

分享汇

江西日报社《出发!乘坐“时光列车”看改革巨变》

乘“时光列车”穿越改革长河

□胡萍 邹艳红

2025年全国两会期间,江西日报社江西新闻客户端推出了《全国两会特别策划|出发!乘坐“时光列车”看改革巨变》,作品上线24小时内,全网总点击量突破100万次。作为主创团队的核心成员,我们深知这份荣誉背后是无数次的思维碰撞、内容打磨与技术攻坚。

创作初衷:以“时光列车”呈现改革之变

全国两会报道历来是媒体竞技的“主战场”。如何在同题竞争中破局,既承载政治高度,又具备传播温度?这是团队策划之初反复思考的核心命题。

党的二十届三中全会提出“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革”。在全国两会这个重要时间节点,主创团队明确提出以改革为主题做好融媒体策划。

在具体报道中如何能突破常规,一方面展现江西的改革成就,另一方面又呼应国家发展的宏大叙事?经过不断讨论,主创团队认为,从新中国成立初期的筚路蓝缕到新时代的辉煌成就,改革巨变需要被具象化、可感化。最终我们敲定,通过“时光列车”这一意象,串联起江西乃至全国发展的关键节点,让受众在“穿越”中感受时代力量。同时,为了在全国两会报道中既凸显地方特色,又融入国家战略,我们选择以“小切口”折射“大主题”,通过江西的民生改革实践案例诠释中国式现代化的生动图景。

亮点特色:以技术赋能沉浸式传播体验

《出发!乘坐“时光列车”看改



革巨变》紧扣民生热点,选取了住房、医疗、就业、教育、养老、生育、交通、救助、消费、文旅等与老百姓生活息息相关的十大民生领域,以“旧时光”“国家改革”“江西实践”“代表委员话改革”为脉络,通过“时光列车”的互动,展现从旧时光到新时代的显著变化。

我们对十大民生领域改革进行前后对比,充分展现我国进一步全面深化改革,持续增进民生福祉,展示江西在改革浪潮中的生动实践与时代答卷。如“江西实践”板块介绍了江西在国家改革中的积极探索与生动实践。这些内容不仅反映了国家改革的

宏大叙事,更通过具体案例展现了改革成果如何惠及普通百姓,彰显了改革力度和温度。

作品以H5互动长卷为核心载体,用户滑动屏幕即可“登上”列车。通过技术赋能,用户以领取“改革车票”的互动,体验沉浸式互动传播。作品以“时光列车”为创意核心,通过“旧时光”“互动按钮(滑动解锁新时代)”“国家改革”“江西实践”“代表委员话改革”等板块,巧妙地将历史与现实、国家政策与地方实践相结合,不仅增强了用户的参与感和互动性,还通过对比的方式,直观地展现了改革带来的巨变。通过“第一视角+交互探索”,用户从“旁观者”变为“体验者”,在自主选择中完成认知建构。

过程难点:在技术理性与内容温度间平衡

宏大主题叙事我们应该用什么样的呈现角度?

我们最初拟出《改革与我》《我身边的改革》等标题,试图以第一人称的表达拉近与用户的距离。但此类标题虽具有亲和力,却难以体现时空跨越的史诗感。“现在年轻人喜欢‘沉浸式体验’,如果让用户感觉自己真的在‘乘坐’列车穿越时空呢?”在一次头脑风暴中,主创团队决定转向互动性和沉浸式表达方式,决定将动词“出发”作为行动号召,用“时光列车”构建时空穿梭的具象场景,以“改革巨变”点明主题。

标题《出发!乘坐“时光列车”看改革巨变》也由此诞生。“出发!”赋予用户“即刻参与”的心理暗示,呼应两会“开启新征程”的时代语境;“时光列车”既保留列车的意象,又通过“时光”强化历史纵深感,与H5的交互设计形成呼应;

“看改革巨变”以“看”字突出可视化表达特色,“巨变”兼顾宏观成就与微观感知。

AI生产画面精度的反复测试。因上世纪七八十年代很多素材缺乏影像资料,主创团队想到通过AI生产画面素材,然而AI生成面临具体图片示范难题,团队通过反复测试、不断完善生成提示词,最终经过近半个月的尝试,生产 outcomes 展示民生改革温度的画面,兼顾了技术理性和内容温度的平衡。

交互逻辑的“游戏化”设计。如何让“50后”到“00后”全年龄段用户无障碍操作?如何最大程度便于用户点击页面?我们引入“游戏化”思维:设置“领取改革车票”和动态列车,用“手指”动画引导用户点击操作步骤;简化交互层级,确保三步之内抵达核心内容;设置“爱心点赞”的轻量互动,降低参与门槛的同时提高互动参与度。作品内测阶段邀请不同年龄群体试用,历经13次迭代才确定终版。

传播节奏的精准把控。全国两会报道周期短、热点密集,团队采用“基础框架+实时更新”策略:先把整体作品框架内容做好,然后保持实时更新。例如,在《政府工作报告》公布后,立刻查找关于民生方面的内容,把加强普惠性、基础性、兜底性民生建设,稳步提高公共服务和社会保障水平,促进社会和谐稳定,不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感等内容加入作品封面内。

《出发!乘坐“时光列车”看改革巨变》的诞生,是团队对“守正创新”的实践答卷,我们深刻体会到,主流媒体的生命力,在于始终与时代同频、与人民共情。

(作者胡萍系江西新闻客户端内容总监,邹艳红系江西日报社首席编辑)

一策一评

福建日报全媒体传播中心《福建,很有福!》系列策划

聚焦两会,给出福建答卷

□本报记者 张福财

团结一心谋发展,砥砺奋进向未来。在全国两会这场“春天的盛会”上,福建日报全媒体传播中心以“福建,很有福”为主题,推出特别策划,以“六部曲”的形式,展现福建在过去12年的发展变化,归纳总结国之富强的福建答卷。系列策划推出后得到多家媒体平台的转发,仅在新福建客户端的单篇平均点击就达1万+,好评不断。

多元传播 紧跟时事脚步

《福建,很有福!》系列策划包含了《福建,很骄傲!》《福建,很敢拼!》《福建,很有格局!》《福建,很有福!》《福建,很优秀!》《福建,很有“礼”!》等6期内容。

纵观《福建,很有福!》系列策划可以发现,其丰富多样的呈现形式,让读者在阅读每一期报道时都倍感新鲜。例如,手绘漫画《福建,很敢拼!》紧跟时事,以接力赛漫画形式串联福建“爱拼会赢”的民营经济征程;SVG海报《福建,很有格局!》勾勒福建“敢为天下先”的改革魄力与“海纳百川”的开阔胸襟;H5《福建,很有“礼”!》让美食化身最具魅力的“邀请函”,展现福建文化魅力。

作为特别策划,《福建,很有福!》的每一篇报道内容都紧扣全国两会议程,节奏有条不紊。例如,在十四届全国人大三次会议开幕当天,以福建总体成就《福建,很骄傲!》“打头阵”;在外交主题记者会后切入“对外开放”的产品《福建,很有格局!》;在十四届全国人大三次会议闭幕当天推出《福建,很有“礼”!》,展现福建文旅成就,以及福建对五湖四海的代表委员的热烈欢迎。

可以说,《福建,很有福!》系列的“六部曲”犹如大合唱,在合唱时,不同声部井然有序,形成了“1+1+1+1+1+1>6”的效果,全方位向大家展现新时代的福建贡献与成就。

今昔对比 解读八闽成就

《福建,很有福!》的精彩“出圈”得益于福建日报全媒体传播中心的精心准备。在前期工作准备中,策划团队将过去11年和今年全国两会的《政府工作报告》认真研读了多遍,这也让《福建,很有福!》系列策划可以深度解析12年来的《政府工作报告》,提取其中的福建元素进行今昔对比,展现福建对彼时提案的今日答卷。

系列策划的第一期《福建,很骄傲!》犹如龙头,从宏观概括了福建各方面的发展,对整个系列报道起到了总领作用。“数字中国”“两岸关系”“自贸区”“金砖会晤”“国家公园”等8张从福建寄往北京的图文动态明信片,通过一张张福建面貌图、一段段精简又不失专业的文字描述,展现福建如何“以一域之光,为全局添彩”。

贯穿历史,娓娓道来福建故事。全国两会进行时,“民营经济”成为热议话题之一。“作为民营经济大省,福建如何挑大梁?战歌起,看福建‘逆天改命’,跑出新赛道。”在《福建,很敢拼!》中,开篇一首红遍大江南北、耳熟能详的闽南歌曲《爱拼才会赢》瞬间便将读者带到了闽南大地。

该篇以福建最敢拼的泉州晋江为起点,溯源福建拼搏的接力历史。从宋元的晋江闽南,到20世纪八九十年代、2000年,再到今天,福建民营经济的接力棒从晋江到长乐,到福清,最后遍及全福建,跑出了从“初期”到“冲刺”,再到“反超”,最后“冲线”的福建速度。

漫画中,福耀玻璃用一片玻璃征服“全球汽车”;安踏“牵手”CBA联赛,打破国外品牌垄断国内顶级赛事的格局……《福建,很有福!》系列内容通过诸多案例,展现了福建经济的快速发展,福建民营经济的接力赛也仍在进行中。

以小见大 展现全局蓝图

《福建,很有福!》还有一大亮点是通过“福爷爷”和“福奶奶”两位虚拟老人,为读者呈现出老人的经济账本。通常情况下,政策性的文字都是硬邦邦的,不够生活化,所以《福建,很有福!》系列策划通过把每个政策和爷爷奶奶的账单、生活结合起来,以软性传播语言去传达这些内容。

例如,《福建,很有福!》系列策划结合全国和福建当地的政策,详细呈现出基本养老金水平的提高、长者食堂的建设、家庭医生共济、适老化产品以旧换新等能够提升老年人幸福指数的政策和措施,不仅是对老人生活琐碎的记录,更是对福建银发群体幸福生活的真实映照,宛如一扇微缩的窗口,从细微之处折射出福建乃至全国经济的广阔图景。

不仅如此,《福建,很有福!》系列策划中的其他篇目也从不同方面展现福建的美丽、富足,共绘福建发展图景。例如,在《福建,很有格局!》中,策划团队以“开”字为题眼,四字词语和大量图片串联贯穿全篇,如新时代的福建“一路开挂”“开诚相见”“侨开眼界”,打开了对外开放的新格局;《哪吒之魔童闹海》火爆全球,《福建,很优秀!》则从《哪吒之魔童闹海》的人物精神中找到福建共性,看福建的生态“青山归来”“‘绿’冠全国”“绿色惠民”;最后以《福建,很有“礼”!》作为福建的邀请函,奉上福建的四方好味,欢迎大家到福建走走看看、实地采访,品尝福建茶,感受福建文化魅力。

“《福建,很有福!》系列策划特别有趣,尤其是漫画生动形象,特别符合年轻人的胃口,作为福建人,看完以后感到很骄傲!”来自福建晋江的读者蔡建雄在看完《福建,很敢拼!》后留言说。

《长江日报》推出“应急响应使用罗马数字”系列报道

回应民众关切 讲述独家故事

□朱建华 汪鹏

全媒体时代,做好独家报道有助于提升主流媒体传播力、引导力、影响力、公信力。独家报道可遇不可求。《长江日报》推出的关于应急响应使用罗马数字的报道,是从公共信息中发现的选题,不仅采访深入、发稿时间把握得当,而且通过持续追踪,有效回应了受众关切。

关注网民困惑

独家报道不是凭空产生的。如何从司空见惯的信息中发现独家选题,既是对媒体人“四力”中眼力的考验,更是对脑力的考验。

2024年8月22日,《长江日报》刊发的报道《应急响应等级用罗马数字令人“发晕” III级变IV级是严重还是好转了?》,就是从公共信息中发现的独家选题。

2024年2月,关于武汉市低温雨雪冰冻灾害应急响应级别由III级调整至IV级的内容让一些网民发晕:“上调还是下调了?”“降级还是升级了?”“IV是几级?”

虽在权威发布中,应急响应等级用罗马数字的核心具有一定的普遍性,但在当今互联网时代,有效回应网民的困惑,是主流媒体义不容辞的责任。

发现选题,只是媒体内容生产的第一步。选题成不成立,能不能形成报道,有赖于深入的采访作支撑。为什么应急响应等级要用罗马数字?这是不是“国际惯例”?这在水利、气象、应急等领域是否具有普遍性?能否统一为更符合本土习惯的表述?围绕这些问题,记者进行了艰难的采访。

采访对象分为两大类,一是相关职能部门,二是相关专家。看似简单的问题,但想要找到答案却并不容易。其间,采访一度遇阻和受挫。后来,记者又扩大了采访对象,包括但不限于语言学家、文字学家、希腊历

史研究者和在意大利罗马的人。

在全面、广泛深入采访的同时,记者还检索查询了多种资料。比如,修订后的《湖北省气象灾害应急预案》把罗马数字改成了汉字数字,这是一个十分有价值的信息,说明气象灾害应急响应也可以不用罗马数字。意大利驻华使馆新闻处也针对记者提出的问题给出了回复:意大利现在已经很少使用罗马数字,意大利的气象预警、应急响应一般使用不同的颜色来区分等级。

长期以来,文字消息以短、平、快著称,但通过深入细致的采访,也可以让消息厚重而不单薄。《长江日报》经过深入采访刊发的《应急响应等级用罗马数字令人“发晕” III级变IV级是严重还是好转了?》虽然只是一篇不到千字的消息,但信息密度远超过一般的消息,15个自然段,每段都是一个信息点。

寻找最佳发布时机

时度效是检验新闻舆论工作水平的重要标尺。应急响应等级用罗马数字令人“发晕”一事,记者2024年2月着手采访,直到半年后才发稿,一方面是前期采访确实不够顺利,稿件多次返工、补充、修改;另一方面也有对发稿时间的把握。

记者经过前期多次采访和修改后,基本可以发稿时,武汉天气已经好转,错过了最佳时机。此时,如果坚持发稿,与受众的感受就不太相符,传播效果可能也会打折扣。此事



也就暂时放下来了。但放下来不等于放弃。一个基本判断是,等到夏天雨季到来时,也是发稿的时机,那时估计应急响应等级又会出现罗马数字,又会让人发晕。

2024年6月27日,意大利驻华使馆新闻处回复,为报道提供了重要支撑,此时也是比较好的发稿时机,但最终还是放弃了。毕竟,每年6月还是汛期。当时,国内各地防汛形势还比较严峻,与防汛大局相比,此时的发稿时机似乎不太好。

立秋之后,国内的防汛形势好转了不少。在这期间,记者也获得了中国气象局、水利部的回复。2024年8月22日,一篇前后历时半年、五易其稿的报道在《长江日报》刊发。这篇报道在长江日报微信公众号推送后,不少读者留言互动,获得大量好评,如有网友留言“长江日报记者细致又专业”。