

公文写作提升系列：宣传类“宣传花开别样红”

课程背景：

企业外宣，能起到正面宣传、展示形象，推广产品、软文营销的效果；企业内宣，能起到下情上达，反映情况，凝聚力量、营造氛围的作用。有的单位比较小，总共就那么点事情，但是宣传到位，工作显得有声有色；有的单位很大，工作也做了很多，但很多人只知道埋头拉车，忽略了宣传，让人感觉不到工作的亮点和成绩。当然，“说得好”一定要以“干得好”为基础，但“干得好”却不一定能“说得好”。因此，在干好工作的前提下，加强宣传，企业通讯员既责无旁贷，又大有可为。

作为企业通讯员，有这样的心声：“我们的工作很普通呀，有什么可写的？”、“工作年年都是那样做的，没什么特别啊”、“四季歌都唱烦了”……如何以旧见新，怎么同中见异，怎样才能化平淡为神奇？也就催生了开发该课程的初心——好新闻就在你身边。古诗有云：“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，山，还是那座山，但因为角度不同，看到的风景就不一样；事情还是那个事情，但因为写作的方法不同，得到的新闻价值也就不一样。

实际工作中，企业通讯员常常身兼数职，任务繁重，没有太多的时间系统学习新闻写作知识和方法，但工作中又常常要运用。课程以最短的时间、最快的速度、最简易的工具，助力通讯员掌握最实用的写作技巧，并加以应用。

课程收益：

- 掌握寻找新闻线索的方法
- 掌握挖掘新闻点的技巧
- 学会制作新闻稿模板
- 能将消息、通讯的写作方法运用在工作中
- 掌握采访的基本方法

● 掌握新闻（手机）摄影的常用技巧

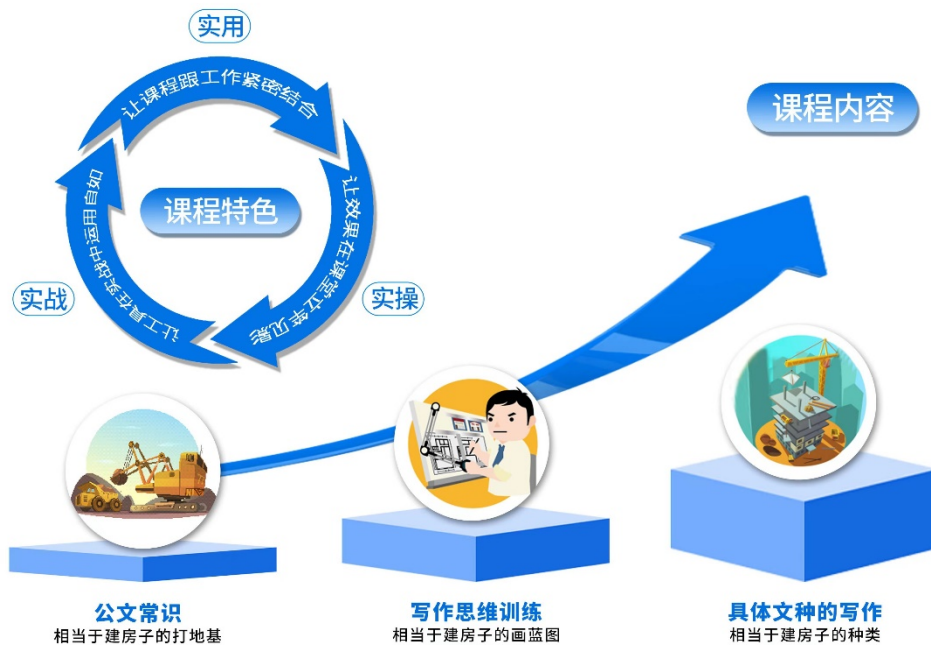
课程时间：2天，6小时/天

课程对象：通讯员、行政文秘、兼职文字工作者

课程方式：理论讲解、分组讨论、案例分析、实操演练、作业点评等

课程说明：为体现课程的针对性，提高匹配度，课前将针对学员进行简易的问卷调查（只需1分钟），并请主办方提供内部典型的新闻稿或媒体平台，课程内容将根据调研结果，结合案例，进行调整和完善，做到“量身定制、学以致用、现学现用”，实现更好的培训效果。

课程模型：



课程大纲

第一讲：企业新闻常识

一、企业宣传意图的实现方式

1. 外宣

1) 宣传企业，展示形象

2) 推广产品，软文营销

2. 内宣

1) 下情上达，反映情况

2) 凝聚力量，营造氛围

二、企业通讯员角色定位

1. “一肩挑”：树立“人人都是通讯员”的理念

2. “两手抓”：一边工作，一边“吆喝”

三、新闻写作四原则/四要点：

1. 真实性

2. 时效性

3. 奇特性

4. 贴近性

依据：马斯洛需求层次理论

案例：XX 人工智能产品借助软文实现传播裂变

实操：修改 XX 公司会议新闻标题，速化平庸为神奇

四、找准新闻角度

1. 以小见大——上级精神中找题材

案例：从“一粒药”看“十四五”医改

2. 以同见异——共性中找个性

3. 以旧见新——旧闻中找新闻

工具：用“对比法”挖掘新闻点

实操：公司每年组织的体检如何写出新意

第二讲：消息写作技巧

一、新闻六要素：5W1H

——常学常新，老树开花

工具：用“六要素拼图法”让写作事半功倍

实操：速写“一句话新闻”

二、消息写作的基本要求

1. 快：传递信息的必要
2. 短：确保速写的必要
3. 客观：用事实说话的必要

三、标题写作技巧

1. 规定动作：公式化写法
- 2. 自选动作：创新化写法**
 - 1) 需求对应法——利益驱动
 - 2) 五觉描写法——感同身受

3. 单标题和多标题

- 1) 选用原则
- 2) 主标题、引标题、副标题的写法

四、导语写作技巧

1. 没有“导航”，寸步难行

- 1) 概述式
- 2) 结论式
- 3) 意义式

2. 导语写作“三忌”

- 1) 忌冗长
- 2) 忌重复
- 3) 忌公文化

五、主体写作技巧

1. 妙用“拼图法”，快速写主体

- 1) “补”字诀
- 2) “细”字诀
- 3) “具”字诀

工具的运用：历史典故如何改写成新闻稿

六、结尾写作技巧——巧借歌词，余音绕梁

1. 自然式——“无言的结局”
2. 小结式——“说不出再见”
3. 展望式——“明天会更好”

七、背景材料写作技巧

1. 红花虽好，也需绿叶扶持
2. 背景材料位置
3. 注意事项：勿喧宾夺主

八、消息结构

1. 金字塔原理在新闻写作中的运用
2. 消息最常用的结构——倒金字塔结构

案例：用管理者思维写新闻稿《XX书店24小时营业或将长期运行》

实操：规定情境消息写作

第三讲：常见工作场景新闻写作

一、基本技法

1. 因材施教、分类写作

- 1) 规定动作不出错
- 2) 自选动作要出彩

2. 制作模板的方法

3. “范文”来源

二、专项工作/总结类

1. 一对“欢喜冤家”

案例：XX 单位 XX 专项行动新闻稿

2. 巧用“易容术”，总结变新闻

- 1) 移花接木，弃“大而全”
- 2) 改头换面，去“公文化”
- 3) AI 换脸，加“新闻头”

案例：XX 企业装备三管齐下实现双超额

3. 与新闻写作相关的总结写作技巧
4. 写作公式及模板

三、领导活动/调研类

1. 基本要求：“三个不错”

- 1) 政治不出错
- 2) 身份不出错
- 3) 措辞不出错

案例：XX 公司开展重阳节慰问退休员工活动

2. 目的倒推法

- 1) 上级：做决策
- 2) 下级：做执行

3. 流程正推法

- 1) “听”：了解情况
- 2) “说”：指导工作

4. 公式化写作及模板

5. 去公式化写作

- 1) 求细——“明察秋毫”
- 2) 求近——“角色互换”
- 3) 求异——“反弹琵琶”

案例：XX公司主要负责人到对口扶贫点调研产业扶贫工作

四、会议类

1. 特点：

- 1) 比重大
- 2) 可读性不强

2. 写作意图的实现

- 1) 领导期待的
 - 2) 员工需要的
3. 写作要点：“四个善于”

案例：XX公司召开XX年成本分析会

4. 公式化写作模板

5. 去公式化写作

- 1) 拆议题
- 2) 转视角
- 3) 描氛围
- 4) 换场地

案例：2022年全国两会特稿：把“民生清单”变成“幸福账单”

五、活动类/培训类

1. 分类写作

- 1) 企业活动类型
- 2) 企业培训类型

2. 目的升华法

- 1) 对员工的好处
- 2) 对企业的意义

案例：XX公司：“夜间识堂”为员工职业之路“赋能”

3. 公式化写作模板

4. 去公式化写作

- 1) 直接引语——“借口说话”
- 2) 场景再现——“身临其境”

案例：好风凭借力各自等时来——XX公司XX杯岗位技能竞赛见闻

- 3) 景物描写——“触景生情”

案例：XX公司举行“温情相约‘焙’感幸福”员工关爱活动

第四讲：通讯写作技巧

一、厘清概念

1. 通讯与消息的区别

2. 通讯的分类写作

1) 工作通讯

2) 事件通讯

3) 人物通讯

二、工作通讯写作方法

1. 点面结合，选取事例

2. 分析对比，凸显变化

3. 改写总结，就地取材

案例：XX 公司结算清欠工程款打出“组合拳”

三、工作通讯的常用结构

1. “华尔街日报体”写作流程

1) 有关的人物故事

2) 过渡，切入新闻

3) 展开，阐述主题

4) 回归，进行升华

案例：XX 大中型企业探索劳动力竞争流动新体制

2. 写作要求

1) 直接采访是前提

2) 巧妙切入是关键

3) 多元信息是保障

四、人物通讯写作方法

1. 报道对象

2. 人物报道的意义

- 1) 先进带动后进
- 2) 榜样激励人心

3. 注意事项

- 1) 要真实，不要胡编
- 2) 要合理，不要想当然
- 3) 要人性化，不要“造神”

4. 形象塑造的方法——写好“熟悉的陌生人”

- 1) 熟悉与陌生
- 2) 共性与个性

5. 突出人物个性的方法

- 1) 肖像描写法
- 2) 动作描写法
- 3) 心理描写法
- 4) 语言描写法

五、人物通讯各部分写法

1. 标题

公式：人名+思想/品格

2. 开头

- 1) 从时间开始
- 2) 从场景开始
- 3) 从环境开始
- 4) 从容貌开始

3. 主体

- 1) 顺叙法
- 2) 截取法

4. 结尾

- 1) 评价式
- 2) 语录式
- 3) 画面式

六、新闻跳笔

1. 方法

- 1) 短段落，多分段
- 2) 断裂行文

2. 利弊

注意事项：形散而神不散

工具：“蒙太奇”（剪辑术）

第五讲：新闻采访

一、采访的必要性

1. 客观报道的“蓝本”
2. 真实记录的“基石”
3. 深入挖掘的“锄头”

4. 真情实感的“开关”

- 1) 睹物忆事
- 2) 触景生情

二、采访“三部曲”

1. 找线索
2. 写提纲
3. 做采访

三、寻找新闻线索

1. 从重要活动、会议、节日切入
2. 从领导的动向着眼
3. 从发展思路、管理模式、工作成果捕捉
4. 从基层事迹中发掘

四、采访提纲写作

1. 采访目的
2. 时间地点
3. 采访形式
4. 采访对象

五、采访提问的设计

1. 简单通俗
2. 具体明确
3. 把握主线
4. 运用逻辑

六、采访注意事项

1. 要尊重
2. 要倾听
3. 要共情

4. 要引导

第六讲：新闻（手机）摄影及图片的使用

一、装备选用

1. 手机 VS 单反
2. 手机摄影的优劣分析

3. 手机摄影“补短”方法

- 1) 快门
- 2) 连拍

二、摄影手段

1. 摆拍 VS 抓拍
2. 《新闻摄影工作者自律公约》相关规定

案例：XX 企业新闻照片为何有摆拍之嫌

三、避免照片模糊的技巧

1. 对焦
2. 稳拿
3. 轻按
4. 支撑

四、构图方法在新闻摄影中的运用

1. 主题突出醒目
2. 陪体呼应主体
3. 前景渲染气氛
4. 背景说明环境

案例：XX 公司抢修 XX 项目图片

五、构图方式在新闻摄影中的运用

1. 十字形构图

案例：领导讲话新闻图片

2. 对称构图

3. 九宫格构图

4. 对角线构图

案例：XX 公司职工技能大会图片

六、景别意识在新闻摄影中的运用

1. 远景

2. [全景](#)

3. 中景

案例：如何通过不同景别的新闻照片叙事

4. 近景

5. 特写

案例：一双劳动人民的手

七、选择合适的拍摄角度

1. 平拍

2. 仰拍

3. 俯拍

案例：用不同角度展现 XX 工程建设速度快、质量好

八、会议及活动照片拍摄技巧

1. 拍前准备

- 1) 会前了解
- 2) 提前沟通
- 3) 不要打扰

2. 场景画面拍摄技巧

- 1) 会议全景照
 - 2) 主席台全景照
 - 3) 主要领导发言照
 - 4) 参会人员照
3. 须避免的“不雅照”

九、调研照片拍摄技巧

1. 运用“三拍”

- 1) 靠近人物，进行连拍
- 2) 表情神态，巧妙抓拍
- 3) 手势动作，迅速抢拍

2. 确保“三位”

- 1) 注意背景，防止“错位”
- 2) 重要人物，居于“C位”
- 3) 上下同框，构图“到位”

实操：会议场景拍摄、上级视察场景拍摄、建筑物/厂房/设备拍摄