

文润之江·深入实施文化建设“八项工程”20周年

记录时代 凝聚力量

浙江创新开办《第一视点》专栏

创新重大主题报道 生动阐释思想伟力

■ 本报记者 金春华 张苗

习近平同志在浙江工作了6个年头,留下了宝贵的思想和实践富矿。为深入讲好习近平总书记的故事,阐释好习近平新时代中国特色社会主义思想,展示浙江广大干部群众在“八八战略”指引下的生动实践,浙江省委宣传部于2023年8月指导浙报集团、浙江广电集团等省级主要媒体,在重要版面、时段、屏位开设《第一视点》专栏。专栏聚焦中心大局、围绕重大主题,紧扣重要节点,推出了一系列重磅作品。

两年来,《第一视点》不断创新选题策划、素材溯源、内容语态、传播模式和工作机制,持续出新出彩。截至目前,专栏已刊发报道和新媒体产品350篇(个),全网总传播量约49亿,产生广泛影响,成为省域层面开展习近平新时代中国特色社会主义思想研究传播的全新探索和生动实践。

建强战队,创新工作机制

专栏成立以来,创新了一系列体制机制,并不断优化完善。在浙江省委宣传部指导下,浙报集团和浙江广电集团充分发挥各自优势,努力以更高站位、更广视野、更大格局研究谋划、创新突破,打好“协同战”,形成《第一视点》报道合力。

浙报集团、浙江广电集团把做好《第一视点》专栏报道作为工作“置顶项”,对栏目报道机制、工作流程进行系统性重塑。两家集团分别成立专班战队,集团社长、总裁、总编辑担任队长,靠前指挥。浙报集团打破部门藩篱,抽调精兵强将组建政治、经济、文化、生态等战队,“第一视点工作部”负责栏目日常统筹、策划、协调等工作。浙江广电集团以融媒体新闻中心为主体,成立特别报道部和蹲点报道、评论报道、新媒体传播等战队。《第一视点》不仅推出了一批精品佳作,也成为锤炼采编队伍、培养年轻记者的重要平台。

战队注重日常学习和策划,组建“学习小组”对相关故事素材进行系统性整理、研究,提前进行选题策划。围绕党纪学习教育,推出《记者手记:“打铁必须自身硬”》等报道;结合习近平总书记考察浙江,策划推出《记者手记:一枝一叶总关情》;结合习近平总书记给景宁畲族自治县各族干部群众回信,推出《总书记的畲乡情》等报道;深入贯彻中央八项规定精神学习教育开展以来,策划推出《作风建设必须抓常抓细抓长》《谋事之基 成事之道——习近平在浙江的调研故事》等多篇报道。



左上:2023年8月14日《浙江日报》推出《第一视点》开栏作品《人不负青山,青山定不负人——余村十八年》。
左下:浙江广电集团《第一视点》弘扬“红船精神”勇立时代潮头画面。
右上:浙江广电集团记者在蚂蚁岛采访。
右下:浙报集团记者在景宁采访。

浙江广电集团记者 王川 摄
本报记者 蒋梦桦 摄

循迹溯源,创新素材发掘

习近平同志在浙江工作期间,留下了大量的足迹、印迹、心迹。《第一视点》主创团队循迹溯源,深入开展蹲点调研,挖掘新故事、新人物、新细节,为写好《第一视点》专栏报道不断充实丰富“素材资源库”。

为采写《第一视点》专栏开篇作品

《人不负青山,青山定不负人——余村十八年》,记者深入“绿水青山就是金山银山”理念诞生地湖州安吉余村,开展了为期一个多月的蹲点调研,几乎走遍余村每个角落、每户人家,先挨家挨户摸底“海选”,再一个一个登门细访,挖掘了许多感人的细节,为写好报道打下扎实基础。

深入调研、独家挖掘,成为《第一视点》报道不断提升原创度、生动性和传播力的关键。采写《人才聚 事业兴——浙

江人才强省二十年故事回眸》时,浙报记者挖掘到当年习近平同志关心鼓舞中科院院士毛江森,帮助他渡过难关等多个感人细节,让报道中的故事和人物形象更加立体、更具感染力。浙江广电集团短视频《消失的挡板》,紧扣一个细节画面展开:习近平同志在开化调研,指着办事窗口的玻璃挡板说“你们这儿的玻璃是不是有点低?窗口空间能不能再大些?”消失的“挡板”,成为浙江机关效能建设一个缩影。

主创团队全身心投入一篇篇报道采写中,将深邃思想与个体感知联结起来,将宏大叙事与动人细节融合起来,力求以“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的报道,让思想伟力“飞入寻常百姓家”。

改进文风,创新话语表达

如何让重大主题报道既接“地气”又抵“人心”?《第一视点》栏目持续转作风、

潮新闻·钱江晚报创新推出“小店帮”平台 搭起为民服务的桥梁

■ 潮新闻记者 陈欣 葛晓娟

谁是“芋圆大叔”?他叫施宏强,是“九份大叔”糖水铺的店主,也是钱江晚报从2021年第一季百家小店调查时就开始持续关注的店主。

这五年,他一直在“变”,从一个守店店主,转型成为一个“三栖”(开小店、赶市集、上门做私厨)店主,三年参加了624场市集。如今他的门店更像“中央厨房”,主要负责甜品的配料制作。他赶的每一次市集,都成了“移动分店”,目前市集营收已超小店营收的60%。

这样的小店故事,在潮新闻·钱江晚报小店系列报道中很常见。作为一家深耕本地多年的主流媒体,钱江晚报秉承“心向读者、情系万家”的初心,一直把联系基层当作和读者用户强链接的抓手。作为浙报集团倾力打造的新闻传播平台,潮新闻始终坚持“好看的党端,有烟火气的平台,智联用户的‘新生态’”目标。2023年2月18日,浙报集团推进三端合一,潮新闻客户端上线,钱江晚报和潮新闻开始实施一体化运行。关注小店,正是潮新闻·钱江晚报深耕浙江、联系群众、服务民生的生动注脚。

2021年,不少小店经历难关,钱江晚报开始关注它们的处境。作为“小店帮”的开端,当年5月,第一季百家小店调查开启,11路记者走访了100多家杭城小店,形成5万多字的调查报告。第二年起,小店调查升级为帮帮小店新闻行动,钱江晚报组建微信群,与数百名小店店主日常联系沟通,为小店对接政府

杭州推进融媒改革打造宣传融媒中心 连通万千百姓事

■ 本报记者 詹丽华

如果你关注了“杭州发布”微信公众号,就会发现它每天都会花大篇幅聚焦民情“小事”:西湖边的晚霞、工资卡里多了一笔“高温津贴”、近期杭州重要的演出比赛信息……这个在全国城市发布微信周榜排名跃居前三的官方政务号,正用带着城市“体温”的市井烟火气,重新定义官方平台的打开方式。

这种“不一样”的背后,是一场始于两年半前的媒体融合改革。2023年2月27日,在中共杭州市委宣传部的领导下,由杭州日报报业集团建设运维的杭州市宣传融媒中心正式挂牌成立。原本分散运营的“杭州发布”平台、“韵味杭州”抖音号、“学习强国”杭州学习平台、杭州国际传播中心、“浙江宣传”杭州供稿中心等杭州市域五大主流官方宣传阵地,被纳入同一套“神经中枢”,探索市级融媒的改革之路。

“小店帮”上线后,潮新闻客户端同步开通“小店帮”版块。在这里,小店店主可以发帖,求表扬、求助力、求流量,需求会一键直达对应记者。通过技术赋能,潮新闻客户端的“小店帮”和“杭企惠”实现数据互通,资源共享,不管小店店主通过哪个平台求助,团队都可以第一时间看到。

“小店帮”持续帮助脑瘫少年涛涛,让他的糯米花小摊在地铁口有了固定地点;帮助“纯真年代”书吧宝石山店联系属地交警等多部门,改善了顾客去店里的出行路……

从百家小店调查系列报道,到帮帮小店新闻行动,再到“小店帮”,记者不仅是记录者、传播者,也是社会生活的连接者、服务者。“小店帮”的未来必定更智能更全能,给用户带来更多实实在在的帮助。

“喊话西湖大爷成功”等多个话题登上热搜;当300多家主流媒体参与转载和报道,全网总阅读量近4亿,这场双向奔赴让主流媒体与顶流IP完成了一次漂亮的文化共振——原来官方平台也这么“会玩”。

更懂用户的,是《夜读》栏目的“进化”——在新媒体阅读的晚高峰时段,以主打人文关怀的高质量内容,做好思想引领、价值涵养的文章。栏目一经推出即大受欢迎,篇均阅读量超5万。随后,扩展至“读人、读事、读城、读书、读万物”,成为杭州“城市文化新IP”。

改革真正的深意,在于构建一张覆盖全市的“传播神经网”。通过市、区县、镇街三级融媒体系,让市域资源“动起来”,一个通联、供稿、共创、共建、共享的新平台逐渐成型。

技术赋能,则为这场改革增加了更多想象力。融媒中心已加入“新质AI媒”智能生产体系建设,依托“杭州云”平台实现内容生产的智能化升级。从AIGC生成图文到沉浸式新闻呈现,技术创新始终围绕一个核心:让主流声音更有“现场感”和“体验感”。

回溯融媒中心两年半的改革之路,从政策传达者到生活陪伴者的角色迭加,不仅完成了一次平台整合,更激发了一场关于“如何与城市共情”的深刻思考——最有生命力的传播,从来不是高高在上的说教,而是扎根市井的共情。

“以人民为中心”,当官方平台有了人间烟火气,主流价值才能真正住进人心。

湖州打造市域精准运营智能体应用开放平台 “运营媒体”向“运营城市”进阶

■ 本报记者 吴丽燕

一到暑假,家住湖州市南太湖新区仁皇山街道翰林世家小区的徐先生便为接送孙子上各类暑期班而犯愁,“小区内停车位紧张,暑假来接送孩子,停车成了大难题。”最近,这个难题终于得到了解决。他通过南太湖号客户端“湖州e停”应用,租到了两个月的临时车位。

市民方便的背后,是湖州市新闻传媒中心在媒体融合过程中,主动拥抱人工智能,与浙江传媒学院联合成立了AIGC创新实验室,从“运营媒体”向“运营城市”转型。去年,当地依托大数据、AI大模型等前沿技术,打造了“面向市域精准运营的智能体应用开放平台”,赋能城市治理与民生服务。

“湖州e停”就是依托该智能体平台打造的首个应用。解决“停车难”问题,不仅事关民生福祉,更考验着城市现代化治理能力。“在南太湖号曝光平台上,市民反映停车难问题也很集中,我们累计收到相关问题1556件。”湖州市新闻传媒中心AIGC创新实验室负责人程佳辉介绍,为此他们联合市综合行政执法局,整合全市2590个停车场动态数据建起“停车一张图”,并集成了智能搜索导航、车位共享、曝光投诉等核心功能,构建起“AI大数据—百姓参与—媒体报道—政府管理—技术支撑”五维协同治理体系。

一直以来,住宅小区、写字楼、商业综合体等停车场都存在停车时间差,如何将空闲的车位与有停车需求的用户

改文风,坚持用事实说话、用故事说话、用典型说话,努力做到言之有理、言之有物、言之有据,增强报道感染力、影响力,引发受众情感共鸣。

“细节启人深思”“故事让我们感动”……不少读者点赞。两年来,主创团队用心用情讲好习近平总书记的故事,让读者从中感受跨越时空的思想力量。《记者手记:春节的故事 温暖的牵挂》一文,聚焦习近平同志在浙江工作期间度过的5个春节,讲述了习近平同志坚持下到湖州长广煤矿1000多米深的矿井,和矿工一起吃饺子、解决矿工住房难等感人故事,以小见大,展现习近平同志深厚的人情情怀。

改进话风文风是增强理论宣传吸引力的迫切需求。今年,专栏迭代升级,浙江日报推出《学习手记》子专栏,通过记者的采访学习和理论思考,以“观点+故事”的表达方式,推出千字左右的手记,提炼启示意义,积极引导社会舆论。在全省“新春第一会”召开当天,刊发的首篇作品《习近平的四副春联》,引发全省党员干部热烈反响。

积极探索,创新传播方式

《第一视点》专栏一直坚持创新传播方式,努力扩大重大主题报道的传播力、影响力。目前,专栏已探索形成多元化报道形态,根据选题特点,推出蹲点报道、长篇通讯、特写、评论、读端、长图、微影像、H5等各类作品,并在社交平台开设话题,加强与受众互动,有多个话题上了微博全国热搜榜。

两年来,《第一视点》已形成全方位、多层次、多声部的传播矩阵。专栏作品多次被中央主要媒体、学习强国总平台、头部平台等转载推广,同时通过市县乡三级媒体联动,扩大报道的传播。比如,“习近平在浙江的改革故事”系列报道,全网传播量破1亿,产生了全国性影响。

《第一视点》的报道内容,成为浙江青年理论宣讲员讲好总书记故事、阐释好总书记思想的生动素材,深入高校思政课堂,走进广大企业、农村和社区。主创记者不仅加入青年理论宣讲员的队伍,而且不定期与来自各行各业的青年宣讲员交流采访心得体会,让报道成果助力新思想的传播。

《第一视点》探索拓展国际传播路径,开设“Fresh Sight”栏目。今年以来,该栏目推出《大卫看“浙”里》系列报道,以英文专题、短视频等形式,将好故事推向海外。目前累计刊发原创英文报道和帖文400余篇(条),海外传播量超过5000万次。