

以上只是一院新闻中心建设通讯员队伍的一些做法。

新闻宣传是企业的无形资产，通讯员队伍是企业新闻宣传工作的宝贵人才。媒体记者的触角不可能触及到基层和行业的方方面面，通讯员人熟、地熟、工作熟，又处在基层的第一线，这些都是记者所不具备的。

因此，打造一支业务素质高、责任心强和专业化的通讯员队伍，才能取得和掌握新闻宣传工作的主动权，才能更好地为一院持续发展提供精神动力、思想保证和强大的舆论支持。

(作者单位：一院新闻中心)

# 二院新闻宣传经验谈

□ 王朝阳

《中国航天报》以新闻报道记载了航天的发展历程，是二院在航天系统开展宣传工作的重要媒体阵地。在中国航天报社的大力指导和帮助下，二院在航天报上的宣传工作取得了一点进步，现将二院的宣传工作经验总结如下，与航天新闻工作者分享。

## 博览航天的窗口，展示风采的平台

航天报是及时传递集团公司党组声音的重要媒介，为二院干部职工贯彻落实党组要求提供了重要的依据和参考。通过航天报，二院干部职工能够及时了解航天系统兄弟单位的发展状况和工作成果，了解到国际航天最新的形势，起到了交流借鉴的重要作用。

二院党委一直将航天报作为对外宣传主阵地，不断加强与报社的合作。二院围绕贯彻落实中央精神、集团公司党组要求、重大战略部署等，深度挖掘新闻线索，进行重点策划采写，在航天报进行了系列的宣传报道。

2014年，二院在航天报刊发头版头条10篇。二院工作会报道《为五个问题开出十四副药方》，教育实践活动报道《作风建设实效“赶考”未来》，创新开展青年助理活动报道《打造航天精英的预科班》，大力贯彻落实“两个工程”报道《四

## 作风建设实效“赶考”未来

——中国航天科工二院坚持“五真五实”开展教育实践活动纪实

□ 特约记者 陈秋林

**群众路线在航天**

3月30日，中国航天科工二院召开教育实践活动启动大会，全院干部职工参加。会上，院党委书记、院工会主席、院纪委书记分别作了动员讲话，明确了教育实践活动的重要意义、目标任务、方法步骤、组织领导等，要求全院干部职工要以高度的政治自觉、思想自觉、行动自觉，积极投身教育实践活动，确保教育实践活动取得实效。

**“真”批评**

为检验教育实践活动成效，二院组织开展了“真”批评活动。院党委班子成员、各部门负责人、党员干部等，围绕“四风”问题，开展了批评和自我批评。大家敞开心扉，讲真话、讲实话、讲心里话，达到了“红红脸、出出汗、排排毒、醒醒脑”的目的。

**“真”整改**

针对教育实践活动中查摆出的问题，二院党委制定了整改方案，明确了整改目标、整改措施、整改时限等。各部门、各单位也结合实际，制定了整改方案，明确了整改责任人、整改时限等。通过整改落实，有效解决了突出问题，取得了实实在在的效果。

**“真”实效**

二院党委坚持把教育实践活动与中心工作结合起来，与推进“两个工程”结合起来，与落实“五真五实”结合起来。通过教育实践活动，进一步激发了全院干部职工干事创业的热情，推动了各项工作任务的顺利完成，取得了实实在在的成效。

着力推进两工程》《三边原则推进两个工程》，践行社会主义核心价值观报道《让航天正能量不断传递》等，这些头版头条文章宣传了二院各方面工作取得的成绩和做法，在航天系统内引起关注和反响。

在“三贴近”原则的指导下，航天报编辑记者深入二院一线采写，在航天报刊发多个整版报道。这其中包括，整版报道了体现时代特色和航天科工发展需要、二院党委加快青年成长成才的创新载体——青年助理活动；还有成功承办“走进新国企——感受科技的力量”活动，我国社会知名专家、资深媒体人、意见领袖，人民网、新华网等16家网络主流媒体记者走进二院，对二院智慧城市建设和一系列军民融合科技创新产品进行集中宣传报道，整版刊发了《大开眼界的航天高科技体验之旅》，取得了良好的宣传成效。

正因为航天报在二院对外宣传工作

航天新闻  
工作通讯

通联会专题

中占有极其重要的地位，二院不断加强航天报的发行管理，确保发行的覆盖面和及时性。航天报在二院已经覆盖到班组，平均每6人就有1份航天报。近年随着二院部分单位搬迁到京郊生产基地，二院通过班车将航天报及时送到生产基地，解决生产基地未通邮期间报纸发行的衔接问题。二院2014年出资捐助云南省曲靖市富源县20名寒门贫困学子，并帮助他们每人订阅了一份《中国航天报》，让他们了解中国航天，关注航天发展，热爱航天事业。

## 收集线索形成策划，固化流程建立机制

新闻线索是“原料”。如果将新闻宣传比作一桌大餐，那么新闻线索就好比是制作佳肴的原材料。在新闻线索挖掘上，二院以年度工作会报告内容为参照，分析年度全院重点工作和创新方向，研究二院各部门年度工作要点，从中寻找全年新闻线索，并汇总院属单位年度重要新闻线索；开展与部门、院属单位宣传工作和新闻线索对接活动，进一步完善丰富新闻线索、明确宣传工作重点。

新闻策划是“菜谱”。原料丰富，菜谱再实用，就能烹制出精美大餐。将收集到的新闻线索，按照类别、主题和内容三个层级，编制了囊括主要新闻线索的全年新闻宣传“大策划”表。根据“大策划”表提前筹划重点主题和宣传时机，并与外部媒体做好沟通协调，做到全面统筹、突出重点、有序推进、及时报道。

星·人物 4版 2014年9月16日 星期二 China Space News 中国航天报

### 王蒙一：“渐冻人”母亲的守护者

□ 李强伟

“渐冻人”王蒙一，王蒙一并不适合这个名字。5年来，“渐冻人”王蒙一，成为北京航空航天大学航空宇航学院航空宇航工程专业的教师，更是一位“渐冻人”的母亲守护者。



王蒙一，30岁，从北京航空航天大学航空宇航工程专业毕业，现为北京航空航天大学航空宇航学院航空宇航工程专业的教师。王蒙一并不适合这个名字。5年来，“渐冻人”王蒙一，成为北京航空航天大学航空宇航学院航空宇航工程专业的教师，更是一位“渐冻人”的母亲守护者。

王蒙一，30岁，从北京航空航天大学航空宇航工程专业毕业，现为北京航空航天大学航空宇航学院航空宇航工程专业的教师。王蒙一并不适合这个名字。5年来，“渐冻人”王蒙一，成为北京航空航天大学航空宇航学院航空宇航工程专业的教师，更是一位“渐冻人”的母亲守护者。

每周与航天报编辑记者沟通，明确需求，编制航天报稿件采写、报送策划，按照时间节点及时报送稿件；每月对上稿进行统计分析，增强了宣传工作的计划性。

建立机制是“保障”。将一些做法固化成机制和管理办法，进而保证新闻宣传工作有序开展。二院梳理出台了本院新闻宣传工作管理规定等多项制度，为加强宣传工作、规范管理提供了重要依据。二院正在探索建立两级新闻线索沟通联络机制，每周院党工部与院机关各部门和各厂所党办沟通线索情况，各单位党办同样与本单位机关和各处室沟通线索情况，确保好的新闻线索能够被及时发现并纳入新闻宣传策划。

## 贴近职工服务中心，推树典型形成经验

聚焦一线鼓舞士气。二院贴近航天报的需求，宣传视角聚焦一线，策划开展“走进试验队”活动，借航天报记者苍劲有力的笔端，在航天报上展示了二院试验队员在风沙中砥砺青春的感人故

事，在试验队拍摄的新闻片“中国新锐导弹首度公开——FD-2000 远程防空导弹”在央视播出引起广泛关注。

2014 年共策划组织记者多次前往试验一线，采写型号团队感人事迹报道 6 篇，组织编发 9 篇空天防御内部宣传文章，鼓舞了试验队员士气，得到了型号试验队的肯定。

加大宣传推树典型。在集团公司和航天报社的大力指导帮助下，二院推树黄纬禄为“时代先锋”、“全国创先争优优秀共产党员”国家重大先进典型；推树了可亲可敬的雷达人，“海拔高斗志更高 缺氧不缺精神”的高原试验团队，科技领军人才李陟、李芸、孙武，安保英雄田培森，航天活雷锋史永乐等一批蜚声航天内外的先进典型。这些先进典型的感人事迹，航天报都给予重点宣传报道。

2014 年通过在航天报大篇幅报道《浙冻人母亲的守护者》、《航天真汉子力擒歹徒》宣树了孝感动天的航天 80 后王蒙一、集团公司见义勇为好职工马昀等践行社会主义核心价值观的先进典型。

归纳提炼形成模式。二院不断总结典型宣传做法，提炼出以“内容 (Message)、媒体 (Media)、时机 (Moment)、管理 (Manage)、队伍 (Man)”为要素的“5M” (取 5 个要素英文首字母) 全方位宣传管理模式，在此基础上构建了“6+5”典型宣传模式 (“6”指六个层级，即处室级、厂所级、研究院级、集团公司级、中央企业级、国家级)，作为集团公司唯一代表到国资委进行经验交

流，相关经验收录到国资委经验成果集，并在中央企业中推广。

## 创新栏目服务职工，激发队伍内在活力

设立“新”栏目。二院不断创新栏目，使新闻宣传更具时代气息、更贴近职工，更好地服务职工。去年二院设立“奋斗的人生最美丽”、“二院员工的时间都去哪儿了”、漫“话”两个工程、“可亲可敬的身边人”等一批职工喜爱的新栏目，讲好二院员工的故事，积极弘扬了昂扬向上的正能量。同时开辟了便民提醒、出行常识等新的栏目，服务广大职工。

提升“新”层次。加强队伍建设是做好新闻宣传工作的重要抓手，新闻宣传工作者不断掌握新本领、学习新技能，才能不断进步。一方面二院对宣传干部、通讯员进行新闻写作、摄影、安全、保密等专业化培训，编印了二院自己的培训教材《新闻报道实务》，对通讯员开展系列专题培训，开展研讨交流促进经验共享，使新闻宣传工作人员夯实基本功。

另一方面，二院激励考核并举，激发宣传队伍活力。除进行宣传工作先进单位和个人评选外，对特约记者和通讯员每两年进行资格认证考试并颁发证书；开展新闻质量优胜奖月度评选、上稿量领先人员通报、优秀新闻摄影作品季度评选、新闻技能比武等系列活动，促进新闻报道多出精品，也调动了通讯员的积极性和工作热情。

(作者单位：二院)

# “新”与“心”的一点思考

□ 时小丹

航天新闻  
工作通讯

通联会专题



说起“特约记者”这个特别身份，那还是在两年前，也是在中国航天报社举办的通联会上，我作为一名“新兵”，从报社领导手中接过了沉甸甸的聘任书。当时，内心是十分忐忑的，一是自己第一次面对航天报的新媒体环境，不知道自己的能力能否胜任即将到来的新任务；二是能否通过自己的工作引导更多的基层单位提升新闻宣传能力，为航天新闻宣传工作作出新的贡献。为了履行好自己的职责，我在艰难的摸索中开始了“特约记者”的新征程。

两年来，经过航天报社编辑、记者们的友情帮助和悉心指导，我对航天报也有了新的认识，这里不仅是展示航天各院风采的平台，也是特约记者、通讯员们交流经验、分享心得的桥梁。通过一篇篇耐人寻味的稿件、一段段意味深长的字句，我能够深深体会到航天人对航天的深切热爱，也激励着自己采写好更具航天特色的好文章。同时，作为一名特约记者，自己也深感航天新闻宣传工作不是一个人在战斗，而是一个群体的成果。将这段经历总结下来，就是“新”与“心”的思考。

第一个是“新”字，是新闻的新。

身为特约记者，应时刻具备敏锐的新闻视角，及时报道新闻事件的能力。这个说起来容易，做起来却并非那么简单。每天身处“航天”之中，看到的“航天新闻”也不少，但是能报的却不多，究其原因就是许多“新闻”的新闻点不强。这时，我们所要做的就是众多新闻中抽丝剥茧，将有价值的新闻线索凝练出来，再进行重点宣传或深度报道。

在这期间，甄别新闻价值最见真功夫，不仅要对国家、集团公司、院内的发展新常态有所了解，还要及时掌握基层单位有价值的动态，让更多好新闻“浮出水面”。

第二个是“心”字，是内心的心，就是“新闻宣传要用心做”。

为什么说特约记者不是一个人在战斗，因为很多新闻发生时，冲在最前面的往往是基层一线的通讯员，所以，新闻宣传

必须依靠他们才能达到更好的宣传效果。

做了两年特约记者，我发现自己越来越像一个“中间商”，干的最多的就是“新闻倒买倒卖”的“生意”。当然，这只针对好新闻。由于身为五院《神舟》报的编辑兼记者的优势，在每期报纸中，我都会了解到很多基层单位的稿件，在这个过程中就要做一个有心人。哪些稿子可以推荐给航天报？哪些还需要修改再推荐给航天报？这都是自己经常考虑的问题。

有人可能会说，特约记者只要干好自己那一摊就好了，写好自己的文章，报道好自己的新闻。不过，我想说，要干好特约记者这一行，就要联系基层，走

进基层，为基层提供更多的指导和服务，还可以利用业内报纸的平台，为基层打通新闻宣传的通道，激发基层单位的新闻宣传积极性，最终获得共赢。所以用心做一名新闻宣传工作的引导者也是十分重要的。

另外，与航天报编辑、记者们的及时沟通不可或缺，只有知道“想要什么样的菜，才能有的放矢”，这也是及时了解新闻宣传工作大方向、互通有无的关键渠道。

以上，是我对特约记者工作的一些心得体会，不足之处还请大家多多指点。

（作者单位：五院《神舟》）

（上接第13页）

摄像除了要注意这些之外，还要考虑录制同期声，一段画面的起始和结尾，画面焦点和焦距的变化以及每一个镜头需要在片中要表达什么语言并被安排在哪个位置，这些都要缜密的思考。

对我们来说，现场采访也是极大的挑战。在镜头前，被采访者大多会紧张，有时会出现语言不连贯、动作僵硬等现象。摄像者要及时发现情况并进行调整，有时为了录制一段影像要重复好几遍。

后期制作对我来说是陌生的。如何选择合适的影像，把一段段影像剪辑在一起来表达既定的思想，是非常复杂的事情。由于前期采访充分，后期需要看大约100G的素材。看一遍素材就需要一

天的时间。有些被采访者口音很重，以至于有些视频段落看好几遍才能听懂。后期成片出来后，为了能让观众更清楚地理解采访内容，就需要为被采访者配上字幕，这也是一项耗时耗力的工作。

素材经过初步挑选之后，就是剪辑工作，有些原始素材是几十年前用电影机拍摄的，影像质量很好，但没有声音。为了让当年的场景更加生动，我搜集了爆破音、工人喊号子等配音。

8分钟的短片，不算长，但对于初次全程参与制作的我来说，确实是一次有益的尝试与锻炼，对纪录片全流程制作有了初步的了解，为后续相关工作的开展积累了很多实战经验。

（作者为报社采编一部摄影记者）

# 一次震撼心灵的新闻采写旅程

## ——陈福田院士事迹采访手记

□ 刘淮宇

今年3月,76岁的我国地地固体常规导弹技术开拓者之一、中国航天科技集团公司科技委顾问陈福田院士逝世。病重之际,陈福田仍然心系国防事业,在病榻上坚持著述,一直工作到生命尽头,其事迹令闻者动容。

由我采写的报道《战斗到生命最后一刻》一文,经《中国航天报》、集团公司官方微信首发后,被多家网站转载,迅速在国防科技战线干部职工中传开并引发强烈反响。国资委官方微信“国资小新”,也全文转载了这篇6000余字的长文。

于我而言,这次采访就如同一次心灵的旅程:从一开始对其事迹的不甚理解到逐渐了解后的感动震撼,我自己在陈福田身后追寻他脚步的同时也受到了一次灵魂上的洗礼。

接到采访线索时,我刚忙完全国两会报道,身心俱疲,特别想趁着周末休息一下。说实话,最初我是抱着完成任务的心态开始采访的:这位老人真的像其他人说的那样病重时依然挂念着工作、没来得及给家人留下什么话?一名病人说梦话也能条理清晰地谈论工作吗?报道幅度需要多大?2000字够了吧?

集团公司和报社领导对这一报道非常重视,为了做好准备,我试图在采访前查找一些背景资料。但与陈福田生前所在单位沟通的结果是——由于保密原因,有关他的参考资料没有。我又用本报信息系统进行检索,除了上世纪90年代航天部的一个表彰名单里有他的名字外,无其他任何报道。

对这样一位默默无闻奋战在国防科技战线一辈子的老人,我越发感觉到他的“神秘”了。制订采访计划时,我决定从陈福田的身边人——与他共事过的同事及其妻子、孩子等亲人入手,从侧面收集素材,把周围人与陈福田一次次接触的故事和印象组合起来,梳理出老人一生的经历,客观全面地反映出他对事业、对同事、对家人的态度,挖掘他身上展现的作风和精神。

我首先采访了祝学军、张海瑞两位总设计师,他们曾跟



随陈福田长期工作过，对他的情况比较了解。通过与他们的交流，我不仅对陈福田的工作经历、性格品行、患病情况等有了全面了解，还从侧面了解了他在患病住院坚持工作的感人场景。更为重要的是，通过采访两位总师，我对于他在技术领域的贡献有了专业角度的了解。

采访祝学军时，她提到帮助陈福田完成最后书稿的一名博士。通过对那名博士的追踪采访，我不仅了解了陈福田在医院边治病边工作的详细情况，还获得了一名年轻型号人员眼中的院士形象。这对于丰富对人物形象和性格的刻画，很有帮助。

张海瑞总师给我看了陈福田编辑整理的研究资料，给我讲述了陈福田最初发现病情的情况，分享了他陪同陈福田深入戈壁寻找导弹残骸的传奇故事，这些情况使我对陈福田工作经历、工作作风及对待癌症的态度等有了深入了解。

采访中，他们都向我提到，陈福田做梦说梦话也在谈型号工作的情况，嘱咐我一定联系陈福田家人看看那段视频。确实，如果不是亲眼目睹、亲耳聆听陈福田躺在病床上说的梦话，可能人们很难相信一位老专家会对航天事业和型号研制工作如此钟情。在陈老家中看到这段视频时，我的心灵被深深震撼了。

通过采访，我对陈福田的工作态度、敬业精神、专业建树、与家人关系都有了全面了解，为后续写作打下了坚实基础。最终成稿的文章 6000 多字，分为四个部分，第一部分“辗转反侧忧国防 魂牵梦绕系型号”使用了陈福田睡梦中真

## 战斗到生命最后一刻

——记我国地固体高机动导弹技术开拓者之一、中国航天科技集团公司科技委顾问陈福田院士

本刊记者 张林华

### 航天大师 鞠躬尽瘁

**我敢在行将**

陈，是一个既爱做梦又说梦话的人。他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。



### 辗转反侧忧国防

陈福田院士在病床上工作，他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。

### 魂牵梦绕系型号

陈福田院士在病床上工作，他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。他常说，梦里梦到的是型号工作，醒来后第一件事就是赶紧起床去上班。

航天新闻  
工作通讯

记者手记

情流露的一些直接引语，给人一种直抵人心的震撼力量，这也最能反映出这位院士与其他航天专家的不同之处。

第二部分“勇斗病魔向天笑 争分夺秒为航天”回转到 2007 年陈福田最初发现得病的情景，介绍他一边治疗一边工作的一些细节，与第一部分呈倒叙结构，增添了文章的时间纵深感。

在第三部分病榻著书里，穿插着博士赵晓宁与陈福田接触的故事，侧面反映出陈福田在人才培养、作风传承等方面对他人的影响，让读者随着阅读的推进对陈福田有了进一步了解。

在文章第四部分，不仅有用排比句写出陈福田的专业技术成就，还有他上大学的兴趣爱好、年轻时的工作状态等细节的穿插，使得人物更加血肉丰满。文章结尾讲述了从陈福田儿子那采访到的小故事，用陈福田本人的几句话，一语道破这位导弹院士忠诚事业、忘我工作的原动力：心怀感恩，初心不改。

为了让先进人物的报道不流于假、（下转第 25 页）

# 人物报道的焦点在“人”上

□ 贺喜梅

航天新闻  
工作通讯

编读往来



航天人物报道与大众媒体中的人物报道不同，一是因为航天人所从事的工作是高科技专业，涉及很多晦涩难懂的技术知识；二是由于这是一个专业群体，具有一些行业特性，比如加班多、舍小家为大家、吃苦耐劳、保密要求高等。

以上两个方面给写作者提出了巨大挑战：太专业的东西不好写，写出来大家也不爱读，太普遍的现象报道出来不新鲜。

但这并非没有切入口。写作者应该清楚，既然是人物报道，关注点应该在人上。

第一，要选定正确的报道对象。要注意挖掘报道对象的独特性，仅加班多不是个性，仅仅与不幸绑在一起又不是我们所倡导的，只有在特殊的背景下凭借独特的个人魅力创造了奇迹，才是好的报道对象。比如一个外语人才如何成为航天国际化精英，90后航天新兵如何迅速成长为顶梁柱，如何练就一双堪比卡尺的眼睛，是什么支撑他坚守深山20年？

但不要陷入一个误区——报道对象应该是获得某种荣誉的典型人物。虽然典型人物的个性更鲜明，但毕竟是少数，容易让普通受众产生一种“遥不可及”的想法。

我们要更多地把眼光转移到普通大众身上。在平凡真实的世界里更容易挖掘到动人的故事，在传递正能量的同时也容易引起读者的共鸣。例如《女工也能“喷”出异彩》，一位普通的喷涂工人或许毫不起眼，但如果一个女人在20年的喷涂工作中巾帼不让须眉，练就了女汉子般的坚强就比较有写头了。

第二，要找准“人”的亮点。这方面，在对报道对象的实际情况不是特别清楚的情况下，笔者比较提倡谈话式的采访，多设置一些开放式的问题，诱导采访对象轻松回忆过去的往事，在谈话中注意捕捉他的情绪和感人事迹。

第三，要选择最优呈现方式。过去我们通常采用的是大篇幅文字报道形式，配图也大都是一张工作照。在这个倡导“短小精悍”的读图时代，这种方式并不好。很多人物报道采用图片的形式会更具有感染力。比如《大山深处，他默默坚守水泵

20年……》，这篇报道本来是一篇两千余字的文字稿，让人很难有耐心读完。笔者当时的直观感受是故事的视觉感比较强，于是与作者联系，劝其以图片的形式来呈现，图片效果也的确比较生动、感人。

很多人有困惑，认为科研生产类的图片好拍，但遇到人物图片就不知道如何拍了。笔者并不反对摆拍，但摆拍时要尊重事实——既然是新闻报道，摆拍的内容就应该是报道对象曾经做过或还正在做的事情。图片的聚焦点应该在人上，而不是在做的事情上，读完图片能让读者清楚你要表达的意思，即了解这个人的独特性。再配合以比较软的人物描述。简单来说，就是把你原来想用文字来表达的内容采用图片的形式来呈现，所以图片报道并非不用采访，那样拍出

来的图片内涵单薄，所以应该先进行谈话式采访，再安排拍摄。

第四，要做足采访工作。目前，我们通常在报道中只采访报道对象一个人，这实际是不符合新闻专业要求的，应该采用直接采访和间接采访的形式，既采访报道对象本人，又要采访与报道对象比较熟识的领导、同事，甚至家人，采访后者甚至比采访报道对象本人更重要。当局者迷，旁人更容易发现报道对象的与众不同。

最后，还要善于取舍组文。不少报道动辄就是两千字，想要面面俱到，认为事例越多越好。实则不然，因为读者的耐心是有限的，要在尽可能短的篇幅中把最亮点的东西呈现出来。

（作者为报社采编一部编辑）

（上接第23页）

大、空，扎实的采访记录、细节的素材积累非常重要，而有关人物与家人相处的故事更能拉近报道对象与读者的距离。在文章修改过程中，我加入了陈福田身体好时逢年过节要亲自下厨给家人做饭、临终前含泪向妻子致谢等采访时获得的细节。事后读者反映，读到这些情节时，更能激起与人物的共鸣，感到这样的榜样不仅可敬，而且可亲可学。

文章刊发时，我为文章配发了评论员文章《大写的人生 不朽的精神》，对陈福田的工作作风、高尚品格进行了归纳和总结，并提出“我们缅怀先贤，不能止于感动”，号召更多人以先锋模范为

镜，向陈福田院士学习。

在多媒体传播方面，报社新媒体中心的同事制作了用陈福田梦中谈论型号工作的录像剪辑成的微视频，还用H5技术制作了简要介绍陈福田事迹的动画，都为文章在新媒体的广泛传播助力不少。

从最初的理解肤浅，到后来的感动震撼，我在这次新闻采写旅程的终点，再次深刻领悟到一名航天新闻工作者的价值所在——用笔和镜头记录、反映航天人的精神风貌、意志品质，见证他们为建设强大国防、建成航天强国、实现中国梦而努力奋斗的伟大征程，这是多么有意义的一件事情啊！

（作者为报社采编一部主任助理）

# 聊聊怎样写好“身边人”

□ 孙喆

作为一个全新的版面，今年4月初诞生的《中国航天报》“星空·群英”版的起点可谓不低。本着聚焦“身边人”、“身边事”的原则，我们图文并茂地呈现了一个个可圈可点的航天人，发掘了许多不那么“高大上”却“回甘”十足的故事，迅速聚集了一大批人物报道的优秀写手。借群英版诞生百日之际，谈谈对航天人物报道的一点点思考。

## 脸谱化的困境怎么破

长久以来，航天人物报道有一个难题：人物脸谱化、同质化。加班加点、忘我工作、克服困难完成任务的坚韧、面对科研生产困境的百折不挠……只要提笔写航天人，仿佛总绕不开这些。许多作者自己也很困惑：身边人个个似曾相识，怎样写才能不落窠臼？

6月9日四版头条对206所民品项目总师邱旭阳的报道或许可以帮我们打开思路。

同样是写面对压力和带队伍，作者将笔触伸到了“老邱”夜不能寐的场景和“打牌”摇头苦思、甚至发火的细节，再通过旁观者的视角道出能令老邱“发火”的两种情况和因微信改名为“花红柳绿”导致老邱在微信上“失踪”的小插曲，将一位为项目殚精竭虑、带队伍控制欲强又可亲可敬、颇有些“萌”的“带头大哥”鲜活地塑造了出来。

此外，本文配图抓人眼球：苍茫的荒原上，老邱身穿军大衣、头戴毛线帽的那个孤单的背影几乎是记者迫切前去“听故事”的最大动力。

人物通讯的主要任务就是要揭示出他独具光彩的个性特质，使他有血有肉有思想地活脱脱站在读者面前。因此，要透过人物的日常工作去挖掘他的思想、人格魅力，甚至可以通过一点点小争议“亮出”一个没有“被定性”的人，给读者留足判断的空间和自由。



世界上没有完全相同的两片叶子，同样，人与人也不可能完全相同，模板化的创作必然导致人物“撞脸”，通讯写作毕竟不同于消息。

采访时拿到多少素材，构建一篇文章之初花了多少心思，对身边这位航天人“用情”多深都是决定一篇人物报道好坏的重要因素。

## 选谁来写

5月21日的“技能大拿”栏目报道的是35所一名普通的技能工人。收到《匠人心 航天梦》这篇稿件时，编辑几乎抚掌赞叹，马上将稿件上版。为什么这篇稿件能迅速抢占有限的版面？

稿件报道的主人公正是我们身边普通的一位技能工人。“他们没有耀眼的业绩，没有至高的荣誉，没有较高的职位，但他们有理想、有追求，爱工作、爱生活，有一技之长，有炽热的航天情怀”，报道这类人物，激励广大干部职工建功立业正是我们开办“星空·群英”版的初衷。

而目前，从投稿的选材来看，许多作者还没有从报道各种“大人物”的惯性思维中走出来。像“市场先锋”、“管理达人”、“为你点赞”、图片新闻栏目至今乏人问津。将“向上看”调整为“向身边看”，是群英版写作的当务之急。“究其一点，不及其余”，“身边人”是个广大的素材库，他们可写、当写、能够写好。

《匠人心 中国梦》一文写的是地地道道的身边的“小人物”，但他的一技之长、他鲜明的个性特征告诉我们这的确



是一位该写、能写的典型人物。

作者在写作时，通过技艺的“香火”、家庭的熏陶披露了一位技能工人磨出手上功夫的那些背后故事、那些“暗地里流的泪”、拿下“扎手活”的“不出意外”，用许多柔软的人性的东西诠释了“匠人之心”。

这篇稿件在选材上能够扣住群英版的栏目需求，在写作上能够透过平常的工作表现挖出“这一个”人物的内心世界，堪称同类选题中的翘楚之作。

对于一个刚刚开办3个月的新版面，“星空·群英”版呈现了许多精彩的报道，也有若干栏目还是一片“处女地”亟待开垦。相信只要我们能将新闻的触角伸向“身边人”、“身边事”，就一定能出产更多更优秀的人物报道。

(作者为报社采编二部编辑)

# 多情、善感、用心做“嫁衣”

□ 王姝书

航天新闻  
工作通讯

基层园地



手握中国航天报社颁发的2014年度“新闻十佳”奖杯，感动大于欣喜。从未想过，有一天，我会站在台上领回一个关于“文字”工作的奖杯。

## 做一个“多情”人

拿到“新闻十佳”奖杯的那一刻，我炫耀式在微信朋友圈写了一段送给自己的“颁奖词”：从工艺技术转到政工宣传岗的近四年时间以来，角色慢慢地从“前线”转到“幕后”，以前风风火火地跟一线操作人员打成一片，现在变成了短暂的“蹲点一线”，然后在电脑前码字，这也是传说中的“为他人作嫁衣裳”。

其实，打小时候起，我最不喜欢的就是语文，但渐渐地，我却很享受采访前做“攻略”、采访中与采访对象的交流、采访后写故事这些个过程。

2007年7月，电子信息工程专业毕业的我成为了一名航天人。从最初进厂的电子装联工艺技术人员到车间计划，到党支部副书记，到八院宣传处挂职一年，再到目前在149厂党群工作部主管宣传工作，七年多的时间里转岗五次，每一次离开都那么不舍，但每一次到新岗位总是那么容易投入。

不论是不舍还是投入，都与“情”字分不开。我想，不论在哪个岗位，都需要“多情”，待人热情、工作有激情，唯有“多情”才能发现身边更多的“美”。

正是这份“多情”，让我在做宣传工作过程中嗅觉更加灵敏，单位里有啥新闻都逃不过我的耳目，一来各部门都有宣传通讯员作为“眼线”，二来通过各种大小会议或多或少都能获得些“情报”。

在宣传工作的“多情”让我迫切地想要表达，遇到好的题材，我都不愿意落下，想尽快地呈现给读者，我想这应该算是宣传工作者应有的“内生动力”。

## 做一个“善感”的人

工科生从事宣传工作不是新鲜事。与文科生相比，我更懂型号产品。

我在总装车间待了三年多时间，对产品挺熟悉，但不论离开了多久，不论第几次重回那里采访，我总愿意静静聆听，听他们讲型号研制过程中的种种突破，讲团队里的人和事儿，新鲜的，不新鲜的，统统跃然纸上。

要写一篇成功的通讯报道，感同身受显得至关重要。只有深入采访对象的内心，才能真正体会到他们的感受，也才能写出“有血有肉”的文章。

采访中，要做一个“善感”的人，与他们共同感受喜怒哀乐。感受他们参与的型号成功后发自内心的喜悦，感受他们长期加班加点对家庭的那份愧疚，感受他们再苦再累也要投身航天的激情，感受他们在工作中的相互协作、“面红耳赤”的种种心境。

做一个“善感”的人，还要善于捕捉展现采访对象特征的一瞬间，有他们在工作过程的一举一动，有他们在讲述中的生动语言，只有捕捉到这些特征，写出的文章才不会千篇一律。

## 做一个“用心”的人

用心，是简单的两个字，也是复杂的两个字。这是我在这几年做宣传工作中的深刻感受。

我一直相信，最能打动人的报道一定是来自最前线的。

但很多时候，宣传报道被很多人看起来就是“包装”的事。这类“包装”有时还不被“老实人”所接受。约个采访，被一口回绝了，觉得没有报道的必要；还有些人则是一直是“大忙人”，约不着，或者约定后只能匆匆见一面。

这些也就是所谓的采访“碰壁”，遇到这种情况还看我们怎么面对了。

对于一个“用心”的新闻宣传工作者来说，一定是对想采访对象“不放弃”。记得有一次，我要采访新一代运载火箭总装负责人，联系了三次，他一直说忙，也表示不需要接受什么采访，后来他被问得“不耐烦”了，就说不信你过来看，我是不是很忙。有了他这句话，我知道他肯定能“松口”，挎上相机，夹着笔记本，直接冲到总装现场。

在现场，他正在跟团队成员进行某项试验，确实挺忙。看到我，他“无奈”地摇摇头。我跟他说不急，见缝插针，等你停下来，我们聊几句。中间，看他稍微得空，我就凑上去询问试验情况。就这样，我站在旁边等了75分钟，他的工作告一段落了，也许是“不好意思”，也许是被我“感动”了，他安排了一下后面的工作，就把我带到火箭旁开始滔滔不绝地介绍起来。

用心沟通，真的可以让人与人之间实现“零距离”。

在宣传工作岗位，做一个“多情、善感、用心”的人，心甘情愿地为他们做“嫁衣”，因为在为他们做“嫁衣”的同时，我们同样收获了很多。

（作者单位：八院149厂）

# 怎样写一位有温度、有情感的人

□ 齐渡谦

航天新闻  
工作通讯

基层园地



进入 21 世纪，特别是随着经济飞速发展，人们的思想也变得越来越开放和活跃，尤其是新兴媒体的出现，“你说我听”的宣传老路子如今已经行不通了，受众更愿意选择自己喜欢的东西来阅读，这给新时期的航天新闻宣传工作带来了不小的挑战。

人物通讯是我们每一位航天新闻宣传工作者经常要涉及的一种写作文体，人物通讯的写作对象也无外乎是咱们航天一线或管理层涌现的先进个人，而写作的目的则是宣传其事迹，引导职工向其学习，弘扬正能量。但千篇一律的“写苦写累写奉献”，早已被今天的受众所反感，非但不能起到宣传的作用，往往被扣上假、大、空的帽子。

如此看来，确实需要换一个思路了。

## 不单纯写苦、写累、写奉献

航天事业苦，航天事业累，为了航天事业多少一线工作者默默奉献，他们又是为了什么？为了钱吗？很多外资企业企图挖人，他们没去。为了出名吗？他们做出成绩却默默无闻。

每一位称职的航天人都有着自己的理想，就是为了实现自身的价值，为祖国的国防建设添砖加瓦，希望有一天看到凝聚自己心血与智慧的航天器上天，殚精竭虑研制的武器震慑敌人于千里之外，希望看到祖国拥有强大的国防实力。

为了实现这个理想，他们甘于苦、甘于累、甘于无私奉献，甚至在子女生病、妻子出事、父母病危时，强忍泪水坚守在工作岗位上。

我想，写这些典型人物时，该怎么写呢？写他们无偿加班？写他们抛家为事业？写他们放弃优越生活？

在这个思想开放且活跃的新时期，这样的宣传效果收效甚微，甚至于会发生一些反作用，这不是我们想要看到的。因为他们是有温度、有情感的航天人。

## 他们是追梦人，有温度、有情感

“因为要让祖国拥有自己的强大国防，所以加入航天！”已故的我国著名冲压发动机专家、中国工程院院士、中国航天科工集团公司科技委顾问刘兴洲在年幼时立下了这个梦想，并用一生去追梦。

那么我想，我们在写人物通讯时，是不是也试着将他们塑造成“追梦人”的形象，写出他们对于航天事业的浓烈情感？

记得在采访国际空间推进技术委员会委员，集团公司、三院31所科技委委员郑日恒总师时，他提到当年在剑桥大学做访问学者时，看到了他国学生们是如何在休息室谈笑议论中国驻南斯拉夫大使馆被轰炸的新闻。“没有强大的国防只能被欺负”，那种心灵被刺痛的感觉使他难以忘怀，更加坚定了他为建设强大国防而奋斗的决心……这种塑造“追梦人”的方式显然让被宣传人物更加闪光。

记得在刚参加工作时，恰逢北京百年一遇的大暴雨。在抗洪抢险、恢复生产过程中，一位电工师傅引起了我的注意，他和31所其他职工一样朴实、大气，对工作的那份浓重的感情和责任心让我深深折服：为了保证每一位职工用电安全，在暴雨中他带着徒弟对各处配电设备进行了紧急断电处理，确保不出现触电事故，保障人身和设备安全；为了确保每一条试验台电缆安全可靠，他宁愿在雨后滋生蚊蝇的地沟里一条一条地“摇

电压”，这一摇就为单位省下了原计划全部换掉电缆所花的一百多万元……《这个崔师傅不简单》是我工作后采写的第一篇人物通讯，完稿后大家一致对崔师傅表示了敬意，也更加坚定了我写“有温度、有情感”的人物通讯的决心。

## 人物通讯也可以一举两得

我们写人物通讯时，也可以一举两得，指的是不仅可以宣传典型个人，也可以借此宣传一下自身单位。具体如何做到呢？在《握紧拳头，加油！——记31所全国数控技能大赛获奖者孙长胜》这篇稿件中，我们进行了一些创新写法，在一个段落里特别提到了所里为这些备战大赛的职工提供了巨大的帮助：名师带徒制度、技术交流制度……一系列的基础管理无不推动着每一位技能人员稳步前进。出现错误时，车间往往不是处罚，而是针对问题和大家一起分析，提出解决方法和措施，培养大家发现问题、分析问题和解决问题的能力。这种培养人才的方式对孙长胜受益匪浅。他因热爱而努力，因坚持而有所收获，因收获而感恩回报。

利用这种写法，可以从侧面角度对单位的人才培养政策进行“轻宣传”，让受众心里逐步认可。特别是利用新媒体平台进行宣传时，受众范围十分广阔，对希望加入航天的年轻人来说，可起到潜移默化的影响，宣传效果事半功倍。

（作者单位：三院31所）

# 姜靖：美国这样培养科技记者

□ 李婧璇

姜靖：《科技日报》记者、编辑。2014年荣获美国斯坦福大学约翰·斯·奈特新闻奖，目前在斯坦福大学进行科学家与媒体互动平台建设项目研究。

“你是第一个获得约翰·斯·奈特新闻奖的中国科技记者。”这是刚刚30岁出头的姜靖记得刚到斯坦福大学时，该奖执行主任道恩对自己说的话。作为美国极富影响力的新闻奖之一，斯坦福大学约翰·斯·奈特新闻奖每年的竞争都非常激烈，几百名国际记者角逐8个名额，除了考察记者的综合能力外，其在美研修计划是另一个重要考核指标。能够获奖，姜靖坦言：“是肯定，但更多是鞭策与鼓励。”

10多年前，本想读国际新闻方向研究生的姜靖，阴差阳错进入中国科学院大学科技传播专业。“我很庆幸命运这样的安排，它让我遇到别样的机遇与挑战！”

## 科技在左，新闻在右

“一项科学技术，如何从实验室走向寻常百姓的日常生活，科技新闻以及传播发挥着非常大的作用。”在姜靖看来，科技新闻就像连接科学家与百姓之间的那架桥，而科技记者、编辑则是这架桥的建设者。为了当好这名“建设者”，当初并未受到过太多STEM（科学、技术、工程与数学）方面专门训练的她，不得

不恶补相关专业知识。

“你自己都不懂，又怎么跟科学家进行对话？更没办法用通俗易懂的语言讲述给普通百姓。”姜靖告诉《中国新闻出版广电报》记者，每次采访之前，她都会查阅大量资料，尽可能多地了解背景知识。而在正式采访之前，她还会先进行外围采访，譬如采访科学家的学生、助手等，这有助于在跟科学家对话时能在有限时间内挖出更多的“料儿”。

那么，是不是光有专业知识就够了？今年6月，姜靖应邀赴韩国参加第九届世界科技记者大会时，曾经有专门议题讨论科技新闻报道应该更多偏向科技还是更多偏向新闻。姜靖认为，科学背景和新闻素养对于一名科技记者、编辑同样重要。如果不熟悉新闻报道的规律和模式，把科技新闻报道写成专业论文，普通百姓不爱看，也看不懂。

## 纸上谈兵不如边做边学

如果说，以前更多的是想如何做好一名记者、编辑，姜靖说，现在，她得以站在整个科技新闻报道行业的角度来考虑问题。“我们面临哪些挑战，我们的机会在哪里？”姜靖用“milestone（里程碑）”来形容在美研修一年的收获。

斯坦福地处美国硅谷的核心，创新、创业的气息弥漫校园的每个角落。姜靖

笑言，连她不满5岁的儿子都琢磨起创业，还像模像样地跟其他小朋友卖过饺子。置身其中，她自然不会错过这一绝佳的学习机会。除了日常上课，她还利用业余时间采访了大量的科学家、科技企业和科技媒体，并重点调研了美国纽约大学、加州大学圣克鲁兹分校、麻省理工大学几家老牌的科技新闻传播项目。

让姜靖感受很深的是美国很多科技记者都是STEM出身，有的甚至具有博士学位。而美国的科技新闻传播项目也要求学生具有科学知识背景，比如麻省理工大学奈特科技新闻奖主任、普利策奖得主戴博拉·布拉姆最早是学生物学的。姜靖给记者讲了一个笑话，说自己第一次见到纽约大学科学、健康和环境报道项目主任，普利策奖得主丹·费根时，对方误以为她想申请该学校的研究生，便婉拒说：“我们更倾向于有科技背景知识的学生。”

“这种‘把科学家培养成科技记者’的培养模式给了我很大启发。”姜靖说，“我们是不是也可以对STEM专业的学生开设一些科技新闻传播方面的课程，让他们中的一些人成为科技记者、编辑？是不是也可以对那些缺乏STEM背景的记者进行专业知识的培训？”

让姜靖感觉更有意思的是，加州大学圣克鲁兹分校的科技传播。这个有着30多年历史的项目，除了主任一人是专职教员外，其他所有老师都是活跃在科技新闻一线的记者、编辑。“一年的学习时间内，前半年要求学生在学校上课，后半年则全部在媒体实习。”

“新闻本身就是实践性很强的学科，纸

上谈兵肯定不行，必须边做边学。”姜靖说。

## 促科学家与媒体互动

“编辑布置一个选题，不知道从哪里下手写，不知道去哪里找专家，不知道如何采访，不知道如何把专家话语变成百姓能懂的语言……”姜靖表示，这可能是每个人刚入行时都会遇到的困惑。

因毕业于中国科学院大学，姜靖结识了很多科学家，几乎在各个领域都能找到校友，这对于她的工作也非常有帮助。其实，这也再次说明“只有科学家和记者联动起来才能做好科技新闻传播工作”。

为此，在斯坦福这一年，她开展了名为“SciTech Talks”的研究，旨在打造科学家与记者良性互动的平台，让科学家与记者一起讲好科技故事。据姜靖介绍，在这个平台上，科学家可以介绍最新的科研成果，通过与记者的互动提高其自身科技传播水平；记者可以直接向有关科学家进行提问，也可以接受由科学家与资深记者联合举办的培训；科学家与记者一起发表科技报道，这个平台还将成为科学家、记者的一个社交网络平台。

“做科技新闻报道的确会遇到这样或者那样的困难，但是选择放弃，改行去做其他的同样会遇到不可预知的困难，同时还要付出‘机会成本’。更何况现在我国科技发展突飞猛进，给科技新闻报道提供了一座‘富矿’，做一行爱一行，坚持做下去，总会有起色。”姜靖说。

（本文来源：《中国新闻出版广电报》7月14日08版）

# “草根儿”迷上了3D

□ 科技日报社记者 冯国梧

航天新闻  
工作通讯

佳作赏析

韩冰，一个病休在家的“草根儿”。他从网络上看到了3D打印可以打印出各种玩偶，觉得很神奇，便突发奇想，能不能自制一台。于是，他花了三四个月的时间，终于梦想成真：虽然玩偶没有打印出来，但哨子、水壶、蜂窝样的托盘等许多小物件，都打印得活灵活现。

在天津西青区大寺镇的一栋高层住宅楼里，记者见到了韩冰，他的3D打印机正在打印一只哨子，大约过了半小时，哨子乖乖现身，令人乐不可支。

韩冰的自制3D打印机和记者以往见到的不同，比较简陋，耗材也是ABS塑料丝，打印出的产品并不像专业研究单位打印件那么精细。“我的打印机有1张主板、4张步进电机驱动板……”韩冰如数家珍，将所有部件介绍了一番。他说，这些部件大多是从网上淘来的，整体构件由他自己设计。为此他还买了一台激光切割机，自制模板。他指着地上散落的破碎模板说，这都是制作过程中的废品。

哦！这么说高深的3D打印机，其实与百姓贴得非常近。韩冰告诉记者，现在网上像他这样的3D打印机很容易买到，大约4000多元。“我自制这台就是享受这一过程，从中体验和学习3D知识。”

“自制3D打印机并不神秘。”韩冰说，“开始我对3D打印机并不懂，完全是在网上学的，输上关键词一点一点地查，一点一点地学。零部件也是从网上查、网上买。印耗材ABS一卷大约100多元，3D物件设计可以从网上下载软件，甚至可以直接从网上购买或免费下载设计好的……”韩冰将他有关3D打印机的秘密一股脑地告诉了记者。

韩冰说，现在关注3D打印的人越来越多。他加入了一个3D打印QQ群，去年年底仅有几十人，现在达到2000余人。这其中，有想开3D打印店的，有搞产品设计的，也有想卖3D打印机的，“美院学生尤其多”。

“3D打印离人们的生活越来越近。像这样的打印机换一个打印头，耗材放上巧克力酱，完全可以通过计算机设计打印出各式各样的巧克力甜品。如果再加以改进，旁边放上一个打印头，就可以打印出双色模型。如果……如果……”韩冰打开了他3D打印的想象力。

韩冰说，他并不想将他的3D打印机出售，只图个爱好和乐趣，并愿意为3D打印技术的推广普及尽微薄之力。

（刊发于《科技日报》2013年5月28日一版）

# 让普通人成为科技故事主角

□ 科技日报社社长 王志学

作者以《“草根儿”迷上了3D》为题，把这种发生在我们身边的科学故事像讲述家长里短一样地呈现出来，运用生活化大众化的新闻语言，让人有一种身临其境之感，直观而生动，亲切而诱人，似乎我们每个人都可贴近高技术。这篇“草根儿”科技人物的作品受到好评，一方面表明只

要坚持走基层、转作风、改文风，新闻就能接上“地气”，从而拥有更丰富的新闻素材和大众化的语言，提高作品的可读性和感染力，引起更多读者共鸣；另一方面从普通人物的事迹中也一样能揭示大到社会发展动态、小到干事创业应秉持的精神等内在的深刻内涵，给人以启迪。

# 真实客观反映民间科技发明

□ 科技日报社记者 冯国梧

《“草根儿”迷上了3D》一文是记者受命采写的文章，由于韩冰是一个“草根儿”，一个中专毕业病休在家的普通人，寻找他费了一番周折。最后在天津的郊区一间民用单元房里记者找到了韩冰，40来岁，仔细采访才发现这个人知识结构和水平都算不上高，与采访前设想的民间发明家相差甚远，其搞的3D打印机也很粗糙。采访过后记者曾一度准备放弃这次报道。与总编辑一番交谈启发了我。总编说，他就是一个草根，我们就是要写草根怎样迷上3D的真实情况，你如实写就可以了。总编的一番话让自己有了定盘星，也恍然大悟。为此，记者如实采写了韩冰和他的3D打印机，并试图通过对这件事的真实的描述，告诉人们3D打印并不神秘，更不是高不可攀。文章通过与韩冰的对话，如实地告诉读者3D打印在民间的应用和普及情况，以

及3D打印与每一个人现实生活的联系。

通过这篇文章的采写，记者体会到新闻最重要的是真实，仅有真实还不够还要面对大众，挖掘出真实新闻背后的故事。正是抓住了这两点，记者才跳出了采访前自设的框框。从表面写人，转到了通过对草根3D打印迷的真实报道，告诉人们3D打印不是高不可攀，它与每一个人都息息相关。

通过这篇文章的采写，记者还体会到，提前做好采访前的准备固然重要，但绝不能事先定出框框。尊重事实是根本，挖掘真实事件背后的新闻需要修炼。而且，对科技的报道不仅要瞄准高精尖和高端科学家，而且还应该深入基层寻找民间的发明家，挖掘民间科技宝库。但不足的是，文中没有交代这位“草根儿”的身份，如果把“中专毕业病休在家的普通人”完整地写出来，则报道就更完整了。

## 《中国新媒体发展报告(2015)》发布

日前，由社会科学文献出版社出版的《中国新媒体发展报告(2015)》发布。该报告对2014年中国新媒体发展的特征概括为两点：新媒体发展成为国家战略、媒体发展进入新阶段。

该报告指出，中央网络安全和信息化领导小组成立、中央全面深化改革领导小组出台《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、政府工作报告提出制订“互联网+”行动计划，标志着中国网络强国战略的正式启动。

该报告显示，就全球来看，新媒体发展重心正在向亚洲转移；中国新媒体已超越“跨行业”，初步呈现“全产业链”发展的新趋势；政务新媒体虽然发展很快，但存在大量“僵尸账号”。

## 《读者》冲击“国内期刊第一股”成功

7月2日，读者出版传媒股份有限公司发布《首次公开发行股票并上市招股说明书》，以发行价格计算，此次读者传媒将募资5.86亿元。

这本创办34年的常青读物，在另一本“心灵读物”《知音》所属公司知音传媒的IPO被否后，冲击国内“期刊第一股”成功。

## 新华网全新改版“让新闻离你更近”

6月15日，新华网正式改版上线。新华网本次改版以“让新闻离你更近”为理念，突出新闻内容全媒体化和移动化的呈现。新版首页呈现六大亮点：“全媒体播放器”创新阅读方式，移动化改造实现“两端融合”，聚合深度报道凸显“新华品质”，推出动新闻、时空新闻等创新产品，着力打造新华广播与网上电视台，优化技术设计提升用户阅读体验。新华网还组建了新闻网站首家无人机队，以多维视角采集新闻，建立重大突发事件的无人机新闻采集和传播机制。

## 《中国新闻出版报》更名《中国新闻出版广电报》

经国家新闻出版广电总局批准，《中国新闻出版报》将从7月8日起正式更名为《中国新闻出版广电报》，出版刊期不变，逢工作日出版。

更名后的《中国新闻出版广电报》将面向新闻出版广播影视全系统全行业读者，进一步创新报道形式、丰富报道内容，加大广播影视新闻报道力度，不断提升报纸质量，在政策引导和行业指导方面继续发挥行业报的独特优势。同时，将设立《广电周刊》，扩大广播影视报道版面，为广播影视行业读者提供更权威、更全面的信息服务。

## 《纽约时报》 摘三项普利策新闻奖

普利策新闻奖 2015 年获奖名单于前不久揭晓。《纽约时报》因同时领回调查性报道奖、国际报道奖和专题拍摄奖 3 项大奖，成为本次普利策新闻奖的最大赢家。

评委们表示，《纽约时报》记者在报道埃博拉疫情时“走在第一线的勇气”以及该报自由摄影师对西非疫情蔓延时的摄影报道，使他们获此殊荣。

此外，该报记者李普顿个人因展示了游说团体“动摇国会领导人和国家总检察长”的能力，而获得调查性报道奖。同一类别中，《华尔街日报》因“医疗揭秘”系列，向美国人展示了美国医疗提供商此前从未公布过的机密数据共享这一奖项。

## 《今日美国》五六年内 将停止纸质日报出版

《今日美国》主编大卫·凯尔文近日在一个互联网周的纽约板块活动上表示，该报社将在未来五六年内停止纸质日报的出版。

“当然，某种印刷产品可能会在我们今后的职业生涯中持续存在。”他补充说，日报出版也仍然是《今日美国》一个有利可图的产品。但同时，今年一季度《今日美国》的出版收益已经同比下降 9%。

据统计，去年 3 月～9 月，该报每周印刷版发行量同比下跌 17%。今年 3 月该报 600 名员工中又被裁掉 90 人。

## 加拿大《明星报》 重金砸向平板战略

加拿大魁北克省第二大报纸《新闻报》不久前进行数字转型，推出了“新闻报+”。此后不久，加拿大最大的地方报《明星报》紧随其后，推出平板电脑版本的“明星触摸”。《明星报》认为，相比智能手机或电脑网页，平板电脑的用户参与程度更高，也能够带来更高的收益。

“明星触摸”模仿了“新闻报+”很多内容，却又充满了自己的特色。虽然两者都开发了平板电脑版本，但是《明星报》的策略与《新闻报》不完全相同：《新闻报》希望平板业务的收入能够尽快超越纸媒业务，但《明星报》则尽可能地保留了纸媒业务的力量。

## 巴西数字广告市场 今年将增长 14%

巴西互动广告协会近日发布的一项调查报告预测称，2015 年，巴西的数字广告市场规模有望达 95 亿雷亚尔，比去年增长 14%。

调查数据显示，2014 年，巴西在线媒体广告额为 83 亿雷亚尔。其中，搜索互动广告 39 亿雷亚尔，显示器广告及社交网络广告 28 亿雷亚尔，视频广告 8.11 亿雷亚尔，移动广告 7.21 亿雷亚尔。

该协会是巴西专门从事推进研究利用互联网等双向型广告的团体。

