

采编经纬

TELEVISION

# 新闻人如何走好“新春走基层”

王 娴 丁 锐

“新春走基层”对于许多新闻从业者来说不陌生，这也是每年岁末年初的“规定动作”。当成为惯例，我们如何突破陈旧套路甚至力争成为报道创新点，这是每一位新闻人都该认真思考的。人们总会说，火灾现场，

消防人员是逆行者；疫情一线，医务人员是“最美逆行”。其实每个行业都有各自的“逆行天使”。新春走基层就是让我们要将手中的镜头、笔触转向更多的逆行者，虽然岗位不同，但同样有担当。

BROADCAST

媒体人很多时候都会自嘲“地球不爆炸，我们不放假”，央视主持朱广权曾形容媒体人没有四季，只有淡季与旺季。春节团圆时刻，我们也总会通过新春走基层去记录无数默默坚守岗位的一线人员。今年浙江之声派出近40路记者深入基层一线，上山下地，记录动人瞬间。在《浙广早新闻》《浙江新闻联播》重要位置推出“记者蹲点记”“龙年面孔”“奋进开门红”“探源中华文明”等原创专栏，采写了一系列“沾泥土、带露珠、冒热气”的报道。浙江卫视“第一视点”专栏“春节故事”推出了《第一视点 春节故事·一份嘱咐里的老区牵挂》，开设的专栏也推出招工记——《满满的诚意送到家》《1%希望也要100%努力》《机场“守灯人”的最后一班岗》等。

### 一、“新春走基层”怎么走

早在2011年，中宣部就提出了“新春走基层”活动，主体采访对象很明确——基层。脚底板下出新闻一直是新闻从业者的工作要求。走出去、沉下去不必多说，优秀的“新春走基层”稿件，到一线是首要条件。都说岁月静好，一定是有人在负重前行，春节这样的特殊时刻同样如此。挖掘亮点、采制最具感染力的同期声、画面，单靠“身到”不行，心得抵达。今年，浙江之声春节期间推出的《新春走基层·记者蹲点记》，如《坚守巡线不打烊，翻山越岭爬铁塔只为守护万家灯火》，记者跟随国家电网杭州市临安区供电公司输电二班班长陈露一起来到在临安海拔1500米的高山，过悬崖、敲覆冰、爬铁塔，展现“电力人”守护万家灯火的常态；《在奔跑中投递幸福与温暖》，记者跟随申通女快递员李司曲留守岗位，一天步行两万多步，在奔跑中为百姓投递急需包裹，都以奔跑的脚

步记录时代、展现暖心瞬间。

今年春运期间，浙江之声蹲点采制《“看不见的”春运守护人》，分别推出“春运候车厅守夜人的18000步”“用1毫米的坚守守护春运回家千万里”“万无一失，一失万无！房建巡检工坚守的50米”等报道，全网综合播量超8000万。每篇报道记者们几乎都是寒冬中通宵采访、反复沟通，跟随铁路工作者爬站房、巡轨道。例如稿件“春运候车厅守夜人的18000步”，主角铁路杭州站客运值班人员洪腾每晚11点多，当送走车站最后一位旅客，他的工作才刚开始，而陪伴他的只有整个候车大厅的椅凳。为了真实展现他的工作状态，记者和他一起值守，从清查滞留旅客、整理遗失物品、凌晨1点巡视车站、凌晨两点巡视施工、凌晨3点半巡视车底，5点验收施工情况，全程拍摄记录。也正是因为和他一次次的交流、一次次的跟采，记者挖到了许多细节，成为值夜人员的4年，他觉得工作最大的挑战是学会独处、学会享受孤独；而每次大年三十他都是一个人在空荡荡的杭州东站候车大厅度过。他说，看着旅客大包小包地上车，安全到家、快乐回家，挺有成就感。不一定在白天展现出成就的才是英雄，站在黑夜里面，在这个小小的岗位上也是一种。

### 二、“新春走基层”怎么“创新”走

新春走基层走过十多个年头，媒体人一代又一代，新闻报道要有创新力才能与时俱进。创新力不仅内容要创新，还体现在新闻思维、新闻展现方式上。对此，策划显得尤为重要。仍以浙江之声《“看不见的”春运守护人》为例，春运报道年年有，如何在“四季歌”上唱出“新花朵”，报道团队在前期策划准备上可以说下了“狠功夫”。正式

春运开始前一个多月，记者就已多次与铁路等交通一线人员进行反复沟通，找寻今年春运工作亮点。最终确定切入点转为“幕后”二字，给大众展现的就是每天最晚一趟列车结束后的杭州东站到底是怎样一个场景。虽然最终推出报道仅3篇，但前期对接了铁路供电段、房建段、工务段、电务段、客运段等各工种部门的相关工作人员，打开春运“新世界”。为了更好了解一线情况，每个部门所涉及的工种，记者们都进行了挨个采访，记录工种亮点。例如，铁路商品配送人员除了保障冷链食品外，还要负责轨道垃圾清理、站台的深度保洁、进站口玻璃棚顶的擦拭等等，而这些几乎都是旅客看不到的。为了尽量不遗漏工作流程上的细节，记者们在前期准备中反复跑车站，梳理亮点，这也让后面的采制及后期制作更有底气。

迈入全媒时代，技术创新的体现除了拍摄手法的更替，立体式传播也很关键。《“看不见的”春运守护人》以纪录片式呈现画面，依靠特写镜头、长镜头以及同期原声，使得整组报道的视频画面更具质感。报道推送上，构建融媒矩阵。系列短视频在中国蓝新闻客户端、Z视介、美丽浙江、浙江之声融媒矩阵发布后，新华社、央视、《人民日报》等央媒平台纷纷转载，极目新闻、齐鲁晚报、大象新闻、济南时报、河南新闻广播等全国各地媒体掀起转发热潮，视频在微信、微博、抖音、快手等平台同步播发，全网综合播量超8000万。其中，微博平台互动、阅读量超4500万。这份数据背后在笔者看来其实就是受众的共鸣破圈。

### 三、“新春走基层”应成为常态

新闻是新近发生或正在发生的事实的报道。相信这个概念是大家接触新闻学最先了解到的知识点。但作为媒体人，我们肩上的责任远远不止于此。面对当下的时代特性，媒体社会价值体现很重要的一方面恰恰是“新春走基层”的初衷。我们不乏带有“温度”的优秀作品，但也有许多存在的现场、问题值得深思探讨。例如有些时候记者会以电话采访取代现场采访，每年的新春走基层翻来翻去还是那些采访对象，甚至现场具有“导演痕迹”，这些其实都间接地影响了媒体的公信力、权威性。

转作风、改文风的提出，转的是采访对象更多来自基层、采访场景更多来自一线，改的是记者的文笔更接地气、同期声更具生动性、画面更具温情，让受众愿意看、听得进、记得住。例如浙江卫视推出的《接力传承44载，土味“村晚”活力四射》，通过蹲点采访别开生面的“一线村晚”，一组组村民自拍自导自演的节目，全面展现百姓活力四射的精神文化风貌；《隧道深处的“清道夫”》聚焦台州S1线城市轨道交通线路的风水电检修员90后陶小霞，作为队内唯一的下坑作业女工，她不仅要带着工具负重徒步1个多小时抵达抢修现场，还得克服寒冬天气穿着捕鱼服的寒冷等一系列细节，以细节动人、以细节感人。这样的案例还有很多，这些也正是我们所有新闻人最需要采制展现的。

心有情怀，必有远方。传媒这份职业天然带有理想主义色彩和浪漫主义情怀。新闻人的内心也需要时刻安放百姓，这样的新闻才有生命力和感染力。

（作者单位分别为浙江之声、浙江卫视）