

观点速览

以优秀传统文化
助推基层文化建设

中华优秀传统文化是我们树立文化自信、增强文化自觉的基石。建设中华民族现代文明，离不开优秀传统文化的支撑和滋养。在基层文化建设中注重挖掘传统文化的资源宝库，充分发挥传统文化启智润心的独特作用，既是满足群众精神文化需求、增强群众文化获得感的有效方式，又是提高社会文明程度、增进文化自信自强的必然选择。

与时俱进发展好优秀传统文化，是文化自身发展的需要，也是人民群众的需要。以适当载体传承利用好丰富厚重的优秀传统文化资源，是当代文化工作者的责任。不识稼穡、不知农时，不仅是个人素质的缺失，也是优秀传统文化的流失。从这个角度看，珍惜传统、敬惜文化，让中华文脉既源远流长又鲜活可亲，需要我们做出更多的努力。

文化具有凝聚人心、汇聚民力的强大力量。着眼于引导群众、团结群众、服务群众，基层文化建设要坚持以文铸魂、以文培元、以文化人，善于将党的创新理论、政策主张与群众喜闻乐见的传统形式有机结合起来，在育新人、树新风中运用传统文化为现代文明添彩增辉。不断从中华优秀传统文化中汲取营养，在理念上守正创新，在方式上推陈出新，基层文化建设一定能取得新的更大成效。

(7月10日 《光明日报》 周其森)

守住书店
这片城市精神绿洲

书店，美得各有千秋，也难得各有不同。数据显示，去年，在多种因素冲击下，实体书店市场份额被进一步压缩。当卖书不足以保障生存，书店选择向“图书+”的运营模式靠攏。多元经营下，初心和情怀向生计低头，许多书店也陷入了同质、低质的窠臼。

“创新，重塑书店价值”，这是2024中国书店大会的主题。“重塑”这个词很重，有一种行至险滩的紧迫意味。书店，这艘载着知识、读者与经营者的航船，该如何度过当前的艰难？它需要扶持。去年，《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》提出，支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目。让书店参与公共阅读资源建设，重庆有自己的办法。比如，举办“打卡一路书香”活动，将书店融入精心设计的文旅线路，引导市民在citywalk中“读万卷书、行万里路”。它更需自强。书店留住读者的最好方式，就是让自己成为一种生活习惯的载体。这意味着，书店要在售书的基本功能之外，提供更多情绪价值，例如办好线下交流活动、坚守独有选品特色、开设读者互动沙龙等等。“在场感”的优越、“深阅读”的氛围，也许就是书店与读者间的链接点。

对于爱书之人来说，书店是不灭的理想；对于爱书的城来说，书店是精神的绿洲。用书店为城市扎下阅读的种子，以书香滋养更多的灵魂，让读者在困顿或疲惫时能感慨一句：幸好，我们还有书店。

(7月11日 《重庆日报》 王瑞琳)

媒体在突发事件
应对中的地位作用

2007年颁布实施的突发事件应对法为有效应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等提供了法治保障，发挥了重要作用。今天，国内外环境发生了很大变化，一些领域热点舆情易燃多发，网络舆论更趋复杂，给我们做好突发事件应对工作提出了新课题。

面对新形势新挑战，一些地方和部门在突发事件应对处置特别是信息发布、新闻报道等方面还存在不足。比如，有的被动应对、发声迟缓，有的不能正确对待媒体报道，限制甚至阻挠记者采访等，给做好突发事件应对工作带来不利影响。

这次突发事件应对法的修订，总结现行法律施行以来正反两方面的经验，直面突发事件应对中存在的问题和不足，呼应了现实需求，回应了公众关切，是推进国家治理体系和治理能力现代化的重要体现，具有很强的指导性、针对性和可操作性。

突发事件，因其突发性、不确定性和社会性，为公众所关注。“国家建立健全突发事件新闻采访报道制度”“支持新闻媒体开展采访报道和舆论监督”“任何单位和个人不得编造、故意传播有关突发事件的虚假信息”……这些规定进一步明确了新闻媒体在突发事件应对中的地位、作用，释放了突发事件应对要及时不要拖延、要真实不要虚假、要开放不要封闭的明确信号，体现了立法上的进步、制度上的完善，赢得各方面普遍赞誉，对全面提升突发事件应对水平意义深远。

法律的生命力在于实施。把突发事件应对法落到实处，转化为改进实际工作、推动社会进步的强大力量，需要上上下下、方方面面树立法治思维、加强协同配合。

(7月13日 中国新闻网 钟记平)

人民性+时代性+传承性+思想性的融合表达

拓宽新时代下的副刊大视野

□李红艳

媒体副刊，是传播思想和人文精神的园地，是宣传思想文化阵地的重要组成部分。如何拓宽新时代副刊大视野？副刊如何更好地发挥在舆论场中的影响力，如何更好地肩负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命担当？

在媒体融合大潮不断推进，媒体发展锚定“四力”即传播力、引导力、影响力、公信力的新形势下，作为党报副刊，《北京日报》副刊努力践行副刊“不副”理念，探索“人民性+时代性+传承性+思想性”的融合表达，以期更有效地发挥传播主力军作用，巩固壮大主流思想舆论，扩大主流价值影响力，塑造主流舆论新格局。

人民性——

与生动实践同心同向，彰显
地域文化新表达

“源于人民、为了人民、属于人民”，以人民为中心，坚持文艺的人民性，是社会主义文艺的根本立场，也是社会主义文艺繁荣发展的动力所在。作为直接面向和展现中国文艺事业发展现状的平台阵地，副刊尤其是党报副刊，须以人民性为引领，筑牢以人为本、反映人民生活生动实践，提升人民生活幸福感、获得感的内容基石。

《北京日报》副刊根植于北京文化沃土、成长于古都文脉滋养，首先是立足于北京，努力阐释好“四个文化”，即古都文化、京味文化、红色文化、创新文化。其中，京味文化凝练了北京文化的独特属性，既能彰显大国首都北京之文脉渊藪、历史底蕴，又能折射新时代新北京之人文风气、地域风采。

以《北京日报》副刊“广场版”内容方向为例，近年来不断探索如何在拓宽内容边界、丰富内容呈现的基础上，形散而神不散，致力于对北京风貌、古都风貌、首都风范之展现和彰显。其开设重点栏目《燕京岁时新记》，聚焦京味文化之传承与创新，展现其延展性与持续性，留住北京独特的城市更新痕迹、人民奋斗足迹、人文共享印记。略举一例，2024年1月23日同版刊发的两篇稿件——《王府井记》(作者肖复兴)、《同游颐和园》(作者王子乔)，受到各方面好评。这两篇均是北京本地题材稿件。知名作家肖复兴所写《王府井记》，描摹了作者记忆中的王府井，同时勾连当下北京城市发展新貌，文字质朴，结构精巧，情感深挚，通篇充盈浓郁的历史情怀、时代情感和地域情结。《同游颐和园》讲述的是北京的年轻学者与来访的外国科学家一同游览颐和园的见闻与感悟，既有对名胜颐和园的“导览”，又有中外两位专家的对话、文化的思考与交流，由小事件切入，折射文明互鉴、文化交流的大主题，内容深入浅出，文字生动有趣，读来意趣盎然。

核心阅读

以人民为中心，坚持文艺的人民性，是社会主义文艺的根本立场，也是社会主义文艺繁荣发展的动力所在。作为直接面向和展现中国文艺事业发展现状的平台阵地，副刊尤其是党报副刊，须以人民性为引领，筑牢以人为本、反映人民生活生动实践，提升人民生活幸福感、获得感的内容基石。

纵观全国媒体副刊，各有千秋，各具特色，不过都离不开地域文化之精神底色。《北京日报》副刊努力发挥地方媒体的优势，探索与践行富有文化标识性的版面语言，依托对于现实大地、广阔世界的观照，形成了具有地方辨识度、内容独特性的文化表达。

时代性——

与时代乐章同频共振，唱响
主流文艺好声音

与人民性紧密联系在一起的是时代性。媒体传播的时代性，就要求传播内容紧跟时代，服务时代，反映时代的主要特征和发展趋势。

时代由人创造，《北京日报》副刊内容建设的另一个方向是聚焦于“人”。以“人物版”为例，其通过人物专访形式，在大时代里“选人”，在大背景中“写人”。

先进典型是时代精神的标杆，他们以榜样的力量推动社会的进步，也启迪人们关于生命价值和人生意义的思考。寻找先进、走近先进、报道先进，是“人物版”的重要使命。相继推出的“行业领路人”系列中，既有年逾九旬的艺术家设计教育家常沙娜、“用声音陪伴无数中国人”的朗诵艺术家翟弦和，也有知名现实主义作家周梅森，还有《觉醒年代》的导演张永新，他们在各自岗位、各自领域孜孜努力，笃行不怠，以奋斗者的姿态，向这个伟大的时代交出了富有引领性的答卷，更以其精益求精、传承创新的精神，汇聚新时代前行动力。

作为当下主流纸媒中为数不多的大体量的文化人物报道阵地，《北京日报》副刊“人物版”在选题上坚持新闻眼与影响力并重，在采编上坚守精耕细作理念——做深、做精、做透，融通新闻性与文学性，凸显“时效度”，追求耐读、深读、品读。典型篇目如《吴季松：守护“地球之肾”》，刊发于2023年8月15日，这是首个全国生态日。文章以全国优秀科技工作者吴季松的人物故事为经路，带领读者认识到被誉为“地球之肾”的湿地在自然生态系统中的独特功效，以及当下国内外湿地保护现状、面临的问题，富有知识性、可读性、引领性、拓展性。

又如《张铁民：看尽烽烟千里去》。张铁民是中国航天科技集团第五研究院

529厂焊接领域的特级技师，也是国家级技能大师工作室——“张铁民技能大师工作室”的带头人。从神舟飞船到天宫一号，从嫦娥五号返回器到空间站，这些航天器的“钢筋铁骨”并非天生，而是像拼图一样由金属拼接而成，拼接的重要方式就是焊接。正是张铁民和他带领的529厂焊接操作团队，用焊枪铸造了一个个安全可靠的航天器。这篇人物专访，带领读者走近大国工匠的工作与情怀，感受中国航天事业的辉煌成就与非凡故事。

以影响引领价值，以价值形塑精神，唱响主流文艺好声音。《北京日报》副刊通过富有深度、展现广度、开掘维度的深耕之作、打磨之作，体现出主流新闻媒体的高度、厚度、温度。

传承性——

与传统文化辉映共融，描绘
中华文化基因图谱

北京，这座有着丰厚历史文化积淀、独特地域文化传承、多彩多元文化交融的大国首都，在日新月异的发展进程中，始终传承着源远流长的古都文化。《北京日报》副刊“古都版”可谓“内容最古老”的一个版面，主要聚焦源远流长的古都文化，展现北京历史文化遗产保护传承。

比如《从故宫文华殿到天桥南大街》。稿件缘起于2023年6月国家自然博物馆在北京揭牌，这是我国自然博物馆发展历程的崭新一页。从中央自然博物馆到北京自然博物馆，再到国家自然博物馆；从故宫的文华殿到天桥东，再到南中轴侧再规划；从自然博物馆事业最初的艰难起步，到后来一步步发展、成熟……此稿在向公众介绍我国自然博物馆事业发展历程的同时，饱含深情地追忆了我国旧石器考古学奠基人之一裴文中先生为自然博物馆筹建倾尽心血的往事，读来令人动容。

再如《唐诗里的北京》。时值电影《长安三万里》热映，作者从唐诗中甄选与北京地区文史关联之作，从“燕山雪花大如席，片片吹落轩辕台”到“少小虽非投笔吏，论功还欲请长缨”，再到“孰知不向边庭苦，纵死犹闻侠骨香”，一首首传诵至今的诗歌，以文学的瑰丽斑斓，勾勒出唐代的北京历史人文画卷，视角独

特，意趣并彰。

新时期宣传思想文化工作，既须反映当下时代特征，扎根社会生活实践，传播当代中国价值观念，更须回溯中华优秀传统文化，自觉地继承中华文化基因，守正创新，继往开来。而副刊内容的建设，也应更加深入地挖掘和激活现实生活实践和传统文化之“双重源泉”，双源汇通，辉映共融，为新时期文化事业发展，为文化强国建设聚力赋能。

思想性——

与读者受众价值共享，彰显
主流媒体“观点纸”

近年来，《北京日报》副刊积极践行党报发展理念与核心功能，强化思想引领，推动传统意义上的“新闻纸”“信息纸”，向新形态的“观点纸”“思想纸”转化，彰显内容厚度、思想深度、情怀温度。

2023年《北京日报》副刊部正式推出读书周刊《京报读书》，刊发精品书评文章、书讯信息，全力打造首都党报集团读书荐书平台，构筑思想悦读高地，展现思想引领性、行业前瞻性、视野开拓性。依托于《北京日报》创刊逾七十载之厚重历史，以及副刊日积月累的优质作者队伍，来自不同领域、不同行业的影响力人物，如王蒙、樊锦诗、单霁翔、黄奇帆、陈平原、梁晓声、叶兆言、濮存昕等，通过《京报读书》与读者分享他们的创作历程、阅读感受，抑或散文随笔，饱含墨墨心香，倾注智慧哲思。

除《京报读书》，《北京日报》副刊最能体现思想性、观点性的就是创办已有20余年的“热风版”。作为文艺评论版，领域涉及文学、戏剧、影视、音乐等几乎所有文艺品类；作者主要是知名专家学者、新锐评论家，致力于深度观察文艺热点、重磅作品、文化现象，为读者受众提供审美品鉴、思维经验。比如一年一度的文艺大盘点，《2023中国戏剧：寻找与观众的联结》《2023国产剧集：未觉剧荒，爆款凤毛麟角》《2023中国文学：日常生活的深度、启示与光明》《2023中国电影：走向多元化、深入化与艺术化》，每一篇文章做到全面回顾、细致梳理，立足北京，综观全国，聚焦行业，呈现态势，形成声势，强化主流文艺评论声音，彰显成熟理性文艺评论之“镜子”“良药”功能。

当下，时代新要求、传播新技术、媒介新格局相互交织，对主流媒体正确引导舆论、引领价值取向，以及提升舆论引导“四力”，均提出了新挑战。副刊凭借内容的原创性、可读性、深度性，越来越成为传统媒体的独特优势所在，未来更应努力提升本领，深耕细作，推出更多优质内容，在与读者受众的价值共振中，实现价值共享，在与读者受众的情感共鸣中，实现情感共通。

(作者单位：北京日报社)

引入创新思维，破解民生新闻“内卷”困局

□侯慧琴

进入新的历史时期后，媒体格局、媒介形式以及传媒生态均发生了显著变化，传统媒体面临的竞争态势与以往相比也出现了显著差异，部分传统媒体在转型过程中出现了“水土不服”的问题，尤其是在民生新闻报道上，部分媒体进入了“内卷”困境，同质化问题严重，如何走出发展困境是各个媒体面临的重挑战。

民生新闻的“内卷”困局思考

进入融媒体时代后，媒体之间的竞争变得更加激烈，部分传统媒体对于民生新闻的报道模式依然停滞不前，同质化问题严重，“独家新闻”极为稀缺，热衷于报道普通百姓的琐事，如物业纠纷、家里长短、消费维权等，让受众出现了审美疲劳，还有部分媒体甚至热衷于报道猎奇、低俗、暴力新闻，严重影响了自身的公信力。另外，内容报道的肤浅化、程式化问题也备受诟病，传统媒体创新乏力，节目质量不高，选题策划无新意，使得民生新闻报道沦为“流水线作业”，模仿之风在业界盛行，报道内容浮浅，重现象、忽本质，无法挖掘新闻报道的价值，更未能起到应有的舆论引导作用。

民生新闻如何走出“内卷”困局

重塑定位：从“小民生”转至“大民生”。要使民生新闻报道能够在融媒体时代脱颖而出，传统媒体需要主动重塑定

位，从以往的“小民生”转移至“大民生”。作为新闻报道者，需主动坚持“大民生”视角，善于从看似普遍新闻素材中“以小见大”。同时，坚持走“服务大众”的发展路线，彰显服务意识，善于从普通百姓角度来解读重大方针政策，营造出多元化的互动场景，探索打造“民生+政务+服务”的新型报道模式，将各方资源整合起来，对受众需求进行精准定位，提高民生新闻报道的吸引力。

双向互动：关注受众话语权。民生新闻与其他的新闻类型有明显差别，与受众之间有密切关系，从本质来看，民生新闻是将特定区域的百姓们凝聚起来，以“互动”“共享”的方式建立文化共同体，要脱离“内卷”，那么民生新闻必须要走双向互动的发展模式，通过有效的互动方式进入到普通百姓的生活之中。民生新闻也是民生文化的一种类型，与每一个普通受众息息相关，受众可以便利地通过网络进行爆料，也方便其他受众“围观”民生新闻事件，但在传统的“围观”模式下，受众往往抱着“看热闹”的心态，要走出目前的“内卷”困境，还需要使受众能够成为“参与者”的角色，使之能够以共享化、对话的方式看待新闻事件，主动提高自身文化素养，共建民生文化。如果有了受众参与，那么即可将受众话语权下移，让他们有更多的渠道表达心声。在时代的发展中，民生新闻可以利用自身

的优势打造生活共同体，受众在观看民生新闻的过程中既可以获取信息，也能够从中收获社会认同感。民生新闻媒体可与新媒体建立合作关系，打造更多的传播渠道，让受众能够作为民生新闻监督者、报道者的角色参与进来。

产品先行：重塑新闻生产模式。在融媒体时代，民生新闻的生产出现了新的变化，对于传统媒体而言，长期沿用“选题—采访—制作—播出”的流程存在明显的不足，在这种模式下，民生新闻成为程式化的内容，固定的编排模式很容易让受众出现审美疲劳。要脱离目前的发展困境，新闻生产者需要树立产品意识，从以往的“做节目”转化为“做产品”，重新建立民生新闻生产流程。在融媒体时代，各类智能化、数字化技术得到了普及，对于民生新闻节目的制作需要融入新技术、新理念，可以尝试建立“数据分析、主题制定、内容采访、新闻发布、运营反馈、数据分析”的新型生产流程，形成一个逻辑闭环。同时，积极搭建新的传播载体，通过“大屏”“小屏”之间的联动实现媒体的创新性联动，抓住短视频发展风口，聚焦于民生新闻报道的导向性、专业性和公众性，在内部建立一支综合素质过硬的全媒体报道队伍，用好单反相机、智能手机、航拍设备，提高民生新闻信息的采集和传播质量，通过“一鱼多吃”的方式优化传播效果。除此之外，在融媒体时代，民生新闻媒体的转型还

要重视IP的开发，IP是融媒体时代的流量标志，通过打造“名记者IP”“节目IP”等方式加快建立品牌，实现民生新闻节目的多层次推广，这能够使民生新闻的影响力从本土拓展至全国，有效提高节目的品牌价值。

权威解读：硬新闻的“软着陆”。民生新闻报道讲述的是百姓自己的故事，在报道时就需要用百姓可以接受、能够听懂的形式来进行，特别是在报道一些国家、地方政策时，不应以生硬的方式让受众产生距离感。因此，针对此类权威内容，媒体需要从受众的视角出发，关注“百姓希望可以知道什么信息”“政策的颁布会对普通人产生什么影响”，对其进行深入解读，让受众可以看得懂、乐意看。比如，在报道“公积金新政策”时，可以从“公积金新政对普通百姓买房的影响”的视角出发，通过分析利率变化、贷款额度变化、可以节约的利息，让受众对政策有新的认识。通过这一报道方式可以实现政策解读的“软着陆”，提高报道影响力。

在融媒体时代，伴随各类新技术、新手段的应用，使得媒介生态发生了明显变化，民生新闻的传播模式、内容生成、信息反馈都表现出了新特点，“内卷”问题也日益严重，各个传统媒体需要主动顺应融合发展趋势，引入创新思维，坚持以受众为中心，从节目定位、内容生产等多方面进行改革与创新。

(作者单位：太原日报社)