

时评

扎根大地,书写中国记者的样子

□张翼

11月8日是第24届中国记者节,恰逢立冬时节。秋收冬藏,冬为春序,这是一年中最好的时节之一。恰如今天的中国,是赓续民族精神的中国,也是紧密联系世界的中国,是“乱云飞渡仍从容”的中国,是“千磨万击还坚劲”的中国。身为新闻工作者,坚定“四个自信”是立身之本,保持人民情怀是行事之道,记录伟大时代是光荣使命,讲好中国故事是职责所在,传播中国声音是站位所系,唱响奋进凯歌是尊严所关,凝聚民族力量是格局打开。新时代的中国记者,在这个伟大时代,值得拥有这样一个特别温情、特别深情、特别浓情的日子,值得展现出自信、自律、自强不息的样子。

每一刻都在路上,每一刻都和人民在一起,是中国记者的样子。记者节是一种荣耀,需要来庆祝;记者节是一种期待,需要来回报。党和人民赋予了每一名新闻工作者太多的荣誉和厚望。从泥土里长出来的新闻报道,能够看得见人民群众的所思所想所盼,能够和这个时代的主旋律、主基调、主节奏保持高度同频,从菜篮

人民在哪里,群众的呼声在哪里,我们党的初心使命就在哪里,新闻工作者的脚力、眼力、脑力、笔力就抵达那里。聚焦那里、思考那里、呈现那里,不虚不隐、客观平实,充分展现一个真实、立体、全面的中国,一个可信、可爱、可敬的中国,一个爬坡过坎、攻坚克难、勇毅笃定、踔厉奋发的中国。

子、米袋子、肉盘子,到教育、医疗、就业、养老,一枝一叶总关情,柴米油盐、烟火人间,风雨中的不离不弃,早市上的时尚景观,产业里的更新迭代、数字赋能,通过一个个工人、农民以及其他一线劳动者的身影一一展现。

把这个时代最好的书写和表达工具拿在手上,精心制作出好作品,是中国记者的样子。从文字的真切书写,到音视频图文各种网络化时尚化表达,从传统报端、电视端,到各类云平台和短视频,只要是老百姓喜闻乐见、沉浸其中

的,新闻工作者就要时刻关注、加紧学习、苦练内容、跟上时代、引领潮流,因为以人民为中心、为人民服务,就是新闻工作者的神圣使命和正能量。人民在哪里,群众的呼声在哪里,我们党的初心使命就在哪里,新闻工作者的脚力、眼力、脑力、笔力就抵达那里、聚焦那里、思考那里、呈现那里,不虚不隐、客观平实,充分展现一个真实、立体、全面的中国,一个可信、可爱、可敬的中国,一个爬坡过坎、攻坚克难、勇毅笃定、踔厉奋发的中国。

“为什么我的眼里常含泪水?因为我对这土地爱得深沉。”新闻工作者和脚下的这片大地深深地连接在一起。这深厚博大的土地,就是中国记者的样子。很多记者长期奔跑在一线,与基层干部群众泡在一起、干在一起,身在基层,心也在基层,如果不是持有记者证,需要署名发稿,可能会被误认为是乡镇干部或者普通农民、建筑工人、外卖员等。很多时候,好像记者没有自己的样子,连个标准的工服都没有,或者不好定制。然而,正是这种没有固定样子的记者,或许才是一个合格的甚至优秀的记者该有的样子。是的,放眼世界,在不确定性中把握确定性,在新时代凯歌奋进的节拍中,有太多的大事、要事、家国之事、民生之事需要书写、记录,在路上、在民间、在心中,在一切阳光灿烂、雨雪纷飞的地方,请时刻记住并用一笔画、一个镜头、一条短片、一句话语、一个行动,描绘好身为党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者的样子。

古旧书市场渐热,“出圈”还需多久

□丁慎毅

今年以来,北京市各单位以古旧书为主题开展了多项阅读文化活动,2023年北京市书市、地坛书市等文化活动现场均设置了古旧书展区,并成为人气最高的区域之一。如今,北京的古旧书业已基本形成经营渠道丰富、流通体系完备,覆盖北京、辐射全国的交易体系。据统计,北京全年古旧书刊销售额已有近亿元规模。(11月3日《新京报》)

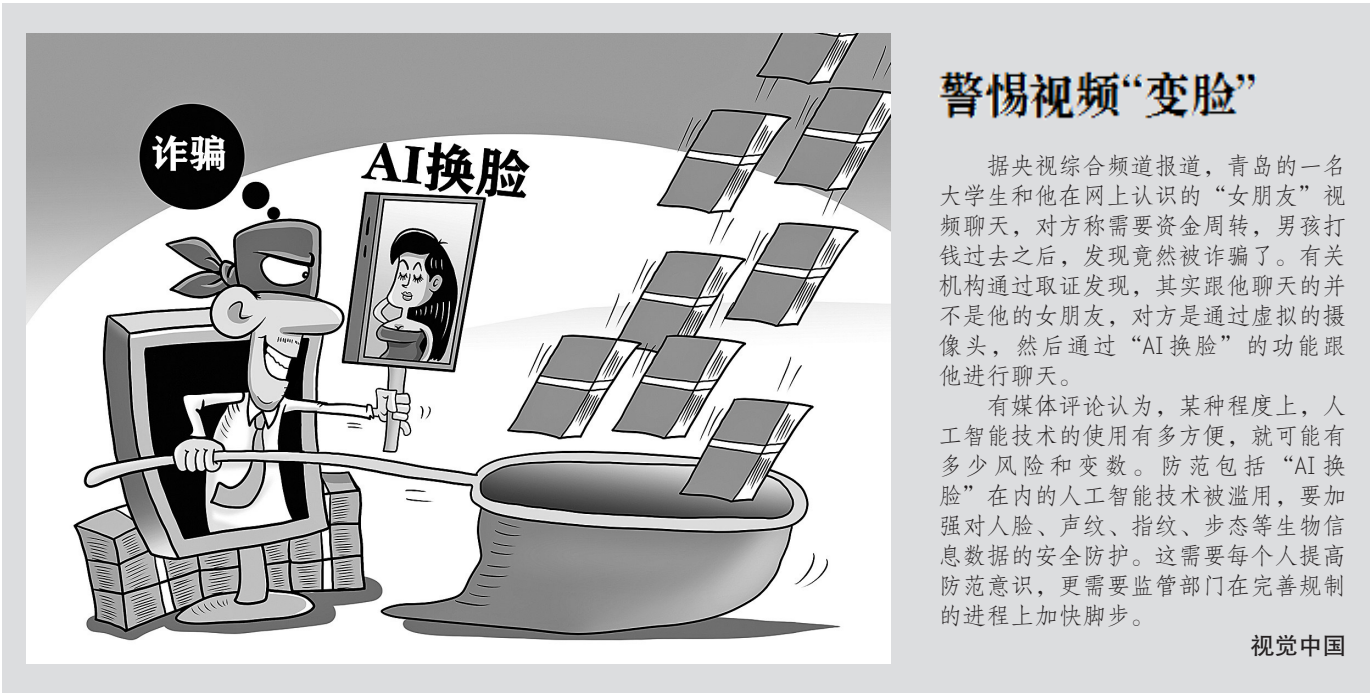
无独有偶,在上海,近两年,以旧书交易为主的“淘书乐”市集先后在上海书展、思南公馆和苏州河畔等地举办,正在成为城市历史文化传承和创新发展的鲜活实践。

线上线下新书层出不穷,古旧书为何招人爱?价格便宜、品种稀缺、引发情怀,这是所有淘书者的共识。但这还难以覆盖越来越多的个性化需求。北京潘家园旧货市场有限公司副总经理张悦曾表示,网上的电子书鱼龙混杂,而纸质书本身经过了价值筛选才能出版成册,古旧书籍更是在历史的大浪淘沙中、在不断修订和再版中保留下来,每一个版本都包含它流通的版本价值。

古旧书市场渐热,更与党和国家以及全社会对中华优秀传统文化传承发展的高度重视有关。读者有的着眼于文化传承,有的是从优秀的古旧书中寻找那种精益求精的工匠精神,也有的是要从古旧书中寻找生存和发展智慧……据报道,在线上平台孔夫子旧书网,每天新注册的买家中,18至24岁年轻人占比28%;在卖家群体中,30岁以下年轻人占比32%。

古旧书是有生命力的,是有文化承载价值的,是能治疗一些“现代病”的。

古旧书市场渐热,虽然重新点燃了读者淘书的热情,但其实并没有完全解决旧书出路的问题。有些读者家里还有很多旧书没有地方处置,他们逛旧书市集都感觉到些许压力,这影响了他们消费的欲望。各地如何依托实体书店和民间收藏资源,深入挖掘当代人情感需求,推动古旧书市场深度融入市民生活,城市肌理,让旧书市集“出圈”,还有待更多探索。



警惕视频“变脸”

据央视综合频道报道,青岛的一名大学生和他在网上认识的“女朋友”视频聊天,对方称需要资金周转,男孩打钱过去之后,发现竟然被诈骗了。有关机构通过取证发现,其实跟他聊天的并不是他的女朋友,对方是通过虚拟的摄像头,然后通过“AI换脸”的功能跟他进行聊天。

有媒体评论认为,某种程度上,人工智能技术的使用有多方便,就可能有多少风险和变数。防范包括“AI换脸”在内的人工智能技术被滥用,要加强对人脸、声纹、指纹、步态等生物信息数据的安全防护。这需要每个人提高防范意识,更需要监管部门在完善规制的进程上加快脚步。

视觉中国

整治医疗科普短视频须强化平台责任

□张淳艺

“每天科普一个医学小知识。你真的会洗头吗?三甲医院医生教你正确洗头。”这是某平台上的则医疗科普短视频的内容。这样的医疗科普短视频如今在各平台层出不穷,内容多以两性话题、心脑血管疾病、食疗补身等为主。一些博主在获得大量关注后,还会将流量变现,向用户售卖药品和医疗服务。(11月1日《法治日报》)

近年来,医疗科普短视频颇受用户关注,视频中的主播大多穿着白大褂,以医生的形象出现在屏幕前,大谈特谈健康知识。不过,穿白大褂的主播未必都是医生。前不久有媒体曝光,在某互联网平台上,认证为“赵萍医生科普聊”的账号有24万多名粉丝,发布的530条内容赢得近21万个赞。该账号认证信息为“赵萍,内科副主任医师,天津医科大学第二医院”。然而,媒体记者联系上天津医科大

学第二医院内科副主任医师赵萍后,其回应称:“这个账号不是我的。我不是中医,不会卖中药(饮品)。”

去年6月22日,国家广播电视总局、文化和旅游部联合发布《网络主播行为规范》,明确要求“对于需要较高专业水平(如医疗卫生、财经金融、法律、教育)的直播内容,主播应取得相应执业资质,并向直播平台进行执业资质报备,直播平台应对主播进行资质审核及备案”。但从现实情况来看,一些平台并未严格履行审核资质,给了“李鬼”冒充“李逵”的可乘之机。同时,一些主播将“三甲医院医生”“妇产科主治医生,从医25年”等医学经历、医学资质写在“个人简介”一栏,从而绕过平台的审核,为自己发布的医疗科普短视频加持,让不明真相的受众笃信不疑。

此外,医疗科普短视频理应以科普为唯一目的,不应掺杂任何带货、推荐药品、就诊医院等行为。《互联网广告管理办法》第八条规定:“禁止以介绍健康、养生知识等形式,变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。”然而,由于平台在内容管理上把关不严,存在漏洞,一些短视频仍然“一边科普,一边卖药”。

总而言之,整治医疗科普短视频乱象,需强化平台责任。有关部门应通过约谈等形式,督促短视频平台切实履行主体责任,对发布者的专业资质进行严格把关,拒绝“浑水摸鱼”。同时,运用大数据,采取“技术+人工”的审核方式,及时发现和叫停医疗科普短视频违规带货的行为,将相关账号予以封禁,从而规范医疗科普秩序,让科普真正回归科普。

江边论道

提升数据管理层级之思

□江作苏



国家数据局于今年10月挂牌,此为一件影响深远的事。就大范围看,把数据上升到国家部委的层级进行管理,尚属世界首创,数据地位在我国之重要性可见一斑。

新闻出版业的产品当然是数据内容。一是内容本身数字化之后可以直接转化为数据产品;二是这个产业自身的各种数据,可以列入社会事业和文化产业发展的序列,进行多向解读和成为决策的要件。

各种各样的原始数字信息,不会完全自动转化为数据,它需要人工进行干预、进行数据标注,这个行业可能今后会成为劳动密集型的一个劳动分工领域,所需要的人工是很可观的,这例是一件扩大就业的好事。

在数据之门越开越大之时,一涌而出的数据会不会带来一些问题?有何需要预作防范之处?

有。研究科学伦理的学者已经指出,数据歧视就是一种,它随数据产生和标注而生,不可能完全杜绝。所谓数据歧视,一是算法本身具有价值负载性。算法并非完全客观,而是往往蕴含某种预设的价值立场。若设计者存在某种价值偏见,并嵌入到信息的收集、标注、处理中,则算法的输出结果也会体现出价值偏见。二是数据输入的局限性和不正确性。若数据收集时,将社会存在的对某地区或人群的歧视行为作为范例,或数据收集范围具有偏见意识。

常用的数据结构有:数组、栈、链表、队列、树、图、堆、散列表等,把各种数据归入什么样的结构中,哪些数据可以予以忽略或者强化,这也是一件不露痕迹却又十分重要的事,它对决策的影响可能具有关键价值。

国家数据局一定会从国家利益的角度,以执法和实施政府规制的强制力,协调推进数据基础制度建设,统筹数据资源整合共享和开发利用。当然,也一定会对包括数据歧视在内的数据领域不当行为,乃至利用数据进行违法的活动进行制裁和打击。

新闻出版业自身产生海量数据,对数据的产生、传输和监管,过去并没有足够的重视。这种状况,在初始型数字化浪潮中尚可谅解。但是随着数据价值的提升,数字经济、数字经济、数字社会规划和建设等事业的推进,新闻出版业的数据管理显然不能滞后,存在的短板需要尽快补足。

由此也延伸思考,在新闻出版的大学教育与科学研究内容当中,是不是也要加大关于数字伦理的分量?当我们面对的数字化新闻出版,已经由“婴儿”成长为“巨人”之时,教学研究是不是要从传统的采写编校、摄录播传内容、向数字化带来的新现象大力拓展?就像数据歧视这种课题,远不是只掌握文科知识或者只掌握理科知识的人所能够应对的。

本报法律顾问

北京市华一律师事务所
电话:(8610) 85869176

《花儿与少年·丝路季》开播刷新纪录

湖南广电探索媒体融合再创新案例

□王禹



至第二期已收获全端热搜2316+,42次登顶TOP1,在同期综艺中遥遥领先。

《花儿与少年》此前已经走过四季,拥有稳定的受众群和IP气质,行至第五季,“花少”系列IP的破题思路也体现了媒体融合之下的新变局、新机遇。

首先,节目在充分新媒体化运营的前提下,把握主题立意,“格局打开”。《花儿与少年·丝路季》紧扣共建“一带一路”这一命题,用脚踏实地的行走,回应大众的各种好奇、想象和憧憬,以游学模式从“小而美”看10年来的春华秋实,本身就非常具有时代意义。外交部西亚北非司及中国驻沙特阿拉伯大使馆接连发文推荐节目:“《花儿与少年·丝路季》用有烟火气的民生视角、大众视角和微观视角,将‘一带一路’的庞大主题,拆解成一个个让观众们易感知、易理解、易共鸣的生活细节,以此讲述可信、可爱、可敬的中国形象,也让合作共赢的力量直抵人心。”随即, #花儿与少年开始体现大局观了#话题登陆社交平台热搜榜。

其次,在嘉宾选择、环节安排、文化延伸等方面,《花儿与少年·丝路季》给予观众耳目一新的体验。本季7位嘉宾之间产生了绝佳的“化学反应”, #花少5氛围太好了

#也多次登上热搜榜,被广泛讨论。观众在认可这档节目的同时,也找到了自我在嘉宾身上的心理投射,“友好、轻松、治愈”成为节目主题。

独创“花少周”翻新宣发形式,台网联动有了新范式

不仅节目内容有创新,《花儿与少年·丝路季》在开播编排及宣发风格上发生了较大的变化。在“花少周”的概念之下,从节目正片到衍生花絮,每天都有花样翻新的物料推出,大小屏联动播出,多线传播。而早在节目录制期间,《花儿与少年·丝路季》以“与光同行”为主题举行了极光直播活动,并采用快闪直播的形式,实时同步花少团追光进度,330万名网友同时在线云追极光,解锁沉浸式互动新玩法。多层次、多元素、多手段的预热宣发,让节目未播先火,极大地提高了口碑度和热度。

作为湖南卫视、芒果TV深度融合的S级综艺,《花儿与少年·丝路季》的创制过程本身就凝聚了双平台的融合发展势能,“创新编排”“多屏联动”更是双方一体化运作拉通后“融为一体,共同发展”的结果。

以融合创制为基础,以创新运营为手段,今年以来,不仅《花儿与少年·丝路季》这样的“老IP”焕发新生,《森林进化论》《快乐的大人》等一系列“小而美”的创新综艺也快速涌现。“综艺爆款制造机”仍在加速产出,湖南广电正通过《花儿与少年·丝路季》这样的案例,进一步让体制机制融合的效果得到检验。

·广告·

今年是加快传统媒体和新兴媒体融合发展十周年,也正值“一带一路”倡议十周年,文艺作品如何宣传好第一个“融合十年”的成果经验,如何发挥媒体融合十年优势,突破创新内容表达,成为主流媒体积极探索的课题。

近期开播的《花儿与少年·丝路季》以经典IP身份,承载大主题,至今已刷新多项数据纪录,创下芒果TV平台旅行综艺首播流量、会员收入与会员拉新纪录,成为Q4最具爆相的综艺产品。

走向世界,以“行”为知,节目在“游学”中用烟火气的视角,聚焦共建“一带一路”的丰硕成果,让观众感知到中国建设“世界朋友圈”的合和之道,以不同方式为观众呈现“一带一路”倡议为世界带来的美好变化。此外,湖南卫视、芒果TV大小屏联动的内容编排和网感十足的宣发互动,为行业积极探索多端运营、融合发展写下一则启示案例。

以“爆款”之势重启成功,本季“花少”何以不同?

在社交媒体平台,《花儿与少年·丝路季》成为近期最具热度的节目。小红书官方认证节目为“2023年开播讨论量最高的综艺”,节目首播带动该平台破万条笔记内容,超过5亿次总曝光,短视频平台播放量一周暴涨12亿,万赞短视频超过191条。播