

## 公文写作提升系列：新闻类“好新闻就在你身边”

### 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：

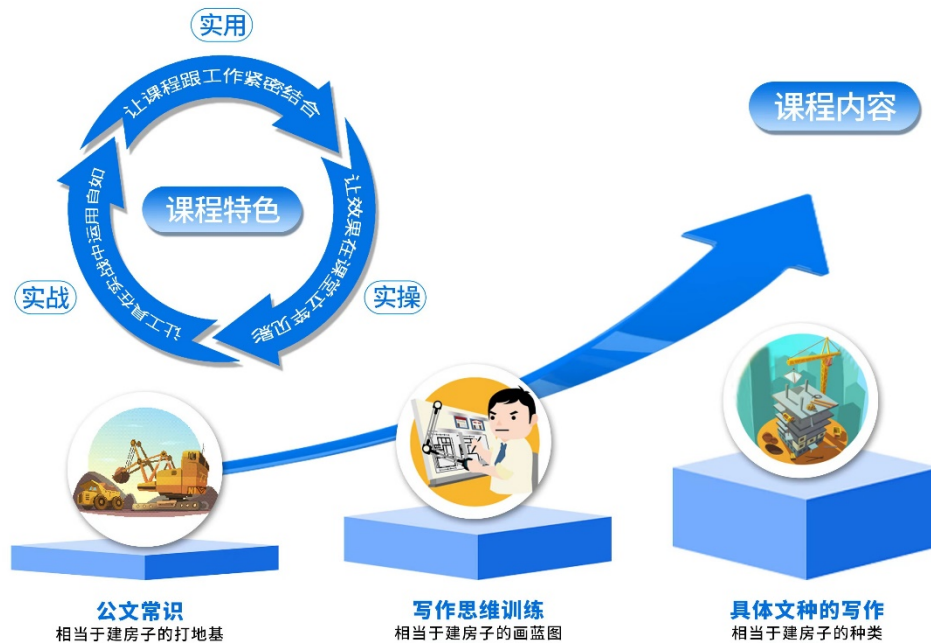
- 掌握寻找新闻线索的方法
- 掌握挖掘新闻点的技巧
- 学会制作新闻稿模板
- 能将消息写作方法运用在工作中

课程时间：1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：心理学——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

1) 一般放结尾

2) 偶尔放开头

3) 还可放标题

**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”**

1) 善于借

2) 善于转

3) 善于简

4) 善于核

**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