

## 为了珠峰大本营通电那一刻

## 新

## 闻的力量



贺焕峰

《海拔5200米的珠峰大本营正式通电》这篇消息,字数不足900字,我们却持续关注跟踪了近两年。

2012年8月,我第二次入藏采访有两项任务:一是开展“走基层看发展·西藏电网一线行”系列报道;二是在日喀则供电公司输配电工区抢修班建立《国家电网报》基层联系点,这也是当时业界建立起来的海拔最高的联系点。

记得当天授牌仪式结束后,我们与这个全天候24小时服务的抢修班8名藏族小伙子座谈交流,跟随他们到现场抢修一个故障点。日喀则地区平均海拔超过3800米,最高海拔超过5000米,工作环境艰苦。他们操作老练,可汉语说得流利,兼任翻译的是工区副主任边巴顿珠,他讲了一口流利汉语。

边巴顿珠是一位70后,中学、大学分别在郑州和武汉读书。这位土生土长的藏族兄弟,个头不高,脸庞黝黑,镜片后的眼睛透着坚毅,看起来精神干练。我们成了熟人、朋友。

边巴顿珠语速不快,跟我们聊起了他的童年、他的父辈,聊起了没电的日子,他在昏暗的油灯下做作业的情景,又聊起他见到城市流光溢彩时的兴奋,在宽敞明亮的教室里读书学习的专注。他熟悉日喀则的高山大岭,熟悉当地风土人情,熟悉日喀则输配电网。他说,成天就像带自己的孩子一样,与这些线路啊、配电设备啊打交道。因为懂行,他全程参与了当地农村电网改造工程建设,对每一条线路、每一座变电站都了如指掌。

聊着聊着,一个线索出现了:惠及民生的西藏农网改造工程中,有一条线路将通向地球之巅,点亮珠峰及沿线居民。当时我一阵激动。我想,珠峰大本营通电工程是一个点,这

个点举世瞩目,通过这个点可以反映大电网照亮藏区人民这个面,更能传播责任央企落实中央决策部署、服务西藏长治久安的社会价值。

我们顾不上在高原晕乎乎的感觉,驱车赶到定日县,详细了解了当地农网改造进展情况,现场采访了一条35千伏线路第三标段基本情况,沿着通往珠峰的100多公里线路,走过搓板路、砂石路、曲曲弯弯路,来到海拔5200米的珠峰大本营,看到一根根水泥电线杆已运到大本营附近。我们连夜写就了一篇通讯《把大电网延伸到珠峰脚下》,算是作了预报。

此后,我脑海里总是浮现边巴顿珠的身影,总是晃动着珠峰灯光的幻影,想着他们在含氧量不足平原一半的高原施工场景。不时打电话给边巴顿珠,问问工程进度。后来,就安排同事刘金星、驻站记者党亚利共同关注此事。

2013年年底,作为项目负责人的边巴顿珠告知,珠峰大本营那条线路已具备送电条件。可这个季节大雪封山,大本营了无人迹。直到2014年4月,珠峰登山的黄金季到来,大本营才亮灯。

我们迅即行动起来,一边联系现场施工组织者,一边购买机票准备到现场,同时嘱托驻站记者盯着施工现场。一连几天,我们分工协作,前后方联动,边巴顿珠的手机也成了我们的热线。好不容易,才独家采访到我国首次登顶珠峰的85岁的贡布、中科院珠峰站副站长王忠彦,多方联系定日县旅游局、登山队负责人等,获得了不少有用信息。一稿、二稿、三稿,一遍遍地修改,一次次地提升。

为了通电这一刻,我们等了漫漫20个月,而边巴顿珠和他的伙伴们数十年如一日坚守在高原,这篇报道仅仅反映了他们的一个缩影。

(报送单位:国家电网)

## 走近川藏联网工程



川藏联网采访团队

禹宗贵

2014年8月,川藏联网工程如火如荼地进行。为更好地反映这项“电力天路”工程,《中国能建周刊》编辑部组织7人记者团赶赴现场,采集新闻素材。我有幸作为其中一员,亲眼目睹了这场气势恢弘的国家电网工程的建设。

沿着川藏线,走过有着“世界最高县城”之称的理塘,顺次走向巴塘、芒康。一路上,天蓝得让人心醉,白云就在不远处飘荡,成群的牦牛在凛冽的河岸边草地上驻足,藏区高原的纯净、美丽让人迷恋。汽车沿着弯曲的公路前行,在雄伟的高山间,可以看到高大的输电铁塔错落有致地矗立着,银色的高压输电线牵连出美妙的弧线。

我们来到一个线路施工项目部,在简陋的工棚旁,就是一个索道装置。陪同我们的现场设计代表介绍说:由于川藏联网工程所经地区交通极其不便,全线60%塔位车辆无法到达,只能依靠索道运输解决难题。为此,仅1.5吨的货运索道,全线就架设了1100多公里。看着直达山顶的索道,我们惊叹不已。

在我们的行程中,采访对象大都朴实、内敛。可我们知道,他们无一不是在电力设计领域学有所长的专家,却长年累月坚守在工程一线。在巴塘县,我们中午吃饭时,中央电视台新闻频道正在播放川藏联网新闻。突然,我们中间一个人兴奋地指着屏幕喊道:“嘿,这不是我们项目部的甘睿吗!”电视上

的主人公刚好在现场,他也很意外:“没想到昨天接受采访,这就上了新闻。”我们都感到非常兴奋。而他一直坚持到项目通电,“要是不通电就回去的话,会睡不着觉”。我想,这句话就是对这里“艰苦不言辛苦,缺氧不缺精神”的最好诠释。

每到每一个施工部位,拍照、找现场作业人员拉家常交谈、听介绍、到项目部座谈,行程非常紧凑。唯有在行进的汽车里,我们可以放松心情领略一路让我们为之惊叹的雄奇风光。

虽然我们在出发前为预防高原反应,提前服用了红景天,但后来发现高原反应来了还真防不胜防。特别是当我们到达川藏联网全程海拔最高(近5000米)铁塔塔位时,我们团队里有两个人已经连车都不能下了。而此时,原本晴朗的天空瞬息间变作一半晴一半雨,我们头顶上厚厚的云层在翻滚,远处却是朵朵白云,阳光被分割成一缕一缕的;另一边的远处,急雨从墨色的阴云里铺天盖地地下着,让人为之心惊。不过,这种天气对于施工人员来说则是:这天气见得多了!和现场一名李姓监理攀谈得知:他们来到这里连澡都不敢洗,因为海拔过高,稍有不慎身体就可能出问题。果然,等我们晚上返回巴塘县城,有人出现了高原反应,大家急忙寻找医院,直到深夜才各自休息。

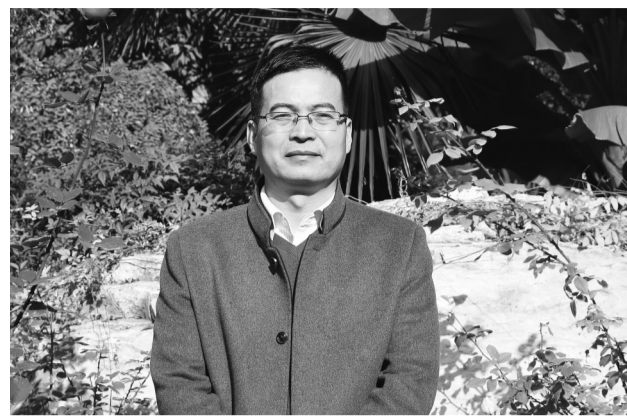
将近一个星期的现场采访,我收获最多的是震撼和感动。每一个伟大工程的背后,隐藏的是无数人的艰辛和坚守。

(报送单位:中国能建葛洲坝集团股份有限公司)

## 传递正能量

## 推介国企好新闻

## 这是对情怀的褒奖



杨念龙

2014年2月27日晚上10点多钟,中央电视台《晚间新闻》接近尾声,正当我准备关掉电视休息时,一则不到一分钟的新闻简讯引起了我的兴趣。报道说,上海通过对一线建筑务工者的调查,超过五成务工者患劳动创伤、呼吸系统或消化系统疾病。近四成务工者在感到身体不适时,选择能忍就忍。建筑务工者的健康状况震惊了我,看完新闻后,我心里也立即冒出一个念头:这则新闻我有话要说。

第二天一上班,我就急忙从网上搜索这则新闻的文字报道并打印出来,反复地看了几遍。沉重的数字触动了我的神经,也触动了我的感情,因为对于建筑务工者这个特殊群体,我有着天然的亲近感。

为什么这样说呢?

我是一名农家子弟,从小在农村长大,每次回老家,都能听到许多亲戚邻居在工地上打工的故事,也听到一些人因为打工受伤和患病,结果好日子没过上,反而过得很恹恹。

还有一个重要的原因是,大学毕业后,我一直在建筑公司工作,而且在基层担任了10年的分公司书记。我喜欢下工地和工人座谈交流,也喜欢和务工人员聊天拉家常。我熟悉他们的喜怒哀乐和生存状况。客观地说,近年来,由于政府的重视和社会的关注,拖欠农民工工资的现象得到有效遏制,为他们撑起了“维权”的保护伞,但同时健康的保护伞却撑得不够舒展有力。他们为了生存,背井离乡,抛家舍子,夏天挥汗如雨,冬天眠霜卧雪,工作时间长,工作强度高,虽然他们获得了养家糊口的收入,但也付出了透支健康的沉重代价。恶劣的工作生活条件严重侵蚀着他们的身体,成为健康问题的重灾区。看到这则新闻,我为自己的看法找到了

论据,也促使我必须认真写好这篇言论。

从哪个角度入手呢?我当然可以进行义愤填膺的痛斥,也可以言辞犀利的质问,但这样又有多大作用呢?经过反复思考,我认为“立”远比“破”更有意义。与其漫无目的的口诛笔伐,倒不如心平气和地想方设法。随后,我从网上查找了许多损害务工人员健康的报道,又电话采访了工地安全员和务工人员,全面了解他们的所思所盼。比如作品中“裸防护”这个名词就是从安全员那里听来的,一位务工者希望也能享受到“体检”的福利等等。同时,我也认识到他们的健康问题原因是多方面的,需要系统思考,各方联手方能奏效,于是,我就从政府撑起“监护”之伞、企业撑起“呵护”之伞、社会撑起“爱护”之伞、个人撑起“防护”之伞几个方面谈了途径措施。作品完成后,先后在《陕西建筑报》和《中国建设报》发表,《中国建设报》编辑专门打来电话,赞扬这篇言论比较接地气。今年7月,该作品荣获2015年陕西新闻奖。

坦率地说,这篇言论这次能荣获一等奖,完全出乎我的意料。后来细想,作品能被认可主要是沾了务工人员的光。务工人员是一个庞大的群体,社会地位低,社会关注度高,我的这篇言论只不过为他们说了几句实话,契合了社会的关注。与其说这次获奖是评委对作品的肯定,倒不如说是对情怀的褒奖。如果没有眼睛向下,体恤弱者的情怀,就不会有这篇言论的诞生,更不会有评委的抬爱。这句话绝不是唱高调,是我的真实感受。

作为一名基层企业宣传干部,获此殊荣,我诚惶诚恐,但也更加坚定了我继续写下去的信心:只要心系基层接地气,敢为群众鼓与呼,作品才会有魂,也才会有生命力。

(报送单位:陕西建工集团)

## 站在受众的角度传播新闻



张伟

《煤炭,还有戏吗?》通过兖州煤业微信公众平台播出之后,在社会上引起广泛反响,链接的媒体超过上百家,点击率超过百万次,点赞的用户超过10万人。在煤炭市场持续萧条,价格悬崖式下跌的情况下,这篇文章传播的内容也让焦躁不安的煤炭人吃了一颗定心丸。

煤炭市场遭遇多年以来罕见的严冬,煤炭卖不动,价格像断了线的风筝般往下掉,职工的收入也大幅减少。特别是随着雾霾天气的加剧,社会把对雾霾的怨气撒在煤炭产业上。一时间,煤炭几乎到了人人喊打的境地。矿工们面对市场的不景气以及社会的怨气,对煤炭产业的前途命运产生这样的疑问:煤炭未来还有市场吗?煤矿工人的未来还有希望吗?作为媒体人,我们必须回答职工的疑问。

我们查阅了大量的资料,尤其认真地阅读了中国煤炭工业协会会长王显政的内部讲话材料以及香港凤凰卫视主笔唐骏虎先生的相关文章。从中撮取一系列权威的数据和事例,回答了社会和受众普遍关切的问题:煤炭不是雾霾的元凶,只有不清洁的使用才是造成雾霾的主要原因;中国的能源禀赋决定了未来相当一个时期,煤炭在基础能源中的比重不会低于50%,中国的发展离不开煤炭。

通过什么样的形式来表现这个主题,同时让表现的内容更贴近受众的欣赏习惯呢?编前会上,电视台的编导们对新媒体下的受众特点、喜好等进行了分析,决定采用动漫和PPT

结合的方式来表达这个相对严肃的主题,并把发布的平台定位在兖州煤业微信公众平台以及企业电视上。企业电视台缺少动漫设计方面的人才,我们就采取众筹的方式在互联网上贴榜招贤,通过比价,找到一家动漫公司。在我们双方的共同努力下,终于完成了作品。

通过这个动漫作品,我们收获了很多。一是让矿工对煤炭的前景有了理性客观的认识,重新拾获了信心。集团领导也对此给予了肯定,认为是形势任务教育手段创新方面一次成功的尝试。第二个收获是资源的收获。企业媒体普遍存在技术力量不足、人才匮乏的问题,在互联网平台上,利用社会力量来协助办好媒体不失为一个好的选择。第三个收获是平台的收获。企业传统媒体覆盖面小、受众少,要扩大媒体的传播广度,与新媒体有效嫁接往往能收到事半功倍的效果。

通过这个动漫作品,我们用一系列权威的数据和事例回答了社会和受众普遍关切的问题。主题的选择和逻辑的呈现无疑是作品成功的主因,但仅仅如此显然无法吸引受众的眼球,新媒体背景下的平台选择以及PPT与FLASH的综合应用,才是吸引更多受众关注的关键所在。

此外,还有一点收获就是商业模式上的突破。我们在作品里植入了集团下属一个公司的LOGO,他们也爽快地支付了动漫公司的设计费用,客观上起到了“羊毛出在狗身上”的商业效果。

(报送单位:兖矿集团)