

# 第三届“国企好新闻”揭晓

## 深入一线写出有活力稿件



韩林强

作为基层电力员工,一年一度的春秋安全大检查是重点工作,也是例行工作,可以说是司空见惯,之前的稿件都是以短消息的形式报道工作动态,感觉没有新意,于是就想另辟蹊径换一种报道形式,通过描写春检中某一件具体事情,用第一人称形式从侧面展现基层一线电力员工爱岗敬业的奉献精神。在思索了一段时间后,腹稿基本成型,于是开始着手动笔写。

由于曾经在供电所工作过,也翻山越岭参与过秦岭山区艰苦的电网设备缺陷巡查活动,几个人穿梭于一人多高的蒿草和灌木丛中,山上没有路,只能靠着高空的电线走向判断大致方位,那其中的艰辛是没到现场的人根本无法体会到的。最让我印象深刻的是自己就曾在巡线中被草丛中的蜱虫咬过,当时没有发现,晚上睡到半夜才感觉腿上不对劲,最后还是用钳子把那可恨的小东西从肉里夹出来。这难忘的体会为我创作这篇通讯稿件提供了真实的依据,也让整篇稿子显得更加接地气和内容充实。

办公室白天工作忙,根本静不下心来写,而我也习惯于晚上一个人在静谧的环境中任思维驰骋,然后快速地敲击键盘,留下一行行欢快而跳跃的文字符号,这种过程艰辛而快乐。至今清楚的记得那天晚上从7点多一直写稿、修改到10点多才形成初稿,回宿舍后辗转反侧睡不着,脑子里仍在反复模拟巡线的整个过程,琢磨哪个段落应该调整前面次序,哪个场景需要补充一句话,某个词语换成另一个更好等等。

稿件分别在省市公司门户网站刊登后受到广泛好评,点击率迅速飙升,集团公司新闻中心编辑还在全系统通讯员工作群里向大家推荐学习,点评认为把平淡无奇的工作写出了新意和亮点。过了几天,在新闻中心对当月全系统内“好稿评选”活动中,该稿件再次入选。

作为企业基层一线通讯员,这只是我工作中一个小小的经历,我认为写作只要有亲身经历就能写出有活力的稿件,细节内容才显得真实自然;对文字不断精雕细琢,繁简得当,该详细描述的不惜笔墨,能一笔带过的绝不多写一字;同时,也是最重要的是作为通讯员必须能吃苦,必须敬业,带着热情、调动一切大脑细胞用心去写,这样写出的东西才会与读者产生共鸣。

[报送单位:陕西省地方电力(集团)有限公司]

## 央企纪实

## 传播正能量



王利博制图

本报记者 赵玲玲

为贯彻落实中央领导同志关于理直气壮做强做优做大国有企业和加强国企正面宣传的重要批示精神,由国务院国资委新闻中心、中央企业媒体联盟主办,《中国企业报》承办的第三届“国企好新闻”优秀作品推介大会将于1月18日在北京举行。

经过初评、复评、终评,本届“国企好新闻”共推介出优秀作品106件,其中,国企改革新闻报道特别奖3件,一等奖7件,二等奖20件,三等奖69件,最佳网络人气奖7件。

据悉,本届“国企好新闻”的推介作品主要包括文字类推介作品(含消息、评论、通讯、系列报道4个项目)、广播、电视类推介作品(含消息、评论、通讯、新闻专题、系

列报道、新闻访谈6个项目)、新闻摄影类推介作品(含单幅、组照2个项目)、双微新闻类推介作品(含微博、微信2个项目)。

本次推介活动得到了各中央企业、地方国资委、地方国企、各新闻媒体与社会各界的积极支持和参与。大赛共收到来自257家单位的1900件作品,其参与范围之广、数量之多、质量之高较去年均有明显提升。集中展示了新闻战线关于国资国企改革发展的报道成果。

尤其值得一提的是,为推进国资国企新闻宣传工作持续创新,本届“国企好新闻”还首次面向国资系统推介“十大新闻创客”,寻找具有创新意识、创新精神、创新成果的新闻工作案例。“新闻创客”的推介引起社会广泛关注,收到近百家单位的推介人选。

据了解,本届“国企好新闻”获得清华

大学、北京大学、中国人民大学、中国传媒大学等高校新闻传播院系的学术支持,多位新闻界的专家组成评委会,参加了评审工作。

经评委会讨论,一致认为:本届“好新闻”申报作品主题突出、内容丰富,题材广泛,形式多样,整体水平较高。申报的专题专栏报道,主题鲜明,观点阐述深入,内容生动。申报“国企好新闻”奖项的报道不仅数量多,而且有一批质量较高的作品。按照评选标准和工作程序,评委会对参评作品逐一评审,最终评选出国企改革新闻报道的多个奖项,并特予以通报表彰。

“国企好新闻”是国务院国资委为讲好国企故事、传播国企正能量而举办的年度新闻作品评选活动,至今已举办三届,影响力持续提升。

# 国企“好形象”需要好业绩加上好声音

郝兆临

第三届“国企好新闻”共推介出优秀作品106件,较好地展示了国企改革发展的。

众所周知,国有企业凭借其在我国公有制为主体的经济体制中所占据的体量及分量,既占据了举足轻重的地位,也发挥了中坚力量的作用。尤其在当前国资国企改革发展的关键阶段,会讲国企故事,讲好国企故事,是新形势对国企新闻宣传工作提出的要求。

数据显示,2016年中国500强营业收入约为30.77万亿元,同比增长1.2%;净利润达2.74万亿元,增长约1.5%。共110家中国企业进入世界500强,数量创下历史新高,并稳居世界第二。其中,国有企业占据了“半壁江山”,企业规模呈日渐庞大之势。

不难看出,我国的国有企业正在日益做强、做优、做大,并朝着真正成为世界一流企业的目标迈进。然而,要成为世界一流的企业,不光要有一流的产品和业绩,还要有一流的品牌和形象。

对于国有企业来说,好业绩,是市场竞争能力,是硬实力;好声音,是社会沟通能力,是软实力。好业绩加上好声音,才能是好的形象。

加强国企形象建设,重点任务就是加强企业对外传播的能力。国企是一座富矿,不缺典型人物,不缺感人故事,不缺先进精神。随着我国改革进程的加快,进一步做好新形势下企业新闻宣传工作,显然已经成为企业经营战略管理不可或缺的策略和手段。

此外,作为企业文化建设的主要载体之一,国企的新闻宣传工作有其得天独厚的宣传手段、媒体条件和受众基础,对促进企业文化建设有着重要的影响力,新闻宣传工作成功与否,直接关系到企业文化建设的成效,直接影响企业员工核心价值观的形成,并最终影响企业核心竞争能力的提高。

而这一切的实现,都离不开新闻作品的呈现。新闻作品具有传播范围广、社会影响大的特点,在塑造企业形象方面发挥着重要作用。而“国企好新闻”系列的推出,集中展示了很多具有重大影响力的反

映国企改革发展的稿件,是讲好企业故事、传播企业好声音的有益尝试。

中华全国新闻工作者协会原党组书记、副主席翟惠生指出,所谓“好”新闻,一是要讲历史感,二是要讲文化感,三是要讲科学感。此外,还要经得住考验,不是被报道方说你好好就好,也不是批评方说你不好就不好,应该是客观辩证的,是符合历史发展规律的。

事实上,除了要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律外,“好”的新闻报道对从业人员的政治性、政策性、专业性、群众性也有很高的要求。做好新闻宣传工作,归根到底要依靠人才,靠队伍。

历年来,广大新闻干线的同志们奋勇拼搏、改革创新,使国企新闻宣传工作得到了加强和提高,传播了国企正能量。因此,要对国有企业新闻工作者予以关心与爱护。推介表彰国企好新闻,是要加大人才培养力度,努力营造优秀人才脱颖而出的良好范围,让新闻工作者的创新才能充分施展,创造活力竞相迸发,创新成果得到尊重,为提高国有企业宣传水平提供坚实的保障。