

时评

国标诞生,让有声读物高质量发展

□赵强

纵观近年来的国民阅读调查报告,我国的听书人数每年都在增长,如今有三成以上的国民有听书的习惯。这一文化消费习惯,直接促进了有声读物市场的快速发展。

近日,在全国新闻出版标准化技术委员会的指导下,由中国音像与数字出版协会牵头,有声读物专业委员会组织,广东大音音像出版社、中国盲文出版社等28家机构参与的《有声读物》国家标准正式发布,将于10月1日起正式实施。这是有声读物领域的第一个国家标准。这一国标的发布,对于完善有声读物的制作与传播,规范行业标准,让有声读物高质量发展,有着重要的意义。

众所周知,我国的有声读物发展时间不长,有自身的行业标准更是近几年的事。2019年,国家新闻出版署发布了《有声读物》行业标准,明确了标准化对象,适应了当时的产业发展和管理需求,回应了规范有声读物录音制作、发布传播及质量评价的社会呼声,在行业迅速铺开并取得良好社会效益。

但是,伴随我国全民阅读事业近两年的持续飞速发展,原有的行业标准出现了标准适用性欠缺,标准制定层级需进一步提升,标准技术门槛有待提升,

◆国家标准的制定,对于规范有声读物加工制作,强化多行业协作管理,提升听书阅读体验将起到强大的推动作用。

◆随着《有声读物》国家标准的出台,有声读物会产生更多的有影响力的力作,很多名作会被更多的人听见,从而遇见。

与现有管理规定贴合度不够等问题。特别是随着5G技术的广泛应用,网络传播呈现前所未有的高速度。在这一大背景下,及时出台国家层面的行业标准,提高了有声读物作为新质出版生产力的生力军的角色,使之发挥更大的作用。看似是从行业标准向国家标准的升级,背后却隐含着国家主管部门对有声读物发展的新期待。

国家标准的制定,对于规范有声读物加工制作,强化多行业协作管理,提升听书阅读体验将起到强大的推动作用。比如,“录音技术要求”对录音棚、录音设备和录音指标提出具体参数指标;“音频制作要求”对音效素材选择、多轨合成和时间间隔

提出指标要求;“音频输出要求”提出产品输出格式、成品文件输出的具体指标;“审听和审核”对责任编辑和终审进行的审听工作、审核流程、审核者职责、审核内容和智能化审核进行相应规定。这些包含很强技术参数的评价要求,无疑会使有声读物的制作过程得到进一步规范。

眼下,有声读物作为崭新的阅读方式,正在悄悄地改变着全民阅读的格局。越来越多的人选择了平时以听书来充盈内心世界。喜马拉雅《2024春季有声阅读数据报告》显示,喜马拉雅人均有声书听书量达到9.7本。该平台累计上线获奖出版物476部,覆盖“中国好书”榜、诺贝尔文学奖、茅盾文学奖、雨果奖、星云

奖、银河奖。其中,茅盾文学奖作品累计收听量超过7亿人次。中国音像与数字出版协会发布的《2023年度中国数字阅读报告》显示,2023年中国有声阅读市场营收规模为116.35亿元,占数字阅读市场营收规模的比例超过20%。

面对有声读物的巨大蓝海,相关出版机构纷纷发力这一新兴板块。不少出版机构都有自己的有声书制作部,并设置了有声书编辑、有声书主播等新型职业。无论是自建平台还是合作平台,有声读物让图书有了更多的呈现方式。在很多出版机构,同时以纸(图书)声(有声书)电(电子书)协同问世的品种越来越多。

不过,由于有声读物发展过程中的蜂拥而至,也导致了制作水准不一、选题狭窄、表现形式单一等诸多问题。这些问题,有的是执行的技术标准有偏差,有的是资金、人员投入的不到位,有的是缺乏专业的人员所导致。因此,为了让这个方兴未艾的行业高质量发展,就必须要有高质量的国家标准作保障。

笔者以为,作为一种出版与技术融合的新兴形态,随着《有声读物》国家标准的出台,有声读物会产生更多的有影响力的力作,很多名作会被更多的人听见,从而遇见。

江边论道

价值的精髓 少不了真情

□江作苏



多媒体手段普及之后,云泥之别的传播效果在所难免。越来越多的人涌入直播平台,争相成为网红。然而茫茫之海,难得达人,所愿落地成真者,实乃不多、不佳。

除了科研、经济、工业等专业平台以实实在在的数学信息与文字信息为主之外,根据抽样统计,社会化的直播平台上,其传播内容“硬信息”不多,主要是议论、娱乐、家长里短甚至搞笑等软内容。为了教会庞大的“菜鸟”走红,各种培训形式五花八门,试图图投“网红”之捷径。

技术的速成是办得到的。很多人肤浅地学一点技术之后,匆忙挤上镜头,想一鸣惊人。然而,内容的速成没有什么捷径。如果“网红”有捷径,教授的老师早就让自己大红大紫起来了。

那怎么办呢?长期去学习基础内容和专业技能,从根本上提升素质,这不现实。若你非要想过一把传播的瘾、尝一点粉丝的点赞,那这点“理想”有没有实现的可能呢?有。那就是不管形式如何,你的传播总要有点价值,即便没有高大上和专业的价值,至少要有两个字:真情。

如果把直播比喻为一篇散文,季羡林先生传授的秘诀就是“散文的精髓在‘真情’二字”。他研究古代散文家作品后得出的结论是:他们“没有一个敢‘散’、敢‘随’的,无一不简练揣摩、煞费苦心”。

真情,以多媒体通过视觉、听觉直达人心的方式,更易于影响人,而且是感性与理性结合的影响,或者说是软与硬结合的映象。君不见,有一些现象级的草根歌手爆红后,人们评论多的并不是其技巧,而是其沧桑的直感、蕴藉的情感和难以道尽的生涯之通感。

透视一下某平台公布的其头部30名播主情况,可以发现即使搞笑内容,也不是随意的捉弄、促狭,更不是低级的恶搞或凌弱。相反,反映友情、亲情、爱情和危难之时的侠义之情,潜映在大多数场合中,至于弱者不弱、智者被反噬的反转情节更是多见。这些,都反映了直播者的正直与真情。

社会及格线,这是一条隐性的真情标准,它看不见但时时起作用。这条及格线的表现方式就是看你有没有真情。真情有没有要素支撑呢?有,那就是良知。中国传统伦理的核心价值是“善”,行为价值的评判标准是“为善”。明德至善作为《大学》的核心思想,是民间的最高追求。无论是至上倡导光明之德还是低至持有恻隐之心,这些真情如何表达千差万别,可以各表,但是一旦缺项则毫无社会价值,直至遭人冷遇或唾弃。

将来的历史,必然会把当下波澜壮阔的传播现象载入记录。在林林总总的平台、播主、作品当中,谁会留下一点浪花?何者能存下些许价值?还是用季羡林先生的话来作预判吧:“没有震撼灵魂的真实情感,绝不会流出什么东西来。”

一家之言

“文化特派员”是个好创举

□唐剑锋

近日,新华社有篇报道说,今年端午节,浙江美术馆公共拓展部馆员刘佳波加了三天班,为舟山市定海区干览镇新建村赶写一份“天然美术馆”方案。刘佳波是干览镇的文化特派员。今年5月8日,浙江省首批文化特派员选派启动。文化特派员的任务包括政策宣传教育、文化服务供给、文化品牌打造、文化资源挖掘、文化阵地提升、文化产业帮扶、文化人才培养与指导等。

文化特派员制度,是在文化大发展时代背景下诞生的一项好创举。作为一种特殊的“催化剂”,文化特派员有望把“乡愁”(包括非遗)有效转化为物质财富,使企业和乡村的文化氛围更浓,进一步推进企业和乡村文化产业提质增效,有助于城乡实现共同富裕。

有专业知识、专业眼光,才能呵护好文化根脉,才能更好发掘文化根脉、将文化根脉发扬光大。这样的专业人才,可能企业储备不足,乡村也很短缺,它们都希望得到“文化高人”指点。文化特派员下沉基层,能加速企业文化、乡村文化资源创造性转化、创新性发展,对推进文旅融合,促进企业和乡村产业发展意义重大。



“单人购票选座受限制”合法吗

澎湃新闻报道,近日有消费者反映,他在CGV影城(上海宝杨宝龙店)购买单张电影票时,无法选择核心观影区域。记者致电该影城,相关工作人员回应称,影院的座位安排旨在优化座位利用率,提高经济效益,观众可到场后根据实际情况自行调整座位。

“单人购票选座受限制”无外乎是影院为了自身利益考量,即便是影院和行业的通用规则,但其合法性合规性值得商榷。根据《消费者权益保护法》,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。平台、影院对单人购票实施“隔双不隔单”或不可购买中心位置的座位,显然是对消费者自主选择权的侵犯。各经营主体理应谨记,行业通用规则绝非是侵害消费者权益的挡箭牌。视觉中国

如在上述事件中,赵某一方发布的信息,就只显示了自己被警方处罚,但是没有显示对方也被警方处罚了。另一种则是一些自媒体从业者,为了蹭热点,人为地“带节奏”,故意撩拨网友的情绪,以达到蹭流量、拉粉丝的目的。

面对网络热点事件,为了避免以讹传讹,首先需要网友睁大眼睛,提升自己的辨别能力,不要轻易被别人“带节奏”。与其急着站队,不如“让子弹飞一会儿”。其次,作为牵涉其中的当事人,发布信息的时候要客观、真实,否则即便一时达到了自己的目的,最后也极有可能被舆情“反噬”。最后,作为热点事件发生地的地方政府、宣传部门、警方等,要及时发布全面、真实的信息,以正视听。

围观网络热点事件谨防被“带节奏”

□苑广阔

近日,318川藏线一车辆疑似逆行插队,被劝阻时车上孕妇下车争抢,进而升级为双方肢体冲突。据发布者称,劝阻男子赔偿1万元,被行拘10日,但孕妇方“没有任何事”。该事件引发热议。(7月7日《华商报》)

这件事之所以引发网络热议,原因是很多网友对当地警方的处理进行质疑。但是事实证明,这样的网传消息有诸多不实

之处。首先,根据当地警方的声明,作为逆行插队一方的王某,因为逆行被罚款200元,驾驶证扣3分,并进行通报批评。而作为王某的妻子,也就是与赵某直接发生冲突的韩某,同样被罚款200元。其次,作为制止他人插队的赵某之所以被处罚得更重,除了他在冲突中把怀孕的韩某推倒在地之外,更是因为他被查出涉嫌酒后驾车。事实上,类似这样的网络热点事件,近

年来时有发生。很多网友在进行网络围观,并且发表自己看法和观点的时候,并不是建立在了解全部真相的基础上。更有甚者,很多网友都是被网络上的各种错误信息误导,乃至仓促之间发表观点,很容易对某一方的当事人带来伤害。

发生网络热点事件之后,造成网络上信息有误的原因一般有两种。一种是当事人自己发布的信息,带有明显的倾向性。比

本报法律顾问

北京市华一律师事务所
电话:(8610) 85869176

第十三届韬奋出版人才发展论坛“建强出版人才队伍,担负新的文化使命”主题征文启事

为深入学习贯彻习近平文化思想,继承弘扬韬奋精神,锻造新型人才队伍,服务出版强国、文化强国建设,第十三届韬奋出版人才发展论坛拟于2024年11月5日在浙江杭州举行。本届论坛以“建强出版人才队伍,担负新的文化使命”为主题,由韬奋基金会主办,中国新闻出版研究院、中国新闻出版报社协办,浙江出版联合集团有限公司承办,百道网、上海鹰角网络科技有限公司协办。作为重要活动之一,专题征文活动现正式启动,期待业内外人士围绕论坛主题,共同探索新时代新征程中出版人才培养路径,开辟新形势新任务下出版队伍建设思路,为出版人担负新的文化使命,建设中华民族现代文明献计献策。

一、征文内容

本次征文主题:“建强出版人才队伍,担负新的文化使命”,下设3个专题:

1. 培育新型出版人才与发展新质生产力
征文应重点探讨培养新型出版人才与发展新质生产力之间的关系,探索在发展新质生产力背景下,出版人才的培育方向和培养途径。
2. 出版人才的培养策略与路径
征文需结合践行习近平文化思想、担负新的文化使命要求,着重分析出版单位、高校出版专业、出版科研院所及出版管理部门等有关单位,培养出版人才的策略及方案。
3. 出版人才如何适应技术发展新挑战
征文应结合出版发行人员自我能力素养提升的需求,重点阐述出版发行人员为承担新时代新的文化使命任务、应对技术发展新挑战而主动突破、自我提升的路径。

二、征文要求

1. 征文写作要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真学习宣传贯彻党的二十大精神,深入学习习近平文化思想,紧扣论坛主题,围绕出版人才培养问题写作,需具有一定的学术性,避免以偏概全。可从全面、宏观角度进行理论探讨,也可用案例或小角度反映论坛主题及征文专题。
2. 征文必须为原创作品,严禁抄袭,否则取消参评资格,由此造成的一切后果,作者自行承担。
3. 已公开发表的作品不在本届征文活动之列。
4. 征文字数:3000—5000字,原则上不超过8000字。
5. 截稿时间:2024年9月20日。

三、投稿方式

- 鉴于网评及专家组评选需要,参与征文活动者需同时提交电子版及纸质版文稿。
1. 电子版word文稿发至本届征文专用投稿邮箱:taofenlun-tan@163.com,电子版word文稿命名、邮件主题请采用“作者+单位+文章题目”格式。
 2. 纸质版文稿一式两份,请用A4纸打印;首页左上角用四号楷体标明文稿所属专题名称;标题用小二号宋体,正文为三号仿宋体,单倍行距;标题下以三号仿宋体注明作者姓名、工作单位、职务、联系电话、通讯地址、邮编、电子邮箱信息。
- 纸质版征文请寄至北京市丰台区三路居路97号中国新闻出版研究院科研管理部(信封上请注明“第十三届韬奋出版人才发展论坛”字样)。

联系人:黄逸秋 透薇
电话:010-52257217 52257031

四、评选及奖励

1. 评选办法
征文截稿后,由业内资深专家组成评选委员会,按照公正、公平的原则评选优秀作品。
- 初评入选的征文将在百道网刊登、公示,征询广大业内人士及网民意见,在此基础上进行复评、终评,确定征文优秀作品名单。
- 征文优秀作品名单拟于2024年11月20日前在韬奋基金会官网及微信公众号、中国新闻出版广电报微信公众号、百道网予以公布。
2. 奖励办法
向优秀征文作者予以适当奖励并颁发证书,将部分优秀作品集结出版,邀请部分优秀征文作者在第十三届韬奋出版人才发展论坛发表演讲。
3. 论坛会务组联系方式
联系人:张师奇 田亦农
电话:010-58757301 18210043877

韬奋基金会
中国新闻出版研究院
中国新闻出版报社