

壮大媒体『朋友圈』，两会报道更『出圈』

——浅析新华报业2022年全国两会报道亮点

尤健

编者按：在今年全国、省、市两会报道中，我省各主要媒体充分发挥报、网、端、微全媒体优势，推出了众多有深度、有创意、有活力的融媒体精品佳作。两会报道结束后，省记协向省市主要媒体约稿，请其总结如何运用新技术、新理念、新方法提升两会报道深度、广度的经验和做法。本刊现刊登部分来稿，以为新闻界同行进一步提升两会报道实效提供新的借鉴和参考。

2022年全国两会期间，新华报业传媒集团充分运用媒体融合优势，全方位、多角度、立体化、沉浸式报道两会盛况，生产大量导向正确、影响广泛的优秀原创作品。新华日报聚焦长三角一体化发展、长江经济带建设、大运河文化带建设等国家战略和总书记重要讲话精神，每天推出一组省级党报联动报道，受到中宣部《新闻阅评》特刊表扬。交汇点《党媒联动 习声回响》系列融媒体报道、扬子晚报融媒体产品《你有一封全国两会首日封》，在中宣部新闻通气会上获表扬。中江网《奋进征程万里阔，<领航>唱响春之歌》、“流淌千年的‘诗和远方’——大运河沿线八省市主流媒体联动报道”获“学习强国”学习平台（全国）首页推荐，原创评论《“稳稳的幸福”最可贵》《透过两会热词观察时代读懂民意》被中央网信办全网推送。

一、用多主题、多平台、多省市深度联动的形式构建“破圈”报道新格局

早在2019年全国两会，新华日报就率先发起省级党媒联动，取得很好的报道效果。在连续几年的全国两会报道中，党媒联动策划在两会通气会上被多次表扬。2022年全国两会期间，新华报业在过去党媒联动基础上，突出地域特色，展现集团优势，拓展深入联动报道，呈现多主题、多平台、多省市的特点，形成跨区域报道“朋友圈”，产生良好的集聚报道效应。

多主题联动聚焦热点。两会期间，新华日报每天一个主题，以接近一个整版的形式，推出“两会圆桌·省级党报联动”系列报道。3月5日，沪苏浙党报联动聚焦“长三角生态绿色一体化发展示范区”，推出报道《深耕一体化“示范田” 书写高质量“新答卷”》。3月6日，沪苏浙党报联动聚焦“虹桥国际开放枢纽建设”，推出报道《打造“极中极” 共建“大虹桥”》。3月7日，沪苏浙皖党报联动聚焦“长三角产业链联盟”，推出报道《“链”上发力，共筑具有国际竞争力的产业高地》。3月8日，苏皖党报联动聚焦“南京都市圈建设”，推出报道《苏皖十



《让千年文脉在万里长江永续传承》版面图



《“流淌千年的‘诗和远方’——大运河沿线八省市主流媒体联动报道”》版面图

兄弟，跨省共建现代化都市圈》。3月9日，京苏豫党报联动聚焦“向世界讲好大运河的中国故事”，推出报道《让中国的运河之水在世界舞台流淌》。3月10日，苏赣鄂云四省党报联动聚焦长江大保护，推出报道《合力唱响新时代“长江之歌”》。3月11日，苏鄂湘渝川五省市党报联动聚焦长江国家文化公园建设，推出报道《让千年文脉在万里长江永续传承》。3月12日，苏浙鲁党报联动共话大运河文化带建设，推出报道《让“流动的文化”更加熠熠生辉》。连续八天，八个突出版面，八篇重磅联动报道，围绕长三角一体化发展、大运河文化带建设、长江经济带建设三大战略，就省级党报读者共同关心的话题，采访来自不同省份的代表委员。这些报道围绕两会重点、聚焦发展热点、形成关注焦点，在两会期间得到读者的一致认可。

多平台联动扩大影响。此次联动，不再是党报一个平台的联动，而是从报纸拓展出去，形成以党报为龙头，党报

移动客户端等新媒体平台同时推进的“聚合”报道格局。新媒体推出了图文、海报、短视频、H5等多种融媒体产品。交汇点新闻除了与全国多家省级党报新闻客户端联动推出《党媒联动 习声回响》特别报道以外，还与山西日报客户端、新福建客户端、新湖南客户端等8省党报客户端联动采访报道，重温总书记关于传承优秀传统文化的重要论述，讲述历史文化遗产传承与保护的故事，原创报道《中国大运河：古运新生 扬州在行动》被众多媒体转发，引起广泛关注。中国江苏网、新江苏客户端、“学习强国”江苏学习平台，以及江苏党务政务网群同步推出《踔厉奋发 一起向未来——2022全国两会专题报道》，牵头大运河沿线8家“学习强国”省级平台，同步发布《“流淌千年的‘诗和远方’——大运河沿线八省市主流媒体联动报道”》；同时联动江苏13个设区市，推出专栏，展示江苏取得的历史性成就、历史性变革。这些系列报道除了在江苏



苏赣鄂云党报联动聚焦长江大保护

合力唱响新时代“长江之歌”

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。

2016年1月、2018年4月、2020年11月，苏赣鄂三省党报分别刊发长江大保护专题报道，为长江经济带发展提供舆论支持。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。

今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。



永保绿水青山 创造金山银山

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。



坚持绿色发展 奋力向江图强

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。



着眼生态大局 做好“一江一河”文章

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。



依法治理力量 提升“一江一河”治理效能

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。

坚持人民至上生命至上

全面落实疫情防控各项措施

【本报南京1月14日电】2022年1月14日，苏赣鄂三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”。今年，三省党报联动，合力唱响新时代“长江之歌”，为长江经济带发展提供舆论支持。

党媒的责任担当，彰显了主流舆论的强劲声势。

二、用互动式、转角色、游戏化带来具有“沉浸式”体验感的传播效果

以往的全国两会报道，往往容易给人严肃、刻板的印象，如何让两会报道更接地气，如何让群众的呼声传到会上，如何让普通老百姓更多了解两会？宣传中“互动”意识的增强就显得尤为重要。新华报业新媒体平台在两会报道中，注重强化互动性，创新策划了多种产品，包括互动类、角色转换类、游戏类等等。随着互动，读者身份从“参观者”变成“参与者”，获得全然不同的阅读体验，带来更深入的沉浸式体验，取得更好的传播效果。

互动勾连会场内外。新华日报“会场内外”聚焦群众热点话题，及时采访代表委员回应，让会场内外实时互通。“两会云访谈”通过“云”对话代表委员，让会场内外实现同频共振。交汇点让网友把关注的问题、积极的建议通过“拍客”入口上传，代表委员通过视频形式回复网友提问，做到会内会外线上“连麦”，聚焦“双减”后延时学校服务、乡村振兴呼唤“领头雁”、为小微企业纾难解困、加强网络信息安全等多个问题，产生良好反响。这些报道勾连起会场内外，使读者网友真切了解两会精神，提升了“在场”感受，增强了主人翁意识。

苏赣鄂云党报联动，《合力唱响新时代“长江之歌”》版面图

本地各主流媒体平台传播外，也得到了十余家外省媒体的积极转发推送，辐射广、影响大、反响好，呈现出“破圈”式传播效果。

多省市联动壮大规模。此次全国两会联动报道，新华报业与十四个省市党报媒体实行联动，规模较前几年可谓空前壮大。此次跨出长三角，我们的“朋友圈”版图也由此刷新纪录。在联动中，我们时而与赣鄂云联动，时而与鄂湘渝川联动，时而与沪浙皖联动，时而与浙鲁联动，时而与沪浙联动，有的省市因为共同的热点话题多，还不止一次产生联动。省市互动频频，形式灵活多变。联动规模大、参与程度广，在全国省级党报党端联动报道中形成强势。这些联动报道，既报道了各地本省（区）经济社会发展的特色、亮点，又反映了全国人大代表、政协委员的真知灼见，各联动省级党报党端同步刊发、全网推送，关注度高，取得良好的传播效果，充分体现了省级



十三届全国人大五次次会议
全国政协十三届五次次会议



探索新的发展模式，坚持租购并举，加快发展长租房市场，推进保障性住房建设，支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求。

——《政府工作报告》



扬子晚报新闻

SVG交互产品《幸福来敲门！你有一封全国两会“首日封”》

S V G交互产品凸显重点。每年全国两会上,“首日封”都是抢手货。十三届全国人大五次会议开幕当天,扬子晚报/紫牛新闻推出了S V G交互产品《幸福来敲门!你有一封全国两会“首日封”》。这个产品以首日封的形式,通过矢量图集纳政府工作报告中的民生政策亮点。在微信中呈现时,读者用手指一点,就能打开一个信封,既有拆信的仪式感,又有阅读的新鲜感。凭借新颖的创意,该原创融媒产品受到广泛关注,吸引千万网友参与。

手指游戏增强体验感。扬子晚报/紫牛新闻推出的创意交互式融媒产品《绿水青山一起“拼”》,让广大读者网友在手指游戏中变身为生态环境的守护者,一起“拼”的锦绣大美河山在朋友圈刷了屏。这个手指游戏中的“拼”,既是手中的拼图,也是脚下的动力。用当下流行的拼图形式,使读者在互动中体验到拼图的乐趣,享受到亲手织就山河美景的成就感。扬子晚报精心打造的这款产品,还得到全国两会上代表委员们的关注、参与、点赞,唤起网友读者共同成为生态环境保护践行者的意识,产品传播量超过3000万。

三、用更年轻、更有活力、更有创意的方式带来生动的融媒体产品

新媒体汇聚了众多的年轻用户,他们充满青春的力量,具有独特的新闻视角,也是新媒体报道特别需要关注的对象。如何用青年人喜欢的方式,以全新的青年视角报道和传播两会,助力两会报道“破圈”,是值得党媒认真研究思考的话题。今年的全国两会,新华报业一批本身就很有活力的新媒体小编,面向青少年用户制作推出一批内容扎实、生动鲜活的融媒体产品,引导青年网民在“云端”畅谈心声,共诉爱国情,筑梦新时代。

“890”关注点引发共鸣。交汇点新闻《强国“890”影音馆》推出“两会特别版”。《基建、医疗、绿色出行……听听年轻人怎么说》《就业VS科技创新,年轻人有话说》等作品,用镜头记录当



《强国“890”影音馆》推出“两会特别版”

下年轻人对两会中各种热门话题的感受和期待。“890”是具有时代感的群体,这个群体本身具有很多的特点,例如,他们大多是独生子女,即将面临或者正在面临父母养老、婚姻和生育二孩问题等等。聚焦这群人,就他们关心的热点问题展开讨论,具有很强的吸引力,能引发诸多共鸣。

虚拟直播室带来轻松学习感。扬子晚报/紫牛新闻推出3D虚拟场景式《e“琪”学两会》虚拟直播室,以“两会知识小课堂”这一年轻人喜欢的方式,与大家“一起学习”两会知识,让新闻报道具有场景化,让视觉效果充满冲击力。比如,两会指的是哪两会?政府工作报告是怎么出炉的?解读两会热词“全过程人民民主”、为什么政协要先开等。虚拟演播室以主持人通俗易懂的讲述和模拟场景的生动转换,获得年轻读者的青睐,让全国两会的相关话题更深入地传达至年轻人心中,7期产品的总阅读量超5000万。

青年主角吸引青年读者。交汇点原创MV《青春向未来》,以青春力量迎未来的视角,邀请奥运冠军张雨霏、“冰墩墩”总设计师曹雪、纪录片《中国医生》出演者徐晔等人演唱出镜,并融入手绘动画与交汇点吉祥物“点点”等元素,让MV更具热度,在朋友圈刷屏。中国江苏网H5《我在一线向未来——青年之声FM全国两会特辑》、短视频《两会“苏”递》分别聚焦基层青年代表委员,以微广播剧、连线采访形式,讲述江苏青年在一线履职奋斗的经历。这些策划,都是让青年人成为报道的主角、参与的主体,使青年读者更愿意了解两会、关注两会,从而实现报道传播量的激增。

(本文作者为新华日报社副总编辑)

创新话语表达形式 巧打融媒“组合拳”

——以现代快报 2022 年全国两会主题报道为例

项凤华 鹿伟 张瑜

摘要：2022 年全国两会在常态化疫情防控的背景下召开，如何让两会报道出新出彩？加强策划打造精品内容的同时，依靠新技术助力，多家媒体聚合，以最强声势，壮大主流传播声量。

关键词：全国两会；融合创新；联动报道；交互

在常态化疫情防控的特殊背景下，全国两会的采访模式、内容生产、呈现形式等也随之悄悄改变，从过去的“人跑会”变为“云跑会”。如何让两会报道出新出彩，推出刷屏的新媒体产品？2022 年 3 月全国两会召开，现代快报紧抓时间节点，紧抓热点，积极创新报道形式，加强“云端”“微端”传播，将媒介融合手段发挥得淋漓尽致。报道中，尤其是关注年轻群体，用“心”和“新”打造年轻人喜欢的两会 IP，多个产品在网上刷屏成为爆款。

据不完全统计，今年全国两会，现代快报累计发布包括 MV、H5、视频、海报、长图、SVG 等在内的原创全媒体产品和稿件 122 条，全网总阅读量超 8.6 亿次。

一、邀请“顶流”接力参与，全国两会版《领航》MV 唱响新时期

2022 年初，主题歌曲《领航》传唱大江南北，引发公众的强烈共鸣。特殊年份，特别期待，在全国两会期间唱响这首主旋律歌曲，更是有着非常重要的意义。对此，现代快报进行了精心策划，并倾力打造。

现代快报邀请了各界“顶流”接力参与，重点突出全国两会元素，以及对未来的展望。MV 中，冬奥冠军齐广璞、中国女足、书法名家孙晓云，以及多位全国人大代表、全国政协委员齐亮相，共同演绎这首动人的歌曲。

MV 开场，书法名家、中国书法家协会主席孙晓云挥毫写下“领航”两个大字，一

气呵成、气势磅礴。紧接着，伴随着大气恢宏的旋律，壮丽山河、辉煌成就一一展现：从天安门广场到粤港澳大湾区、从“天问一号”着陆火星到新“太空出差三人组”逐梦九霄、从北京冬奥会开幕式到中国女足亚洲杯夺冠……一幅幅瑰丽壮美的热烈画面，让人重温奋力拼搏的高光时刻。MV 中，全国人大代表、政协委员纷纷亮相，送出美好祝福，为国家发展建言献策。他们关注的话题，从文化中国到绿水青山，从科技自强到营商环境，从长三角一体化到粤港澳大湾区建设，每一个都与国家发展、百姓生活密切相关。

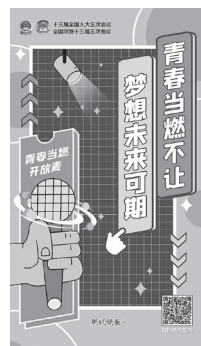
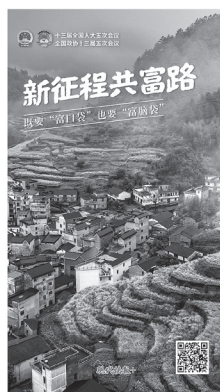
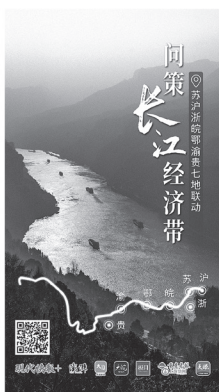
“用情、用力讲好中国故事，向世界展示可信、可爱、可敬的中国形象。”“努力奔跑，做新时代追梦人。”“中国精神，中国加油！超越自我，敢拼敢赢！”……各界“顶流”铿锵有力的话语，鼓舞起“踔厉奋发、笃行不怠”的昂扬斗志，激励网友们奋进新征程、建功新时代。

3 月 3 日中午，全国两会版《领航》MV 高燃上线。一上线即刷屏，更是登上了微博要闻榜热搜。许多网友表示“听完傲娇感瞬间拉满！”“瞬间破防！”“好好听，心潮澎湃。”……被点赞热议的同时，全国两会版《领航》MV 也被学习强国、江苏人大发布、新民晚报、极目新闻、济南时报、三秦都市报、河南卫视、青年报、腾讯网、南京发布等全国各地多家主流媒体、多个官微转发。

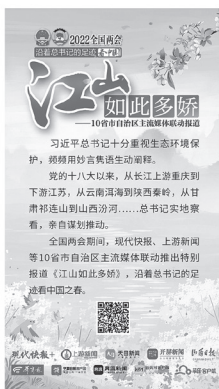
踔厉奋发笃行不怠，满怀豪情奔向未来。全国两会期间，现代快报精心打造的全国两



全国两会版《领航》MV 主题海报



“青春当燃 开放麦”主题海报



H5《3D 穿越！大美中国，一路生花！》主题海报

跨区域联动主题海报拼图

会版《领航》MV 热度不断升温，仅微博话题 #2022 全国两会版领航 MV# 阅读量超过 1265 万。这条 MV 成为两会开局热度较高的一则短视频，为全国两会的召开营造了热烈氛围。

二、聚焦热点，以“1+N”组合壮大主流传播声量

3 月全国两会召开之际正是春暖花开之时。现代快报与重庆上游新闻、浙江天目新闻、云南春城晚报—开屏新闻、甘肃奔流新闻、陕西华商头条、山西日报、宁夏日报、山东新黄河、内蒙古草原客户端等 10 省市自治区主流媒体联动推出了特别报道《江山如此多娇》，沿着总书记的足迹看中国之春。联动报道推出后，迅速引起广泛关注，反响热烈。截至 3 月 6 日下午 3 点，《江山如此多娇》联动报道的全网阅读量突破 1.3 亿人次，收获 7000 多万人次点赞。“《江山如此多娇》以生动灵活的情境化新闻报道，入情入理入景，让人身临其境，美不胜收！”中国记协特邀理事、重庆工商大学文学与新闻学院教授蔡敏说，联动报道在全国范围内

形成了很好的传播效果，是媒体融合和媒体联动的成功实践。

围绕长江经济带、长三角一体化发展和粤港澳大湾区建设等，现代快报跨省联动推出两大专题，助力国家区域协调发展。3 月 7 日，由现代快报+发起，与上海澎湃新闻新闻、浙江天目新闻、新安晚报大皖新闻、楚天都市报·极目新闻、上游新闻·重庆晨报、天眼新闻·贵州都市报等七地主流媒体联动，推出了“问策长江经济带”专题，全国人大代表、政协委员呼吁联动发展，共建“长江创新联合体”。3 月 8 日，由现代快报+发起，与上海澎湃新闻新闻、广东羊城晚报联动推出了“长三角对话粤港澳大湾区”特别报道，邀请代表委员与相关领域专家互动，《长三角对话大湾区，代表委员建言活力 CP 强上加强》这一报道，取得了不错的传播效果。

今年政府工作报告中提到：依靠共同奋斗，扎实推进共同富裕。为此，现代快报推出特别策划，邀请代表委员热议共同富裕，建言献策，并与全国多个网红村书记一起绘就实现“共同富裕”的美丽画卷。《会内会外热议“新征程共富路”：既要“富口袋”

也要“富脑袋”》这一报道形式，加强了会场内外的互动。

上述这些联动报道，现代快报除了设置专题报道外，还设计了海报、视频等系列新媒体产品。在传播渠道方面，不仅在自有的平台（包括ZAKER南京、现代快报网、微信、微博、抖音、视频号）以及合作平台等全端口覆盖，还巧打融媒“组合拳”，借势借力，这些多组跨区域联动报道，在央媒和多家省市媒体多屏开花，形成规模化、品牌化效应，让重大主题的传播范围更远，增强了两会新闻报道的影响力。

三、创新话语表达方式，吸引千万网友青春接力、同频共振

在全国两会的舆论场上，如何用青年人喜欢的方式来吸引他们注意，进而加入到青春的讨论当中，是媒体思考的重要内容。

今年全国两会期间，现代快报推出了“青春当燃开放麦”的重磅策划。全国人大代表、政协委员中有很多80、90后，他们都是行业的翘楚，也是“当燃青春”的代言人。现代快报邀请他们以青春开放麦的形式，发出“青春宣言”，同时让他们来邀请会场内外青年人互动，无论是升学、就业、创业，还是婚姻交友、未来发展等，都是年轻人关注的话题，希望大家能积极参与讨论、建言支招，一起奋斗建功向未来。

为何选取“开放麦”这样一种方式？关键还是要贴近青年话题体系，用真正创新的表达，才能真正吸引到青年群体的注意。“喊麦”是时下年轻人钟爱的网络互动方式，“燃”“开放麦”等都是青年人喜欢的网言网语，以这种方式可以吸引和号召更多的青年人参与，不仅是80后90后，还有更多00后参与进来。

融媒体时代的创新表达，重要的是坚持可视化呈现，比如创意海报、短视频等，这都是目前网络传播最有影响力的方式。在具体操作层面，现代快报发起“青春当燃开放麦”的网络话题，80后90后全国人大代表分享的奋斗故事和励志宣言，通过短视频、系列海报等形式呈现，引导年轻的网友们加入青春接力，一起争做“燃系青年”，成就闪光人生。年轻化、网络化的表达，吸引了众多网友的在线参与，传递浓浓的正能量。

与此同时，现代快报还发起联动，各行

各业燃系青年更是在线下接力响应，通过视频讲述追梦青春形式，讲出青春故事、喊出青春宣言，邀请大家一起接续奋斗。线上网友们更是积极响应，纷纷在微博、视频号、抖音等平台晒出硬核奋斗青春宣言：“努力奋斗拼搏”“用努力来成就最美好的自己”“愿时光不负努力，青春不负自己，一起加油”……

该活动在线上线下引发热烈反响。3月8日上午10点至晚上10点，设置的微博话题#青春当燃开放麦#登上微博要闻榜，阅读量超过682.7万，#8090后人大代表邀你一起拼#876.9万，也登上微博热搜榜。《青春当燃开放麦|燃系青年线上线下接力响应，齐晒硬核奋斗宣言》报道中，综合展现了各行各业燃系青年通过视频讲述追梦青春形式，邀请大家一起接续奋斗。

四、新技术赋能，加强交互体验创新

每年全国两会，对《政府工作报告》的解读成为各家媒体比拼的焦点。如何又快又好地做好报告的传播？对比往年的产品，现代快报今年充分利用新技术手段，精心策划了微信产品《裸眼3D看政府工作报告》，将报告中的民生数字提炼出来，通过视觉效果的变换，来达到更具冲击力、更新鲜的效果，这样的新媒体产品，可读性强，易于手机端传播，加强了与网友的互动。

在今年的两会报道中，现代快报还十分注重产品的交互体验，让用户真正参与到产品传播中。比如，推出交互式H5《3D穿越！大美中国，一路生花！》，伴随着《一路生花》的动人旋律，从如诗如画的江南水乡，到创新创造、活力迸发的长三角；从“湾”有引力、奔涌而来的大湾区，到云卷云舒、山水共舞的福建三明；从千山之巅、万水之源的西藏，到逆天颜值、神仙地方的西藏；从逐梦冬奥、创造奇迹的张家口，再到双奥之城、首都北京……跨越千万里，窗外春色如许、生机勃勃，每一次定格都是一幅精美画卷。这条产品形式新颖活泼，加强了会场内外、线上线下的互动，让两会报道更鲜活、更轻巧、更精彩。

实践证明，“云跑会”虽然为全国两会报道带来了一些困难和挑战，但是不可否认，各家媒体也迎来了创新的机遇，主动求变，通过新技术手段来探求重大时政报道的新突破。

（本文作者均为现代快报编委）

两会报道中的“直播+”

——镇江广电新闻时政频道两会融媒体报道浅探

范梅源

VLOG 两会小刘全程探



会神的编辑们
两会直播时聚精



中的摄像
两会会场直播

2022年3月，镇江市喜迎两会。这是党的二十大召开之年的两会，一次换届的两会，并且是在疫情影响下召开的两会。在这样的背景下，做好两会的报道，对于各路媒体是一场重要考验。镇江广播电视台新闻时政频道从媒体融合的构想出发，创新思路，提前策划，开展以“直播+”为理念、矩阵出击报“两会”的融媒体实践，达到了全方位、多层次、深互动的宣传效果，彰显了融媒体的引导力影响力和传播力。

一、矩阵共出击，亮出“直播+”的态度

所谓直播+，就是以直播为核心，以此来组合各种新闻要素，共同来参与直播，扩大直播效应，形成整体宣传声势，在彰显直播本身的强大影响力之外，更以直播的多层面资源调动，达到新媒体运作的理念刷新，以及新媒体力量的练兵效果，使媒体融合在实操中凝得更紧、聚得更实。

从整个镇江广播电视台的范围来看，“直播+”理念符合融媒体矩阵的现实。除了我

们新闻时政频道，像其他的媒体单元，如民生频道、广播中心、新媒体中心等，均拥有相应的新媒体力量。在镇江广播电视台一起镇江APP上，均有自身的新媒体板块，日常报道中的资讯，以不同样式进行呈现，如24小时资讯、专题、时政、民生、广播、短视频、广播剧等，形成具有本土较大影响力的新媒体矩阵。而当两会这类重大的报道来临时，我们各媒体单元心往一处使，劲往一处拧，时分时合，尽心尽力，我们的视频号共同参与直播，我们的记者分工合作做采访，我们的方案合在一处实施，我们的新闻采制素材实现共享，进而共赢共进。以直播为纽带，实施整合出击，这就是我们“直播+”的态度。

从新闻时政频道内部来讲，“直播+”同样是一个很有价值的探索。我们电视端传统的三大栏目，均获得过全省优秀栏目，它们是：电视时政主栏目《新闻镇江》、民生杂志型晚新闻板块栏目《镇江各地》，新闻评论栏目《新闻相对论》，在三大栏目中开设相应的两会子栏目，组织生动多彩的两会



两会直播中，主持人马进与评论嘉宾

报道，开展两会直播特别节目，并推出会场内外互为呼应的主题式报道，通过“直播+新闻镇江”，“直播+镇江各地”，“直播+新闻相对论”，做到以直播为核心，将三大栏目的资源进入直播设计中，形成两会报道的总体计划。这样，我们经过前期策划，一方面汇聚力量，做全做深传统电视端报道，并以中央厨房的模式，分发给其他兄弟频道作为基础节目；另一方面，和各兄弟频道一起，与三大栏目一起，通过一组直播活动的组织，带动短视频制作，并且以广播电视台的统一发布号“一起镇江”向外发布，以两会契机，深度打造镇江广电的两会宣传品牌节目，将各媒体单元的新媒体运营能力更上一层楼。

二、电视到手机，亮出直播+的策划。

我们的“直播+”，具体由三场电视直播和五场轻直播组成，这中间经过了精心的策划。

首先是规定动作的创新策划。三场电视直播，是规定动作，即：每年的两会，都要在电视端完成人大开幕式、政协开幕式、人大二次全会等三场直播。每场直播都用时几个小时，涉及复杂的议程，和多场工作报告。场内代表委员聆听，场外组织社区群众收看收听。直播的影响面很大。我们在策划时，作了创新，不满足于仅仅在技术上完成几小时的信号转接，而是在内容的导读上，进行了专家介入，推出了《两会直播时评》。即，在直播节目开始前、结束前，均邀请一名理论专家进入直播室，作为点评嘉宾，与主持人一起互动，点评两会的意义、重要报告的解析、未来走向的探讨等。为了进一步扩大直播导读的影响，我们直播之后，第一时间把专家解读剪辑成短视频，在手机端转发，将专家深入浅出的解析，通过手机更便捷地

传到千家万户，受到了基层干部群众的欢迎。当然，这三场电视直播本身，也全程在“一起镇江”APP上线、在镇江广电各媒体的视频号上线，让观众和用户通过手机就能完整观看，当人们举着手机在不同的场所，同步收看两会进展时，新媒体直播的吸引力，被很好地释放出来。

第二是“轻直播”的“重策划”。三场电视直播之外的五场轻直播，尽管名称上我们称它为轻直播，但真正做好做实，却一点也不轻松。“重策划”指的是，在内容策划上做得很实。我们设置预热会议、会中报道、会后报道分阶段方案，把每一阶段的内容都设计到篇、设计到人、设计到每一场直播，形成密集、深入、互动的报道。时政频道派出的两会记者，在会场附近的临时直播室内，约请代表和委员，就事先设定的内容进行现场采访，信号通过视频号进行直播，并通过随后的短视频制作、电视端节目、外宣作品等后期加工，使两会报道不断向深度推进。

预热会议方面，主要内容有，代表委员建言献策情况、筹备情况、新闻发布会情况、过去工作的盘点等，这一阶段的直播，以单点现场的播报为主；

会中报道的内容，立足于议程的正确播报，同时，做好内容的深度挖掘，如代表委员的重点建议、重要提案，人大和政协报告的重要数据、政策信息，重要的经济、文化、生态、民生等话题，以及新当选人大和政协班子的表态和展望等。这一阶段的直播，有多点现场的直播切换，操作更复杂。

会后报道的内容，主要是，贯彻落实两会精神，着重推出一把手访谈的系列报道，同时，突破以往坐在会议桌前一问一答的刻板模式，形式上作了一定的改进，让相关领导走在田野、企业、项目的现场，互动推介



工作思路和项目描述。这一阶段的直播，是多点现场、项目连线式的视频报道，直播为样式，重在后期加工。

第三是报道形式的创新策划。预热、会中和会后，各组报道的形式是否新颖，是决定报道质量的关键。我们的“直播+”开启了多种样式：如《两会 vlog：两会小刘全程探》，主要是由记者小刘全程探访两会，在不同的会场，约请不同的代表委员，制作体验式报道，每天一期，专访委员代表驻地，盘点代表委员心声，解析政府工作报告，数说两会工作成果，生动而形象，深得代表委员好评；再如《两会时间 记者有约》系列直播，每天一场，共进行了五场。分别在不同的会议点，记者与不同的代表委员的互动访谈，通过直播的切换形成完整的节目，一些市民关心的项目、政府报告中的关键信息的延伸解读、优秀议案如何写出来的等等，都在这样的直播中得到生动体现；还如，系列新媒体作品的多样化呈现，如一图读懂、数说两会、H5 作品等，像教育的双减、老城区的改造等群众高度关注的内容，都借生动鲜活的形式，得到丰富展现。特别是我们推出的《向人民报告：《我们这五年》《一起向未来》两部主题短视频，不仅关注度很高，而且均被“学习强国”平台采用。

三、单点到多点，亮出直播+的成效

两会报道的成效，在各路新媒体的数据可以鲜活地反映出来。新闻时政频道的两会报道，真正实现了素材资源共享、采编流程再造，大小屏一体播发，打通了传统电视栏目和新媒体平台，实现媒体资源融合，形成两会声音的传播矩阵。

《新闻镇江》，第一时间大容量、大篇幅地报道各项大会重要议程，开设了《两会聚焦》《代表风采》《委员心声》专栏，聚焦大会亮点、特色、代表委员履职风采，共计播出近 50 篇稿件，均作了新媒体端的转发；《新闻相对论》，策划了三期两会直播特别节目，邀请特约评论员走进演播室，对两会中的各个工作报告进行实时点评、解读，并随后组织了八场《一把手访谈》，在项目现场展望两会精神指引下的发展前景；《镇江各地》栏目，除了每天条目集纳式推出两会要闻速览，还推出了近 20 篇贴近城市民

生的接地气的两会报道。此外，新闻时政频道的新媒体人员，除了参与 3 场电视直播、5 场手机端轻直播，还在镇江广电一起镇江 APP 发布了融媒体短视频 21 条。

上述数据之外，更为令人关注的是，“直播+”的尝试，实施了直播从单点到多点的创新。以往的单点直播，发展到现在的多点直播，为今后的重大主题直播宣传，创设了好的经验。有以下几点值得思考：

第一，通过两会，我们更重视视点选择的策划，即“传播什么”。

一般来说，事件的重要性，独特性，突发性，可看性，及时性，是传播什么的考虑依据。人们常说：“报道在现场，但功夫更在现场外”。两会是一个有预见性的新闻事件或新闻活动，我们尤其应当提前策划，提前介入，把准备工作细化，把案头功课做足。“直播+”的收获，更增进了我们融媒体策划的信心。

第二，通过两会，我们更注重叙述手法的策划，即“怎样传播”。

一般来说，多点连线的直播，其功夫尤其表现在协作中，两会直播就是多角色协作的产物。如出镜记者和摄像的合作，才能挖掘出现场的实质性内容；一个现场与另一个现场，存在现场的互补关系，各路连线记者在采访前、采访中，甚至后期编辑制作过程中都要加强沟通；前方各路连线记者与后方演播室主持人、报道组织策划者、技术制作人员、信号传输人员等都有合作，共同完成报道任务。仅以开幕式直播为例，我们前方直播车、后方直播室，共有十多人参与其中。

第三，通过两会，我们更注重直播效果的策划，即“传播得怎样”。

完备的预案是直播成功的关键。这次两会的直播+，现场连线在新媒体中生动展示，有良好的互动。从传播的效果来看，一是锻炼了队伍，提升了记者的新媒体运用本领，二是深化了理念，新媒体直播为纽带，进行不同媒体之间的整合发力，可以达到 1+1 大于 2 的整合效果。三是促进了整档节目的编排创新，单个的现场报道，进化为多点连线直播，切入多个不同的现场，这种全景式贯穿体验，在节目编排中可以带来更多的变化。从这个意义上说，两会中的直播+，有深远的价值。

（作者为江苏镇江广播电视台新闻时政频道副总监）



两会 Vlog 图片

“内容为王” 创新产品 用心用新报好两会

——扬州广电总台两会报道亮点回顾

梁 云

“两会”关乎发展大计、民生福祉，历来备受瞩目，“两会”时间也是媒体各展所长的竞技场。“两会”年年开，报道年年有，如何与时俱进，不断出新出彩？自从媒体融合发展上升为国家战略，近年来，“两会”报道的新媒体求新求变的脚步就从未停止过。新媒体改变着信息传播的方式，也改变着我们观看“两会”的方式。与央媒、省媒在“两会”报道中尝新推出AI主播、5G融屏等新技术、“黑科技”相比，地市级媒体在需要大投入打造的前沿技术应用上往往受到条件限制，而基于内容打造优质原创产品的空间则无穷无尽。2022年扬州召开市“两会”期间，在常态化疫情防控背景下，扬州广播电视台突出“内容为王”，着力在新媒体端进行产品创新，用心用新提升“两会”报道传播实效。

一、用心策划短视频，“V”观两会“接地气”。

在新时代，主流宣传报道要打造立得住、传得开的新标杆，就要以严谨的态度、创新的精神，坚守内容品质，带给受众有用的、诚恳的内容，一切创新需要建立在“走心”之上。2022年扬州市“两会”期间，扬州

广电精心策划，创新记者出镜表达，重点推出《两会Vlog》系列原创短视频，推广扬州广电带您“沉浸式看两会”这一话题热点。

提到“两会”，给人的第一感觉往往是庄严肃穆的会场，专心聆听报告的代表、委员，这也是媒体在正常情况下采访和呈现的报道内容，然而，这些并不是“两会”的全部，“两会”报道也可以有生动活泼的另一种表达方式。这次市“两会”上，扬州广电采编团队提前对《两会Vlog》进行了重点谋划，每一集“Vlog”从标题到内容都以“接地气”为首要标准，《叮！两会时间到》、《听！春天的声音》、《看！我们的美好未来》、《赞！闪闪发光的TA们》、《棒！了不起的“智囊团”》、《冲！一起向未来》……一个个标题首先令人眼前一亮。在出镜记者选择上，最终确定由出生于扬州的融媒体新闻中心记者袁征担当“主角”，她的每集“Vlog”都以“我叫袁征，一个爱家乡、有理想的记者”开头，通过一句话一下拉近与受众的距离。会议期间，她将自己第一次参加“两会”采访的过程记录下来，以“接地气”又具网感的语言表达方式带领大家直击“两会”现场，进行全流程立体式报道，让受众和这位爱家乡、有理想的记者小姐姐一起沉浸式探访“两会”，赢

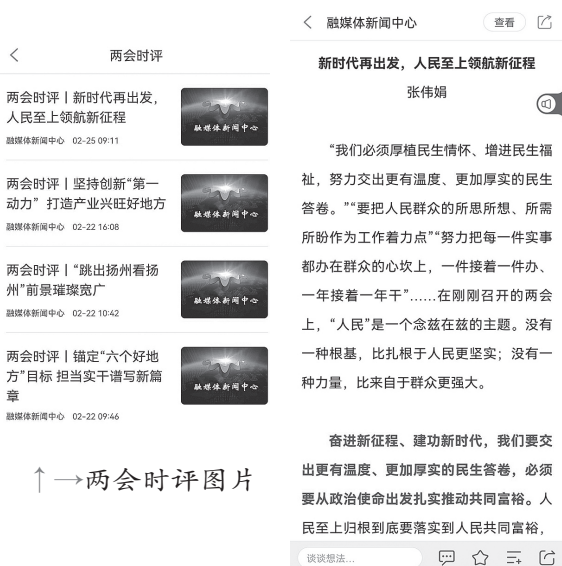
得受众广泛认可,取得较好的传播效果。

1、从受众视角出发,沉浸式感受“两会”。

《两会 Vlog》为受众提供了沉浸式的观看体验,使观看者有一种身临其境的感觉。记者袁征以自己的主观视角“陪伴式”地带领大家探访“两会”,受众对扬州政治生活的参与感油然而生。在“两会 Vlog ②:听!春天的声音”中,一大早,以摄像小哥哥的视角切入,穿过悠长的走廊,敲击记者袁征的房门,呼唤袁征“出发啦”!随后,便是袁征准备上会前的准备工作,就这样以轻松活泼的方式从生活展示的小切口将受众的注意力吸引到“两会”报道的大主题中,无形中与受众建立起了沟通关系,这是对以往电视新闻出境记者拿着话筒中规中矩在“两会”现场进行报道的一种突破,使得我们的新媒体产品不再简单地将电视新闻报道内容进行机械式地搬运,而是让出境记者与受众产生共情,令受众耳目一新。“两会 Vlog ①:叮!两会时间到”中,记者袁征采访市政协委员、扬州大学附属医院主任药师黄富宏时,看到了每位委员标配的一个公文包,便提议将公文包进行现场“开箱”,使受众自然而然地被带入记者视角,仿佛自己与委员面对面一般,看到公文包里不仅有参会的相关材料,还贴心地配备了“防疫包”,也让受众真切感受到“两会”的细节举措。

2、台前与幕后有机结合,场景化体验“两会”。

“Vlog”以第一人称视角从“后台”观察“两会”“前台”,幕后内容的出现具有较强的真实感和场景感,带给受众全方位、多角度的体验。在“两会 Vlog ③:看!我们的美好未来”中便为受众呈现了市“两会”场景化的报道。市九届人大一次会议开幕当天,受众跟随记者袁征的视角,看到了大会开幕前,正在会场外紧张开展各项工作的扬州广电融媒体直播区的工作人员,有的在拍摄采访代表、委员,有的在快速、高效剪辑视频,只为第一时间传播“两会”声音。这种幕后内容的出现也让受众了解到每一条新闻背后记者与编辑的努力付出。随后镜头一转,大家又跟随袁征进入到大会开幕现场——全体起立,奏唱国歌,会场内庄重热烈的氛围跃然屏上,两会“幕后”与“台前”的有机结合让大家体验到了会场内外不



↑→两会时评图片

一样的场景。

3、注重人格化表达,立体式报道“两会”。

Vlog 与短视频的不同之处,在于它拥有显著的社交和人格化属性。在每个“两会 Vlog”中,记者袁征都会以自拍式的方式出境,并对着镜头进行独白式的诉说与评论,透过移动的屏幕,让受众感受到一种触碰心灵的交流。比如袁征在视频中不止一次提到她是一个爱家乡、有理想的记者,也时常表达第一次参加“两会”心情有一些小激动之类的心声,让受众感受到一个充满真情实感的个体。其实,《两会 Vlog》所有的短视频都在力求用人格化、“接地气”的自我表达与交流分享带受众去真正理解“两会”、触达“两会”,使得原本严肃、庄重的时政新闻报道变得日常化、生活化,也让人们对“两会”的关注度和参与感越发强烈和真实。在“两会 Vlog ⑥:冲!一起向未来”中,随着“两会”圆满闭幕,走出会场的代表、委员们对未来满怀信心、充满期待,采访中,代表、委员们各个精神饱满,发表了自己对城市未来发展的美好期许与祝愿,“团结向前进、一起向未来”这样的语言朴实亲切,具有很强的交流感,并配合了一些代表、委员的肢体语言,传递出满满的“正能量”。受众所接收到的不再是冷冰冰的信息点,而是具备一定个性的“人”,能够产生互动带来的愉悦感。除了注重人格化的语言表达外,记者也试图通过对代表、委员们的多维度展现,为受众呈现立体式的新闻报道。在“两会 Vlog ④:赞!闪闪发光的TA们”中,袁

征采访了“90后”市政协委员程倩云，前一天身着少数民族服饰出镜的程倩云，此刻已经在“两会”间隙紧张地开展提案撰写工作，采访中记者得知，程倩云留学归国后在扬州创立了留学生协会和海归人才创业园，并在此次“两会”上，围绕“好地方”扬州的双招双引积极建言，展现了年轻一代委员的青春活力与责任担当。

在几天时间里，透过记者袁征记录的《两会Vlog》，不仅让这位爱家乡、有理想的记者小姐姐形象深入人心，也让受众对“两会”有了不一样、更深切的理解和认识。据统计，市“两会”期间，扬州广电融媒体中心新闻中心共策划推出原创视频35条，全网点击量近130万次。

二、用新融通舆论场，“两会时评”聚人心。

2022年扬州市“两会”因疫情防控需要，实施封闭式管理，会期压缩，前方驻会的采编人员也相应有所压减，对如何报好“两会”提出了更高的要求和挑战。为此，扬州广电在加强内部策划采编的同时，也进一步联通外部智库资源，在新媒体端创新推出“两会时评”，打好“两会”报道“组合拳”。“两会时评”不仅是对传统电视端“两会”程序类报道的有益补充，也是新媒体端创新深度类、评论类“两会”宣传的新尝试。

市“两会”期间，在扬州广电扬帆手机APP上的“市两会”专题中推出了多篇“两会时评”。这些“两会时评”由扬州各界专家学者撰写，时效性强，观点鲜明，内容紧贴扬州城市发展实际，具有很强的宣传引领作用，在人们“指尖”广为传播，以舆论场的融通，有力凝聚了人心。

1、以“快”抢占舆论先机

“快”是“两会时评”的特色优势。每天根据大会的重点和亮点内容，相关专家学者会第一时间撰写“两会时评”，抢占舆论先机，进一步彰显“两会”的影响力。在市政协九届一次会议开幕当天，市委书记张宝娟发表了《奋进新征程 建功新时代 合力谱写“好地方”建设的现代化篇章》的讲话，讲话中提出：奋进新征程、建功新时代，我们必须胸怀大格局、拓宽大视野，“跳出扬州看扬州”，努力走出一条具有扬州特色的

现代化道路。当天会议结束后，特约评论员丁新伯便结合讲话内容撰写出《两会时评：“跳出扬州看扬州”前景璀璨宽广》，第一时间就讲话精神作出了生动注解。

2、以“高”着眼未来之势

“高”也是今年“两会时评”的一大亮点。本次市“两会”是一次承接既往、面向未来的大会。“两会时评”借势而发，需要更加突显站位高远。而“两会时评”的特约评论员都是由市委党校、宣传战线的专家学者和权威人士组成，他们的观点高屋建瓴，点评透彻，权威性强，很大程度上提高了评论质量。比如在《两会时评：坚持创新“第一动力”打造产业兴旺好地方》中，市委党校特约评论员周娟凭借着较高的政策把握力，对“好地方”扬州如何以创新为引领，谱写现代化新篇章作了详细阐述。这样的权威评论内容也能进一步打开受众思路，使受众通过会议看到扬州的未来发展，受到不一样的启发。

3、以“深”凝聚广泛共识

好的评论不仅能够反映社情民意、引导正确舆论，也可以弘扬先进思想，凝聚广泛共识，使人们强化对信息的深度认知。“两会时评”的观点源于“两会”，但往往深入拓展，进一步挖掘涉及广大人民群众的生产生活问题。在《两会时评：新时代再出发 人民至上领航新征程》中，特约评论员就结合《政府工作报告》，以“奋进新征程、建功新时代，我们要交出更有温度、更加厚实的民生答卷”为论题，发表后引起热烈反响，这篇评论聚焦民生话题，让人民感受到政府关注民生、为民办事，从中受到鼓舞、得到启发、感受温暖，从而激发出凝聚人心的强大力量。

风好正扬帆，奋进正当时。对于新闻媒体来说，面对重大主题时，在宣传上的创新变革永远优无止境。创新是新媒体发展的驱动力，同样也是推动传统媒体与新兴媒体融合的重要保证。

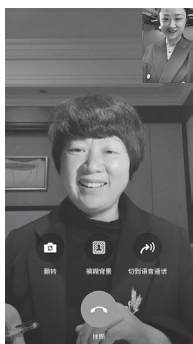
习近平总书记指出：“对新闻媒体来说，内容创新、形式创新、手段创新都重要，但内容创新是根本的。”在未来的新闻战役中，扬州广电新闻采编团队将始终坚守内容创新这一根本，不断探索实践，团结向前进，一起向未来！

（作者为扬州广播电视台融媒体中心时政部主编）

「轻快」玩法助力时政报道出新出彩

——基于南通报业融媒产品《天天的朋友圈带你两会的分析

李天



↑ 视频连线南通市人大代表于冬娟
→ 天天的朋友圈



2022年南通市“两会”是一次承前启后、继往开来的重要会议，省委关心、市委重视、群众关注。南通报业在做好程序类报道、专题类报道的基础上，创造性地推出互动体验式系列短视频——《天天的朋友圈带你两会的分析》（以下简称《天天的朋友圈》），将抠像技术和朋友圈形式相结合，打造拟真度极高的交互页面，紧密结合政府工作报告精神，全方位展现两会内容，得到代表、委员及媒体同行点赞。

该系列短视频具有重大主题轻量化表达、技术创新稳中求融、凸显“云连线”价值等特点。本文通过分析研究这一“两会”融媒产品特点以及背后的体制机制，试图为媒体深度融合中的重大主题报道出新提供参考。

一、内容是基础

突出政治站位。今年的南通市“两会”是换届之会，任务重、时间紧、要求高。南通报业突出政治站位，始终把宣传好大会盛况、传播好大会精神这一要求放在首位。政协、人大开幕闭幕会一直以来备受关注，当天推出的《天天的朋友圈》都会在开头位置巧妙安排大会现场短视频，加入1-2位代表委员谈感受，全方位展现大会盛况和代表委员履职尽责的生动细节和精彩瞬间。

第三集《天天申请加你为好友》中，将政府工作报告中的重点亮点精心提炼，醒目位置制图，推出《一图读懂政府工作报告，南通未来这么干》，微信推文《南通市十六届人大一次会议开幕 王晖主持 吴新明作政府工作报告》和会议消息视频号，有权威发布、政策解读、落地反响，如庖丁解牛般将政府工作报告的重要内容呈现给读者。此外，选取政府工作报告中的“老旧小区改造”“养老产业”“全民健身”“乡村振兴”等热词，以“报告点读+网友热议”的形式展现南通各界关注“两会”、落实政府工作报告精神的思考与动作。

表达鲜明主题。每集视频聚焦一个关键词，将会议精神贯穿其中。

例如第一集《天天的朋友圈里都有啥》是在政协大会开幕前一天播出，主要目的就是为“两会”报道进行宣传预热。为达到最好效果，通过记者晒照、现场连线等方式，加上主播的轻松解读，流畅过度到节目的介绍，营造氛围，吸引一波关注。

第二集至第六集，分别围绕营商环境、民生幸福、生态美景、文明

新风、创新创业等主题，请代表委员和干部群众谈感受，以小切口、多故事、“大白话”讲述“强富美高”的南通实践，将大会精神迅速传遍江海大地。

巧妙设置互动。被动接受信息已经不能满足用户需求，做好“两会”报道产品还需重视用户体验，提升交互性，使用户能够参与并享受其中。据统计，“天天的朋友圈”中出现的人物近百个，既有人大代表、政协委员、行业大咖，也有奥运冠军、热心市民，不同人物与主播互动，在熟悉的场景（朋友圈）中畅所欲言，既丰富了产品内容，也让《天天的朋友圈》获得了更多关注。

人大开幕当天，市政府工作报告受到广泛关注。策划组翻阅了三个小时的朋友圈，整理出20多条网友“金句”，例如“经济强，百姓富，环境美，聆听政府工作报告，倍感振奋与自豪！”“南通‘好通’，万象更新，对未来充满信心。”等等，都是百姓的真情实感，及时传达广大干部群众的热烈回应和奋发精神，体现了媒体的高度政治自觉。

值得一提的是，策划组在收集素材时发现朋友圈中的一条新闻报道：住在南通市区易家桥壹号院的吴寄楠阿姨自编自唱快板《老小区改造好》，当即联系到吴阿姨，请她发来一段自拍视频，并且在第三集《天天申请加你为好友》中播出。视频中，整洁的小区环境、亲切的南通土话倍感亲切。同时，摄像组还走进社区，制作了街采视频《生活幸不幸福，老百姓说了算》，实现了线上线下互动。

疫情防控形势下，凸显“云连线”价值。云连线让“两会”更开放，增强了云上同步参会的感受。《天天的朋友圈》6集节目中共安排了4场视频连线，邀请驻会记者、代表委员针对两会重点议题进行探讨。例如连线记者张烨，请她带来人大新闻发布会上的权威消息；连线市人大代表、启东家庭农场主于冬娟，听她关于乡村振兴的提案；对话市人大代表、护河志愿者张建伟，呼吁更多志愿者参与到长江大保护中来。

二、创新是灵魂

随着媒介技术的快速发展，用户已经从图文时代走向看短视频的时代，形式单调的图文报道已经无法满足用户的口味，好玩、新鲜、有趣的内容形式才能吸引用户注意力。

顺应这种阅读习惯，“两会”报道更加追求务实、高效，有效把握快与准、快与活的信息触达。

一方面，媒体普遍采用短平快的文字消息与轻量的融合化信息产品结合，以简洁明了的信息呈现为主，不强调融合技术的炫目与花哨，不追求创新的噱头。

以南通发布视频号为例，直观的视频画面配以简短的文字，将会议的重要信息都交待清楚。同时，为了在时度效上取得更大突破，南通报业政务报道组和数媒编辑部密切合作，全力以赴落实“重大活动15分钟内发布”要求，想方设法打通现场情况随时变化、审稿时间无法把控等堵点，政协开幕、人大开幕和政协闭幕短视频均在会议结束10分钟左右发布，在朋友圈迅速形成刷屏之势。

另一方面，在融合产品的技术运用和报道形式上做文章。“两会”历来是各大媒体的竞技场，无论传统媒体还是新媒体，都会派出最精良的报道团队，拼创意、拼内容、拼技术、拼传播、拼口碑。

今年市“两会”，新媒体打算推出什么融媒产品？面对集团领导的要求与期待，新媒体团队展开了一场头脑风暴。大家一致认为，刷朋友圈已经成为主要的社交方式之一，人们对它的界面、互动方式十分熟悉，把“朋友圈”作为承载内容的主体，会让人有天然的亲近感。

清华大学新闻与传播学院彭兰教授研究认为，与PC时代的互联网传播相比，移动时代场景的意义大大强化，移动传播的本质是基于场景的服务，即对场景（情境）的感知及信息（服务）适配。场景成为了继内容、形式、社交之后媒体的另一种核心要素。空间与环境、实时状态、生活惯性、社交氛围是构成场景的四个基本要素。

《天天的朋友圈》切入的用户场景就是每个人每天都在刷新、点赞的朋友圈，是一种有代表性的社交形式，更是一种日常生活状态。而且它把这个朋友圈做成了一个全屏、全景、浸入式的场景，就是用户打开朋友圈映入眼帘的样子，因而这种集合了视频和图片的可视特点、虚拟现实的场景特点的作品立即就抓住了用户的眼球和心理感觉。

每个人的朋友圈内关于“两会”的信息是有限的，我们就打造一个专属“两会时间”



的朋友圈。产品集纳了媒体报道、代表委员谈参会感受、社会各界关注热点话题等,使用新技术、新应用,通过新创意和多角度,为不能在场的用户提供现场感十足的“两会”体验,有效传播了“两会”声音,提升了观看“两会”新闻的用户体验,是全媒体时代新闻产品创新的一次有益尝试。

因为疫情防控,南通市“两会”召开的准确时间确定较晚,这对制作团队提出了更高的要求。文案、拍摄、抠像、素材收集制图、后期剪辑、特效等各个环节,都要在一天之内完成。但时间紧任务重不代表作品可以简陋,每一集作品都力求有惊喜、有新意。第一集节目,主播出现在虚拟演播室中,将作品的定位、内容交代清楚后,通过手部滑动动作,自然过渡到朋友圈内容。接下来的每集节目,我们跟随“两会”报道进程,逐步加入时政记者语音聊天、街采视频、会场探秘、记者连线等多种形式,用当前最新“两会”内容,充实作品,提升其传播价值,真正做到既有趣又有用。

为了避免审美疲劳,每集节目严格控制时长,均在5分钟左右。同时,通过研究朋友圈各个互动环节的特点,尽可能地还原真实场景,不断变换主播出场方式。

三、技术是支撑

强大的技术团队让《天天的朋友圈》从蓝图变为现实。产品主创共5人,“两会”期间要完成该系列共6集节目,因此必须采用简便可行的技术方案。整个作品分为虚构的朋友圈与主播视频两部分,朋友圈的图形内容在Adobe Photoshop及After Effects中制作,主播抠像亦在After Effects中完成,最终视频合成则是在Adobe Premiere中实现。

在朋友圈主体与虚构朋友圈的虚实结合的处理上,特别注意细节的真实性合理性。在设计主播划屏、点赞、出入画面等动作时,考虑其在朋友圈界面上的合理性,要求每一个动作都符合网友的使用习惯。逐期加入主播、朋友圈及网友三方互动,精彩不断。例如第五集《天天的朋友圈上新啦!》,提到志愿者休息日不停步,坚守防疫一线,主播做出比心的手势,画面中就迸发出许多爱心图案。类似的“微创新”还有很多,只要将平时阅读习惯中的兴奋点稍稍放大一些,便

可为作品添彩。

《天天的朋友圈》能够给网友带来惊喜,还离不开细节上的设计,如果总结为一个词,那就是“拟真”。逼真的朋友圈界面,能给用户带来刷真实朋友圈的错觉,因此制作时特别注意字体、字号、行间距、颜色、各种图形等极力还原微信原汁原味的操作样态。在作品中,主播要“站”在自己的“朋友圈”上,帮助网友刷新内容,而如何“站”则成为最初策划的难点。如果虚拟的朋友圈画面与实拍的主播画面结合不当,将大大降低作品的体验程度。为此我们在主播脚下添加了一个浅浅的阴影,用这种方式使得主播的呈现更具层次感。

产品最终的成功离不开每个环节的精益求精。在前期测试时发现主播拍摄的布光十分重要,稍有不慎对于后期抠像质量造成负面影响,由于制作周期十分紧张,我们要尽可能减少每个环节返工的情况,于是在实际操作时注意灯光调节、话筒收音、主播动作的设计,最终呈现出的抠像效果比较满意。不同环节的音效也为作品增色不少,虽然在现实中刷朋友圈并没有音效,但是在节目中增添了合适的音效给人的体验感更好,剪辑师在前期就做了大量准备,建立了丰富的音效、bgm素材库,在实际制作中节省了时间,提供了更多可选用的素材。

《天天的朋友圈》发出之后,获得了网友的认可与转发,总阅读量超过10万人次。产品背后的生产方式和手段上做文章是关键。主播和朋友圈结合,朴实接地气的语言配上丰富多彩的图片,在社交媒体上成功刷屏;视频连线搭配现场采访,聚焦热点话题;抠像、图片处理、视频制作等技术强强联手,打造沉浸效果。

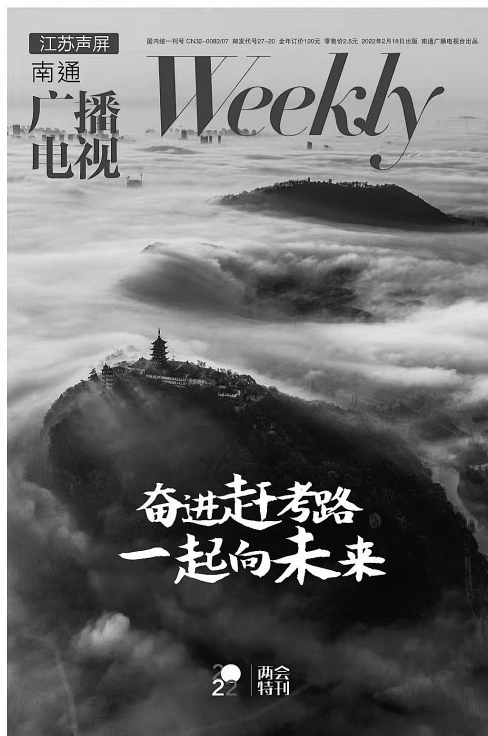
媒体深度融合发展,融到深处,还是要回归内容。“两会”的宏大议题和时政话题如何成为主流舆论引领,这是我们创新时政报道的出发点,而如何飞入寻常百姓家,如何与用户尤其是年轻用户产生深度连接,这是我们创新报道技术、报道理念、报道方式的落脚点。《天天的朋友圈》系列短视频的推出,或为新时期媒体深度融合发展和时政报道创新提供了借鉴。

(作者为南通报业传媒集团数字产品研发中心数字产品制作部副主任)

全面升级“5G+云采编”模式

——南通广电两会报道精彩“蝶变”

夏新建 凌 静



如何发出两会最强音，让两会报道真正有创意、有深度、更接地气？在2022年两会报道中，南通广电传媒集团全面升级“5G+云采编”模式，守正创新多元呈现，融媒传播移动优先，创意短视频出圈，评论互动添彩，两会期间共推出消息、特写、评论、短视频等全媒体报道160多篇，全方位、多角度、立体式传播两会盛况，第一时间把两会好声音传遍江海大地。

一、“融”字当头，移动优先，全面快速传递“两会好声音”

融媒充分联动，移动先声夺人，在重大报道中彰显新型主流媒体的传播力和影响力，牢牢吸引住通城百姓关注两会的目光，是南通广电传媒集团今年两会报道的重中之重。集团精心制定了《两会宣传报道方案》，

突出广电优势，强化移动优先，推动一体作战，在两会宣传“战役”中检验和展示集团品牌重塑及深度融合的成果。

两会召开期间，全媒体报道团队深入会议现场、代表委员驻地，在做准做足会议程序性报道的同时，做深做活审议侧记，捕捉大会花絮。传统媒体与新媒体协同发力，大小屏同频共振，融合传播让两会声音更强劲。

“掌上南通”客户端、“江海南通”视频号、南通新闻广播对两会开幕式进行现场直播。“掌上南通”同步推出图文直播，版式精心设计，提升了传播效果。据统计，通过“掌上南通”客户端、“江海南通”视频号等收听收看两会开幕式的受众达10万人次。

电视《南通新闻》每天推出18:30和21:45两档《两会特别节目》，总时长达



80分钟,基本做到当天新闻不过夜。广播板块充分发挥快捷传播优势,《现在播报》全天各整点滚动发布两会最新动态。《南通广播电视》专门推出两会特刊《奋发赶考路一起向未来》,聚焦全市十四五开局和“万亿再出发”高质量发展成就,展望南通发展新征程,营造踔厉奋发向未来的浓厚氛围。特刊图文并茂、设计精美,纸质版和电子版同步传播,得到代表委员的一致好评。

移动优先,先声夺人,是这次广电传媒集团两会报道的一大亮点。两会重要报道均实现在“掌上南通”、“江海南通”等新媒体端首发、快发、优发。以“掌上南通”客户端、“江海南通”微信、视频号为龙头的新媒体矩阵强势发力,前方报道团队第一时间将文字、图片和短视频发送至新媒体平台,经“三审三校”后,值班编辑争分夺秒,第一时间推送。“江海南通”官微、视频号在开、闭幕式大会结束平均不到5分钟内就推送了相关报道,参会代表委员直呼:“速度真快!”

“江海南通”官微(视频号)把握时间节点,关注热点议题,突出“时、度、效”,高密度、高质量推出一系列重点图文、视频、海报等新媒体产品,集萃展现“两会干货”。针对市民关心的政府工作报告,除制作《一图读懂》外,还设计海报、短视频,解读政府工作报告中的热词,多层传播聚力让话题形成热点,阅读量、转发量、点赞量创下新高。截至南通市第十六届人大第一次会议闭幕,“江海南通”共计推送微信、视频号作品近

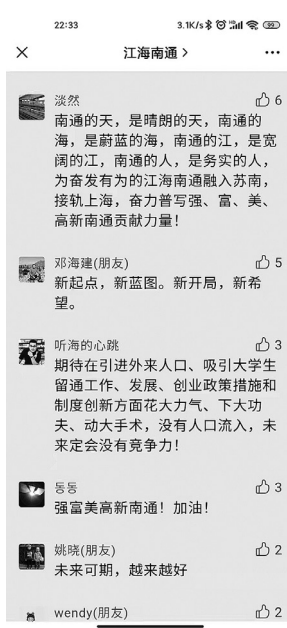
40篇,发出两会“最强音”,与网友互动热烈,综合阅读量近百万。

“两会好声音”等特色专栏在电视、广播和抖音、视频号等新媒体端同步呈现,各领域、各界别的100多名代表委员接受采访,他们建言献策的热情与智慧,实干担当的自信与勇气,成为南通两会一道靓丽的风景。

二、紧扣热点,会场内外密切互动,小小江豚“游”进了《新闻联播》

“长江生态保护”、“万事好通”、“一主三副”、“城市更新”、“北上海”、“新苏南”等,是今年南通两会的热词,其中,长江生态保护更是代表委员关注的焦点。而就在两会召开期间,数只江豚再次现身长江南通段。新闻中心立即派出摄影记者顾希林,在长江边蹲守多日,用无人机航拍,连续15天观测拍摄到江豚的踪迹,有时一两只,有时三五成群,最多时有九只之多。一群银鸥跟随江豚飞行,伺机捕食被江豚赶上水面的小鱼,江豚与银鸥和谐共处的美好画面实属罕见。“江海南通”短视频第一时间发出,引来点赞无数,也成为两会期间会内





会外热议的话题。这一画面随后也出现在央视《新闻联播》的主题报道《长江经济带的绿色“蝶变”》中，报道点赞南通坚持生态优先、推进绿色发展所取得的成绩，小小的江豚再次吸引了全国人民的目光。

三、创意短视频缤纷出圈 评论互动让两会报道更走心

突出可视化表达，是南通广电传媒集团两会报道的另一大亮点。两会期间，集团全媒体平台共推出短视频作品20多件，它们以贴近的视角、生动的表达、精良的制作被与会代表和市民大量转发、点赞，刷屏。

《与城市一起，向春天出发》在十六届人大一次会议开幕大会前推出，温暖精致的画面，诗意凝练的语言，让人们在这场春天的盛会充满期待。《两会花絮：我们的视角，你们的风采》系列短视频通过新闻主播黄玉敏、高颖、郑佩怡等深入会议现场、代表委员驻地的沉浸式采访，生动报道两会花絮。

系列短视频《2022致南通》，以情景短剧的形式演绎展现南通近年来的变化。其中《动心》中主播邹栋梁饰演了一位来南通办理企业手续的外地员工，体验到了南通“好通”，在南通这座美丽的城市收获了事业与爱情的故事。《我的妈妈是超人》反映的是老旧小区加装电梯，全面改造带来的便捷。《呼吸》则聚焦抗疫一线的医务工作者、环卫工人、快递小哥，向忙碌在南通街头的普通劳动者，表达崇高的敬意。

情境短剧《小宋通城生活日记》，关注智慧菜市场、智慧停车等两会关注的热门话题，以一位刚来南通工作的外地女大学生的视角，解读南通日新月异的变化。

以评论引领舆论，增强报道的互动性、参与度，让两会报道真正贴合百姓的关切度，也成为今年南通两会报道的新亮点。两会期间，“本台评论”在大会开、闭幕时权威发声，凝聚共识。而在“江海南通”官微、视频号，掌上南通APP、南通电视台抖音号等新媒体发布的两会报道留言区，市民们纷纷点赞评论，互动热烈。

在人代会开幕报道的推文下，网友留言：“南通的天，是晴朗的天；南通的海，是蔚蓝的海；南通的人，是务实的人。为奋发有为的江海南通融入苏南，接轨上海，奋力谱写强富美高新南通贡献力量！”网友的留言也道出了全体南通人民的心声。

南通市委副书记、宣传部部长沈雷充分肯定了南通广电传媒集团两会报道，并作出批示：“南通广电传媒集团精心策划，周密安排，集中推出了一批高质量新闻报道，为两会圆满召开作出了积极贡献。”

守正创新再出发，拥抱创新向未来。南通广电传媒集团将加速推进媒体深度融合，不断做优做强重大主题报道，提升主流媒体舆论传播力、引导力和影响力，凝聚强大奋进力量，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。

（作者分别为南通广电传媒集团编委办宣传主管、广播节目中心首席主播）

在创新的道路上不懈追求

——泰州日报多角度、多形式、多渠道全景式报道好两会

刘 峰

一年一度的两会，是中国政治生活的大事。作为党报媒体，做好两会报道既是一道“必答题”，也是一道“加分题”。在2022年全国、省、市两会报道中，我们坚守使命担当，坚持守正创新，聚力融合传播，突出地方特色，全媒体呈现、深层次解读、互动化传播，特刊、专栏、图片、图表各展所长，线上、线下、内宣、外宣一体联动，多角度、多形式、多渠道全景式地报道好两会，在报、网、端、微形成丰富、精彩、高效的全媒传播，营造了意气风发、团结奋进的舆论氛围。

一、线上线下联动发力，让两会新闻全覆盖

我们今年的两会报道，一个突出亮点就是多平台联动、融媒体传播。从会前提前策划、精心筹备、全员联动，到会中多元融合、注重时效、密集推送，我们完全实现了全媒体一体统筹、一体策划、一体制作、一体分发，中央厨房机制进一步完善，新闻生产流程进一步优化。在严格遵守审稿流程的基础上，报纸、微信、新泰州APP、视频号、泰州新闻网等媒体平台全面发力，充分发挥各自传播优势，进行全媒体、全方位报道，既确保报道策划线上线下同步进行，又确保重要稿件的新媒体首发。

集团融媒体中心派出图文和视频采访报道团队，参与会议的全程报道，以“文字+图片+视频”形式多元化采集，带来会议进展消息，《泰州日报》、《泰州晚报》、泰州发布、新泰州APP、视频号等媒体平台结合各自特点进行多形态编辑、多平台发布。《泰州日报》设置了4个主要专栏：“两会好声音”报道代表、委员的重点建议、提案和部门答复；“会眼”抢抓会议中的亮点和花絮，以图片的方式从不同角度反映代表、委员风采；“两会聚焦”围绕政府工作报告中提升产业能级、

提升城市能级、提升民生能级等核心内容推出重磅报道；“两会新气象”则是围绕今年两会的创新举动倡扬两会新风。“泰州发布”微信公众号开设“发布君跑两会”专栏，推出了《速看！泰州将来这么干！》《有回应有交代！快来看……》等一批主题鲜明、生动鲜活的新媒体产品，在网络上引起广泛关注。针对媒体视频化转型、网民碎片化阅读的传播新趋势，我们以短视频作为创新的突破口，推出《听，这座城市正拔节生长》《主播唱rap》等系列短视频作品，更为直观、形象地展示了两会盛况，一些原来已有图文的产品也加入了视频、音频。“学习强国”泰州学习平台、泰州新闻网、新泰州APP等也开设了两会专题报道，滚动报道两会信息，极大提升了传播效果。

我们还开辟“会外”专栏，围绕两会热点，采访市民代表、劳模、园区企业家、创业者、新泰州人等，回应百姓关切，推出《9个老旧小区完成改造 坚持共建共治共享 推动老旧小区颜值品质双提升》《聚焦“优先”聚力“优质”跑出教育高质量发展“加速度”》等报道，让泰州两会的精神既“顶天”又“立地”，会内会外得到传播。

二、抢抓第一落点，产品推送更快捷

人大开幕式是市民关注的焦点，也是各大媒体争相报道的“新闻眼”，不仅要报得“准”，还要报得“快”。

泰州市两会期间，我们以“泰州发布”视频号、“微泰州”视频号为平台，以短视频方式对开幕式进行报道，为观众提供最新鲜最及时的两会信息，把大会盛况第一时间呈现给观众和用户，得到了受众好评。我们还提前策划，在“泰州发布”微信公众号通过“一图读懂”、短视频《数说》等方式，第一时间解读《政府工作报告》。其中《速看！泰州将来这么干！》，网、端、微阅读量超10万。我们还针对今年两会期间首次

推出人大、政协专场对接会，政府部门第一时间对接、了解、答复代表、委员提案、建议，首次在人代会上表决民生实事项目等创新举措，以及会议期间出现的节能环保新气象，第一时间推出《有回应有交代！快来看……》《市人大代表首次票决民生实事项目》等一批主题鲜明、生动鲜活的新媒体产品，及时跟踪报道代表委员建议提案落实情况，全面反映各有关部门的回应举措，取得了给人眼前一亮的效果。

在全国和省两会的各个节点中，我们都紧扣政府工作报告内容和时机，推送了一批新品、精品稿件。例如《刚刚抵京！肩负着全市500万人民的重托》《泰州4名全国人大代表参加江苏代表团审议》《泰州代表提交35件议案建议！你最关心啥？》《帮你套红加粗！速看，泰州元素》《热议省政府工作报告！朱立凡：泰州重点抓好三个方面工作……》等，这些稿件不仅有时效，更有“实效”，稿件阅读量累计达到20多万。全国两会期间，新泰州APP以受众为中心，打造新闻传播的“高速路”，提高作品的影响力。比如，在《我市全国人大代表受到各大媒体持续关注 传递“泰州好声音”讲述“泰州好故事”》报道中，对于其中涉及的人民日报、中国邮政报、新华日报等媒体的报道，在每个标题上都加了链接，读者一点，就可以直截了当地阅读报道原文、观看原视频作品，大大提高了新闻传播的便捷度和影响力。

三、图文视频多创新，展现两会生气活力

在今年两会报道策划上，我们紧扣大会重要议题，紧紧围绕政府工作报告，策划推出了众多新栏目、新产品，让人耳目一新。《泰州日报》推出“两会好声音”、“会眼”、“两会聚焦”、“两会新气象”、“会外”等大量原创性栏目，组织代表委员结合泰州实践、泰州故事做好深度解读和生动阐释，充分展示代表委员认真履职的风采，取得了很好的传播效果。

为了直观、生动地向读者传达两会内容，我们非常重视图表、图片的运用。以2月25日报道为例，对政府工作报告解读，围绕2021年成绩、未来5年展望及2022年工作展开，合理运用图表，进行新闻解读、

数据展示、情景再现，提升时政新闻报道的传播力和亲和力，在版面无新闻照片可用或单独用新闻照片无法充分表达报道主题的情况下，达到“一图看懂”效果。我们还在市两会开幕当天，重磅推出“2022泰州两会专题报道”特刊，从党史学教、综合实力、产业发展、城市建设（迎省运）、民生幸福、疫情防控等方面，以主稿+数说（一组数据做图表）+声音（采访两个代表人物谈感受）+多图的形式展示泰州2021年各行各业发展取得的新成就，特刊在政协开幕当天送到每位政协委员和人大代表的手中，受到与会代表和委员的高度关注和一致称赞。

为了让两会报道更加多元化，我们融合短视频、海报、长图等多种模式，为观众呈上了一场两会的信息盛宴。我们推出的20个系列短视频产品选点各异，却都紧扣两会各个环节的关注点，除了正常的新闻推送外，还做出了形式多样的两会直播间、主播唱rap等较好又叫座的视频，令人耳目一新。会前制作的《听，这座城市正拔节生长》短视频，重点介绍泰州这座城市从人均可支配收入到获得的荣誉称号等方方面面拔节生长，2分多钟的视频，信息量却很丰富，能够让人感受到市民满满的幸福感、获得感；《两会议程播报》每天准时推出，让受众第一时间了解会议议程；《主播唱rap》以主持人出镜的形式，配合泰州地标性的建筑为背景，将两会重点内容用朗朗上口的rap形式传递给读者，非常生动，也更接地气；《两会泰报融媒直播间》以主持人出镜的方式结合当下最流行的网络视频直播形式，将政府工作报告中涉及的老百姓最关心的几个方面，以派发“民生大礼包”的方式展现出来，既生动又展现特点，更吸引眼球；《谢谢默默付出的人》则将镜头对准两会幕后的人，感谢他们对两会的默默付出。极具现场感的短视频报道形式更为直观、形象地展示了两会盛况，让两会新闻更接地气，宣传效果也更好，短视频系列推出后，浏览量达30万次。

今年的两会报道融合创新亮点多多，精彩纷呈。这充分说明，新闻舆论工作只有紧跟时代发展，不断践行新理念、落实新要求，持续推进媒体融合向纵深发展，才能切实提高主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。

（作者为泰州日报社政务新闻部主任）

“奇观化”呈现 情感化表达

——泰州广电在两会报道中的融合创新

吴 超

随着现代传播技术的发展,形象化、奇观化的信息呈现方式越来越受到大众青睐。

媒体奇观化最显在的目的是吸引受众注意力。

近年来,从央视、卫视到地方媒体的两会报道,都在借助数字技术和创意构思,努力探索更具“奇观化”的内容表现形式和情感化的叙事表达方式。泰州广电台这几年对全国两会、省两会以及市两会的报道也越来越重视发挥全媒体传播优势,不断创新理念、创新手段、创新技术,综合运用专题、专栏、直播、留言、图解、海报、动画、微视频、H5等多种形式,全方位、立体化、交互式报道这一重大时政活动。

一、“技术+创意”,助力两会报道奇观化呈现

随着超文本技术、AI(人工智能技术)、VR(虚拟现实技术)等技术的突破性发展,大大拓展了媒体深度融合的空间。这些新技术也迅速被应用于“两会”报道的创新实践中。

泰州广电台目前新媒体平台主要有“我的泰州”APP、“泰州微视听”微信公众号和视频号。三个平台关于2020年泰州市两会的创意产品(不包含电视新闻拆条)有22条,2021年有35条,而2022年则达到了65条。新媒体可视化创意产品数量的逐年递增,是媒体融合不断向纵深推进的具体表现,也反映出媒体对两会创新报道越来越重视。

两会报道可视化创意产品除了在数量上井喷式爆发外,其产品的种类也更具多样化,内容也更具吸引力,表现形式也更具互动性、奇观化。泰州广电台全媒体新闻中心在2022年市两会报道中推出的H5产品《@泰州人,泰宝·凤娃喊你拆盲盒啦!》,巧妙结合当下流行元素拆盲盒,以及泰州作为第二十届省运会举办城市推出的省运会吉祥物泰宝和

凤娃,以跟着两个吉祥物“拆盲盒”的方式,领取“两会福利”。点击首屏页面后,根据“规则说明”,用户可以在泰州美景中寻找9个“民生盲盒”。“点击进入”,泰宝、凤娃就在凤城河、望海楼等城市美景中,点击“收下盲盒”,“两会福利”以文字形式浮于美景之上,让受众在“拆盲盒”的过程中逐一了解了2022年政府工作报告的民生福祉。作品通过超文本技术H5与精巧构思的有机融合,让作品极具互动性和可视化,很容易带给用户参与的能动感。

另外,新媒体产品《2022年泰州两会怎么开?一图带你提前get!》以日历形式,将泰州市六届人大一次会议和政协六届一次会议议程安排和重点内容,进行了精彩呈现。《H5来了!一起看看泰州人大这五年!》《H5来了!政协常委会工作报告重点在这里!》等,也以H5形式,通过音乐、图文、动画特技等对重点成绩、重要内容进行了有效展示,都赢得了较高的阅读量和转发量。

MR(混合现实技术)具有在已有画面中增加立体符码以倍增信息的效果。在市两会前的氛围营造性报道中,新媒体产品“数说”成绩,以及电视主题新闻报道中涉及到的一些数字展示时,泰州广电台充分利用MR动画、演播室虚拟植入等技术,配上现场同期声或者音乐等视听元素,通过多屏互动设计,加入前景虚拟植入的场景,使有限的演播室空间产生无限可能,让节目的呈现方式更加丰富、灵活多变,有效提升了视觉冲击力,让节目更具科技感和可看度。

新技术新设备在两会报道中的应用,让创意交互、移动直播、短视频制作、采编流程再造等都成为可能。两会期间,泰州广电台全媒体新闻中心制作推出《“两会”我们来了》《主播跑两会》《优秀提案是如何“炼”成的?》《这份成绩单必须点赞!》《两会

新气象》等各类短视频 29 条。这些短视频通过无人机航拍、采访画面混剪、动画特技等表现形式,给人以超炫的可视化、奇观化效果,为丰富两会全媒体报道,有力传达两会声音起到良好效果。

值得一提的是,在常态化疫情防控条件下,这两年,无论是在全国两会、省两会,还是在市两会的新闻报道中,突破场景、距离阻碍的“隔空对话”式采访和远程网络传输被广泛应用。在 2022 年全国两会报道中,作为地方台的泰州广电,依然是无法派记者进入会场和代表驻地随团采访。因此,通过全国人大代表何健忠使用手机远程拍摄、采访,将视频和采访内容通过网络传输过来,或者通过以网络视频“云采访”的形式,成为传递和展示全国两会声音的主要报道方式。今年的泰州市两会,受疫情影响实行了封闭式管理。泰州广电则提前在会场和住宿酒店搭建了多个剪辑制作和传输工作台,利用 5G 等前沿技术,确保所有的节目内容现场制作,第一时间传输至电视台演播室。

二、“平等视角+沉浸式体验”,赋予两会报道情感化表达

在对泰州广电台一系列新媒体产品的观察中,我们发现,情感化的表达策略已经渗透到作品的创作中。

第一人称的视角和平等的叙事语态可以给用户增加亲切感,更好地激活用户的情感体验。对于全国两会的报道,考虑到媒体记者无法跟团采访,泰州广电台提前与全国人大代表何健忠做好相关沟通,为他准备好高像素拍照手机和自拍杆,并进行拍摄技巧的专门培训,请他客串“主播”。每次代表们赴京报到,何健忠都会拿起自拍杆,现场“出境”录上一段。参会间隙,他也会当起“记者”,拍摄一些代表参会的场景、画面和采访。泰州广电台用这些素材剪辑制作成短视频、Vlog 等新媒体产品,以“第一人称”的视角,将全国人大代表个人的观察和体验融入其中,为用户营造出一种“在场”的沉浸感、亲近感,为更好地传递全国两会声音,展现代表们平等亲切、认真履职的形象起到了很好的效果。市两会期间,泰州广电台推出系列短视频《主播跑两会》,通过镜头跟随主持人探访两会,近距离了解代表们的议案建

议和履职情况,详细介绍政协委员优秀提案是如何“炼”成的,以观察者的视角,沉浸式的体验感受两会,倾听代表、委员声音,带给用户强烈的两会参与感。

在新闻报道的细节展示中植入更多人情味的内容和可触可及的场景、画面,更容易调动人的情感。全国两会期间,恰逢三八妇女节,泰州广电台记者专门视频连线全国人大代表吉桂凤,听她讲述女代表们这一天在会场度过的不一样的节日,并向网友们展示了大会工作人员向女代表们送上的鲜花和巧克力,这些“暖心”的细节,让节目充满了温馨和温情。“人大代表风采”已是泰州广电每年两会报道中的“固定动作”。节目主要选取部分全国、省、市人大代表,全面、立体地展示他们深入基层,倾听民意,了解民情,体察民思的履职故事。采访报道中,记者往往通过捕捉一些现场的感人细节和生动场景、画面、声音,来为节目可看性“加分”。比如在对全国人大代表何健忠的采访中,就通过他在田间地头直播带货、发起爱心捐赠等一些真实案例的展示和对细节的捕捉,包括“天天都是履职日”这样朴实、鲜活采访同期声的拾取,来更好体现人大代表为人民服务的情怀。

两会这样极具严肃性的重大时政主题报道,要想抓住受众,尤其是年轻网络用户的兴趣点,采用具有亲和力的语态、沉浸体验感的形式和高度凝练的内容,至关重要。泰州市两会即将召开,各行各业的市民有何新期盼?泰州广电推出 H5 产品《泰州两会来了!我给两会捎句话……》,通过在泰的创业者和投资者、关心教育的家长、热心公益的社区工作者、起早贪黑的小业主等最普通的心声、心愿,来真实反映人们对两会的关心关注。作品融合了轻松的音乐、具有明显地理标识的场景图片和明显职业特点的卡通人物以及点击翻阅的动画和简单明了的文字等视听元素,既接地气,又具交互性,易于广泛传播,产生了较好影响力。

总之,媒体的“奇观化”呈现和情感化表达,让两会报道呈现出更多智能化、可视化、社交化、互动化的特性,这在媒体融合的大势下进一步彰显了新型主流媒体的核心竞争力。

(作者为泰州广播电视台全媒体新闻中心副主任)



深耕视音频主业 提升传播穿透力

——淮安市广播电视台两会报道创新初探

贾蔚

“两会”是中国人政治生活中的一件大事，每年的两会新闻报道成为各家媒体角逐的战场，作为地方台，淮安市广播电视台立足淮安地区发展，以丰富新闻报道内容，创新新闻报道方式，上接天线、下接地气，在融媒体的发展背景下，精耕视音频主业，探索出了“两会报道”新路子。

进入“互联网+”时代，如何做好“两会”传播是新闻工作者的“必答题”，近年来，淮安市广播电视台以融媒体领衔实施“一二三”战略，让“两会”报道更加鲜活，“两会”声音更加响亮，政策方针宣传更加具有穿透力。“一”即一条主线，坚持习近平新时代中国特色社会主义思想为宣传主线；“二”即“两高”，即报道高质量，操作高标准；“三”即“三度”，即报道有高度、有维度、有温度；

作为地级市媒体，淮安台做到在全国两会有作为、省级两会有亮点、市级两会全覆盖。

一、重构采编流程 两会报道有作为

今年全国“两会”期间，淮安市广播电视台全新推出“直通全国两会”，派出精干记者搭建临时“中央厨房”，集中数十人的融媒体团队，强化全国视野，高举高打，统筹谋划，在电视、电台与淮安视听网、无线淮安APP、无线淮安微信公众号等多端深度融合进行了有益尝试和探索。重构采编流程，深度融合广

电资源，打通大屏小屏、线上线下，电视、广播、网站、APP齐发力，实行新闻一体化策划，稿件一次采集、多次生成、多元传播，以融合互动的创新形态，全方位多角度报道全国两会盛况，及时、生动、立体传递两会声音、淮安故事。

今年全国两会期间，受疫情等各方面因素影响，淮安台记者没有跟随全国人大代表进京，但仍然通过央媒、省媒以及前方连线等方式密切关注全国两会中的民生要素，紧扣两会热点，整合电视、广播、网络等媒体资源，将观众、网友、听众对全国“两会”的期待、关注，实时引入，多角度呈现代表委员的“两会”声音。

会议期间，《淮安新闻联播》记者与后方编辑24小时在线互动，所见即所得，将在两会期间采集到的所有资讯和信息，第一时间进行采写，后方编辑第一时间深度加工，利用融媒体矩阵及时回应民生关切。做到每天都有两会“声音”。在报道内容上，不仅有关关注参会代表、委员的实时活动，例如《全国人大代表畅谈“两会”擘画宏伟蓝图凝聚奋进力量》、《全国人大代表畅谈“两会”汇聚磅礴力量 谱写崭新篇章》，《全国人大代表积极建言献策 认真履职尽责》等，报道了我市参会全国人大代表结合自身工作积极建言献策，认真履职尽责，为全国两会带去淮安好声音，也有市民群众收听收看两会实



况,热议政府工作报告,表示要将会议精神转化为强大的工作动力,推动淮安经济社会高质量发展等。

二、重构采编队伍 省级两会报道有亮点

为做好省级两会报道,淮安台早准备、早启动、早策划,创新理念和生产流程,实现“中央厨房”一站式运作。

突出融合创新,从本台所属电视、广播、网络各类型媒体中,抽调业务骨干,组建具备全媒体采编播技能的融媒体团队。实行集中办公、共同策划、资源共享,多屏共振,实现报道“流程平台化、团队一体化、视点差异化、形式多样化”。以全新理念重构采编生产流程,建立融媒体平台运作机制。真正实现了机制、技术、流程上的融合。

省两会期间,我台不仅关注省两会“面”上的政策、方针,更加密切关注省两会中的淮安元素,以面释点,以点带面。同时与省台老师密切配合,资源共享,在完成各自平台报道任务的同时,优先完成重要新闻的新媒体“首发”,晚上《淮安新闻联播》播出后,又将电视视频补充其中,做到两会报道“更权威”“更立体”“更好看”。

三、重构传播格局 市级两会报道全覆盖

本土作战,多姿多彩。在今年我市两会期间,全台各部门通力协作,依托先进设备和技术优势,以及采编播一体化的人才资源,不断升级报道水平、拓宽报道途径,尤其是做大做强视频和直播,全方位出击、全时段播报,形成两会新的舆论场。

两会期间,电视、网络同步直播的同时,“外围”记者走单位、跑街道,形成合力,围绕两会关键词传方针政策、听百姓心声。会场内



外记者配备了融媒体记者包,无人机、智能手机、自拍杆、云台稳定器、无线话筒、充电宝等装备齐全,以往需要多个记者、多道“工序”才能完成的事情,现在只要一套设备就能完成。记者随时随地拍摄图片、视频、做网络直播,并且只要开启软件,就能即时回传给“中央厨房”,后方编辑团队即可收录、整合、编辑,第一时间发布,保证了时效与独家。

内容上,注重“一稿多写”“一稿多发”,《直播淮安》《有事报道》《今日观察》等栏目,对“中央厨房”中关于两会的稿件进行重新梳理,多端发布,实现快速推送、精准推送和有效推送。真正做到了市级两会先传全覆盖、无盲点。

除了融媒体产品的创意策划,内容生产还针对受众需求,注重“轻剪辑、深阅读”,通过图解、GIF动图、背景说明、延伸话题等形式进行两会深度解读,提升两会融媒体报道的趣味性和传播穿透力。

在流程、机制、装备等方面,淮安台在两会报道中给出了“最高配置”,一切以人为本,在日常工作中,淮安台也十分注重人才队伍,尤其是“两会”报道人才队伍的建设,打破电视、广播、网络等媒体类型壁垒,对时政新闻和民生新闻记者进行定期轮岗,对传统媒体和新媒体记者进行一对一编组,双向交流、双向奔赴。

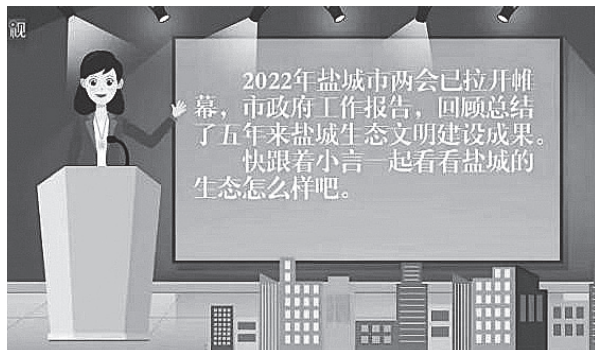
政治是最大的民生,两会报道不是“阶段性任务”,而是贯穿全年的政治任务,两会中,有高屋建瓴的政府报告,也有代表委员在日常工作中,总结出来的议案和提案,这些议案和提案包括生活的方方面面。因此,淮安台在平时对记者的管理、教育过程中,注重引导记者的“两会”意识,提出“大民生新闻”概念。两会里有民生,有大民生。

(作者为淮安市广播电视台电视新闻中心编辑部副主任)

以“快”制胜 以“深”吸睛

——盐阜大众报业集团两会报道精彩纷呈

宋金淦



2022年2月21日至27日，盐城市“两会”召开，这是800万盐城人政治生活中的一件大事，社会关注度非常高。盐阜大众报业集团精心制定方案，全方位、多形态、深层次做好新闻宣传工作。宣传方案紧密结合当前疫情防控形势背景，按照会前宣传、会中宣传、会后宣传的节点安排，组织开展全媒体立体式宣传报道，取得圆满成功，为市两会胜利召开营造了良好舆论氛围。

主要特点为：把以往以报纸为中心、24小时的出版周期改为以移动端即时发布为轴心，利用报、网、微、视、端以及各个平台小号，进行图、文、视频多手段、全方位、递进式报道，层波叠浪波段式发布，实现从一张报到一直报。既有传统的版面表达方式，又有新媒体呈现手段，一套可视化组合拳打得恰到好处，精彩纷呈。

关注热点，权威快报强势吸睛

在互联网新语境下，受众的阅读习惯已经迅速从笔尖转向指尖、从纸面转向屏面，以“快”为主要特征的新媒体产品已然成为新闻传播的实力担当。从策划开始，盐阜报业集团就注重加大新媒体产品生产力度。实际操作中，专业化的集团军与采编一线的轻骑兵联合作战，各展所长，精心烹制两会大餐，新媒体产品呈现出数量众、形式多、生

产快、传播广的特点，海报、H5、一图读懂、音频、视频等新媒体产品全天候不间断密集刊播“两会”报道，全景式、立体化传播好“两会声音”，讲好“两会”故事。更重要的是，依托盐阜大众报党媒平台的公信力，传播时自带“权威”标签，在受众中迅速赢得广泛认可，并获点赞转发。

以快制胜，求新求特。及时高效创作出一批叫好又叫座的新媒产品，成为这次市两会报道中的新目标。2月22日下午3点03分，政协盐城市九届一次会议开幕的短视频新闻就在登瀛观察视频号推出；2月23日下午4点41分，盐城市九届人大一次会议开幕的短视频新闻推出，满足了受众先睹为快的需求。

市两会期间，从政协委员、人大代表赴会报到，到两会开幕，到代表委员参政议政，到会议的重要议程，到会议闭幕，报道团队围绕会议热点，运用短视频、一图读懂、MG动画、H5等多种形式，全程跟踪报到，全媒体波段式传播，增强了政务报道的时效性，拓展了政务新闻传播的覆盖面。其中，登瀛观察视频号共推出21个短视频新闻，“快”成为鲜明特征。2月25日下午，政协盐城市九届一次会议选举产生新一届市政协领导班子，5点06分，视频新闻迅速推出，播放量达8.1万。2月27日上午盐城市九届

人大一次会议选举产生新一届市级国家机关领导人员，11点57分，视频新闻即推出，播放量达6.4万。

会后，为回应市民关切，又推出《MG动画——盐城2022年民生实事》上、下篇。

《盐阜大众报》视频版，集纳市两会期间盐阜大众报的宣传报道，阅读量也过万。

值得一提的是，解读政府工作报告的一系列MG动画，首次由集团文字记者策划制作完成。以文字记者转型而来的“融媒轻骑兵”为抓手，赋能采编一线人员向“一专多能”转变，激发内容生产新活力，切合融媒时代的要求。从文字到MG动画，表面来看是报道方式的创新，深层来看，是文字记者顺应发展要求，积极转型出圈的探索尝试。

MG动画以其传播信息个性化、包容性强、趣味性强、交互性强等优势成为很多人的选择。它可以将枯燥的抽象的数据形象化，易于受众理解。通过动画的表现方式，突出镜头画面动态设计的节奏感和多变性，让政策的阐释、解读的过程等等都变得简单，为受众带来轻松愉悦的观看体验。8期MG动画，篇幅控制在1—2分钟，分别是《盐城综合实力迈上新台阶》《盐城改革开放迸发新活力》《盐城生态文明结出新硕果》《盐城城乡建设实现新突破》《盐城民生改善取得新成效》《盐城2021年成绩单出炉》《盐城市新一届政府工作思路》《盐城2022年主要工作安排》。

为了突出盐城本地特色，选用了一男一女的人物角色作为主播，并为他们取名为小成和小言，谐音“盐城”。在动画制作风格上也比较统一，视频背景多使用简单的纯色。同时，为了契合每一期的主题，也选择与之相对应的素材与色彩。比如，第一期《盐城综合实力迈上新台阶》，采用浅蓝色，充满时代感。最后一期《盐城2022年主要工作安排》，则采用红色，庄严稳重。风格的统一，让MG动画更具辨识度。

聚焦重点，设置议题做深做透

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调指出，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，必须加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常

百姓家”。这一重要观点指明了党的理论宣传工作的根本出发点和落脚点，也是进一步做好宣传思想工作的基本遵循。

两会宣传报道持续时间长，报道内容多，盐阜大众报坚持内容为王，创新为道，力求“规定动作”做到位，“自选动作”做出彩。一方面，坚决落实好上级宣传部门要求，按照会议议程做好常规会议消息和需要刊登的各类公告、决议、名单的刊发；另一方面，以更高政治站位，加强议题设置，组织精干力量，围绕市政府工作报告最新提出的“五大考题”做深做透，扣准节点、精心策划、全面部署、落细落实，奏响主流舆论最强音，打造独特的“专特精深”内容竞争力。

盐城市政府工作报告提出，今后五年的政府工作将紧紧围绕打造特色优势产业、推进绿色低碳发展、推动城乡融合发展、统筹发展和安全、保障和改善民生“五大考题”谋篇布局，力争各项工作走在全省乃至全国前列。如何当好沿海发展排头兵，人们期待给出解答思路。

2月24日至2月28日，盐阜大众报每天辟出一个整版，针对“五大考题”，连线人大代表和政协委员进行访谈，同时配以图表和一句话热议。2月28日，市九届人大一次会议胜利闭幕之际，盐阜大众报理论周刊推出专版，邀请全市相关领域专家学者进行对话，从不同视角聚焦“五大考题”，对政府工作报告进行解读分析。理论周刊由市委宣传部、盐阜大众报报业集团共同主办，紧扣当下时政热点，对当前政策、中心工作做有见地的解读分析与指导。发表市及各县（市、区）理论学习中心组文章，以及智库专家建言献策类文章。《勇当排头兵 谱写新篇章——答好“五大考题”对话专家学者》立即成为当日阅读热点，有力地造浓了宣传氛围，创造性地拓展了政务报道的高度、深度和广度。

在我言客户端同步推送的代表委员访谈和对话专家学者，同样引起广泛关注，阅读量都近万。就“五大考题”组织的系列策划报道，成功彰显了党媒在重大节点增强议题设置、强化舆论引领和全社会带节奏的强大能力。

（作者为盐阜大众报报业集团编委办副主任）

鲜活的纪录片素材在基层

——《趸船上的“家”》创作分享

叶冬梅

短视频专题《趸船上的“家”》讲的是长江大保护主题中一个小人物在长江护渔的故事：长江靖江段离岸边 2.5 公里的江面，有一艘趸船，它的存在是守护人工鱼巢、生态浮床、护渔员巡逻的落脚。有关部门曾经为这个岗位多次招录工作人员，多少人都因工作枯燥、生活孤独、收入不高等原因离开。而护渔员老张却在趸船上坚守了五年，趸船成了老张在长江上的“家”。

作品采用随行拍摄方式，记录老张在长江上工作和生活的日常。以第一人称的叙述，呈现一位普通护渔人甘于寂寞坚守岗位的故事。表达了对长江大保护参与者的尊敬，也展现了长江禁渔和长江大保护的业绩。主创团队先后跟踪拍摄四天，拍摄素材 38G，精剪制作，实现大小屏传播“全覆盖”。短视频专题在“智慧靖江”客户端首发后，又在靖江市融媒体中心微信、微博等平台发布，并被学习强国江苏平台选用，主人公老张也受到网友的称赞。网友评论留言：“平凡的人，也会发出光和热”“这就是正能量”等。

触觉敏锐，从身边素材里发掘好故事

俗话说，靠山吃山，靠海吃海。生活在长江边，得天独厚的长江资源（人、鱼、生态）为记者创作提供了诸多元素。作为贴地飞行的县级融媒体，与省市媒体虽无



可比性，但它有一个优势，即拥有鲜活生动的基层创作素材。

2021 年 10 月底，在一次采访中得知，长江里的生态浮床在夏天时被台风毁坏了

不少，最近正在修建，就想着抽空去看看能否探得新鲜的采访素材。生态浮床是长江鱼儿的牧场，也是一项成功运行了两年的生态技术，为长江鱼类资源环境作出了有益尝试，我们摄制组曾经做过相关的科普节目。

11月初，驱车前往靠近如皋边界的靖江永济港，我们计划从那里的码头进入长江。开船前来接我们的人，就是短视频里的主人公——老张。

码头没有缓坡，是垂直的。渔船靠不了岸，离码头有两米多的距离，需要大胆地跳跃到船上。老张站在船头不多言辞，把机器先接过去，剩下我们摄制组七手八脚地上了船。谁知，船行一半突然出了故障，老张三两下就修好了。他说，在长江这么多年，修理船的一些小毛病还是没问题的。我们都没在意，以为他就是渔民，长江十年禁捕，他应该是护渔队成员。

江面越来越开阔，正当我们慨叹长江壮丽美景时，老张开口了，他说：我天天看月月看，住在长江上看几年了都没看够。从他的话中听出了故事，能住在长江上，他究竟是什么人呢？他成功地引起了我们的注意。

这些年，我们专题摄制组拍过长江的刀鱼季，拍过江上的渔者，也拍过江上最后的渔民，但我却是第一次见趸船，尤其了解到老张居然长年累月地住在这上面之后，就更觉得新鲜。坐在甲板上与老张闲聊，此时，摄像记者已经架起机器，悄悄递给我无线话筒，多年来的合作默契，他很清楚，我们接下来会做老张这个人物的纪录片。

视角平行，让采访更具贴近性

老张每天上午沿着固定的航线在长江上巡逻，警示偷捕者，偶尔也会查获到违法行为，中午回到趸船吃饭休息，下午继续跟着护渔队在长江上巡逻，夜晚寄宿于趸船，一年中只有除夕回家过两天。在这样一个喧闹的时代，五年独守长江，不由得让人怀疑他是否单身，试探性地问了一下“城里有家吗？”随之而来的回答是“有呀，我老婆在城里经营一家小店，女儿已

经参加工作。”老张不仅不是单身，还有一个美满的小家庭。也许在这种震惊之下，更让人对他的工作和付出心生敬佩。

据说，2017年3月的时候，趸船上的这个工作岗位一直招不到人，或者招了人干不到两天就跑了。老张却相中了这个岗位。他说，“我喜欢安静，喜欢看长江里的鱼儿越来越多，坐在甲板上吃饭时，也会有鱼儿从身边游过，我的心情特别愉快。”这或许就是长江大保护的主题下，我们要找的那个看似普通的人，我们决定把这次意外收获的素材做好、做生动。

“人”永远是纪录片最宝贵的素材，人的身上有时代最闪亮的精神，何况这个人物本身就是自带故事感的。捡到了这样一个鲜活的素材，摄制组如获至宝，于是接下去跟拍了老张四天。

平时没人在趸船上与老张说话，难得摄制组人员陪了他几天，老张倒也显得高兴，对着摄像机不再紧张，话也多了起来。他说“你说苦吧也不苦，你说不苦吧，就是得天天待在这儿”、“有长江里的鱼儿作伴，我也不感到寂寞”这些朴素的话语，真实有分量，这些话语当然也是短视频里的彩头。

摄制组还在趸船上待了一晚，深秋晚上的江面气温比想象中要冷得多，我们御寒的衣物不足，老张生活简单，趸船上也没有多余的衣被。摄制组一行四人哆哆嗦嗦坐了一个晚上，虽然抬头能见到深远辽阔的星夜，但浪漫的感觉只是一瞬间，寒冷和无聊是实实在在的。茫茫江水之上安静寂寥，也似乎更能让人理解此岗为何招不到人，更加佩服老张在这里住了五年。我们问老张，一个人住在这趸船上怕不怕？他说不怕，他当过兵体格好，再说禁捕了，鱼儿多起来了，也会给他做伴。老张少言寡语，只有提到长江和鱼儿时，才会笑起来。

终于熬到第二天清晨，起床后，老张郑重地将一杆国旗插在船头，然后随护渔船出江巡逻。那时那刻，趸船之上，国旗之下，我们对老张的坚守奉献有了更深切的感受，对他的高贵品格也愈发敬仰，对新闻工作者如何履行好新时代的记录使命，有了更加深刻的认识。

精心策划，将素材的细节用到极致

四天跟拍，积累了38G的素材，这不是一个少的数量，那么，放到篮子里的就都是“菜”吗？当时我作为编导出了文稿，剪辑是由其中一名摄像完成的。可能是采回的“菜”太多了，很多体现老张人物个性的同期音几乎都用上去了，看看这句也舍不得删，那句也舍不得删，剪出来之后发现冗长且啰嗦。后来摄制组成员一起斟字酌句将12分钟的短纪录片剪成了8分钟，再回头看时依旧觉得普通平板，索性忍痛割爱将所有解说词去掉，调整作品结构，采用老张第一人称自述，将视频素材的细节在讲故事中用到极致，在不断的修改中精剪出了一个4分钟的短视频专题报道。

通过这部片子，我们也深刻感觉到，视频素材拍得再好再多，一定要懂得断舍离。只有围绕主题、服务主题的素材，才是能上桌的“菜”。这其间就连作品标题也作了多次改动，最初是《老张护渔》，后来改为《江上护渔人》，都觉得大而空洞，这样的题目放在任何一名护渔员身上都可用，最终我们把落脚点放到趸船上，聚焦到一个小而具体的物体上，把作品内容想要反映的思想内核进一步表现出来，表现老张以“长江”为家，以“趸船”为家的无私的奉献精神。如今看来，《趸船上的“家”》这个标题可能更适合一些。

短视频播出后社会反响强烈。当然，也有遗憾。视频中老张的孤独情感表现还不够突出，摄制组当时想要拍摄趸船之夜的航拍镜头作为片子的结束画面，将趸船作为一个焦点，镜头逐渐拉向远方，显出无言的孤独。但是那一夜风稍大，环境光很暗，无人机无法识别趸船和江面，不好掌控，试了几次都未成功。后来想到应该身在另一艘船上，远拍趸船，也可以实现想要的构图，但是必须再等一夜，渔政部门申请不容易，就此作罢。其实对于没能坚持做到极致，稍感遗憾和愧疚。此外，跟拍的四天皆是风平浪静，缺少风雨天气的工作环境，故事讲得还不够极致，这些作品细节的表现在以后

的创作中需加以改进。

践行“四力”，颂扬基层人物的奉献精神

长江浪大，拍摄过程中两名摄像记者晕船，一边晕吐，一边扛着摄像机，因为老张话少，冷不丁冒出一句，不容易捕捉；经历趸船上的一夜，一名摄像记者受凉重感冒发烧，依然坚持了后面两天的拍摄；船靠不了码头，背着摄像机负重攀爬缆绳上下甲板，伴随着尖叫声恐高也得克服。我们都笑说，能克服的问题都不算问题。《趸船上的“家”》以小切口展现大主题，故事真实自然，不加修饰但打动人心，体现了主创人员践行“四力”、深入“走转改”的实际成果。

身为一名新闻工作者，我始终相信，最鲜活的素材在基层。基层一线是新闻工作的源头活水，蕴藏着丰富而鲜活的创作资源，那里有真情大爱，有风景无限，更有新闻工作者力量的源泉、耕耘的快乐和践行“四力”价值的体现。不论身处哪一级媒体，新闻记者都应该在采访实践中，加强传播手段和话语方式的创新，讲好中国故事，推出沾泥土、带露珠、冒热气的作品。在采访工作中，既要牢记并践行习近平总书记提出的“高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界”48字精神，也要不断学习各类新技能，增强“四力”，深入基层、深入群众，去发现、去捕捉最打动人的、人物素材，颂扬基层人物的奉献精神，这是新闻工作者的职责与使命，更应该是县级融媒体一贯坚持的原则。

通过短视频《趸船上的“家”》的采访，我们被老张护渔的故事深深触动。作为新闻记者，落笔处是初心与理想，追寻中有忠诚与担当。让我们践行“四力”，与时代同行，做党和人民信赖的好记者，做新时代的好记者。

（作者为靖江市融媒体中心专题专刊部）

关于做好 2021 年度 江苏省好新闻评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协（研究会）：

2021 年度江苏省好新闻评选即将开始，现将有关评选通知（苏记内【2022】1-11 号文）及相关附件发给你们。

《江苏省好新闻评选办法》（以下简称《办法》）去年修订施行后，受到全省新闻界的高度关注。为使《办法》更趋公正、公平、合理，省记协面向全省新闻界征集进一步完善《办法》的意见建议。经汇总梳理和评估研究，省记协采纳了部分意见建议，重点在申报件数、作品署名、申报方式、设奖数额、差错处理、处罚办法等方面做了修订，并首次启用网上申报系统（详见《办法》、各专项评选通知及《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》），

望各申报单位予以关注和重视，严格按评选《办法》和报送要求，按时按质做好报送工作。

由于《第 32 届中国新闻奖评选办法》尚未正式颁布，“苏记内【2022】1-11 号文”内容以《第 31 届中国新闻奖评选办法》为参照。一俟《第 32 届中国新闻奖评选办法》颁布实施，省记协将视情对《江苏省好新闻评选办法》做出微调。

联系人：王永钢 025-58682807

15905160085

朱静静 025-58682828

13921432398

江苏省新闻工作者协会

2022 年 2 月 11 日





江苏省好新闻评选办法

(2022 年修订版)

一、评奖宗旨

江苏省好新闻评选，旨在检阅我省新闻工作年度业绩，展现我省新闻战线“三项学习教育”活动和“走转改”活动成果，发挥优秀新闻作品的示范引领作用，推动新闻媒体更好地坚持马克思主义新闻观，唱响主旋律，传播正能量，加快推进媒体深度融合发展，积极构建全媒体传播体系，努力提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，引导我省广大新闻工作者增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，捍卫“两个确立”，践行“四向四做”，增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，为全力推进“强富美高”新江苏现代化建设服务。

二、参评范围

参评范围为经国家正式批准的报社（报业集团）、广播电台、电视台，新闻宣传主管部门和新闻单位主办的具有登载新闻业务资质的新闻网站、新媒体中心（传媒中心）等新闻单位。

参评作品为以上新闻单位原创，由新闻工作者采写制作，并在上一年度内刊播，包括有国内统一连续出版物号的报刊在上一年度刊发的新闻论文（本办法不含广播电视类消息、评论、新闻专题、新闻访谈、新闻现场直播、新闻节目编排）。

近 3 年内有不良职业道德记录的新闻从业人员独立采编的作品不予评选，参与采编的作品，取消其个人参评和获奖

资格。

三、评选标准

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人民为中心，坚持马克思主义新闻观，落实“四向四做”，践行“四力”要求，体现“走转改”精神，有较大的传播力、引导力、影响力、公信力。

（一）总体要求

1. 作品内容真实，导向正确，主题鲜明，制作精良；新闻性强，时效性强，感染力强，社会效果好。
2. 对同一事件的同体裁新闻作品，在同等条件下，特别是消息类、突发事件报道等时效性要求强的，优先考虑首发时间在前以及传播效果好的作品。
3. 在同等条件下，优先考虑短、实、新作品。
4. 高度重视传播手段建设和创新，鼓励媒体融合报道的作品。

（二）评选项目

1. 文字消息：要求文字简明扼要，表述准确，逻辑清晰，有完整的新闻要素。网络消息和新媒体消息要求体现传播环境和媒体特征。字数不超过 1000 字，以正文内容按 Word“字数统计”栏“字数”项为准，含标点符号，不含标题、署名等内容（下同）。
2. 文字评论：要求观点鲜明，论点正确、有新意，论据准确，论述精辟，论证有力。网络评论和新媒体评论要求

体现传播环境和媒体特征。字数不超过2000字。

3. 通讯与深度报道（含系列报道）：要求主题鲜明，选材典型，事实准确，语言生动，结构合理，评议、刻画到位，感染力强。字数不超过5000字。系列（连续、组合）报道类作品申报代表作的字数不超过5000字，一件代表作超长即视该参评作品超长。

4. 重大主题创新策划：必须是大主题、大策划、大制作、有创新，刊出后产生重大影响。

5. 新闻版面：要求体现政治性、新闻性、思想性与艺术性的统一，标题准确生动，照片、文字与图示兼顾，编排整体协调，版式设计讲究、新颖、有特色，便于阅读。

6. 副刊作品：要求时代感强，体现思想性、新闻性、艺术性的统一，格调高雅，特色鲜明，文笔生动。文艺评论、杂文字数不超过2000字，报告文学字数不超过8000字，特写字数不超过3000字。

7. 新闻摄影：要求新闻性强，现场抓拍，表现力强，标题准确，文字简洁，说明完整。

8. 新闻漫画：要求反映国内外新闻时事，观点鲜明，构思新颖，新闻性强，思想性强，针对性强，想象力丰富，富有幽默感和艺术表现力。

9. 网络新闻专题（含新闻访谈）：要求主题得当，特色鲜明；容量大、采集广、更新及时；交互性强、表现形式丰富多样；页面结构清晰、逻辑分明、布局合理，页面设计新颖美观，富有特色，达到形式、内容与主题思想的有机统一。

10. 页（界）面设计：要求主题鲜明，体现新闻性、艺术性与网络、新媒体特点的完美统一，运用多种手段表达、展示新闻主题和内容，语言丰富；较好体现页（界）面功能。

11. 媒体融合奖项：要求作品新闻性强，技术应用效果好，传播效果好。鼓励内容生产呈现方式创新和传播方式创新的作品。

（1）短视频现场新闻：要求时效性强，现场感强，信息量大，传播效果好。

时长不超过3分钟。

（2）短视频专题报道：要求新闻价值大，主题立意深，呈现方式新，社会反响好。时长不超过8分钟。

（3）移动直播：要求策划周密，能够全面迅速准确地采集与传播新闻现场的重要信息；音质画面清晰（对重大突发事件的报道可适当放宽）；体现用户的参与性、同场感；充分体现新媒体直播特征。时长不超过180分钟。

（4）创意互动：要求主题鲜明，特点突出；应用互动新技术、交互性强；体现新闻性、互动性、技术性的高度统一。时长不超过30分钟。

（5）融合创新：要求作品在内容表达、报道形式、技术应用、传播渠道等方面有所突破或创新，传播效果好，社会影响大，对推动媒体融合发展有积极引领和示范效应。

12. 新闻名专栏：要求内容选择与栏目定位、版面位置（播出时段、发布平台）相适应；形式新颖，特色鲜明；编排制作精良，社会影响较大。网络媒体（含移动端）专栏要求特色突出，信息量大，受众认知度高，社会影响力大，鼓励新媒体在自有平台上设立的栏目。

13. 国际传播：要求作品突出维护国家主权、安全和核心利益，体现我国外交政策精神，传播中华文化，展示改革开放成就，放大中国声音，有效影响国际舆论；充分考虑境外受众视角、接受心理和社会习俗，针对性、时效性和吸引力、亲和力较强，具有新闻性，传播效果较好；注重作品落地（转载、引用）率。

14. 新闻论文：要求立论正确，论据可靠，论证充分，论述严谨，理论联系实际，重视实践探索与理论创新。字数不超过8000字，不含注释，计算方式同文字消息。

四、申报方式

为进一步提升申报工作效率，今年起，江苏省好新闻评选作品申报施行“网上申报”，启用“江苏省记协新闻评奖

申报系统”。同时，仍需寄送纸质版申报材料。

五、设奖数额

1、总的获奖比例不超过报送作品数额的50%。设奖总数原则上不超过776件。其中一等奖不超过138件（其中文字作品65件、新闻版面8件、新闻漫画3件、网络作品9件、媒体融合24件、新闻论文15件、新闻摄影6件、报纸副刊8件）；二等奖不超过269件（其中文字作品142件、新闻版面15件、新闻漫画7件、网络作品17件、媒体融合32件、新闻论文32件、新闻摄影9件、报纸副刊15件）；三等奖不超过369件（其中文字作品196件、新闻版面18件、新闻漫画10件、网络作品26件、媒体融合48件、新闻论文40件、新闻摄影13件、报纸副刊18件）。

2、各专项的设奖数额根据当届作品质量和报送评选情况，经评委会领导小组研究后，在获奖总数不突破设奖总数的情况下，各项目可做适当微调。

六、作品署名

参评作品的作者均以该作品刊登时的姓名、人数、排序为准。

为鼓励一线和年轻编辑记者创新创优的积极性，省级媒体（集团）、市级媒体（集团）在报送参评作品时，有领导班子成员署名（含编辑署名）的作品（除论文以外的所有类别），每位不超过2件。

1. 文字消息、评论作者署名不超过3人，超出的按“集体”申报。

2. 通讯作者署名不超过3人，深度报道（含重大主题创新策划）作者署名不超过5人，系列（连续、组合）报道作者署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

3. 新闻版面和副刊作品主创人员署名不超过3人，超出的按“集体”申报。

4. 网络新闻专题主创人员署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

5. 页（界）面设计主创署名不超过4

人，超出的按“集体”申报。

6. 短视频现场新闻主创人员署名不超过5人，超出的按“集体”申报。

7. 短视频专题主创人员署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

8. 移动直播作者，创意互动、融合创新主创人员署名不超过8人，超出的按“集体”申报。

9. 单幅新闻摄影作者署名不超过1人，组照不超过2人，超出的按“集体”申报。新闻漫画作者署名不超过1人，组画不超过2人，超出的按“集体”申报。

10. 新闻名专栏主创人员署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

11. 新闻论文作者署名不超过3人，超出的按“集体”申报。

12. 编辑申报原则上不能空缺，申报时按对作品的贡献度排序。编辑署名不超过3人，超出的按“集体”申报。编辑可同作者重复。

七、差错处理

1. 存在导向不当、有不良社会影响、新闻要素不全、有事实性错误或事实交待不清、文不对题、表述有歧义等情况的作品，不得获奖。

2. 存在错别字、标点符号错误、多字落字的作品；存在使用成语不规范、词语使用或搭配不当、缩略词语不当、生造词语、指代不统一、数量单位缺失、前后表述不一致情况的作品，不得获一等奖。

3. 存在词序错乱、成分缺失、指代不明、语句杂糅、归类有误等较严重语法错误的作品，不得获一、二等奖。

4. 同一件作品中出现5次以上（含5次）上述情况，不得获奖。

5. 标点符号的不规范应用不影响文意，数量在3个以内，不影响获奖。

八、报送和评选程序

各报送单位须按规定的分配数额进行申报。如超过规定申报数额，将按照报送目录顺序由后向前剔除超额作品。

所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

纸质版参评表上的“初评评语、推荐理由”一栏，须由各单位初评委员会认真填写，由推荐单位主要负责同志签名确认并加盖公章。盖好章的参评表上传网上申报系统。未明确填报评语、推荐理由及未盖公章的，不予评选。

1. 各新闻单位组织评委会进行初评，评选结果须在本单位公示不少于5个工作日。

2. 省记协组织评委会进行省好新闻评定工作，并从获奖作品中推荐15—20件参加江苏新闻奖评选。按《中国新闻奖评选办法》规定的名额，推荐相应数额作品参加中国新闻奖评选（不含参评国际传播奖）。

3. 各专项评选评委会中适当增加一线记者编辑评委。

4. 省记协将组织审核委员会对推荐参评中国新闻奖和江苏新闻奖的作品进行评前审核。

5. 评选结束后，所有获奖作品在中国江苏网和江苏省记协公号公示不少于5个工作日。公示内容包括作品全部内容（标题、作者和责任编辑名字、刊登日期、体裁）。所有送评单位按规定向省记协提供公示用的电子版。

九、有关专业记协初评、省记协定评的奖项

1. 县市报研究会和专业报协会各自组织初评，按高于省记协核定的奖项额度20%的作品报省记协，由省记协组织评委会定评。

2. 新闻摄影作品、副刊作品，分别由省新闻摄影学会、省报纸副刊协会进行初评，省记协按核定的奖项额度定评。

十、处罚办法

1. 参评作品、获奖作品有抄袭、失实、虚报、篡改或与刊发不一致，未按规定程序推荐、评选等违规问题，一经查实，即撤销该作品参评或获奖资格，对负有责任的作者本人及推荐单位、报送单位予以通报批评，被通报批评的个人及推荐单位、报送单位不得参加下一年度该项目评选；如存在故意造假行为，除对作者本人、推荐单位、报送单位予以通报批评外，还将取消相关个人及推荐单位下一年度参评资格，并减少相关报送单位下一年度相应报送数额。

2. 如发现参评作品推荐单位、报送单位和作者本人等，对评委或相关人员有请客送礼等贿选行为，一经查实，取消该作品的参评资格或获奖资格，属推荐单位、报送单位行为的，对相关单位予以批评，给予缩减下年度参评数额处罚；属该作品作者个人行为的，该作品作者3年内不得参加省记协主办的各项评选活动，并责成有关单位处理相关人员。

3. 如发现审核委员、评委与送评单位、参评个人有钱（物）票交易行为，评委有拉票行为，一经查实，取消其审核委员、评委资格并通报所在单位，今后不得再参与省记协组织的各项评选活动。

江苏省新闻工作者协会

2022年2月11日

（上接第48页）

附件：

1. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品报送目录

2. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品参评推荐表

3. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品参评推荐表（新媒体品牌栏目）

4. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）

作品新媒体品牌栏目代表作基本情况

5. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）新媒体品牌栏目2020年每月第二周作品目录

6. 2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品参评材料清单

江苏省新闻工作者协会

2022年2月11日



关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(文字作品) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协（研究会）：

2021 年度江苏省好新闻（文字作品）评选工作即将开始，请各单位认真阅读评选通知，严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下：

一、参评范围

参评范围为经国家正式批准的报社（报业集团）等新闻单位。

参评作品须为原创，由新闻工作者采写制作，并在 2021 年度内首次刊发的消息、评论、重大主题创新策划、通讯与深度报道类作品。

二、评选项目及标准

1. 文字消息：要求文字简明扼要，表述准确，逻辑清晰，有完整的新闻要素。字数不超过 1000 字，以正文内容按 Word “字数统计” 栏“字数”项为准，含标点符号，不含标题、署名等内容（下同）。

2. 文字评论：要求观点鲜明，论点正确、有新意，论据准确，论述精辟，论证有力。字数不超过 2000 字。

3. 通讯与深度报道（含系列报道）：要求主题鲜明，选材典型，事实准确，语言生动，结构合理，评议、刻画到位，感染力强。字数不超过 5000 字。系列（连续、组合）报道类作品申报代表作的字数不超过 5000 字，一件代表作超长即视该参评作品超长。

4. 重大主题创新策划：要求必须是大主题、大策划、大制作、有创新，刊出后

产生重大影响。

三、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

1. 新华报业传媒集团 52 件（含新华日报、扬子晚报、南京晨报、江南时报），乡村干部报 3 件。

2. 现代快报社 8 件。

3. 群众杂志社 4 件。

4. 专业报协会 43 件（含江苏经济报、江苏法制报）。

5. 高校报研究会 18 件。

6. 各设区市记协

1）南京市 47 件（含南京日报、金陵晚报、江苏商报、周末报、大众证券报、现代家庭报、都市文化报、家教周报等、南京出版传媒集团《社区新报》）。

2）苏州市 35 件（含苏州日报、姑苏晚报、城市商报）。

3）无锡市 35 件（含无锡日报、江南晚报）。

4）徐州市 28 件（含徐州日报、彭城晚报、都市晨报）。

5）常州市 28 件（含常州日报、常州晚报）。

6）镇江市 28 件（含镇江日报、京江晚报）。

7）盐城市 28 件（含盐阜大众报、盐城晚报）。

8）淮安市 28 件（含淮安日报、淮海晚报、淮海商报）。

9）扬州市 28 件（含扬州日报、扬州

晚报)。

10) 连云港市 28 件(含连云港日报、苍梧晚报)。

11) 南通市 28 件(含南通日报、江海晚报)。

12) 泰州市 28 件(含泰州日报、泰州晚报)。

13) 宿迁市 28 件(含宿迁日报、宿迁晚报)。

14) 12 家县报各 3 件(昆山日报、海门日报、东台日报、靖江日报、吴江日报、太仓日报、常熟日报、张家港日报、宜兴日报、江阴日报、武进日报、丹阳日报)。

7. 重大主题创新策划奖, 新华报业传媒集团推荐 4 件, 现代快报推荐 1 件, 南京日报报业集团推荐 2 件, 其他 12 个设区市各推荐 1 件, 不占上述参评数额指标。

8. 各单位参评作品体裁不包括副刊作品、新闻摄影、新闻版面、新闻漫画。

9. 为贯彻“短、实、新”的要求, 遏制短消息不断减少、长通讯不断增多的趋势, 各报送单位确保文字消息作品数量不得少于报送总额的 35%, 通讯与深度报道作品数量不得超出报送总额的 40%。文字消息不足报送数量的, 作自动放弃处理, 不得用其它体裁作品替代。

10. 各报送单位在推荐参评作品时, 注意在保证质量的前提下, 适当兼顾各方, 包括所在市有公开刊号的企业报等。

四、评委会组成

2021 年度江苏省好新闻(文字作品)评委继续实行一定比例的轮换。自 2018 年(注: 含 2018 年出任评委, 评 2017 年度报纸好新闻)以来, 已连续三届出任评委的, 不再出任 2021 年度评委; 凡本人有作品参评的(包括多人合作), 不得出任评委; 如果评选开始后发现评委有作品参评的, 或取消评委资格, 或取消作品参评资格, 不再替补或增补。

五、报送要求

1. 2021 年度江苏省好新闻(文字作品)评选参评作品的主创人员人数按各项目规定申报, 姓名和排序以发布时署名为准(发布时署笔名的, 申报时可在笔名后括号内

填报本名; 发布时未署名的, 按“集体”申报)。申报主创人员为“集体”的, 需附主创人员名单。

2. 文字消息、评论作者署名不超过 3 人, 超出的按“集体”申报。

3. 通讯作者署名不超过 3 人, 深度报道(含重大主题创新策划)作者署名不超过 5 人, 系列(连续、组合)报道作者署名不超过 7 人, 超出的按“集体”申报。

4. 编辑申报原则上不能空缺, 申报时按对作品的贡献度排序。编辑署名不超过 3 人, 超出的按“集体”申报。编辑可同作者重复。

5. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为 2022 年 2 月 21 日至 3 月 12 日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报, 安排专人专管申报账号和密码。

纸质版申报材料 30 套, 每套由一份参评作品和一份网上申报完成后下载的推荐表组成。参评作品须是剪报或清晰的复印件(同原件大小), 打印件无效。参评作品须提供一套报纸(刊)原件。系列、连续报道须报送一套完整的目录。

请于 3 月 12 日前将纸质版参评材料寄送至常州日报社新闻研究室。逾期视为自动放弃。

寄送地址: 江苏省常州市天宁区和平中路 413 号常州日报社新闻研究室

联系人: 常州日报社 钱静华

电话: 13061220088

网上申报系统联系人: 朱静静

电话: (025) 58682828

13921432398

附件:

1. 2021 年度江苏省好新闻(文字作品)推荐作品目录

2. 2021 年度江苏省好新闻(文字作品)参评推荐表

3. 系列(连续、组合)报道作品完整目录

江苏省新闻工作者协会

2022 年 2 月 11 日



关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(新闻版面) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协(研究会):

2021 年度江苏省好新闻(新闻版面)评选即将开始。请各单位认真阅读相关通知内容, 严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下:

一、参评范围

凡省内有全国统一刊号的新闻性报纸, 在 2021 年度刊发的新闻版面均可参评(含海外版)。

二、参评作品及标准

参评作品须为新闻单位原创, 由新闻工作者制作并在 2021 年度内刊发的报纸要闻版等新闻版面, 不包括摄影、漫画等专副刊版面以及成组版面。

版面要体现政治性、新闻性、思想性与艺术性的统一; 标题准确、生动, 照片、文字与图示兼顾, 编排整体协调; 版式设计讲究、新颖、有特色, 便于阅读。

三、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

1. 新华日报 5 件, 现代快报、扬子晚报各 3 件;
2. 13 个设区市委机关报各 3 件;
3. 其余报纸各 2 件。

四、报送要求

1. 2021 年度江苏省好新闻(新闻版面)作品评选参评作品的主创人员人数按各项目规定申报, 姓名和排序以发布时署名为

准(发布时署笔名, 申报时可在笔后括号内填报本名; 发布时未署名的, 按“集体”申报)。主创人员署名不超过 3 人, 超出的按“集体”申报。申报主创人员为“集体”的, 需附主创人员名单。

2. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为 2022 年 2 月 21 日至 3 月 12 日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报, 安排专人专管申报账号和密码。

纸质版申报材料 2 套, 每份参评的版面须送报纸原件 2 件, 并附网上申报完成后下载的推荐表 2 份, 分别与参评版面装订在一起。

请于 3 月 12 日前将纸质版参评材料寄送至省记协。逾期视为自动放弃。

地址: 南京市江东中路 369 号新华报业大厦 1 号楼 2813 室

邮编: 210092

联系人: 王永钢 (025) 58682807
15905160085

朱静静(网上申报系统)
(025) 58682828
13921432398

附件:

1. 2021 年度江苏省好新闻(新闻版面)推荐作品目录
2. 2021 年度江苏省好新闻(新闻版面)参评作品推荐表

江苏省新闻工作者协会
2022 年 2 月 11 日

关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(报纸副刊) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协(研究会):

2021 年度江苏省好新闻(报纸副刊)评选工作即将开始,请按照要求抓紧参评作品的组织报送工作。现将有关事项通知如下:

一、参评范围

2021 年度江苏省好新闻(报纸副刊)评选由省报纸副刊协会进行初评,各单位推荐、报送初评数额不限。初评范围为 2021 年度内首次刊发在报纸上的副刊作品(含杂文、文艺评论、特写、报告文学)。

二、报送要求

1. 作品字数以 Word“字数统计”栏“字数”项为准。报告文学不超过 8000 字,特写不超过 3000 字,文艺评论、杂文不超过 2000 字。每个报送单位最多只能报送 1 件超过规定字数的作品。

2. 姓名和排序以发布时署名为准(发布时署笔名、网名的,申报时可在笔名、网名后括号内填报本名;发布时未署名的,按“集体”申报)。申报主创人员为“集体”的,需附主创人员名单。

3. 参评作品的主创人员署名不超过 3 人,超出的按“集体”申报。

4. 报送单位填写 1 份《2021 年度江

苏省好新闻(报纸副刊)推荐作品目录》,并加盖报送单位公章(部门章无效)。

5. 每件参评作品均须寄送 16 套装订完整的文字材料。所有

文字材料用 A4 纸打印、复印,无法用 A4 纸复印的作品,复印后折叠为 A4 纸大小。

1) 每套参评作品文字材料及装订顺序为:《2021 年度江苏省好新闻(报纸副刊)参评作品推荐表》,作品剪报的清晰复印件。

2) 按要求逐项填写推荐表。其中,刊发单位名称须按主管部门批准规范名称填报,推荐单位、报送单位领导在相关单位意见栏内签名并加盖单位公章(部门章无效)。

6. 每件参评作品须附 2 份刊发作品的完整样报版面。

具体初评送评要求,省报纸副刊协会另发文通知。

联系人:冯圆芳 15850557836

附件:

1. 2021 年度江苏省好新闻(报纸副刊)推荐作品目录

2. 2021 年度江苏省好新闻(报纸副刊)参评作品推荐表

江苏省新闻工作者协会
2022 年 2 月 11 日



关于开展 2021 年度 江苏省好新闻（新闻摄影） 评选工作的通知

省各新闻单位、省各新闻网站、省各新闻移动客户端：

2021 年度江苏好新闻（新闻摄影）评选工作即将开始，请按照要求抓紧进行参评作品的组织报送工作。现将有关事项通知如下：

一、参评范围及评选标准

1. 新闻摄影初评范围为新闻单位原创，由新闻工作者拍摄并在 2021 年度内刊发在报纸、新闻网站和移动端的新闻摄影作品。初评作品按照单幅、组照两类评选。组照作品需按发表年度申报，要求必须是发表于同一媒体的图片专题，不得将在不同媒体发表的作品经后期拼凑为组照形式参评。拍摄时间跨年度的组照，至少有一张照片拍摄并刊发于 2021 年内。

2. 2021 年度江苏省好新闻（新闻摄影）评选由省新闻摄影协会进行初评，再由省记协进行定评确定一等奖 6 幅（组），二等奖 9 幅（组），三等奖 13 幅（组）。省记协将组织专家根据获奖作品情况，选出若干件作品参评第 31 届中国新闻奖新闻摄影作品初评。各单位推荐、报送初评数额不限。

二、报送要求

1. 单幅新闻摄影作者署名不超过 1 人，组照不超过 2 人，超出的按“集体”

申报。

2. 各单位填写 1 份《初评推荐目录》，按照要求逐项完整填写《参评作品推荐表》，由推荐单位、报送单位领导在相关单位意见栏内签名并加盖单位公章（部门章无效）。

3. 参评材料除初评推荐目录和推荐表外，还需附上刊发作品的报纸版面样报或网页、移动端截图。没有样报或网页、移动端截图的，视为未公开发表过的作品，不予评选。

4. 作品标题、图片说明内容需与刊播时一致，配合文字报道发表的摄影作品，可以从文字报道中摘要，但不得超出报道范围。参评组照要求不少于 5 张，不超过 8 张。

具体送评要求，省新闻摄影学会另发文通知。

联系人：肖勇 13705159011

金璠 13062553713

附件：

2021 年度江苏省好新闻（新闻摄影）
参评作品推荐表

江苏省新闻工作者协会

2022 年 2 月 11 日

关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(新闻漫画) 评选工作的通知

省各新闻单位、省各新闻网站、各新闻移动客户端：

2021 年度江苏省好新闻(新闻漫画)评选即将开始。请各单位认真阅读评选通知，严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下：

一、参评范围

凡省内在全国统一刊号的报纸和具有规定资质的新闻网站、移动端于 2021 年内首发的新闻漫画作品均可参评。

二、评选标准

新闻漫画作品要求能够反映国内外新闻时事，观点鲜明，构思新颖，新闻性强，思想性强，针对性强，想象力丰富，富有幽默感和艺术表现力。

三、报送要求

1. 单幅作品只能申报 1 位作者，组画不超过 2 人。
2. 个人参评作品不超过 4 件。
3. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为 2022 年 2 月 21 日至 3 月 12 日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报，安排专人专管申报账号和

密码。

纸质版申报材料 2 套，参评作品请用 A4 复印纸放大复印，并在复印纸正面下方填写与发表时相同的标题、说明（不标作者姓名）。在作品复印件反面填写、粘贴《参评表》并附上首次发表作品完整的样报。在网站、移动平台发布的须附上页面截图和网上链接地址。

请于在 3 月 12 日前将纸质版参评材料寄送省记协办公室，逾期视为自动放弃。

地址：南京市江东中路 369 号新华报业大厦 1 号楼 2813 室

邮编：210092

联系人：王永钢 (025) 58682807
15905160085

朱静静 (网上申报系统)
(025) 58682828
13921432398

附件：

1. 2021 年度江苏省好新闻(新闻漫画)推荐作品目录
2. 2021 年度江苏省好新闻(新闻漫画)参评作品推荐表

江苏省新闻工作者协会

2022 年 2 月 11 日

关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(网络作品) 评选工作的通知

各省属新闻单位、省各新闻网站：

2021 年度江苏省好新闻(网络作品)评选即将开始。请各单位认真阅读相关通知内容，严格按要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下：

一、参评范围：

由新闻单位和新闻宣传主管部门主办的具有登载新闻业务资质并获得江苏省互联网信息办公室“互联网新闻信息服务单位许可证”的 76 家新闻网站(名录详见：https://www.jswx.gov.cn/yw/202112/t20211231_2923560.shtml)，原创并在 2021 年度内发布的由新闻工作者采写制作的网络媒体文字消息、文字评论、页面设计、新闻专题、新闻专栏等新闻作品均可参评。

二、评选项目及标准

1. 文字消息：以简要文字迅速报道新闻事实的新闻作品。要求文字简明扼要，表述准确，逻辑清晰，有完整的新闻要素。网络消息要求体现传播环境和媒体特征。字数不超过 1000 字，以正文内容按 Word “字数统计”栏“字数”项为准，含标点符号，不含标题、署名等内容(下同)。

2. 文字评论：新闻网站首发的原创新闻评论。要求观点鲜明，论点正确、有新意，论据准确，论述精辟，论证有力，充分体现传播环境和媒体特征。字数不超过 2000 字。

3. 新闻专题：综合运用用图片、文字、音视频、Flash 等多媒体手段和多种新闻体裁，从不同角度全面报道同一新闻事件或同一新闻主题的作品。要求主题得当，特色鲜明；容量大、采集广、更新及时；交互性强、表现形式丰富多样；页面结构清晰、逻辑分明、布局合理，页面设计新颖美观，富有特色，达到形式、内容与主题思想的有机统一。

4. 新闻访谈：主持人与嘉宾就公众关注的新闻人物、新闻事件或热点话题进行讨论的在线访谈作品，主持人与嘉宾现场交流谈话的内容不少于 2/3。要求主题得当，特色鲜明；容量大、采集广、更新及时；交互性强、表现形式丰富多样；页面结构清晰、逻辑分明、布局合理，页面设计新颖美观，富有特色，达到形式、内容与主题思想的有机统一。

5. 页面设计：新闻网站首页、新闻频道首页或新闻专题首页。要求主题鲜明，体现新闻性、艺术性与网络特点的完美统一，运用多种手段表达、展示新闻主题和内容，语言丰富；较好体现页面功能。

6. 新闻专栏：在固定页面有固定名称，发布有共同特征(同类主题、题材、体裁)

的新闻报道板块。截至2021年12月31日前连续刊登一年以上且年度内刊播不少于48周,每周刊播或更新至少一次的新闻性专栏。要求内容选择与栏目定位、版面位置(播出时段、发布平台)相适应;特色突出,信息量大,受众认知度高,社会影响力大。

7. 新闻网站首发的新闻摄影作品、新闻漫画作品,按《关于开展2021年度江苏省好新闻(新闻摄影)评选工作的通知》、《关于开展2021年度江苏省好新闻(新闻漫画)评选工作的通知》报送参评。

三、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

中国江苏网、新华报业网(交汇点新闻网)、荔枝网、扬子晚报网、龙虎网、名城苏州网、无锡新传媒、扬州网、金山网、苏州新闻网、中国常州网、中国徐州网各5件,其余新闻网站各3件。

四、报送要求

1. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)评选参评作品的主创人员人数按各项目规定申报,姓名和排序以发布时署名为准(发布时署笔名、网名的,申报时可在笔名、网名后括号内填报本名;发布时未署名的,按“集体”申报)。申报主创人员为“集体”的,需附主创人员名单。

2. 文字消息、评论作者署名不超过3人,超出的按“集体”申报。

3. 网络新闻专题主创人员署名不超过7人,超出的按“集体”申报。

4. 页面设计主创署名不超过4人,超出的按“集体”申报。

5. 新闻专栏主创人员署名不超过7人,超出的按“集体”申报。

6. 编辑申报原则上不能空缺,申报时按对作品的贡献度排序。编辑署名不超过3人,超出的按“集体”申报。编辑可同作者重复。

7. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为2022年2月21日至3月12日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报,安排专人专管申报账号和密码。

纸质版参评作品和推荐表一式15套,每套由一份作品文字材料和一份网上申报完成后下载的推荐表组成,装订在一起。参评作品文字材料须是电脑打印件或清晰复印件(A4纸)。

请于3月12日前将纸质版参评材料寄送至中国江苏网,逾期视为自动放弃。

地址:南京市江东中路369号新华报业大厦1号楼20楼

联系人:钱楚楚 丁倩

电话:(025)58682048

18851088622

邮编:210092

网上申报系统联系人:朱静静

电话:(025)58682828

13921432398

附件:

1. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)推荐目录

2. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)评选推荐表

(文字消息/文字评论/新闻专题/新闻访谈/页面设计)

3. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)新闻专题参评作品代表作网址

4. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)评选推荐表(专栏)

5. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)新闻专栏代表作基本情况

6. 2021年度江苏省好新闻(网络作品)新闻专栏2021年每月第二周作品目录

江苏省新闻工作者协会

2022年2月11日

关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(媒体融合) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协(研究会):

2021 年度江苏省好新闻(媒体融合)评选工作即将开始。请各单位认真阅读评选通知, 严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下:

一、参评范围

江苏省内经国家正式批准的报社(报业集团)、广电台(集团)、新闻网站、县级融媒体中心原创并在其移动端首发, 于上一年度应用数字技术、移动互联网技术进行融合传播的新闻作品。其中, 新闻网站指新闻单位和新闻宣传主管部门主办的具有登载新闻业务资质的网站。

二、评选项目及标准

1. 文字消息: 在移动端以简要文字迅速报道新闻事实的新闻作品。要求文字简明扼要, 表述准确, 逻辑清晰, 有完整的新闻要素。移动端首发和新媒体消息要求体现传播环境和媒体特征。

字数不超过 1000 字, 以正文内容按 Word “字数统计” 栏 “字数” 项为准, 含标点符号, 不含标题、署名等内容(下同)。

2. 文字评论: 在移动端首发的原创新闻评论。要求观点鲜明, 论点正确、有新意, 论据准确, 论述精辟, 论证有力。新媒体评论要求体现传播环境和媒体特征。字数不超过 2000 字。

3. 短视频现场新闻: 在移动端首发的短视频类新闻作品。要求时效性强, 现场感强, 信息量大, 传播效果好。时长不超过 3 分钟。

4. 短视频专题报道: 在移动端首发的视频专题报道(含微纪录片)。要求新闻价值大, 主题立意深, 呈现方式新, 社会反响好。时长不超过 8 分钟。

5. 移动直播: 与新闻性事件的发生和发展同步采集现场信号并发布, 集现场报道、背景介绍与事态分析等于一体的新闻作品。对同一新闻事件进行的间断性直播选取其中一个完整直播段参评。跨年直播的作品, 首次播出时间在上一年度, 作品主体部分在上一年度完成的, 计入上一年度。要求策划周密, 能够全面迅速准确地采集与传播新闻现场的重要信息; 音质画面清晰(对重大突发事件的报道可适当放宽); 体现用户的参与性、同场感; 充分体现新媒体直播特征。时长不超过 180 分钟。

6. 创意互动: 移动端首发并与用户形成完整交互传播链条的作品。要求主题鲜明, 特点突出; 应用互动新技术、交互性强; 体现新闻性、互动性、技术性高度统一。时长不超过 30 分钟。

7. 新媒体新闻专栏: 新闻媒体在自有移动端平台或在第三方移动端平台官方账号持续发布且有固定名称的新闻版块(单元)。要求已持续发布一年以上(不含一年), 年度内不少于 48 周, 全年每周不少于 1 次。要求内容选择与栏目定位、发布平台相适应; 形式新颖, 特色鲜明; 特色突出, 信息量大, 受众认知度高, 社会影响力大。

8. 界面设计: 在移动端发布的新闻作品界面。要求主题鲜明, 体现新闻性、艺术性与网络特点的完美统一, 运用多种手段表达、展示新闻主题和内容, 语言丰富; 较好体现界面功能。

9. 融合创新：移动端首发结合运用多媒体技术生产的新闻作品。要求在内容表达、报道形式、技术应用、传播渠道等方面有重大创新，传播效果好，社会反响强烈，对推动媒体融合发展具有积极引领和示范效应。

10. 移动端首发的新闻摄影作品、新闻漫画作品按《关于开展2021年度江苏省好新闻（新闻摄影）评选工作的通知》、《关于开展2021年度江苏省好新闻（新闻漫画）评选工作的通知》报送参评。

三、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

全省参评作品报送数额分配如下：新华报业传媒集团、江苏广电总台（集团）各20件，现代快报6件；南京市记协16件，其他12个设区市记协各10件；经省级验收合格的64家县级融媒体中心每家各1件；专业报协会6件。

四、报送要求

1. 参评作品的主创人员姓名和排序以发布时署名为准（发布时署笔名、网名的，申报时可在笔名、网名后括号内填报本名；发布时未署名的，按“集体”申报）。申报主创人员为“集体”的，需附主创人员名单。

2. 文字消息、评论作者署名不超过3人，超出的按“集体”申报。

3. 短视频现场新闻主创人员署名不超过5人，超出的按“集体”申报。

4. 短视频专题主创人员署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

5. 移动直播作者、新媒体创意互动、融合创新主创人员署名不超过8人，超出的按“集体”申报。

6. 新媒体新闻专栏主创人员署名不超过7人，超出的按“集体”申报。

7. 新媒体界面设计主创署名不超过4人，超出的按“集体”申报。

8. 编辑申报原则上不能空缺，申报时按对作品的贡献度排序。编辑署名不超过3人，超出的按“集体”申报。编辑可同作者重复。

9. 所有参评作品均需进行网上申报和纸

质版申报。

网上申报时间为2022年2月21日至3月12日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报，安排专人专管申报账号和密码。

纸质版申报材料请按照2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品参评材料清单的要求，参评作品一式15份按序装订。

《2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品报送目录》由报送单位填报。

10.《2021年度江苏省好新闻（媒体融合）作品参评推荐表》要求：

1) “社会效果”栏填写作品发布后的社会影响，转载、引用、互动、点击率等情况以及应用新技术情况。

2) “推荐理由”栏填写报送单位撰写的评语，并由报送单位主要负责同志签名确认。未明确填报的，不予参评。

3) 参评“移动直播”奖项，须在《2021年度江苏省新闻（媒体融合）作品参评推荐表》后，附1份1000字以内的直播简介。包括直播意义、直播流程和规模、直播点设定和社会影响等内容。

4) 提交参评作品全屏截图打印件。

5) 提交参评作品二维码打印件。

6) 提交音视频类参评作品文字稿。

7) 参评作品可下载的，使用U盘提供作品原件电子版。文字作品复制为Word文档，音频作品复制为音质效果好的WAV或MP3格式文件，视频作品复制为高清晰的AVI或MP4格式文件。

复制后请务必检查作品内容是否完整；音质、画面是否清晰；播放是否流畅，能够前进和后退。播出时含有的片头、片尾、广告等内容，不得删除。

请于3月12日前将参评纸质材料邮寄或送交省记协办公室，逾期视为自动放弃。

地址：南京市江东中路369号新华报业大厦1号楼2813室

邮编：210092

联系人：王永钢（025）58682807

15905160085

朱静静（网上申报系统）

（025）58682828

13921432398

（下转第38页）



关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(新闻名专栏) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协(研究会):

2021 年度江苏省好新闻(新闻名专栏)评选即将开始,请各单位认真阅读评选通知,严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下:

一、参评范围及标准

1. 经国家正式批准的报社(报业集团)等新闻单位原创,有共同特征的新闻报道版块(单元),已连续刊登一年以上(不含一年),年度内刊登不少于 48 周,全年每周不少于一次,有固定的名称,位置相对固定和独立,不含专刊和专版。

2. 要求内容选择与专栏定位、版面位置相符;形式新颖,特色鲜明;编排制作精良,受众认知度高,社会影响大。

二、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

新华报业传媒集团 7 件,现代快报 1 件;13 个设区市记协各 2 件;专业报协会 2 件;高校报研究会 2 件;省县市报研究会 2 件。

三、报送要求

1. 主创人员名单不超过 7 人,超出的按“集体”申报。

2. 编辑申报原则上不能空缺,申报时按对作品的贡献度排序。编辑署名不超过 3 人,超出的按“集体”申报。编辑

可同作者重复。

3. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为 2022 年 2 月 21 日至 3 月 12 日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报,安排专人专管申报账号和密码。

纸质版申报材料中参评作品报送须列上半年、下半年的代表作各一件,复印一式 20 份。

请于 3 月 12 日前将纸质参评材料寄送省记协办公室,逾期视为自动放弃。

地址:南京市江东中路 369 号新华报业大厦 1 号楼 2813 室

邮编:210092

联系人:王永钢 (025) 58682807
15905160085

朱静静 (网上申报系统)
(025) 58682828
13921432398

附件:

- 2021 年度江苏省好新闻(新闻名专栏)推荐作品目录
- 2021 年度江苏省好新闻(新闻名专栏)推荐表
- 2021 年度江苏省好新闻(新闻名专栏)代表作基本情况

江苏省新闻工作者协会
2022 年 2 月 11 日

关于开展 2021 年度 江苏省好新闻(新闻论文) 评选工作的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协(研究会):

2021 年度江苏省好新闻(新闻论文)评选即将开始,请各单位认真阅读评选通知,严格按照要求推荐报送参评作品。现将有关事项通知如下:

一、参评范围

凡 2021 年度内在有全国统一刊号的期刊、报纸上首次发表的新闻论文,经有关单位组织初评后推荐参评。期刊增刊和图书上汇集的论文不可参评。

二、评选项目及标准

本届新闻论文评选共分 4 个类别。

1. 基础理论:包括新闻理论、新闻思想(不包括经验总结、工作部署、会议综述等文章)。
2. 新闻业务:包括新闻采访、写作、编辑、编导、播音、主持、制作、摄影、漫画、副刊、版面、媒体融合等方面的论文。
3. 经营管理:包括新闻产业政策、事业发展、媒体管理、产业经营、媒介市场、资本运营、物业管理、增值服务等方面的论文。
4. 其他论文:包括新闻史论、新闻教育、科技创新、外国媒体、调研报告等。

要求立论正确,论据可靠,论证充分,论述严谨,立论联系实际,重视实践探索与理论创新。字数限定在 8000 字以内。超长作品须由参评单位主要领导提出特别推荐理由和签名。超长作品在整个论文评选中最多只允许 1 篇获奖。

三、报送数额

请各报送单位严格按照规定的分配数额进行申报。

1. 新华报业传媒集团、江苏广电总台(集团)各 18 篇。
2. 现代快报 3 篇,群众杂志 2 篇。
3. 南京日报报业集团、南京广电集团各 6 篇,其他 12 个设区市报业(集团)、广电台(集团)各 3 篇;县市报研究会 13 篇;专业报协会(含江苏经济报、江苏法制报)12 篇;高校报研究会 9 篇。
4. 每位参评者只能报送一篇。

四、报送要求

1. 报送时需注明参评作品类别(如:基础理论类、新闻业务类、经营管理类、其它类论文)。

2. 填报参评论文作者,以报刊发表时作者的人数为准,超过 3 人,按“集体”申报。论文责任编辑只能填写该论文发表报刊的编辑姓名。

3. 如出现同一作者的同一篇论文被不同的发表报刊分别报送的情况,评选办公室选择发表时间在前的作品,不再另行通知。

4. 所有参评作品均需进行网上申报和纸质版申报。

网上申报时间为 2022 年 2 月 21 日至 3 月 12 日。请各单位严格按照《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》进行网上申报,安排专人专管申报账号和密码。

纸质版申报材料:请用 A4 纸复印参评论文刊发刊物及报纸的封面、目录页、图书版权页;文章内容请用 A4 纸复印,与《2021 年江苏省好新闻(新闻论文)参评推荐表》配套装订,一式 15 份。(下转第 56 页)

关于启用“江苏省记协新闻评奖申报系统”的通知

各省属新闻单位、各设区市记协、各专业记协（研究会）：

根据 2021 年度《江苏省好新闻评选办法》，今年起，江苏省好新闻参评作品启用“江苏省记协新闻评奖申报系统”施行网上申报。为进一步提升申报效率，保障系统有序运行和各单位参评材料的信息安全。现将相关事宜通知如下：

1. 请各参评单位（名单附后）报送系统管理员一名，于 2 月 14 日下午 5 点前填好《江苏省记协新闻评奖申报系统管理员登记表》，加盖单位公章后发送到省记协邮箱：jsxmt@jschina.com.cn。

2. 请各单位系统管理员及时使用 QQ 扫码进入“江苏省记协新闻评奖申报系统管理员工作群”，省记协将在群内发布各参评单位的账号、初始密码等申报相关信息。

3. 管理员登录系统前请务必认真阅读《江苏省记协新闻评奖申报系统操作指南》，操作过程中如发现问题可在群里及时反馈、沟通或电话联系省记协工作人员。

4. 各参评单位的登录账号、密码及各类参评材料的填报上传，实行管理员专

人专管。管理员的微信与申报系统绑定后，无法自行更换，确因工作调整等原因需要更换的，由所在单位向省记协提出书面申请。

联系人：朱静静（025）58682828
13921432398

“江苏省记协新闻评奖申报系统”管理员工作群 QQ 号码：585753214

二维码：



附件：

1. 江苏省记协新闻评奖申报系统管理员登记表
2. 需报送系统管理员的参评单位名单

江苏省新闻工作者协会
2022 年 2 月 11 日

附件 1：

江苏省记协新闻评奖申报系统管理员登记表

姓名	单 位	部门、职务	手机号码	QQ 号

单位（公章）：

2022 年 月 日

附件 2:

需报送系统管理员的参评单位名单

一、省属媒体

新华报业集团(6家):新华日报、扬子晚报、南京晨报、江南时报、乡村干部报、中江网

江苏省广电总台(3家):江苏省广电总台、荔枝网、我苏网

现代快报社

群众杂志社

二、13个设区市媒体

南京(17家):南京日报、金陵晚报、江苏商报、周末报、大众证券报、现代家庭报、都市文化报、家教周报、龙虎网、社区新报、南京广电、南京广播网、江宁区融媒体中心、浦口区融媒体中心、高淳区融媒体中心、溧水区融媒体中心、六合区融媒体中心;

苏州(9家):苏州日报、姑苏晚报、城市商报、苏州广电、昆山市融媒体中心、张家港市融媒体中心、常熟市融媒体中心、太仓市融媒体中心、吴江区融媒体中心;

无锡(7家):无锡日报、江南晚报、无锡广电、无锡教育电视台(网)、江阴市融媒体中心、宜兴市融媒体中心、锡山区融媒体中心;

常州(6家):常州日报、常州晚报、常州广电、溧阳市融媒体中心、武进区融媒体中心、金坛区融媒体中心;

镇江(7家):镇江日报、京江晚报、镇江广电、丹阳市融媒体中心、扬中市融媒体中心、句容市融媒体中心、丹徒区融媒体中心;

扬州(8家):扬州日报、扬州晚报、扬州广电、仪征市融媒体中心、高邮市融媒体中心、宝应县融媒体中心、江都区融媒体中心、邗江区融媒体中心;

泰州(7家):泰州日报、泰州晚报、泰州广电、泰兴市融媒体中心、靖江市融媒体中心、兴化市融媒体中心、姜堰区融媒体中心;

南通(9家):南通日报、江海晚报、

南通广电、如皋市融媒体中心、启东市融媒体中心、海门区融媒体中心、海安市融媒体中心、如东县融媒体中心、通州区融媒体中心;

盐城(11家):盐阜大众报、盐城晚报、盐城广电、东台市融媒体中心、射阳县融媒体中心、响水县融媒体中心、阜宁县融媒体中心、滨海县融媒体中心、建湖县融媒体中心、盐都区融媒体中心、大丰区融媒体中心;

淮安(9家):淮安日报、淮安晚报、淮安广电、盱眙县融媒体中心、金湖县融媒体中心、涟水县融媒体中心、淮阴区融媒体中心、淮安区融媒体中心、洪泽区融媒体中心;

宿迁(7家):宿迁日报、宿迁晚报、宿迁广电、宿豫区融媒体中心、泗洪县融媒体中心、泗阳县融媒体中心、沭阳县融媒体中心;

徐州(11家):徐州日报、彭城晚报、都市晨报、徐州广电、邳州市融媒体中心、新沂市融媒体中心、沛县融媒体中心、丰县融媒体中心、睢宁县融媒体中心、铜山区融媒体中心、贾汪区融媒体中心;

连云港(7家):连云港日报、苍梧晚报、连云港广电、东海县融媒体中心、灌云县融媒体中心、灌南县融媒体中心、赣榆区融媒体中心。

三、专业报协会(10家)

江苏法制报、江苏经济报社、江苏农业科技报社、江苏电力报、江苏科技报、关心下一代周报、《江苏老年周报》社、江苏工人报、扬子体育报、江苏教育报刊总社。

四、高校报协会(14家)

东南大学报、南京农业大学报、南京邮电大学报、南京大学报、南京理工大学报、南京工程学院报、南京工业大学报、江苏大学报、徐州医科大学报、扬州大学报、常州大学报、盐城师范学院报、南通大学校报、江苏师范大学报。

五、县市报研究会



中国记协印发 《长江韬奋奖评选办法》

关于印发《长江韬奋奖评选办法》的通知

各省（自治区、直辖市）和新疆生产建设兵团新闻工作者协会，中央新闻单位，中央军委政治工作部宣传局，有关专业新闻工作者协会：

作了进一步完善。现将评选办法印发你们，请认真执行。

根据近年长江韬奋奖评选实践，我会评奖办公室对《长江韬奋奖评选办法》

中华全国新闻工作者协会
2022年2月28日

长江韬奋奖评选办法

长江韬奋奖是经中央批准常设的全国优秀新闻工作者最高奖，由中华全国新闻工作者协会主办，每两年评选一届。

一、评奖宗旨

开展长江韬奋奖评选活动，旨在表彰我国新闻界德才兼备的优秀新闻工作者，发挥优秀新闻工作者的示范作用，引导广大新闻工作者继承和发扬党的新闻工作优良传统，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，牢记职责使命，践行“四向四做”，增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，保持人民情怀，记录伟大时代，讲好中国故事，传播好中国声音，为夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利、实现中华民族伟大复兴的中国梦不断作出新的更大的贡献。

二、参评范围

从事新闻采访报道的记者、评论员，新闻节目播音员、主持人，新闻作品的编辑、

校对检查，以及新闻节目制片人。要求为国家正式批准的报社（报业集团），通讯社，广播电台，电视台，新闻宣传主管部门和新闻单位主办的具有登载新闻业务资质的新闻网站、新媒体中心（传媒中心）等新闻单位专职新闻工作者。

上一年度履行社会责任评价等级为不合格的新闻媒体，其主要负责人、直接当事人不得参评当届长江韬奋奖。近5年内有新闻职业精神和职业道德不良记录的新闻工作者，不予评选。

新闻单位副部级以上负责人不参评。上一年度12月31日前已办理退休手续人员不参评。曾获长江韬奋奖者不再参评。

三、评选项目

设长江系列、韬奋系列两个评选项目。长江系列评选从事新闻采访报道的记者、评论员和新闻节目播音员、主持人。韬奋系列评选从事新闻作品编辑、校对检查的专职新

闻工作者和新闻节目制片人。

四、参评要求

1. 必须持有国家新闻出版署颁发的新闻记者证。

2. 长江系列要求从事新闻工作5年以上，韬奋系列要求从事新闻工作10年以上。

五、评选标准

按照德才兼备的要求，综合考察参评人员的政治思想、业务成绩、工作作风、职业道德和社会影响。

1. 认真宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持马克思主义新闻观，坚持正确的政治方向、舆论导向、新闻志向、工作取向，自觉为党和国家工作大局服务。

2. 热爱党和人民的新闻事业，积极贯彻落实党的群众路线，坚持“三贴近”“走转改”，自觉践行增强“四力”要求，作风扎实，勇于创新，敬业奉献。

3. 弘扬新闻职业精神，恪守新闻职业道德，维护新闻工作者良好形象，社会反映良好。

4. 综合业务成绩突出。参评人员须获得过中国新闻奖、全国好新闻奖中的一项，或获得过2005年以前中宣部批准设立的全国性新闻作品奖的一等奖，或有少数民族语言文字的报纸、广播、电视作品获省级新闻奖一等奖（校对除外）。

5. 在参评人员各项条件相同的情况下，鼓励在新媒体和媒体融合方面作出突出贡献的人才，优先考虑为加强我国国际传播能力建设作出突出贡献的人才。

（1）记者 采访深入，具有较高的采访报道水平，采写的作品有一定的社会影响力。

（2）编辑 在组织策划、编辑稿件、制作标题、编排版面、创办栏目、制作节目等方面具有较高的业务水平，编辑的作品有一定的社会影响力。

（3）新闻评论员 具有较高的理论、政策水平，注重调查研究，撰写的评论观点鲜明，论述有力，理论联系实际，有一定的社会影响力。

（4）校对检查 爱岗敬业，认真负责，具有较高的业务水平，在防堵差错、质量把

关方面成绩优异。

（5）新闻播音员、新闻节目主持人 具有较高的政策水平、丰富的社会知识，有较强的语言表达能力及节目驾驭能力，主持、播音的节目有鲜明的特色和风格。

（6）新闻节目制片人

具有出色的统筹策划能力，能够激发团队精神，实行科学管理，廉洁自律，敬业奉献，业绩突出。

六、设奖数额与奖励办法

设20个获奖名额，其中长江系列10个，韬奋系列10个。可以缺额，不能超额。中国记协向获奖人员颁发奖杯、获奖证书和奖金。

七、参评办法

参评人员由报送单位组织推荐参评。

1. 组织推荐范围与程序

（1）本办法规定范围的新闻单位，均可推荐本单位人员参评。新闻单位分支机构、记者站人员由本单位推荐参评。

（2）参评人员应由新闻单位编辑记者民主推荐，按回避制组成评委会评选。

（3）新闻单位应对所推荐人员及其申报材料审核把关。

（4）新闻单位应按本办法规定严格审核评委会评选结果，拟推荐人员在本单位公示不少于5个工作日。

（5）科技日报社等中央主要新闻单位和全国性行业类媒体推荐人员，须经上级主管单位审核，签署审核意见并盖章。

2. 报送单位与范围

中国记协委托报送单位开展对有关范围人员的初评。相关单位应对申报材料的真实性、准确性审核把关。

（1）人民日报社、新华社、中央广播电视总台、光明日报社、经济日报社、中国日报社报送本单位人员。

（2）中央主要新闻单位和部分全国性行业类媒体初评委员会（以下简称“中央主要新闻单位初评委员会”）报送科技日报社、人民政协报社、中央纪委国家监委新闻传播中心、中国新闻社、学习时报社、工人日报社、中国青年报社、中国妇女报社、农民日报社、法治日报社和中国教育电视台等单位人员。



(3) 各省(区、市)和新疆生产建设兵团记协、中央军委政治工作部宣传局、中国行业报协会报送本地区、本系统新闻单位人员。

(4) 上述范围以外,主管单位属地方的,由属地省级记协报送;主管单位属中央单位的,由中央主要新闻单位初评委员会报送。

3. 报送程序与要求

(1) 报送单位应按本办法规定制定初评办法,成立初评委员会,并按规定名额报送。

(2) 报送单位应在本单位(地区、系统或初评委员会)

指定新闻网站向社会完整公示拟报送人员全部申报材料。公示时长不少于5个工作日。

(3) 报送单位应对报送人员及其申报材料真实性审核把关。签订诚信参评承诺书(附件1)。出具履行推荐、报送程序以及公示情况的说明,写明相关推荐、报送初评组织情况,公示时间、地点(单位、网址)、公示情况以及举报核查处理情况等,并加盖单位公章。

(4) 各省(区、市)和新疆生产建设兵团记协报送人员,须经同级党委宣传部审核,签署审核意见并盖章。

八、报送名额

人民日报社、新华社、光明日报社、经济日报社、中国日报社,各省(区、市)和新疆生产建设兵团记协,每个单位报送不超过1名。中央广播电视总台报送不超过2名。中央军委政治工作部宣传局报送不超过2名。中央主要新闻单位初评委员会报送不超过10名。中国行业报协会报送不超过4名。

九、参评材料

1. 参评材料应真实准确,符合实际。不得造假、失实、拔高、虚报、篡改。

2. 参评应提交材料纸质版和电子版。两者内容应完全相同。如有不一致,评奖办公室不予受理。如在评选过程中,或获奖后发现的,取消参评资格或获奖资格。

3. 不符合要求或逾期报送的,不予受理。纸质材料以寄达日期为准,电子版材料以截稿当日24时为准。

4. 参评材料制作要求和提交办法详见附件2,确有特殊情况

况应在截止日期前15个工作日联系评奖办公室说明。

十、评选程序

1. 实行推荐、初评和定评三级评选制。

2. 中国记协评奖办公室为评选委员会(以下简称“评委会”)领导下的工作机构,负责受理参评人员材料并开展初审、公示,组织审核、受理复议申请等。评委会未召集期间,接受评委会主任会议领导。

3. 评奖办公室在中国记协网、新华网公示参评人员申报材料,时长不少于7个工作日,接受评议和监督。评议意见提交审核委员会、评委会参考,举报意见经评奖办公室核查后向评委会主任会议报告。

4. 评奖办公室组织审核委员会,对参评人员及相关材料按本办法评选标准进行审核。审核意见经评委会主任会议审议确定后向评委会提出评选建议。

5. 评委会实到评委应超过应到人数4/5。

6. 评委应审看、审听全部参评人员材料,听取审核情况、公示情况报告,确定参评人员资格。

7. 评选以无记名投票方式进行。

8. 获奖者须获得实到评委半数以上的赞成票。长江系列入选者中担任新闻单位领导职务的副局级以上新闻工作者不得超过2名;韬奋系列入选者中担任新闻单位领导职务的副局级以上新闻工作者不得超过3名。

9. 达到规定票数的人员多于设奖名额,按得赞成票数从多向少取齐;最后一个设奖名额出现并列(达到规定票数且票数相同)的情况,评委对并列人员进行表决,得票多者入选。

最多进行三轮投票,如三轮投票后,达到规定票数的人员少于设奖数额,其缺额不补。

10. 评选期间,评委不得宣传、介绍、点评本单位推荐、报送人员。

11. 评选细则由评奖办公室根据本办法和当届参评人员情况起草,提交当届评委会第一次全体会讨论通过后施行。评选结束后,评委会名单、评选细则将随评选结果在中国记协网、

新华网公示，公示时间不少于7个工作日。

12. 评奖办公室负责受理公示期间有关举报，按照本办法

规定对举报事实进行认真核查，提出处理意见报评委会主任会决定。对没有提供违规线索或证据的，不予受理。

13. 核查工作结束并报经中宣部批准后，正式揭晓获奖者名单。

十一、评委组成

长江韬奋奖和中国新闻奖由同一个评委会评选。评委条件和评委会产生办法等详见《中国新闻奖评选办法》。

十二、违规处罚

如有违规参评、获奖的，对相关责任人、责任单位予以处罚。

1. 参评人员申报事迹材料、获奖代表作和《推荐表》等申报材料有造假、失实、拔高、虚报、篡改等情况，一经查实，撤销参评或获奖资格，对相关责任人、责任单位予以通报批评。

2. 参评人员违反职业道德，或因违反评奖规则等行为受到处罚并在影响期内的，一经查实，取消参评资格和获奖资格，并对相关责任人予以通报批评。

3. 因上述1、2项违规情况被撤销参评或获奖资格人员，和被通报批评的责任人，今后不得参加中国记协评选活动。被通报批评的责任单位不得参加下一届长江韬奋奖评选。

4. 对未按规定程序组织推荐和初评，未按要求对报送人员材料公示等违情况，一经查实，即撤销相关人员参评或获奖资格，对

相关责任单位予以批评，责令整改。

5. 对取消获奖资格的人员，公开发布公告，取消相关人员获奖资格，责成相关报送单位、推荐单位追回奖杯、获奖证书和奖金。

6. 填报信息有误，导致申报材料与实际不一致，对报送单位予以批评。首次被批评的，责令整改；连续2届被批评的，减少2届累计涉及名额。

9. 对推荐单位、报送单位和参评人员有请客吃饭、送礼、

贿赂等行为，有关审核委员、评委等参加相关请客吃饭、收受贿赂，进行钱（物）票交易行为的举报，委托相关主管单位纪检监察部门介入调查。一经查实，取消该审核委员、评委资格并通报所在单位。相关责任人今后不得再参与中国记协评选活动；该审核委员、评委今后不得参与中国记协评选活动。

10. 审核委员、评委严格履行与中国记协评奖办公室签订

的保密协议。在评选结果揭晓前，未经评奖办公室授权，不得发布、告知他人有关评选工作的内容和信息。如违反，取消其审核委员、评委资格，并通报所在单位，今后不得再参与中国记协评选活动。

十三、附则

1. 未尽事项，由当届评委会主任会议研究决定。

2. 中国记协享有参评人员申报材料的使用权。

3. 本办法解释权归中国记协。

4. 本办法自公布之日起施行。

（上接第50页）

请于3月12日前将纸质参评材料寄送至省记协办公室，逾期视为自动放弃。

地址：南京市江东中路369号新华报业大厦1号楼2813室

邮编：210092

联系人：王永钢（025）58682807

15905160085

朱静静（网上申报系统）

（025）58682828 13921432398

附件：

1. 2021年度江苏省好新闻（新闻论文）推荐作品目

2. 2021年度江苏省好新闻（新闻论文）参评推荐表

江苏省新闻工作者协会

2022年2月11日