

立足新闻主业 深耕内容生产

——“庆元与长兴开展新闻联合行动”的实践与思考

吴晓群

2021年4月26-28日，湖州市长兴融媒体中心 and 丽水市庆元融媒体中心联合推出了《红色足迹：“从关键性一仗”到“江南小延安”》的主题系列报道，受到广泛关注。党史学习教育开展以来，我省县级媒体首次以“踏寻红色足迹”为主题开展的跨市新闻联合行动。此次两地联合新闻行动的探索实践，实现全媒体矩阵资源共享联动，获得“1+1大于2”的宣传效果，唱响主旋律、传递正能量。笔者以此次联合行动策划方案为例，探讨县级媒体在开展新闻联合行动时，如何把握“立足新闻主业，深耕内容生产”。

一、以导向为魂 讲好主题宣传故事

做好主题宣传是主流媒体的职责使命，也是主流媒体体现权威性、影响力的有效途径。2021年是中国共产党成立100周年，做好建党百年报道是媒体的职责和使命。2021年4月，在两地互访中我们了解到长兴与庆元同属革命老区，粟裕大将曾经在两地战斗过。1935年，庆元县斋郎村的“关键性一仗”，为挺进师打开了进入浙西南的通道；1945年，长兴成立新四军苏浙军区，被誉为“江南小延安”。粟裕大将运筹帷幄、决胜千里，点亮了革命年代激情燃烧的岁月。粟裕大将在两地的“烽火十年”，就是庆元与长兴的纽带。为此就有了以粟裕大将为轴线的新闻采访联合行动的想法。互访中，双方采编人员多次召开策划碰头会。大家各抒己见，碰撞思想火花，几易其稿，最终成型了《红色足迹：“从关键性一仗”到“江南小延安”》主题系列报道策划方案，并初步商定以相关红色故事见证者、知情者出境，让革命“文物”发声，以红色小物件讲述生动红色故事，以“小切口”做好建党百年重大主题报道。

重大主题报道由于题材重大、涉及面广，而且往往是命题作文，要出新出彩难度比较大。这次系列报道我们既追求报道的宏大视野和主题深度，又尽可能贴近群众、贴近生活，赋予重大主题报道感染力和影响力。如在叙述方式

上，整组系列报道整体强调以“故事为轴”，让事件当事人讲述一个个鲜活的红色革命和新时代“红绿融合”发展的故事。每篇报道既可独立成篇，又有内在逻辑联系，由“红色足迹”贯穿始终。在编排上，每篇报道巧妙设计悬念呈现结构之美，并灵活运用背景音乐等烘托氛围和表达情感等，使报道彰显温度和深度等。

(一) 以人物为轴线：一位将军烽火十年的两地情，让新闻内容更具感染力和影响力

第一篇报道中以庆元斋郎村“关键性一仗”见证者叶庆炉老人与两个红军碗故事切入，带出粟裕大将率领的挺进师与当地老百姓的军民鱼水情。以粟裕大将与当地老百姓的军民鱼水情为轴线，从而带出粟裕大将为长兴候阿苟改名的故事，有细节，有悬念，转场自然，引人入胜。

(二) 以故事为轴线：一瓶老酒跨越山海的感恩情，让新闻报道更具吸引力和亲和力

第二篇《跨越山海的礼物》报道中，两位见证斋郎“关键性一仗”战斗的后人，以及县党史办人员带着家酿红酒到长兴祭拜先烈，重走当年粟裕的战斗路线，作为两地的纽带连接。

(三) 以时空为轴线：一篇报道共享共推的“山海”情，让报道效果更具生命力和竞争力

第三篇《两个红色村的对话》，从长兴仰峰村与庆元斋郎村两个红色村互访切入，讲述长兴庆元2003年开展山海协作以来，在产业合作、乡村振兴、社会事业等方面的合作成效，从而深化主题。

二、以内容为王 打造融媒体产品

这次主题报道活动我们摒弃以往主题报道严肃、刻板的公文式报道，坚守“内容为王”，化大为小，让细节定格，尝试多样化新闻表现手法表达宏大主题，提高主题宣传的吸引力、亲和力。从策划开始，我们就强化这一主题报道的新闻点、观众兴趣点，合理设置故事悬念。

(一) 践行“四力”，深入村里做好蹲点，挖掘具体的人和事，探究受众的关注点

通过整合、配强采编力量，共同推动新闻联动进程，完成高质量新闻采编任务。先后选派了10多人次采编经验丰富的记者深入一线蹲点采访。如到庆元县斋郎村实地采访“两只红军碗”故事主人翁、现年92岁的叶庆炉老人。长兴融媒体中心也派出记者深入采访了粟裕大将为“阿苟改名”的故事。通过深入采访，92岁高龄的叶庆炉老人与两只红碗的故事，粟裕大将为“阿苟改名”的细节，粟裕大将使用的大刀赠送给侯阿苟等诸多细节，悉数收入囊中。老人拉着二胡沉思，在粟裕大将铜像前摘帽、三鞠躬，让儿子带着家酿红酒到长兴粟裕墓前祭拜，侯阿苟背着粟裕大将赠送的大刀奔赴抗美援朝战场立战功这些细节无不凸显了老人对老一辈革命家的敬仰，让屏幕前的我们备受触动，与主人公产生共鸣。

(二) 把握新闻方向，两地不断调整采访思路，及时策划亮点，推动新闻事件发展

第一版 庆元-长兴联合采访策划

| 深入宣传新四军苏浙军区司令部——长兴“江南小延安”的革命历程

| 记者现场实地采访和挖掘两地在烽火年代感人的红色革命故事（比如，长兴的某一感人革命故事或者物件）。

| 围绕新四军苏浙军区纪念馆和江南红村两个点，宣传长兴县红色旅游“多产业多业态”融合发展的亮点和成效（红色旅游推荐）。

第二版 庆元-长兴联合采访策划

该系列分为5个选题，主题为寻访粟裕将军战斗足迹

| 庆元斋郎战斗，讲述关键性一战。粟裕在庆元的战斗，加采访。

| 长兴新四军司令部、纪念馆，讲述粟裕从庆元到长兴的战斗生活。

挺进师有无在庆元留下后人，或者见证粟裕将军战斗的后人，邀请一两个人到长兴。

| 祭拜先烈，重走当年粟裕的战斗路线，作为两地的纽带连接。

| 长兴新四军缴获的一门功勋炮的故事。

| 长兴红色旅游，庆元绿水青山，可采访长兴文旅集团，两地的旅游连接，可加海采“你知道庆元、长兴吗？”

第三版 庆元-长兴联合采访策划

该系列分为3个选题，主题为寻访粟裕将军战斗足迹，初步定为2021年4月28日，两地共同推出系列报道第一篇。

| 庆元斋郎战斗，讲述关键性一战，粟裕在庆元的战斗，加采访。通过转场转到长兴视角。长兴新四军司令部、纪念馆，讲述粟裕从庆元到长兴的战斗生活，长兴新四军缴获的一门功勋炮的故事。

| 叶庆炉老人的儿子和叶伙有到长兴，祭拜先烈，重走当年粟裕的战斗路线，赠送红军碗，作为两地的纽带连接。

| 两地山海协作，两山理念，沟通和交流。

如在采访中与县党史和地方志研究室专家深入沟通，促成叶庆炉老人儿子和村民带着自酿米酒和两只红军碗（仿制品），到长兴粟裕大将墓前祭拜先烈，并重走当年粟裕大将的战斗线路；促成长兴仰峰村与庆元斋郎村两个红色村的村两委主要负责人互访，讲述长兴与庆元自2003年开展“山海协作”以来，在旅游产业合作、乡村振兴等方面合作成效，深化“红绿融合”主题。

(三) 精心编辑制作，两地配强后方编辑团队，认真梳理脉络，用心打磨细节，精心编辑制作

在报道方式上，记者化身为事件见证者，用讲述式报道的方式，全程没有多余的说教。同时精心编写串词，巧妙设计过渡和转场；承上启下，前后关联。此外，在后期制作中还充分运用背景音乐、字幕等表现手法，有效增强报道感染力。

三、以创新为要 实现传播新突破

发挥两地全媒体矩阵传播优势，通过多种形式呈现作品，使报道更具传播力和影响力。一是巧选刊播时间。2021年4月，长兴、庆元“缅怀烈士”成为主基调。尤其特别的是，这一天还是斋郎战斗胜利86周年纪念日。为使整组系列报道引起读者共情、共鸣，两地选定同步刊播时间为4月26-28日，营造缅怀革命先烈以及斋郎战斗胜利纪念日的浓厚氛围，使报道更具亲和力与传播力。二是媒体矩阵传播。充分利用报纸、网站、电视端、新闻客户端、广播等全媒体平台优势进行传播，精心制作易于推送的短视频，在掌上庆元、菇乡视界、中国蓝、天目云等平台第一时间推送。《菇乡视界》推送的短视频阅读数累计10万人次，转发500多次，点赞数3000多人次。三是持续巩固提升。在网站首页设置专题集纳新闻联合行动相关报道等，方便受众及时查看和评论点赞，增强传播效果，从而形成主题报道的合力。

（作者单位：庆元县广播电视台）