

中国新闻奖背后

法治网“中国‘枫景’”系列微视频——

让主流舆论直抵用户心头

□余飞

在山东德州，我们拍了孩子们写下的一撇一捺；在重庆石柱，我们听老乡亲们讲川菜的五味调和；在河北承德，我们登上“望海楼”见识塞罕坝林海的浩瀚……这些是发生在2023年夏天的事情。南北间行进，巷陌中穿梭，我们并不是要记录人文地理，而是在寻找链接，让新时代“枫桥经验”直抵用户心头的链接。

2023年6月，法治网制作的“中国‘枫景’”系列微视频开播，迅速圈粉。在第34届中国新闻奖评选中，“中国‘枫景’”系列微视频获评系列报道（新媒体）类二等奖。“中国‘枫景’”系列微视频的制作，是法治网在主流媒体系统性变革背景下推进有效传播的一次尝试。



建立链接

“枫桥经验”肇始于上世纪60年代，发源于浙江省诸暨市枫桥镇。其主要做法是，发动和依靠群众，坚持矛盾不上交，就地解决。

1963年，毛泽东同志亲笔批示：“要各地仿效，经过试点，推广去做。”此后，“枫桥经验”从小镇走向全国，成为全国政法综治战线的一面旗帜。

2003年，时任浙江省委书记的习近平同志明确充分珍惜、大力推广、不断创新“枫桥经验”。

党的十八大以来，习近平总

书记多次对坚持和发展“枫桥经验”作出重要指示，强调“各级党委和政府要充分认识‘枫桥经验’的重大意义，发扬优良作风，适应时代要求，创新群众工作方法，善于运用法治思维和法治方式解决涉及群众切身利益的矛盾和问题，把‘枫桥经验’坚持好、发展好，把党的群众路线坚持好、贯彻好”，为“枫桥经验”赋予了新的时代内涵。

2023年是毛泽东同志批示学习推广“枫桥经验”60周年，也是习近平总书记指示坚持和发展“枫桥经验”20周

年。法治网接到了做好坚持和发展新时代“枫桥经验”网上主题宣传的任务。

让用户了解新时代“枫桥经验”，接受新时代“枫桥经验”，以及参与到坚持和发展新时代“枫桥经验”实践中来，是我们定下的传播目标。

问题是，怎么实现？答案是，建立链接。我们要找到一条能够让用户对新时代“枫桥经验”有直观、切身感的路径，也就是让新时代“枫桥经验”直抵用户心头的链接。

文化链接

新时代“枫桥经验”是《法治日报》版面上的“老面孔”。法治网创作团队翻阅报纸上的各类报道，消化吸收新时代“枫桥经验”的科学内涵和实践要求。在这一过程中，我们发现，在各地坚持和发展新时代“枫桥经验”的实践中，对中华优秀传统文化的吸收和运用充满其间。

“以和为贵”“礼让和谐”……这些传统文化基因不仅是新时代“枫桥经验”的源头活水，更是人民群众心里最朴素的价值认同。

文化链接，由此开始搭建。山东德州，唐朝时曾为平原郡，书法家颜真卿曾在此任太守。如今的德州，在坚持和发展新时代“枫桥经验”实践中，打造出矛盾纠纷多元化解品牌——“德为民”。两相结合，我们从颜真卿书法中找出“德”字，以颜字方式呈现“德为民”在于心、在于行、在于直的文化内涵。于是，有了孩子们书写的镜头。

重庆石柱，巴盐古道绵延至此，五湖四海汇聚一方，自古便讲究“和为贵”。川渝饮食文

化，声名在外，秘诀在各种味料的巧妙调和。于是，有了以“五味调和”为喻，讲述“以和为贵”。

河北承德，“三个一”工作法让初看者不明所以，但“道生一，一生二，二生三，三生万物”耳熟能详。“三个一”与“三生万物”，除了字面上的关联，还有“和谐”本义的同质。于是，有了第三期作品《一个都不能少》。

文化，架起了新时代“枫桥经验”与用户之间价值认同的链接。

共情链接

坚持以人民为中心，是新时代“枫桥经验”的根本宗旨。从一定意义上讲，“枫桥经验”就是以人为本的经验，其价值体现在始终着眼于正确处理人民内部矛盾，始终聚焦人民实际需求，维护群众合法权益，坚决维护社会稳定。

山东德州打造的一站式矛盾纠纷多元化解品牌——“德为民”，不断激活基层治理的“神经末梢”，建设高效化解矛盾的“快车道”；黑龙江齐齐哈尔坚持以人民为中心，创新“四所一庭一中心”联动联调工作法，融合法庭、派出所、司法所、律师事务所力量，以法治化手段化解社会矛盾“疑难杂症”；河北承德贯彻落实“三源共治”理念，实行一村一法官、一社区一法官、一校一法官的“三个一”工作机制，将群众间的纠纷化解在田地、社区、校园。

新时代“枫桥经验”实践中的桩桩件件，都在为了人民、造福人民。然而，对于大多数群众来说，新时代“枫桥经验”是熟悉的陌生认知。

怎样唤起这份“沉睡”的认知？有着切身体会的事情最有说服力。共情链接，由此搭建。

层层住户“接续”漏水，居民不堪其扰，牢骚满腹。物业公

司久拖不修，推诿扯皮，最后搬出“没有交物业费”的说辞。如此情形，是不是像极了与物业公司打“拉锯战”的你？

护林员夫妇工作生活在“望海楼”，像照顾孩子一样守护塞罕坝的林海。在防火紧要期，护林员每隔15分钟就要瞭望一次。此时，手机上显示老师的电话号码，孩子弄伤了同学的胳膊。如此情形，是不是像极了工作中最怕接到老师电话的你？

我们将这些真实的案例搬上小屏，用这些随时可能发生在身边的事情告诉用户：不用着急、不用烦心，新时代“枫桥经验”可以帮助你。

借助故事化的语言表达、喜

剧式的场景设计、巧妙的镜头运用，新时代“枫桥经验”，通过共情链接，轻盈地走进用户心里。

在复盘这项宣传工作时我们发现，建立链接这一工作方法，不仅适用于新时代“枫桥经验”网上主题宣传，也适用于所有的内容生产。建立链接，是我们做好坚持和发展新时代“枫桥经验”网上主题宣传的工作方法。“流量时代”的正能量传播，更需回归新闻规律，找准报道对象与用户之间的关联点，建立信息需求链接、价值需求链接、情感需求链接，通过服务式思维、场景化传播，提升内容与用户的黏性，重构主流媒体与用户的链接。

(作者系法治网总编辑)



封面新闻“揭穿视觉贫困谎言”新闻专题报道——

用真相粉碎谣言

□罗石芊 徐湘东



老人和她收养的孙女，长期居住在破烂的房屋中；小女孩成绩很好，但因为没钱上学，只能和弟弟在家放羊砍柴；老人在路边推销石榴，石榴却被人扔到地上；9岁男孩和奶奶相依为命，背着背篓沿路卖石榴……2023年以来，在四川省凉山州、攀枝花市，出现了不少令人心酸的悲情短视频，“可怜”“贫穷”“苦难”，是这些短视频的通用“关键词”。

令人感到奇怪的是，这些短视频在一段时间内集中出现，情节内容高度相似，是巧合还是另有隐情？我们对此进行了连续调查采访，发现这些视频都是虚假摆拍，视频拍摄者靠贩卖苦难、收割流量、消费爱心，最终牟取利益，背后是一条“吸粉—

引流—带货—变现”的灰色利益链条。针对这样的“视觉贫困”乱象，封面新闻开设贯穿全年的“揭穿视觉贫困谎言”新闻专

题，聚焦“视觉贫困”网络乱象，用真相粉碎谣言，该专题报道获得第34届中国新闻奖新闻专题（新媒体）类二等奖。

走访调查 寻找视频当事人

在视频博主“云南波波”发布的视频中，一名年迈的老人和孙女住在一间破烂房屋中相依为命，感动了不少网友。为了找到老人和女孩了解情况，我们与当地网信部门一起在凉山州内持续寻找，最终，在西昌市马鞍村找到了他们。

经过了解，视频中的老人确实是马鞍村人，但视频中的破旧房屋只是一间放置农具的生产用房。小女孩也并非老人的孙女，而是视频中“村长”的女儿，而这名“村长”，实际是村民张某。

这名博主还发布了给他给一名彝族老人发放3000元捐款的视频，文案为：“已经安排好，感谢大

家支持”。我们了解到，他确实向老人发了3000元钱，但在视频拍摄结束后，又收回了2800元，实际只给了老人200元。

在这名博主的另一条视频中，一名成绩优异的女孩因为家庭困难，没钱上学，和弟弟辍学在家放羊砍柴，平时只能吃土豆。不少网友纷纷留言评论，表示想要资助他们。

几经周折，在西昌市巴汝镇中心校，我们找到了视频中的姐弟两人。经现场询问和核实，姐弟俩并没有辍学，且两人都有身份证、学籍证明，不存在没有户口的情况。姐弟俩的爷爷奶奶家中

有农田，孩子会在课余时间主动砍柴、喂猪，做些力所能及的农活，与视频提到天天吃土豆等情况不符。

为了让证据链形成闭环，我们联系上了博主“云南波波”进行采访。当问到他发布视频的原因时，他承认拍这些视频是为了流量，“待粉丝量积攒到一定程度后，好走上带货的道路”。

我们根据前期深入核实查证的内容，形成了以证据为核心的内容，现场走访为叙事特色的辟谣稿件，于2023年2月20日晚率先在四川省互联网联合辟谣平台独家发布，第一时间对虚假视频内容进行澄清回应，取得了良好的传播效果。

层层抽丝 揭示“苦情”背后利益链条

谣言并未终止。一名老人带着两名小女孩向路边车辆推销石榴，但车内人员却将石榴扔到车外，老人满脸无奈，只能说一句“生活本来就不讲道理”……2023年9月，多个情节相似的“石榴滞销”视频，开始在短视频平台上广泛传播，引得众多网友的关注。

这些视频是在哪里拍摄的？内容真实吗？抱着怀疑的心态，我们开始采访调查。通过反复观看这些视频，我们在画面中发现了一个模糊的门牌号——“乐寨村12组10”，通过搜索，我们确定该视频拍摄于四川省凉山彝族自治州会理市。

沿着353国道，我们开车近4个小时，来到会理市新发镇乐寨村。在近40℃的高温下，我

们一路打听，最终找到了12组10号的门牌号，经过对比，我们确认这里就是视频的拍摄地，但视频中的老人家并不住在这里。经过一个多小时的挨家挨户询问，我们最终找到了视频中“贫病交加”的老人。毫不意外，他告诉我们，这些视频都是摆拍的，拍摄者给了他400元钱，手把手教他如何“演戏”。

在之后的近两周时间里，我们实地走访了凉山州会理市、攀枝花市仁和区的石榴产区，分别找到了上述“石榴滞销”视频中的多名当事人。经询问，这些视频无一例外都是虚假摆拍，多名短视频博主付费请村民当“演员”，虚构故事，渲染悲情，拍摄了情节相似的内容。其中，在各大短视

频平台传播上亿次、感动众多网友的9岁男孩“小宝”和奶奶相依为命卖石榴的故事，也纯属编造。

通过进一步调查，我们发现这些视频背后，其实都是“卖惨”带货的营销套路：通过有意制造出的摆拍虚假视频引流，然后在平台带货销售石榴，让众多不明真相的网友在感动之余下单购买，最终牟取利益。

经过扎实的调查采访，我们客观、完整地还原了一些博主以“爱心助农”的名义，刻意制造“视觉贫困”现象的全过程，揭示了这种现象背后存在的利益链条，引发了社会的广泛关注，以及对“视觉贫困”现象的深思。

融合报道 还原“视觉贫困”背后真相

凉山州是我国脱贫攻坚最难啃的“硬骨头”之一，经过多年艰苦卓绝的努力，2020年，凉山已经全面脱贫摘帽。然而，凉山又是一个“天然的流量池”，时至今日，仍然有各种声音在“污名化”凉山，虚假的“视觉贫困”就是其中一种。

“大凉山小女孩每天上学捡瓶子”“哥哥考上北大，弟弟辍学在家卖苹果”“凉山百万网红虚假宣传案”……从2023年到2024年，封面新闻搭建的“揭穿视觉贫困谎言”专题，一一还原了这些“视觉贫困”现象背后的真相，揭穿了谣言。我们用30余篇融合报道，完整还原“卖惨”视频“造假”全过程，揭开了“视觉贫困”背后的经济链条：部分短视频博主靠着贩卖苦难，收割流量，消费爱心，最终牟取利益，“假剧情、真套路”的致富密码，首次展现在大家眼前，在全网引发广泛关注和强烈反响。

同时，我们也意识到，要解决“视觉贫困”的问题，不能仅靠报道。于是，我们用新闻评论引导读者，请来专家学者剖析原因，律师以案普法教育，还邀请全国人大代表、政协委员在全国两会上建言献策。



除了图文报道，我们还通过视频、漫画等形式还原了事实真相。在不断地曝光、揭露下，“视觉贫困”这一话题迅速成为全网热点，得到《人民日报》、新华社等22家中央媒体、107家省级媒体的关注，封面新闻矩阵阅读量超2亿，全网各大平台阅读量超5亿。

更重要的是，通过持续深度报道，“视觉贫困”这一现象受

到各级各部门高度重视，多部委共同开展“清朗行动·打击视觉贫困”专项整治行动，“凉山曲布”“凉山孟阳”“笑宝来也”等众多“卖惨”网红，受到属地公安部门依法严肃处理。如今，“卖惨”带货现象在凉山得到显著遏制，相关案例明显减少，“视觉贫困”也成为我国网络辟谣的一个专属标签。

(作者均系封面新闻记者)