

主动作为 发挥特色 全媒传播

——集团媒体关于中央领导在豫调研宣传报道综述

□刘洋 李文红 庞瑞妍 李恒 郭俊华 陈琛



编者按 | 5月8日至9日,李克强总理来河南调研。一路走来,总理进企业、入滩区、访农户,谈改革创新、论简政放权、察民生改善、体民意民情,一幅幅生动画面,一幕幕感人场景,看集团旗下各媒体报道总理“回家记”精彩纷呈。

河南日报集中发力掀起宣传高潮

河南日报突出重点、集中发力,宣传报道好中央领导在豫考察期间的活动,并展示河南近年来经济社会发展取得的成绩,以全媒体集团军的态势形成报道合力,掀起了宣传的高潮。

5月8日、9日,河南日报分别在头版刊发两篇通讯《新格局塑造新河南——中原城市群按下河南发展“快进键”》《新动能引领新发展——河南经济转型升级“进行时”》。前文以时任河南

省委书记李克强提出中原城市群发展战略构想入手,重点描绘历届省委省政府持续接力,不断推进中原城市群发展战略,使中原城市群整体呈现出要素聚集、内外联动、合作共赢、加速崛起的良好态势。后文则展示了当前我省按照习近平总书记视察河南时提出的打好“四张牌”的要求,大力实施“三区一群”战略,坚决打赢转型发展、脱贫攻坚、国企改革、环境治理“四大攻坚战”,提升创新能力、增强改革动力、进一步扩大开放,不断培育保障河南发展的动力源泉。两篇通讯写出了历史纵深感,将国家领导人关注点与我省当前社会各项事业发展的大势和着力点结合在一起,形成了强有力的宣传声势。

从采写到后方编辑出版环节,编委会成员率先垂范,亲自带队,每个环节层层把关,杜绝出现任何错误和纰漏。强化自采稿件,配合推出具有可读性、暖人心的现场新闻、回访记等报道。

新媒体方面,积极主动做好转发中央媒体和河南日报的相关稿件,监控到相关信息之后快速更新,保证了新闻的时效性。在保证时效性的基础上,新媒体部根据权威信息整理《总理点赞的“二十二证合一”是什么?》一文,配合新闻发布,一小时内点击量就近2.4万;摘编其中总理推介河南的“金句”,制作海报《我骄傲!总理这样向郭台铭推介河南》,在微信朋友圈和河南日报微博上转发,短时间之内形成刷屏之势……原创作品点击量达10万+,形成了强大的传播热点。

大河报推出切口小、可读性强的系列策划

大河报提前谋划,顶层设计,按照

宣传部和集团的安排部署,全力以赴融合报道总理在豫考察调研,推出了《总理“回家”记》报道专版。与此同时,大河报根据都市报特点,连续两天重磅推出了切口小、可读性强的系列策划《动感新河南》专版,向人们展示发展中的新河南。纸媒推出的新闻报道《总理“回家”记》和策划《动感新河南》专版共计25个,稿件共计30余篇。

大河报新媒体“两微一端”抢占先机,做足功课,共发布、推送报道和作品60多条。如,5月8日,大河客户端在全省新媒体当中第一个转发推送@新华视点报道总理在开封自贸区考察的消息。该条消息在客户端阅读量超过15万。当天几乎同一时间,大河报官博以及官方微信头条也推送了该消息。@大河报在新浪微博抢注的话题“2017总理河南行”,阅读量近100万。

河南商报突出不一样的新闻角度

根据集团的要求,河南商报发挥自身优势,围绕郑汴一体化、郑州跨境电子商务、开封文化+等内容选题,策划推出了一组小切口透视大变化、微视角展现大主题的宣传报道。作为都市报类媒体,如何在传统宣传思路中脱颖而出,是报道团队面临的一个问题。

时间紧迫,报道团队甚至没有时间坐在一起开个碰头会。大家通过微信,每个人都提出想法,然后筛选,一边沟通一边行动。一名文字记者和一名摄影记者配合,火速奔赴自己的采访地点,郑东新区、中牟、开封、封丘、航空港区……

以采访开封为例子,网上有很多“文化+”的资料,但是拼凑的文字会非

常难看,需要结合当地情况,实地采访,这样才能写出人间烟火气,写出市井文化气,也就写出了河南商报文字的特点。

大河网当好“二传手”

大河网作为省内首家重点新闻网站,按照集团编委会的安排,在总理到达河南当天,推出适合手机和PC电脑端传播的河南成就专题《耕耘·收获》,整合省会所有媒体报道河南成就的报道,集约式向网友展示和推送,并根据网络上的反响,及时收集整理网友观点,刊发网友评论,做好链接,让新闻相互打通,并整合到专题当中,在首页集中展示和推送。

大河论坛和眼遇客户端也及时转发有关李克强总理考察河南的信息,组织、引导网友参与互动。

河南手机报相关报道刷屏

河南手机报学习参照河南日报2015年总理来访时的相关报道,熟悉中央领导的工作风格,早作安排,充分利用“短、平、快”的新媒体优势,第一时间在河南手机报主报、十八省辖市分刊及新界客户端上,同步转发中央网站、客户端和河南日报全媒体的有关稿件,精心策划专栏,在新界推出专题,在微信读者圈及时推送,掀起宣传报道高潮,让总理来豫考察点滴持续刷屏。

河南手机报还尝试打破平台限制,让新界客户端与微博联动。新界的丰富内容在微博上设置相关话题,与微博网友互动,形成全网络覆盖、多层次扩散的传播效应,取得了良好的宣传效果。

时政报道体现导向意识

——集团运用新媒体创新宣传报道获肯定

□河南日报时政要闻部

4月26日,河南日报报业集团旗下“金水河观澜”微信公众号刊发报道:《想糊弄省委书记没那么容易,今天谢伏瞻又让一些干部红了脸直冒汗》,并配发了评论《切莫止步于“红脸出汗”》。4月27日,中共中央政治局委员、国务院副总理汪洋就这篇报道作出重要批示,对河南以上率下、扭转作风、狠抓精准脱贫的工作给予肯定。

我省脱贫攻坚工作形势严峻,全省脱贫攻坚第三次推进会议明确提出,把脱贫攻坚作为一项重大的政治任务,下大力气扭转工作作风、改进工作方式,坚决打赢脱贫攻坚翻身仗。4月25日至26日,省委书记谢伏瞻在桐柏县、泌阳县等地调研时深入基层、把脉问诊、商讨对策,直指作风问题,强调要认真落实总书记要求,增强宗旨意识,以“绣花”的功夫抓好精准脱贫工作。

中央领导就河南日报记者刊发在新媒体上的时政报道作出重要批示,对我省主要领导身体力行、狠抓落实的工作作风给予肯定。这是对当前河南工作的有力支持和充分肯定,必将提振精神、鼓舞士气,激发广大干部群众干事创业的热情,为打赢脱贫攻坚

战提供强大的精神力量。

5月5日,省委常委、宣传部长赵素萍批示:“很好!全媒体宣传出效果。我们要认真总结,抓好新闻宣传点,全媒体各显其能。”应该说,各级领导对这篇报道的肯定,是对河南日报脱贫攻坚工作整体报道的充分肯定,这不仅给报社争了光、为新闻界争了光,也给河南宣传系统争得了荣誉。赵铁军社长在总结时说:“我们围绕中心、服务大局,发挥媒体融合优势,打了一场新闻报道的主动仗、漂亮仗!”

这篇报道感情真挚、细节真实,不虚夸、不矫饰,努力做到了真实可信、可亲可敬,富于真诚自然的感染力。省委领导“带着感情真扶贫、扶真贫”的工作作风一一呈现,引起共鸣,对我省领导干部以上率下、扭转作风、狠抓落实起到了重要的舆论引导作用。

省委书记现场考问干部,面对面核实明白卡,翻看脱贫日志,发现问题逐一指出,对照问题“支招”解惑,敢于直面问题,达到“红脸出汗”、警醒警示的目的。随行调研的记者聚焦问题抓导向、围绕观点抓高度、透过现象抓要点,由表及里、张弛有度,提炼取舍、不虚不空,解渴耐读,体现了较强的问题导向意识,是一篇值得关注、不可多得的好报道。

发挥融媒优势 做靓时政新闻

——省文艺工作座谈会新闻“1+1”全媒体呈现

□朱殿勇

4月27日,在全省文艺工作座谈会上,河南日报在做好“规定动作”的同时,对采访资源进行再度开掘,把省委书记谢伏瞻与文艺工作者互动交流的内容制作成适合全媒体刊发的稿件,取得了“以大家喜闻乐见的形式放大作品影响力”的传播效果。5月1日,省委常委、宣传部长赵素萍专门作出批示:很好的探索。要坚持做下去。

会议是新闻的富矿。现场参会董林总编辑要求,河南日报除使用的“规定动作”——正稿外,要二度开掘,把省委书记参加座谈与文艺工作者互动交流的丰富内容,再度加工成可读性强、信息量大、接地气的稿件——“时政新闻1+1”。记者一边听会,一边做“这个1”,同时一边构思“那个1”。于是,总书记与作家贾大山的故事、省委书记评热播反腐大剧《人民的名义》等有趣的独家内幕一一展现。

4月27日晚,在赵铁军社长的指挥调度下,题为《省委书记也很“文艺范儿”,他关注的文艺作品你知道吗》的稿件在大河网第一时间推出,紧接着河南日报微信、大河报客户端持续

发力,次日河南手机报在头条发送,关注度、转载量直线上升。

如何做好时政新闻?一是记者要勤奋,眼睛要擦亮,笔头要迅速。作为一名新闻工作者,如果发现好的题材,要习惯性“自我加压”、主动作为,腾出手来做好副产品。二是站位要高,注重严肃性和可读性的有机结合。形式上“接地气”,思想要“高大上”,找亮点、痛点、兴奋点,要善于提炼总结,找亮点、痛点、兴奋点,不做流水账式的报道。三是创作环境好,融媒观念新。稿件送审时已近晚上11点,半个小时后,郭浩副秘书长回复“可发”;稿件一经审过,一直关注进度的集团领导当即指示全媒体推送,大河网、河南日报微信、大河客户端、河南日报客户端等新媒体精编细抠,次第放送。大河报一版大标题导读,二版要闻图文并茂隆重推出,河南手机报次日头条速递。整体来说,流程反应快,非常顺畅。

集团从时政新闻发力,牵纲抓总,大胆探索,展现了报道新亮点,实现了新突破。“权威时政新闻还看报业”,已成了河南许多党政干部的新共识,他们转发转评、同频共振,增强了做好意识形态工作的责任感,有力地推动了工作。