

炭“走过2023”之乡村振兴篇》等系列报道在新华网、地方媒体多平台发布，仅在新华财经的阅读量就超200万。

1.2 主题教育宣传形式立体丰富

强化一盘棋、一体化宣传工作理念，国能神东煤炭集团注重把深刻思想融入鲜活事例，一批成系列、见观点、有深度的主题报道，生动展示习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育推进动态和实际成效。综合运用电视、报纸、网站、微信、微博、短视频等平台优势，通过讲解、动画、短视频等形式，借助热点标签、热点话题、热点推荐等平台功能，不断增强主题教育宣传报道的贴近性和传播力。《充电桩带来的‘幸福感’》等主题教育报道接地气、更有温度；《线上线下“双通道”调查研究见实效》等深度报道挖掘实事解民忧、调研见实效的学习成果；《一图解读 | 主题教育，神东这样开展》新闻视觉丰富、结构清晰；精心设计主题教育宣传海报冲击视觉；《践行六个担当 勇担党建示范》系列主题报道思想深刻；主题教育系列快问快答“点燃”抖音、快手、视频号等新媒体平台，有力拓展了媒体宣传阵地。

1.3 党纪学习教育报道全媒传播

深入学习贯彻习近平总书记关于党纪学习教育的重要讲话和重要指示精神，国能神东煤炭集团信息网精心设计“党纪学习教育”专题网页，集中展示各级党组织开展党纪学习教育的举措、方法及进展情况，采取“合并同类项”提炼主题组稿编发，提高了报道的厚度与质量；《神东煤炭》报头版开设“学条例”专栏，排版设计新颖突出；新媒体平台统一设计微信首图，推出“党纪学习教育知识答题”；神东自办电视开设《条例》解读栏目，通过问答方式增强学习理解的互动性。“党纪学习教育”专题报道在神东各媒体全面铺开、强劲发声。

2 坚持内容为王，主题报道有深度有流量

全媒体时代，内容永远是根本。国能神东煤炭集团始终坚持内容为王，深入推进主题报道内容创新，努力提升内容品质、丰富内容表达、拓展内容呈现，不断巩固和提升内容生产核心竞争力，打造融媒体时代的刷屏制作，让主旋律更响亮，让正能量产生大流量^[2]。

2.1 “百日大会战”主题报道增活力添干劲

神东信息网“百日大会战 神东这样干”专题网页综合报道各单位全面落实安全生产措施、全力保障煤炭供应情况以及涌现出来的先进典型、会战先锋。通过栏目深度报道+微视频+系列报道+主题海报+报纸专版的组合式报道，将神东广大职工投入百日大会战努力做贡献的生动场面多维度呈现。结合会战主题，从各个工种、岗位小切口入手，推出《向一大卡要效益》《向一刀煤要效益》等7个系列报道；制作“协同联动 同题共答”系列微视频，收获线上20万人次观看量；推出煤炭发热量“每卡必争”系列深度报道；《神东煤炭》报连续推出“百日大会战”、能源保供5个专版，

配发“百日大会战”4组海报助力，为广大员工挖潜增效增活力、添干劲。

2.2 乡村振兴主题报道见思想有温度

按照集团部署要求，神东煤炭记者进驻乡村，坐在田间地头、走进百姓家中深入采访，推出《把乡村振兴的论文写在希望的田野上》等深度报道、《图说神东·现场：乡村振兴看国能》组图、《黄土坡上的“好光景”》《黄河塬上的“致富梦”》等系列微视频，配发新闻评论。一批沾泥土、有温度的新闻作品见证了国能担当、帮扶成效，有力诠释扶智道路上的坚持不懈和持之以恒^[3]。

2.3 致敬模范主题报道彰显榜样力量

策划推出“模范、微镜头”系列报道，记录先进典型的工作场景、生活点滴、成长历程等，以视频展示+人物讲述方式，生动展示神东先进典型感人事迹，大力宣传弘扬劳模精神和工匠精神。其中，“五四”青年节特别策划《神东青年我们这young》微视频在“新华财经”的阅读量突破39万；长图海报《在百米井下绽放青春梦想》，生动展示“95”后矿工李岩在神东大舞台实现人生追求的奋斗经历，作品被《中国煤炭报》转载；《火花中的温柔力量》，获得国能集团月度好新闻“融媒体类作品”一等奖。

3 探索“青、新”表达，融合传播乘势“起航”

国能神东煤炭持续加强内容策划、用好媒体平台、创新表达方式，着力打造“煤炭看神东”品牌。充分激发“融媒体青年创新工作室”“光影青年工作室”等小团体创新优势，以“重要节点+国能元素+融媒呈现”创作方式，实现原创内容“青、新”表达，有力提升重大主题宣传的互动性、年轻态。

3.1 作品创新创意有效增强

《拦不住》微视频，以记者现场亲身体验方式，讲述科技创新、生态建设、人才培养等工作亮点，创新Vlog+新闻报道形态，合计阅读量超过26000人次。《悦动神东》创新剪辑手法，综合运用动画、音效、转场高度契合的剪辑形式，呈现美丽神东，在“起点新闻”等平台实现破圈儿传播。

3.2 作品点击传播取得突破

在发挥传统媒体优势的同时，不断创新融合路径，持续深耕新媒体阵地。作品紧跟媒体发展趋势，贴合流行热点，以共情、共鸣、共振实现正能量与大流量的双向奔赴。2023年以来，2件作品阅读量突破100万+，其中《一见倾心新，看看新人企大学生风采！》短视频阅读量超过260万；阅读量10万+的作品超过50件，其中25件为原创策划内容。新媒体平台新增粉丝6万，粉丝总数超过64万，总阅读量超3500万。“图说神东”微信被评为全国煤炭行业最具影响力微信公众号^[4]。

3.3 视频直播优势逐步显现

“4K+5G”融媒体直播车投入运行后，逐步实现大型

直播录制常态化,新闻宣传的时效性、传播力、影响力进一步提升。2023年至今,完成30场次大型活动的直播与录制工作,“煤海正发声”融媒体直播26次,实现了多媒体、多平台、多渠道同步直播。其中《2023年全国煤矿采煤工作面智能创新大赛决赛综合答辩》观看量突破11.7万次。

3.4 媒体新质生产力激发动能

在内容守正基础上,力求可视化呈现创新表达,努力展现新闻媒体的新质生产力。《雨生百谷 万物生长》等4个微视频,在“国家能源之声”公众号、集团抖音、中国环境网等平台发布,收获大量评论和点赞。“图说神东”微信原创策划《来神东的十个理由》《神东矿区想“开”了》,向外界展示神东矿、神东人、神东景;《见证神东|建设初期,“抬头是荒山”的神东矿区,如今怎么样了?》弹幕里写满变迁》,综合运用海报+弹幕+SVG点击显示方式,通过7张动图海报再现神东的绿色变迁。

4 拓宽媒体合作,对外宣传硕果累累

国能神东煤炭树立集团媒体导向,紧跟集团报道要点,主动拓宽与新华社、央视等头部媒体深度合作,积极联合外媒力量开展媒体行动,加强“煤炭看神东”品牌宣传策划力度。结合公司实际,提前列出外宣主题月度清单,实现全年重大主题宣传报道全覆盖。

4.1 组合报道彰显央企担当

把煤炭保供放在服务党和国家大局、服务集团发展大局的高度来谋划和推动,强化顶层设计、研究专题部署,打出一系列主题宣传报道“组合拳”。2023年至今,煤炭保供主题外宣发稿540条,其中,中央级媒体发稿35条,省部级媒体158条,集团媒体277条。10余条能源保供报道登上中央广播电视总台,累计阅读量超500万,7篇报道在《人民日报》刊发。中国煤炭网、《中国煤炭工业杂志》《内蒙古日报》、“国家能源之声学习强国”号、今日头条号等媒体,春节期间连续报道神东人坚守岗位能源保供相关新闻,彰显央企担当,树立国能形象。

4.2 盘点报道展示温暖帮扶

2023年8月,新华社客户端、中国新闻网、人民网先后发布《扎根陕北大地,持续为乡村振兴赋能——国家能源集团定点帮扶榆林两县观察》《陕西米脂:以“绿色秘钥”开启崭新致富大门》等5篇综合性通讯报道,盘点报道国能

助力乡村振兴工作成果成效,对外展示国能助力乡村振兴的温暖帮扶。

4.3 典型报道折射青年中坚力量

根据集团公司选树工作要求,第一时间制定全国五一劳动奖章——李岩的对外宣传报道方案,在16家媒体30多个平台发布李岩的相关报道35条。以综合通讯、系列报道、微视频、组图等形式,多角度、多维度报道李岩在神东的成长历程,折射神东人才建设和培养机制,展示神东青年中坚力量。

4.4 媒体行动增厚绿色家底

积极邀请主流媒体走进神东,组织开展绿色生态看神东媒体行、“四保一大”一线行、“高质量发展调研行——美丽神东”融媒直播等大型主题媒体行活动。《向“绿”向“新”转型升级》在《人民日报》客户端发布,长图海报《厚植“绿色家底”共绘美丽中国新画卷》在《中国煤炭报》微信公众号发布,展现神东煤炭坚持全员义务植树39年,以实际行动推动绿色发展,不断增厚的“绿色家底”。

4.5 微主题收获大流量

围绕煤矿数字化、智能化建设重点选题,深入挖掘基层单位智能化建设亮点,以小切口、多角度展示公司智能发展的最新进展。视频《新华全媒+当煤矿遇上无人驾驶——探访智能化煤矿的地下世界》在新华社客户端发布,集中报道展示神东智能化建设方面的成就和亮点;“五一我在岗”微视频新华社客户端内蒙古频道推送,浏览量突破4万。

5 结语

新时代新征程,神东煤炭继续以党的二十大精神为指引,以习近平文化思想为遵循,坚决贯彻落实集团党组各项决策部署,进一步完善大宣传工作格局,念好“活”字诀,做足“新”功夫,做好“融”文章,唱响主旋律、壮大正能量,为建设世界一流清洁低碳领军企业贡献新闻宣传力量。

参考文献

- [1] 亓迪.融媒体时代推进企业新闻宣传的路径探析[J].新闻传播,2022(24).
- [2] 李莹.融媒体时代推进企业新闻宣传的路径分析[J].活力,2022(15).
- [3] 宣克灵.融媒体时代下新闻报道策划优化策略探究[J].记者观察,2023(27).
- [4] 关慧.新媒体在企业新闻宣传上的运用分析[J].新闻传播,2023(12).

Research on the Influence of the Abolition of Traditional Chinese Medicine in the Republic of China and the Translation of Medical Books in Japan

Fei Gao Hong Chang Zelu Su

Nanjing University of Science and Technology, Nanjing, Jiangsu, 210094, China

Abstract

Hanfang medicine is a traditional Japanese medicine that is based on ancient Chinese medicine and has been continuously improved in different periods after integrating with Japanese local medicine, ultimately forming a complete theoretical system during the Edo period. Affected greatly by advanced Western science and technology, the Japanese government after the Meiji Restoration actively promoted Western medicine nationwide and took measures to exclude Chinese medicine. Faced with the crisis of survival, the Japanese Chinese medicine community united and struggled to survive in the collision of Chinese and Western cultures, seeking the transformation and transformation of traditional medicine. At that time, under the bombardment of strong ships and cannons, China launched a frenzy of learning from the West, and Western medicine gradually dominated the medical field, with the advantages of traditional Chinese medicine completely disappearing.

Keywords

Republic of China period; Chinese medicine abolition; Japan medical book; influence

民国时期中医废止论与日本医书译介之影响研究

高菲 常红 苏泽璐

南京理工大学, 中国·江苏 南京 210094

摘要

汉方医学是以中国古传统医学为基础, 融入日本本土医学后在不同时期不断改良, 最终在江户时期形成完整理论体系的日本传统医学。受到西方先进科学技术的巨大冲击, 明治维新以后的日本政府在全国范围内积极推行西洋医学, 采取排挤汉方医学的措施。面对存亡危机, 日本汉医界团结抗争, 在中西文化碰撞中艰难求存, 谋求传统医学的变革与转型。彼时的中国在坚船利炮的轰击下, 掀起向西方学习的狂潮, 西方医学逐渐占据医界主流, 中医的优势荡然无存。

关键词

民国时期; 中医废止; 日本医书; 影响

1 引言

民国时期, 日本汉方医学与传统中医发展历程的相似性启发了中医界人士, 并且汉方医学中的许多理论和思想源于中医, 对汉方医学的讨论有助于论证中医是否具有合理性。他们通过对汉方医书的学习, 将部分理论作为支撑观点的利器, 形成自己的医学思想体系, 在中国展开传统医学与近代医学之间的博弈。因此, 通过对中国具体医界人物在著述、期刊等中的言论进行分析, 能够发现更多有关中医、汉方医学的声音, 更直观地看到其在中医废存论争中的作用。

2 从医学代表人物看汉方医书译介对中医存废的影响

2.1 传承中医, 汲取精华

陆渊雷(1894—1955), 是民国时期的中医名家, 在张仲景学术的研究方面有很高的造诣。张仲景在日本的汉方医学史上有着无可取代的地位: 其药方以独特的理论和治疗效果, 为日本的医学发展提供了重要参考; 古方派的兴盛使张仲景的《伤寒论》在全国广为流传和推广, 仲景医学的价值进一步拓展, 其中不乏研究张仲景的医家。因此, 他推崇日本汉方医学家的学术思想, 深受古方派的影响。他广泛收集日本医学资料, 在自己的著述中大量引用汉方医学家的医籍, 以严谨笃实的治学态度将其内化为自身的医学思想, 成为抗争中医废止的主要推力。

民国时期中医废止思潮起伏, 陆渊雷通过发表文章、

【作者简介】高菲(2002—), 女, 中国福建泉州人, 本科, 从事日本文化研究。