

用新闻理念

讲石化故事

陶建定 编著

stories



中國石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

以一孔之見 成一家之言

用新闻理念

讲石化故事

陶建定  
编著

中國石化出版社

## 内 容 提 要

本书将新闻理论与石油石化行业的优秀新闻作品案例结合进行解读,试图回答:石油石化专业新闻报道如何满足社会读者的口味,企业新闻如何进行深度报道提升行业性,如何选择石油石化新闻报道角度,企业工作通讯如何见人见事见思想,专业性报道如何通俗化处理,怎样运用辩证法处理典型人物报道,民生(社区)新闻如何处理,等等。

本书可作为石油石化行业新闻专业的参考书,对石油石化行业新闻工作者有较强的指导性,对石油石化行业新闻报道工作有较强的实用性。

### 图书在版编目(CIP)数据

用新闻理念讲石化故事 / 陶建定编著. —北京:  
中国石化出版社,2015. 12  
ISBN 978-7-5114-3774-7

I. ①用… II. ①陶… III. ①新闻-作品集-中国-当代 IV. ①I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 304624 号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

### 中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com

北京柏力行彩印有限公司印刷

全国各地新华书店经销

\*

710×1000 毫米 16 开本 25.75 印张 439 千字

2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

定价:50.00 元

# 前 言

## (一)

1859年8月27日作为美国第一口现代油井诞生日，载入史册。它向世界证明：石油可以用钻探手段探明，并且可以大量地获得。它为石油工业的兴起“换掉了主要障碍”。<sup>①</sup>

在过去的一个半世纪，石油公司之间的竞争、国家间为石油的争夺、超级大国与国际组织间对石油的博弈充斥着石油行业发展史。战争年代，战场上从地上地下、海上海下到天空，石油无处不见，显示了它的巨大威力。动荡岁月，石油被迫作为武器，制裁别人也伤自己，作为美国和欧佩克妥协的结果，石油美元应运而生。和平日子，石油成为金融产品，如果你没有石油，就得购买，如果你想在国际市场上购买石油，一般你不得不用美元。<sup>②</sup>

石油不同于黄金，作为国际上买卖的重要商品，自身具有重要的价值；同时它是一个国家经济的生命血脉，是整个世界经济的血液。石油价格的每次起伏跌宕，都牵动着世界的神经。从1948年以后，美国开始从中东地区进口石油。为了保障能源安全，美国动用了包括军事和金融在内的一切力量，在全球范围内建立了一整套能源网络。美国政府一直将畅通无阻地获取经济上可负担的能源作为最重要的战略利益。洛克菲勒生前表示：“给我们最大帮助的，就是华盛顿的国务院。大使、公使和领事们协助我们开辟了通往新的市场的道路，这种市场一直伸展到世界上最遥远的角落。”<sup>③</sup>

随着本国页岩油气资源的开发，美国控制石油资源并不只是为了满足本国消费，同时也是为了防止其他重要工业国家控制石油资源。迄今为止，美国几乎所有的能源政策，都为人们提供了一个解释油价剧烈波动背后经济和金融驱动力的

①江红. 为石油而战——美国石油霸权的历史透视. 北京：东方出版社，2002. 14

②(英)瓦西利斯·福斯卡斯，比伦特·格卡伊著，薛颖译. 新帝国主义：布什的反恐战争和以血换石油. 北京：世界知识出版社，2006. 17

③(美)彼得·柯利尔，戴维·霍罗威茨著，劳景素译. 洛克菲勒王朝. 上海：上海译文出版社，1982. 39

逻辑框架。

亨利·基辛格博士以一言蔽之：“如果你控制了石油，你就控制了所有国家；如果你控制了粮食，你就控制了所有的人；如果你控制了货币，你就控制了整个世界。”

美国石油学会 1936 年就预言：“由于石油这种原料具有独特而令人难以捉摸的特性，任何一种工业都没有像它那样面临如此复杂的形势。它在和平与战争中都尽了巨大的责任。它在行使职责方面从未失败过。”<sup>①</sup>

石油在人们的日常生活中行使职责。石油的影子无处不在，石油衍生品可达 3600 多种，现代生活中七成物品来自石油。

据统计，一个人一生平均“吃掉”551 千克石油，“穿掉”290 千克石油，“行掉”3838 千克石油，“住掉”3790 千克石油，算起来总共有 8000 多千克石油，有的人一生甚至消耗了万吨石油。

当你洗脸化妆时，使用的牙膏、牙刷、毛巾、化妆品等源于石油；

当你穿戴服饰时，合成纤维、合成橡胶等来自石油；

当你走出家门，交通工具和它们使用的燃料来自于石油的炼制；

坐在办公桌前，电脑、电话等塑料制品来自于石油的加工；

来到餐桌前，任何食物，从播种、施肥、收割、加工直到摆在你面前，都离不开石油。

作为基础工业的石油工业，作为支柱产业的石化产业，在国民经济中占有重要的地位并起着重要的作用。

## (二)

习近平总书记在《积极推动我国能源生产和消费革命》的讲话中指出：“能源安全是关系国家经济社会发展的全局性、战略性问题，对国家繁荣发展、人民生活改善、社会长治久安至关重要。”<sup>②</sup>

在关系国民经济命脉、国家战略等的石油石化行业，以国有经济为主导的经营实体，为国民经济协调发展和扩大再生产的顺利进行提供了经济基础，是现代化建设的物质保障、国家财政收入的主要来源、党和国家事业发展的重要物质基础和政治基础。

从国际上来看，西方发达国家主要石油公司是以股份公司上市形式存在，称为国际石油公司(IOC)。而其他地区如西亚、中亚、拉美、非洲等的主要石油公司是国家石油公司(NOC)形式存在，例如沙特阿美石油、巴西国家石油、马来西

<sup>①</sup>江红. 为石油而战——美国石油霸权的历史透视. 北京: 东方出版社, 2002. 65

<sup>②</sup>习近平. 习近平谈治国理政. 北京: 外文出版社, 2014. 130

亚国家石油、尼日利亚国家石油等都与国家有着千丝万缕的联系。俄罗斯重要的油气公司仍由国家掌控，如俄罗斯天然气工业公司、俄罗斯石油公司等。个别发达国家也有国家石油公司，比如挪威国家石油公司，国家占有一定份额的股份。

社会化大生产决定了经济组织的“集中度”。石油石化行业高投资、高风险、高科技的特点，决定了其规模大基地化、上中下游集团化、跨国合资合作经营的生产组织方式。

2014年《财富》500强企业第二至第六位都是石油公司：中国石化销售收入4468.11亿美元，利润51.77亿美元；壳牌销售收入4313.44亿美元，利润148.74亿美元；中国石油销售收入4286.20亿美元，利润163.59亿美元；埃克森美孚销售收入3825.97亿美元，利润325.20亿美元；BP销售收入3586.78亿美元，利润37.80亿美元。上市的国际石油公司资本、销售收入、利润高度集中，非上市的国家石油公司更是如此，绝大多数石油公司遵循的是一体化运营、专业化管理、市场化运作。

从市场竞争角度看，这些国际石油公司或国家石油公司经过长期的发展，有品牌、管理、技术、人才、资源等优势。我国国有油企经20世纪末21世纪初的重组上市，初具一定的技术、管理、资源等优势。在我国加入世贸组织后，国有油企不仅没有被打垮，而且在国内市场不断发展壮大，稳步打进国际市场。

中国石化经过30年的跨越式发展，目前成为中国最大的成品油和石化产品供应商、第二大油气生产商，世界第二大炼油公司、第四大乙烯生产商，拥有总數位居世界第二位的加油站。中国石化在《财富》全球500强企业中排名第二，创出了具有国际影响力的SINOPEC品牌。中国石化综合实力、核心竞争力、可持续发展能力不断增强，成为国家综合实力和竞争力的重要组成部分。

品牌是国际形象和经济实力的代表。对于中国来说，培育自己的世界级的品牌，其意义超越了获取经济利益的本身，乃是一个国家名片。<sup>①</sup>

一些所谓的经济学家、能源专家鼓吹石油石化企业私有化，好像国有油企只要一私有化，什么问题都能解决。

正是这些专家学者和个别社会媒体，对西方别有用心兜售的不是增强，而是瓦解国有经济政策措施和意识形态的警惕性不够，对公有制主体地位、国有经济主导作用丧失将危及国家安全的危害性认识不足，言必谈所谓的“反垄断”、“市场经济”、“自由竞争”、“私有化”，使得国企在意识形态领域处于不利地位。俄罗斯实行的是资本主义制度，拥有与西方相同的“价值观”，仍没能进入西方阵营中去，因为决定国与国之间的关系永远只有两个字——“利益”。<sup>②</sup>

①余明阳. 品牌传播学. 上海: 上海交通大学出版社, 2005. 10

②19世纪英国首相帕麦斯顿的名言: 国与国之间没有永远的朋友, 只有永恒的利益(A country does not have permanent friends, only permanent interests)。

我国国有油企只有充分坚定道路自信、理论自信、制度自信，深化改革，切实破除体制机制障碍，着力营造良好的政治生态和企业管理生态，坚定不移做强做优做大，实现持续健康发展，才能不断提升在国内外市场的影响力和地位。

### (三)

报纸是以刊载新闻和时事评论为主的、定期向公众发行的印刷出版物，它以潜移默化的作用影响着人类的生产与生活方式。新闻作品重要载体最早就是报纸。

“我们永远不可能知道，也不可能想象，报纸在多大程度上改变了个人的谈话，既使之丰富多样，又抹平其差异，使人们的谈话在空间上整合、在时间上多样化；即使不读报但和读报者交谈的人也会受到影响，也不得不追随他们借用的思想，一支笔足以启动上百万的舌头交谈。”<sup>①</sup>“报纸的社会作用之一是实现社会整合。报纸语言及其所承载和体现的文化价值、意识形态和道德理想趋于统一，使个人、民族、国家之间连接为一个整体。”<sup>②</sup>

首先，报纸通过时间的链条，每天将世界的发展和事物的联系，以一种协调的方式组织起来、记载下来，以一种内在的规律，来推动文明的启迪与人类的进步。人类通过报纸的时间更迭，可以追寻自己纵向演进的历史轨迹，探寻前进的智慧力量。它具有与人类精神、思想相生相伴相随的历史特质。所谓“今日之新闻，明日之历史”。新闻穿越时间的隧道进入历史长廊，成为世界日新月异的缩影，成为时代沧桑巨变的烙印，成为社会“日记”长卷中的一篇、一章、一段、一句、一词。

其次，报纸具有特殊的叙事方式，运用版面语言、文字、图片、色彩、线条、字体、字号等，潜移默化地影响着人们的思维方式。报纸以逐字逐句逐行逐页的方式展开，通过版面的布局、文字的梳理、色彩的强弱、字号的大小、字体的轻重，以白纸黑字形式，展示了一个严肃而有序的世界，成就了人类理性思维的逻辑构建。

再次，报纸的特质并不在于它的“纸”，它的力量来源于以权威的文字或图片等符号操作为主的“报”。“报纸是在挖掘新闻，其他的只是包装新闻”。<sup>③</sup>以报人专业的独家视角，通过对新闻事件客观公正平衡的报道，揭开新闻事件背后的

<sup>①</sup>加布里埃尔·塔尔德著，特里·N. 克拉克主编，何道宽译. 传播与社会影响. 北京：中国人民大学出版社，2005. 235

<sup>②</sup>邵培仁，范红霞. 传播民主真的能够实现吗？——媒介象征性权力的转移与话语民主的幻象. 现代传播，2011，(3)：18~22

<sup>③</sup>胡泳. 报纸的未来. 读书，2013，(12)：18~26

真相，提出自己的独家观点；对新闻事件深度评析与展望，从而展示出传播思想、整合民意、引领舆论的功能。报纸坚持以内容为王，其展示出的新闻资源的可靠性、专业性、权威性、公信力，展示出的新闻广度、宽度、深度和厚度，是其他传媒无法比拟的。

最后，报纸的背后隐含的是“责任与理想”。“如果报纸有一天消亡，那么先于报纸消亡的一定是责任和理想。”热爱这片热土的人民，用报人的责任守望他们的执着，用报人的理想成就他们的诉求。激情不灭，信念不倒，“阳光打在人们的脸上”，温暖留在报人的心里。在媒介融合语境下，报人正在以自己的责任和理想为定力，以自己的坚韧与智慧为实力，通过重构报业的话语体系、重建报业的商业模式乃至重塑报业的产业结构，找回应有的话语空间。正可谓“苍龙日暮还行雨，老树春深更著花。”

媒体和媒体工作者作为传播领域的守望者，其最重要的任务和角色就是致力于各种社会利益、社会主张在一种相对的平衡当中获得自身的空间，只有这样，社会这条大船才不至于倾覆。<sup>①</sup>

如果报纸要消亡，那么亡的是“纸”，而不是“报”。

“纸”之载体可能被替代，但“报”还在。社会信息的能见度依然是由权威性、公信力、影响力、专业性等社会资本来决定的。<sup>②</sup>

伦敦市长鲍里斯·约翰逊曾撰文：“如果你们停掉这个以油墨与纸浆为载体、承载着历史的印刷版报纸，那将是一场国家灾难……我们需要在书报亭里看到智慧，我们需要在地铁里拿着报纸深思。”<sup>③</sup>

## (四)

2009年10月，众多传统媒体受金融危机及新媒体冲击纷纷倒闭裁员，美国传媒在事关地方公共利益问题上出现了真空地带。在此背景下，美国亚利桑那州立大学新闻学教授小伦纳德·唐尼、哥伦比亚大学新闻学院传播学教授迈克尔·舒德森共同完成的调研报告《重建美国新闻业》强调：媒体是一个公益事业，应当享受和艺术、科学等公益事业一样的社会慈善捐助的待遇，接受不影响其独立、客观、公正前提下的来自政府的支持和保护。<sup>④</sup>

中国石化报是中国石化集团公司主办的机关报，有了集团公司的领导与支

①喻国明. 传媒责任：时代的发展与内涵的转变. 新闻与传播研究, 2009, (6): 11~13

②王辰瑶. 什么是新的？——从微博对新闻业之影响谈起. 新闻爱好者, 2013, (8): 19~20

③雷启立. 不断创新的纸媒长生不老. 文汇报, 2012, (11): 7

④薛国林, 李志敏. 论中国传媒价值认同——以马克思公共性思想为视角. 现代传播, 2011, (9):



持，报社不需“为五斗米而折腰”，心无旁骛奉“内容为王”为办报圭臬。我们报人生活在最好的时代，同时也生活在最难的时代。

“新闻业界所进行的内涵丰富的新闻实践，为新闻学提供了研究的对象和内容，引发了学界对此所作的学理思考。”<sup>①</sup>2005年，中国石化报周刊开始创办，历经10年的洗礼，不断发展成熟。将中国石化报周刊的新闻实践作为新闻学研究的一个对象和一点内容，或许能为新闻学的知识海洋增添一朵小小的浪花。

本人曾试图将本书内容写成石油石化新闻专业教科书。在这里想借用意大利哲学家和历史学家克罗齐的比喻来代言：“编年史不是历史，因为它缺少与思想、生活的联系，只是一种空洞的死的记述。如果这样的东西可称之为历史，就好比把死人称为一个人。”如果只是将拙作编成石油石化新闻专业教科书，就未免过于教条、刻板，缺少与思想、实践的联系，有如“编年史”。

还是引用克罗齐的提法：“只有对于那些集中思考过或将集中思考它们的人来说，它们才是或将是历史。”<sup>②</sup>所以本人试着通过对中国石化报的实践所得进行思考，按自己的理解方式与新闻理论、专业知识相结合，穷“一孔之见”，成“一家之言”。

拙作原想以《石话新语》为名，意为石油石化行业故事运用新闻语言来讲述，即用新闻语言讲石化故事。所谓“石话”暗含“石化故事”之意，与“石化、实话”谐音；所谓“新语”暗含新闻语言、新鲜观点之意。然终因“新闻语言”一词寓意过窄，难以表达所有意思，故改名为《用新闻理念讲石化故事》。

所谓“新闻理念”，是人们关于新闻传播活动和新闻媒介运作的看法和认识，是物化的新闻活动及新闻作品在人的意识中经过思维运动产生的印象长期积累的结果。西方“新闻理念”的核心内容主要有：新闻自由理念、新闻专业主义理念、社会责任理念、发展传播理念、民众参与理念、民主社会主义理念、公共新闻理念等。<sup>③</sup>

邓小平曾经提出，“我们已经承认自然科学比外国落后了，现在也应该承认社会科学的研究工作（就可比的方面说）比外国落后了。”<sup>④</sup>

我们可以学习西方新闻学科的研究方法，但不是照搬照套，全盘接受，应该有所扬弃。

本书的新闻理念并非西方新闻理念的核心内容，实质指的是执行“宣传新闻主义”，<sup>⑤</sup>努力将宣传化为新闻，用新闻来宣传，即少些宣传痕迹、多些新闻印记，践行“三贴近”原则，以求收到更好的传播效果。在这一理念的指导下，多

①丁柏铨. 论新闻学的学科影响力. 现代传播, 2011, (6): 24

②张文杰. 历史的话语; 现代西方历史哲学译文集. 桂林: 广西师范大学出版社, 2002. 402~406

③林溪声, 童兵. 市场与责任: 西方核心新闻理念的深化及价值. 当代传播, 2010, (1): 4~8

④邓小平. 邓小平文选, 第2卷. 北京: 人民出版社, 1994. 181

⑤杨保军. 新闻领域的中国模式: 描述、概括与反思. 新闻界, 2011, (4): 3~7

用新闻手法、新闻语言等来讲述石油石化故事，执行的是“报道事实，而不是张扬说教”、“以事实信息的力量引发思考，而不是以灌输的方式清洗头脑”、“把‘摆事实’置于‘讲道理’之前、之上”。<sup>①</sup>

本书一至四章，从整体上略表本人对社会读者关注度、新闻策划、报纸周刊提升行业性、国际报道社会功能等的一孔之见；五至十章具体总结中国石化报六个周刊的办报实践体验，解读周刊最具特征的“六性”、“六化”，同时将新闻相关的专业知识与典型案例融合；十一至十四章从业务角度审视新闻作品的特征、人物报道的辩证思维、新闻标题的制作、新闻作品的编辑等。

文中应用大量的新闻作品来剖析，试图说明哪些是适合用新闻理念来讲述的石油石化行业故事，哪些石油石化行业故事是用新闻理念来讲述的，以供同行参考之用。“所有被称为伟大的故事，都来自伟大的创意，几乎在所有伟大的故事创意中，都有一种人性的展示。”<sup>②</sup>《华尔街日报》所追求的，给我们以无尽的启迪：石油石化行业涌现出的许许多多平凡的故事，它们足以促人奋进、足以催人泪下；正是这些小小的故事，来自你我身边的故事，足以成就中国石化的伟大故事，足以彰显出人格的力量、人性的光辉。

“我们观察，我们倾听，我们记录，我们见证，我们思索，我们探求，我们守望，我们传递。我们用故事再现新闻，用情感张扬个性，用逻辑还原事实，用观点提升思维，用理性书写智慧。”这是本人从业20年来的“理想与责任”。尽管离“专家型编辑”需要有“政治家的智慧、经济学家的功底、历史学家的纵深、文学家的文笔、社会学家的意见”那么遥远。

凭着这份“理想与责任”，在“博客代替着论文，微博代替着博客，碎片代替着原著”，“信息的数量与传播的速度代替着真实、确切、深刻、独创和严肃”<sup>③</sup>的时代，试图让深邃和真情前行。

在本书创作的过程中，受惠于中国石化报社领导的关照，受益于专业评报人的指点，同时得到同事的大力支持，在此一并致谢！本人运用“分析问题走极端、解决问题走中间”的辩证思维进行研究创作。拙作中的观点仅代表个人分析问题的见解，由于理论水平有限，不足之处，偏颇之解，敬请见谅。

①杨保军. 新闻领域的中国模式：描述、概括与反思. 新闻界, 2011, (5): 3~8

②(美)威廉·E. 布隆代尔. 《华尔街日报》是如何讲故事的. 北京：华夏出版社, 2006. 213

③王蒙. 触屏时代的心智灾难. 读书, 2013, (10): 2

# 目 录

第一章 新闻报道满足社会读者的需求 .....	( 1 )
第一节 正面典型宣传社会化、成就报道民生化处理 .....	( 3 )
1. 重大新闻事件、重大信息披露等进行突出报道 .....	( 4 )
2. 重大典型人物报道展示好形象、传递正能量 .....	( 5 )
3. 从与民生之间的关联点着手报道企业新闻 .....	( 8 )
4. 解读企业在公益方面承担的社会责任 .....	( 12 )
5. 讲述企业与当地政府、员工与百姓的和谐故事 .....	( 17 )
第二节 应对舆情问题 把握“时、度、效” 实事求是引导 .....	( 20 )
1. 充分及时报道企业典型公关案例 .....	( 21 )
2. 适时地、准确地回应企业自身出现的问题 .....	( 22 )
3. 适时澄清社会误解或者造谣影响较大的事件 .....	( 24 )
4. 运用责任“切割方法”报道既有企业的问题又有媒体恶炒的事件 .....	( 26 )
第三节 在行业企业问题方面进行建设性建议型分析前瞻 .....	( 28 )
1. 做好重大突发事件报道应急预案 .....	( 29 )
2. 行业问题专业分析不回避矛盾 .....	( 31 )
3. 企业问题报道进行适当的舆论监督 .....	( 34 )
第二章 策划让新闻更具价值 .....	( 39 )
第一节 报纸版面理性统筹是进行新闻报道策划的前提 .....	( 41 )
1. 《环球周刊》、《油气周刊》、《市场周刊》三足鼎立 .....	( 41 )
2. 《油品营销周刊》、《工程·物装周刊》创刊完善五个周刊 .....	( 44 )
3. 《社区周刊》创刊丰富周刊多元结构 .....	( 45 )
第二节 挖掘新闻选题源泉是提升报道策划水平的基石 .....	( 47 )
1. 报社内部有效的运作机制是获取重要线索的基础 .....	( 48 )
2. 利用“人脉”资源提高“商情”指数是获取新闻线索的关键 .....	( 54 )
3. 开掘信息资源进行新闻二次开发是获取新闻线索的捷径 .....	( 58 )
第三节 结构模式多样呈现是新闻报道策划智慧的体现 .....	( 60 )
1. 按平行结构模式组稿 .....	( 60 )
2. 按射线结构模式组稿 .....	( 61 )
3. 按网状结构模式组稿 .....	( 62 )
第四节 版面处理形式多样是渲染新闻报道主题的支撑 .....	( 63 )
1. 按集中整合式组版 .....	( 63 )
2. 按系列排比式组版 .....	( 66 )



3. 按综合连续式组版 .....	( 68 )
<b>第三章 报纸周刊提升行业性探索 .....</b>	<b>( 70 )</b>
<b>第一节 专业人士就某一专业问题提供专业见解 .....</b>	<b>( 72 )</b>
1. 《油气周刊》邀请专家解读油气理论与技术问题 .....	( 72 )
2. 《炼化周刊》邀请业内人士分析炼化行业发展趋势 .....	( 74 )
3. 《环球周刊》邀请学者解读国际石油石化行业新闻 .....	( 75 )
<b>第二节 与专家学者从业人员探讨行业性选题 .....</b>	<b>( 76 )</b>
1. 关于国内石油石化行业热点问题的探讨 .....	( 77 )
2. 关于国际石油石化行业热点问题的探讨 .....	( 79 )
<b>第三节 邀请企业管理人员就行业问题进行解读 .....</b>	<b>( 81 )</b>
1. 油田企业专家谈石油理论、经济与科技 .....	( 81 )
2. 炼化企业管理者分析炼化及相关行业趋势 .....	( 82 )
3. 业内人士谈油品与非油品经营体验实践 .....	( 83 )
<b>第四节 企业新闻进行行业性提升处理 .....</b>	<b>( 85 )</b>
1. 以逻辑思维将企业振兴与行业发展关联 .....	( 86 )
2. 以纵向思维分析本企业产品的市场趋势 .....	( 88 )
3. 以横向思维从产销研分析产品结构调整 .....	( 88 )
4. 以逆向思维将企业经验进行行业启示 .....	( 91 )
5. 以聚拢思维寻找企业发展有益社会案例 .....	( 92 )
6. 以创新思维为企业业务发展找寻思路 .....	( 93 )
<b>第四章 行业报国际报道的社会功能 .....</b>	<b>( 97 )</b>
<b>第一节 发挥守望人的功能 .....</b>	<b>( 99 )</b>
1. 分析国际石油石化行业新闻事件 .....	( 100 )
2. 解读石油与国际政治等的相互关系 .....	( 101 )
3. 关注相关能源业对石油石化业的影响 .....	( 105 )
4. 与石油石化行业相关的社会责任 .....	( 106 )
<b>第二节 发挥教育的功能 .....</b>	<b>( 108 )</b>
1. 推荐跨国石油石化公司经营理念 .....	( 109 )
2. 素描跨国石油石化公司重要人物 .....	( 111 )
3. 围绕油企发展所需寻找国际经验 .....	( 114 )
4. 回眸国际石油石化行业发展历程 .....	( 115 )
<b>第三节 发挥商业的功能 .....</b>	<b>( 118 )</b>
1. 分析石油石化市场 .....	( 118 )
2. 跟踪国际科技前沿 .....	( 120 )
3. 剖析“走出去”典型 .....	( 121 )
4. 提示“走出去”环境 .....	( 123 )
<b>第五章 环球周刊：新闻化 可读性 .....</b>	<b>( 127 )</b>
<b>第一节 选题力求新闻化处理 .....</b>	<b>( 128 )</b>

1. 围绕全球石油石化重大新闻事件透析 .....	(128)
2. 围绕石油经济等宏大主题做专业解读 .....	(132)
3. 围绕行业难点深度剖析利弊得失 .....	(133)
4. 围绕专家著说尽其独家之言 .....	(135)
第二节 言论紧扣新闻主题阐释立场 .....	(136)
1. 就某一学术或专业议题进行评论 .....	(137)
2. 配合报道的新闻主题进行点评 .....	(139)
3. 就相关新闻事件进行时评 .....	(140)
第三节 借鉴西方新闻写作手法 .....	(141)
1. 讲究作品的客观性与平衡性 .....	(141)
2. 以《华尔街日报》体讲故事 .....	(144)
3. 专业术语进行文学化处理 .....	(146)
4. 宏观行业主题微观化解读 .....	(147)
第四节 版面图(表、画)文并茂 .....	(150)
1. 新闻图片的运用, 增强现场感 .....	(150)
2. 图表与地图的运用, 增强直观感 .....	(152)
3. 漫画的运用, 增强形象性 .....	(154)
第六章 油气周刊: 专业化指导性 .....	(158)
第一节 突出专业特色 .....	(158)
1. 邀请名家撰文拓宽视野 .....	(159)
2. 短评助力专业观点竞争 .....	(162)
第二节 树立企业典型 .....	(165)
1. 围绕重点工作进行集中报道 .....	(165)
2. 典型案例组合报道配发点评 .....	(167)
3. 典型石油经济报道起指导作用 .....	(168)
第三节 展示人文特点 .....	(172)
1. 让企业与员工同发展理念扎根 .....	(172)
2. 让企业与社会共赢理念植根 .....	(178)
第四节 挖掘科普特性 .....	(182)
1. 以通俗语言解说石油专业术语 .....	(183)
2. 用形象比拟来解释专业用语 .....	(183)
3. 运用类比方法进行解释说明 .....	(185)
4. 引入人物事件进行专业分析 .....	(186)
第七章 炼化周刊: 专题化行业性 .....	(188)
第一节 行业性凸显为企业决策做参考 .....	(188)
1. 解析行业难点问题 .....	(189)
2. 前瞻产品市场趋势 .....	(190)
3. 解读行业内外政策 .....	(191)

第二节 探索深度报道提升行业性 .....	(192)
1. 行业解释性报道探索 .....	(193)
2. 行业调查性报道探索 .....	(196)
3. 行业前瞻性报道探索 .....	(199)
第三节 把企业典型和人物报道做亮 .....	(202)
1. 炼化产销经验报道分解主题 .....	(202)
2. 人物小通讯力求鲜活生动 .....	(205)
3. 让数据为新闻报道增色添彩 .....	(212)
第八章 营销周刊：故事化 贴近性 .....	(216)
第一节 用小通讯通过一事凸显一人的个性 .....	(216)
1. 用矛盾的开头设置悬念 .....	(217)
2. 以生动的画面引发共鸣 .....	(219)
3. 用冲突的情节推进事件 .....	(220)
4. 以突出的引语引导进程 .....	(223)
5. 用惊异的结局吊足胃口 .....	(225)
第二节 用多个故事、多个侧面反映典型人物 .....	(227)
1. 典型人物的正面讲述 .....	(228)
2. 典型人物的“反面”烘托 .....	(230)
第三节 揭示经营管理新理念典型个案化 .....	(232)
1. 开拓油品市场案例 .....	(233)
2. 油企经营管理案例 .....	(235)
3. 非油经营典型案例 .....	(236)
第四节 行业性选题进行有益尝试 .....	(239)
1. 行业性难点适度涉及 .....	(239)
2. 企业新闻社会化处理 .....	(242)
第九章 物装周刊：案例化 关联性 .....	(244)
第一节 分析物资装备及相关行业的发展趋势 .....	(244)
1. 对物资装备行业热点难点问题的分析 .....	(245)
2. 对物资装备生产企业新闻行业性提升 .....	(247)
3. 对相关产业关联热点问题的关注 .....	(249)
4. 对石油石化行业与物资装备行业联手发展的解读 .....	(251)
5. 对石油石化行业发展为装备业带来新商机的前瞻 .....	(252)
第二节 物装部门安全及时经济保供报道策划特点 .....	(254)
1. 配合物装部工作主题策划报道 .....	(254)
2. 以征文方式加强企业典型报道 .....	(256)
第三节 努力提升专业新闻作品的可读性 .....	(258)
1. 企业典型报道的软化处理 .....	(259)
2. 人物报道尽可能生动形象 .....	(263)

第十章 社区周刊：民生化 人文性 .....	(268)
第一节 以民生视角报道社区典型工作 .....	(269)
1. 以百姓体验便民服务角度报道 .....	(270)
2. 从小区建设惠及居民角度报道 .....	(273)
3. 和谐小区营造需要柔性故事 .....	(274)
4. 居家养老类报道让细节说话 .....	(276)
5. 企地合作类报道需写出共赢 .....	(277)
第二节 以细腻笔调触碰社区多情故事 .....	(279)
1. 情感通过故事加以抒怀 .....	(280)
2. 打捞有细节的陈年往事 .....	(285)
3. 升华特殊能人的特别事 .....	(287)
第三节 专题版面突出报道特色主题 .....	(288)
1. 围绕特别日子做的主题报道 .....	(289)
2. 围绕特殊主题做的专题报道 .....	(290)
3. 围绕社区活动做的组合报道 .....	(292)
第十一章 新闻作品的三大特征 .....	(295)
第一节 品位，让新闻作品高尚深邃 .....	(295)
1. 新闻作品体现国家层面与社会层面核心价值 .....	(296)
2. 人物通讯呈现道德规范的核心价值 .....	(299)
3. 工作通讯反映部门、行业问题给予警示 .....	(302)
第二节 故事，使新闻作品吸引眼球 .....	(304)
1. 事件性报道借鉴文学手法进行表述 .....	(305)
2. 经验性报道通过讲述故事提升理念 .....	(307)
3. 人物类报道通过故事细节展现个性 .....	(310)
第三节 文采，令新闻作品鲜活灵动 .....	(312)
1. “浓妆艳抹”显才能 .....	(312)
2. 洗尽铅华呈平实 .....	(316)
第十二章 人物报道的辩证思维 .....	(320)
第一节 选择人物标准的辩证思维 .....	(320)
1. 先进人物与反面人物 .....	(321)
2. 新闻人物与冰点人物 .....	(323)
3. 特色人物与普通凡人 .....	(324)
第二节 凸显人物个性的辩证思维 .....	(325)
1. 群体人物的个性与共性 .....	(326)
2. 个体人物的典型事迹与非典型事迹 .....	(329)
3. 个体人物处理矛盾的主要方面与次要方面 .....	(332)
第三节 表现人物形式的辩证思维 .....	(335)
1. 详略(笔墨)对比 .....	(336)

2. 快慢(节奏)对比 .....	(338)
3. 头尾(意寓)对比 .....	(341)
4. 前后(意思)对比 .....	(343)
<b>第十三章 标题为新闻作品点睛 .....</b>	<b>(347)</b>
<b>第一节 需把握标题间的内在逻辑关系 .....</b>	<b>(347)</b>
1. 单一标题 .....	(348)
2. 引题主题搭配 .....	(349)
3. 主题副题搭配 .....	(350)
4. 引题主题副题搭配 .....	(351)
<b>第二节 需处理标题的概括与具体关系 .....</b>	<b>(352)</b>
1. 专业化标题通俗化处理 .....	(352)
2. 抽象化标题具体化处理 .....	(353)
3. 一般化标题个性化处理 .....	(355)
<b>第三节 需追求标题的美学效应与效果 .....</b>	<b>(357)</b>
1. 运用修辞手段拟题 .....	(357)
2. 巧用各类名称做题 .....	(361)
3. 利用员工语言制题 .....	(363)
<b>第十四章 编辑为新闻作品添彩 .....</b>	<b>(366)</b>
<b>第一节 挖掘作品新闻源 .....</b>	<b>(366)</b>
1. 作者原稿 .....	(367)
2. 见报稿件 .....	(368)
3. 修改评析 .....	(369)
<b>第二节 换个角度写新闻 .....</b>	<b>(370)</b>
1. 从行业角度写稿 .....	(370)
2. 从社会角度写稿 .....	(372)
3. 比较点评与剖析 .....	(373)
4. 浅识中国新闻奖 .....	(376)
<b>第三节 编译作品本土化处理 .....</b>	<b>(380)</b>
1. 编译作品需区分体裁 .....	(380)
2. 编译内容需有所扬弃 .....	(382)
<b>第四节 扬我所长并学人所长 .....</b>	<b>(386)</b>
1. 报道内容突出自我特点 .....	(386)
2. 借鉴社会媒体表达手法 .....	(387)
<b>参考文献 .....</b>	<b>(390)</b>
<b>后记 .....</b>	<b>(395)</b>



## 第一章 新闻报道满足社会读者的需求

美国学者拉斯维尔 1948 年在论文《传播在社会中的结构与功能》里提出了构成传播的五个基本要素，也就是人们所熟悉的 5 个“W”：Who(谁)，Says What(说了什么)，In Which Channel(通过什么渠道)，To Whom(向谁说)，With What Effect(有什么效果)。进一步说，一个基本的传播过程，是由以下要素构成的：传播者、受传者、讯息、媒介和反馈。<sup>①</sup>

本章借用这一理论分析：媒介，中国石化报；受传者，行业内读者及互联网语境下的社会读者；讯息，报道什么内容。鉴于中国石化内部读者的需求，中国石化报社已邀请专业机构做过调查，在此不再赘述。本章研究的是为满足互联网语境下社会读者的需求，中国石化报应该报道什么内容。

中国石化报是中国石化集团公司主办的机关报(Sinopec News)，它突出政治特色、石化特点和时代特征，努力为推进中国石化持续健康发展“鼓与呼”。报纸以“影响有影响力的人、服务有需求的人”为使命，围绕中心，服务大局，做好集团公司重大新闻披露、做好企业新闻宣传报道工作，力求“中心工作不偏离、重大事件不失声、重要场合不缺位”。

中国石化报是报道石油石化行业新闻的行业类报纸(China Petrochemical News)，在行业报刊中占有一席之地，通过报道国际国内石油石化行业重大事件，从专业角度剖析新闻事件和新闻现象，把握石油石化行业发展趋势，为石油石化行业发展把脉，提供预警与前瞻；通过为读者披露鲜活的行业资讯，解读新近的行业现象，讲述生动的行业故事，发挥出报纸深度挖掘与整合信息这一得天独厚的优势。

新闻是宣传最为常用的手段，通过新闻客观报道的形式容易淡化宣传目的性而收到潜移默化的效果。因为报纸在社会上扮演着“第三方”的角色，以公正、中立的立场和态度向公众传递客观信息，以专业的态度、专业的标准与专业的技能来阐述专业知识，来探寻事实真相，来寻求问题答案，来证实或证伪某种观

<sup>①</sup>郭庆光. 传播学教程. 北京: 中国人民大学出版社, 2011. 50