

这一声“我的儿”，他盼了58年……

6月8日，90岁的罗凤坤见到了他58年前被拐的儿子，罗凤坤终于喊出了这声“我的儿啊”。

付贵林哭着冲上台，跪在罗凤坤面前，大喊了一声“爸”，罗凤坤紧紧抱住他，老泪纵横。

耄耋之年的父亲，年过花甲的儿子，跨越半个多世纪的寻找，历经千辛万苦，他们终得团圆……

没有一天放弃找他

1963年1月，32岁的罗凤坤带着2岁的儿子罗亚军在薛城火车站候车，就在罗凤坤打盹儿的工夫，罗亚军被人抱走了。

“我沿着火车站到处喊‘亚军、亚军’，喊了一夜，走了一夜，可孩子那时太小，他可能都不知道自己叫亚军。”罗凤坤说。从那以后，罗凤坤以自己所在的山东省枣庄市峄城区阴平镇为中心，逢人就问“有没有见过一个小男孩，胖乎乎的”。

罗凤坤的小儿子罗涛说：“唯一一张亚军的照片是他一岁时的。这张照片被我放在驾驶证里，车开到哪儿，我就问到哪儿。”遗憾的是，2000年前后，罗涛不小心弄丢了这张照片。

每年农忙后，罗家兄妹都会外出打工，他们在任何城市里都本能地观察陌生人，站在大街上、工地上、饭馆里，端详陌生人的五官。“我想找到一个和我长得像的人。”罗涛说。几十年来，罗家兄妹去过山东各地，还去过海南、上海、北京、新疆，但始终没能找到罗亚军。

因为不完整，这个大家庭从没拍过全家福。2010年下半年，罗凤坤的



6月8日，在“认亲，我们在行动”济南主会场，90岁高龄的罗凤坤（中）紧搂着被拐58年的儿子罗亚军哭泣。
图片均为新华社记者郭绪雷摄

老伴去世，临终前她叮嘱家人不要放弃寻找。2015年，罗凤坤再次来到派出所报案。

“我刚到枣庄，就觉得很亲切”

付贵林今年60岁，生活在山东省济宁市微山县。

“17岁那年，我在家中无意间听到父母说悄悄话，才得知自己不是亲生的。”付贵林说，“养父母非常爱我，我不愿也不敢相信这是真的。”

付贵林从未在家中提起过这件事。2000年，付贵林受朋友之邀去枣庄喝喜酒，“很奇怪，我刚到枣庄，就觉得枣庄很亲切，这个感觉很深刻。”他说。

付贵林育有2个儿子。有了孩子后，他才第一次想要找自己的“根”。

“但我还是没付出行动，我怕伤害养父母。”付贵林说。

2017年，养父母去世后，付贵林才第一次走进派出所采血，寻求警方帮助。

付贵林不知道的是，身份证上的名字是养父母给他起的新名字，而他多年前就觉得亲切的枣庄市，就是他的出生地。在地图上，两地仅隔约50公里。

“没有遗憾了”

由于丢失时间长、丢失地点复杂、报案时间晚等难点，公安机关虽综合运用各种措施查找，但迟迟没有获得有价值的线索。

今年1月，公安部部署全国公安机关开展“团圆”行动，全力侦破拐卖



6月8日，在“认亲，我们在行动”济南主会场，被拐58年的罗亚军（左）搀扶着90岁高龄的父亲罗凤坤。

儿童积案、全力缉捕拐卖犯罪嫌疑人、全面查找失踪被拐的儿童。山东省枣庄市公安局刑侦支队副支队长丛四新说：“我们再次拿出这个案件，并把希望寄托在DNA技术上。”

由于罗凤坤的老伴去世多年，无法获得相关DNA数据，刑警只能进行单亲比对，但单亲比对后得到了大量结果数据，不具备研判条件。丛四新说：“根据遗传学规律，我们利用罗凤坤4名子女的数据做了反推，从而使单亲比对变成双亲比对，提高了对比效率，最后找到了老人失散多年的孩子。”6月1日，经复核确定罗凤坤是付贵林的生物学父亲。

“我得到消息后哭了一整天，我高兴啊，已经找了58年，我现在没有遗憾了。”罗凤坤说。

为了今天的见面

双方约定一周后在济南见面。为了这次见面，罗凤坤提前3天去商场给自己和孩子们买新衣服、新鞋。

罗凤坤不知道这个58年没见的儿子如今多高、多重，只能凭感觉买了一件短袖上衣，至于鞋号，他早就考虑好要买43码，因为他穿44码的鞋，小儿子穿42码的，他觉得也许43码正好。

6月8日下午，公安部部署山东、四川、江苏、河南四省公安机关同步开展“团圆”行动认亲活动，帮助11组失散家庭实现团圆，活动主会场设在山东济南。这是付贵林有记忆后第一次见到亲生父亲。

付贵林哭着冲上台，跪在罗凤坤面

前，大喊了一声“爸”，罗凤坤紧紧抱住了他，哭着回应：“我的儿啊。”

公安部数据显示，“团圆”行动开展以来，已找回失踪被拐儿童1737名，侦破拐卖儿童积案91起，抓获拐卖犯罪嫌疑人236名，各地累计组织认亲近500场。同时，公安机关不断创新工作模式和方法，建立完善了侦办拐卖儿童案件“一长三包”责任制、儿童失踪快速查找机制、全国“打拐DNA系统”等一系列系统、机制，并对公布了方便群众就近采血的3000多个公安机关免费采血点信息，为“团圆”行动提供了有力科技支撑。

“就想一家人一起吃顿饭。”认亲活动结束后，罗凤坤对记者说。在另一个休息室里，付贵林说了相似的心愿：“想一家人拍张合照。”

【拍案】

这是让无数人动容的一幕。90岁的父亲，60岁的儿子，再次见面竟已过去了58年。半个多世纪骨肉分离的痛，日日夜夜撕心裂肺的想念，超越时间空间的人间至情，在这一刻，都化为了一个紧紧的拥抱。

孩子对于家庭来说，是全部的希望和精神支柱，失踪一个孩子，就是毁灭一个家庭。2021年1月，公安部部署开展的“团圆”行动，侦破了一批拐卖儿童积案，帮助他们找到了回家的路。这得益于科技的进步，也凝结着一代代公安民警的坚守和付出。

为缘寻找，为爱坚守，愿天下无拐、万家团圆！

文字记者：熊丰、张力元
新华社内部出品

新华社“拍案”，“法治+融媒”传播效果“惊奇”



上图均为“拍案”栏目曾经“拍”过的相关案件图片。

图片来源：新华社客户端

文字、图片、视频、漫画等多种传播形式。

“法治故事，正义之光。”今年就有这么一档独具匠心的法治栏目广受读者好评——新华社国内新闻编辑部（以下简称国内部）推出的“拍案”栏目。

在新华社总编室、新华社新媒体中心等部门共同努力下，这个栏目找到了法治新闻报道创新之题，充分发挥传统媒体优势，通过媒体融合，使法治精神更加深入人心。

法治+融媒，一“拍”即合

“主力军全面挺进主战场”，在新华社积极推进融媒改革转型的大潮中，如何适应当下的新媒体语境，打破传统报道思维，将“法治”“新闻”“新媒体”这三个元素统一起来？

今年年初，新华社社长、总编辑何平对新华社法治报道提出明确要求：进一步加强法治报道，特别是案件报道，通过典型案例加强法治宣传和普法教育，引导社会舆论。

为落实好这一要求，国内部决定开设新媒体栏目，以案说法，创新法治报道。

不久，国内部政文采访室政法报道团队策划开设了“拍案”栏目。在研究了大量优质法治报道后，团队决定让传播形式跟着内容走，哪种形式更能以案说法、以法解案就采取哪种形式。于是，“拍案”有了

中的案例深度剖析。

“拍案”为该视频设计了专属的卡通形象海报底图，符合“小屏”传播的9:16画幅，整体画面清新爽朗，加上贴近年轻受众的短视频偏好，一经发布就在B站获得近千万的点击量。

“找罗翔既专业，又有广泛的受众，两高报告解读就这样走近了年轻人。”杨维汉说。

“拍案”如何“惊奇”

“拍案”栏目取名自明末拟话本小说集“二拍”。小说以奇事、奇遇等引人入胜的情节起到“拍案惊奇”的效果。

“拍案”的推出也着实让人“惊奇”。曲折的案情、细致的分析、犀利的“拍案语”，让传播效果与影响力与日俱增。自今年1月28日开栏以来，播发融媒产品26件，新华社客户端阅读量平均每条达150万，相关微博话题词阅读量最高达2亿次。不少内容还被人民日报、央视引用转载。国内部政文新闻采访室记者陈菲撰写的开栏之作《拍案|“取快递女子被造谣出轨案”移送检察院，该案为何最高检关注？》，被400多家媒体采用，更是一“拍”惊人。

“拍”惊人，得益于独特的定位——抓住热点案件回应关切。法治报道既要“上接天线”也要

“下接地气”，“推动实现公平正义、解决民生问题是法治报道的应有之义。”杨维汉谈及栏目定位时说。

民生无小事，是“拍案”栏目的重要切入点，可以从小切口做到大呈现，比如家庭矛盾可以上升到婚姻法，网红咖啡可以关联到食品安全。表面看是陈述案情，实际上剖析的是社会问题。

“拍案”开栏之作就是以“女子取快递被造谣出轨”这一社会新闻为切口，解释了看似普通的网络造谣案，是如何扰乱网络秩序直至被最高检关注的。

运营“拍案”栏目，跟时间赛跑就成了常态。

《拍案|赖小民伏法，贪腐没有“免死金牌”！》就是在赖小民被执行死刑的消息发布后半小时签发的。该文一推出就成了当天的刷屏之作。

《拍案|王书金到底背负几条人命？应用证据来说话》更是记者罗沙在数小时内紧急写成的。罗沙是联系最高法的记者，凭借对案情的熟悉和积累，迅速出货、精准到位。

除了定位和时效，法治新闻还讲究一个“稳”字。法治新闻记者通常是专家型记者，既要具备一定的法律素养，了解司法程序，掌握涉及日常生产生活的法律知识，形成判断案件的法理逻辑，还要具备对社会的洞察力。“这是很不容易的，培养一名合格的法

治记者通常需要3到5年时间。”杨维汉说。

法治报道，案情怎么叙述、关键环节如何措辞，记者只能根据自身对案件的亲历情况自行下决心、作判断，并在稿件中予以呈现。

杨维汉说，“这对记者个人的判断力、尺度把握能力、表达能力都是一种考验。经历了案件报道淬炼与考验，法治记者的‘单兵作战能力’都很强，达到了锻炼队伍的效果。”

“拍案”背后的“奇人奇事”

很难想象，“拍案”巨大影响力的背后，是一支不足10人的报道团队。他们既要负责日常动态新闻发布，也要深入基层践行“四力”。千头万绪，能理清思路找到融媒创新方向，不可谓不“奇”。

为了深耕内容，他们中有人成为调查记者，比如记者翟翔揭露国产假冒日本铁锅，与同事深入调研，与造假企业、电商平台周旋。最终成稿《拍案|“3·15”特别报道|这个“锅”，谁来背？》，让大家认识到造假铁锅“真面目”，也为受害群体找

到依法维权途径。该报道推出后火速登上各大热榜，微博话题词阅读量达2亿，也成了“拍案”栏目的“顶流”之作，报道甚至登上了日本媒体。

不是简单的新闻采集发布，而是要当成品牌来经营。“拍案”在开栏之初，团队就树立了很强的品牌意识和版权意识。

“法治故事，正义之光”这条推广语很有来历。杨维汉介绍，团队最初还酝酿了“你有法治故事，我有正义之歌”“以案说法，守望正义”等好几个推广语，经过反复修改、筛选，大家觉得“法治故事，正义之心”比较好。最后何平社长把“心”改成了“光”。一字之变，凸显出公平正义的光芒与希望。

新华社微博、客户端、微信公众号的转发，新华社各分社的法治记者与总社记者一起调研采访，都为办好“拍案”打下了坚实基础。

栏目从一开始就设计了印章型的标识，考虑到直接利用字体库可能会有版权风险，杨维汉找到擅长书法的父亲，撰写了行书“拍案”二字，然后由记者刘硕制成醒目的印章标识。

栏目推广引流很重要。记者陈菲得知热播电视剧《巡回检察组》的主演和主创人员将到最高检座谈，立即发起讨论，定下制作栏目推广片的内容与方向。活动当天带上视频记者一边采访一边拍摄，采访任务没耽误，推广片素材也到手了。

“有这个机会当然要用好。‘拍案’的春节档，特别放送明星大咖陪你看法说法也就有了。”陈菲说。

今后，“拍案”栏目将朝着深度融媒化方向进一步努力，案件报道要求文字、摄影、摄像采访团队统一行动，每一个产品也力求文字、图片、视频融媒要素齐全。

“通过融媒展示，使法治报道既成为传播公平正义的载体，让公众看得真切，又能够增强公众的法律意识，让法治精神内化于心。”杨维汉说。