

军工科研院所新闻宣传工作创新实践研究

许多军工科研院所在围绕中心、服务大局、展示形象、凝心聚力中展现新作为，努力建设先进的军工文化和新闻舆论，部分通过权威、主流媒体发布的新闻作品引发不错反响。但总体来看，军工科研院所新闻宣传的“出圈”作品较少，在宣传观念、内容挖掘、传播互动等方面还有上升空间。

文 = 张燎原

一、新闻宣传工作对军工科研院所具有重要作用

做好新闻宣传工作，推动军工文化建设，是军工行业的使命。在贯彻新发展理念、融入新发展格局的过程中，新闻宣传为军工科研院所提供了渠道、窗口，展示企业的新理念、新举措、新成效。

（一）做好新闻宣传工作是树立正面形象、打造一流品牌的迫切需要

习近平总书记在主持召开中央全面深化改革委员会第二十四次会议时强调，加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业，在全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标进程中实现更大发展、发挥更大作用。品牌建设是企业发展的关键支撑，也是企业高质量发展的关键内涵。做好新闻宣传，持续提升公众形象和品牌美誉度，对军工科研院所提升“软实力”，加快建设世界一流企业具有重要意义。新闻宣传作为企业与外界的传播桥梁，可以提升企业品牌影响力、塑造良好公众形象、彰显社会责任感。近年来，军工科研院所围绕科技创新、改革发展、疫情防控、扶贫援建、保民生稳就业等话题推出相关报道和专题宣传，传播企业发展成果和积极承担社会责任的正能量。在电影《流浪地球2》上映期间，中国航天科工、中国核电等企业在网络平台积极开展互动宣传，霸气喊话“你们尽管想象，我们负责实现”，以“大国重器”的生动案例彰显“顶梁柱”“压舱石”的硬核实力。

（二）做好新闻宣传工作是凝聚广泛共识、增强企业合力的迫切需要

党的二十大擘画了全面建设社会主义现代化国家、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，并对国防和军队现代化建设、实施创新驱动发展战略、加快发展数字经济、深化国资国企改革等方面做出战略部署。新闻宣传工作对于引导广大职工坚定正确政治方向，树立支持改革、促进发展的正确价值导向，汇聚推动企业改革发展的强大信

心、合力，作用不可替代、意义十分重要。当前一些制约军工科研院所发展的深层次体制机制障碍依然存在，要依靠坚持深化改革来加以破解，随着改革深入推进，势必会出现一些反对、不理解的声音，这就需要新闻宣传战线及时跟进，坚持价值统领、德润人心，坚持深入职工、春风化雨，潜移默化宣扬正确的思想观念和价值追求，将改革的态势讲明、政策讲透、信心讲足，营造良好的内部氛围。

（三）做好新闻宣传工作是占据舆论阵地、回应公众关切的迫切需要

习近平总书记强调，意识形态关乎旗帜、关乎道路、关乎国家政治安全。历史和现实都警示我们，思想舆论阵地一旦被突破，其他防线就很难守得住。新媒体时代，任何现实事件短时间内都可能

被无限放大，如果在事件发展进程中不加以干预，及时就舆论关切进行回复，很容易酿成舆情事故，影响军工科研院所正常的生产、经营秩序。新闻宣传不仅有正面引导的作用，也可以在企业陷入舆情风波时，通过设置关键议题，改变舆论走向，扭转负面态势，有效降低对企业的影响。军工科研院所开展新闻宣传，也是主动挺进舆论场，向受众贴近的过程，逐步形成具有特色的传播风格和受众圈层，从而在关键时刻牢牢把握话语权，主动发声，扩大声量，获得声援与支持。

二、军工科研院所新闻宣传工作面临新形势

今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之



年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年，军工科研院所要准确把握新闻宣传工作面临的新形势，坚持稳中求进、自信自强、守正创新、敢于斗争，为加快建设世界一流企业提供坚强的思想保证。

（一）深刻领会新闻宣传工作的新要求

党的十八大以来，习近平总书记把宣传思想工作摆在全局工作的重要位置，围绕宣传思想工作方向性、全局性、战略性重大问题发表了一系列重要论述，深刻阐明了宣传思想工作的地位作用、目标任务、职责使命、实践要求。习近平总书记在北京主持召开的党的新闻舆论工作座谈会上强调，随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时度效着力，体现时度效要求。要深入学习贯彻习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述，自觉在党和国家大局下来思考和认识新时代新征程上宣传思想工作的使命责任，切实增强做好新闻宣传工作的思想自觉、政治自觉、行动自觉。

（二）深刻认识新闻宣传工作的新任务

当前，世界百年未有之大变局加速演进，我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期，各种“黑天鹅”“灰犀牛”事件随时可能发生。军工科研院所作为国有企业，是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，经常被各种敌对势力和一些别有用心的人恶意攻击、抹黑。发生在信息传播领域、舆论场、传媒行业的话语权的争夺，就是一场没有硝烟的战争，如果丧失

话语权，则好事会被扭曲贬低，坏事则会被添油加醋。比如像高铁的便利得不到充分的报道、赞誉，只要发生一起事故，就能被铺天盖地作为攻击好事本身的工具。新闻宣传战线需要牢牢把握意识形态主导权话语权，更好肩负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，壮大主流舆论，教育引导广大干部职工提高斗争意识、增强斗争本领，坚决抵制错误观点、负面言论，坚决筑牢意识形态领域安全屏障。

（三）深刻把握新闻宣传工作的新规律

全国宣传部长会议指出，要以数字化为宣传思想工作赋能。以人工智能、5G为代表的新技术快速发展，虚拟空间的思想舆论交流、交融、交锋更加凸显，深刻改变了舆论生态、传播形态。用于宣传的媒体平台不断增加，管理难度也随之提升。新闻宣传战线每天都面对大量新事物、新情况、新问题，如果不能及时发掘好的线索、选题，整体工作都会滞后，推送内容自然缺少新鲜感。另外，每个平台都有不同的传播规律，其受众的阅读习惯、偏好内容也有所差异，如果对此缺少敏锐度，在利用新平台、开设新账号的时候就难以利用发挥其特点和优势，最后账号不得不停更。因此，要强化网络思维，增强对新技术的敏锐度，适应融媒体发展趋势，创新新闻宣传工作的理念和手段，推出更多有思想、有温度、有品质的优秀作品。

三、军工科研院所新闻宣传工作的现状

置身百年未有之大变局，立足新发展阶段，许多军工科研院所围绕中心、服务大局、展示形象、凝心聚力中展现新作为，努力建设先进的军工文化和新闻舆论，部分通过权威、主流媒体发布的

新闻作品引发不错反响。但总体来看，军工科研院所新闻宣传的“出圈”作品较少，在宣传观念、内容挖掘、传播互动等方面还有上升空间。

（一）普遍存在“外冷内热”的特点

由于以前长期在计划经济影响下发展，环境相对封闭，对外宣传的意识相对欠缺，新闻宣传工作的敏感性有待加强，加上保密的规定，新闻宣传的风格往往不会“高歌猛进”，而是“干惊天动地事、做隐形埋名人”，所以传播的范围一般在行业内部，给外界社会留下高冷、神秘的印象。“外冷内热”还体现在两个方面。一是军工科研院所新闻宣传的专业术语较多，技术、产品的知晓度较低，与受众之间存在一定壁垒，如果在推送相关内容时不能将型号、原理、功能等词汇转为通俗易懂的语言，那么传播效果只能局限在行业内部；二是在互联网时代，与受众双向交流，鼓励受众二次创作出UGC（用户原创内容）往往是形成“出圈”“爆款”作品的关键。而军工科研院所所外输出的内容主要为PGC（专业生产内容），传播流程以单向为主，一般从内容策划到发布，节点就结束了，缺少内容的二次分发和与受众的互动。

（二）新闻宣传重点、亮点需进一步聚焦

目前有的单位仍然停留在开设账号、偶尔更新内容的阶段，有的单位更新频率高，通稿内容简单，传播力不强，不关心“谁在听我说”，而更多关注中央媒体有没有发稿，这种缺乏创新性和吸引力的传播方式，难以吸引受众，从而变成了“谁宣传谁看”的自娱自乐。究其原因，是账号定位、用户画像、宣传目标模糊，重点、亮点自然不够聚焦。新媒体时代，无论是图文平台还是短视频平台，在开通账号和日常运营时都需要有清晰的定位和用户画像，这样内容才能有的放矢，引起受众

兴趣和共鸣。而军工科研单位在策划时往往没有明确预设受众：是上级，是用户单位，是员工还是外界？另外，许多单位下属有很多二级单位，专业众多，产品纷繁，在组稿时也是较为单调的排列组合，把每家的内容一一展示，篇幅很长，重点不突出，缺少精心编排、提炼的亮点，让受众没有兴趣阅读下去。

（三）复合型技能人才成稀缺资源

目前，军工科研院所新闻战线的部分人员来源为内部转岗，理论知识不全面，融媒体传播技术掌握不完备，更缺少一支政治过硬、本领高强、求实创新、善打硬仗、能打胜仗的网评员队伍。在吸引新鲜血液方面，也略显吃力，党建宣传培训教育不到位以及相关激励机制不健全，收入与其他类型单位的同岗位相比缺少竞争力，成为制约队伍发展的主要因素。另外，基层的新闻宣传队伍承担着挖掘新闻线索和采编素材的艰巨任务，同时还要兼顾党建、企业文化、团委、工会等工作，没有时间到科研一线去深入挖掘受众感兴趣的素材，靠业务部门通讯员提供的素材往往质量不高，这就导致最终的作品不接地气，没有细节，质量不高。

四、军工科研院所新闻宣传工作的创新路径

习近平总书记强调，要顺应互联网发展大势，勇于创新、勇于变革，利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、体制机制等全方位创新，努力实现军事媒体创新发展。要研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维和一体化发展理念，推动各种媒介资源、生产要素有效整合，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。以中核、航空工业、兵器工业为代

表的军工科研院所紧跟新媒体发展趋势，围绕长期以来军工单位新闻宣传面临的“多做少说”难题，创新工作方式，讲好军工故事，重新掌握宣传话语权，树立“风向标”，打造行业先进“样板”，达到了“外树形象、内聚人心”的传播效果。进一步印证了做好宣传思想工作，需要体系谋划主题，强化网络思维、数字思维，主动触网用网，切实以理念、内容、载体、形式创新来展示新成就新形象。

（一）树立“大宣传”理念，搭建新体系

军工科研院所要充分认识到推动新闻宣传工作创新的重要性，树立“大宣传”理念，汇聚企业合力，不断完善体制机制，以体系建设的系统性和机制完善的周延性，推动新闻宣传工作构筑“四梁八柱”、科学运行。一是完善宣传工作体系，进一步规范新闻宣传各项制度，健全完善新闻宣传考评、通报机制，并将全年的供稿量纳入党建责任制考核中，调动供稿积极性，同时加强与业务部门的沟通交流，做好稿件的审核、保密管理等相关工作。优化审核流程，明确必要的审核节点以及职责，并且把职责纳入到后期的考核标准里。二是畅通对上对下宣传渠道，加强对外发声，聚焦央视、人民网、光明日报重点渠道，深化选题合作，持续开展“媒体进电科”“媒体面对面沙龙”等活动，邀请记者深入成员单位开展采访活动。三是规范工作方式，制作规范文档，推进融媒体工作标准化管理，实现合规管理无漏洞，后台操作无错误。强化复盘分析，加强内外平台数据整理与分析工作，研究世界一流企业新闻宣传案例和优秀做法，定期汇总数据，包括阅读、转发、点赞量，活动的互动情况等，可能前期数据分析空间较小，但积少成多后可以分析出具体哪些话题受欢迎，每月讨论、写总结汇报的时候都有详实的数据支撑。

（二）充分挖掘内容资源，策划新选题

优质内容是吸引受众、增强受众粘性的关键因素，要围绕工作重点和年度中心工作，与业务部门协作，明确宣传主题，根据社会热点，及时优化宣传清单，让宣传内容既突出主线又贴近受众。一是聚焦重点抓谋划，扎实落实宣传工作任务，紧扣重大主题、重大工程、重大活动，科学理性务实讲好军工故事，推动新闻宣传工作与服务党和国家战略全局、与履行央企职责使命、与企业高质量发展、与建设世界一流企业“深度融合”，充分发挥新闻宣传工作“小喇叭”和“冲锋号”的作用，有力展现军工风采。二是调动所内、所外资源，与其他部分积极沟通，聚焦科技创新、党建团建、保密安全、人才招聘等方面扩充选题池。中国电科10所联合人力资源部制作《十所学长说》系列短视频，解读10所在科技创新、文体生活等方面的“硬”实力，对舆论热点进行正面回应，将舆情公关的过程巧妙化解为加强正面宣传的机会。三是强化沟通互动，不仅要在评论区展示用户内容并反馈，也要在后台及时响应用户诉求。最重要的是通过策划有趣的活动来增加互动频次，可以策划的线上活动一般有知识问答、分享自身故事、集赞分享朋友圈等形式，并且从互动里寻找新选题，与受众积极互动，从反馈、评论里寻找新内容，巧妙借势，在互动中潜移默化强化品牌印记，营造有趣人设。

（三）创新传播策略和方式，善用新表达

深刻认识到推动传统媒体和新兴媒体融合发展的重要性，改进传播策略，采用年轻人易于接受的短视频、长图文等形式打造作品，让媒体融合不再停留在只是开通新媒体账号、转发文章的阶段。一是用好新媒体传播的经验做法，创新宣传方式方法，打造短视频、长图文等融媒作品，采用年轻人

易于接受的话语体系，集中推出一批“出圈”作品。中国网安在视频制作中强调“故事性”，改进以大量图片为素材的传统剪辑方式，以沉浸式剧情塑造好“网安人”、传播好“网安事”。二是强化新闻术语的专业表达，针对不同栏目确定内容基调和加工要求。对于政治类文章，加工方式一般是原文转载或者准确提炼要点，优化方向可以考虑适当添加导读、解读的内容，帮助用户更好理解，导读、解读的文章可以从权威网站上搜集。对于宣传类文章，要将内容具体化，不写大话空话，多用数据说话。在写作前可以代入用户视角，思考用户看这篇稿子，最关心什么，从而确定具体内容和次序。新闻稿经常出现技术人员的工作内容，一定要写清楚，不能一两句话带过。标题要尽可能简洁明了，直奔主题，字数控制在一行以内。开头要吸引眼球，让用户有兴趣继续浏览下去。正文要有逻辑和层次，层层递进，段落与主题保持呼应。三是美化排版元素，明确基本要求，达到美化界面的同时，也提高受众阅读效率，便于他们接受信息。元素彼此要有统一的调性，形成统一整体，除此以外，可以根据常用栏目设置常用排版模板，不仅可以进一步提高排版效率，也可以加深受众对企业的记忆点。四是充分利用传统平台、新媒体渠道和文化宣传产品，打造立体全面的新闻宣传矩阵，丰富载体，让新闻宣传可感可触，持续加强企业IP打造，完善企业视觉传播体系，通过手办、便利贴、日程本、表情包等周边产品制作，有效拓展品牌传播手段，提升企业品牌识别度。五是增加新闻宣传的服务功能，流量时代内容为王，同时也需要丰富的服务和功能来进一步满足用户需求，保持受众的粘性。比如，公众号不仅生产内容，也要筛选内容呈现给用户，“往期推荐”就是一个体现，还可以

根据栏目赋名阅读标签，做成一系列专栏，类似于【学习大国】公众号的#人民日报教你写排比句（第××期），当受众不经意发现并且喜欢这篇文章时，可以很方便地浏览同栏目文章。

（四）多措并举推动队伍建设，激发新活力

不断建强宣传人才梯队，着力培养一批专业素质强、宣传触感敏锐、能够有效捕捉新闻灵感的“多边”宣传人才队伍。一是加强新媒体业务培训，拓展培养渠道，与权威媒体开展定期交流学习，邀请专业记者为基层通讯员开展讲座培训，以增强“四力”为重点，建设一支政治过硬、本领高强、求实创新、善打硬仗、能打胜仗的新闻宣传队伍。二是强化专业力量培育，尽量减少部分工作外包外协的宣传方式，让懂网、触网的综合型人才成为企业宣传战线的常驻力量。中国电科10所成立“小石头视频制作中心”，配备专业力量，在通讯员队伍的基础上聘请所内专家、员工分别为内容顾问和特约创作人，让大家既是阅读者也是创作者。三是加强与正能量网络大V的日常互动，充分发挥他们在建设清朗网络空间、正面引导网上舆论、广泛影响社会共识等方面的作用，组织正能量网络大V及时围绕企业重大主题发声，提高对外发声时机、议题设置的把握。四是建立健全网评员工作机制，明确日常工作职责，合理配备工作力量，网评员要主动用网触网，要有敏锐的洞察力，发现问题及时处理并上报处理结果，加强网评员队伍培养，掌握网络评论技巧，特别在如何有效提高舆情引导能力，消除负面影响等方面加强学习，切实提高工作能力和水平。■

（作者单位：中国电子科技集团公司第十研究所）