

■分享汇

中国青年报社共青团十九大特别策划《青年茶座》

小切口大主题 青年视角说大事

□李想

青年是祖国的未来、民族的希望。6月19日至22日,中国共产主义青年团第十九次全国代表大会在北京召开。大会提出,要帮助青年解决急难愁盼问题,把青年的温度如实报告党,把党的温暖充分传递给青年。

作为对本次大会进行青年化阐释、可视化传播的探索之一,中国青年报社用心创制了4期“青年茶座·团十九大特别节目”。在一杯茶的时光中,中青校媒记者提问、团十九大代表解答、相关领域青年代表分享感受,通过一线的鲜活故事,生动讲述共青团工作如何履行“为党育人”的主责主业,如何为青年群体提供实实在在的服务。

9位团十九大代表、4位青年代表、4位中青校媒记者,陆续出现在中国青年报社推出的“青年茶座·团十九大特别节目”中,截至6月24日,4期《青年茶座》总点击量达830万次。

为年轻人所思所忧所盼发声

“当下,年轻人倾向于选择一座什么样的城市奋斗?”

“毕业季,求职路上很迷茫,家里人也帮不上,怎么办?”

“团组织如何在婚恋方面帮到年轻人?”

“我想去乡村工作,怎样更好留下来?”

……

在团十九大召开前夕,中国青年报社集合共青团新闻中心、中青在线和中青校媒的力量,组成《青年茶座》主创团队,广泛征集青年的急难愁盼。主创团队仔细研究了我国的《中长期青年发展规划(2016—2025年)》,以及近年来共青团的重点工作,最终,选定青年发展型城市、青年就业、青年婚恋、乡村振兴4个主题。同时,明确要以“青年关注,关注青年”为内容导向,把4个主题设计成青年热议的话题,以激发用户的观看兴趣。

比如,“青年发展型城市”主题,从年轻人的择城观入手,围绕“什么样的城市是年轻人的理想型”展开讨论;“青年就业”主题,围绕“帮助就业困难大学生,团组织一直在努力”;“青年婚恋”主题,从年轻人喜欢的飞盘、徒步等活动谈起,讲



年轻人富有时代特色的婚恋新风尚;“乡村振兴”主题,邀请3位返乡创业的团十九大代表现身说法,鼓励青年投身乡村振兴大潮,找到人生出彩机会。

从小切口展开时政话题,真实再现共青团服务青年的故事,用具体而微的细节吸引青年眼球。

此外,《青年茶座》让青年人做主角也是节目的一大特色。团十九大召开前,中青校媒向多所高校发出邀请,约请在校大学生参与录制节目,并邀请与话题有关的青年代表,把自己和身边年轻人的观察、思考、心声带到节目中。

团代表和年轻人在同一环境下表达感受,通过年轻力量的注入,无论年龄还是“画风”,都更具青春活力。

青年化阐释党的政策

如何帮助青年解决急难愁盼问题?如何把青年的温度如实报告党,把党的温暖充分传递给青年?

《青年茶座》特别设计了“青年问答”环节。提问和回答并非平铺直叙,而是以青年视角进行详细解读。例如,在“什么样的城市是年轻人的理想型”主题茶座中,团十九大代表、浙江省杭州市瓜山未来社区团工委副书记楼昊介绍了杭州市最大的青年集聚地——瓜山未来社区。

和共青团工作作青年化解读。

创新融媒模式联动纸媒

为了做好可视化传播,《青年茶座》不仅在中青报客户端、中青网、中青在线、微博、B站、快手、抖音等新媒体平台播出,还依托《中国青年报》版面开设了《青年茶座》专栏,让报纸版面动起来。

例如,在“青年就业”主题的茶座中,团十九大代表、湖北大学团委书记张丽娜讲了一个故事:湖北大学商学院的一位2022届毕业生,小时候因车祸导致左腿截肢。入学后,该学院团委书记魏国辉一对一与其结对,在毕业求职期间为其提供就业岗位,指导简历修改、培训面试技巧,最终这位同学在一所职业院校找到了满意的就业岗位。

张丽娜说,通过开展团就业帮扶助力行动,学校里20多名团干部,每名平均帮扶5名困难大学生,100多名学生得到一对一的精心服务。

中青报·中青网记者抓住这个细节,以《帮助就业困难大学生 团组织一直在努力》为题,撰写了稿件,用故事化的细节阐释时代背景——2022年,全国各级共青团促成3.03万名团干部与困难学生结对,帮助7.87万名一般院校低收入家庭学生找到工作。

报纸版面上,青春靓丽的节目海报、视频二维码、文字报道一起呈现。文字报道和视频节目相互补充、呼应,让共青团服务青年的成果更加真实可感。

“青年茶座·团十九大特别节目”通过创新节目形式,让团十九大代表和青年交流心路历程,真实生动。同时也使共青团服务青年的工作,以接地气的方式呈现,内容清新、风格朴实,让青年觉得说的就是身边事。

节目推出后,“青春苏州”“金山团青”“南湖青年”“曹县团县委”等各地共青团新媒体矩阵积极转发。B站网友@侠客岛海底留言说:“明年大学毕业,看能不能回家乡参与乡村振兴志愿活动。”还有一些微博网友听完青年和团代表的发言,也为青年就业、青年婚恋等方面提出了自己的思考。

(作者系中青报《青年茶座》节目组编导)

■一策一评

红网推出民营经济系列报道“三部曲”

探寻当代湘商传奇 描摹奋斗者崭新风貌

□本报记者 常湘萍

近日红网时刻新闻策划推出的大型专题报道民营经济系列报道“三部曲”——《邵东传》《涟源传》《老乡传》快速走红出圈。此系列报道通过讲好湖南民营经济发展中的代表性人物、鲜活故事,改善企业家心理预期,提振发展信心,营造良好的民营经济发展舆论环境。截至目前,民营经济系列报道“三部曲”已被人民日报客户端、“学习强国”,以及今日头条、腾讯、新浪等150余家新闻平台和商业网站转发,全网阅读量超2.3亿人次。

挖掘湘商故事 诠释湘商精神

从党的二十大,到今年全国两会,“民营经济”“民营企业”被频繁提及,传递出不少对民营经济政策和制度利好积极信号,民营经济发展迎来新的春天。

民营经济系列报道“三部曲”通过探寻当代湘商发展之路,推介湖南民营经济发展的成就与经验。系列报道通过挖掘当年创业者筚路蓝缕的“时代火种”,细致描绘了时代洪流中湖南民营企业家的奋斗群像,精彩呈现了“吃得苦、霸得蛮”“敢为人先”的湘商精神……

《邵东传》中的5组特稿,通过讲述邵东首家打火机厂创始人姚斌云、付再华夫妇等一批奋斗者的故事,描绘出了他们勇立潮头,不断发展壮大,实现自身价值并造福社会的时代精神。《涟源传》中呈现的是肝胆相照、风雨同舟的政企关系,其5组特稿,着眼于涟源的家国情怀,以“系列短视频+图文报道”的形式,讲述他们如何发挥涟商的责任和担当,从经商办企升华为实现富民富民强的故事和精神。《老乡传》讲述

了湖南老乡在风口逐风、事业有成后回报桑梓,推动湖南经济社会发展的事迹。既是《老乡传》的主角——湖南省工商联副主席、全球湘商联盟青年委员会主任、湖南高诺集团董事长,也是读者的毛流感叹道:“这组报道给人启迪、给人温暖、给人力量。让我感觉作为一名湘商很自豪,以后我要发挥自身优势,推动更多青年湘商回归,共同建设家乡。”

陆续推出的民营经济系列报道“三部曲”,全面反映了新时代民营企业企业家爱党、爱国、爱人民的情怀和持续创新、追求卓越、诚信守法、奉献社会的使命担当。

注重故事细节 报道鲜活生动

系列特稿注重细节描绘,善讲故事,使报道鲜活生动,极富感染力,勾勒出湖南民营经济发展中的代表性人物、精神特质、功绩成就……展现民营经济湘军强大的发展韧性和巨大潜力。

“在中老边境小城做边贸的邵东人李勋华,为占好摊位每天凌晨两三点就起床”“三一老厂房里,结有蛛网的锈红色鼓风机”“雷立猛的‘一个亿’”……这些情节让人印象深刻。“讲一堆大道理,不如讲一个好故事。”香港商报湖南办事处化定兴说,“三部曲”最大的特点是故事足、细节实。

《涟源传》在细节上追求精致和出彩,每一个小标题都精心雕琢,在增强文章主旨显明性的同时,还增强了文章的层次性与可读性。《涟源传①》中的小标题,清新自然,吸引受众一睹为快,显示出作者精巧的构思和匠心。化定兴认为,“专员到,事竟成”“牛上树,马生角”“泥鳅精神”等小标题的用脑、用心、用



情,是这组报道的另一大亮点,也让整个报道实现了‘涡轮增压’。

红网主创人员将栏目名反复斟酌,最终选择用“传”,初衷就是为湖南民营经济的传奇立传,向湘商精神致敬。民营经济系列报道“三部曲”在讲述湘商奋斗故事的同时,也描摹出了奋斗者的崭新风貌。

融合创新呈现 实现共情传播

红网时刻LED联播网通过遍布湖南全省主要城市的户外大屏、电梯小屏,以千屏联播的方式滚动播放主题海报,红网、时刻新闻制作推出视频《你听你听 邵东传说》《涟源传:走出围城,情怀许家国》等适合社群传播的融媒作品,吸引受众评说和转发,引发网友共情,产生裂变式传播。

不少网友纷纷通过时刻新闻客户端留言。网友“丐奕轩”表示:“湘商不

仅在商业领域开疆扩土、引领行业,还在推动实现共同富裕进程中勇于担当,他们是时代的骄子,也是我省千千万万奋斗者的缩影。”也有读者表示,《邵东传》《涟源传》《老乡传》,栏目简洁有力,在传播中有很高的辨识度。

湖南大学新闻与传播学院新闻系主任徐琼认为,“三部曲”通过典型题材、动人细节,融合形式,以多篇章奏的方式深入挖掘、多角度呈现和倡导了当前湖南高质量发展所需要继承和发扬的创业创新精神,实现了“硬题材软落地”“大主题小切口”“同主题新角度”,是值得解读和学习的佳作。

在新时代民营经济发展的重要节点上,应有更多的鼓与呼让探索者的脚步更加坚定。而今,红网的民营经济系列报道“三部曲”,秉持着为民营经济“立言”的求实精神,记录潮流之涌、彰显浪花之姿、挖掘精神之蕴,体现融媒体时代主流媒体守正创新的价值追求与使命担当。

《长江日报》策划城市特刊《潮涌长江 共创未来》

宣介大武汉 吸引新客商

□本报记者 汤广花

“长三角之于武汉,是学习的标杆,也是上下游的伙伴。武汉之于长三角,是腹地,也是新发展格局下的新沿海……今天的武汉,机会众多,孕育着无限可能。”6月19日,在武汉市党政代表团赴长三角考察学习深化合作之际,《长江日报》推出城市特刊《潮涌长江 共创未来》,用17个整版,全方位展现武汉区域魅力。可以说,这份特刊既是一次城市整体的形象推介,又是一份供客商伴手手的“招商指南”。

多维立体呈现各区魅力

“从两江交汇处出发,我们展示英雄城市的奋进步伐,我们推介活力之城的青春魄力,我们期待共饮一江水的未来新格局。”特刊开篇明义,而后紧扣武汉各区特色,从区域形象、重点产业、功能载体、政策服务等方面,详细推介武汉的实力功能区、活力主城区和魅力新城区,主题鲜明。

例如,在推介武汉高新区时,文中介绍,“东湖高新区,又称‘中国光谷’……从‘一束光’到‘一座城’,向光生长、追光前行,沿着光电子信息产业一条主线做大做强,30多年持续发力。”并从“自主创新,构筑科创高地”“独树一帜,打造光电子世界级产业集群”“建设武汉新城,共赴世界光谷”等角度深入介绍该区“聚世界光 为天谷”的特色。

此外,特刊还介绍了武汉其他区的特点,以一区一版的形式呈现,均抓住了各区的重点产业或核心竞争力展开。经开区围绕“奋力打造车谷产业创新大走廊”,已成为全球汽车产业最密集的区域之一;江汉区在现代金融、商贸物流、商务服务三大主导产业竞相竞彩的同时,锚定数字经济“新赛道”,推动城区转型、产业升级;武汉洪山区作为与北京海淀区、上海杨浦区齐名的“大学之城”,奋力建设高品质“大学之城”和高质量创新发展核心动力区。

特刊还注重突出各区的服务功能。如硚口区在文末附有招商云地图和企业服务直通车的二维码,手机扫码即可获取相关资讯;蔡甸区辟出“好环境招商 好政策招商”版块,展示《武汉中德国际产业园招商引资奖励办法》《蔡甸区支持先进制造业企业集聚发展奖励办法》等节选内容;武昌区以手绘图的形式展示“一岸T轴一谷”发展格局,醒目直观。

值得一提的是,《长江日报》当天还推出了“武汉市党政代表团赴长三角考察学习深化合作”系列新闻报道。和视频“同饮一江水 共建新格局——上海武汉的新时代之约”以上海人朱奕丞在武汉安家立业的故事开篇,通过“汉口路”“上海邨”相依相融、沪上企业家向“中”看、1+1>2的新链接等三部分,讲述沪汉深度合作、共赴新时代之约的美好征程。该系列报道与《潮涌长江 共创未来》特刊相呼应,多维立体呈现出武汉的魅力。

版式设计富有江南特色

“水相连,情意绵长。《长江日报》此次推出的《潮涌长江 共创未来》特刊,在设计上也颇为新颖,用富有江南特色的版式,将‘沪汉深度合作’这一主题烘托得更为出彩。”

长三角一带文化偏重宋韵风格,既有长江之大气磅礴,又有江南之地的诗情画意。基于此,特刊没有使用传统的红黄主色调等较为隆重、厚重的风格,改为“天青色”“瓷器蓝”的淡雅之风,色调清新活泼,给人轻快之感。

封面版用写意的长江手绘图贯穿整个版面,并巧妙地黄鹤楼、编钟、长江大桥等融入其中,体现出湖北地域特色。围湖风的群山流云、绿树花丛,以及江豚、春笋等元素,营造绿水青山、生机勃勃的氛围。光谷“马蹄莲”大楼、5G示意图、高铁、高楼大厦等形象,则充分展现了武汉这座英雄之城发展的日新月异。

内页版式设计较为大气,引言竖排,均置于页面顶部,复古又新潮;引言右侧是各区名称,经传统中国的框线进行处理,既突出信息,又和谐融入版面。正文统一以“2000字左右的文字+一张通栏大图+三至四张实景图”的形式呈现,同时配以图示、数据等,充分展现各区域的实力,让读者在轻松的氛围中乐于“翻阅”武汉。

为了进一步提升作品的影响力,6月19日,《长江日报》官方微信号还同步推出《同饮一江水 共建新格局——上海武汉的新时代之约》以及《潮涌长江 共创未来》特刊的电子书,与报纸版面相呼应,方便读者在移动端阅读。广大网友纷纷点赞,并评价道:“长三角到长三角,一衣带水,相辅相成,区域协同更高质量发展。”“特刊底蕴深厚,值得收藏”。