

《劳动者周末》200期座谈会

编者按：

在劳动午报《劳动者周末》迎来出版200期之际，本报邀请媒体专家、劳动模范和技能冠军代表、工会干部及通讯员代表，于12月15日在报社举行了座谈会。与会人士各抒己见，结合劳动午报近年来的整体发展与《劳动者周末》4年多来的成长，展开了热烈讨论，提出了许多真知灼见。我们将部分发言内容摘登如下，与各位分享，并欢迎广大读者对我们的工作提出宝贵意见！让我们一起成长进步！

关明

全国总工会网络工作部副部长



《劳动者周末》是专门为劳动者办的周末版读物，这是我见过的专属于劳动者的精品读物。

我认为，每一期报纸不能指望篇篇都是精品，只要有一两篇让人眼睛一亮的作品，就是成功的，而《劳动者周末》几乎每一期都有好几篇精品，这是难能可贵的。尤其是《劳动者周末》的定位值得赞许：不追星，着眼于劳动者、着眼于基层，这是别有特色的。《劳动者周末》就是这样一张定位于劳动

者、扎根于基层的周末版报纸。我认为《劳动者周末》颇有风骨，坚持“为劳动立心，为劳模立传，为工会做宣传，为社会做贡献”，这是《劳动者周末》的宗旨，也是午报人的使命。

我希望，劳动午报能坚守这种立场、发扬这份荣光，能把这份报纸越办越好。

新媒体的发展是势不可挡的，传统媒体不融入，市场会受到限制。网络媒体创造了平台和载体，也是一种机会，劳动午报包括周末版也要利用这个机会，做好新媒体的融合，让广大职工朋友随时随地接收到报纸的精彩内容。

王舟波

全国总工会宣教部副部长



劳动午报的办报水平在全国各省市工人报刊中，是名列前茅的。劳动午报记者的新闻意识很强，新闻报道很有时效性，尤其是工会新闻的报道，能够第一时间发声。其二，劳动午报的报道有特点，风格鲜明，有工会视角，从职工的视角解读新闻，对工会工作很有指导性。其三，《劳动者周末》的报道非常有温度，体现了劳动午报的特色和定位，也体现了报社对职工群众的深厚感情。

我建议：首先，应加强独家、深度报道的分量。《劳动者周末》就是一个好阵地。其他传统媒体也

有比较好的板块，值得咱们午报学习。比如，中青报的“冰点”、新华每日电讯的“成风化人”等，对于有深度和思想内涵的文章，要舍得拿出版面来。

第二，劳动午报立足北京，还应该多做一些覆盖全国报道，吸引全国更广泛的读者来关注，加强更大范围的舆论引导。

第三，融媒体时代，传统媒体不仅仅要做好报纸，还要做好新媒体，维护好公众号，维护好网络。把公众号做成热点，多做些点击率十万加以上的原创文章。

范三成

北京市新闻工作者协会副主席、秘书长



劳动午报在媒体林立的北京传媒界是一家定位独特、独树一帜的主流媒体。午报从一开始就给了读者眼前一亮的感觉。尽管媒体竞争的生态环境与当年大不相同了，但午报一直“不忘初心，牢记使命”，坚持独特的办报方针，稳定发展，取得了令人瞩目的成绩。

劳动午报近年来频频得到新闻阅评的赞扬和肯定，说明这份报纸充满了正能量。午报给我们新闻阅评组留下的主要印象，可以用6个关键词来概括：导向、特色、稳定、精致、用心、温暖。

导向：午报包括周末版不靠讲大道理，而是用事实说话，作为一张服务于工人阶级的工会报纸，始终坚持正确舆论导向、服务人民群众的办报思想，政治立场非常坚定，故事都是正能量的，引导力和感染力很强；特色：午报有独特的定位和受众群体，午报立足于工人阶级和工会，代表职工说话，用工会和职工的视角说话，很有自己的特色和特点；稳定：报社一直保持着一种平稳的稳健的发展姿态，编辑和记者安心岗位，扎根基层，全

心全意做好新闻业务，一心一意地服务广大工会读者，这种稳中求进的状态让人欣慰；精致：午报包括周末版，版式清新、眉清目秀，栏头醒目、栏目多样，图片抢眼、字体简约，精致大气；用心：报纸内容丰富，独家稿件很多，经常可看到精品策划，可见办报人在策划、设计、统筹、编排等方面下了很大的功夫，用了心思；温暖：午报报道了很多首都职工一线生产劳动和日常生活生活的暖心新闻，服务性也很强，劳模和职工故事也是上进的、充满时代精神的。

我希望午报人保持光荣的传统，居安思危，在继续保持鲜明特色的同时，融合新媒体，更多的服务青年职工和会员，努力办成全国有影响力的工会媒体阵地。

赵巧萍

工人日报副总编辑



劳动午报是一份接地气的报纸，周末版的贴近性非常强，所以很受职工与基层欢迎。报纸有独特的阅读触感，不管到什么时代，读报的生活方式不会淘汰。在版面上，我更倾向于小版的报纸，劳动午报作为小开的报纸，阅读更方便些，加上内容偏重职工身边的故事，更能引起职工的共鸣。《劳动者周末》有很多让我感兴趣的故事与内容，贴近生活说事，让读者觉得温馨，觉得报纸就是在说职工自

家的事儿。

劳动午报是有独特优势的，特别身处北京，是个新闻富矿，可挖掘的素材十分丰富。报纸还有地域优势和读者优势，可以以北京职工关注的话题作为报道的主要内容。报道内容也更深入、更细致。而全国性的报纸报道需要兼顾全面性，需要各个地方都要照顾到。从这个方面讲，劳动午报有深入基层的优势，希望午报认真开掘，为首都职工做好贴身服务。

徐闻

北京市总工会宣教部部长



我认为，劳动午报在办报工作中，坚持了三“有”：

首先是站位高、有担当。无论是党的群团改革工作，还是习近平总书记对工会和工人阶级的系列重要讲话，劳动午报始终站在报道一线，及时准确传达中央和市委的重要精神，推动工会改革创新。

第二，报道有温度。午报抓新闻抓的准，坚持三贴近，特别贴近职工，贴近生活，贴近基层，紧紧关注职工群众的工作、生活、情感、健康等，没有情怀是做不到这一点的。

第三，时代感强，有气息。现

在，大家都在说传统媒体遭遇寒冬，新媒体发展势头强劲。但是我觉得，报纸始终还是有生命力的，只要与时俱进，坚持正确方向，不断推出精品力作，办出人文气息，就一定有前途。

时代感是新闻工作很重要的特色，这方面午报做得也很不错。我也提点建议，在融媒体发展的大趋势下，作为传统媒体，应该思考下一步该怎么办？在工会报道方面，我们应该思考如何创新，寻求突破，让咱们的工会媒体成为职工不可或缺的伴侣，让他们时刻能感觉到党和政府就在身边，工会就在身边。

陈威

丰台区总工会
常务副主席



在劳动午报《劳动者周末》出版200期之际，首先向午报表示祝贺。午报和周末版一直以来，贴近职工、服务工会、贯彻走转改的方针，报纸的内容很有针对性，也很有情怀，深受工会干部与一线职工的欢迎。

《劳动者周末》是一个精品的读物，很多职工愿意带回家慢慢阅读。午报和周末版，因为在报纸上经常刊登工会工作的典型经验，也经常刊登丰台工会的一些重点工作，看了给人以鼓舞。特别看到了很多其他兄弟单位的好做法，也是一种经验的学习，我们更愿意把这份报纸作为工作中的助手。

希望午报和周末版，保持“三贴近”的好传统，发扬用脚板走新闻的好作风，更多的讲好一线职工的故事，传播党委政府和工会的温暖，成为工会干部和职工群众的好伙伴。