

重大主题创作要义浅析

邢逸川

做好重大主题报道是主流媒体的职责使命，更是媒体政治判断力、政治领悟力、政治执行力的集中体现。如何让重大主题报道做到“出新出彩”“叫好叫座”，让主流价值观“入眼入耳入脑入心”，既是检验主流媒体舆论引导能力的重要标准，也是不断推进深度融合、提升主流媒体传播力的重要实践课题。

近年来，温州广播电视传媒集团扛起主流舆论的大旗，筑牢主流价值的“主心骨”，牢牢扭住“守正创新”这一唱响主旋律的“牛鼻子”，以强“四力”为抓手，以“走转改”为推手，坚持做贴近群众、打动群众、引领群众的重大主题报道，在全媒体时代奏响舆论传播的时代强音。自2014年以来，温州广播电视传媒集团先后主创或共同创作的《复合传播 全民参与——温州新闻综合频道“五水共治”大行动》《温州改革·三十六计》《初心的力量》《温州“战疫”报道》《东海潮声》等5件作品获得浙江新闻奖重大主题报道一等奖，另有1件作品获二等奖，2件作品获三等奖。这一系列重大主题报道不仅取得了较好的传播效果，也在一定程度上为重大主题报道在新时代下的探索、发展、传播提供了可借鉴的经验。

一、报道内容立足“本土”牵引“天线”，“上下结合”呈现时代风貌

多年来，温州广播电视传媒集团在重大主题报道方面做出突破、取得效果、赢得认可的作品，无一不是从本土特点出发，深挖具有“温州元素”“温州典型”的新闻案例、新闻故事，既立足于时代发展的高度，又采

用平民化的报道视角，让广大受众从“本土的温州”看到“中国的温州”。

如2015年的获奖作品《温州改革·三十六计》，立足民营经济这一温州的特色和底色，全景式展现温州36个国家级改革试点成果，立体式回望温州赶超发展历程，通过对一系列改革的报道和剖析，梳理其中的经验，对全国全面深化改革探路，顺利推进“十三五”发展具有重要的参考借鉴价值。其中针对金融改革、养老改革、医疗改革3方面的改革创新举措、具体实施路径的3篇代表作，无论是从选题角度、对典型案例的故事化表述还是体系逻辑设计都具有创新性。既有针对性，又有全面的采访，由表及里、点面结合、通俗易懂，深入浅出地从多角度深层次剖析改革成功的内外因素，尤其是在编后的评论环节，言简意赅，凝练地指出温州各项改革成果的关键，引人深思。以上种种精心设计和较高的采编水准，提升了报道的可视性，扩大了传播的影响力，得到了时任温州市委市政府相关领导以及广大受众的肯定。

又如2022年的获奖作品《东海潮声》，温州广播电视传媒集团紧扣习近平总书记寄予温州“续写创新史”殷殷嘱托20周年的历史节点，聚焦20年来温州经济社会取得的成效成果，深挖基层一线故事，把一件件一桩桩烙刻着时代元素、温州辨识度的奋斗故事串珠成链，制作《锐变》《探路》《潮涌》3个系列片。第1集《锐变》着重展现二十载里温州民营企业如何逐浪前行、持续迸发民营经济旺盛活力，发出新时代温州民营经济

“两个健康”最强音的发展故事。第2集《探路》，着重展现20年来温州如何从“水路”一条到通江达海、跨山越谷，再到“港通天下”的都市能级大跃升，书写温州融通未来“新华章”的开放故事。第3集《潮涌》，着重展现温州牢牢把握“制度”这一治理与变革的关键核心，一路披荆斩棘、探路先行的改革创新故事。该组系列报道主题宏大，呈现精细，时间跨度长，创作团队历时半年多，从一个个小而典型的案例、故事着手，大量的镜头和画面聚焦到基层一线的农民、工人、乡镇干部、中小企业主，用一句句充满真情实感的话语、一个个来自奋斗一线的场景，充分展现温州社会各界20年来坚持“续写创新史”，推动温州改革发展迈上历史新阶段的生动画卷。据不完全统计，《东海潮声》及其相关衍生作品在传播过程中，全网传播累计触达率超亿人次。

向公众传导主流价值观是重大主题报道的“题中之义”。温州广播电视传媒集团通过主题的小切口、微视化，案例的叙事化、故事化表述，在优化提升重大主题报道可看性的前提下，既向社会大众提供了正向的价值判断和正确的舆论导向功能，更赋予了重大主题报道强烈的时代感。

二、报道方式突出“融合”注重“实效”，全媒体传播强化引导

一直以来，温州广播电视传媒集团始终聚焦主题主线，以唱响主旋律、弘扬正能量为职责使命，积极探索在重大主题报道这一宣传主阵地的创新实践，而深挖本土特色、充分运用全媒体优势开展的“全景式”新闻行动正是其中的创新举措之一。

2014年，浙江省委部署全面推进“五水共治”工作，温州大地掀起治水热潮。创作团队敏锐地意识到，五水共治是一举多得的举措，既扩投资又促转型，既优环境更惠民生，在深度结合温州广大群众“苦黑臭河久矣”的社会基础上，策划推出《复合传播 全民参与——温州新闻综合频道“五水共治”

大行动》，联动主打栏目《温州新闻联播》《新政聚焦》《有话直说》和广电市民监督团，形成动态新闻、专题报道和市民监督等多形式、全方位的舆论监督报道，直接督促五水共治涉及问题的整改进度，打造出《五水共治》《河长论坛》等大型主题论坛，搭建全民参与的平台，并协同热线电话、微博、微信、网站等互动渠道，全面架构起全媒体全覆盖的立体报道网络，营造良好的社会氛围。据不完全统计，当年仅公益环保组织就有50多家、志愿者3万多人参与该新闻行动，有利助推了五水共治工作在温州的顺利推进。

其后几年，温州广播电视传媒集团持续在重大主题报道的策划创新上发力，全面探索如何让形式新、内容真、传导性强、影响力大的全媒体新闻行动赋能重大主题报道。如2019年的获奖作品《初心的力量》，温州广播电视传媒集团根据“不忘初心、牢记使命”主题教育全媒体新闻宣传活动部署要求，依托策划实施线上线下联动、全媒体传播的“三步走”宣传方案：一是组织上百路记者深入温州12个县（市、区）的上百个乡镇、上千个村社采访报道，深度采撷发生在瓯越大地上的鲜活故事，全景式呈现温州主题教育工作的全过程。二是除了在传统媒体传播外，依托新媒体平台“快点温州”客户端同步直播，并在“温州发布”“温州新闻”客户端、温州网等数十个新媒体端口同时进行矩阵传播，打破场域限制等问题，让更多的干部群众参与进来。三是充分运用5G“VR”等新媒体新技术的传播方式赋能，运用好“1+12”市县融媒协作体系，联动集中报道+新媒体推荐宣传，并将录制好的现场报告会，提供给本地基层广大党员干部观看学习。同时积极做好“上联外接”，联动人民日报、央视、浙江日报、浙江卫视以及境外媒体等播出。据不完全统计，该项新闻宣传活动矩阵传播到达受众超4000万人（次）。通过这一新闻行动让主题教育影响力更大、覆盖面更

广，在全社会营造浓厚的氛围，发挥了积极的舆论引导作用。

在全媒体时代，温州广播电视传媒集团立足于“融”这一核心要素，以群众“喜闻乐见”的方式，创新传播手段，优化传播矩阵，既做到把“宏观”理念融入“讲人话讲人事”的具体场景中去，同时也立体化全媒体地植入有活动、有互动、有共鸣的“微观”事例，真正把概念化为具体鲜活的实践，让正确价值观实现“入脑入心”。

三、报道团队围绕“中心”践行“四力”，千锤百炼创精品

重大主题报道能不能有创新有突破，并实现可持续发展，取决于创作团队的敏锐度、策划力和报道水平。多年来，温州广播电视传媒集团坚持创新体制机制，在顶层设计、人才队伍培养、采编播体系建设和日常磨炼有机结合、相互作用，在系列重大主题报道中均发扬了“总监领军、主任带头、骨干冲锋”的优策划、强执行、求创新、重实干的团队作风。

如在创作《复合传播 全民参与——温州新闻综合频道“五水共治”大行动》时，在总监室的带领下，50多名骨干记者投入其中，历时近7个月，采制相关新闻300余条，基本上确保一天一条，播出专题报道100余篇，涉及“五水共治”方方面面，制作播出系列公益广告，并制作全市五水共治专题汇报篇，整合各条线采编力量的持续投入，确保做到天天有报道、时时有亮点、处处求实效。

又如在创作6集《战疫》纪实片时，温州广播电视传媒集团以总监室为“脑”，以采访部、编辑部为“眼、手、足”，拍摄画面长达百余小时，其中不乏“白+黑”的场景画面，更有许多记者“冲锋”在重症急救室、阳性病人隔离站所的纪实性场景画面。制作过程中，充分激发创作团队的职业荣誉感责

任感和创作热情，前后文稿脚本文字十余万字，并几易其稿，从百余小时的海量拍摄素材中精心筛选剪辑，在创作团队“白+黑”“5+2”的奋斗下，该片较好地将宏大叙事与精微呈现相结合，有细节有事件有人物，再现温州众志成城的战“疫”时刻。在该片开播时，片中的医务人员、志愿者、海外华侨、国际友人等人物代表和事件亲历者也来到现场，在看到一幕幕场景重现时，热泪盈眶。

在一次次攻坚实战中，温州广播电视传媒集团充分发挥领导班子、领军人才的“头雁效应”，有效激发“群雁齐飞”的团队创新活力。由此延伸而来的新闻采编人员业务学习例会定期举办，也取得了政治理论学习和业务技能学习的良好效果，有效促进频道、中心采编人员对大局大势的认知进一步深化，对“主题”的把握更加精准，“报道”的能力持续提升，并逐步转化为推动采编工作前行的强大动能。

四、结语

做优做强重大主题报道是主流媒体工作态度、思想高度、下沉深度的综合体现。在日常工作中，惯于“起高调”，常常“硬着陆”仍是部分主题报道存在的通病，在采写过程中，往往找不准“小切口”，过度强调宏大叙事，策划模式化、僵硬化。这些摸不到群众真正痒点、爽点和痛点的宣传式产品，既讲不好“故事”，更引不起“共鸣”，辐射在新媒体端的传播上，则存在着“用户思维”相对薄弱，信息交互不足的特性。作为一项系统工程，重大主题报道如何在全媒体时代“建新功”，需要我们媒体人立足时代和社会发展总趋势的舆论引领高度，在强化用户思维的牵引下，把关注民众感受，创新呈现方式，讲好新时代故事的传播“本领”抓在日常干在经常，方能“炼”成在关键时刻靠得住、有作为的重大主题报道铁军。

（作者单位：温州市广播电视台）