新闻理论

# 对办好企业报的几点思考

□ 汪元章

许多企业依法依规办有自己的报纸，其中有的可以公开发行，有的仅限于企业内部发行。企业报在发挥宣传贯彻党的路线方针政策喉舌作用的同时，还应是宣传贯彻企业决策管理、生产经营、党建工作的重要阵地，也应是推进文化建设、反映员工文化生活的窗口。在互联网发达、自媒体勃兴、员工诉求多样的环境条件下，如何站在新闻报道的制高点，把报纸办成有传播力、引导力、影响力、公信力的媒体，是纸媒新闻工作者面临的共同课题。

办好企业报，重点要抓好三项工作。

一是要抓好顶层设计。明确办报的宗旨、方向和指导思想，明确全年或一段时间内新闻报道的主线、主题，结合实际强化策划和报道方向的引领，不仅是办好报纸的关键，还是打造有思想、有温度、有品质新闻作品的基础。因此，报纸必须时刻明确企业的中心工作和阶段性重点工作，立足大局、站位全局，聚焦中心、突出重点，抓好新闻报道的引领工作。

二是要抓好编采队伍建设。近些年，纸媒人才流失严重，培训力度也不如网媒。要办好企业报，就必须要有合适、合格的人来落实。从这个意义上说，高素质的编采队伍是确保企业报质量的关键。

其一，是要强化编辑队伍建设。办报是一项业务及知识涉及面广、需要与时俱进的职业，没有与编辑岗位工作需求相匹配的学识、能力和思想素养，或没有一支与办报需求相匹配的队伍，就会陷入被动应对、疲于应付的状态，就难以保证新闻作品有高度、有深度、有温度，传播力、引导力、影响力也会大打折扣。

其二，是要强化记者和通讯员队伍建设。记者和通讯员站位越高，视野越宽，下沉越深，其新闻作品的价值就可能越大。人民日报社社长杨振武曾说，记者要站在天安门上看问题，站在田埂上找感觉。这就需要在办报时，既要注重提升记者和通讯员的业务技能，又要着力提升其思想理论素养和责任意识，还要明任务、压担子，着力推动记者和通讯员从会议、材料、讲话稿中跳出来，真正深入生活、走向基层，采撷时鲜的“果实”。记者、通讯员唯有多深入采访，把会议精神、材料经验、讲话观点转化为事例、故事，新闻报道的真实性、公信力才能水落石出。这也是新闻和宣传目标同向而方式略异的地方。

其三，是要抓好编采的互动。许多情况下，编采对新闻事件的认知、对新闻作品的高度和视角等是有差异的。建立编采网络、疏通编采渠道、强化编采互动，对办好企业报往往能起到事半功倍的效果。

三是要抓创新。在新的时代环境下，企业报创新是全方位的，如编采排流程创新、激励机制创新等，但其核心，还是要围绕提升报纸的品位、品质和品牌来创新。

其一，是要改文风。既要自觉抵制“三俗”，又要使新闻报道“软”下来、接地气，强化新闻的平民化；既要内容为王，又要删繁就简，力戒空话套话，使新闻报道活起来、有鲜味，强化新闻的故事性；既要区别于网媒新闻，保持纸媒新闻的原创性和深度，又要积极借鉴网媒新闻的思维视角，贴近受众，善抓眼球，要在不落俗套、力戒“八股”、遵循纪律的基础上，确保纸媒新闻形象鲜活有味道、贴切生动有劲道。

其二，是要强化高端和深度新闻报道。“空气中充满了新闻，到处都在等候新闻采访人。”作为企业报，一项重要的任务就是把企业高层的决策部署及其思路、管理理念及其措施自上而下宣贯到基层，同时，通过调研式调查性报道等方式，反映基层情况，助力兴利除弊，助推企业发展。一般地说，企业员工之于新闻，同社会大众一样，也有“猎奇”、消遣的心理，这是纸媒受众被分流的原因之一，但员工更多的还存在关注企业发展大事、要事、新鲜事的心理与需求。“上”与“下”的供需关系，表明企业报在高端和深度报道上不仅大有市场，而且大有可为。

其三，是要抓好开“源”和节“流”。习近平总书记指出：“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事。”“做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。”新闻报道并非是企业报或媒介主体的专利，而是各级党组织应尽的职责。从企业管理的角度看，也是责任主体必须履行的职责。企业报开“源”，就是要打通新闻信息源上下左右的渠道，使新闻报道的源头活水生生不息，这也是纸媒抢占新闻报道制高点、赢得市场的有效路径；而节“流”，就是要站在“企业需要什么”“员工想看什么”的角度，压减甚至杜绝事务性、非典型性、非代表性等方面的新闻报道。“开”“节”结合，“顶天”“立地”，报纸的吸引力、影响力就会逐步增强。

其四，是要推进新闻报道功效的最大化。纸媒和网媒各有优势。从企业新闻宣传的角度看，就是要推进纸媒和网媒的相互融合、支撑，扩大新闻报道的受众面和影响力。

其五，是要推名家、办名栏目。要通过名家、名栏目来吸引受众、“圈粉”。“名家”既可以是不同岗位的员工，也可以是一个团队。“名栏目”要实现企业发展需要与受众需求的无缝对接。一些纸媒乃至电媒、网媒成功的案例表明，名家、名栏目是媒体扩大影响比较有效的“卖点”。

# 如何写出新闻精品

□ 蒋小军

从事新闻报道10余年，从入门到提高再到临近突破，最大的感受是：写出精品的确不易。不过，难并不代表不能实现。我认为，要写出精品必须把握五点：选题准、采访细、角度特、结构巧、打磨精。

选题要准。选准报道主题是指选准报道对象。其实，这也就是常说的报道者要有强烈的新闻敏感。新闻敏感是指新闻工作者的感官对新闻人物、事件和事实所蕴含的新闻价值的敏锐感知能力。只有不断提升新闻敏感度，才能准确判断报道对象是否具有新闻价值。记得我刊发的第一篇新闻作品是《建议稿成了新春贺礼》，讲的是施工队长在冬休前的会议上让全队员工为下一年工作出谋划策。结果，春节前十几封信飞到队长家中，说的都是来年如何开展施工。我听说此事，觉得是新闻，便成稿并投至局报，没想到竟在报眼刊发。其实，当时我并不知新闻敏感为何物。我曾先后6次到中国铁道建筑报社助勤，每次帮编辑下载稿件时，都会发现一些不是新闻的稿件。其实，准确选择报道对象并不难，无非三点：不断增强政治敏感和社会责任感，不断注重学识和经验的积累，不断培养“新闻心”、练就“新闻眼”“新闻腿”。

采访要细。采访是新闻工作者的基本功，采访到丰富素材是新闻工作者写作的前提和基础。如果说稿件如一座漂亮的建筑，那么粗骨料、细骨料和凝结剂就是采访得来的建材。所以，新闻工作者在建房之前，必须储备丰富的建材，而获取多少建材、材质如何？则取决于新闻工作者的与人交往能力。新闻工作者采访的对象多种多样，有的健谈有的少言，健谈者自然好说，但如何让不善言辞者开口说话？如何令之说到细处、巧处？这里面是有学问的。今年夏天，我在公司所属某项目部采访，被访者多不健谈。无奈，为打开话匣子，我准备好纸笔，请他们喝茶，结果他们放下了紧张心情，坦诚畅言，给我提供了大量且极为细致的新闻素材。这次采访经历给我的感觉是，当被访者心态放轻松时，便会提供丰富细致的信息。也就是说，被访者在适当的引导下，就会提供令访者不可想象的细骨料。对于新闻写作者而言，细骨料的作用非同一般，这对于一篇作品的成功弥足珍贵。

角度要特。新闻报道讲究观察新闻事物和人物的角度，不同角度所观察出来的事件和人物也就不同。就如摄影师拍照，从不同侧面拍出来的照片效果自然有所区别。新闻写作亦是如此，面对同一新闻事件或人物，不同的新闻人会有不同的报道侧面。这就要求我们新闻工作者避免走老路，在报道角度上努力创新，做到“别无我有，别有我新，别新我深，别深我精”。只有这样，才能使自己撰写的新闻作品独具一格。我在报道一位叫赖发宾的安全员时，截取了他30年工作生涯中的1984、1994和2004个三个“五一”劳动节片段，并以《“老赖”的五一情怀》为题报道，刊发后老赖激动地对我说：“谢谢你，你记录了我最为难忘的几个‘五一’。”从这件事情可以看出，选择特别的报道角度，不仅会使读者感到新奇，就连被报道对象也会感到意外。所以，选取特别的报道角度，对于作品成功有着意想不到的效果。那么怎样的角度才叫“特”呢？无非是剑走偏锋，即别人未曾发现和使用过的新奇角度。

结构要巧。巧妙掌握写作结构对于新闻工作者非常重要，适当的结构也会为新闻本身增色。其实，目前我们所掌握的新闻（专指消息）结构形式无非是横向结构、纵向结构、横纵相间结构、倒金塔结构和华尔街日报体结构等，但如何灵活运用这些结构方式是我们需要深刻思考的一个问题。在现实工作中，一些通讯员发现了好主题、找到了好角度，却依然把作品写“瞎”了，原因何在？原因就在于没有很合理地利用新闻写作的结构技巧，把本该纵向报道的新闻作了横向报道，把“华体”更为适合的稿件用了倒金字塔体等。表面上看来，这似乎没有多大区别，其实，不用内行人说，读者在看稿时就已然有了不舒服的感受。对此，我也感同身受。一日，我读到某都市报一篇文章，意思是说该市与某省级计划单列市的飞机将由两天一班改为一日一班。本来很简单的事情，在导语里介绍也就可以了，读者一目了然。然而，该报道从第一段至倒数第二段都在报道因此事而召开的会议，介绍了数百字后才说到了核心。这原本该用倒金字塔结构报道的消息，那位记者却用了纵向结构。其实，新闻的结构方式运用一个原则必须掌握，那就是将自己放到读者的位置去感觉，最易接受的结构方式就是最合理的结构方式，能够做到这一点的写手，就是读者希望的好记者和通讯员。

打磨要精。俗话说：“好稿七分改。”好的新闻作品是可以通过不断修改而成的。这个修改的过程也就是我们通常所说的打磨阶段。打磨阶段应主要做三件事情，一是认真审视报道主题、角度和结构是否妥当，二是认真审视所运用的新闻素材是否具有代表性和说服力，三是认真审视新闻语言是否精彩。新闻作品的打磨是慢功细活儿，它可以由作者本人来做，同时作者也可以请教水平更高的新闻同行或编辑老师来做。例如，我在《中国铁道建筑报》头版头条刊发的《凝聚每份爱，点亮颗颗心》和《职工夜校书声朗朗20年》就是在编辑老师的指点下，精心修改了4次才最终成稿的。发表后，我与自己所撰写的第一稿相对比，发现经过反复打磨后的稿件明显上了一个档次，报道主题也深刻很多。打磨阶段里有一项工作非常重要，那就是修改新闻语言。打磨语言时，一定要要坚持简洁生动的原则，惜字如金，这样写出来的文章才会给读者以美的感受。

作者单位：中铁十九局六公司

学员积极讨论交流。

# 讲好铁建故事 传播好声音

**本报讯**（通讯员 **汪兵兵**）“我们在写作新闻报道时，常用的导语写作方式有概述式、叙述式、华尔街体式……”4月23日至26日，中铁十一局二公司新闻报道培训班在武汉举行，来自机关和项目两级的30多名通讯员汇聚一堂，这也是该公司有史以来举办的第一次新闻报道培训班。

为更好地传播“铁建好声音”，中铁十一局二公司高度重视新闻报道工作，除了加强企业文化塑造、形势任务教育、对外宣传报道等，还积极致力于宣传人才队伍建设，营造出“大宣传”的良好氛围。

“在信息化大爆炸的当下，新闻报道是一项非常重要的工作，我们首先要从强化宣传人才队伍建设着手。”该公司党委书记朱新文强调。在今年初，该公司党委宣传部就开始策划培训班内容，为举办新闻报道培训班做足了功课。

该公司举办的新闻报道培训班师资队伍强、培训内容多、互动性强。前来授课的有新华社、湖北日报、中国铁道建筑报等媒体的记者和编辑，还有集团公司宣传部的领导。学员们先后学习了文艺稿件撰写技巧、企业新闻采写的技巧与妙招、舆情应对策略与技巧、新闻摄影、网络新闻以及常见稿件存在的问题等6个方面内容，还分组开展了讨论交流活动。同时相比以往培训活动，该公司对本次新闻报道培训班倾注了大量的精力，在规定范围内安排最合适的培训场所。

通过这次丰富而充实的新闻报道培训，学员们纷纷表示在今后的工作和生活中要努力培养灵敏的新闻“嗅觉”，尽最大努力多写稿件，为讲好铁建故事、传播企业好声音而不懈奋斗。

# 练好讲故事的基本功

**本报讯**（记者**陈树青**）4月17日下午，中国铁建大桥局新闻研讨培训班进入学员互动交流环节，“新闻要学会讲故事，讲好中国铁建的故事，讲好中国铁建大桥局的故事”，成为通讯员最感兴趣的话题。

从4月12日至18日，中国铁建大桥局举办了为期7天的新闻培训研讨班，参加培训通讯员91人。这次培训本着“实际、实用、实效”的原则，聘请了中国铁道建筑报以及中国铁建系统内的新闻、摄影、摄像专业老师讲课，更贴近实际，有利于互动沟通。在培训内容上，考虑到学员主要来自项目部，肩负着新闻报道、照相、录像等报道任务，因此，不仅安排了新闻写作，还安排了新媒体、照相、无人机摄像等课程，有些内容是根据现阶段新闻舆论宣传出现的新趋势新手段而设定的。在教学安排上，既有理论高度，又有基础知识，考虑到部分学员新手上路的实际情况，在讲课中设置互动交流、现场答疑解惑等环节。

习近平总书记要求新闻工作者，讲好中国故事，传播好中国声音。新闻报道要学会讲故事，已经成为当前新闻写作的一大趋势。此次培训，授课老师从新闻写作的趋势着眼，讲到了故事在新闻报道中的突出位置，不管是华尔街体，还是当前中国新闻报道正在发生的重大变革，讲好故事已成为记者通讯员必备的基本功。

学员对此印象深刻。“我以前认为写新闻把事情写清楚就行，只有通讯才需要讲故事，这几天听了老师讲课才明白，消息也需要有故事，这是我最大的收获。”孙开才是一名老通讯员，在中国铁道建筑报也发过不少稿子，他的体会很有代表性。

通讯员李发旺说：“我虽然学的是新闻专业，以前写的新闻只在公司的平台上发过，今年到中国铁道建筑报助勤后，特别是这次参加了新闻研讨班，才真正对企业新闻有了深刻的认识，新闻的主题、高度、角度很重要，但关键还是要言之有物，要写事，写故事，写读者感兴趣的故事。”

通讯员之路

# 一名基层通讯员的『刊稿本』

□ 赵渊青

任宁（左）在采访。

严格意义上来说，中铁十七局五公司年仅26岁的任宁是新闻宣传战线的一名新兵，去年秋收时节五公司党委宣传部的一名同事调离后，大学中文系毕业的任宁才被组织调到宣传部，从事宣传工作。

每每与人说起这个来自陕西的小伙子，总会从他办公桌左侧最上层的抽屉开始。发现他抽屉的秘密是年底休假回家时，他特意来办公室，将一份份有自己作品发表的《中国铁道建筑报》叠好，整整齐齐装进行李箱内带回了老家。问其所以，他这般解释：“参加工作后，所有发表的小东西我都要整理好，走到哪，带到哪。”

《最美的时光》，这篇只有700字的散文出现在粘贴本的第一页，是从企业内刊中剪下来的。那时任宁刚参加工作，被分到石家庄地铁项目成为办公室干事。热爱写作的他，肩挑派车、买菜这些繁杂的后勤工作，但只要一有空他就会尝试写作。工地的生活成了他灵感的源泉，反映测量班艰辛工作的《测量班的一天》，不仅现场感、画面感十足，而且把测量员之间的小故事写得栩栩如生。后来才知道，为了写这篇文章，他跟随测量员们跑工地、扛仪器，整整观察了一个星期。

粘贴本中《雨夜施工》是一张草稿纸，上面好多段落都用红笔做了标记。这是一篇未发表的文章，与其他从报刊剪贴的文章相比微显突兀。同事钱涛对这篇稿子印象颇深：“这篇稿子在基层项目的来稿中还是比较不错的，但是我觉得以任宁的水准，应该能写出更好的东西。我给他推荐了《中国铁道建筑报》让他多学习提高。”

《雨夜施工》可以说是任宁写作的一次转折，这以后他发表的稿件质量越来越高。文字基础好，使得他写的散文和小小说很耐读；身处施工一线，让他的文字有着工地的酸甜苦辣。小小说《工地小事情》是他第一篇刊登在《中国铁道建筑报》的作品，由3个小故事连成大文章，被刊登在四版头条位置。紧随其后，反映老职工一生默默坚守一线的《老龙的开心事》、记录春节复工迅速掀起大干热潮的《第一个夜班》、反映工地好人好事的《工地有个“热心肠”》陆续在《中国铁道建筑报》刊发。这些文章的不断刊发，也成为激发任宁前行的动力。

在文学作品创作上有了很大提升后，任宁又开始学习消息、通讯的创作。每期的《中国铁道建筑报》还没有投递到手，他已经开始在电子报上看优秀稿件。中铁十二局、二十局、城建集团的杨广臣、邹径纬、庞曙光、边均安……这些“大咖们”的作品任宁几乎每篇都要下载学习。

《小小意见箱 温暖员工心》这篇不足600字的文章，是任宁首次在报纸刊发的新闻消息，文章虽短小，但背后有他4个电话采访、7次改稿的付出。任宁说：“虽然目前写消息比较费劲，比起写篇散文至少要多花5倍的时间，但是作为一个通讯员，再辛苦也要把企业的亮点宣传出去。”

今年开春五公司宣传部集体出动，前往太焦高铁项目拍摄短片。当时寒风刮过，身体要抖三抖。本以为这个“90后”吃不了苦，但是任宁扛相机、背摄影器材、辅助拍摄，手冻得通红，冷不丁还能提出一些镜头创意，似乎完全忘记了天气的严寒。事后我们才知道，初步涉猎摄影摄像的他，为了这次“出差”，观看了好多视频短片，对摄像的构图、光线都进行了摸索。

“不怕难，就怕懒。”这似乎是对任宁的最好阐述。努力付出总会有回报。不久前，他拍摄的《线上法律知识有奖答题》新闻图片被刊登在《中国铁道建筑报》2版；拍摄的短片《鸟瞰石家庄地铁园博园站》在公司微信公众平台发布后，短短3小时点击量突破1000人次；创作的通讯稿《好作风从哪来？》被刊登在《中国铁道建筑报》头条位置……

“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。”作为同事，我始终觉得任宁这个基层最普通的通讯员必定能经历大浪淘沙，经过时间的磨砺，留下一串串闪着光的足迹。

# 采、写、评、改“一条龙”授课

通讯员 **许海霞** 本报记者 **杨广臣**

“这个主题提炼的不鲜明”“这篇稿子里面形容词太多，没有新闻事实”……面对犀利的点评，有的学员茫然了：“以前全是这样写呀，不行了吗？”有的学员开窍了：“原来新闻稿得这样写！”这是中铁十二局四公司一个培训现场的真实场景。

今年3月初，四公司为了尽快提高基层新闻骨干的采写水平，与上级部门合作，将写作基础较好的通讯员，集中到管理亮点突出的项目部进行边授课、边采访、边写稿，然后点评、修改，再点评、再修改。

项目部会议室里，一次集体采访正在进行。

“路基边坡开挖爆破点离铁路、公路最近处多少米？”

“8至10米吧。”

“具体多少？要精确数字。”这样的追问不时出现。四公司厦蓉高速公路项目部总工程师张新颖说：“问得这么细，数字要求这么精确，我都出汗了。”

不采访、不会采访、采访不深入是新闻采写的通病。他们用现场手把手教的方法，给新闻骨干“授之以渔”。

其实，中铁十二局四公司对新闻骨干的培养已持续多年。他们坚持与上级部门联手培训骨干，“导师带徒”写稿，对重大典型宣传进行策划。

今年，他们组织新闻骨干到项目部实战培训，选拔12名新闻报道骨干集中到一个项目部，现场授课。按照“对症下药”的方式，当天实战演练什么，就辅导什么，保证学、用统一。比如，上午前两个小时讲授怎样采访，后两个小时就组织集中采访，由授课老师现场教怎样提问题，怎样深入挖素材。在集中采访掌握了基本情况后，再拟定人文关怀、劳务管理、安全质量、征地拆迁等采访提纲，分组自由采访。这样，既增强了主题的把控能力，又练习和检验了自己的采访能力。学员杨晶晶说：“原来不知道从哪入手采访，经过实战培训，有门路了。”

对新闻稿件的反复点评、修改，更是让新闻骨干们一次又一次受到“冲击”。“这个导语不行，全是虚话，没有新闻事实。”投影仪上，大家看着稿子听点评。

接着，又以优秀新闻作品为例，给大家一一分析，将各种形式的导语和消息的结构，先是对着投影仪讲，然后又把电子版发给大家自学。

新闻稿件最突出的问题是材料化，虚话、套话、形容词多，新闻事实或新闻故事少。四公司把讲好故事作为培训的重点，实施了一系列针对性措施。去年，他们开展了“国企好故事”报告文学征文活动，将新闻骨干分5个组，利用两个多月时间深入一线采访，然后进行评优，并专门召开颁奖大会，鼓励基层通讯员的积极性。

中铁十二局四公司以实战方法培训新闻骨干。图为新闻骨干在施工现场采访的情景。 许海霞摄