

# 一样的新春,不一样的走基层

□河南日报 张向阳

又是一年春来到,与往年一样,河南日报“新春走基层”栏目如约而至。然而,今年的“新春走基层”有点不一样……

自2月2日起,河南日报开设“新春走基层”专栏,策划推出一系列主题突出、特色鲜明的报道,如“河南好物丝路行”“蹲点一线听民声”“文化轻骑下乡来”“晒晒咱家的年货”等系列。报道全省各地各部门宣传贯彻十九大精神,用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作的新举措、新成效。

从系列稿件到单篇报道,“新春走基层”专栏都体现了小切口展现大主题的时代特色。

“河南好物丝路行”系列选取的是我省各地有代表性的出口优势优质农产品,如固始柳编、汤阴鸡肉、台前羽毛制品、济源蔬菜种子、确山提琴、柘城辣椒、长葛蜂产品、滑县木板年画、桐柏茶叶等。这些人们日常所需所用的“小”物件“小”商品,凭借国家“一带一路”发展战略

的东风,以及郑州航空港经济综合实验区、中欧班列(郑州)、跨境E贸易等项目的建设,远销海外,在全球舞台上竞展芳华,展现了河南深度融入“一带一路”建设的实力和信心。

如3日刊发的《河南美味香飘“一带一路”》,报道了汤阴县河南永达清真食品公司的肉类产品,借助“一带一路”出口蒙古国的故事。12日刊发的《桐柏茶叶“一带一路”上绽荣耀》,讲述了桐柏茶叶从种植到发展,再到唱响国际舞台的故事。

走基层活动中,河南日报记者分赴全省各地各行业,深入一线,为读者讲述最鲜活最生动的故事。

“文化轻骑下乡来”子专栏,突出文化为民、惠民、乐民的主旨,报道春节期间我省文化、文艺、志愿服务等各方力量,深入基层、服务群众,开展的一系列内容丰富、形式多样的文化活动、主题活动。5日刊发的《好戏唱到咱村口》,讲述记者跟随小皇后豫剧团到兰考县三义寨乡演出。该剧团为全国首家省级民营剧团,25年来上山下乡送戏8000多场,成为活跃在中原大地文艺战线

上的一支“红色轻骑兵”。

“晒晒咱家的年货”子专栏,通过年货的新变化,展示老百姓的日子越过越有味。如10日刊发的《乡村年集“刷爆”朋友圈》,通过记者的亲身体验,展现了一个贫困山村——郟县茨芭镇北竹园村举办的年货大集现场热闹祥和的节日场面。该村通过小小年集发展旅游,实现了农民致富、乡村振兴。

河南日报“新春走基层”突出做好暖新闻报道,营造“暖”“心”“喜”的节日氛围。

8日刊发的《好儿媳嫁过亲闺女》,讲述了舞阳县村民赵伏妮40年如一日照顾婆婆直至老人去世,如今自己年迈,又有儿媳悉心照料,传承孝道、敬老爱亲在当地蔚然成风。

11日刊发的《开个评选会点赞好榜样》,报道了开封市祥符区范村乡举行首届好人评选活动,评选会设立“好婆婆”“好媳妇”“好少年”“好乡贤”等6个奖项。通过对乡里好人的表彰和点赞,倡导农村好家风。

## 100万+阅读量,秘诀就一个字:真

□河南商报首席记者 吴军

不好意思,这个春节的走基层报道,一不小心,创造了个100万+。

一篇春节见闻就能获得100万+的阅读量?有啥诀窍?

同事这样问我时,我细想了想,就一个字:真!如果用一句话来表达,那就是:唯有真情实感才能引发读者共鸣。而爆款文章的背后,更是河南商报全员加速往移动端转移、探索媒体融合转型的不断尝试和努力。

春节放假前,报社给每名记者都布置了“新春走基层·我看见”的报道任务,这也是河南商报连续第8年坚持停报不停“报”。我当时还在想,每年的春节主题都是返乡、喜庆、大团圆,今年会有什么不同吗?

腊月三十早4点,老公就开始叫我和孩子起床,说城里没年味儿,让我们跟他回农村老家过年。因为

出发早,一向拥堵的郑州意外地一路畅通。下高速到了老家的县城,发现堵得一塌糊涂,大部分都是外地车。进了村,发现去年停车还很宽松的房前屋后变得“挤”了,村里开车回来过年的人又增加了。晚上和公婆聊天,我问在村里当了一辈子干部的公公:咱村买车的有多少家啊?公公说,光算河西的话,50户人家,有车的至少占40家。

于是,就有了2月17日我用手机写就的第一篇“我看见”——《厉害了!河南这个村50户,至少40户有私家车》。该报道在河南商报今日头条号的阅读量10万+。河南商报微信公众号“郑州批发市场”推送后,很多粉丝在后台留言,说没想到作者“河南商报发哥”竟然是位女士,还是老乡。

第二篇创造100万+的稿子,也是我和家人在腊月三十晚上和大年初一的亲身经历。

腊月三十下午,公公和老公、大伯哥轮番打电话约着要去太昊陵祈福。我小时候,娘家原本就在太昊陵附近,对太昊陵再熟悉不过,但后来外出求学、结婚、工作,这么多年很少再在人多时去,突然想重温一下彼时的热闹。现场去感受了一下,真的没想到那么多游客,我俨然成了一个局外人在观察。

我开始写《河南这个地方祈福人数创世界纪录》这篇稿子,光开头就改了五次。写细节,写现场,写路上所见所闻,文章往经济上靠了,写到了带动就业、旅游、会展等。最终,这篇写太昊陵的稿子仅在河南商报今日头条号的阅读量就达到了112万!

每一个社会变化,首先是“人”的变化。所以,每一篇“新春走基层”,只要弯下身来,讲述普通人的喜怒哀乐,只要是真情实感,就能引起大家的共鸣。

## 走近农民,就能找到新闻

□河南日报农村版 黄华

春节放假前,报社编辑部给全体记者布置了一道“寒假作业”,要求记者在回家过年时,把老家农村发生的变化及新鲜的人和事记录下来,春节一上班就集中刊发“记者回家过年”的相关稿件。

看到这道作业时,我真的很不以为然。年年回家过年,见的还是那些亲戚邻居,看到的还是那些村社院落,能有啥好写的呀?

然而,在春节走亲戚时,我亲眼所见的两件事,让我对出这道“作业题”的编辑部老师一下子佩服起来。

正月初六去妹妹家,妹妹夫在他们村子的微信群里忙不停地拜年、联系同伴出门打工及抢红包的情景让我眼前一亮。

当下的农村,农民腰包有了钱,很多人都到交通便利的集镇或市、县买房居住,一个村子的邻居一年见个面不容易。

微信的推出,帮了这些分散居住的农民,他们以原来居住村庄为单位建起微信群,谁有好的打工信息,谁家的孩子结婚、生子,就连过年的拜年祝福他们都发到微信群。一个小小的微信群,一下拉近了这些老邻居的距离。妹夫说,看到微信群里天天热闹的样子,感觉大家好像还是住在一起。过去农民那种不善于甚至不敢接受新事物的印象,一下在我脑海里荡然无存!

初七,在亲戚家碰到在集镇上开美容院的表嫂,更让我感慨良多。如今的农民已经不是过去满足于吃饱穿暖,他们已经开始追求更高质量的新生活。

交上这两份鲜活的“寒假作业”,我深深地体会到,作为一名农村版记者,只有沉下身子走进农村、走近农民,用心真切和农民交流,才能切身感受到乡村振兴的气息有多浓。

## 105个红包的故事

□大河网 孙华峰

这个春节,我关注了平顶山市三高的要美琴老师。

春节前的2月13日,我以《汤桂鑫,我们等你回来!平顶山6000师生和爱心人士伸援手》为题,报道了平顶山市三高高三(7)班学生汤桂鑫身患淋巴瘤一事。春节中,我仍关注着此事,希望通过报道帮助这个少年。

要美琴老师是汤桂鑫的班主任,10年前和爱人吕国辉来到平顶山工作。为了爱情,她留在河南;为了理想,她当了老师;为了一名生病的学生和一群高三的孩子,她今年没有回家看望父母。

“通知全体亲朋好友,今年过年我就不发微信红包了,但你们发来的我会领取,这钱都是给我的学生桂鑫的。”春节前,要美琴发了这样一条微信朋友圈。她说,请原谅一名老师的“自私”吧。

2月20日下午,要美琴老师很认真地盘点了一下今年春节收到的各类红包,共计105个,总计6153.61元。她又为汤桂鑫攒下了6153.61元。

“这些红包,都是家人、亲戚、朋友和同学等捐赠的。”要美琴说,她不认识字的母亲还特地打来电话询问此事,发来100元红包。

2月20日,大河网以《收105个红包共6153元 平顶山老师要美琴的别样春节》为题报道了她的春节故事。要老师反馈,报道发布后,很多网友添加了她的微信,为她点赞,向她生病的学生伸出援手。对于每一笔捐款,要老师都做了认真记录。据统计,春节前后,通过师生捐款、水滴筹和朋友圈等途径,要老师等人已为汤桂鑫募集到爱心善款20多万元。

《河南新闻阅评》第19期(摘编)

## 招募“春节主播” 探索“众筹新闻”

河南日报客户端用直播记录河南人的春节

□河南日报新媒体部 李鹏 张欢

春节是国人最具生活仪式感的时段,也是主流媒体凝心聚力之时。河南日报客户端开设“豫见春节大直播”,尝试采取“众筹”形式,集众多用户之力,打造河南人年味浓浓、正能量满满的春节“全记录”。

2月14日,河南日报客户端发布了《河南日报客户端邀你来当“春节主播”,晒晒咱的中国年!》的消息,用户可通过扫描二维码加入春节直播微信群,把自己回乡过年或春节出行的所见所闻,以文字、图片、短视频的形式在微信群中分享。有价值的内容经编辑筛选,在“豫见春节大直播”中呈现,并通过

推送,矩阵分发上下功夫,最大限度地提升直播的传播效果。截至大年初六晚,“主播”微信群内用户数已达322人,每天提供的信息超过1000条。值班编辑精心筛选、整合编发,截至大年初七,“豫见春节大直播”发布图文内容总计260多条,仅在河南日报客户端上的阅读量已达30.2万人次。同时河南日报微博、微信对直播内容矩阵分发、梯次传播,累计阅读量达173.6万人次。

阅评员认为,河南日报客户端在春节期间精心策划,有力激发了人们对党和国家的满意度、自豪感。“众筹”模式让用户参与内容生产,在良性互动中,党报新媒体的品牌影响力也获得了进一步提升。

用户生产内容的模式,符合新媒体的运作规律,“众筹”在春节这个节点体现出了独特优势。面对丰富的信息,河南日报新媒体在精选