

# The Value Application and Communication Power Construction of Typical Reports-Taking the Practice in Wenzhou as a Sample

Min Xia Zhenshi Chen\*

Wenzhou News Media Center, Wenzhou, Zhejiang, 325027, China

## Abstract

As a pivotal medium for mainstream ideology, exemplary reporting combines political guidance with value transmission, serving as the core practice for spreading positive energy. In an era where new media technologies are reshaping communication ecosystems and audience reception habits undergo profound changes, such reporting faces the dilemma of "high investment with low resonance," necessitating urgent optimization of its value application and dissemination capacity. This study examines exemplary reporting practices in Wenzhou, leveraging the region's "Great Love" cultural DNA and the strengths of local moral communities. By analyzing current issues in topic selection mechanisms, narrative strategies, and communication ecosystems, the paper proposes targeted optimization pathways. These findings provide practical models for achieving value transformation and enhanced dissemination in contemporary exemplary reporting, contributing to the cultivation of spiritual momentum in building a demonstration zone for common prosperity.

## Keywords

Typical report; Communication power construction; Value application; Wenzhou practice; New media communication

## 典型报道的价值应用和传播力建设——以温州地区实践为样本

夏旻 陈振仕\*

温州市新闻传媒中心, 中国·浙江温州 325027

## 摘要

典型报道作为主流意识形态的重要传播载体,兼具政治导向性与价值传导性,是正能量传播的核心实践形式。在新媒体技术重构传播生态、受众信息接收习惯发生深刻变革的时代背景下,典型报道面临“高投入低共鸣”的传播困境,其价值应用与传播力建设亟待优化。本文以温州地区典型报道实践为研究对象,结合当地“大爱”文化基因与民间道德群体优势,通过分析典型报道在选题机制、叙事策略、传播生态等方面的现状与问题,提出针对性优化路径,为新时代典型报道实现价值转化与传播力提升提供实践样本,助力共同富裕示范区建设中的精神动力培育。

## 关键词

典型报道;传播力建设;价值应用;温州实践;新媒体传播

## 1 引言

习近平总书记强调:“促进人民精神生活共同富裕”“要强化社会主义核心价值观引领”,并要求“持续营造风清气正的网络空间”。典型报道作为主流意识形态的“人格化投射”,既是国家话语具象化表达的重要载体,又具备主流价值“软性渗透”的独特优势,成为中宣部、国家网信办倡导正能量传播的核心实践形式,其价值应用与传播力建设契合国家意识形态建设的战略需求。

随着短视频、算法推荐等新媒体形态的崛起,受众信

息接收模式从被动接受转向碎片化、圈层化、情绪化,重构了传统传播格局,典型报道也面临传播生态的结构性变革。以央视《时代楷模发布厅》为例,该栏目在2021年1月播出时,达到了收视率1.472%,到达率3.072%。但同期其他热门综艺节目(如《经典咏流传IV》《星光大道》总决赛等)在收视率上表现更亮眼(分别达到1.514%和3.527%)。数据显示,与其他大众娱乐话题相比,典型报道传播影响力呈下降趋势,对新时代思想政治工作的推动作用亟待强化。

温州作为改革开放先行区与共同富裕示范区建设样本,根植于瓯越文化的“义利并举”理念,孕育了几十位“感动中国”候选人与全国最大规模民间道德群体,连续十九年举办“感动温州”、“道德模范”等评选活动,具备典型报道实践的独特文化土壤。本文通过优化温州典型报道的价值

【作者简介】夏旻(1979—),女,中国浙江温州人,本科,主任记者,从事传播学、新闻学、新媒体等研究。

应用与传播力建设路径,助力“温州故事”的立体化传播,推动温州“大爱”基因从“盆景”到“风景”的转化,为区域精神文明建设提供实践样本,也为全国同类地区典型报道创新提供借鉴。

## 2 温州地区典型报道的实践现状

### 2.1 传播基础:品牌活动积淀与内容生产优势

温州市新闻传媒中心新闻综合频道作为当地主流媒体核心平台,深耕典型报道领域多年,作品屡获行业大奖,长期承担“感动温州”、“道德模范”等大型评选活动的专题片制作与策划执行工作,在典型人物挖掘与基础报道方面形成扎实积累,构建了具备区域影响力的典型报道品牌基础。同时,温州深厚的民间道德文化积淀为典型报道提供了丰富的素材来源,形成了“典型人物涌现—媒体报道传播—社会反响呼应”的初步传播链条。

### 2.2 现实困境:传播效能与价值转化不足

传播触达局限。受传统媒体受众规模萎缩、新媒体转型滞后影响,典型报道的受众触达率尤其是年轻群体触达率不足30%,传播范围与影响力受限;典型报道多止步于新闻报道层面,缺乏深度延伸与价值拓展,先进典型的引领示范作用未能充分发挥。

队伍建设薄弱。典型报道团队专业度不足,业务素质参差不齐,缺乏团队协作意识,导致报道呈现零星化、分散化特征,未能形成规模化传播效应,难以推动正能量风尚的全面扩散。

价值应用窄化。典型报道的核心在于通过具体人物或事件展现时代精神和社会主流价值<sup>[1]</sup>。但目前,典型报道的价值应用仅局限于短期宣传,缺乏长效化的价值转化机制,未能将典型人物的精神内涵与区域发展、社会建设深度以及时代影响融合,影响了典型报道的持续影响力。

## 3 温州典型报道存在的问题及原因剖析

### 3.1 典型人物遴选机制创新不足

典型人物发掘渠道单一,过度依赖行政推荐模式,基层优质典型资源未能充分挖掘;信息提供者与媒体从业者对报道标准的认知存在偏差,导致“好典型难发掘、上报典型不典型”的现象。

其原因在于缺乏多元化的遴选渠道与技术支撑,未能充分调动大众参与积极性;市县联动与行业专项评比的协同性不足,品牌评选活动的资源整合效应未充分发挥。

### 3.2 典型叙事的跨媒介传播策略滞后

典型报道存在“同质化竞争”、“浅尝辄止”的现象,媒体集中报道时缺乏深度挖掘与思考,导致报道信服力不足;跨媒介传播矩阵尚未形成,“一次采集、多元生成、精准触达”的传播模式未有效落地。在新媒体赋权的传播环

境中,传统英模人物的符号生命力维系,亟待构建多维度的叙事创新机制与跨媒介传播策略。<sup>[2]</sup>

其原因在于典型报道团队的新媒体转型未完全到位,跨媒介传播专业能力不足;对传播策略的系统性规划不够,缺乏针对不同平台、不同受众的差异化内容生产机制。

### 3.3 正能量传播的衍生生态构建不完善

典型报道的传播效果评估依赖主观经验,缺乏科学的反馈机制;报道后的价值延伸不足,典型人物的精神内涵未能转化为持续的社会影响力,传播力难以长效维持。

其原因在于对典型报道的衍生价值重视不够,缺乏从“报道传播”到“价值应用”的全链条规划;未能有效整合社会资源构建传播衍生生态,典型精神的实践转化渠道有限。

## 4 温州典型报道价值应用与传播力提升的对策措施

### 4.1 创新典型遴选机制,拓宽资源发掘渠道

构建“技术挖掘+大众参与”的多元化遴选生态,打破行政推荐单一模式。一方面,强化市县联动与垂直行业专项评比的协同性,持续深化“感动温州”、“道德模范”等品牌活动影响力;另一方面,开发“典型人物热力值评估系统”,通过实时抓取抖音、B站等平台UGC内容,自动生成候选名单,充分挖掘基层自发形成的典型资源,提升遴选的精准性与大众参与度。

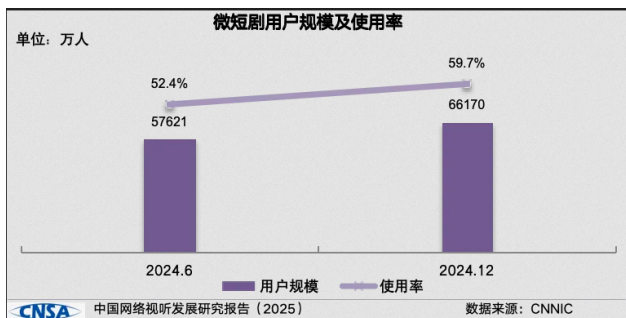
### 4.2 深化行业创优实践,提升内容生产质量

建立“专项扶持计划+培优体系”的双驱动机制,强化典型报道团队的专业能力建设。依托各类创优评比活动,聚焦精品内容生产,如延续《锦旗面面观》专栏的成功经验,从微观视角切入,挖掘典型故事的情感共鸣点;打造“精品生产+生态孵化”双引擎,鼓励差异化、深度化的叙事创新,避免同质化报道,提升典型报道的信服力与感染力。

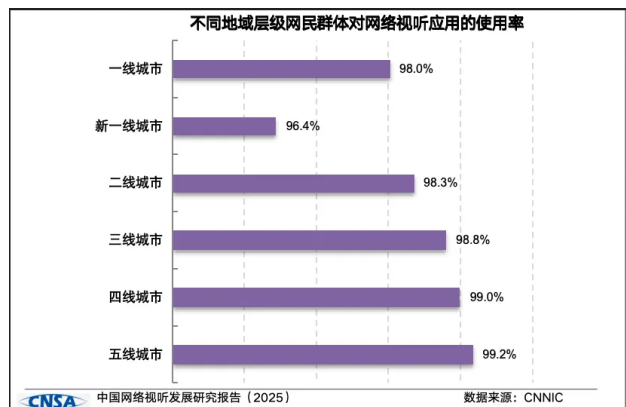
### 4.3 构建全域传播矩阵,拓展传播覆盖范围

打破传统传播思维,实施“多平台投放+差异化传播”策略。一方面,加强新媒体平台的多风格、多层次内容曝光,针对年轻群体偏好优化传播形式,提升18-25岁群体的触达率;另一方面,依托温州侨乡优势激活海外传播网络,推动典型故事的国际化表达,同时尝试文化符号转化,将典型事迹改编为微短剧等大众喜闻乐见的形式,实现“平台定制+圈层突破”的精准传播。

据《中国网络视听发展研究报告(2025)》显示,微短剧用户规模迅速增长,应用使用时长追平即时通讯。截至2024年12月,微短剧用户规模达6.62亿人,使用率达59.7%,较上半年提升7.3个百分点。可见,网络用户对微短剧接受程度的增长速度远高于其他形式。



另外,县域一级的平台传播阵地更应视作典型报道价值应用的阵地“抢夺”重点。因为2024年,我国网络视听行业市场规模达12226.49亿元,同比增长6.1%。其中,三四五线城市用户占比达62.0%,对网络视听应用的使用率均在99%左右,且地域层级越下沉,使用率越高。



#### 4.4 强化统筹策划机制,完善长效传播体系

搭建典型报道的上层统筹架构,通过跨部门协同、资源整合实现组织架构创新。建立“传播广度、情感深度、行为转化”三维传播效果评估体系,替代传统主观经验判断;构建“报道传播—价值延伸—实践转化”的全链条机制,

将典型人物的精神内涵与区域精神文明建设、共同富裕示范区建设深度融合,推动典型报道从短期宣传向长效价值应用转化。

## 5 结语

典型报道既体现中国式现代化是“全体人民共同富裕的现代化”特征,又彰显其全球性意义,总体呈现积极态度并起到建设性的效果<sup>[1]</sup>,作为意识形态传播的重要载体,其价值应用与传播力建设是一项系统性工程。温州地区典型报道具备深厚的文化基础与实践积累,但在遴选机制、传播策略、生态构建等方面仍存在短板。通过创新遴选机制、深化内容创优、构建全域传播矩阵、强化统筹策划等措施,能够有效破解“高投入低共鸣”的传播困境。同时,在坚持主流价值导向的基础上,适应新媒体传播生态的变革要求,推动典型报道实现从“信息传播”到“价值转化”的升级,通过技术赋能、大众参与、资源整合,避免典型报道“昙花一现”,让温州“大爱”基因转化为全社会的动力,真正发挥先进典型的引领示范作用。

## 参考文献

- [1] 王正道.融媒环境下做好典型报道的路径探究——《一位村支书和他的100多位“亲戚”》评析[J].城市党报研究,2024,(04):27-30.
- [2] 钟伟.孔繁森精神传播的实践创新探析——以《聊城日报》宣传路径为例[J].中国地市报人,2025,(10):110-111.DOI:10.16763/j.cnki.1007-4643.2025.10.049.
- [3] 宁海林,常誉维.中美主流媒体的“中国式现代化”国际传播话语分析——基于《中国日报》《纽约时报》的报道[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(05):51-60.DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2024.05.009.