

## 以习近平文化思想引领网络文化生态繁荣发展

新时代推动网络文化繁荣发展,要始终坚持以习近平文化思想为引领,深化网络文化体制机制改革,健全网络综合治理体系,构建多主体、立体式网络文化传播格局,加快培育积极健康、向上向善的网络文化,促进社会主义文化繁荣发展,真正做到正能量充沛、主旋律高昂。

## 一、深化体制机制改革,强化网络文化的主权意识

文化霸权会导致话语霸权,西方世界借助强大的资本力量建立了巨大的媒体帝国,试图形成覆盖全球的媒介霸权,严重削弱了发展中国家的网络意识形态斗争能力,弱化了网络文化主权意识。西方文化霸权对我国网络文化发展产生了极大的价值误导,促使网络文化沦为资本增殖的手段,其凭借资本优势形成话语优势,造成信息“逆差”,形象“反差”,挑战我国主流文化的主导权、话语权,甚至瓦解民族文化根基。因此,为加快适应信息技术迅猛发展的新形势,要坚持习近平文化思想对网络文化生态的领导地位,建立网络文化话语体系,叙事能力,增强网络文化主权意识,完善网络文化体制机制。研究制定对网络文化主体和活动的引导政策,加强主流意识形态的整合凝聚能力,进一步解放和发展网络文化生产力,推进网络文化领域治理体系和治理能力现代化。同时,不断培养群众的网络文化主权意识,提高人们在数字领域寻求、接收、分辨和传递信息的能力,打造引领网络文化生态、推动主流思想舆论的传播,确保以习近平文化思想为代表的主流文化牢牢占据网络文化主导权。

## 二、完善综合治理体系,强化网络文化的主导地位

网络作为意识形态斗争的主阵地、主战场、最前沿,群体政治情绪在网络上平台的表达与宣泄,造成了权利在网络空间的重组和重构。因此,要深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书关于网络强国的重要论述,坚持党对网络文化生态综合治理工作的全面领导和管理,健全网络领导体制和工作协调机制,全面落实网络意识形态工作责任制。政府在舆情事件中应更加体现责任担当和服务意识,善于运用群众语言与媒体和民众平等交流,对网络虚假信息予以澄清,把负面舆情向正面引导,采取最迅速、最直接、最有力的方式给予民众反馈。通过主动设置议题,引导舆论走向,避免被动应对舆论压力,平衡言论自由和社会秩序的关系,为多元观点提供发表平台,广泛凝聚社会共识,正确利用网络监督防止公权力异化。要借势“去中心化”的网络综合治理体系,培养网络舆论场的话语体系、话语体系和呈现形式,提高舆论引导能力和传播效能,从而不断提升网络文化生态综合治理能力。

## 三、构建多主体、立体式传播格局,强化网络空间的引导能力

深入贯彻落实习近平文化思想,充分发挥主流舆论“风向标”作用,整合传统媒体与新媒体平台渠道,构建多层次传播平台、全方位传播矩阵。主流媒体应掌握信息条件下舆论的主导权,不断提升网络舆论引导能力,在引导网上舆论方面发挥“定音锤”作用。利用AI、大数据、区块链等新技术提升传播效果,形成良性网络信息生态系统。在构建网络文化传播体系时,应注重导向引领、渠道拓展、流程再造、组织优化、体制机制改革,强化内容建设,推动媒体深度融合。通过提供分析和评估,根据不同受众群体的特点,定制化传播内容,精准定位,提高传播效果,引导公众进行理性思考和独立判断。加强互动和反馈机制,及时回应群众的疑问和意见,保持对多元观点的包容和尊重,不断调整和改进引导舆论的策略。抓住重大事件、热点问题,及时发布权威信息,引导舆论走向,遏制煽动情绪或利用恐惧、愤怒等情绪操纵舆论情况发生,避免群众因信息不对称产生误解,努力让主流思想舆论主导下的理性和常识占据上风。因此,要构建多主体、立体式网络文化传播格局,推动习近平文化思想在网络空间的引领作用,实现思想引领、舆论导向的有机统一,为繁荣发展社会主义文化提供坚实的网络传播环境支撑。(作者单位:河南省社会科学院)

## 努力培育主流媒体新质生产力

□周亚明

党的二十届三中全会通过的《关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出,构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革。随着人工智能和大数据技术在媒体领域的广泛应用,媒体新质生产力已经成为推动媒体系统性变革的关键因素。大力发展主流媒体新质生产力,就要推进主流媒体智能化生产、轻量化传播和新技术赋能,加快培育主流媒体新质生产力。

## 智能化生产

当前,基于人工智能技术的媒体内容生产正深刻影响媒体传播格局,国内主流媒体和互联网平台纷纷推出智媒新应用,功能多样、体验感强,体现了人工智能内容生产的优势。利用人工智能、大数据等技术,我们可以对海量数据进行快速处理和分析,在提升媒体内容生产效率和质量的同时,能为智媒用户提供个性化内容推送、全息效果呈现等服务,使得信息传播更为精准、高效。人工智能技术辅助生成图文、视频、音频等多媒体内容,满足不同读者需求,表现形式丰富化、立体化和全息化,更是极大增强媒体传播效果。如湖南红网推出的《H5 | 改革开放40年·长沙有多“长”》,以手绘长卷+动画+视频+拼图的融媒体表达形式,生动呈现40年改革开放之路、长沙崛起之道,获得了当年中国新闻奖一等奖。但相对自媒体日新月异智能化信息产品生成,主流媒体无疑是落后的,主要体现在没有运用人工智能技术进行常态化信息生成,以

实现常态化智能生产。人工智能使媒体具有快速生成和全天候生产能力,能快速提升信息内容的自动化程度,增强内容运营能力,产生倍增效应。

主流媒体智能化生产还要善于运用大数据分析。相对于传统的信息来源,大数据分析极大拓展了媒体来源,能更及时准确地抓取信息,为媒体信息获取穿上了“顺风耳”和“千里眼”。主流媒体要发挥自身人才、资金、政策等优势,加强以“中央厨房”为主体的融媒体中心建设。通过“中央厨房”这种集智能化和大数据的综合运用平台,进行个性化新闻内容生产、精准用户画像和算法推送,从过去的“人找信息”转向“信息找人”,并能够不断基于先进算法进行机器自动化学习和自我更新迭代,真正实现精准化传播,节约用户的时间和成本。

## 轻量化传播

传播内容的“轻量化”呈现,是指通过压缩内容体量、优化传播内容以提升信息触达率与传播效果。在海量信息充斥用户视域的当下,主流媒体要在轻量化表达上下功夫,提升内容质量,重夺用户注意力。

在内容编辑和视觉设计中,尽可能地突出“轻”,适应新兴媒体发展规律,努力提升受众的新鲜感与阅读兴趣。通过轻量化改造,改变受众对主流媒体那种正襟危坐、板着脸孔说教的印象。主流媒体的“轻量化”表达,首要任务就是文本的轻量化。毛泽东的《为人民服务》言简意赅思

想性强,全文仅700多字,却涵盖了为谁服务、怎么服务等重大政治命题,寓意深刻而深入浅出明白如话,集政治感召力、理论透彻力于一体。这篇“轻量化”的极致“政治美文”深刻改变中国,甚至影响世界,迸发出撼动人心扭转乾坤的巨大传播效应。

主流媒体的“轻量化”表达,除了文本篇幅的轻量化,更为重要的是表达的轻量化。习近平总书记指出:“新时代坚持和发展中国特色社会主义,需要大批能把马克思主义中国化讲好的人才,讲人民群众听得懂、听得进的话,让党的创新理论‘飞入寻常百姓家’。”理论的“轻量化”表达,就是要“讲人民群众听得懂、听得进的话”。多运用短小精练、新颖活泼、浅显易懂的形式,降低受众的阅听门槛,适应移动互联网时代信息碎片化的传播态势,满足年轻群体的内容消费需求。早在2007年推特上线,就开启了互联网轻量化传播时代。“140个字符革命”产生了“微言大义”,重塑了媒体传播格局。面对移动互联网技术下新媒体的蓬勃兴起,碎片化、视觉化的传播策略和花样翻新的传播手段越来越受到受众欢迎,主流媒体必须因势而谋、应势而动、顺势而为,积极进行轻量化探索和实践。

## 新技术赋能

在新质生产力时代,媒体新传播力更多体现在技术创新。由技术创新所引发的内容质量和传播效率提升,展现出巨大的发展潜力。

## 讲好中国故事的理论思考和实践探索

□陈潇

当今中国,与世界紧密相连深度融合,中国的改革和发展影响整个世界,站在进一步全面深化改革的历史新起点上,中国在国际舞台上的角色和地位至关重要。然而,国际舆论场仍存在对中国形象的“有色滤镜”“双重标准”,中国在国际事务中的话语权与中国角色地位还不相匹配,传播好中国声音、展现好中国形象尤为迫切。讲好中国故事对于塑造国家形象、增强国际影响力具有至关重要的作用和意义。

## 一、家庭视角下讲好中国故事的理论思考

党的十八大以来,习近平总书记站在战略和全局高度,就加强国际传播能力建设发表了一系列重要论述,为做好国际传播工作指明了前进方向、提供了根本遵循。而习近平总书记围绕家庭家教家风建设的重要论述,深刻阐明了家庭家教家风建设的重大意义,深刻总结了中华优秀传统文化精华,为深化推进新时代家庭工作指明了前进方向、提供了根本遵循,也为我们从家庭视角“讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国”提供了理论依据。

2021年5月,习近平总书记在主持中共中央政治局第三十次集体学习时强调:“要深刻认识新形势下加强和改进国际传播工作的重要性和必要性,下大气力加强国际传播能力建设,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权,为我国改革发展稳定营造有利外部舆论环境,为推动构建人类命运共同体作出积极贡献。”“讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。”2022年10月,党的二十大报告提出“提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象”。

习近平总书记关于国际传播工作的重要论述作为习近平文化思想的重要组成部分,从战略和全局高度科学回答了国际传播工作中的一系列重大理论和实践问题,彰显鲜明中国特色、中国风格、中国气派,为新时代全面加强国际传播能力建设提供了强大思想武器和科学行动指南。

讲中国故事是时代使命。那么,如何讲好中国故事?如何展示真实、立体、全面的中国?如何体现可信、可爱、可敬的中国形象?作

为全国妇联的媒体平台,我们应该如何聚焦妇女儿童和家庭工作的主体责任,讲好中国故事、传播好中国声音?

党的十八大以来,习近平总书记站在实现中华民族伟大复兴的战略高度,把家庭家教家风建设摆在治国理政的重要位置,发表一系列重要论述,强调:“历史和现实告诉我们,家庭的前途命运同国家和民族的前途命运紧密相连。”“中国人历来讲求精忠报国,革命战争年代母亲教儿打东洋、妻子送郎上战场,社会主义建设时期先大家后小家、为大家舍小家,都体现着向上的家庭追求,体现着高尚的家国情怀。”“毛泽东、周恩来、朱德同志等老一辈革命家都高度重视家风……很多革命烈士留给子女的遗言,谆谆嘱托,殷殷希望,十分感人。”“广大家庭都要重言传、重身教,教知识、育品德,身体力行、耳濡目染,帮助孩子扣好人生的第一粒扣子,迈好人生的第一个台阶……要积善成德,传承好中华民族传统美德。”

习近平总书记的重要论述为深化推进新时代家庭工作指明了前进方向、提供了根本遵循,也为加强和改进国际传播工作,构建中国话语和中国叙事体系,展现可信、可爱、可敬的中国形象提供了深刻的理论遵循和实践构想。

这些重要论述所提到的中国从古至今的家庭追求、家国情怀、家风传统、家教理念、文明风尚等,体现的正是中国的精神标识和文化精髓。中国家庭文化是华夏文明最深刻的文化烙印,家庭也是中国文明传播的重要媒介。

## 二、具有国际传播价值和独特优势

在中国这片蕴含着古老文明而又充满现代活力的土地上,家庭作为社会的基本单元,始终承载着厚重的文化内涵和价值观念。家庭文明与中华文明有着深厚渊源,家庭文化中蕴含着中华文明的精神标识与文化精髓。以家庭视角讲述中国故事,具有丰富的国际传播价值和独特优势。

首先,具有文化传承和传播的价值。中国家庭文化是中华民族文化的重要组成部分,更是维系家庭和社会和谐稳定的重要纽带。中国家庭的文化传播和传播,体现在家风家教的传承上。家风是家庭的精神内核,它代表着家庭的价值观念、道德标准和行为准则。家教则是家风的具体实践,通过长辈的身言传教,将家庭的文化传统和价值观念传递给下一代;中国家庭注重传

承和弘扬中华民族的传统美德,如尊老爱幼、和睦相处、勤劳节俭等。通过家庭的情感交流和传播,这些传统美德得以代代相传,并远扬世界,成为中国的文化标识。

其次,具有情感共鸣价值。家庭故事往往包含着真挚的情感和深刻的体验,无论是亲情的温暖、友情的真挚还是爱情的甜蜜,这些情感能够跨越时空和文化的界限,引发人类的普遍共鸣,拉近与外国受众的距离,增强文化认同感和亲和力。

再次,具有国家形象展示价值。中国家庭故事是展示国家形象的重要窗口。通过讲述家庭故事,可以反映中国社会的发展进步,展现中国人民的勤劳和智慧;可以传递中国文化的核心价值观和道德理念,展现中国文化的多样性和包容性;可以展示真实、立体、全面的中国,树立中国自信自立、胸怀天下、开放包容、高度负责的大国形象。

综上所述,中国家庭故事的传播价值是多方面的,具有独特的传播优势。它不仅是文化传承传播的载体,也是情感共鸣的桥梁,更是树立和塑造国家良好形象的重要资源。因此,我们应该充分挖掘和利用这些家庭资源,借助更多现代传播手段和技术拓宽传播渠道,提高传播效能。

## 三、讲好中国家庭故事的实践探索

在面向世界讲好中国家庭故事的实践探索中,我们进行了多方面的尝试,取得了较好成效,积累了宝贵经验。在此与大家分享。

首先,要注重中国家庭故事的国际化表达。深入了解目标受众的文化背景、价值观念和生活方式,有针对性创作更符合国际受众审美和接受习惯的家庭故事。比如《中国妇女(英文版)》杂志及其英文网络新媒体平台,依据来自世界各地的受众反馈,确定英文读者对中国家庭感兴趣的方面依次是普通家庭的生活、家庭模式、家风故事、家庭美食等,由此设立“家”专栏,策划各类专题文章进行专项报道。《婚姻与家庭》杂志则通过广泛的社交媒体平台,运用大数据算法、云计算和人工智能等数字技术,对不同代际、不同地区、不同文化的用户进行精准画像,分析掌握了读者兴趣偏好等多维度数据,借此实施情景化、场景化、精准化的个性化传播和国际表达。

其次,要注重挖掘中国家庭故事的普适性和共鸣点。挖掘那些能够引起国

家在内容生产方面,人工智能技术通过自动化编辑和自动生成内容,大大提高了内容生产的效率。在个性化服务方面,AI分析用户偏好和行为,实现高度个性化的内容推荐,从而提升产品内容的吸引力和针对性。在信息获取和精准定位方面,大数据分析帮助媒体平台更精确地了解观众群体,优化内容分发策略,实现更精准的信息匹配定位。在媒体权益保护方面,区块链技术既保障了内容版权,又实现了安全传播。

主流媒体对新技术的应用必然会激发媒体传播力的跃升,这在主流媒体全国两会报道的实践中得到充分验证。借助数字虚拟技术,数字虚拟主播成为2023年主流媒体两会报道中的流行主角。人民日报AI虚拟主播任小融上线,引发瞩目。中央广播电视总台推出了《两会词云图》和创意微视频《AI绘意中国》,新华社推出了《“加油中国人”大型H5互动报道》《元宇宙看两会》,《人民日报》推出了《侠客岛两会观察》系列融媒产品。主流媒体要善于向技术创新要新闻生产力,注重采用VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)和流媒体、超高清等新技术,灵活运用文字、图片、音频、视频、动画、超链接、H5等技能,推出全息化、可视化、沉浸式、交互式新闻产品。通过数字化手段重塑新闻生产流程,助力新闻产品制作的速度与品质,进一步用智能化、数字化能力提升媒体内容生产能力,助力主流媒体新质传播力。(作者单位:新湘评论杂志社)

际受众共鸣的元素,如亲情、爱情、友情、责任、奋斗等。通过展现这些普遍性的情感和价值,拉近中国与国际受众之间的心理距离。全国妇联推出的《中国家庭》《最美我家》等系列外宣图书,正是聚焦普通家庭的生存发展、悲欢离合,讲述人类共通的有关亲情、爱情、友情和奋斗的故事,引起国际受众普遍共鸣。

再次,要注重利用多元化的传播渠道和平台。除了杂志、图书等传统纸质媒体,更多利用社交媒体、短视频平台和在线直播平台等新兴媒体,以更加生动、直观的方式呈现中国家庭故事。《婚姻与家庭》杂志新媒体平台持续推送各类家庭家教家风图文话题、视频故事,涌现一个又一个爆款产品,收获近400万粉丝,形成中国家庭文化传播的多元化规模。这些平台具有传播速度快、覆盖面广、互动性强等特点,能够更好地吸引国际受众的关注和参与。

最后,要注重探索跨文化传播策略。国际会议、文化交流活动,国际媒体平台合作等方式,是增进国际社会对中国家庭文化的了解和认同,推动中国家庭故事走向世界的重要传播渠道和路径。2021年为庆祝中国共产党百年华诞,全国妇联推出中、英文双语《小家与大党》,聚焦中国普通家庭的发展变迁,通过讲述一个个感人的家与国、家与党血脉相连彼此交融的家庭故事,映照百年大党的历史使命和卓越成就。当年7月,该书在上海合作组织妇女教育与减贫论坛现场发布,在与与会各国代表中引起热议。此后,陆续在多个文化交流活动中展示,并通过海外订购平台发行到100多个国家。2022年初,亮相北京冬奥会“媒体之家”成为各国媒体记者了解中国的阅读资料。该书正是通过形式多样的跨文化传播获得了国际社会关注,从而有机会把中国共产党领导下的中国家庭建设和发展成果与经验推向世界,为人类普遍的家庭幸福奉献中国智慧。

综上所述表明,以家庭视角讲好中国故事是一个独特而有效的切入点。深入学习贯彻习近平文化思想,从家庭家教家风建设和国际传播能力建设的重要论述,充分挖掘家庭故事的传播优势,通过不断实践探索和创新,我们能够以更加生动、亲切、真实的方式向世界讲好中国故事,为加强国际传播能力建设、提升国家文化软实力作出积极贡献。

(作者为婚姻与家庭杂志社社长、总编辑)