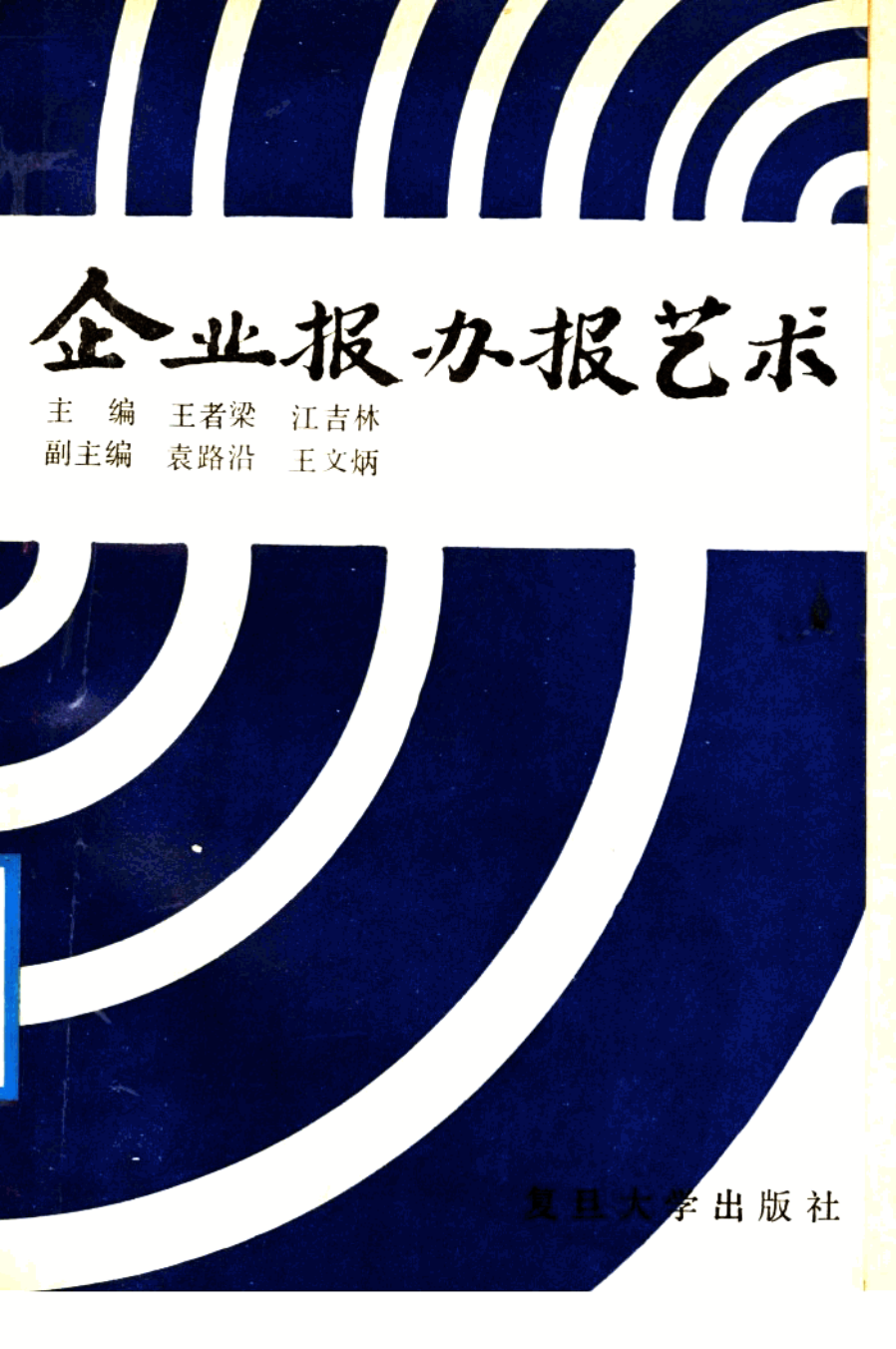




企业报办报艺术

主 编 王者梁 江吉林
副主编 袁路沿 王文炳

复旦大学出版社

内 容 介 绍

这是我国第一本全面探讨、总结企业报办报理论和实践的书籍,内容包括:企业报新闻理论、企业报新闻业务探讨、企业报办报经验谈。文章的作者大部分是企业报的办报人员,也有新闻界的专家、学者,故全书既有丰富的办报经验和可操作性的内容,也有从更高的理论层面上进行分析的文章,不仅对企业报,而且对其他报种乃至所有新闻从业人员,都有可资借鉴的地方。

责任编辑 顾 潜

提高办报艺术
传播经济信息
焕发工人力量
促进生产前程

题贺
《企业报办报艺术》出版
蘇步青 

全国政协副主席、复旦大学名誉校长苏步青题词

賀《企世報》辦報藝術出版

办好企世報，推动化工精神文明
和物質文明建設。

顧秀蓮

一九九一年十二月

化学工业部部长顾秀莲题词

堅持正確方向
提高宣傳藝術
推動經濟發展

王福如
—dd—t—

中共中央宣传部新闻局局长王福如题词

研究
企业
报办
报
艺术
是一项
开拓
性
工作

陆
诒



一九九一年十月

我国当代名记者、上海市新闻工作者协会顾问陆诒题词

• 中国化工新闻工作者协会华东分会编 •

顾 问

- 史美充** 中国化工新闻工作者协会会长,《中国化工报》社长、总编
- 郑孝扬** 中国化工新闻工作者协会副会长兼秘书长、《中国化工报》副总编
- 刘德威** 中国化工新闻工作者协会副会长、衢州化学工业公司《衢化报》社社长

主 编

- 王者梁** 中国化工新闻工作者协会华东分会会长、文汇经济新闻研究会理事兼副秘书长,上海轮胎橡胶(集团)公司大中华橡胶厂、大中华橡胶联合公司(双钱集团)《双钱报》总编
- 江吉林** 浙江省企业报协会副秘书长、衢州化学工业公司《衢化报》总编

副主编

- 袁路沿** 中国化工新闻工作者协会华东分会副会长、南京化学工业(集团)公司《南化报》副总编
- 王文炳** 福建省三明化工总厂党委宣传部部长、《三化周报》负责人

编 委(以姓氏笔划为序)

王文炳

王者梁

冯志清 上海氯碱总厂宣传处副处长、《氯碱报》编委会
副主任

叶明录 山东潍坊纯碱厂《潍坊碱报》总编

江大才 铜陵市美术协会副理事长、安徽铜官山化工总厂《铜
化报》总编

江吉林

闵卫国 《双钱报》编辑、记者

李仲芳 浙江杭州电化厂《电化工人报》副总编

林伟民 上海吴泾化工总厂党委宣传部部长《吴泾化工报》总
编

陈建初 江苏无锡橡胶厂党委宣传科科长、《橡胶工人报》
负责人

周显道 上海焦化总厂《上海焦化报》副总编

袁路沿

序

史美充

一本集中国化工新闻工作者协会(简称化工记协)华东分会各企业报办报人员实践与理论探索精品的专集——《企业报办报艺术》，在全体编委的努力下，由复旦大学出版社出版了。这是化工新闻工作者盼望已久的喜事。

近年来，随着经济发展，企业报不断增多，仅化工系统就已超过150家。许多企业报办报人员积累了一定的经验，并开始进行理论探讨。汇集这方面的成果并编辑成册，供企业报办报人员学习参考，成了大家的愿望。化工记协华东分会是5个分会中工作较为活跃的一个，报纸质量较高，办报人员的业务素质较好，较早开展如何办好企业报的研究，成果较多，对企业报发展有所推动。这次，从事企业报采编工作时间较长的同志，或者曾经主管过企业报出版工作的同志，凭着对企业报的热爱，在新闻者学者、专家和复旦大学出版社的组织帮助下，编纂出版了《企业报办报艺术》一书，我对他们的努力深表感谢。

《企业报办报艺术》的出版，标志着化工记协华东分会在企业报办报水平不断提高。从撰写的文章看，既有华发着鬓的老编辑，老记者的实践结晶，又有年轻编辑、记者、校对工作者的心得体会，还有宣传部门的领导人和老专家的经验总结，都有一定水平。这本书是融理论性、实践性为一体的好书，值得每一个从事企业报采编工作同志一读。

由于时间仓促，编者人员工作繁忙，疏漏之处，在所难免，敬请

读者指正。无论如何，本书编纂人员那种铺路石精神和愿作引玉之砖的初衷，值得每一个化工新闻工作者学习。

1991. 10. 于北京

目 录

序	史美充 (1)
---------	---------

一、企业报新闻理论

企业报办报艺术的创新和超越	王者梁 周胜林 (1)
企业报特色之初探	汤 俭 周凤标 (11)
企业报——新闻界日益活跃的一支新军	吴培恭 (26)
按照企业报的特殊规律创造办报艺术	张惠生 (31)
改革时期企业报的性质与标准	胡 隆 (37)
论企业报总编	林伟民 (43)
企业报的指导性和可读性	王叔濂 志 良 (53)
企业报新闻报道要面向群众	吴 明 (57)
贴近群众,把报纸办得可读可信可亲可用	叶明录 (63)
捕捉时机,凝聚合力,优化形式	徐荣耿 (71)
企业报办报人员素质之观照	陈建初 (75)

二、企业报新闻业务探讨

新闻采访与调查研究	朱万毅 郑 剑 (81)
精心采写人物通讯的细节	袁路沿 (91)
怎样抓新闻通讯报道	王者梁 周 晨 (97)
报道重点在班组	江大才 (104)

于贴近中深入·····	王国强(107)
充满哲理的工作 深邃多彩的艺术·····	顾定槐(114)
——漫谈企业报新闻采访中的辩证法	
清新的新闻文风 蔚起的时代精品·····	吴培养(120)
——谈怎样写好现场新闻	
面向企业职工群众 用心采编现场短新闻·····	江吉林(126)
好新闻作品的必备品格·····	管国忠 周 晨(133)
“正入万山圈子里,一山放出一山拦”·····	盛华东(136)
——放谈企业报会议新闻报道的改进	
通讯员应有灵敏的新闻嗅觉和政治眼光·····	杨钰清(149)
企业报读者来信的功能和体裁·····	王华梁 周子渭(152)
确立“三大支柱” 提高企业报质量·····	周显道(157)
企业报编辑工作的突破和把关·····	韩解林 杜生喜(164)
企业报编辑编稿八要·····	吕建江(169)
从新闻素材到新闻作品·····	徐起祥(174)
——浅谈编辑的“再创作”	
方寸天地宽·····	王幼林(179)
——企业报专栏编辑杂议	
强烈的时代特色 浓郁的生活气息·····	管国忠 冯志清(184)
——企业报副刊的新闻性侧识	
新闻业务改革的历程与走向·····	周胜林(188)

三、企业报办报经验谈

扬正祛邪 着意开拓·····	林伟民(194)
主题的提炼·····	袁路沿(204)
精心为读者烹饪“美味佳肴”·····	刘德威 江吉林(209)
关于企业报开展连续报道的若干思考·····	曾澄浩(216)
提高经济新闻的可读性·····	闵卫国(220)

盈精神食粮于有限版面之中·····	张五零(225)
——谈企业报文摘版的编辑	
让企业报言论耐读一些·····	邱石柱(229)
精心撰写具有版面特色的评论·····	周显道(236)
活跃文艺创作 陶冶职工情操·····	李仲芳(244)
——漫谈企业报副刊的编辑	
企业报要把好校对关·····	陈飞虹 缪红海(249)
必须加强企业报的档案意识·····	方伟革(257)
新闻美术在企业报中的地位和作用·····	江大才(262)
锦上添花·····	吉鑫明(266)
——试述企业报题花制作	
新闻知识问题解答·····	周胜林 王叔濂 王者梁(268)
后记·····	(293)

企业报办报艺术的创新和超越

王者梁 周胜林

进入八十年代以来,随着现代化经济建设事业的发展,企业报日见繁荣兴旺,企业报的研讨活动、联谊活动、评好新闻活动十分活跃。经常有人问:怎样办好企业报?怎样在新闻媒介如林的情况下,使企业报的办报艺术有所创新和超越?这就不能不引人思索一下:办企业报,也是一门学问,或者说是一种艺术。有人在研究创立“晚报学”这一新的学问,现在研究和创立“企业报学”这一门新的学问,也提上了议事日程。凡事总得有一个过程,研究学问、创立新学科更是长期的事。我们现在的这篇小文章,算是为有志于研究和创立企业报学的同志们当个“啦啦队”吧!

一、企业报的地位和作用是不可替代的

目前,我国由新闻出版部门登记在册的企业报,大约有 1000 余家,未登记在册的数目不小。企业报是我国报业系统中发展最快、数量最多的一种报纸。如果按每份报纸发行 5000 份计算,全国企业报总发行量大约在 500 万至 1000 万份。这是一个不小的数字。毫无疑问,企业报已经成为新闻战线的一个重要方面军。

社会上有一些人不了解企业报,认为企业报是小报纸,小儿科,水平低。我们不是这样看。企业报“麻雀虽小,五脏俱全”,对人是全面锻炼。你能当好一个大报的记者、编辑,未必能掌握好一份小报。一张企业报,从编辑方针、组织宣传到处理各方面的关系,从采访、写作、编辑、评论、摄影美术、校对发行到经营管理,这里有多

少环节、多少学问！真要办好一张企业报，谈何容易！看人挑担不吃力，事非经过不知难。几番辛苦共相知，字字心血不寻常！有些企业报的工作人员，有一种自卑心理，认为方寸之地、难有作为。其实，他们办企业报还没有真正入门，不知道这方寸舞台，同样可以演出威武雄壮的活剧来。我国有许多企业报人，兢兢业业工作一辈子，有相当高的水平，政治上、业务上都很成熟。企业报同样有高级新闻职称，在新闻界同样有一席之地。何况在新时期企业集团、企业群体相继而起，不少企业报已远远越出一厂一地的范围，有的甚至发行至十几个省市，怎能用老眼光来看待“小报”呢？

企业报在企业干部、职工中的地位 and 作用，更是十分明显。企业报的特点是：

1. 直接性。直接反映企业党政领导的意图，直接反映职工群众的意见、要求、愿望、呼声。上情下达，下情上达，互相沟通，渠道直接。企业报紧紧依靠企业党政领导，直接为完成企业的各项任务而做好宣传鼓动工作，成为企业党政领导叫得应、用得上的喉舌和工具。

2. 接近性。企业报离广大职工最近，反映周围的人和事比较实在，读来有一种近距离的亲切感。没有那种高高在上、摆开架子的感觉。所以，企业报有着广泛的群众基础，是其他任何报纸所不可替代的。企业的职工、干部要看大报，然而在某种程度上他们更爱看企业报，也更有积极性参与办报，从而成为报纸的主人。

企业报的作用是：

1. 指导工作。企业党政领导依靠企业报宣传办企业的方针、政策、措施，传播成功的经验，指出存在的问题，并以不断取得的成就鼓舞广大职工继续夺取新的胜利。

2. 沟通情况。企业报经常报道本企业的大量情况，大量信息，使上下左右消息灵通，互相了解和理解，有利于决策工作、协调关系，共同为企业的繁荣兴旺而奋斗。企业报也通过沟通企业之外各

地的情况,帮助读者开阔眼界。

3. 舆论导向与舆论监督。企业报是企业思想战线的有力工具,以正确的舆论引导读者坚持四项基本原则,反对资产阶级自由化;同时以正确的舆论对各级领导的工作以及职工群众的行为实行必要的监督,扶正祛邪,推动物质文明和精神文明的建设。

4. 传播知识。企业报经常不断地传播各种知识,是无声的教师,是没有课堂的学校。

5. 提供娱乐。经常报道、介绍各种文体体育活动,丰富职工业余生活,陶冶高尚情操。

6. 培养人才。企业报通过自己的所有工作,培养各种人才,包括领导干部、优秀工人、新闻报道人员、业余文艺工作者和其他人才。

只有对企业报的地位和作用熟记于心,才能创造出第一流的办报艺术。

二、企业报要全方位地为企业服务,办出本企业的个性和特色

企业报不同于省、地、市、县的各级党报,不同于专业报、信息报、文摘报等其他各种报纸。企业报就是企业报,是为办好企业而创办的报纸。胜利完成企业的各项任务,包括物质文明建设和精神文明建设,是企业报的最高宗旨。企业报要以绝大部分的篇幅,报道本企业的新成就、新情况、新问题、新经验、新人物。要贴近企业,贴近群众,贴近生活,贴近本单位实际,贴得越近越好。一个企业的工作有方方面面,企业报要以生产和经营为中心,以思想和政治为统帅,全方位地为企业服务,成为一个忠诚的、可以为大家所信赖的“百事管”。要开辟各种栏目,为不同方面的工作服务,为不同层次的人服务。既要突出中心,又要扩大报道面。但这种扩大,不是盲目地、漫无边际地向整个社会扩大,而是以办好企业为轴心,有

目的有范围的扩大,可以从生产扩大到生活,可以从生产(包括经营)和生活扩大到思想、情操、人际关系,可以从工厂扩大到家庭,等等。既不要太单调,也不要漫无中心,杂七杂八,五花八门。

每个企业有每个企业的独特个性,企业报要精心研究,努力体现这种个性。目前各种单位开始重视的企业文化、企业精神,就是企业报的宣传重点。企业报好比一面镜子,反映出企业文化、企业精神;又好似一种催化剂,催促这种企业文化、企业精神的形成和发展,使之发扬光大,以独特的个性自立于企业之林,同时也使自己以独特的个性自立于企业报之林。除此之外,行业特点也要有所体现。如海运报,可以多一点“海味”;钢铁厂报纸可以多一点“钢性”;机械厂可以多一点“油迹”;纺织厂报纸,则不妨多一点“妇道”……。这都是由各企业报所面临的独特的读者对象决定的。这种特点,可以使报纸更好地贴近群众,贴近生活,贴近实际,成为本企业读者喜闻乐见的报纸。

上述问题,也就是企业报的共性和个性的关系问题。企业报必须具有企业报的共性(这个共性在全国各类报纸中又是属于企业报的个性),又必须具有本企业企业报的个性。共性寓于个性之中。我们要研究所有各类报纸的共性,又要研究企业报的个性;要研究所有企业报的共性,又要研究和探索办好本企业企业报的个性。问题的关键在于研究个性,探索特殊规律。要从本企业的具体情况出发,办出一张有特色的企业报。这种特色,要从实践中摸索和总结,要得到本报读者的认可。

三、企业报要以正面宣传为主,同时积极发挥舆论监督作用

我们的事业,主流和本质总是健康的、向上的、前进的。在党中央改革、开放和其他一系列方针政策的指引下,各企业每日每时都在创造着光辉的业绩。新闻报道以正面宣传为主,符合事物发展的