



# 江苏：让法治声音飞入千家万户

□ 本报记者 赵 璠 本报通讯员 陈松宝

法官在微短剧里“本色出演”，民生案例在聚光灯下折射出法治的温度与力量，一个个产品逐渐汇聚成品牌的回响……近年来，江苏省高级人民法院通过创新机制，构建起从线下到云端“大宣传”格局，以润物无声的方式讲述法治故事，让法治声音传递得更响亮、更清晰、更动人。

## 案例“破圈” 双向发力里的法治担当

在“新时代推动法治进程2025年度十大案件”评选活动中，江苏法院多个案例入选。这背后既凝结着法官的专业智慧与担当精神，也离不开案例宣传过程中的精心策划。

最瞩目的当数全国首例确认“试管婴儿”享受死亡抚恤金案。郭某的丈夫在胚胎移植手术前夕不幸去世，法院判决医院继续履行医疗服务合同，为郭某实施胚胎移植手术。如今孩子平安出生，随之而来的问题是：试管婴儿是否能享受死亡抚恤金？“在了解到该案的第一时间，我们便敏锐地捕捉到其宣传价值。这一案例不仅关乎个体权益，更触及法律制度与社会保障在新生形态下的适用与延伸。我们通过新闻发布、专家解读、媒体报道等一系列宣推方式，将这一典型案例推向社会公众视野。”江苏高院新闻办公室负责人回忆道。

无锡市锡山区人民法院在个人债务集中清理试点中，准确把握“诚实而不幸”原则，为诚信债务人卫某依法豁免部分债务、保留必要生产资料，助其清偿计划顺利履行。案件结束后，锡山区法院发出全省首张《个人信用修复证明书》，为诚信债务人司法“背书”，帮助其恢复正常经济生活。该案彰显了法院在惩戒与保护间找平衡，既保障债权人权益，又为诚信者打开重生通道，营造鼓励创新、宽容失败的营商环境。

围绕典型案例的打造，江苏高院持续完善典型案例选、育、编、宣机制，深挖案例资源富矿，既注重标杆性案件的引领作用，也着力挖掘民生小案的示范价值，力求实现“大案引领、小案暖心”的宣推效果。

2024年1月，12岁的小学生徐天（化名）在学校楼梯间磕断门牙，其父母以监管不力为由起诉学校。无锡市新吴区人民法院受理后，依法判决学校不承担责任。这一典型的民生“小案”，引起社会广

泛热议，如何精准回应社会关切，将其转化为一场生动深入的普法宣传课？新吴区法院给出了满分答卷：关键在于法律上的专业解读与宣传上的创新表达。该案主审法官精准识别其普法价值，主动协同宣传部门，从法律界限界定与校园安全边界等多角度深化阐释，并采用VR视频技术再现事发现场，将“学校为何不承担”的法理情理讲清楚。经立体化宣推后，案例获得了媒体的广泛聚焦与传播，被写入2025年最高人民法院工作报告，并被人民法院案例库收录。

让案例真正“发声、出彩”，关键在于突出法官的普法主体角色。江苏高院深入践行“谁执法谁普法”普法责任制，围绕法官专业身份打造了一系列品牌栏目：“75号说法”栏目着重阐释江苏高院裁判尺度与司法观点，“审判业务专家”塑造专业权威的司法形象，“案例的背后”深入解读裁判思路与法律价值，“深度阅卷”则侧重展现案件的社会意义与导向作用，形成了层次丰富、形式多元的法治传播体系。

“依托品牌栏目，江苏高院持续输出有品质、有影响的案例产品，不断提升江苏法院、法官和典型案例的社会影响力，让普法工作如春风化雨，更加深入人心。”全国人大代表、江苏里下河地区农业科学研究所小麦研究室主任高德荣评价道。

为了扩大案例传播声量，江苏高院积极运用多样化、立体化的传播手段，提升案例宣传的覆盖面和影响力。除系列品牌栏目，还采用漫画、直播、新闻发布等多种手段丰富表达。2020年至今，江苏高院相继推出《漫画民法典》《漫画民法典青少年版》《漫画生物多样性保护》等系列漫画释法丛书，以通俗易懂、生动形象的视觉语言阐释普法案例，让案例宣传更加贴近不同年龄层受众的认知习惯。针对社会关注度较高的案件，精心策划全网直播，扩大覆盖面，“腾讯诉讼代练公司不正当竞争案”“猎杀‘鸟中大熊猫’东方白鹳案”等案件吸引超过1500万网友在线观看、参与互动，真正实现了“审理一案、教育一片”的良好社会效果。

## 作品“走心” 联动机制发挥合力

法院坐拥“人、事、案”资源富矿，如何将鲜活的司法素材转化为深入人心、生动感人的作品，并推动作品不断创新、成功“圈粉”？江苏高院持续探索，通过协同策划、联动创作、上下互通的机制，聚力打造具有江苏特色、深受群众喜爱的司法宣传产品。

2024年10月30日，江苏高院新闻办公室收到一条来自如皋市人民法院的线索：“替子还债的‘信义母亲’”故事有了新进展，是否可以做延伸宣传？被誉为“信义母亲”的丛慧玉，曾用12年时间打零工，为病故的儿子还清债务，获评“中国好人”。2024年，在执行干警持续16年的追踪下，当年拖欠丛慧玉儿子款项的包工头吕某被找到。令人触动的是，在丛慧玉诚信事迹的感召下，吕某主动偿还了欠款。

“这是一个有温度、有延续性的新闻线索，值得追、必须追！”江苏高院迅速响应，联动南通市中级人民法院、如皋法院，围绕视频资料收集、前期故事回顾、当事人深度访谈等方面展开策划，三级法院协同发力，让这段跨越十六年的诚信故事再次焕发感召力。

2024年11月1日，综合图文、视频等多种形式的产品《11月的第1天，邀您听一个温暖的故事》出炉，上线24小时内阅读量破万。视频中丛慧玉布满老茧却始终微微颤抖的手、吕某递上欠款时诚恳的话语，以及执行干警十六年如一日的追索，无不令人动容。该作品在全国法院“十佳百优”新媒体账号作品推选活动中登榜。

这一协同策划、联动创作、上下互通的机制持续运转，催生越来越多有影响、有品质的精品佳作。“是否可以从西游故事新说的角度，以孙悟空回乡视角看江苏涉外海事海商审判？”某次交流中，连云港市连云区人民法院王馨颖提出这一创意。以此为契机，三级法院联动创作推出《大圣回乡记》，经最高人民法院官方微信发布，迅速突破“10

万+”阅读量，网友纷纷留言：“借西游讲法院，有创意！”“期待出一部法院人的浪漫山！”

“可以尝试用可视化程序图解的形式，清晰地展现执行异议及异议之诉流程，这样是否更直观？”江苏高院审判员杜涛提出设想。在这一想法的推动下，宣传部门与业务部门紧密联动，江苏高院执行裁判庭庭长唐志容参与创作，以“可视化导图+审判业务专家、业务骨干深度解读”相结合方式推出系列文章，总阅读量达10万+，业内专家给予高度评价。

为进一步提升联动机制效果，江苏高院于2025年10月成立了全省法院新闻宣传人才库，首批优选56名骨干干警入库，按文稿写作、影像拍摄、新媒体制作等专业方向分类管理。人才库成为重点议题联合策划、跨地域跨层级协同创作的核心力量，积极推动以品质为导向的精品生产模式成型。

江苏高院通过对一个个具体创意的持续打磨、一次次策划的精心推进，讲好一个个动人的法院故事。江苏法院的宣传工作，在这种“线索自下而上汇聚、策划上下协同打磨、作品联动共创推广”的良性循环中，持续焕发出蓬勃生命力。

## 品牌“扎根” 将有意义的事情做得有意思

普法是件有意义的事情，如何做得更有意思？江苏高院始终在探索如何形成一个家喻户晓的普法品牌，更好地提升普法效果。2021年以来，江苏高院联合省教育厅、省司法厅、省广电总台等多家单位，创新推出的“法治第二课堂”，让“一样的课堂”有了“不一样的说法”。

传统普法常面临困境：内容专业深奥，学生难以理解；形式单调枯燥，难以激发兴趣；覆盖范围有限，效果难以持续。面对这些痛点，“法治第二课堂”应运而生——这不是简单的法治讲座，而是由学生、法官、教师、媒体共同打造的沉浸式法治体验。当情景剧在课堂上演，当法官走入学生中间，法治教育有了全新的“打开方式”。经过几年的探索和实践，法治第二课堂特

别节目“开学法治第一课”已经成为江苏省7000多所中小学校师生法治教育的第一课。

在法治第二课堂中，法律条文变得生动可感。学生们自编自演法治情景剧，将身边可能遇到的法律困惑搬上课堂；法官们不再是高高在上的宣讲者，而是走进情境，以案释法，用通俗语言解读法律背后的道理。从民法典到未成年人保护法，从学生欺凌到网络安全，法律知识在互动中自然传递。

成效是最有力的证明。在“法治第二课堂”的梦想展示环节，越来越多的孩子说出“我长大后要当法官”；在涉及学生欺凌、网络安全的情景讨论中，孩子们开始运用法律思维分析问题；在家庭教育促进法的普及中，亲子关系在法治框架下得到新的诠释。更重要的是，法律真正走进了青少年的心里。正如一位参与活动的小学生在日记中写道：“原来法律不是冷冰冰的条文，它是保护我们的铠甲，也是指引我们行为的灯塔。”

普法要适应形势发展。民法典施行后，江苏高院推出了全国首部民法典普法剧《第十五法庭》，并在此基础上连续推出第二季和第三季，形成了普法品牌。特别是第三季《现在宣判》，首次以微短剧的方式推出，成为全民追看的“法治公开课”。

这部微短剧自上线以来全网播放量已突破1.52亿次，全网总互动量超120万，相关剧情话题多次登上微博热搜榜单。其成功的秘诀在于“硬核”的内容与“柔软”的表达。《现在宣判》从千余件真实案例中精选出10个与社会民生息息相关的故事，精心打磨成30集剧集。这里有“醉驾送早孕妻子就医”情与法的艰难权衡，有“老人为争舞狮队名额训练猝死”的责任划分，也有“擅闯球场捡瓶子被撞伤”的过错认定。每一个故事都直击社会热点与公众法律认知的“盲区”。

更关键的是，它成功地将严肃的司法语态转化为大众喜闻乐见的戏剧语言。通过强化生活化的戏剧冲突与艺术张力，让观众在快节奏的沉浸观剧中，“秒懂”法律原则。网友的热评反馈：“终于看到了三观超正的爆款剧”“官方别停更，我等追剧”。法律不再远在天边，而是可感、可亲、可信的生活指南。

《现在宣判》的成功，是司法专业力量与媒体创新传播的一次完美“交响”。剧中，13名江苏高院干警本色出

演，确保了法律专业的绝对权威；剧外，通过最高人民法院及全省政法系统矩阵，联动抖音、微博、B站等头部平台同步推送，实现了全域覆盖。其中，“醉驾送早孕妻子就医被判无罪”等话题屡次冲上热搜榜首，引发全社会对司法温度与人性化考量的深度探讨。

南京大学社会学系主任、教授方长春对《现在宣判》给予高度评价，他认为《现在宣判》精准触及了公众法律认知的“盲区”。正是这些贴近生活、触及“盲区”的案例，通过艺术化手法的表达，引发了广泛的讨论和关注，让普法工作更加高效。

江苏高院党组书记、副院长郑立新表示，《现在宣判》的努力使案卷里的故事，以“看得见”“听得懂”“感受得到”的方式广泛传播，从而提升人民群众对公平正义的获得感。下一步，江苏法院将持续聚焦融合创新，深入拓展普法产品的表现形式和传播载体，打造系列化、品牌化文化产品，不断提升法治宣传的感染力，助力更高水平法治江苏建设。

从案例“破圈”到作品“走心”，再到品牌“扎根”，江苏法院正以创新的姿态、务实的行动，让法治声音穿越山水、跨越屏幕，真正飞入千家万户。

图①：江苏高院法官参与微短剧《现在宣判》拍摄。

图②：《11月的第1天，邀您听一个温暖的故事》产品中的当事人丛慧玉在和解协议上签字确认。

图③：个人信用修复案中的债务人卫某在菜场摆摊。

图④：《现在宣判》微短剧海报。

图⑤：“法治第二课堂”活动走进南京工程高等职业学校，在校师生就“预防未成年人犯罪”主题深入学习、共同交流。

图⑥：小学生在法院庭审观摩过程中，法官在事故发生地现场勘察。

图⑦：江苏高院联合江苏省教育厅、江苏广播电视台等单位举行法治第二课堂特别节目“开学法治第一课”。（本版图片均由江苏高院提供）

