



# 行走大地 感受脉动

2016年5月起,《江海晚报》组织全体采编人员在半年多时间里,先后深入全市40个乡镇,总行程约1万公里,采写、拍摄10万多文字、500多幅图片。这次新闻行动通过创新内容、形式、渠道,着力提升作品呈现能力、拓宽媒体发声渠道,把更多有思想、有温度、有品质的作品奉献给了广大读者,不仅为全市中心工作营造良好氛围,也在受众中引起热烈反响,成为晚报以全媒体阵容在更广范围实现有效传播的一次全新有益尝试。

## 发声: 把准时代脉搏,与读者共鸣

2016年,《江海晚报》把准时代脉搏,策划推出“江海名镇行”新闻行动。

“从内容上看,当年新闻行动的主题,依然是当下我们各地推进乡村振兴工作的重点;从形式上讲,纸媒、官网、官微及线下展览多渠道联动,最大限度发挥了媒体融合的宣传效果。”7年多过去,如今已是如皋市委宣传部副部长、市文明办主任的钱钰璐仍能记起,2016年5月5日下午,“江海名镇行”新闻行动在如皋顾庄生态园启动,首站即走进了如城街道。时任如城街道宣传委员的她全程参与、见证了整个新闻行动,“全方位、多角度展现了全市各地城乡面貌的变化、人民群众富乐安康的生活,在当时引起了不小轰动。”

“党的十八大以来,中央把新型城镇化上升为国家发展战略。一系列战略性、全局性的决策和部署,为各级党委、政府进一步加快小城镇建设指明了方向。在江海大地上,先后涌现出了一批在村镇建设、文化传承、经济发展、生态保护等方面享有盛名的乡镇,为南通全面建成小康社会奠定了坚实基础。”5月26日,“江海名镇行”首篇采访报道以一个跨版体量,图文并茂地在《江海晚报》刊发,一段写在“开篇的话”道出了此次行动的背景。

当时,“新农村建设”“美丽乡村”“城乡协调发展”是时代热词;而展现本地成果、突出特色典型、营造良好氛围,则是主流媒体的职责所在。“过去晚报的读者定位在城市居民。随着城镇化的发展,城市居民也开始关心农村、关注‘三农’问题,这也极大地推动了这次新闻活动的进行。”南通日报社原党组成员、纪检组长,市老科协宣传文化分会副会长赵国庆表示。

从一开始,市老科协宣传文化分会就参与了“江海名镇行”的策划和落地。作为这次新闻活动的策划者之一,在赵国庆看来,这就是一次“想人民所想,为时代发声”的行动:展现江海名镇风采,更好地为全市产业创新转型、城镇化建设提供经验借鉴、营造良好氛围,是党委政府所需;与此同时,对于热心家乡发展的众多读者来说,这些带有鲜明南通印记的特色小镇又是他们所关注的,通过媒体人的深入报道,可以一起分享江海大地上的自然之美、人文之美、发展之美与生活之美。

赵国庆清晰记得,在明确“江海名镇行”新闻行动后,晚报总编室领导又带着采编人员,与各镇干部群众广泛交流,深入挖掘当地最具特色、最想宣传同时又是受众最希望了解的主题内容,在报道时真正做到“一镇一特色”。如:启东启隆、海门海永是南通仅有的两个位于崇明岛上、最接近上海的乡镇,报道的主题就是“接轨上海,打造生态旅游高地”;如东栟茶、海门余东是南通地区具有深厚历史文化底蕴的乡镇,报道主题定位为“千年古镇文化传承”;海门三星是叠石桥家纺城所在地,报道主题定为“传统家纺产业的转型升级”……正是这样独具特色的内容选取,让受众产生情感上的共鸣,为扩大新闻报道的影响力奠定了基础。

## 行走: 感触发展温度,与群众同在

“千年传奇古镇”如皋搬经、“水乡田园”海安墩头、“南黄海风情”如东小洋口……透过记者的文字、镜头,一个个立体的、人与景和谐共生的画面,在江



“江海名镇行”第一篇报道。



老中青记者组队到各镇采访。赵国庆

海大地上熠熠生辉,组成了具有南通特色的城镇化发展道路。

周朝晖是土生土长的如皋如城人,时任《江海晚报》新闻110主任的他在接到“首站如城”的采访任务时,亲切感、使命感油然而生。他说:“同事问我,‘这趟回乡是不是一种特别熟悉的感觉?’我说,‘没有,熟悉的地方反而无风景’。一方水土养一方人,这片土地对我的精神层面的浸润是亘古不变的。”

“如皋好,信步冒家桥。流水几弯萦客梦,楼台隔院似闻箫,往事溯前朝。”在前人的牵引下,糅合自己对家乡的所念所往,他将笔头对准了这里的“小桥、老街、花市”,以小景牵出大情,彰显出属于如城的鲜明地域特征和人文底蕴。

“这次行动不仅仅是写它的经济,还包括它的文化、社会,以及精神文明、政治文明建设等方方面面。经历以后,我觉得对自己的阅历、对家乡的情怀都有了更好的提升。”

以如城为发端,新闻行动向周边城镇接续展开,也

成为全体采编人员“走转改”的一次生动实践。“随着社会发展,交通发达了、通信先进了、沟通方式多元了,但一些采编人员和群众的距离却有点远了、感情也有点淡了,自然难出精品、难以形成有效传播。找准问题症结所在,‘江海名镇行’大型新闻行动,将笔头、镜头全部对准基层一线,推动全体采编人员深入基层、弘扬调查研究优良传统。”实际推进中,采访记者四人一组,由牵头总编带队,老中青传帮带,并定下规矩:每到一镇,绝不允许坐在会议室里听介绍,而是直奔车间、田头。正是在心贴心的交流中,斩获了最鲜活的素材,记者们把小故事与大格局融为一体,持续推出了有思想、有温度、有品质,沾泥土、带露珠、冒热气的耐读作品。

这趟漫长而艰辛的新闻旅程,对当时入职不久的年轻记者李彤来说,无疑是新鲜而充满挑战的。她犹记得,采访中起早贪黑是常态,更不谈40多度的盛夏高温、泥泞不堪的小路,“之前也到过基层,但像这样把一个镇摸排得这么深入、细致还是第一次,不只扩大了接触面,还填补了不少一线采访经验。”

## 转型: 凝聚宣传合力,与地方同向

回忆参与“江海名镇行”这段往事时,钱钰璐感触颇深:“当时镇区街道飞速发展,而如城作为如皋经济社会发展的核心区域,正着手挖掘本地特色资源,发挥产业优势,为展现形象、对外推介做准备。‘江海名镇行’的推进,适时为地方外宣工作架起了桥梁。”

在记者与基层干部群众的密切协作下,当地花木盆景、东大街、中小企业等特色产业被挖掘、提炼,通过深入走访,化繁为简、化抽象为具体,“这次新闻行动,给我们后续整个对外宣传推介提供了具体的引导,找到了切入点进而持续深挖下去。”

在“江海名镇行”新闻行动启动仪式结束后的参观环节中,与会人员的一句话给了顾庄新的机遇。“当中有人就提出来,顾庄其实可以打造一个园林式、更适合旅游的村庄。”钱钰璐告诉记者,在这之前,顾庄主要以做花木盆景生意为主,家家户户都是独立的个体,而在之后,趁其处在转型的阶段,当地有关部门就计划推出每家每户园林式的造景模式,并延续至今,“我想这就是主流媒体的影响和力量。”

在这个巨变的时代,整个社会在转型,媒体也在探索转型的路上。在新闻行动中,《江海晚报》根据报纸、网站、微信等不同媒体的特点和需要,积极探索适合各媒体特点的传播模式,纸媒、官网、官微多渠道联动,最大限度发挥全媒体阵容的宣传效果,并与各县市区官方发布、各镇官微相互补充,联动各地新媒体第一时间跟进转载发布,让本次大型新闻行动传播覆盖面更广。

正是充分发挥了融媒体时代的传播优势,此次新闻行动与广大读者有了充分良好的互动,有效展示了江海名镇特有的江海禀赋资源和现代化建设成就,很多在外南通人纷纷在江海晚报官微下留言:“我的家乡这么美!我一定要回去领略‘小洋口’我儿时的故乡”“走起,我们一起去老坝港探寻海安风情”……

与此同时,新闻行动还首次尝试了线上+线下结合,于2017年2月至5月,先后在市行政中心、市工人文化宫等推出了“江海名镇行”大型摄影图片展,160幅精品图片形象展示出40个乡镇的风采,在全市产生强烈反响,给省内外专家学者留下深刻印象。来自台湾的专家程湘如说:“这个展览让我看到了一个新的南通。”

本报记者叶国 杨镇潇