

■观点速览

让电视回归用户期许的模样

针对有线电视业务，此前已有一系列规范。而最新发布的《有线电视业务技术要求》，无疑有着自身的鲜明特点。一言以蔽之，就是体现了强烈的“问题导向”“终端导向”。通过一系列极其细致的技术指标设置，这一新规很好回应了一段时间以来全社会关于电视的各种不满和吐槽。诸如默认设置应为“开机进入全屏直播”等条款，堪称直指要害、直击痛点。

这份文件旨在对有线电视前端生态形成长效管理机制，确保电视“套娃”收费等问题“治得住、不反弹”。在全社会各种数字终端加快适老化改造、助力老年人跨过数字鸿沟的大背景下，该新规更恰逢其时。其实，中老年人是电视受众的主流人群，若收费更透明、操作更简便、收看体验更好，事实上是有助于电视媒介守住收视基本盘的。给智能电视做减法，让看电视回归用户所习惯和预期的形态，这也是让有线电视回归立身之本。有段时间，某些电视渠道方照搬照抄大搞“付费订阅”“会员增值”“信息流广告”等多元业务，到头来反而不伦不类、“自废武功”，非但竞争不过头部长短视频平台，还造成了存量用户的加速流失。当看电视越来越难，电视的开机率也便越来越低。时至今日，有线电视是时候逆转这一恶性循环、真正回归用户至上的逻辑了。

(12月9日 华声在线 然玉)

手语传经典为何如此重要

2018年9月，教育部、国家语委印发《中华经典诵读工程实施方案》，特别提出编写中华经典读本盲文版和手语版，帮助残障人士学习中华经典文化。

手语是听障人士之间、聋听之间交流使用的视觉语言，和有声语言一样，可以表达深刻的思想、丰富的情感。手语和有声语言一样，也同样具有艺术的表达形式，手语诗歌就是其中之一。手语诗歌同样讲究韵律和谱、语言优美、富有节奏。手语的押韵可以用同一种手形、同一个位置或同一种运动来表现，具有对称性和平衡性。与有声语言相比，手语者能够运用手语的手形、节奏、表情、空间和时间的变化模拟出生动的诗歌画面，把诗歌中的意境用手势、表情和身体姿态在空中中呈现出来。

诗歌是一种文化建构，通过手语学习经典诗词作品是使用手语的听障群体对诗词的再次解读。在经典诗歌的学习阅读过程中，他们同样可以获得心灵的慰藉和精神的寄托。手语诵读的诗词作品聆听皆宜，能够带领听障群体体会世间的喜怒哀乐，给予为生活劳苦奔波的他们莫大的精神慰藉；也可以调动听障群体的创造力，鼓励他们表达自我。由于手语作为视觉语言的特性，诗词中所表达的画面和情感都能获得生动而形象的呈现，经典诗词因而也在手语诵读中获得全新的艺术表达，获得别具异彩的生命之光。

帮助残障人群深入学习中华经典，丰富他们的精神文化生活，在特殊人群中传承中华优秀传统文化将具有更加重要的社会意义，可以促进特殊教育的质量提升，加强特殊人群的语言教育、语文教育研究，促进其全面发展，共享无障碍社会建设的成果。

(12月9日 光明网 陈引驰)

善用法治利剑严惩网络暴力

不久前，最高人民法院、最高人民检察院、公安部联合发布了《关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见》，对网络暴力违法犯罪案件的法律适用和政策把握等作了全面、系统的规定。

与传统违法犯罪不同，网络暴力往往针对素不相识的陌生人，受害人在确认侵害人、收集证据等方面存在现实困难，维权成本极高。充分认识网络暴力的社会危害，人民法院、人民检察院、公安机关坚持严惩立场，依法能动履职，为受害人提供有效法律救济，维护公民合法权益，维护公众安全感，维护网络秩序。不弃微末、久久为功，以钉钉子精神抓好各类法律法规、政策文件的实施，方能进一步提升网络治理成效，让网络空间更加风清气正。

“精准”和“有效”是衡量法治利剑的关键尺度。今年9月公布的一批依法惩治网络暴力违法犯罪典型案例中，造谣祖孙合照为“老夫少妻”的吴某某获刑1年。观察该判决，法院认定了受害者的截屏证据并结合其他事实以诽谤罪定罪量刑，体现了“精准”；法院综合考虑了情节的严重性、危害社会秩序的程度，给予了网暴者应有的惩罚，彰显了“有效”。坚持问题导向，借鉴典型案例、做到宽严相济，努力从具体罪名适用、从重处罚情形、证据与公诉标准等方面着手，法治利剑就能精准、有效发力。

严惩网络暴力，也迫切需要及时完善相关法律制度。在发展中规范、在规范中发展，提高依法治网的前瞻性、预见性，就必须科学认识网络治理规律，积极探索、及时总结实践中的好经验、好办法，不断优化、完善法律制度。

(12月8日 人民网 周人久)

在传承中践行初心使命

——从《中国铁道建筑报》发展历程看党的新闻舆论工作

□王利

《中国铁道建筑报》创刊于战争年代，随铁道兵这支部队组建而诞生，经历和见证这支队伍投身解放战争、抗美援朝出国作战、新中国经济建设和国防建设、构建祖国交通大动脉、脱下军装投身改革开放，到走出去实现海外发展，成为“一带一路”建设主力军，积极为中华民族伟大复兴贡献力量。这份报纸在战火中洗礼、用鲜血铸就、带着红色基因始终忠诚践行党的新闻舆论工作宗旨。作为党领导下、在战争年代创办的报纸，是目前全国性行业类报纸中创办时间最早的报纸之一，在中国新闻史上属于一个典型的、特殊的案例。

坚持党性原则，党旗指向哪里，报纸就办到哪里

了解《中国铁道建筑报》，首先要了解铁道兵。铁道兵最早是打仗兼修铁路的部队，在解放战争中，为新中国成立建立了功勋。据初步统计，战争年代，铁道兵抢修铁路3600公里，抢建铁路690公里；和平时期，新建铁路12593公里，长度接近地球的赤道直径。

因为铁道兵在战时抢修铁路难度更大，即使在新中国成立后，修建的多条铁路也都是在国家整体技术落后条件下修建的难度极大的铁路线路，譬如作为主力建成的成昆铁路就被誉为当时世界三大奇迹之一。而要靠科技和智慧的力量，充分调动和发挥大家的积极性、创造性，克服种种困难，攻克难关，就特别需要开展深入细致的宣传思想工作，应运而生的这份报纸当时被誉为“没有见面的连队指导员”，把党中央、铁道兵党委的声音传到遍布千山万水的部队，鼓舞士气，凝聚人心。

经历了从《铁军》《铁军报》《人民铁军》《铁道兵》《铁道工程报》到《中国铁道建筑报》的嬗变，毛泽东同志两次亲笔题写《铁军报》《铁道兵》报头，朱德同志亲笔题写《人民铁军》报头，铁军本色、“铁”的担当已成为《中国铁道建筑报》根植灵魂深处的底色。

作为一张诞生于炮火硝烟中的报纸，红色基因熔铸了《中国铁道建筑报》的血

脉，党旗指向哪里，报纸就主动办到哪里，真正体现了党性原则这一鲜明主线，也是我们应该继承的光荣传统。

努力创新提质，以宏大视野，讲好中国故事，传播铁建好声音

进入21世纪，随着国家重大建设项目增多，走出去步伐加快，中国铁建承担了许多世界级和国家级高、难、精、新、尖建设项目，相继在140多个国家开展海外经营。《中国铁道建筑报》也努力拓展国际视野，从世界铁路海拔最高的青藏铁路接轨点，到刷新世界铁路运营试验最高时速486.3公里的京沪高铁，从厦门翔安海底隧道到港珠澳大桥，从华夏大地到“一带一路”沿线，《中国铁道建筑报》记录着不同地域风起云涌的建设浪潮。

在加强重大工程建设报道的同时，《中国铁道建筑报》也用相当数量的版面铺陈着建设大军昂扬奋进的磅礴史诗。全国劳动模范黄昌富、全国道德模范孔凡成、全国优秀党务工作者李传营、全国三八红旗手标兵关改玉等，一个个英雄模范人物在报端展现青春芳华、铮铮铁骨，中国故事、中国铁建故事、建设者故事成为《中国铁道建筑报》宣传报道的时代强音。

党的十八大以来，《中国铁道建筑报》从“新春走基层”活动发力，把笔触和镜头对准脱贫攻坚、疫情防控、乡村振兴等主题，深入挖掘基层一线的感人故事，用更多有思想、有温度、有品质的新闻报道来呈现思想伟力。中国铁道建筑报社记者努力践行“三贴近”，扎实开展“走转改”，在基层一线增强“四力”。两名记者分获第四届全国“好记者讲好故事”活动最佳选手称号和第六届全国“好记者讲好故事”优秀选手称号，一名同志获评2022年“新春走基层”活动中中央新闻单位先进个人，一名记者荣获2019年“新春走基层”活动增强“四力”中央新闻单位先进个人称号，近5年有90篇优秀新闻作品获得省部级以上奖项。

5年来，《中国铁道建筑报》认真贯彻落实习近平总书记关于新闻舆论工作的

重要论述，守正创新，加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展。2020年下半年以来，《中国铁道建筑报》加快融媒体发展步伐，升级完善电子报、微报纸，入驻学习强国号、人民号、新华号、交通强国号等，构成“1+17”融媒体格局。

《中国铁道建筑报》认真研究分析各平台内容选材、推广形式等特点，随时把握新闻热点、广泛征集素材、提前组织策划，通过图文、短视频等多媒体形式，将人们感兴趣的建筑行业最新消息和高铁、地铁等工程建设知识转化为大众容易接受和理解的信息产品进行传播。截至目前，《中国铁道建筑报》除报纸和网站以外，旗下有17个新媒体账号，在2022年度中国企业500强新媒体指数榜单中位列中国企业第16和中央企业第14。在中央网信办网络传播局和国资委新闻中心组织的“我们这十年@坐标中国”网上主题宣传中，“中国高度”之青藏铁路唐古拉车站建设报道《天路之驿》、“中国跨度”之世界最长环沙漠铁路建设报道《跨越沙漠》入选“央企十大热搜”。

我们在办报实践中深刻体会到，传统主流媒体要在新的媒体生态中持续发展，并保持和增强舆论引导能力，唯一的出路就是创新。一方面要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，充分运用传统主流媒体采编、信息渠道和品牌等资源优优势，发挥专业性、权威性、公信力等方面的长项；另一方面，也要借助新媒体传播优势，创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制和机制，打造融媒体矩阵，使媒体的传播能力和综合实力实现新的飞跃，切实提升舆论引导能力。

面向新时代，开启新征程

使中国铁建新闻工作紧扣时代脉搏、顺应时代潮流、回应时代要求、引领时代风气，《中国铁道建筑报》自觉担负责任和使命，深入学习贯彻习近平文化思想，积极推进媒体融合发展。

强化政治站位，做党的舆论阵地的坚守者。深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把“四个意识”“四个自信”融

入血脉，在事关政治方向、政治原则的重大问题上，做到旗帜鲜明、头脑清醒，立场坚定、眼睛明亮。在中国铁建培育具有全球竞争力的世界一流企业的进程中，做到严守政治纪律、组织纪律、宣传纪律，听党指挥，真正把正确的政治方向和正确的舆论导向体现到全媒体新闻报道工作中，不断巩固壮大中央企业的舆论阵地。

强化舆论引导，做企业改革发展的司号员。中国铁道建筑报社将主动适应新形势、新任务、新要求，旗帜鲜明讲政治，敢于善于进行舆论引导，积极开展舆论斗争；坚持以正面宣传为主，把握舆论工作规律，提升舆论引导能力，塑造主流舆论新格局；以落实上级党委各项决策部署为抓手，主动融入中心工作，着力做好正面宣传报道，打造融通中外的新概念新范畴新表述，传播中国铁建好声音，讲述中国铁建好故事。

加快媒体融合步伐，做有效信息的传播者。《中国铁道建筑报》一方面将充分运用自身采编能力、信息渠道、品牌资源等优势，发挥专业性、权威性，创作出更多“接地气、有深度、有温度”的精品力作；另一方面借助新媒体传播优势，创新内容、形式、方法、方式，加强选题策划，构建“一次采集、多种生成、多元化传播、全方位覆盖”的全链条采、编、发生产模式，使报纸的传播质效和综合实力实现新的飞跃，具有更强大的传播力、引导力、影响力、公信力。

强化队伍建设，做央企力量的压舱石。做强做优做大中国铁建的发展，需要一支优秀的企业家队伍，也需要一支优秀新闻工作者队伍。作为企业新闻工作者，要真正成为中国铁建健康发展不可或缺的重要力量，既要“三贴近”，“贴近实际、贴近生活、贴近群众”，又要“走转改”，“走基层、转作风、改文风”；既要“身入”跑现场，又要“心入”有情怀；既要想干、能干，还要会干、苦干。要把火热的施工一线乃至海外工作现场作为锤炼作风、提高能力、履职尽责的大课堂、大熔炉、大舞台，不断推出更多有思想、有温度、有品质的作品，彰显新闻的品格和传播力量。

(作者为中国铁道建筑报社社长)

解码新质生产力新闻宣传的三维视角

□周小雅

2023年中国舆论场出现了一个令人耳目一新的词汇——“新质生产力”，这是2023年9月习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提到的新词汇，这一新论述为新时代新征程加快科技创新、推动高质量发展提供了科学指引。

“新闻”二字的要义是“新”，新质生产力的核心亦是“新”。聚焦新趋势新变化新理念是新闻媒体的职责所在，也是题中之义。围绕“新质生产力”，主流媒体已开始主动设置议题，逐渐加大报道的力度。

如何向受众多维诠释“新质生产力”的内涵，又不落入从理论到理论、从概念到概念的窠臼，这考验着专业媒体对复杂问题的繁简转化能力、对潮流趋势的预判前瞻能力、对热点话题的解读诠释能力。笔者认为，要全面立体阐明这一新理念，需要从三个辩证的维度和视角深入浅出地进行解码。

把握“新与旧”的关系

理解“新质生产力”这一概念关键在于“新”字。“新”指的是新技术、新模式、新产业、新业态、新领域、新赛道，新动能、新优势。如专家所言，新质生产力，重点在“新”，关键在“质”，落脚在“生产力”。媒体在解读“新质生产力”时要牢牢抓住一个“新”字做文章，通过对专家、科学家、企业家的深入专访，以及对代表性研究机构、企业的实地走访，探究新质生产力如何推进现有生产力的新跃升，如何实现高质量发展的新动能，如何培育全球竞争的新优势。

从经济学角度看，新质生产力代表了生产力的跃迁。新质生产力是相对于传统意义上的生产力而言的，但新质生产力并非突然出现，而是从传统的生产力中孕育而生的，是脱胎于传统生产力的。

新质生产力与“旧”质生产力并非非此即彼。媒体在解码新质生产力时，不能将其简单地作为“旧”生产力的替代品，而应该关注二者的融合和发展，挖掘它们之间的协同效应和共同进步。通过分析传统产业的优势和新兴产业的创新，为公众提供更全面的认知，帮助他们理解新质生产力对整体经济的推动作用。

新质生产力与传统生产力的关系，既有继承与发展的关系，也有驱动与加速的关系；既有革新与替代的关系，也有互动与共存的关系。因此，新质生产力并不是对传统生产力的简单否定，相反，它们是相互促进、共同发展的关系。不能认识到这一点，报道可能就会走偏。

另一方面，媒体在报道新质生产力时也应该努力生产“新质的内容”，重点可在两个“新”上发力：

一是重视内容之新，紧扣最新热点策划选题。“新质生产力”是一个全新的理论概念，媒体往往很难找到合适的报道契机和抓手，如果一味就理论谈理论，无法让报道具体可感。因此，要善于借合唱戏，捕捉热点。例如不少媒体借助2023年在中国召开的三大盛会乌镇互联网大会、进博会和链博会推出了不少聚焦新质生产力的好报道，央视新闻客户端推出的《由“智”及“质”》从盛会看“新质生产力”、经济日报社推出的《在进博会探寻“新质生产力”》、《环球》杂志推出的《一场真实的生产力变革》、新华社推出的《从首届链博会看数字科技如何赋能生产生活》等，都是非常优秀的范例。

二是重视形式之新，借助新媒体技术赋能。新质生产力聚焦的是最前沿的科技和产业，媒体应该尽可能用新瓶装新酒，否则无法很好地体现前沿科技之炫、之美、之新。媒体人应该充分调动融媒体报道手段，借助AR、VR、AI等多种手段，通过直播、视频、海报、图解、动画、SVG互动等多种形式，让抽象的概念更直观、更可感、更可视。

做好“大与小”的转换

当前，高质量发展引领下的中国经济正经历深刻的质量变革、效率变革、动力变革。新质生产力是实现中国式现代化的重要基础，是中国经济高质量发展的新竞争力和持久动力。

毫无疑问，“新质生产力”是一个宏大的主题，事关国家战略之大。如何将宏大主题讲得通俗易懂，不让受众望而却步，这考验主流媒体的功力，而破“大”题的奥妙恰在一个“小”字。那么如何做好“大与小”的转换？

其一，对新质生产力的阐释，要避免一味堆数据、贴图表、秀术语，要摒弃“高、大、全”式的话语，防范信息脱节和信息时差。话语表达要求活、求新、求变，用接地气的话语阐释大理念，努力把抽象的内容具体化、要点化、通俗化，把陈情和说理结合起来，提升报道的吸引力和可读性。

其二，要努力深入生活，深入一线，挖掘生动的事例，以小故事、小角度诠释大主题，在软话题、软话语中讲透硬道理，让抽象的数据有生命，让宏大的政策有例证，让晦涩的科技术语接地气，让“新质生产力”这一全新的概念鲜活可感。

概而言之，在报道新质生产力时，要统筹大与小的关系。首先从大主题出发，要把握其对整体社会、经济和文化的的重要性。同时，也要关注其中的小视角，深入挖掘个体经验、企业创新等微观层面的故事。这样的双重关注既能够呈现整体趋势，又能够展现新质生产力对个体和局部的影响。同时能将复杂的主题具体化、人性化，使之更加贴近读者的实际生活，也更容易揭示新质生产力与社会发展的内在联系。

深准“势与事”的落点

媒体人要带着读者观大事，并观出大势。“新质生产力”这一新理念的提出，无疑是事关国家发展战略的大事，如何从中看到未来的大趋势，仰赖媒体人的洞察力和解析力。

首先，要善于“见势”。进入新时期，人类迎来了新一轮科技革命和产业变革。这是在信息革命基础上孕育兴起的第四次工业革命，以大数据、互联网、云计算、区块链及人工智能等工具体系为代表的生产力，是完全不同于传统的新质生产力，会带来根本不同于以往的新质发展。

从新质生产力的角度看，或可初步观察到以下大趋势，这也是媒体可以着重聚焦的领域：

1.数字化转型：随着技术的进步，数字化转型已经成为许多企业和组织的首要任务。使用新技术来重新设计和改进工作流程、生产线和业务模式已势在必行，将

大大有助于提高生产效率、降低成本，并带来更多创新和增长机会。

2.人工智能与机器学习：人工智能和机器学习的快速发展为生产力带来了巨大的提升潜力。这些技术可以帮助企业更好地分析和利用大数据，自动化重复性任务，提高决策效率，并为新产品和服务提供更高的创意和洞察力。

3.可持续发展：随着对环境可持续性的关注不断增加，新质生产力也越来越注重减少资源消耗和减少环境影响。工业界正在寻求创新的解决方案，如可再生资源、循环经济和绿色生产技术，以实现更可持续的生产方式。

4.灵活工作模式：新质生产力也在推动工作模式的变革。通过远程工作、弹性工作时间和协同工作工具，员工可以更加灵活地组织自己的工作，提高工作效率和生产力。

其次，要视线向下，见人见事。新理念的解释，往往会落入高举高打、以概念诠释概念的窠臼，空对空只能打出“空炮响”，难以与受众形成共鸣共振。关于“新质生产力”，不仅要通过报道让受众见大势、见时代，更要见到活生生的的人和事。

一是要努力与民生视角相结合，在民生维度上，要聚焦普通人如何从中受益，以及可能带来的社会变革。关注普通人如何适应新质生产力带来的变化，例如居家工作、电子商务、在线教育等成为新常态。

二是要多运用个体叙事。通过深入采访企业家、创新者、科学家等，挖掘其创新的故事和心路历程，通过生动的叙述和真实的情感，将新质生产力与普通人的生活联系起来，使读者能够更好地理解和关注。

三是要与当前的热点话题相结合，如“疫情如何催生数字化转型”“人工智能在医疗领域的新应用”等。同时要尽可能找到典型的案例，通过讲述它们的故事来展现新质生产力的影响，如一个初创企业如何利用AI技术打破行业壁垒。

如何让抽象的新概念讲得更易于接受，主流媒体要善于将“理念故事化”，把“讲故事”和“讲道理”结合起来，努力把“有意义”的东西讲得“有意思”，使人想听爱听，听有所思，听有所得。

(作者单位：经济日报社)