

全媒点评

○刘国华

◆第一周(3月1日—7日)

总体评价:
本周各媒体出版推送正常,做到了导向正确,中心突出,质量稳定,各有特点。

具体评价:
1、中心工作报道、重点策划报道突出。系列报道《高质量发展的咸宁答卷》标题一致,字数相同,内容扎实,切合主题。“经开区调研行”推出了通山篇——不用扬鞭自奋蹄,通城篇——补强链条兴产业,做到了有重点,有力度,有高度,符合栏目要求。

2、编辑质量上升,编排更加规范。一、二版编辑用心,选稿准确,组合得当。专刊各版面稿件质量正在上升。健康版新闻实现本地化,内容可读,体现了接近性。时事版选稿精准,做到了重大新闻无遗漏。

3、两篇新闻可圈可点。“通城探索5G云养猪新模式”“咸安尝试纳米养鱼新技术”,点子新颖,写作规范,层次清楚。

◆第二周(3月8日—14日)

总体评价:
宣传中心突出,媒体质量上升,差错风险依存。

具体评价:做得比较好的地方有四个方面——

一是全国两会报道规范。两会闭幕消息、重大活动编排合理,两会热点、难点等选稿精准,本地相关元素及时跟进(包括市长专访、发言讨论,程桔接受采访一时报)。

二是时政报道、特别是主要领导活动报道完整规范,突出了主题,无遗漏和瑕疵。

三是组合报道体现了编辑思维。6日二版的学雷锋活动、8日的旅游、9日的三八报道、10日的开门红、11日的工业技改,形成了报道强势,营造了良好氛围。

专刊刊版面而质量上升。11日五版观点新闻的“微评”“漫评”观点新颖,吸人眼球;8日香城故事的开栏语比较精彩,两篇稿件写作也可圈可点。此外,教育版、旅游版来势较好。

需要改进的是:重大差错风险依然存在,包括原标题差错、新闻五要素差错等在清样前不时出现。希望编辑记者养成精益求精好习惯,认真对待自己的稿件和版面,切勿“一写了之”、“一排了之”!

◆第三周(3月15日—21日)

总体评价:
媒体融合加强,平台稿件增多;重点报道突出,舆论监督有力;好稿观念不足。

具体评价:
媒体融合加强。各媒体采编人员融合意识明显增强,中央厨房平台稿件不断增多,为各平台选择稿件、突出自己特色推送新闻奠定了良好基础。

新闻时效增强。15日一版评论“在办实事中厚植为民情怀”、18日时评“用好咸宁红色资源”,针对性强,论点正确,论据充分,论证有力。

重点报道突出。17日头条“咸宁问政问出了什么”,有材料有逻辑有层次;18日、19日《经开区调研行》崇阳篇赤壁篇,有观点有现场有高度。

舆论监督有力。15日——20日“关注温泉办事处79号院通气难”,抓住问题做报道,一气呵成且切中“我为群众办实事”这个要害,有始有终,反响强烈。

两组照片、两个标题可圈可点。18日的“赤壁长江大桥合龙”、19日的“崇阳大岭仙境”,有角度有画面有吸引力。18日的《悦读》版标题“把绘本故事讲给孩子听”、19日的《健康》版标题“群众健康有‘医’靠”,准确简洁生动。

需要改进的是:记者好稿意识、编辑精品意识有待提高。希望各位编辑记者下大力气改进。

◆第四周(3月22日—31日)

总体评价:
中心工作唱主角,媒体融合好势头,策划彰显大作用,几篇稿件有亮点,学习短板亦突出,出版风险尚存在。

具体评价:
做强重点报道。《经开区调研行》咸安篇、嘉鱼篇,有质量有层次。《扎实推进党史学习教育——潘家湾镇调研行》三篇系列报道有问题有角度,抓住一点一说到底。

做实中心报道。20日一版、党史教育综合稿——走深走心走实,25日一版、村美人和产业旺,内容扎实又突出主题。27日至31日,从一版、二版再到时事版、健康版,新冠疫苗接种报道,有消息、评论、图片、专家答疑,营造了宣传氛围。27日,30个招商引资重大项目集中落户咸宁;30日,客商为何留下来。两篇报道集中对中心工作——招商引资进行立体、连续报道,体现了紧跟紧跟要求。

抓好策划报道。22日六版,化不开的云感情,策划精心,实施精细,成稿精彩,编排用心。

用好图片报道。20日四版,一续春风绿两岸,照片精美、文字唯美。

几篇亮眼稿件。25日一版消息,赤壁电子产业成百亿航母,用老瓶装了新工艺;同日四版,一份建议换来一片绿色,主题大、切口小、层次明;22日四版,盛满春天的小酒窝,用故事、用细节讲新闻。

需要改进的是:清样前的时政报道存隐患,如党史学习教育仍然多次用成“党史学习教育活动”等等。

好时评要有“四个度”

——以《钟声再响:倡导“时间文明”新理念》为例

咸宁日报出版中心 邓昌炉

钟声再响:倡导“时间文明”新理念

“时间,是世界上最公平的东西,它从不为谁而停留,也不会为谁而加速。它只会默默地流逝,直到你回首时,才发现它已经悄悄地溜走了。”

“时间,是世界上最珍贵的东西,它比金钱更宝贵,比权力更尊贵,比美貌更持久。它是我们每个人最宝贵的财富,也是我们每个人最应该珍惜的东西。”

“时间,是世界上最伟大的东西,它创造了世界,创造了人类,创造了文明。它是我们每个人最应该敬畏的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

“时间,是世界上最神奇的东西,它可以让一个人变得年轻,也可以让一个人变得苍老。它是我们每个人最应该珍惜的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

“时间,是世界上最美丽的东西,它让我们看到了世界的变化,也让我们看到了自己的成长。它是我们每个人最应该珍惜的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

“时间,是世界上最伟大的东西,它创造了世界,创造了人类,创造了文明。它是我们每个人最应该敬畏的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

“时间,是世界上最神奇的东西,它可以让一个人变得年轻,也可以让一个人变得苍老。它是我们每个人最应该珍惜的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

“时间,是世界上最美丽的东西,它让我们看到了世界的变化,也让我们看到了自己的成长。它是我们每个人最应该珍惜的东西,也是我们每个人最应该追求的东西。”

新闻评论被誉为报纸的旗帜和灵魂。党报评论要在众声喧哗中发出最强音、占领制高点,就需要生产更多高质量的思想产品,用有高度、有深度、有力度、有温度的评论来吸引人、感染人、

影响人。

事实上,在业内,大家基本上也是用这“四个度”来衡量新闻评论的质量。《钟声再响:倡导“时间文明”新理念》获得月度一等奖和总编辑奖,自有其道理。以下就用“四个度”来测量一下它的品质。

所谓高度,是指评论在政治思想和哲学思辨的维度上有高度。当多数人认为“钟声再响”旨在留住“文化记忆”的时候,笔者指出其更大的意义在于倡导“时间文明”,这就有了哲学的高度。同时,将立论的背景置于“建党100周年”和“十四五”开局之年的大背景下,并明确指出,“一个国家、一个民族

的时势观,折射其眼光、胸怀和抱负。”文章便有了政治的高度。

所谓深度,是指穷尽事理,就是对新闻事实的剖析透彻、精准。这篇评论对“时间文明”给出了精准的解释:所谓“时间文明”,就是“识时、准时、守时、惜时”。并对每一个“时”进行了细致辨析,真正能让读者“深知”时间文明的内涵。

所谓力度,是指文章逻辑严密,论证无懈可击。本文从新闻由头出发,分四个层次,层层推进,依次提出论点(是什么),分析论点(为什么),提出建议(怎么办),论述的逻辑十分严密。特别在分析论点部分,使用的论据很充分,有说服力。

所谓温度,是指评论有人文关怀,有可读性,贴近人心。文章直接用咸宁市民的感言开头,一下子将读者的距离拉近。语言也相当讲究,读起来朗朗上口。如:“钟声悠扬,感召我们识时知务,继往开来;钟声雄浑,激励我们准时出发、准时到达;钟声激昂,提醒我们守时守信、担当作为;钟声响彻,催促我们珍惜时光、真抓实干。”有文采、有气势。又如文章的结尾句:“征途漫漫,惟有奋斗。人类的一切奇迹都在时间中创造。希望在钟楼裡人奋进的钟声里,每一个咸宁人更懂得只争朝夕,不负韶华,脚踏实地地加油干!”既是观点的升华,也是一种有力感召。

作三十余载,从未利用职务之便为家人谋私利,其妻子下岗后一直从事环卫工作。于公,体现了他的廉洁正直;于私,则是他对家人的愧疚。于是,他常常在天还没亮时偷偷帮妻子扫街,并亲手为妻子扎制了十余年的扫把……这些小事件的选取,也让喻梅兰这个人物显得更加真实、立体,有血有肉。

三是,词句精炼远胜于长篇累牍。一般而言,大家都认为短小、单薄文章支撑不起一个厚重的典型,写典型事迹报道就需要不惜篇幅。但典型是一个人,一个随着时间推移不断变化的人,不管用多少篇幅都不可能将其描述完整。所以,一篇好的报道不能考虑篇幅大小,而是需要用精炼、生动的词语描述典型的言行和精神世界。对此,最美家庭系列报道经过多轮修改后,删减了许多不必要的言语,使文章整体显得更精炼,更简洁。

把典型人物写实写活

——采写《全国“五好家庭”系列报道》的体会

咸宁日报专刊中心 查生辉 焦姣

一月底,根据编辑部安排,专刊中心采写了《全国“五好家庭”系列报道》,此组系列作为人物报道,能获评本报月度总编辑奖,给我们的启发有三点:

一是,写人物报道,首先应努力挖掘典型人物的个体特色,避免千篇一律。每个人都有每个人独特的闪光点,但有的时候,对于典型人物的报道,出现了任意拔高,千人一面的现象,其中的话语套用在任何一个典型人物身上都似乎适用,导致了读者的审美疲劳。只有找出其特有的精神面貌和对自身人生观、价

值观的认识,才能把不同领域的典型人物的感人事迹报道得有声有色。本组最美家庭系列报道,有的家庭是廉洁,有的家庭是孝顺,有的家庭是和睦,有的家庭是爱心,不同的家庭都有各自不同的特点,围绕各自的特点去写文章,使得整个系列报道的人物个性鲜明,更容易让读者留下深刻印象。

二是,写人物报道应认真选取典型事件。在文学作品中,塑造一个人物时,往往会把他放置在一个典型环境中,然后再通过一件或者几件典型的事件凸显人物

的性格特征,这样塑造出来的人物形象才会栩栩如生。但人一生中发生的重要事情实在是太多了,从无数的事件中选取哪几件典型事件来凸现人物性格,十分关键。

因此,在写作中,应学会取舍,舍弃无关紧要的方面,去粗取精去伪存真,选取能够突出人物形象的典型场景和事件,使人物在典型事件中典型化、生动化,变得吸引人、打动人、感染人,避免文章成为流水账。如最美家庭系列报道中的喻梅兰家庭,最突出的特点便是廉洁,喻梅兰工

围绕“三点”拍好图片新闻

——拍摄《就地过大年 同心建大桥》专题报道的体会

咸宁日报视觉中心 袁灿

视觉中心策划拍摄的《就地过大年 同心建大桥》专题,能获评本报月度总编辑奖,既是领导对视觉中心工作的肯定,也是一种激励。之所以能获得此奖项,本人概括一句话,好的摄影专题,只有在盯准热点、找准落脚点、定准焦点上下功夫,才能拍摄出有新闻价值、读者关注度高、社会影响力大的图片新闻。

盯准热点。今年春节,“就地过年”成了热词。为配合疫情防控,许多原本打算返乡与家人团圆的人们,纷纷响应“就地过年”的倡议,主动选择就地过年。赤壁长江大桥作为我市目前投资最大的在建项目,关注度一直很高。于是我们及时联系相关人员,回答的结果是130余名工人全部选择留守工地,架桥不停歇,春节不

打烊,就地过大年。

找准落脚点。如何用手相机去反映赤壁长江大桥广大劳动建设者就地过年?我提前收集资料,制定采访提纲,计划以《影像咸宁》栏目整版推出。正月初二,我与夏正锋驱车前去采访,由于事先做了充分准备,相关建设情况早已了然于胸,采访拍摄时就非常得心应手,较好地顺利地完成了拍摄报道任务。

我认为,做好新闻策划报道,最主要的就是要找准新闻落脚点,善于发现身边发生的重大建设项目,把就地过大年作为采访切入点进行采访拍摄,效果自然出彩。

定准焦点。好的新闻摄影专题报道,必须通过精彩的图片+优美的现场文字,定准焦点,才能相得益彰。《就地

过大年 同心建大桥》这篇专题报道从图片上讲,不摆拍,着重突出人物焦点,采取现场抓拍的方式,摄取精彩瞬间。例如,拍摄大桥吊装钢梁场面时,几名来自鄂州的工人正抓紧吊装,我们以高大的桥墩作为背景,衬托出工人紧张建设的场景;在工人休息营地,处处挂起大红灯笼,贴上了春联。于是,我们在吃年夜饭现场,运用相机镜头抓拍工人与家人团聚过大年的喜悦之情,图片刊发出来后,效果理想,展示了人物内心丰富的情感,呈现出就地过大年的浓浓年味。从文字表现上,我们从不同人物入手,分别采访了家属、施工人员、项目负责人,真实记录他们春节期间在平凡工作岗位上敬业奉献的故事,以及家属对



他们的理解和支持。通过文字生动表述,再加上不同角度的新闻图片进行组合刊发,使版面效果更加鲜活直观。

带着温度写报道

融合报道,需要综合运用文字、图片、视频等多种媒介元素来报道新闻。

可以说,这组系列报道每一篇都做到了“见文、见图、见视频”,在视觉传达上不仅更加形象生动,而且也适合不同的新媒体平台传播,满足了不同读者的阅读喜好。其中,微信做到了图文并茂,微博实现带图发布,视频号侧重视频播放,报纸则以特别报道的形式整版呈现,实现了报、网、端等的多平台、多样化发布。

与此同时,我们注重以“小切口”“接地气”的语言,展现老百姓最真实、朴素的情感。例如,“煎饼嫂”一文,在文字表述上采用的是短句、短段落,直接引用采访对象的口语,像讲故事一样娓娓道来;在视频镜头呈现上,注重抓细节,通过采访对象谈及家乡时偷抹眼泪的镜头,直击观众泪点,映衬出了采访对象思乡念家,但顾全大局、响应就地过年号召的思想情怀。

报网联动做实融合报道

——采写系列报道《今年过年不回家》的体会

咸宁日报新媒体中心 周萱

春节前夕,新媒体中心结合“就地过年”这一热点,策划推出一组《今年过年不回家》系列报道,聚焦不同人群响应政策留咸过年的现状。

这组系列报道能够获评本报2月份总编辑奖,既是对中心全员分工合作机制的肯定,也是我们落实报网联动、做实融合报道的一个成功尝试。

紧盯热度做策划

策划报道都是有“预谋”的。好的新闻报道需要好的策划来进行谋篇布局,指导实施落实,从而更好地配置运用新闻资源,获得最佳的报道效果。

每逢重大节假日,提前策划、储备一些选题是做好报道的“必修课”。今年春节前夕,为了防控新冠肺炎疫情,一些城市陆续发出倡议,春节期间非必要不返乡,“就地过年”也就成了新闻热词。于是,我们选择这个热点做策划。定下的方向是做接咸宁“地气”的报道:聚焦各行各业、不同群体中留咸过年普通人,通过他们就地过年的故事,反映各地各部门为留咸过年人群提供的服务,以小切口反映大主题。

选好角度做采访

这组系列报道一共7篇,反映的主题虽然都是就地过年,但传递的都是

“此心安处是吾乡”“异地过年同样精彩”的正能量。

为避免7篇稿件出现重复雷同,首先在选择采访对象上,我们确定了医生、企业员工、小商贩、快递员、小区保安、志愿者等职业特点明显的人群。

比如,就地过年的医生,去年因为疫情没回老家,今年同样主动选择留下,体现了医务工作者的大爱与坚守;身为退役军人的小区保安,主动响应号召留咸过年,不给国家添麻烦,坚持参加小区疫情防控值守;公司和客户主动慰问留咸过年的员工,展现了企业对员工的暖心关怀。

从文字稿件中挖掘最亮点

——制作H5《咸宁,这5年最靓丽的画面》的体会

咸宁日报新媒体中心 丁婉莹 聂莹颖



如何用新媒体思维去表达文字稿件中的闪光点,是我们“新媒体人”一直在尝试做的改变之一。

2020年11月起,咸宁日报便在4、5版以连版的形式,围绕“回眸十三五展

望十四五”的主题,展现全市6个县市区的光辉成就,一串串惊人的数字,一幅幅生动的画面跃然纸上。于是,我们便领到了这样一个“任务”——用H5把咸宁“十三五”期间的发展成就表现出来,向全社会广为传播。

H5的优点在于传播快、受众广,能以动态的画面效果表达静态的内容,便于手机阅读。抓住了这些特点,就基本明确了制作方向,用有限的图片和十分简短的文字,概括咸宁这5年在经济、社会、文化等各个方面的发展成就,必须要做到选图精良、文简意赅,同时画面大气、编辑精致。

创作中,我们先后尝试了多个版本,均达不到预期的效果,只能在“试错”中前行。日报先后于2020年11月19日、23日、30日,12月30日,2021年1月18日和19日,对6个县市区的发展成就进行了报道。这期间,我们也一直在同步跟进收集各个县市区近几年的相关图文资料,力争在内容上做“和而不同”“自成特色”。

《咸宁,这5年最靓丽的画面》最终以6个H5作品的形式呈现,在保持整体风格一致的前提下,每个县市区H5封面均按照“一眼便知的地方特色”来设计制作。首先,在底色的选择上均以蓝绿色调为主,以反映咸宁绿色、生态的发展理

念。其次,以简洁的线条勾勒出水墨意境,将各个县市区独特元素融入画中,其中:嘉鱼突出“莲”元素,咸安则是“桂”,通城是“山”,通山是“云”,崇阳是“湖”,赤壁是“江”,每组画面分别配以一句“七言”来展现地方山水人文特色。比如“青山环城最崇阳”中的“最”,是在多次提交领导审核后,结合修改意见才最终确定下来的。封面内卷则以“辉煌十三五”引出,“展望十四五”结束,展示了各县市区在医疗、教育、脱贫、交通等方面的发展成就;每个页面均配以咸宁地域轮廓为基础设计的LOGO,画面赏心悦目、主题清晰明确、阅读体验流畅。

可以说,从制作第一页H5,到最终形成6个县市区完整作品呈现,《咸宁,这5年最靓丽的画面》这个“跨年”作品,不仅时间跨度大(从2020年11月下旬到2021年2月初,历时两个多月),而且前后数次易文易图,无不体现了我们精益求精的创作精神和职业追求。