

CCTV “新春走基层”

典型报道纪实

传情送暖贴人心

中央电视台

“走基层、转作风、改文风”



主编 胡占凡

学习出版社

CCTV “新春走基层”

典型报道纪实

传情送暖贴人心

中央电视台

“走基层、转作风、改文风”

主编 胡占凡

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传情送暖贴人心：CCTV “新春走基层” 典型报道纪实 / 胡占凡主编.

—北京：学习出版社，2012.6

ISBN 978-7-5147-0188-3

I. ①传… II. ①胡… III. ①新闻报道 - 作品集 - 中国 - 当代

IV. ①I253

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第059883号

传情送暖贴人心

CHUANQING SONGNUAN TIERENXIN

——CCTV “新春走基层” 典型报道纪实

主编 胡占凡

责任编辑：于子晶

技术编辑：周媛卿

装帧设计：盛世华光

出版发行：学习出版社

北京市崇外大街11号新成文化大厦B座11层 (100062)

010-66063020 010-66061634

经 销：新华书店

印 刷：北京联兴盛业印刷股份有限公司

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：24.5

字 数：375千字

版次印次：2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5147-0188-3

定 价：66.00元（含光盘）

如有印装错误请与本社联系调换

主 编：胡占凡

副主编：罗 明 魏地春 孙玉胜 张海鸽

编 辑：李舒东 杨 华 杜宝凤 谷云龙 张利生

杨继红 朱元亮 汪 平 姜雨杉 王新芬

赵凤琴 刘支梅

总策划、总统筹：中央电视台发展研究中心

序
foreword

东风好作阳和使 逢草逢花报发生



——在中央电视台“新春走基层”座谈会上的讲话

中央电视台台长 / 胡占凡

自2012年1月10日启动“新春走基层”活动，截至2012年2月6日，中央电视台有600多名编辑、记者、播音员、主持人放弃春节休假，兵分160多路奔赴各地，深入基层采访报道。我们开设了《新春走基层》之下的《回家的礼物》、《在岗位》、《问暖》、《开往春天的校车》等专栏，产生了广泛而热烈的社会影响。我们自己总结认为，这次“新春走基层”活动成为中央电视台历年春节报道中民生题材密集、基层内容丰富、故事化表达具有感染力、百姓视角具有亲和力、屏幕效果生动的一次大规模新闻实践。长春同志和云山部长给予了高度评价，认为“新春走基层”在中央电视台记者、主播、节目主持人身上，充分展现了良好的精神状态和敬业精神，证明了我们的新闻队伍是党和人民完全可以信赖的政治强、业务精、纪律严、作风硬的优秀队伍。

一、高度重视，精心部署

根据中宣部和国家广电总局的部署，从2011年12月开始，中央

电视台就开始全面动员和部署“新春走基层”活动，多次专门开会研究，反复策划，制订“新春走基层”报道方案。我们在全台干部会上明确提出，除了确保时政报道外，要求把“新春走基层”活动作为春节期间中央电视台新闻报道的重中之重，要把镜头留给老百姓，而且要留足、留够，记录老百姓回家团聚的奔忙与喜悦，反映人民群众的心声和期盼，讲述人们在岗位上的坚守和奉献的感人故事，真正把“新春走基层”作为中央电视台春节期间宣传的核心内容、头条新闻。

我们在《新春走基层》报道中，特别强调了这样几点：

一是要把报道的触角真正深入到社会最小细胞，如家庭、社区、车间、兵营、乡村等。要真走、真转、真改，一定要切身直接体验，不许走马观花。二是要以小见大，见微知著，小切口，大展示，通过具体的事、具体的人，反映社会共性问题。三是要以唤起社会和公众关注、促进问题解决为目的，而不是为了曝光和批评。因此要特别关注那些普遍存在、上下都关心，又有条件解决的问题，不给党和政府出难题。四是要做持续性关注和“连续剧式”的报道，形成一段时间内社会关注的热点。五是要更加关注普通民众的命运、生存状态，把更多注意力集中在对人的关心上，以人为本，特别要关注鲜为人知的领域、地区和人群。六是要把“走基层”报道放在重要时段、重要位置，甚至是《新闻联播》头条，加大报道分量和时长。七是要不断总结，摸索规律，不能总停留在一个水平上，要不断创新。同时，通过完善制度机制、召开研讨会、建立固定联系点等举措，实现“走转改”常态化。

二、主题突出，特色鲜明

“新春走基层”是温暖民心的和煦之风，改变荧屏的清新之风。我们从加强策划、深化主题、创新报道和编排方式、提升传播力等多方面入手，聚焦基层变化，反映民情民意，彰显主流价值，努力实现《新春走基层》报道的升级和突破。

1. 特别关注普通人的生存状态、困惑、期待以及党和政府、社会的关心、帮助，解决他们的实际困难

《杨立学讨薪记》讲述了川籍建筑工杨立学在西安启动的“一厅式办公”新举措的推动下，成功讨回拖欠工钱、回家过年团聚的整个过程，充分展现了政府为解决群众困难问题所作的努力和取得的成效。

《关注西藏先心病患儿》选择了两位先心病患儿白玛央金、拉巴次仁作为报道主体，充分挖掘两位患儿的命运波折和家庭的贫困疾苦，跟进报道国家免费治疗的政策给20个藏族先心病孩子命运带来的变化，引起了社会的广泛关注。

《开往春天的校车》全程跟拍体验西部贫困地区走读和住校小学生每天或每周步行几十公里的上学路，通过真实感人的个案表现孩子们对知识的渴求、对困难的乐观，体现各级政府付出的努力，力争聚合政府和社会力量推进校车问题的解决。

2. 《新春走基层》的选题无不体现出积极、健康、乐观面对生活的人生态度

《如果有可能 我带你去远行》以农民工诗人杨成军过年回家给妻子写了一首诗为主线，鲜活生动地展现了夫妻俩相互扶持，相互理解，充满幸福、期盼、浪漫的生活状态。

《妈妈 我让你的耳朵不挨冻》通过大学生舒敏豫送给环卫工继母新年礼物——耳套，真实记录了儿子和继母之间的母子情深。

《我与父母在沙画中团圆》讲述父母早逝的沙画师张潇予如何艰难地把妹妹抚养成人的故事，展现出张潇予对父母的爱和责任的延续。

3. 持续关注普通人的命运变化、事件走向，直至取得正面积积极的效果

《邵全杰的回家路》真实记录了火车票实名制后农民工邵全杰买票难的现状，全程跟拍了他既艰辛又温馨的回家路。客观反映了在“一票难求”的背后，存在着客流压力与客运能力之间的现实矛盾，让观众在看到买票难在哪里的同时，也看到铁道部门做了怎样的努力来保障“春运”。

无论是《邵全杰的回家路》、《关注西藏先心病患儿》，还是《棚户区的最后一个春节》、《开往春天的校车》等，都以故事化、“连续剧”的形式，全程关注人物命运，关注最终结果，让新闻报道有始有终，取得了很好的效果。

4. 敢于将“新春走基层”关注的普通民众放在《新闻联播》的头条或重要位置，舍得给版面，舍得给时长，让老百姓真正成为荧屏主角

敢不敢把这类报道放在头条，敢不敢给予足够的时长，实质上是对我们新闻理念的考验。2012年1月14日起，《新闻联播》连续播出4集《杨立学讨薪记》，创造了《新闻联播》以“新闻连续剧”形式播出连续报道的新形式和新纪录。2012年1月19日，《酿酒敬家人的夫妇》等一组《新春走基层》报道在《新闻联播》头条播发，开创了《新闻联播》在头条位置播发这类基层报道的先河。春节期间，《新闻联播》还播出了《秦腔〈照金这片天〉唱响20年》、《小花的除夕》、《小央金：我去北京只有一个心愿》、《如果有可能 我带你去远行》、《老兵王继腾15年的新春心愿》、《邵全杰的回家路》、《秦岭打冰人的苦与甜》等《新春走基层》重点报道。自启动“新春走基层”活动以来，《新闻联播》累计播发《新春走基层》报道50多条，总时长超过160分钟。2012年正月初一至初六，播出时长约占节目总时长的40%。其中，《新闻联播》发头条4组9条，连续报道4组34集（条），新闻频道播发连续报道10组66集（条）。这种在突出显著位置连续大量播发的做法是前所未有的。

5. 《新春走基层》报道契合百姓的情感诉求，展现最真实的社会文化现状和人文情感，弘扬了社会主义核心价值观

就像《为了一个幼小生命的延续》，讲述了一群素不相识的普通人，因为一条微博爱心接力、献血救人的故事，呈现出打动人心的真善美。

6. 平民化视角，表现手法清新自然

《新春走基层》报道一改以往四平八稳的风格，采用平民化的视角，表现手法清新自然，有真情实感，多了实话、真话、家常话，跟着

新闻走，跟着人物走，形式多样，语言朴实，画面真实生动，就是活生生的百姓生活写照，人物如在身边，住在隔壁。

三、贴近基层，反响热烈

实践证明，最美的风景在基层，好新闻是用脚底板走出来的。2012年《新春走基层》报道题材选择的朴实化和低视角及纪实手法，引发了社会各界的强烈共鸣。

新闻界专家学者评价说，“新春走基层”是落实科学发展观、体现“以人为本”要求的重大创新，是真正落实“三贴近”、弘扬社会主义核心价值观的良好实践，也是深刻贯彻党的群众路线，生动实践马克思主义新闻观的积极行动。一些传媒界人士认为，“看了央视《新闻联播》，印象深刻的还是平民化视角的新闻，彰显了央视的社会责任感”；“《新闻联播》大篇幅播放普通劳动者的故事，没有人为抬高，真实记录，打动人心！这样的‘新春走基层’路子对了！”央视名播音员、主持人走基层，更加有效地拉近了与基层群众的距离，提升了“新春走基层”的影响力。

观众和网民纷纷反映，中央电视台《新春走基层》的报道内容与形式值得推崇，采访事例之真实淳朴、被访群体之广泛都令人眼前一亮。他们说，“走基层报道，透过一个个普通人、一个个小故事，为这个春天注入了一股股温馨感人的力量”。中央电视台记者走入基层，关注民生，将普通百姓声音传递出去，反映出通过“走转改”转变了新闻报道方式，使新闻单位的形象更加可亲可敬。同时称赞“央视《新春走基层》新风扑面来”，“‘新春走基层’形式很好，很生活，很丰富，每个老百姓都有自己的故事，喜欢这种充满亲情感动的报道”。

通过这次“新春走基层”，我们认为，“走转改”活动是对马克思主义的有力坚持，是对光荣传统的坚定发扬，是创新新闻宣传工作的根本举措，是以人为本、服务人民的必然要求，是克服浮躁、抵制低俗的有效方法，是引领社会风尚的生动实践，是育人才、出精品的重要途径。

径，体现了党的群众路线，体现了马克思主义的文化观、新闻观、历史观，合乎新闻规律，合乎人才成长规律，合乎文化发展规律，合乎道德建设规律。

中央电视台将认真总结这次“新春走基层”的做法，把“走转改”活动作为常态化的任务，用“走转改”的做法做好日常报道和重大主题宣传、典型宣传。我们要继续拓宽报道视野和领域，处理好百姓与党和政府的关系、问题和出路的关系、城与乡的关系、虚与实的关系、穷与富的关系、大与小的关系、干与群的关系等。

“东风好作阳和使，逢草逢花报发生”。中央电视台将按照云山部长的讲话要求，认真总结，查找不足，推出更多鲜活的、有深度的、有影响力的作品，把“走转改”活动继续推向深入。

目录 contents



序

东风好作阳和使 逢草逢花报发生 胡占凡 / 1
——在中央电视台“新春走基层”座谈会上的讲话

聚焦基层变化 彰显主流价值

扩大影响 发挥优长 孙玉胜 / 2
——用讲故事的方法报道百姓所求所想、所思所愿
《新春走基层》报道总结 谷云龙 杨继红 / 5
中央电视台《走基层》报道成效分析 中央电视台发展研究中心 / 13

走出来的风采

那些海岛兵告诉我的…… 康 辉 / 20
凉山记忆 李修平 / 27
新春在基层 海 霞 / 33
——我在洗涤车间当学徒
温和的力量 张泉灵 / 37
态度 张 羽 / 41
听漏工李绍斌 董 倩 / 44
让阳光照过心房 郎永淳 / 46
——“新春走基层”玉树采访札记

要么不干 要干就干好! 欧阳夏丹 / 52

除夕夜 我所见的那些人 崔志刚 / 56

走出来的风采 纳森乌日塔 / 58

为有源头活水来 长 啸 / 60

——“走基层”漫笔

我的“龙愿” 文 静 / 65

感悟“新春走基层” 梦 桐 / 67

典型报道实录

杨立学讨薪记 / 70

招工局长陈家顺 / 94

郭明义和他的“粉丝” / 113

邵全杰的回家路 / 141

关注大凉山“失依儿童” / 166

关注西藏先心病患儿 / 195

如果有可能 我带你去远行 / 220

妈妈 我让你的耳朵不挨冻 / 226

小肩膀负重担 / 231

老兵王继腾15年的新春心愿 / 245

流动医院藏北巡诊 健康送到家门口 / 248

海拔5380米风雪边关为祖国站岗 / 252

过年回家 一个都不能少 / 256

L19次“回家专列”上的故事 / 262

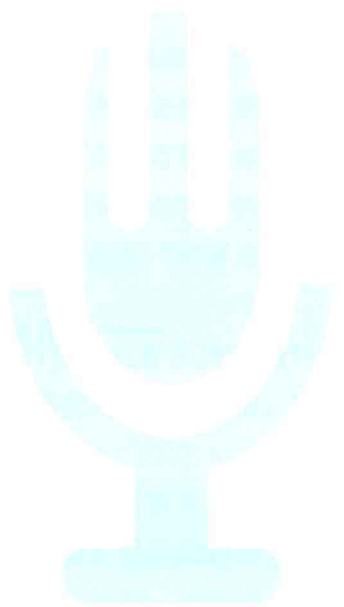
长沙城管朝阳中队 / 268

走进民心 走出真情

《杨立学讨薪记》创作手记 雷 飏 / 286

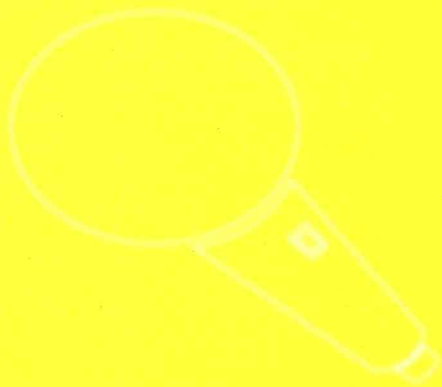
用“走基层体”重访郭明义 吴 闯 / 296

新春走基层：更要走出温情 走进人心	熊传刚 / 304
真爱的力量	栾婷婷 / 309
——《回家的礼物》创作谈	
20个藏族先心病孩子的故事	朱兴建 / 315
用心、用情呈现感动的瞬间	张红清 / 322
开往春天的校车：想要的不止是感动观众	张 芸 / 325
不落泪的感动	代纪玲 / 329
——《太行山小夫妻》采访手记	
传统题材的新突破	詹晨林 / 333
——《关注西藏先心病患儿》系列报道思考	
《回家的礼物》如何增强命运感	李 琳 赵竹青 / 341
雪域边关体验年的味道	倪 宁 / 344
每一辆摩托上都有一个故事	何 盈 / 351
走基层：接地气 聚人气	王 刚 / 356
——“新春走基层”赴“黑河好八连”采访体会	
练就一双发现故事的慧眼	文为民 / 361
——L19次外来务工人员专列采访札记	
平淡就平淡 只要他们真实	崔 诺 / 365
再访黄连乡 冰雪回家路背后的故事	陈春晓 / 368
三个孩子的故事及启示	晏 琴 / 371
从一碗牛肉拉面看依萌故事的采访拍摄	张 英 / 375



聚焦基层变化 彰显主流价值

通过这次“新春走基层”，我们认为，“走转改”活动是对马克思主义的有力坚持，是对光荣传统的坚定发扬，是创新新闻宣传工作的根本举措，是以人为本、服务人民的必然要求，是克服浮躁、抵制低俗的有效方法，是引领社会风尚的生动实践，是育人才、出精品的重要途径，体现了党的群众路线，体现了马克思主义的文化观、新闻观、历史观，合乎新闻规律，合乎人才成长规律，合乎文化发展规律，合乎道德建设规律。



扩大影响 发挥优长



——用讲故事的方法报道百姓所求所想、所思所愿

中央电视台副台长 / 孙玉胜

中央电视台2012年《新春走基层》报道是2011年《新春走基层》报道经验的延续、放大和创新，同时也是自2011年8月以来整个新闻战线落实中宣部开展“走转改”活动的必然结果。据统计，这期间中央电视台共播出“走基层”新闻980多条，派出400多个采访组，1300余人次参加了采访，出现了一批优秀的作品，如《皮里村蹲点日记》、《马子硕的求医路》等精品力作。

根据中宣部的部署、国家广电总局的指示和中央电视台胡占凡台长的要求，中央电视台新闻中心2012年《新春走基层》报道筹备比较早，自2011年12月初就进入了热策划阶段。在这之前，新闻中心已经开展了半年多的“走基层”活动，并形成了几个有影响力的系统报道。《新春走基层》报道怎么样才能承接之前的良好基础，同时做出“新春”的特点，这是我们面临的首要问题。经过反复策划，我们把“新春”这个大主题分为四个子系列：一是《回家的礼物》，二是《在岗位》，三是《问暖》，四是《开往春天的校车》。这样的策划思路使得“新春走基层”的报道与“走基层”系列报道既有区别，又相呼应。截至2012年2月，这四个系列共播出了240条新闻。

胡占凡台长对《新春走基层》报道高度重视，直接参与策划，明确要求：要以《新春走基层》报道带动整个春节期间的报道，成为中央电视台新闻频道和《新闻联播》的主题、主打和头条。截至2012年2月，新闻频道春节期间相关节目收视率比2011年提升17%，比2010年提升64%，《新闻联播》收视率比2011年同期相关节目提高了27%。这些数字可以表明，人民群众对我们“走转改”报道的喜爱和欢迎的程度。



从操作的层面看，对这样的传播效果我们有以下几点认识和体会：

一是好的节目在策划时一定要明确的形态定位和内容定位，要有明确的标准。《新春走基层》报道还在策划中的时候，我们就要求一定要去综合化、去概念化，要把春节当成中国的一个社会新闻事件，一定要发挥电视的特长和优势，用讲故事的方法报道老百姓的所求所想、所思所愿。这就是《新春走基层》报道的内容定位。

电视的优势是对现场的真实记录。因此，我们要求记者多用同期声和现场声，多抓拍细节和过程，只有这样才能更好地凸显真实，而只有真实，才能吸引人、说服人、感染人和打动人。

为此，我们还特别要求记者要自己在现场配音，不使用播音员在播音室的配音解说，并将这一点作为“改文风”的重要标志和标准。这就是目前大家看到的《新春走基层》报道的形态定位。

实践表明，这种文风和表达方式不只适用于《新春走基层》报道，下一步还可以推广到更多的新闻报道领域，因为它是电视新闻规律的本质所在。

二是要扩大影响，首先必须形成规模，有规模才能出精品。2012年新闻中心投入到《新春走基层》报道的人力是2011年的两倍，达到近600人，春节期间后期值班人员也接近800人。这样的规模确保了我们的报道的持续能力。春节期间，新闻频道有时每天最多能首发10条《新春走基层》报道，分布在不同的重要时段。

《新闻联播》最多的时候能发3~4条《新春走基层》报道，占播出总量的2/3，真正成为《新闻联播》的主体和主打。正是由于这样的规模，才出现了《杨立学讨薪记》、《邵全杰的回家路》、《回家的礼物》等给大家留下深刻印象的经典作品。

三是我们对正面报道和舆论监督这两个非常熟悉的概念又有了新的认识。过去，我们对正面报道的理解就是成就报道、典型报道。但这次《新春走基层》报道所引起的反响让我们重新认识了正面报道更丰富的内涵。当我们用服务百姓的情怀去观察社会，真实地记录和传播普通百姓的动人故事，并引起大家共鸣的时候，其实，我们是在呼唤社会共同的价值观，这是更好的正面报道。正面报道只有做得有吸引力和感染力，才能真正起到正面的效果。

在《新春走基层》报道中，有一些报道是带有舆论监督性质的，如《杨立学讨薪记》，但它和传统的舆论监督报道又有区别。它更多的是从服务百姓的视角

去报道他们遇到的困难和困惑。这些困难和困惑也许是当地党委和政府并不了解的，但是一经报道，党和政府就迅速采取措施解决问题，我们再跟踪报道结果。从这个角度看，《新春走基层》也是对舆论监督报道的一种创新和融合，它更容易被接受，更容易化解矛盾、消除误解。

总之，从操作的角度看中央电视台《新春走基层》报道成功的重要原因，是从中央媒体的立场出发，拥有服务百姓的情怀，遵循电视和新闻规律。下一步我们将使“走基层”报道进入常态，但常态不能平淡。“走转改”活动正在进行时，仍在过程中。所以我们还要在常态下保持一定的规模，还要不断再出精品。

此外，“走基层”常态化之后要在不同的重要节点形成不同的高潮。如果把2011年的《新春走基层》看作第一个高潮，那么2011年9月、10月、11月就是《走基层》报道的第二个高潮，2012年春节的《新春走基层》就是第三个高潮。下一个高潮我们正在策划如何把“走转改”与“两会”报道结合起来，从而进一步扩大中央电视台《走转改》报道的影响力。