

附件 6

专业报好新闻奖参评作品推荐表

作品标题	科学把握时度效 节会宣传更精彩 ——以湖南科技报刊中国科协年会 宣传为例		参评项目	基础类
			体裁	新闻业务研究
作 者 (主创人员)	袁万茂	编辑	崔琦	
原创单位	湖南科技报刊有限责任公司	刊播 单位	科技传播杂志社	
刊播版面	P15—17	刊播 日期	2022 年 9 月 10 日	
新媒体作品填报网址		https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=3uoqIhG8C44YLT10AiTRKibYlV5Vjs7iJTKGjg9uTdeTsOI_ra5_XZlGMTug5hct8dCJOt_jrRsXY4		
（采编 作品 简介 过程）	作者从湖南科技报刊有限责任公司对中国科协年会宣传的实例入手，提出在重大节会宣传中，要科学科学掌握“时”，争取舆论引导主动权；准确把握“度”，确保年会宣传不偏向；全力提升“效”，年会宣传报道更出彩。文章在湖南科技报刊全媒体对中国科协年会宣传实践的基础上进行总结提炼，为媒体报道重大节会活动提供实操借鉴和理论参考。 湖南科技报刊对中国科协年会的宣传工作受到中国科协党组书记张玉卓等领导和中共湖南省委宣传部的好评。作者全程参与了湖南科技报刊有限责任公司对第二十四届中国科协年会的宣传工作，在复盘年会宣传工作时，作者发现，宣传工作之所以受到好评，是因为在宣传过程中，始终把握好了宣传工作的时度效，才使宣传工作得以出彩。为进行系统总结和理论提高，作者撰写了本文，发表在《科技传播》杂志上。			
社 会 效 果	论文章被百度学术转载，被中国知网收录。			
（初推 评荐 评语 理由）	该作品从实际工作中总结出重大节会宣传的规律，可以为各媒体开展重大节会报道提供参考。 签名： (盖单位公章) 2023 年 2 月 28 日			
联系人 (作者)	袁万茂	手机	13036789882	

二维码：



参评人员身份证明:

PRESS CARD
Issued by National Press and Publication
Administration



单位: 湖南科技报
Agency:
姓名: 袁万茂
Name:
性别: 男
Sex:

PRESS CARD
Issued by National Press and Publication
Administration

身份证号: 432626197810186012
ID No.:

统一编号: B43003466000007
Unified No.:

发证日期: 2022年 10月 28日
Date of Issue: Year Month Day



国家新闻出版署监制
核验网址: <http://press.nppa.gov.cn>

科技传播

PCST

KEJI CHUANBO

主管：中国科学技术协会
主办：中国科技新闻学会
出版发行：《新媒体研究》杂志社

专家委员会

主任：许英
委员：徐九武 刘泽林 常汝先
吕建华 金振蓉 梁沂滨

社长：李宪
总编：祁书彦
副社长：崔琦 王昆仑
主编：叶昌盛

编辑部

编辑：高红娜 路汇通 王翔凤
朴妍 张星竹 左丹
美术编辑：郑雨潇

新媒体事业部：王昆仑

发行部：秦立根

编辑部电话：(010) 64465945/64465797

发行部电话：(010) 64462811

投稿邮箱：cpcst@126.com

微信公众号：科技传播杂志

中国标准连续出版物号：ISSN 1674-6708
CN 11-5820/N

创刊年份：2009

刊期：半月刊

出版日期：每月10日和25日

发行范围：国内外

印刷厂：廊坊市瀚源印刷有限公司

编辑部地址：北京市朝阳区东土城路8号
林达大厦A座23层A室

邮编：100013

定价：30.00元

投稿方式

稿件请以Word格式文件附件方式，直接发到投稿邮箱：
cpcst@126.com。

P1 近10年国内新闻传播学科“虚拟现实”研究主题文献可视化分析

运用文献计量法，基于CiteSpace文献计量工具，以中国知网数据库为数据来源，对近10年国内新闻传播学科虚拟现实研究的基本情况、研究热点和发展态势进行知识图谱可视化分析，以期虚拟现实领域的研究者和实践者提供参考。

目次

2022年9月（上） 总第314期 （半月刊）

报道科技发展动态
促进学术观点交流
提高科技传播能力
推动社会科技进步

版权声明

版权属本刊所有，未经允许，不得以任何形式转载、摘编本刊文字及图片。

作者文责自负。对于以任何形式侵犯他人的著作权的行为，作者应独立承担法律责任，本刊概不承担任何连带责任。

投稿者请保留原稿，请勿一稿多投！

本刊所有刊登文章均收录于中国知网、万方数据和维普期刊网等，作者来稿凡经本刊使用，如无电子版、网络版、有声版等方面的特殊声明，即视作投稿者同意授权本刊电子版、网络版、有声版等的复制权、汇编权、发行权、翻译权、信息网络传播权及其转授权等著作权。

【主编荐稿】

- 1 近10年国内新闻传播学科“虚拟现实”研究主题文献可视化分析
.....李雅等，史萌
- 6 融媒体发展对城市品牌形象建设的影响探究
——以遵义老城新区建设为研究对象
.....张琦琪，罗健

【科普实践】

- 15 科学把握时度效
节会宣传更出彩
——以湖南科技报刊中国科协年会宣传为例
.....袁万茂
- 18 融媒体时代弘扬科学家精神
内容策划与传播
——基于儿童、青少年的视角
.....林雪峰，夏光富

科学把握时度效 节会宣传更出彩 ——以湖南科技报刊中国科协年会宣传为例

袁万茂

摘要 在重大节会报道中,需要媒体提前介入,策划宣传工作方案,科学把握时度效,才能争取舆论引导主动权,确保宣传不偏向,促使宣传效果更出彩。

关键词 科学;时度效;节会宣传

中图分类号 G2

文献标识码 A

文章编号 1674-6708(2022)314-0015-03

习近平总书记在主持召开党的新闻舆论工作座谈会时指出,“要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求”^[1],“不管是主题宣传、典型宣传、成就宣传,还是突发事件报道、热点引导、舆论监督,都要从时度效着力、体现时度效要求”^[2]。习近平总书记关于时度效的论述为做好新闻宣传工作指明了方向,提供了根本遵循。

中国科协年会是中国科技领域高层次、高水平、大规模的科技盛会。湖南科技报刊有限责任公司以第二十四届中国科协年会在湖南举办为契机,科学把握时度效,旗下报、网、微、端、屏等媒体平台融合互动传播,在社会上营造了关注年会、关心科技、关爱科学家的浓厚氛围。年会宣传工作多次受到中国科协领导和湖南省委宣传部领导的表扬。

1 科学掌握“时”,争取舆论引导主动权

重大节会宣传中的“时”,是对时机、时序的掌握,更是及时、全时的报道。新闻媒体要抓住时机,理清时序,及时、全时开展宣传,争取舆论引导主动权。

第二十四届中国科协年会于6月26、27日在湖南长沙举办,湖南省科协是承办单位。作为湖南省科协主管的地方行业媒体,湖南科技报刊有限责任公司抓住时机,及时、全时报道年会相关内容,让公众了解中国科协年会,了解科技进展,了解科协使命任务,以此走近科学家。

早在2021年7月,湖南科技报刊有限责任公

司就派出工作人员前往北京,向第二十三届中国科协年会举办地学习了解年会宣传方面的相关情况,对年会宣传机制、宣传方案、宣传策略、宣传重点、宣传媒介等进行多方考察,并对做好第二十四届中国科协年会宣传进行精心策划和部署,提前介入年会宣传工作。

媒体提前介入重大节会宣传工作,尽早了解年会活动的设置,利于媒体从社长、总编到编辑、记者在年会举办前熟悉年会主要活动和相关流程,从而制定出相应的宣传报道工作方案,既有利于媒体在年会活动举办的第一时间开展报道,也有利于媒体在年会宣传中持续发力,形成宣传高潮。

2022年4月18日,湖南省科协召开第二十四届中国科协年会筹备工作动员会。会后,湖南科技报刊有限责任公司迅速在旗下《湖南科技报》、科普湖南微信、科普湖南在线网、科普湖南学习强国号、科普湖南人民号,以及省科协院内及周边宣传栏、电子显示屏等媒介上开展年会宣传。

根据宣传方案,公司从4月20日开始至年会结束,在《湖南科技报》上推出中国科协年会氛围宣传;从6月16日开始,在《湖南科技报》上推出“盛世盛会”等5期专刊共计46个专版;从4月19日开始至年会结束,在科普湖南微信公众号、科普湖南在线网制作并刊发年会倒计时牌,推出“第二十四届中国科协年会专栏”;推出年会H5、科普短视频、动画、海报等年会系列产品,在网、微、端、屏播出。

作者简介: 袁万茂,湖南科技报刊有限责任公司,研究方向为科技传播与科技新闻写作。

中国科协年会的宗旨是“大科普、综合交叉、为举办地服务”。湖南科技报刊有限责任公司在报道议程特别是在专刊的设置上,充分考虑了年会的宗旨,采编、设计了“盛世盛会”“国之脊梁”“科协担当”“敢为人先”“年会掠影”等5期专刊。“盛世盛会”专刊主要介绍第二十四届中国科协年会开幕式、湖南省党政领导与院士专家座谈会、中国科协主席与大学生见面会、年会十大调研课题相关内容、36个论坛具体内容和、第一至第二十三届中国科协年会举办的基本情况等,并配发言论《汇聚国家科技资源 服务湖南高质量发展》,让公众通过专刊就可了解第二十四届中国科协年会的基本内容。“国之脊梁”专刊以“照片+院士简介”的方式,介绍了43位在湘两院院士的基本情况,为公众了解湖南的院士提供一个窗口。“科协担当”专刊介绍了湖南省科协系统服务科技工作者、服务创新驱动发展、服务全民科学素质提升、服务党和政府科学决策方面所取得的成绩,对湖南省科协和14个市州科协的情况进行了介绍,让公众更好地了解湖南科协的使命任务。“敢为人先”专刊介绍了湖南30项科技创新成果,让人们了解湖南的科技创新能力和科技发展水平有一个清晰的了解。“年会掠影”专刊对年会进行全景式宣传,对年会举办的重大会议重大活动进行全面深入报道,对36个论坛均以“新闻+图片”的形式进行报道,全面展示年会取得的成果。

5期专刊以“盛世盛会”开头,以年会举办的时间轴为顺序,依次介绍湖南的院士、湖南省科协系统取得的成绩、湖南的科技成果,以展示年会的实效收尾,逻辑清晰,整体感强。

为满足竖屏时代公众的阅读需要和年会期间大量发稿的需求,湖南科技报刊有限责任公司提前升级平台,将拥有超190万用户关注的科普湖南微信公众号由一日一更改为一日三更,让中国科协年会报道由及时向全时转变。

2 准确把握“度”,确保年会宣传不偏向

新闻宣传中的“度”,是高度、角度、速度、力度,更是尺度。在节会宣传报道中,要提升高度,选准角度,讲求速度,讲究力度,把握尺度。

在重大节会报道前,新闻媒体工作人员要提升高度,深入学习领会重大节会举办的目的意义,以统揽全局的高度设置报道议程。

湖南科技报刊有限责任公司积极与中国科协宣传文化部联系,了解中国科协对年会宣传的总体原则、总体要求。公司派工作人员与黑龙江、山东等前几届中国科协年会举办地科协联系,了解举办

地科协的中国科协年会宣传工作方案和宣传实施情况。结合考察情况和本届年会的实际,湖南科技报刊有限责任公司制定了详细的年会宣传工作方案,多次召开董事会和采编工作会议,要求所有采编人员提高站位,站在全局的高度来思考和开展年会宣传工作,确保宣传报道紧紧围绕年会的宗旨开展,坚持正确的舆论导向。

重大节会议题多内容多,在宣传中一定要注重角度选择,才能保证宣传不偏向。湖南科技报刊有限责任公司在中国科协年会宣传中,既注重全景展现年会具体活动、具体内容,也注重突出湖湘特色,展示湖南院士专家风采,介绍湖南创新科技成果、推介湖南科协系统取得的成绩。在院士的宣传中,公司注重多角度融合传播,既从专业、权威的角度对在湘两院院士进行宣传,又从老百姓关心的院士搞科研攻关的角度来讲故事,让院士可亲可感。在创新成果的宣传中,既从科学准确的角度对30项创新成果进行图文宣传,又从中小学生的视角,以中小學生讲科普的方式来介绍创新成果,让高大上的科技创新成果变成通俗易懂、生动活泼的科普内容。

重大节会,都会提前设置相应会议和活动议程,新闻媒体应提前介绍,随时关注议程进展和变化情况,抢抓第一时间进行宣传报道,为年会营造浓厚的舆论氛围。

根据中国科协年会议程和湖南科技报刊有限责任公司制定的宣传报道方案,公司确保在每项活动或会议召开后,第一时间进行宣传报道。同时,公司做好应急预案,一旦年会议程有变,就会在第一时间根据改变的议程对报道方案做出相应改变。为了抢新闻发稿速度,公司与省科协负责新闻稿件审定的领导商定,编辑将所有的新闻稿件编好后,领导审稿时间不得超过半个小时。这为年会宣传报道抢第一时间发稿提供了制度保障。

重大节会举办具有会议规格高、活动数量多、会议活动议程集中的特点。新闻媒体在节会宣传报道中,要打破常规报道思维,集中媒体资源,彰显报道的力度。

4月18日确定了年会举办时间后,公司迅速启动媒体宣传机器,将第二十四届中国科协年会的主题在《湖南科技报》上进行宣传,在科普湖南微信公众号、科普湖南在线网上开办第二十四届中国科协年会专题,制作了年会倒计时牌。从6月16日开始,在《湖南科技报》上连续推出5期专刊,共计46个专版。在年会举办期间,科普湖南微信公众号一日三更,火力全开,全力宣传年会举办的会议和相关活动。全媒体平台的宣传,彰显了公司对

年会宣传的力度。据统计,年会期间,公司推出新闻稿件、新闻图片、科普文章、短视频、H5、动画等共计511篇次。

重大节会的举办,万众瞩目,公众希望了解节会的具体内容,希望媒体全面报道年会相关活动。新闻媒体更应把握好尺度,对什么该报道,什么不该报道有准确把握。

第二十四届中国科协年会是科技界的盛会,110多位院士参会。在对院士专家的报道中,湖南科技报刊有限责任公司牢牢把握底线,做到报道出来的内容准确无误,对把握不准的不宣传。为做到准确无误,公司要求,“国之脊梁”专刊编辑要与43位在湘两院院士联系,并让院士确认宣传稿件内容的准确性,同时要院士对相关稿件内容进行“脱密”处理。在编辑“敢为人先”专刊时,公司以年会办的名义给省科技厅发文,要求省科技厅推荐30项科技创新成果,公司与30项科技创新成果主要负责人联系,要求其提供相关内容,并要求所有内容不能涉密。在审稿过程中,公司又对有可能涉密的内容,重新请省科技厅把关。经过层层把关,公司的年会宣传报道做到内容准确,信息可靠。

3 全力提升“效”,促使年会宣传更出彩

新闻宣传中的“效”是成效、实效、效果。在节会宣传中,无论是掌握“时”,还是把握“度”,最终都是为了提升“效”。

湖南科技报刊有限责任公司在年会中,聚焦院士资源,融合传播平台,精编精排版面,宣传工作取得显著成效,受到公众广泛关注和普遍赞誉。

1) 聚焦院士资源,营造浓厚氛围。两院院士是我国最顶尖的科技人才,是科技界最闪耀的明星,往往自带流量。第二十四届中国科协年会共有110余位院士汇聚湖南参会论道。在年会宣传中,如何提升公众对年会的关注度?湖南科技报刊有限责任公司聚焦院士资源,以宣传院士和院士宣传为切入口,为年会营造了浓厚的氛围。首先是制作“国之脊梁”专刊,对在湘两院院士进行了介绍;其次是制作“百名院士齐聚长沙共话科技自立自强”系列海报;再次是在科普湖南微信公众号和科普湖南在线网上开办“院士风采”专栏,介绍了院士的科研成果和科研故事。在院士宣传上,科普湖南精心策划,采访罗锡文、印遇龙、田红旗等11位院士,由院士出镜宣传年会,邀请国内外院士专家参与年会。由11位院士加持的《院士邀您“湘约”年会》短视频,将年会氛围迅速推向新的高度。

2) 融合传播平台,形成宣传合力。习近平总

出:“要坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展。”^[3]在中国科协年会宣传中,湖南科技报刊有限责任公司充分发挥旗下各媒体平台优势,实现融合传播,形成宣传合力,发挥出最大效力。

为做好年会宣传工作,湖南科技报刊有限责任公司成立了年会宣传工作领导小组,由蔡建文董事长担任组长,统筹年会宣传工作,制定工作方案,统一思想,调配工作人员,实现人员融合、物资融合、平台融合。公司既充分发挥报纸、网站等传统媒体专业、权威的优势,又充分利用科普湖南微信公众号、学习强国号、人民号等,进行快速传播,实现不同受众群体的全覆盖。在产品开发上,既重视报纸图文内容采编,又开发出动画、视频、H5、海报、展板、宣传标语等产品,形成丰富多样的产品线。在产品的发布上,一个产品,既会在报纸上刊发,也会在网站、微信、微博、客户端、学习强国号、人民号等平台刊发,真正实现了一次采集、多次分发,放大了传播效果。

3) 精编精排版面,打造宣传范本。要想提升年会宣传效果,就需要新闻媒体精选宣传内容,从内容选择到采写编辑到排版印刷,每一个环节都发挥工匠精神,精益求精。湖南科技报刊有限责任公司在年会宣传中,提前设置议程,与年会办宣传组保持紧密联系,精心挑选年会的重大内容并从老百姓的视角开展宣传。公司派出最精干的采编力量参与五期年会专刊的采写编辑工作,在内容制作上,精心打磨,反复核对修改,做到内容准确、权威。美编在排版前与编辑多次沟通,并排出多个版式请读者选择最优版式。为彰显年会专刊的高品质,公司决定五期专刊全部采用铜版纸印刷。由于铜版纸印刷与新闻纸印刷在版面色彩和图片处理上有很大的差异,公司美编提前与印刷厂沟通解决图片处理、分辨率设定等问题,保证了5期专刊的高质量。公司精心制作出来的专刊受到读者广泛好评。中国科协文化宣传部索要5期专刊定稿,为中央媒体作宣传手册。省委宣传部给省科协来函,要公司提供定稿内容,提供给各媒体参考。

参考文献

- [1] 习近平总书记党的新闻舆论工作座谈会重要讲话精神学习辅助材料[M].北京:学习出版社,2016:7.
- [2] 习近平.坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力[N].人民日报,2016-02-20(1).
- [3] 习近平主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议[EB/OL].中国政府网,http://www.gov.cn/govweb/xinwen/2014-08/18/content_2736451.htm.2014-08-18.