■中国新闻奖背后

《新华日报》专栏《新华时论》：

把握时代脉搏　反映时代新声

□刘庆传　杨丽　韩宗峰

理性的声音穿透迷雾，观点的光辉照亮前路。历经十八载精心磨砺的《新华时论》专栏，犹如一颗璀璨的明珠，镶嵌在《新华日报》的版面上，成为《新华日报》的一个品牌专栏。《新华时论》把握时代脉搏，反映时代新声，观照社会民生，有强烈的问题意识，论证有力、文风清新，启人心智、催人奋进。最终摘得第34届中国新闻奖新闻专栏类一等奖这一荣誉。

近几年来，栏目每年刊发言论近200篇，《新华时论》用一篇篇掷地有声的评论，在众声喧哗中彰显着主流媒体的责任与担当。专栏自开办以来，共有9篇作品荣获中国新闻奖，20余篇作品摘得省级一等奖，这些荣誉擦亮了《新华时论》的品牌，形成了“满树开花”的新华现象。

策划思路：擦亮“新华”品牌

作为我们党第一张面向全国发行的党报，《新华日报》有着86年历史，一直秉持“思想兴媒，观点立报”的核心理念。2006年，《新华日报》开设评论专栏《新华时论》，一直坚持至今。《新华时论》专栏的诞生不是“无中生有”，亦不是“无心插柳”，而是有其特定策划思路，是《新华日报》基于传承光荣传统、放大品牌优势等综合考量的结晶。

赓续红色基因。众所周知，言论是报纸影响舆论的“利器”。作为一张具有86年历史的党报，《新华日报》素有重视理论评论的传统，革命战争年代，周恩来、董必武、郭沫若等就为《新华日报》亲撰社论、评论，可以说，“言论立报”是《新华日报》的基因与血脉。新世纪之初，党报如何更好赓续红色血脉，不负新华重视“言论”的传统？以《新华时论》这一专栏及其个性化定位，擦亮“新华”品牌，这恰是办栏初衷之一。

放大党报声量。新闻评论可能是最具个人色彩的新闻文体，而专栏则能让一报言论在风格上做到相对固定和协调，形成整体取向的风格。在报纸端，单篇的党报评论容易呈现小、散、乱“观感”，而将言论专栏化，相当于化零为整，可以有效放大版面影响、提升言论效果。在读者端，专栏形式的言论更有诸多好处：一是便于读者阅读，增强用户黏性；二是由于发表时间连续、文章风格相对协调的专栏文章能够形成固定印象，打响言论品牌；三是专栏在摘得中国新闻奖荣誉后将奖项作为栏目标识，可以有效放大其品牌效应。

锻炼作者队伍。策划专栏的用意之一，其实也是在于在风格上倒逼作者主动适应、适配专栏格调，根据专栏整体构架主动锤炼能力、提升素养、训练表达等。专栏的出现也能够让稿件定期见报，这就促使评论员能够合理“排产”，避免稿件生产的随意性。同时，站在作者角度看，当一篇稿件被置于专栏之下，往往意味着这篇稿件达到某种水准，相当于对稿件的“盖章认证”，这种品牌荣誉感，也能形成对评论员的鞭策。

创作感受：真知+灼见　会评+善论

《新华时论》开栏以来，在近20年的专栏稿件创作过程中，其作者、编辑团队总结梳理出不少清晰的创作感受和心得体会。

努力当好“记者”和“学者”。《新华时论》稿件不是简单口述笔录，也非一事一议的时评、网评，它或有一定思想性，或有一定专业度，抑或有相当建设性，总之是对某个领域鞭辟入里的见解，需要耗费作者心神去扎根话题、深入探究。作者团队深感，写好《新华时论》要同时当好“记者”和“学者”，既要有新闻敏感性和敏锐度，能及时发现有价值选题，又要“写有专长”，成为对某一领域有较深入研究的“专家”，写出“观点增量”。

善把“真知”转化为“灼见”。很多人明明知识渊博、学有专长，却依然写不好评论，归根结底还是知识输出过程中出现了“梗阻”。这说明，不仅要有观点，还要善于呈现观点。作者要善于把“真知”转化为“灼见”，需把握好三个“因”字：一是紧跟党中央决策部署和当前党委政府中心工作，做到“因时而发”；二是要根据所评问题、话题进行风格调整，如涉及暖新闻就要饱含温情，涉及专业知识就应深入浅出，做到“因事而发”；三是要根据当前经济社会发展形势，如在发展遇到困难挑战时及时“强信心、鼓干劲”，做到“因势而发”。

既要会“评”也应善“论”。《新华时论》有策论属性，它不满足于仅对新闻热点事件作出是非对错类评析，而是重视对当前中心工作和问题给出相应的建设性意见、建议。记者编辑深感，相比于价值判断的“评”，《新华时论》的“论”更侧重深入阐述、分析，甚至要求作者给出建议。这要求作者不仅要知其然，还要知其所以然，甚至知其所以必然，对某一领域问题有较全面、独到的理解，这样“论”起来才能游刃有余。

特色总结：有高度有浓度有温度

习近平总书记指出，必须坚持巩固壮大主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量，激发全社会团结奋进的强大力量。《新华时论》始终立足大局、服务大局，坚持守正创新，坚持以主流声音传播主流价值，努力做到“有政治高度，有思想浓度，有表达温度”，奏响砥砺奋进的时代凯歌。

有高度，展现思想引领力。立足时代，站位高远，有政治站位，有远见卓识，才能写好文章。《新华时论》的“根脉”就是站在时代的前沿观察问题，敏于思考，勇于发声，引领思潮。《新华时论》聚焦的话题多是新近发生的某件事、新近形成的某种现象、新近出现的某些问题，具有很强的问题意识，带来拨清迷雾的智慧，凝聚砥砺前行的力量。比如，专栏刊发的《拨开“改革触顶”的思想迷雾》一文，针对一些人认为“改革触顶”的错误观念，深刻指出改革还任重道远，远未到“鸣金收兵”之时，具有很强的现实指导意义。

有浓度，提升观点穿透力。评论好不好，很重要的是看有没有高人一眼、深人一层的独特观点，有没有思想和观点的“浓度”。所谓横看成岭侧成峰，要有新观察新角度新思考。这要求评论员有较高的理论素养、思维能力，既要高瞻远瞩、掌握全局，又要善于用小切口观照大主题、见人之所未见。比如，形式主义是个老话题，如何常谈常新。栏目刊发的《警惕“精致的形式主义”》一文，通过提出“精致的形式主义”这一新颖视角，对形式主义进行了深入且细致的剖析与细分，为读者提供了一个全新的理解维度。

有温度，增强文字感染力。文章的文风，直接影响着读者的阅读体验，也在很大程度上决定着评论作品的品质。一篇好的评论不仅要实现理性说服，还要形成感性认同，不仅要有高度、浓度，也要有温度。这就要求评论员学会与读者对话，能够以新的语言、新的面貌示人，不说官话套话，避免陈词滥调。《新华时论》刊发的评论，语言风格追求“短”“实”“新”“活”，力求深入浅出、言之有物，多讲有思想内涵的话、能够打动人心的话。《急不得，也慢不得》《不能“眼高手低”，也不能“手高眼低”》等评论，语言生动鲜活，达到了以理服人、以情动人的效果。

巩固壮大主流思想舆论，拓展主流价值影响力空间，党报评论大有可为也必将大有作为。传承红色基因，赓续评论风骨，坚持守正创新、踔厉奋发，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，《新华时论》一直在路上。

（作者刘庆传系新华日报社全媒体评论理论部主任，杨丽、韩宗峰系新华日报社全媒体评论理论部评论员）

“了不起的青春小店”大型采访活动走进广西南宁青年公益云市集。　中青报·中青网记者　谢洋　摄

中国青年报社“了不起的青春小店”系列报道——

接好“天线”　接足“地气”

□胡春艳

2023年是中国改革开放45周年，中国青年报社发起寻访“了不起的青春小店”大型采访活动。30多名记者奔赴全国60多个城市，脚步最远抵达祖国“四极”，目光聚焦身处不同地域、形形色色创业青年的生存与奋斗。调研组先后推出近百期可视化报道，个案结合数据，报道结合研究，融合呈现、矩阵协同，在采编集体践行“四力”的大练兵中，见证改革开放以来中国民营经济的韧性与活力，更是对中国经济光明论的具体感知。该组报道全网阅读量超20亿，获第34届中国新闻奖系列报道类一等奖。

挖掘青春小店背后的时代精神

中国青年报社一直倡导与青年共同成长的“青春上善好活法”，助力青年为中国式现代化挺膺担当。青春小店，成为我们链接和服务亿万青年的一个入口。小店里有亿万青年对生活的努力，有推进中国式现代化的青春力量；小店店主是《中国青年报》新时代“为党育人”工作的重要服务对象，对他们的关注也是近年来我们“青年、科教、文化、数据、创新”一体融合新业态发展的缩影。这一次采访调研对全国小店店主群体进行了全面、立体、清晰的画像：他们姿态各异、生机勃勃，有着“千磨万击还坚劲”的生命力，也是感知中国经济脉搏最灵敏的传感器和温度计。

在中国最北的漠河北极村，我们找到了一路向北来创业的福建小伙邱晓旭，他告诉我们，创业拓宽了自己人生的边界和可能性。他相信，在这个时代“无论你身在何处，好像与全世界的距离都不那么遥远”。在云南大山深处的年轻人赵子梁也有同感。他去大城市打过工，近几年回到家乡小镇开了一家酒吧。正是看到乡村振兴给家乡带来的巨变和机会，他决定回来试一试。

我们走进一家家小店，用报道让新时代青年创业者身上的那些无止境地创新与奋斗，被更多人看见。被调研的小店从业者中，多数人都在45岁以下，八成以上拥有大学学历，其中不乏硕士和博士。可见小店不仅是年轻人就业创业的重要渠道，也承载着新时代青年的生活方式和观念变迁。这些小店正是中国经济这片汪洋大海中的朵朵浪花，奔涌的背后是思想的解放、创新的探索以及全社会各方力量的凝聚。

采访中，很多青春小店店主表示，科教兴国、人才强国、创新驱动发展、乡村振兴等一系列国家重大战略，让青年发展得到越来越多的顶层设计支持，让他们的创业目标更加清晰；越来越多年轻人主动将人生追求同国家发展进步紧密结合，展现才华、服务社会。正如《新时代的中国青年》白皮书所指出的，时代赋予了青年更多机遇、更多选择。通过调研，我们推出系列多元化融媒体报道，引导广大青年树立正确的就业创业观念，讲好青春故事，激发青年为强国建设、民族复兴伟业挺膺担当的时代精神。

透视小店发展背后的经济规律

调研组特别重视系统思维，关注个体价值，更重视全局把握。从报道呈现来看，突出以下几个特点：

首先是覆盖更广一些。调研组行程超两万公里，覆盖全国60多个城市，并抵达了祖国“四极”，挖掘在祖国辽阔疆域的不同方位奋斗的青年创业者的故事；报道的小店类型也尽可能广泛，包括美食、文创、咖啡、书籍、民宿等方方面面，几乎涵盖现今小店各种主流样态，体现出新时代小店的多元、包容、活力和韧性。

其次是聚焦更深一层。调研组顺着沙县小吃店主的故事，走访多个城市，梳理出这个百亿级小吃产业发展的清晰脉络。按照这个思路，我们以沙县小吃、兰州拉面、缙云烧饼等为例，有针对性地探访了福建三明沙县、青海海东化隆县、浙江丽水缙云县等地，深度研究从“一家店”到“一条链”的产业上下游链条，展示出小店发展与百姓共同富裕的内在关系，明确政府和市场“两只手”在小店发展背后发挥的重要作用。

再次是离青年更近一点。报道注重结合案例、对标问题、提出建设性意见建议。调研启动之初，我们就重视个案报道与民意调查相结合。在实地探访小店的同时，同步开展对小店店主和公众百姓的民意调查，点面结合，全面客观地反映整体趋势和意见态度，便于及时调整后续采访的方向、内容和深度。在面对面对话与交流中，记者发现了一些共性问题，通过报道帮小店店主发声，如关注如何做到精简办事程序手续等，积极帮助小店店主解决实际困难。

关注青春小店背后的急难愁盼

服务青年是《中国青年报》工作的生命线，“关注青年、青年关注”是贯穿于整组报道的一条主线。

在成都三色路夜市、苏州双塔市集、上海田子坊、北京隆福寺……我们看到特色各异的“小店”不仅是商业聚集地，更是一道道人文景观，青年的就业创业正在不断创造和带动新的生活消费方式。

我们看到，“00后”山西姑娘郑梦婷童年意外丧失听力后来到南京学习制作咖啡糕点，成为一名咖啡师。小店的收入，支撑起她在这个城市的稳定生活。作为市场的“毛细血管”和“神经末梢”，小店虽小，却极具韧性，支撑着这样的年轻人踏踏实实地生活。

在调研中，我们采访每一个店主，都会请他们聊一聊自己的急难愁盼。有的说，小店“落地生根”的“最后一公里”还需打通，有的认为一线城市的房屋租金偏高，还有的觉得自家小店需要组织化资源、数字化技能来提升运营水平，同时期待更公平的营商环境和更便利的政务服务。我们打捞出这些心声，梳理在报道中希望推动问题解决，以更精细化的管理帮扶，让城市更有温度，为广大青年送去实实在在的帮助。

“了不起的青春小店”系列报道引起全社会广泛关注。在2024年全国两会期间，多位全国人大代表从报道中涉及的案例出发，为小店经济的蓬勃发展建言献策。

这些正是我们的初心——寻访“了不起的青春小店”是中国青年报社对所有青年、对每个“青春小店”的一份真诚陪伴。

（作者系“了不起的青春小店”系列报道主创团队成员、《中国青年报》天津记者站副站长）

4 中青视线
了不起的青春小店