

坚持走创新路线，提升时政新闻报道传播力

□邵蓉

在融媒体时代，新闻内容的报道表现出碎片化的特点，导致传统媒体的时政新闻报道的传播力受到一定影响。为了提高时政新闻报道的传播力，需要积极应对，适应融媒体时代的挑战，紧跟时代的发展变化，通过多管齐下的措施提高传播力。

统筹设计：精设议题，科学谋划报道

在时政新闻报道方面，科学的谋划是提高传播力的关键因素，面对融媒体的挑战，采编团队需要树立主动意识，积极应对，发挥出各方优势，满足时政新闻报道的融合生产要求。

科学谋划报道产品。融媒体时代，传统媒体要提高传播力，必须从内容上取胜，由编委会定期组织选题策划会议，根据上级部门指示精神明确报道基调，坚持“稳中求进”，在把好内容生产关的基础上提前制定好采写方案，由全员共同合作，确定好报道的产品形态，“做足功课”，提前查阅同类报道中的优质内容，把握好报道节奏与产品呈现方式。

采编互补融合实践。要提高时政新闻报道的传播力，还需采编团队之间进行深度合作，实现融合生产，将新媒体编辑、摄影记者以及文字记者捏成一个拳头，共同负责时政新闻报道的策划工作。

创新报道：优化报道形式，增强人文意识

要提高时政新闻的传播力，需要时政新闻鲜活又接地气，用趣味、生动的报道方式为受众解读内容，让题材的报道不再生硬。

创新语言形式。提高传统媒体时政新闻报道的引导力，必须关注内容表达的创新，让语言极具魅力，使时政新闻报道变得形象、具体，让严肃的理论变得贴近受众，用受众喜闻乐见的语言使时政新闻报道能够与时俱进，增强与受众之间的连接。

增强人文意识。新闻报道是在人类社会发展中诞生，是人文学科的分支之一，因此，在新闻报道中彰显人文内涵也是应有之义。基于此，在时政新闻报道上需要关注受众的精神需求、主动维护受众人格尊严，这要求报道者切实落实“走、转、改”的路线，让受众尽可能多地了解时政内容，充分尊重受众的知情权，在报道时需要坚持“以人为本”，关注时政内容对受众带来的影响，鼓励更多的受众参与进来。

内容为王：增强报道深度，提高服务意识

身处哪个时代，内容都是评估新闻报道质量的重要指标，优质的内容是时政新闻报道脱颖而出的关键。在融媒体时代下，与娱乐新闻、体育新闻等软新闻相比，时政新闻的生存难度更高，在当前，内容的改革依然是时政新闻报道改革的核心，需要坚持形式服务内容，以形式来衬托内容，坚持做出高质量、有深度的时政新闻报道。

做好调研工作。除了创新语言形式之外，新闻报道者还要善于做好调研工作，主动走入到基层中，拉近与受众之间的距离，通过调研可以找到受众与时政新闻之间的衔接点，可以便利地从受众视角来切入。针对一些宏大的选题，需在做好调研工作的基础上坚持“以小见大”，通过对典型人物和事件的报道进行解读；对于本土新闻，可以积极拓展新板块，活跃报道氛围，坚持用角度新颖、品质优良的报道提高传播力。

提高报道深度。当前的新闻报道表现出了“微型化”的特点，微内容开始大行其道，不少时政新闻媒体为了顺应时代发展，报道大量的“微新闻”，导致对新闻内地的解读过于表面化，未触及报道的核心，难以提供深度的解读。要提高传播力，必须在精深的新闻报道上下功夫，让报道既鲜活、又有深度，发挥出时政新闻报道在传播正确价值观、引领舆论方面的价值，将内容做细、做深。

重视互动工作。时政新闻传播力的提升除了要依靠优质内容，也要重视与受众之间的互动，从以往单向传播转化为双向传播。

打造品牌：实现多元联动，提高品牌影响

对于传统媒体的时政新闻而言，走品牌发展战略是融媒体时代的必然选择，也是提高时政新闻传播力的核心关键，走线上、线下融合的发展路线是塑造品牌的有效方法。

在报道时要与时俱进，紧跟融媒体时代的发展步伐，充分发挥新机制、新技术的作用。比如，可引人虚拟全景、AI智能主持人报道等形式来提高时政新闻报道的影响力，使时政新闻报道趋于立体化，优化受众观看体验，利用多平台进行“发声”，通过政策解读、图文信息、抖音、互动H5、微视频的方式，通过“文字、图片、视频”的结合做出立体化的报道。同时，可用二维码的方式提高报道影响力，如，可通过与当地政府部门的协商在政府工作报告等内容中增设报社二维码，受众在扫描之后可以详细观看到相关的报道内容。除此之外，还需在“两微一端”方面持续发力，除了不断输出优质内容外，可以在“两微一端”的文章中增加“贴片”，基于受众体验出发，让受众可以便利的检索到所需内容。

在融媒体时代下，传统媒体机遇与挑战并存，鉴于时政新闻报道的特殊之处，为了提高报道的影响力，需坚持从议题设计、报道形式、内容深度、品牌战略等方面持续改革，坚持走融合化发展道路，让严肃的新闻报道变得鲜活、生动，使程式化的时政新闻报道更具可读性。

(作者单位：太原日报社)

新闻媒体如何讲好乡村振兴中的女性故事

□李雪婷

新闻传播领域，关于乡村振兴中女性故事的报道相对较少，且往往缺乏深度和广度。因此，如何通过新闻传播手段讲好这些故事，使其既真实感人又具有传播力，是当前需要探讨的课题。

《中国妇女报》始终关注广大妇女在乡村振兴战略中的重要作用，通过本报全媒体平台“触角”，融入乡土，寻找鲜活案例，关注和报道了一系列新时代“女农人”的突出贡献及示范引领作用，并通过在线直播、对话访谈等形式，深度链接、立体展现了女性奋战在乡村振兴一线的生动图景。

聚焦女性主体，紧扣时代主题

选题策划是讲好女性故事的第一步，新闻媒体首先应深入乡村，走进妇女，关注她们在乡村振兴中的主体地位和作用，选取具有代表性和典型性的女性故事进行报道。

在2023年中国妇女第十三次全国代表大会召开期间，《中国妇女报》记者采访报道了一位职业经历极具时代意义的女代表徐玲，她曾于24岁担任我国辽宁首位女舵手，如今成为一名女村支部书记，在村里开发“共享果园”，为村里老人创办“暖心食堂”，带领村民通过直播带货创业赚钱，继续掌握了乡村群众奔向共同富裕和美好生活的“船舵”。她的故事就是女性奋斗在乡村振兴主战场的最好诠释。

今年5月，中国妇女报社青海记者站记者采访了一位扎根雪域高原33年的农技专家，她研发青稞种子新品种，并常年穿梭在海拔3600米以上的农牧区推广农业技术，致力于农业科技生产水平提升的同时，保障“世界屋脊”粮食安全。她的故事也是科技女性助力乡村振兴的典型代表。

第二步，要挖掘女性在乡村振兴中的独特贡献和创新实践，突出其亮点和特色。《中国妇女报》曾以《解锁“红+绿+农”乡村振兴“密码”》为题，报道了一位生态农业科技公司的副总经理，依托当地优势开发出独树一帜的“红+绿+农”的新发展格局，在一、二、三产业融合发展中走出了一条新路，用特色化、一体化项目解决村民就

业、提高农民收入、实现乡村振兴的故事。作为一名巾帼带头人，她带领村里姐妹在产业发展、乡风文明、乡村治理的各项工作中都表现亮眼。

第三步，可以结合当前乡村振兴的热点和难点问题，选取与之相关的女性故事进行报道。

例如，乡村振兴重点在产业，而产业的植入和赋能是需要运营的。乡村运营师，这一被人社部认可的新职业正在我国乡村逐步推广。这些乡村运营师以运营手段盘活乡村各类资源，并打通一、二、三产业界限。《中国妇女报》记者近期采访了几位“爱农业、懂技术、善经营”的女性乡村职业经理人，在乡村沃土扎根，成为一支有能力、能吃苦、留得住的乡村振兴“领头雁”的故事。她们的经历也体现出评论乡村振兴人才短板，对赋能乡村振兴有着重要意义。

全媒体传播平台提供了丰富的新闻表现形式，通过包括文字、图片、视频、直播等多种形式呈现女性故事，丰富的报道表现手法和视觉效果，能够多元、立体地展现乡村女性群体的形象和时代变化。

另外，随着数字经济的不断深入发展，电商+直播成为了创业新风口，成为广大女性实现创业梦想的新舞台，为巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接作出了积极贡献。《中国妇女报》在2023年春节前夕，联合北京、陕西、重庆等五地多位巾帼农人、创富带头人，共同策划打造了10场“美好生活节，年货购不停”大型在线直播活动，《中国妇女报》记者化身“年货推荐官”，走进各地女主播的直播间，共同推荐当地特产，分享助农故事和农产品背后女性助力乡村振兴的故事，并与关注直播的观众即时线上互动，带活了乡村经济、山里经济，同时助推当地农业文旅发展，这种将记者采访报道的基本功与带货直播新形式有机融合的方式，是全媒体全平台发力，助推乡村振兴的参与和互动。用户可以通过评论、点

多元呈现，互动传播

全媒体传播平台提供了丰富的新闻表现形式，通过包括文字、图片、视频、直播等多种形式呈现女性故事，丰富的报道表现手法和视觉效果，能够多元、立体地展现乡村女性群体的形象和时代变化。

例如，通过中国妇女报视频号发布的短视频，能够直观展示女性在乡村中的实际工作场景和生活状态，增强故事的真实性和感染力；中国妇女报官方微博、微信等平台拥有大量的受众基础，能够迅速将乡村女性的故事传播出去，覆盖到更广泛的受众群体；而报社运营的全国妇联女性之声等平台，则能够利用其权威性，增强新闻报道的可信度和影响力。而全媒体传播平台注重用户的参与和互动。用户可以通过评论、点

“快时代”下好“慢功夫”的实践与思考

□吴卫平

新闻是新近发生的事实的报道，尤为讲究时效性。这些年，随着数字化技术的迅猛发展，“天下新闻，唯快不破”逐渐成为新闻界的重要追求。然而，在新闻“快餐化”时代，新闻记者更需下好“慢功夫”，以蹲下来的态度、深下去的决心、精起来的文风，为大众提供深度报道和多元视角，进一步提升新闻媒体影响力和品牌力。本文将结合金华市新闻传媒中心在采编中的探索实践为例，提出在“快时代”践行“四力”下好“慢功夫”的一些思考。

破局：提升竞争力，三条路径锤炼“慢功夫”

无论是媒体平台还是采编人员，打造优质产品是保持影响力和品牌力的不二法门，“快时代”更需锤炼“慢功夫”，以内容优势塑造竞争优势。近年来，金华市新闻传媒中心高度重视对记者的“四力”打造，进一步推动“慢工出细活”。

●蹲下去，调查研究“捉活鱼”
调查研究作为我们党的传家宝，是谋事之基，成事之道。对新闻记者来说，调查研究同样十分重要，这是写好深一篇报道的基本功。

“脚板底下出新闻”，深入基层、深入群众是新闻舆论工作的出发点，也是落脚点。唯有记者的身子蹲下来，才能在一线真正捉到“新闻活鱼”。

今年春节期间，金华市新闻传媒中心4名时政记者放弃与家人团聚的机会，到武义县泉溪镇泉东村蹲点采访。该村由上潘新、新屋、叶墙头和张宅4个自然村组成，其中上潘新村于1999年从原明山乡搬迁至此，是武义县下山脱贫村之一。2003年，时任浙江省委副书记的习近平到上潘新村考察调研下山脱贫工作。

20年来，下山脱贫村“下得来、稳得住、富得起”吗？记者扑下身子，走进村民家串门，蹲在田间地头侃，与村民一起吃团圆饭，捕捉“新闻活鱼”。大年三十下午，记者在村中走访时偶遇多位原上山潘村老干部和村民，这些80多岁的老人在“老村记忆”的大

型墙绘下，他们忆苦思甜，令人动容。此情此景被写进文章第一部分，生动感人。有读者甚至发出疑问，这一幕是不是刻意安排的。又如，记者在村民王家合家吃饭时，偶尔听其提起“老五”。王家合家只有四兄弟，“老五”是谁？记者意识到这里一定有故事。原来，“老五”名叫邱有详，是上潘新自然村第一批下山村民，多年来与老王家互帮互助，王家四兄弟认其为“老五”，当作亲兄弟走动，新年聚餐、拍全家福、平时自驾游都不忘叫上他。这样的细节也只有下沉到农民家中，在拉家常中才能发现。

蹲点作品《下山脱贫村的幸福年》刊发后获得多方好评，在金彩云客户端阅读量达5.4万。实践证明，记者只有“蹲”下去“挖”，才会遇到好故事采到好细节，作品才会真实性强、可读性高、传播力好，从而进一步提升新闻媒体的公信力和品牌力。

●深进去，长期关注结硕果
当新闻记者保持足够耐心专注某个领域时，就会有从无到有、从零到一、从低到高的认知，逐渐会对该领域产生独到的见解，从而创作出一系列精品。

横店是中国影视文化产业的“晴雨表”和“风向标”，也是各级媒体关注的“新闻富矿”。金华市新闻传媒中心多名记者长期关注横店影视文化产业，在践行“四力”中挖掘更多好新闻。

2020年年初疫情突发，横店按下“暂停键”。复工后，横店影视文化旅游产业快速复苏，迎来意想不到的“开机潮”和“旅游潮”。获此线索后，记者迅速深入广州街·香港街景区等地，采访影视城负责人、景区演员、游客等，撰写出作品《“入戏”横店：文旅产业转型升级发展新版本》。该文聚焦3名普通的景区演员，通过讲故事的手法，以点带面呈现横店文旅产业如何在求新、求变、求突破中转型升级，从而实现逆势突围，成为危机中育先机、变局中开新局的一个典型样本，为全国影视旅游产业升级发展提供可借鉴经验。文章在《金华日报》、金华新闻网、金华新闻客户端等平台同步刊发后，引起强烈反响，获得2020年度金华新闻奖一等奖，2020年度

强调女性价值，传递积极正能量

“妇女参与的程度，参与的广度和深度，在很大程度上影响着乡村振兴的成效和质量。”广大妇女是推动农业农村现代化的重要力量，是乡村振兴的推动者和建设者。

《中国妇女报》在打造丰富立体的乡村振兴中的女性报道时，始终强调女性在乡村振兴中的价值和作用，树立女性正面形象。倡导男女平等参与乡村振兴事业，打破传统性别观念对女性的束缚和限制。通过报道积极向上的女性故事，传递正能量和信心，激发广大女性投身乡村振兴事业的热情和动力。

今年起，中国妇女报全媒体平台启动融媒体采编力量，开设“乡村女性话振兴”专栏。从东北沃野到云南山区，从巴山楚水到鱼米之乡，一幅幅乡村振兴的美丽画卷在此系列报道中徐徐铺展。画卷中，活跃着乡村女性拼搏与奉献的身影。参与报道的编辑记者走进乡村田间以及乡镇企业一线，对话将服务乡邻、带动周边致富作为事业初心的乡村女性，报道她们努力跨越传统家庭角色的界限，将发展家乡作为奋斗动力，将追求幸福生活和经济收益作为女性参与乡村振兴的核心动力的故事。策划了“共‘富’田野”“‘全’行天下”“造‘梦’乡村”等一系列报道，正是因为“她力量”的积极参与，乡村振兴才有了底气、人气、烟火气，展现了在乡村振兴这片蓝海中，广大女性大有可为的勃勃生机。

“时代召唤巾帼，拼搏成就梦想”，女性人才与乡村热土的双向奔赴成就了一首首祖国大地上热辣滚烫的奋斗之歌，乡村振兴离不开女性的支持，每一个生动的个体，都是激励亿万乡村女性执着前行的力量。作为时代发展的记录者、把握脉人，讲好乡村振兴中的女性故事是新闻传播媒体的重要职责。通过深入挖掘故事内涵、创新报道形式、加强互动传播和倡导社会关注等策略，新闻传播媒体可以展现女性的力量和价值，激发更多女性参与乡村振兴的热情。同时，这些故事还可以提升社会对女性角色的认知和尊重，推动乡村振兴战略的深入实施。

(作者单位：中国妇女报社)

市后宅街道李祖村考察调研后，各级新闻媒体扎堆前往李祖村蹲点采访。面对同题竞争的现状，《填我十万八千梦》采访团队在历经10多次蹲点采访后，决定采用报告文学的表述方式来全景式展现李祖故事，作品在坚持非虚构创作、记录真人真事的前提下，选取最具代表性人物（楼小英）的视角连接时间跨度和空间维度，生动还原和形象刻画乡村场景、人物故事，注重在矛盾冲突中凸显主题、用艺术化创作体现共情，增强感染力和吸引力。而选取楼小英作为主人公，正是主创团队三次到她工作地、一次到她家里蹲点采访后获得的成果，体现了眼力和脑力。

(作者单位：中国妇女报社)

“快时代”下好“慢功夫”的实践与思考

市后宅街道李祖村考察调研后，各级新闻媒体扎堆前往李祖村蹲点采访。面对同题竞争的现状，《填我十万八千梦》采访团队在历经10多次蹲点采访后，决定采用报告文学的表述方式来全景式展现李祖故事，作品在坚持非虚构创作、记录真人真事的前提下，选取最具代表性人物（楼小英）的视角连接时间跨度和空间维度，生动还原和形象刻画乡村场景、人物故事，注重在矛盾冲突中凸显主题、用艺术化创作体现共情，增强感染力和吸引力。而选取楼小英作为主人公，正是主创团队三次到她工作地、一次到她家里蹲点采访后获得的成果，体现了眼力和脑力。

对策：完善体制机制，让“慢功夫”下得更到位

让采编人员蹲下来、深进去，是锤炼“慢功夫”的路径；让作品更加精彩，是下好“慢功夫”的结果。要做好以上两个方面，新闻媒体还需在强化队伍建设、优化考核机制、扩大新闻题材等方面下功夫。

强化队伍建设。打造一支“愿蹲、会采、能写”的采编队伍，正是推动记者践行“四力”的手段之一，以蹲提脚力，以采提脑力练眼力，以写增笔力。这也是新媒体语境下，新闻媒体获取优质内容、发挥专业优势、提升影响力的现实需求。

优化考核机制。下好“慢功夫”，意味着要投入时间和精力。要让“愿下慢工”“能出细活”的采编人员摆脱考核之忧，就要在考核上给予倾斜和保障，不只看数量、字数论业绩，而是更注重以出好作品、好文章为主。

扩大新闻题材。当前，围绕党和政府的重大决策、重大活动的题材较为集中，政策性较强，且都以正面宣传为主。为了更好地展示宏大主题，新闻媒体要眼睛向下，聚焦更多的民生领域、群众关心的问题，选取具有地域性、独特性、时代性的题材，以小见大，通过撰写精品来强化舆论引导。

(作者单位：浙江金华市新闻传媒中心)