

观点速览

让文化在生活中传承

文化是个大词，既可抽象，又可具象，同时几乎包罗万象。上至价值观念、意识形态、道德伦理，下至岁时节庆、衣食住行、小说电影，都属于文化的宏大范畴。对普通人来说，离洪钟大吕的奏鸣可能稍微远了些，对文化之美的感受，更多来源于生活中的润物无声。著名历史学家赵俦生给文化的定义就一句话：文化就是生活方式的积累。一方水土养一方人，环境影响人的生活方式，而不同的生活方式会逐渐沉淀成为不同的文化。所以说，中华博大精深的传统文化并不是虚无缥缈的，而是体现在日常生活点滴点滴之中的。

文化贴近生活，就是要贴近真实。当然，文化艺术的真实是更高层级的真实，既要如实反映现实生活，更要反映客观世界的规律，反映现实生活的本质。人民群众喜闻乐见的，正是这样的文化表达。文化的继承和发扬，同样应抓住本真，让中华民族的智慧、精神、基因不断传承、生生不息。文化来源于生活，更要超越生活。人们说，文化的“出场”，就是国家的“出场”。文化的价值在于体现和拥有的价值观、世界观和话语权。今天的中国，是从中国独特的文化传统里“走”出来的。让文化在生活中更好传承，尤其要注重持续挖掘中国传统文化的時代价值，深刻理解“两个结合”的重大意义。中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在，是中华民族的根和魂，我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基。更好地认识中华优秀传统文化的价值，才能坚定走自己的路，在守正创新中构筑中华文化新气象、激扬中华文明新活力。

（6月16日 中国文明网 谢海涛）

网络文学呼唤学术研究

最近20年，中国网络文学强势崛起，其影响力也已经溢出文学领域，成为影视、游戏、动漫的重要内容源头。伴随“网文出海”，网络文学还成为文学输出、文化输出、中外交流的重要内容和重要载体。与此同时，网络文学的学术研究却“门庭冷落”，研究水平明显滞后于创作实践。据统计，目前全国研究传统文学的学者有几万人，但研究网络文学的不到200人，持续研究的不到100人。在高校院系和学术期刊中，把网络文学纳入研究视野的也比较少见。

网络文学呼唤学术研究，学术研究也需要网络文学。一方面，网络文学要提高创作质量，产生经典化、殿堂级的优秀作品，有必要对这种文学形态的源流、规律、技巧等进行梳理和总结，形成网络文学批评机制，提升创作的规范度。网络文学实现持续、健康的发展，也离不开理论建构，离不开系统性、专业化的学理支撑。另一方面，体量庞大、流派众多、题材异彩纷呈的网络文学创作，以及日益成为“世界级文化现象”的网络文学阅读、接受和传播，都为文学研究提供了丰富、鲜活的素材和实践经验。网络文学的创作、阅读和传播，与当下社会的实践血肉相连、密不可分。这种重视市场、依靠市场并且取得市场成功的文学实践，理应得到更多关注。其中蕴含的规律和普遍意义，同样值得研究总结。

（6月16日 《光明日报》 封寿炎）

故宫拒绝“直播”，厘清文明参观界限

长久霸占最佳拍摄位置，不闭馆不离场；在几代匠人精心呵护的石子路上，拖拽满载设备的露营车；不顾旁人感受，支起设备就堂而皇之直播和带货……近日，《故宫博物院参观须知》首次明确对这些不文明参观行为说“不”，严重违规者将被纳入“不文明游客名册”。

其实，这样的不雅场景在各个公共场所都能见到。特别是一些知名景区、热门景点，总能看到一些人在做现场直播、拍短视频等，很多较佳的参观、拍摄位置被主播“占领”，对公共环境造成了很大的干扰，严重影响了其他游客的旅游体验感。如今，故宫发文拒绝“直播”，乃是维护广大游客的利益，厘清文明参观的合理界限，值得肯定，也值得其他公共场所、公益性景区借鉴。

自媒体直播、商业拍摄等行为，表面上也是在旅游观光，但其并非普通游客的非功利性拍摄，本质上属于商业行为，乃是以景区的特色建筑、文化设施、文物等作为背景和素材，制作视频内容，在网络上发布、传播，以获得相应的流量收益。可见，针对商业拍摄行为，不能放任不管，理应严加约束和限制，以社会大众利益为考量，确保广大游客享受平等自由的参观环境。

如果主播确实需要使用重要公共景点作为拍摄场地，应该提前申请，与有关方沟通和协商，确保不会对景区造成损害或干扰，在获批后才能入场拍摄。近来，一些公共场所开始对直播说“不”，禁止主播入场开播、商业拍摄等，故官作为旅游业的大佬，其行为具有风向标意义，会起到带头作用，引发其他景区跟进。总之，直播从业者也要加强自律，恪守公共场所行为规范，尽量做到不扰民。

（6月19日 华声在线 江德斌）

内容为王 服务为本 技术为先

□涂仲林

党的十九大以来，“学习强国”学习平台深入贯彻习近平总书记关于新闻舆论工作和媒体融合发展一系列重要指示精神，着力推进融合型、创新型、服务型、安全型平台建设，打造立足全党、面向全社会的科学理论学习阵地、思想文化聚合平台、科学知识传播高地、人民群众精神家园，建设具有强大传播力、引导力、影响力、公信力的新型传播平台和新型主流媒体，在媒体深度融合发展上不断探索前行。

坚持内容为王，把党的创新理论和中央决策部署的宣传作为核心内容

全媒体时代，渠道、平台、数据、流量都是影响媒体发展的重要因素，但无论媒体形态、传播方式怎么变化，内容始终核心竞争力，内容为王始终是媒体发展的铁律。正如习近平总书记指出：“对新闻媒体来说，内容创新、形式创新、手段创新都很重要，但内容创新是根本的。”

“学习强国”作为互联网宣传主阵地、主平台、主力军，坚守政治责任和社会责任，坚持不懈宣传党的创新理论和中央重大决策部署，凝聚建功新时代、奋进新征程的共识和力量。

一是聚焦宣传核心，做好习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记大党大国领袖形象宣传。深入宣传习近平总书记关于改革发展稳定、内政外交国防、治党治国治军一系列重大战略思想，生动讲述习近平总书记心系人民、推进改革、促进发展、对外交往等故事。办好习近平总书记要闻专区，进行集通稿、直播、视频实况、图片、专题等多形式报道于一体的集纳式宣传。加强专题策划，结合党的十八大以来历史性成就与历史性变革的宣传，展现习近平总书记治国理政的卓越才能和果敢担当；做好“习近平文汇”分类整理汇编，精编“每日金句”等栏目。

二是浓墨重彩做好党的二十大宣传报道，推动党的二十大精神深入人心。加强统筹策划，形成以大专题宣传为主、各栏目多角度配合宣传的格局，使“学习强

全媒体时代，渠道、平台、数据、流量都是影响媒体发展的重要因素，但无论媒体形态、传播方式怎么变化，内容始终核心竞争力，内容为王始终是媒体发展的铁律。

国”党的二十大宣传有广度、有纵深、成体系、有声势。会前，围绕重大时间节点，策划推出重点专题100余个。会中，在首页高位推出专题，开设10余个栏目，围绕大会实况、理论评论、党代表履职故事等进行全方位报道，共发布稿件1000余条，专题阅读量18亿人次，点赞量7000多万。会后，开设“新时代·新征程 新伟业”“二十大代表在基层”“亲历盛会话感悟”等专题专栏，推出15套专项答题，共有3.81亿人次参与；推出宣传阐释党的二十大精神的电子书、有声书，让用户可学可用。

坚持服务为本，把以人民为中心的导向落到实处

新闻舆论工作只有把服务群众同教育引导群众结合起来，把满足需求同提高素养结合起来，才能确保新闻媒体始终为人民服务。“学习强国”坚持开门办平台，牢固树立用户思维，无论是资源整合、创意策划、活动开展还是产品开发、功能优化，都广泛集聚各方智慧、资源和力量。

一是提供优质内容产品。坚持全党办、全国办、大家办、开门办，先后同近6000家机构合作，使新闻、信息、知识、音乐、戏剧、戏曲、影视、慕课等优质内容源源不断向平台汇集，一些以往只在特定行业领域知晓和传播的内容为全社会共享，一些闲置和沉睡的资源被有效激活。加强内容创新，不断以新的专栏专题、新的创意策划和特色融媒体产品服务群众。推出每日一读、每日一曲、每日一景、每日一招、每日鉴赏、每日科普等

30多个“每日产品”，为用户提供多样化、个性化内容产品。

二是拓展便民惠民功能。开展日常生活服务，通过“点点通”兑换免费流量，优惠购买图书、电影票、文创产品、景区门票、日用品等，特别是依托“学习强国”的用户优势，助推农副产品销售，为脱贫攻坚和乡村振兴贡献力量。提供优质教育服务，在革命老区和边远地区建立“学习强国”的“学习课堂”“科技小屋”，配送电脑、电视机及高科技设备，让孩子们共享大城市优质网课和科技成果。探索医疗健康服务，与相关单位合作推出“强国医生”板块，提供中西医导诊、在线问诊、在线挂号等服务，满足用户基础健康需求。

三是不断优化用户体验。坚持小步快走，加强迭代升级，建设功能友好、体验舒适、操作便捷的平台。适应信息传播可视化趋势，开设“百灵”短视频频道，建设红视频制作基地和一批各具特色的视频工作室，增加优质特色视频供给。开发即时通讯、视频通话、签到服务等功能，优化视频会议功能。开发多语种语音播报，开发适老关怀模式，增强用户黏性。

全媒体时代，互联网已从单一内容提供者向综合服务供给者转变。坚持以人民为中心，就要顺应这一趋势，不断创新服务方式，拓宽服务渠道，融入日常生活，打造更多名专栏专题，提供更丰富的新闻信息、文化知识等内容服务、政务民生服务及日常生活服务，探索更多“学习+服务”的有效路径，便“学习强国”成为便民、利民、惠民的“学习站”“生活圈”。

以品牌新闻栏目实现公益报道的大流量

□凌君

公益报道，一直是报纸等传统媒体承担的社会责任之一。随着全媒体时代的到来，公益报道在传统的报纸、广播、电视之外，又增添了无处不在的新媒体渠道，新闻传播的范围不断扩大，传播方式也越来越多元化。在这个转变过程中，公益报道数量倍增，信息来源复杂，公众对这些报道尤其是救助类报道的信任度可能会降低。因此，拥有公信力和大量读者群观众群的报纸、广电公益报道，就有了突出的品牌优势。本文以潍坊日报社公益栏目《风筝之爱》为例，探讨传统媒体如何以品牌栏目为主导，全媒体平台发力，形成大流量，为公益报道提供更广阔的宣传空间，助力公益事业发展。

关注凡人善举 筑牢公益报道的群众基础

《风筝之爱》栏目是山东省潍坊市潍坊日报社精心打造的志愿服务和公益爱心品牌，主要在潍坊日报社所属的《潍坊晚报》发布，充分发挥媒体整合社会资源的优势，对社会团体、公益机构、爱心单位等公益活动进行统筹宣传。

公益报道是为广大人民群众服务的，只有筑牢群众基础，吸引群众参与，才能完成公益信息的广泛传播。《风筝之爱》旗下，最受欢迎的子栏目是《凡人善举感动潍坊》。在这个子栏目中，有跳进冰冷河水中救人的善良老人，有捡到巨款原地等待数小时的路人，有耐心劝阻自杀者的保安大叔……涓涓细流汇成河，晚报每周都要推出这样的暖新闻，使读者感觉好人一直在身边，有了好的新闻，第一时间就会发到晚报，或者打电话找晚报记者去报道。

2023年5月，两位过路者在潍坊安丘汶河大桥救起一名落水少年，警方根据视频找到了其中一位救人者，潍坊日报社记者迅速采访，《凡人善举感动潍坊》栏目以《汶河里救起落水少年 两英雄悄悄离开》为题进行报道，并发动读者寻找另一位救人者。在各方努力下，“山东好人”被找到，富有戏剧性的是：两位救人英雄都是退役军人，都有消防工作经历，读者对这一巧合感慨不已。在这次报道中，报纸的优势得以充分发挥，短视频中匆忙的

救人过程，化为记者笔下惊心动魄的故事。读者赞扬英雄的同时，也纷纷为记者和报纸点赞。

群众的参与是最好的口碑。媒体的品牌栏目，在群众中有很高的信任度，搭建起了群众需求与社会救助之间的桥梁，使社会各界可以第一时间获取群众反映的困难和问题，从而迅速伸出援助之手。

潍坊昌乐县有一对母女都被确诊为成骨不全症，也就是俗称的“瓷娃娃”，《潍坊晚报》以《“脆骨妈妈”的爱不脆弱》为题作了报道。采访中记者得知其没有电动轮椅，于是协调志愿者捐助，并在《风筝之爱》栏目以《坐上电动轮椅 圆了“脆骨妈妈”的出行梦》为题，报道了这位将电动轮椅形容为“翅膀”的坚强妈妈。“脆骨妈妈”今年陪女儿高考期间，记者又协调志愿者提供帮助，并进行了后续报道。

像“脆骨妈妈”这样的系列公益报道，《风筝之爱》常年不间断推出，形成了“读者群众提供线索—记者采访—发布报道—社会各界反响并救助—后续报道—加大救助形成合力”的良性循环，已成为《风筝之爱》栏目的常规报道方式。久而久之，形成了良好的品牌效应，困境者与救助者常常第一时间与晚报联系，或寻求帮助，或表达救助意向，新闻栏目的品牌效应在长期的实践中得以迅速增大。

做好权威发布 增强公益报道的公信力

传统媒体长期积淀的公信力和权威性，是开展公益报道的优势，要发挥这一优势，除了及时准确地做好常规公益报道外，还需要打造具有品牌效应的优质公益栏目，突出公益活动的创新策划，进一步增强公益报道的公信力。

《风筝之爱》栏目是潍坊公益活动的重要发布平台，活动方认可，读者买账，社会各界都以此栏目信息为权威信息，各方信任度与日俱增。“山东好人榜”“潍坊好人榜”常年发布，榜中人物有专门的记者及时跟进采访，读者在这里看到的，不再是抽象的名单，也不是名单下配发的事迹简介，而是各种人物的鲜活故事。通过

记者的报道，一位位“好人”从榜中走出，他们的语言朴实无华，他们的行为感动人心，就像我们的朋友、邻居、同事，就在我们周围。《风筝之爱》的报道，使潍坊人真切感受到，“好人”就在身边。

除了各种“好人榜”之外，《风筝之爱》对“最美家庭”“最美志愿者”“最美医务工作者”等都会跟踪报道，写出他们心中向上向善的光。《风筝之爱》还将公益报道范围扩展至教育、文化等多个领域，不再局限于好人好事。

2023年5月，潍坊寒亭区的杨静家庭获评“山东省最美家庭”。当读者以为又会到一个孝老爱亲故事时，《风筝之爱》记者揭开了这个家庭的另一面。杨静的公公杨乃东是杨家埠木版年画省级代表性传承人，他收徒传艺，组织校园年画社团，每年接待全国各地年画研学师生3000多人。杨静把年轻人喜欢的元素融入创作，将中国非遗技艺与现代游戏结合，与丈夫一起，向全国宣传推介家乡传统文化。

传承推广、创新发展优秀传统文化，也是一种公益。《风筝之爱》在公益宣传中，广泛报道教育、科技、环保、健康、文化艺术等方面的公益活动，拓展了公益报道的广度和深度，以扎实有效的宣传不断增强公信力，进一步壮大了媒体品牌实力。

吸引多方参与 形成公益报道的强大合力

《风筝之爱》品牌栏目的成长，是社会各方力量聚合的结果。潍坊市委宣传部、文明办、团市委、妇联等部门，都将其公益活动在《风筝之爱》发布。潍坊各地的公益组织都以《风筝之爱》为平台，宣传爱心活动，发布求助信息，听取受助者反馈，多方了解其生活需求和困难，并引导读者广泛提供线索。各公益组织以《风筝之爱》的新闻报道提升影响力，从而更加积极主动地发掘困难群体需求，发动各方力量给予及时精准的帮助。

潍坊市中心血站与《风筝之爱》合作创办了子栏目《鸢都热血 与爱同行》，宣传无偿献血，讲述平凡人的献血故事。潍坊日报社记者走进血站，体验献血过

坚持技术为先，不断探索融合发展的有效途径

习近平总书记强调，要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展。“学习强国”依托海量内容优势，通过内容、技术、多终端融合等举措，以多元化、互动性和个性化的传播方式，满足不同群体学习需求，推动党的创新理论深入人心。

一是实施共建共享，推进内容融合。建设覆盖省市县各级的内容供给渠道，构建横向到边、纵向到底的内容供给链路。优化县级融媒号建设体系，使来自县城基层的接地气、冒热气、有温度的媒体产品直达总平台。创新内容形式和传播方式，通过文字、图片、音频、视频、VR等媒体资源有机结合和多媒体融合，将党的创新理论呈现得更加生动、形象，更容易被群众理解和接受。利用微信、哔哩哔哩等社交媒体和平台，借助其广泛的用户基础和高度互动性，使平台优质内容实现多渠道多层次传播。

二是研发智能化运营体系，推进技术融合。通过大数据分析和自然语言处理等技术，深入了解用户需求和习惯，进行精细化传播定位和推送，提高传播效果和精度，使重大主题宣传更好融入用户生活，引发情感共鸣和互动参与。建设AI手语播报功能，创新融合“原视频+手语视频”同屏展现方式，帮助听障用户通过手语在平台学习。

三是拓展应用场景，提升多终端融合。提供电视、车载、投影仪、智能音箱、智慧屏、乡村大喇叭、智能办公墨水屏等多种终端融合方式，开发一次下发、多端展示的融合能力，方便用户在不同终端设备和不同应用场景下学习与互动，满足用户个性化的需求。

技术是媒体融合的助推器。现代信息传播技术迅猛发展和广泛应用给媒体格局、舆论生态、传播方式带来的深刻调整和重大变化，对新闻舆论工作既是重大挑战，也是重大机遇。只有保持技术敏感，加强新技术跟踪研究和应用，不断探索和拓展新技术赋能新闻舆论工作的途径，实现内容传播与先进技术的融通共享，才能牢牢掌握全媒体条件下新闻舆论工作主动权、主导权。

（作者系学习强国学习平台有限责任公司董事长、总经理）