

观点速览

强大的思想武器
科学的行动指南

文化是一个国家、一个民族的灵魂。习近平总书记在新进时代文化建设工程方面的新思想新观点新论断,内涵十分丰富、论述极为深刻,是新时代党领导文化建设的理论总结,丰富和发展了马克思主义文化理论,构成了习近平新时代中国特色社会主义思想的文化篇,形成了习近平文化思想。这一重要思想既有文化理论观点上的创新和突破,又有文化工作布局上的部署要求,明体达用、体用贯通,明确了新时代文化建设的路线图和任务书,标志着我们党对中国特色社会主义文化建设规律的认识达到了新高度,表明我们党的历史自信、文化自信达到了新高度,并在我国社会主义文化强国建设中展现出了强大伟力,为做好新时代新征程宣传思想工作、担负起新的文化使命提供了强大思想武器和科学行动指南。

一切伟大的实践,都需要科学理论的正确指引。新时代新征程,世界百年未有之大变局加速演进,中华民族伟大复兴进入关键时期,战略机遇和风险挑战并存,宣传思想工作面临新形势新任务。必须以科学理论为指导,加强理论思维,总结好、运用好党关于新时代文化建设的思想理论成果,更好指引新时代新征程宣传思想工作。新征程上,要继续加强对习近平文化思想的学习、研究、阐释,并自觉贯彻落实到宣传思想工作各方面和全过程。要深入贯彻习近平文化思想,全面贯彻好新思想新论断,建设文化强国的战略部署,聚焦用党的创新理论武装全党、教育人民这个首要政治任务,围绕在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明这一新的文化使命,切实增强做好新时代新征程宣传思想工作、落实党的文化使命、推动各项工作落地见效,为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。

(1月16日《人民日报》评论部)

“电影开场可退票”
需要时间检验

近日,长沙部分影院试点电影开场30分钟内可退票。对此,有人表示可借此避雷烂片,但也有人担心“观众无理由退票”会影响影院正常运转。网络上,大部分网友表达了对长沙观众的羡慕,并建议全国推广。

开场后允许退票对于影片质量是一场极大的考验,能够倒逼电影行业更注重影片自身的品质,这也是此制度实行的初衷。但是,以30分钟来衡量电影质量可能会失之偏颇,造成好电影被“误读”,也可能造成影视制作方急功近利,在前30分钟做足功夫,后续“拉胯”。电影作为一部完整的艺术作品,其好坏需要完整的观影过程才能进行评价。诸如悬疑、警匪类的电影通常在结局产生高潮,此种退票机制不免会影响该种类型电影的票房,甚至导致同期电影为了吸引观众而出现“虎头蛇尾”的现象。

推行退票制度,让消费者权益不断得到保障与尊重,是社会进步的体现。“开场后30分钟可退票”这样的操作模式是一次有益的尝试,让观众看到了商家和制片方为保障观影体验所作出的努力,同时也为电影行业的发展提供了新的思路。但其是否可行,还需要时间的检验。

(1月16日 中国青年网 孟嘉多 俞佳)

为山寨网站“背书”
搜索引擎是自毁口碑

《法治日报》记者连日来调查发现,在一些搜索引擎检索时,检索结果显示排在前列位的大多是广告网站,有些广告网站与检索关键词并不完全一致,有自称“官网”“正版”的“李鬼网站”混入其中,诱人点击。

搜索网站需要赚钱维持运营,因此从商业逻辑上讲,通过竞价排名获得更靠前的排序,以提供更大的曝光度引流,其实无可厚非。问题的关键在于,平台在提供广告服务时,起码得对广告主进行审核把关,保证广告真实合法,不会造成误导。

去年实施的《互联网广告管理办法》明确规定,对于竞价排名的商品或服务,广告发布者应当显著标明“广告”,与自然搜索结果形成明显区分。也就是说,对竞价排名类广告,搜索网站应该进行明确的标识。

山寨网站里处处是消费陷阱,但其通过竞价排名,获得了权重极高的展示位置。这当然不全是搜索网站的问题,但作为广告发布的渠道,搜索引擎应当遵守《广告法》《互联网广告管理办法》等相关法律法规,严格压实资质审核的责任。

搜索网站靠竞价排名获利无可厚非,但不能为了挣钱丢掉责任。说到底,搜索引擎有一定的网络基础设施属性,是网友检索信息的桥梁,如果为了利益最大化,就给那些违法违规广告“开绿灯”,将虚假、不法搜索结果呈现在用户面前,这在伤害用户的同时,也是毁掉自己的信誉和口碑。

(1月12日 光明网 熊志)

出版业编辑继续教育的问题及解决路径

□陈海燕

与其他行业的继续教育相比,编辑继续教育做得较为系统。它有两项内容:出版专业技术人员的专业能力和职业素养培训、出版领域的新态势和技术革新。前者包含编辑业务知识、编校技能和质量管理、装帧和版式设计、版权贸易、经营管理、营销推广等专业知识和技能,以及政治理论、法律法规等基本知识。后者包含新媒体和数字出版、人工智能时代的出版、图书视频营销、移动互联网环境下的出版等。

在当今知识和技术更新换代如此快速的时代,做好编辑继续教育,建立编辑职业生涯中终身学习的机制是极具意义的一项工作。

一、当前编辑继续教育存在的不足

(一) 培训方式单一,且各有弊端

当前编辑继续教育主要采用两种培训方式:线下面授教学和课堂网络教学。这两种教学方式都是通过教师授课这种单一方式传授知识。线下面授教学,一般是单向灌输式的输出,学员则是被动输入。这种方式忽略了学员自主学习的需求,从而导致学习积极性普遍不高。网络课堂教学是学员自主选择的录播课程,线下自主学习。这种方式不受时空限制,方便学员学习,但也有其弊端:教师和学员之间缺乏互动和交流,进而影响学习效果。

(二) 课程内容未能满足学员需求,不能适应行业发展新要求

编辑继续教育课程内容理论知识扎实,但有“重理论,轻实践”的倾向。过于偏重理论而较少提供实践案例会导致泛泛而谈专业知识和基础知识,看不到出版工作中的实际问题,其结果就是:对实际出版工作缺乏指导性,难以让学员产生“共鸣”,学员亦难以获得专业技术能力的成长,因此无法满足学员的实际需求。这是其一。

其二,出版业正处于从传统出版向数字出版转型阶段,时代对出版行业提出了新要求。出版业需在内容、生产、技术、渠道、经营管理等方面推进转型升级,但培训课程囿于过去的研究成果,有少量数字出版的技术应用和市场营销,但缺乏数字出版的创新策划、资源融合等重要知识板块的内容和信息,因此脱离了出版行业发展的新要求。

(三) 编辑继续教育体系不能为其目标服务

组织开展编辑继续教育,绝不是为了让所有学员通过听课完成学时和续展登记,而是为了促进高素质编辑队伍建设

设,实现“高素质编辑队伍建设,落实建设文化强国的重要部署和建成文化强国,推动出版业高质量发展”这一远景目标。但反观当前的编辑继续教育体系,其模式、内容和教师队伍等与实现这一远景目标尚有一定的距离。

二、优化和完善编辑继续教育体系的措施

(一) 注重学员选择自主性,丰富培训方式,提高成效

真正的学习不是外界强加的,而是出于自身发展的需要或兴趣使然,唯有这样才能催生学习自觉性和主动性。因此,除了长期以来采用的网络课程及线下面授课程,可根据编辑个人的职业兴趣点,建立自主选择培训方式的继续教育培训模式。

自主选择培训方式是指管理部门根据现实情况,以满足不同层次学员的需求为目的,提供多样化的培训方式,如网络课程、线下面授课程、沙龙、实践培训、课题研究小组、征文活动、技能大赛等,学员可根据个人兴趣自主选择。

以交流促培。管理部门定期举办多主题的沙龙,提供互动交流和共享经验的平台,如优秀编辑交流、案例分享、行业或其他行业领军人物交流活动等,这既能拓宽编辑的眼界,调动其积极性,也易增强培训效果。

以实践促培。管理部门提供深度学习的平台,鼓励编辑走出去,在实践中增强职业自信心和工作能力,如项目实践学习,考察,参加学术研讨会、出版论坛、主题研讨等。

以研促培。组建课题研究小组进行课题研究,如数字出版转型升级研究、有声书产业调研等,结题后将研究成果应用于实际工作。这种以研促培能较好地使课题研究提升编辑的知识和能力水平,达成继续教育培训的目的。

以读促培。举办读科技和出版书刊的读书征文活动,将遴选出来的优秀论文发表并给予奖励,为编辑创造学习新知和思考的机会。这也是编辑继续教育很好的方式。

以赛促培。举办岗位技能大赛,使岗位技能强的编辑脱颖而出。这既能调动编辑的工作积极性,也能提升参赛编辑的职业技能。

编辑有了以上外部推力,开阔了视野、学到了新知,增强了工作能力之后会激发内生动力,把“所学”和“所研”相融合,落在实际工作中,产出“新方法”“新思路”“新产品”“新模式”,推进了“产学研”相结合,进而打通富有成效的编辑继续教育之佳径。

(二) 应需施教,课程应契合行业新要求,满足学员需求

当前知识和技术的更新日新月异,对出版业提出了新要求——建立适应数字化时代的融合出版。出版行业图书编辑模式、产品形式、印制、渠道、传播方式、受众范围、管理机制都发生了或即将发生前所未有的变化,因此编辑继续教育也应契合出版行业发展需求,融入新技术应用知识、出版新业态等新内容,研发新课程,培养人才,助推行业升级。

除了编辑的“看家本领”——编校业务知识、能证明编辑自身价值的选题策划能力之外,新媒体和新技术是当前编辑最关注的知识领域。以往的编辑继续教育培训侧重编辑业务知识,在接下来的培训中,应需施教,在设计实操性强的优质选题策划能力课程的同时,应加重国内外行业热点,特别是数字出版等知识的比例,满足编辑学习新知识、新技术、新技能的需求。编辑通过继续教育学习,了解行业发展方向,掌握前沿资讯,增强对网络平台、信息技术、多媒体转化等现代化工具的应用,发现创新点,成为富有行业思想前瞻性、具备网络思维的专业出版从业者,这才是新时代编辑继续教育的首要任务。

(三) 激励教师更新教学理念,不断提高教学质量

“学生为主体,教师为主导”是现代教学的指导思想。教育学家认为,这一指导思想能否落实的关键是教师能否转变角色。教师的角色从“教学者”转到“导学者”,从以传授知识为主要目的到以培养学生的能力为目标,是提高教学效果的保证。实践证明,“主导作用”在很大程度上取决于教学方式、教学法等,其中就有启发式教学法。

趣味性是一切有效学习发生的前提。梁启超先生曾说:“所以教育界,从积极方面说,全在唤起趣味;从消极方面说,要十分注意不可以摧毁趣味。”多位教育家对趣味性教学有过实证研究,大量研究证实趣味性教学是真正适合学生的教学法。

启发性教学和趣味性教学都是教师教学能力的重要体现。要重视教师队伍的培养,激励教师更新教学理念,发挥主导作用,充当“导演”,使学员成为课堂主体,即“主演”。笔者建议可采用以下集启发性与趣味性于一体的教学方法:

讨论式。即两三位教师就出版相关的知识、案例或趋势进行意见的交换。讨论过程由某一个人进行话题引导,使讨论内容始终围绕中心议题,各方呈现的不同意见会给学员带来启迪,引发兴趣。

问题导向式。教师授课之前先收集学

员工作中的问题,再设计教学目标和整体教学计划。这在解决专业基本知识传授的同时,也解决了学员工作中的疑惑和难题。

案例式。教师不照搬出版理论知识,只介绍真实案例并进行适当点评,学员通过这种直观的感受获得间接的经验。这种教学方法的优点是打开思维空间,促使学员发现问题,提高解决问题的能力。

对话式。即两三位教师针对某个知识点或话题展开对话,互相补充或各抒己见,从中渗透专业知识,实现教学目标。

(四) 统筹资源,做好编辑继续教育发展的未来布局

以上所述是具体措施,但除了具体措施,还应该有保障措施落实的制度和进一步发展的战略规划。因此,管理部门下一步要做好编辑继续教育发展的未来布局,使得编辑继续教育事业能够长足发展,实现“高素质编辑队伍建设,落实建设文化强国的重要部署和建成文化强国,推动出版业高质量发展”这一远景目标。

首先,人才培养定位:构建全链条出版人才发展体系。

在传统出版和数字出版共存的时代,应深入探索理论素养与实践能力相融合、数字出版与传统出版相融合、立足本土放眼国际的融合型出版人才培养计划,协同出版企业共同建构全链条出版人才发展体系。

其次,保障措施定位:建立出版人才和师资队伍激励机制。人才的培养离不开政策支持和激励机制,应建立健全以成长和贡献为导向的出版人才评价机制,激发出版队伍的活力;建立健全培训师资源库,制定激励政策,充分发挥教师的教学能动性。

再次,发展路径定位:通过“学研用”相结合,助力出版行业高质量发展。充分利用国内外高校两种资源及传统出版单位与新兴出版企业的不同优势,通过“学研用”相结合,学研先行,学研并举,用为目的,三者共同作用,促进编辑在理论、实践、应用上不断提升,激发创新的活力。

三、结语

编辑继续教育既是实现出版行业高质量发展的需要,也是编辑自我提升的内在需要。优化和完善编辑继续教育,需要出版行业、管理部门、高校、科研机构、编辑个人的共同参与和努力。编辑继续教育的发展,可进一步提升编辑的综合素质和职业能力,推动出版业的进步,提升社会价值。

(作者单位:外语教学与研究出版社)

“数字田园”:“三农”短视频对乡村生活的现代转译

□杨阳 江虹

如今,“三农”短视频作为传播乡村生活、文化和经济的新媒介,不仅植根于乡村文化,真实地展现了乡村生活的多方面,还通过直播和互动功能创造了一个“虚拟”的乡村空间,为乡村振兴注入了新的活力和视角。

一、“新农人”的自我述说与多元表达

回顾过去百年的影视和文学史,无论是农村题材的文学作品还是影视剧,乡村和农民通常是“被叙述者”。观众通过路遥的笔触看到平凡的世界,在《山海情》的镜头中了解金沙滩的故事,通过《我和我的家乡》感受乡村振兴的新图景,这些大多是由精英文化塑造出的乡村景象与农民形象。然而,“三农”短视频的出现改变了这一格局,将农民和农村从被叙述的对象转变为故事的讲述者。根据抖音官方数据,54%的返乡人员主动拍摄制作“三农”短视频,其中31岁至40岁的人群占比超过一半。这些创作者不仅熟悉乡村生活,还对互联网和大城市有一定的生活经验,他们被冠以“新农人”的标签,成为短视频创作的主力军。

“新农人”创作的短视频一方面描绘了现代人向往的乡村景象——阡陌交通,鸡犬相闻,往来耕种,怡然自得;另一方面展现了乡间的民风民俗和乡村美食,从田间收获食材,再到土灶炒制,最后阖家共享,描摹的是乡村社会简单又温馨的日常生活的,构建的“最是人间烟火气”。如“小鱼儿夫妇”回乡改造农村婚房,他们将改造过程制作成2分36秒视频上传网络平台,一天内播放过亿次,目前积累粉丝785万。“张同学”前卫视的BGM节奏配合行云流水的剪辑,在专业手法中凸显农村的土味生活。

“三农”短视频创作者大多没有经过

专业可视化训练,凭着智能手机的使用经验摸索拍摄套路,有的影像略显粗糙却不失质朴,有的由专业团队拍摄,因为主角本身的农民身份避免了居高临下的叙述方式。农民从被叙述者转化为叙事主体,他们的账号名称大多凸显农民身份,主动运用新媒体展现乡村生活与积极态度,促进了城乡之间的文化交流和资源共享,彰显出“新农人”的自信与多元表达。

二、编织传播矩阵,优化“三农”短视频影响力

2021年,抖音平台“三农”相关短视频日均播放量超过42亿次;2023年,抖音共有10.2亿个“三农”视频,播放2.4万亿次,获赞530亿次。在数字化时代背景下,综合利用多平台构建传播矩阵,包括官方媒体、社交媒体和个人互动等,增强信息传播的广度和深度,有利于提升信息的传播效果。

一是传统官媒与新媒体短视频的协同传播。官方媒体的权威性和广泛的触及能力可为内容赋予信任度,而短视频的互动性和即时性则能够加强观众的参与感和共鸣。2021年,中央广播电视总台农业农村频道官方抖音号、字节跳动公益、抖音共同发起“乡村大师课”公益活动,官方媒体报道的乡村振兴成功案例和政策动向,为“三农”短视频提供指引和深度,短视频则可以从微观更生动、更具体的乡村生活和文化展示,形成官方权威与个体经验的完美结合。

二是全方位运用社交媒体打造传播矩阵。社交媒体在当前的传播环境中扮演着至关重要的角色。不同的社交媒体平台有着不同的目标用户群和内容偏好。微信公众号以图文阅读为主,适合发布深度文章,分享农村故事和政策解读。社交媒体

的互动性特点,如评论、点赞和分享功能,能够促进用户之间的讨论和内容的进一步传播,还可以收集受众反馈,不断优化短视频内容和形式。

三、内容多元化,刷新“三农”短视频文化样貌

2023年仅抖音平台就产出2778万个农技视频,总播放量达1206.2亿次,“三农”短视频的高产量必然带来内容的同质化。“三农”短视频无论是头部创作者还是普通创作者普遍未经专业训练,大多就地取材,以简单的纪实手法拍摄身边日常生活,田间地头种菜做饭以及当地习俗,立意流于表面,在机械重复化拍摄后即面临内容雷同、题材枯竭的窘境。

(一)挖掘和展示乡村传统文化
传统手工艺、民间艺术、传统节日和习俗是传统文化留下的宝藏。创作者通过短视频展示这些文化元素,让观众了解和欣赏乡村独特的文化魅力。记录和传播老一辈农民的生活智慧和技能,如传统农耕方法、民间医疗知识等,这不仅能保存珍贵的文化遗产,还能激发年轻一代对传统文化的兴趣。与当地艺术家、手艺人合作,通过他们的故事和作品展示乡村文化的深度和丰富性,提高文化的传播效果。在“三农”短视频的制作过程中,深入挖掘和利用乡村的文化资源至关重要。这不仅有助于传承和创新乡村文化,还能增强短视频的吸引力和教育价值。

(二)融合现代元素,创新乡村文化
结合现代元素和创新思维重新诠释乡村文化,这不仅有助于保留传统文化的精髓,而且能够吸引更多年轻人的参与和兴趣。例如,乡村故事和民谣承载着丰富的历史和人文价值,将这些传统元素与现代音乐和舞蹈结合,可以创造出

全新的艺术形式。传统民谣与现代流行音乐元素融合,创造出新颖的音乐风格;古老的农事通过现代舞台剧或音乐剧的形式重新演绎,赋予它们新的生命力。创作者还可以利用新媒体技术,如虚拟现实(VR)和增强现实(AR),为乡村文化注入新的活力,提供更加沉浸式和互动式的体验。

乡村青年是文化创新的重要力量。鼓励他们发掘和表达对乡村生活的新视角和想法,不仅可以促进文化的多元化,还能带来现代化的气息。这些年轻人可以通过摄影、短视频、博客等形式分享他们的乡村故事,或者参与乡村文化活动的策划和组织,从而将传统文化与现代生活方式结合起来。

(三)打造个性化内容,深化乡村题材
细分受众群体,制作个性化内容,根据不同受众群体的特点和需求定制内容。例如,针对年轻受众,可以制作更具创意和娱乐性的短视频;对于中老年受众,则可以着重展示乡村发展的成就和农产品的质量保障。引导创作者开掘“三农”题材的广度与深度,如农村实际存在的教育问题、养老问题以及乡村地域文化,这有助于他们创作出更具时效性、人文性与地域性的作品,避免受众在千篇一律的农村短视频中审美疲劳。这不仅增强乡村的经济活力,还能加深社会各界对乡村文化的理解和支持。

“三农”短视频让农民从被叙述者转为新时代下自身故事的叙述主体,完成了话语权的转换,头部账号更是拥有数百万粉丝,其视频传达的内容与价值观念在一定程度上影响着大众粉丝,提升视频创作者的媒介素养与知识积累,确保内容真实可信、题材可持续挖掘是“三农”短视频未来发展亟须思考的问题。

(作者单位:重庆师范大学新闻与传媒学院)