

观点速览

整治低俗侵权有声书，平台该行动了

在有声书市场迅猛发展的同时，部分有声书平台存在色情、低俗内容，以及版权问题及虚假宣传配音培训等遭到了不少诟病。如何推动有声书市场健康发展成为社会关注的话题。

有声书市场乱象频发，平台当然难辞其咎。现在的有声书平台，大多采取了UGC的内容生产模式，平台上的大量有声读物来自用户自行上传，这一模式极大地丰富了平台的读物资源。但用户上传内容，不意味着平台可以放任自流，在内容审核把关方面疏于监管，甚至为了流量，对一些低俗、侵权内容，睁一只眼闭一只眼，放任其传播。

如《网络信息内容生态治理规定》提到，网络信息内容服务平台应当履行信息内容管理主体责任，加强本平台网络信息内容生态治理，培育积极健康、向上向善的网络文化。

有声书用户基数大、上传内容数量多，并不是审核缺位的理由。事实上，现在大数据、人工智能等先进技术越来越成熟，平台完全可以加大投入，利用这些先进技术，更加精准地识别并过滤不良内容和侵权内容，提高审核效率与准确性。平台有责任且必须严格把关，对用户上传内容进行全面、细致的审核，杜绝低俗、侵权等不良信息的传播，维护一个健康、安全的听书环境。同时，应设立明确的处罚机制，对发布不良内容的账号采取果断措施，如警告、限制功能乃至永久封禁。

至于虚假宣传配音培训等乱象，不仅欺骗了消费者的信任，也扰乱了市场的正常秩序。针对这一问题，市场监管部门应加大执法力度，敦促平台压实主体责任，对虚假宣传行为进行严厉打击，公开曝光典型案例，形成震慑效应。当然，对广大用户来说，面对低俗、擦边以及涉嫌侵权的内容，要自觉抵制。

(8月1日 光明网 熊志)

发挥预印本正向价值

预印本，通俗地说就是一份完整的论文初稿，它与传统学术期刊论文最大的区别是未经同行评议，因此缩短了论文审核流程，可以快速发表。科研人员发布预印本论文，可以迅速公布阶段性研究成果，为自己的研究成果打上“时间戳”，确立科研发现的优先权，还能更大范围获取学界同仁对自己论文的反馈意见，改进论文不足，对促进学术交流与科研创新具有重要作用。当然，新冠疫情期间，国际预印本平台上的相关预印本论文数量激增，个别有明显缺陷的早期研究被广泛传播，酿成了不小的后果，暴露出预印本平台信息质量参差不齐的弊端。

这引申出一个问题：是否有必要对预印本进行质量控制。或者说，如何定位预印本平台的核心功能。有学者认为，在传统学术期刊的严格把关下，尚且难以完全避免低质量论文，以快为核心优势的预印本若承担审稿责任，较短时间内不仅难保证论文质量，还会破坏学术自由、限制学术发展，因而预印本平台的核心功能应为记录学术过程，保证思想首发，而不予干涉思想正不正确、命题合不合适。也有人认为，预印本平台需要对稿件进行必要的审查，避免观点抄袭等学术不端行为，识别可能造成危害的文章等。

着眼实际，各大平台的审查力度不同，不过总体上“及时分享”与“质量把关”两难全。具有借鉴意义的是，越来越多头部平台强调，要“始终带着批判的眼光审视预印本研究”“预印本是未经同行评审的初步工作报告，不应在新闻媒体中作为既定信息进行报道”，从引导信息接收者增强鉴别意识和能力入手，能够最大程度扬长避短，发挥预印本正向价值。保持“快”的突出特征，与传统学术期刊错位发展，也能减少发展阻力。

(7月31日 《南方日报》 维辰)

国产动画电影能否打赢暑期档“突围战”？

近年来，动画电影市场呈现出了欣欣向荣之势，其中多部国产动画影片“叫好又叫座”，取得口碑与市场的双赢，让国产动画影片迎来发展良机。从今年暑期档的动画电影名单中可以看出，国产动画电影在数量上占比超过一半，其中《白蛇：浮生》等影片都颇受影迷期待。

国产动画电影备受关注与动画电影制作水平显著提高是分不开的。事实上，国产动画电影在制作水准上已逐步靠近全球顶尖水平，更形成了如“白蛇”“哪吒”“大圣”等极具魅力的动画IP，累积下了相当可观的观众群体。票房的影响力，也给了片方更多信心，进而催生了今年暑期档的“扎堆”现象。

打造动画IP作为国产动画电影获取市场份额的通用策略，愈发重要。尤其在暑期档这一观影高峰期，国产动画电影市场中，观众较为熟悉的IP依旧以“白蛇”“喜羊羊与灰太狼”“大头儿子和小头爸爸”等为代表，构成了市场的主力梯队。这些动画IP之所以能够在众多作品中脱颖而出，一方面是因为它们的核心故事深入人心，广受大众熟悉与喜爱；另一方面得益于多年的精心运营与持续推出新作，它们已经不仅仅是一部部单独的动画作品，而是转化为了承载着一代人童年回忆的文化符号。这样的情感链接，使得这些经典IP在每次推出新作品时都能迅速吸引观众的目光，成为国产动画电影市场中的稳定力量。

虽然国产动画电影迎来高速发展期，但要想进一步做大做强还有很多路要走。今年暑期档，多部全球大热的动画IP已加入竞争。希望蓄势待发的国产动画电影能在今年暑期档交出令观众满意的答卷，同时期待能冲出题材的“黑马”，为市场带来新的创作风向。

(7月31日 人民网 桃梓)

怎样让新媒体内容赋能传统出版

□王熙元

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央审时度势、高瞻远瞩，顺势应时，吹响了向网络强国进军的号角。按照“技术要强、内容要强、基础要强、人才要强、国际话语权要强”的总要求，10年来，高质量的新媒体内容作为维护网络意识形态安全、构建网上网下同心圆的重要抓手，发挥了助力凝聚社会共识、巩固全党全国人民团结奋斗共同思想基础的作用。

随着新媒体平台的影响力越来越大，互联网已成为当前宣传思想文化工作的主阵地。作为“国家队”，众多官方平台不断创新传播语态、丰富产品形态、优化生产机制、拓展推送策略、强化互动引导，打造了大批对内宣传、对外传播的精品内容品牌；作为“新阶层人士”代表，众多正能量网络名人从各自领域以专业视角阐释大众方针、解读社会热点、疏导社会情绪，为清朗的网络舆论氛围建设作出积极贡献。

近年来，出版市场上涌现出一批高质量新媒体内容“反哺”传统出版的优质出版案例：以《平“语”近人：习近平总书记用典》等为代表的官方新媒体平台“顶流”内容和以“进击的局座”、蒙曼“说历史”“品诗词”等为代表的自媒体“顶流”内容已成为出版单位的一大关注点，通俗化大众化的高质量内容受到传统出版单位认可的同时，对于读者和整体图书市场而言也是一剂又一剂的“强心针”。

一、赋能路径分析

与其称以新媒体内容赋能传统出版这一出版思路是系列图书或视频专栏、音频专栏，不如将其定义为一个将线上线下联动手段充分运用的融媒体内容品牌打造的过程。从内容维度看，以高质量文字内容在互联网平台极速吸纳读者，文字内容音视频化实现跨平台传播，进一步提升了影响力，经过市场筛选的全媒体内容形态为进一步的规模化、产品化、出版物化提供了现实可能；从传播渠道维度看，新媒体平台自身就是低成本市场筛选的最优解，在传统广告植入维持运营的基础上，付费内容运营的成功与否一方面是市场检验品牌的“敲门砖”，另一方面也是进一步扩大品牌影响力的“回路石”，能够带动“粉丝”向用户乃至读者的转化。

(一)内容维度

1.高质量内容生产积累读者成内容品牌

党的十八以来，以习近平同志为核心的党中央审时度势、高瞻远瞩，顺势应时，吹响了向网络强国进军的号角。按照“技术要强、内容要强、基础要强、人才要强、国际话语权要强”的总要求，10年来，高质量的新媒体内容作为维护网络意识形态安全、构建网上网下同心圆的重要抓手，发挥了助力凝聚社会共识、巩固全党全国人民团结奋斗共同思想基础的作用。

随着新媒体平台的影响力越来越大，互联网已成为当前宣传思想文化工作的主阵地。作为“国家队”，众多官方平台不断创新传播语态、丰富产品形态、优化生产机制、拓展推送策略、强化互动引导，打造了大批对内宣传、对外传播的精品内容品牌；作为“新阶层人士”代表，众多正能量网络名人从各自领域以专业视角阐释大众方针、解读社会热点、疏导社会情绪，为清朗的网络舆论氛围建设作出积极贡献。

屏读时代 乱花渐已迷人眼

今年春节期间，网红短视频博主“Thuman猫一杯”发布视频，称自己在法国巴黎捡到小学生秦朗丢失的寒假作业，一时间，“秦朗巴黎丢寒假作业”等话题迅速登上各平台热搜，并持续发酵。4月12日，杭州警方发布警情通报，经查，这是博主为“吸粉”引流而刻意策划编造，并摆拍制作的视频，因为视频散播至多个网络平台，造成恶劣影响，公安机关已对相关人员进行行政处罚。

不难看出，这是为博取流量而可以摆拍的“伪现场新闻”。那么，何为“伪现场新闻”呢？通常，现场新闻报道是指记者或主持人在新闻现场对事件的发生发展等进行叙述评论，并通过声

核心阅读

与其称以新媒体内容赋能传统出版这一出版思路是系列图书或视频专栏、音频专栏，不如将其定义为一个将线上线下联动手段充分运用的融媒体内容品牌打造的过程。从内容维度看，以高质量文字内容在互联网平台极速吸纳读者，文字内容音视频化实现跨平台传播，进一步提升了影响力，经过市场筛选的全媒体内容形态为进一步的规模化、产品化、出版物化提供了现实可能；从传播渠道维度看，新媒体平台自身就是低成本市场筛选的最优解，在传统广告植入维持运营的基础上，付费内容运营的成功与否一方面是市场检验品牌的“敲门砖”，另一方面也是进一步扩大品牌影响力的“回路石”，能够带动“粉丝”向用户乃至读者的转化。

以新媒体平台入手，利用网络的特性可以通过爆款迅速积累读者，但是高质量内容生产积累读者的过程不仅仅需要几篇爆款，更需要长期而稳定地对于同一主题的耕耘，打造品牌。这种长期而稳定的耕耘是实现新媒体平台连载特性与出版的规模体量要求相契合的基础。

2.从内容品牌到全媒体内容品牌的体量扩展

在高质量文字内容品牌的基础上，长期稳定地将文字内容进行音视频化同样是对一个内容品牌的极大考验。文字内容可以通过统稿和打磨不断实现统一、形成规模，但整体品牌形成周期更长。音视频内容虽加工周期更长、加工难度更大，但是流量前景更好，音视频化带来了内容本身的增值与跨平台传播的可能性。在长视频内容基础上的短视频化，尤其是在短视频平台推广机制的加持下，进一步加工的短视频内容整体曝光率更高、精华内容更易吸引用户，能够更快获得整体市场反馈。

积累足够的内容存量后，音视频平台大数据推广机制其实是实现从内容品牌到全媒体内容品牌体量扩展的助推器，更可以期待其反哺文字内容品牌的前景。因此，对于一个内容品牌而言，音视频化的过程不仅仅是单纯的全媒体化过程，而是实现两者相互促进、协同发展的必要尝试。

3.从全媒体内容品牌到内容产品出版物化的方案落地

经过市场筛选的全媒体内容形态在经历了规模逐渐扩大、结构逐渐完善、标准逐渐统一的过程中，便具备了品牌化、产品化的特性，为其出版物化提供了现实可能。此时，无论是编辑的主动策划介入还是内容产品主动寻求出版机

遇，都为内容产品的出版物化带来了可能性。从经过市场筛选的“网言网语”到形态丰富、严谨翔实的出版物，这恰恰是传统出版单位有的放矢之“的”。

(二)渠道维度

1.新媒体平台的市场筛选功能
新媒体平台的流量推广特性、庞大内容体量、阅读功能设计，从整体上都为新媒体平台的市场筛选功能提供可能性。新媒体平台推荐的内容未必是高质量的内容，但是新媒体平台的爆款却是最低成本筛选到的能够被市场接纳的内容。换言之，新媒体平台自身就是低成本市场筛选的最优解。

2.新媒体平台具备维持运营与前景探索双功能

利用新媒体平台发挥的精准筛选、细分垂直用户的能力，内容品牌能够通过传统的广告植入维持运营、快速变现，持续耕耘品牌、扩大内容体量，而付费内容、付费专栏的尝试其实也是检验品牌的“敲门砖”和进一步扩大影响力的“回路石”。付费内容自身带来的收益相较于广告植入也许并不乐观，却是内容从免费到付费迈出的重要一步，是实现“粉丝”向用户乃至读者转化的坚实一步。

3.新媒体平台的宣传功能

实现“粉丝”到用户再到读者的转化“三连跳”后，原有的新媒体平台不再是单纯的内容生产平台，更是最重要的产品宣传平台。无论是在后续内容建设中“自家广告”植入的平顺和匹配程度，还是通过“粉丝福利”发行的力度广度，甚至更省时省力的垂直市场筛选精度，作为内容生产平台的新媒体平台都是出版物宣传的不二之选。在这个环节，内容生产和产品宣传能够实现螺旋上升的合力。

二、出版单位角度的延伸思考

(一)出版单位主动挖掘新媒体“顶流”作者

在传统编辑全面向策划编辑、文字编辑、营销编辑等细分领域转型，甚至逐渐产品经理化的今天，类似艺人工作室的运营模式虽短期内无法全面铺开，但在已经尝试深挖作者资源、图书品牌资源、出版社品牌资源多年的基础上，主动挖掘新媒体“顶流”作者也不失为优秀的创新思路。编辑利用其组稿、策划能力在书稿的创作阶段介入的优秀案例屡见不鲜，但传统出版单位将组稿、策划能力直接发挥、延伸到新媒体内容创作领域，并长期深耕、深挖潜力新媒体“顶流”作者还是件“新鲜事”。

(二)出版单位探索新的新媒体平台运营模式

出版单位对高质量市场类图书作者的深挖手段，除广泛运用的传统跟进、维护和策划外，对图书品牌、出版社品牌的新媒体运营手段也已非常成熟。对作者、图书、出版社的品牌建设也逐渐向线上转化。

成熟的新媒体号不仅是新媒体内容传播的主阵地，更成为了市场类出版物的主要宣传阵地。讲书类音频在经管类图书领域的运用、读书类在文学类图书领域的运用已有诸多成功案例，“代位”运营作者的新媒体平台也是宣传推广探索的一个优秀的思路。

与之相对应，出版单位“代位”运营作者的新媒体平台也存在舆情、政策和法律风险，深度参与或运营作者新媒体平台的行为自身容易形成社会热点事件，同样也容易被社会热点事件“波及”，类似的案例也是我们的前车之鉴。

(作者单位：人民出版社)

屏读时代须提防“伪现场新闻”

□魏薇

被视为互联网先知和未来学家的凯文·凯利在其著作《必然》一书中提出未来社会的12个必然趋势，其中，就指出了屏读（Screening）的必然性，即屏幕无所不在，未来社会，我们将能接触到的一切信息、与外界发生互联的一切手段都会借助于屏幕。

如今，屏读时代已然到来。2024年3月，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第53次《中国互联网络视听发展状况统计报告》最新数据显示，截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿人，较2022年12月新增网民2480万人，互联网普及率达77.5%。随着移动互联网及手机等移动终端的发展与普及，社交媒体的多样化、随时随地生产、消费内容，碎片化阅读、社交化阅读成为新阶段的阅读习惯，驱使着媒体不断向短视频靠拢，用短视频的方式报道发布新闻，此举也催生出许多“新闻伪现场”。

屏读时代 乱花渐已迷人眼

今年春节期间，网红短视频博主“Thuman猫一杯”发布视频，称自己在法国巴黎捡到小学生秦朗丢失的寒假作业，一时间，“秦朗巴黎丢寒假作业”等话题迅速登上各平台热搜，并持续发酵。4月12日，杭州警方发布警情通报，经查，这是博主为“吸粉”引流而刻意策划编造，并摆拍制作的视频，因为视频散播至多个网络平台，造成恶劣影响，公安机关已对相关人员进行行政处罚。

不难看出，这是为博取流量而可以摆拍的“伪现场新闻”。那么，何为“伪现场新闻”呢？通常，现场新闻报道是指记者或主持人在新闻现场对事件的发生发展等进行叙述评论，并通过声

音、图像、文字等真实展示现场情况，使受众获得事件第一手信息，对于新闻真实性有极其重要的意义。“伪现场新闻”，顾名思义，就是伪造的、虚假的新闻现场。屏读时代的“伪新闻现场”，看似是真实呈现的现场事实，但经不起深究，追查下去就会发现，可能是通过选择性拍摄，断章取义的“恶意剪辑”，刻意的图文、频文不符，甚至是无中生有的编造、摆拍，通过“制造新闻”来传播虚假信息，博取流量关注，诱导公众情绪，引发网络舆情。

我们要深刻认识到，屏读时代，广大受众既可能为“伪现场新闻”的泛滥推波助澜，又注定会成为其首当其冲的受害者。“伪现场新闻”的快速无序传播，导致舆论偏差，对公众产生错误引导，甚至会在一定程度上诱发网络暴力，侵犯当事人权益，引发网络舆情，阻碍和谐社会建设。而不少新闻媒体，不加判断甄别便转发传播失实视频，更是在消耗公众的情绪和对媒体的信任。媒体公信力的不断降低，也进一步损害了媒体的权威性、信誉度和社会影响力。

收割流量 五花八门博眼球

过去，人们总说“有图有真相”，如今，“有视频有真相”也成为受众判断新闻信息可靠与否的新标准。然而，随着AI技术的进步和平台的发展，传播渠道宽、发布门槛低的短视频反而成为更多虚假信息的信息源。

“伪现场新闻”的手法也五花八门。

一是移花接木，生搬硬凑。刻意模糊新闻关键要素，尤其是在时间、地点、人物、事件等关键信息上有所隐瞒，将其他来源的图片和视频挪为己用，甚至对图片视频随意拼接，以配合编造的内容。

二是掐头去尾，断章取义。多是截取事件视频或报道中的一部分，刻意制造冲突，吸引眼球；或出于私心私利，未经采访，对事实真相任意取舍，颠倒是非，致使新闻屡屡发生反转。

去年5月的“高铁掌掴事件”，起因就是某媒体发布了一段女孩在高铁上被掌掴的视频，网友几乎一面倒的支持被掌掴女孩，而公安机关的处理结果却是“各打五十大板”，引发广泛质疑，一些法学专家也先后发声。直到成都铁路公安发布“精确到秒”的警情通报，公开相关列车监控录像，大家才得知事件全貌，发现掌掴女孩发布的虽然也是事实，却不是全部、精准的事实。断章取义的表达框架，刻意忽略的关键情节，影响了公众对事件的公正理解和评价。

三是刻意摆拍，无中生有。没有新闻就制造“新闻”。不知从何时起，网络上许多匪夷所思的短视频，都是被博主“随手拍下来”，又“随手”传到了网上。这些短视频总能触动人心，或是勾起公众好奇，抑或激发同情愤怒，处处找准流量密码，狠狠拿捏了公众心理。“Thuman猫一杯”事件就是“无中生有”的典型代表，这也深刻反映了网络空间信息真实性遭遇的严重挑战。

真实为王 共塑媒体新生态

应对“伪现场新闻”，必须“自律”和“他律”双管齐下，多方面共同努力。

首先要加强内容把关，守好真实性底线。随着信息技术和传播理念的变化，一些新闻就发生在网络上，我们无法固守“记者一定在现场”的传统新闻现场概念。但记者编辑“把关人”的职责不能缺失。无论新闻现场在哪里，都需要相关从业人员落到实处把关的义

务。越是面对敏感热点话题，越不能忽视内容真伪和优劣的准确鉴别。因此，要增加内容“把关人”设置，加强信息真实性管理，从源头净化网络舆论生态，避免虚假新闻传播失控。

其次要提高准入门槛。互联网技术的进步和社交平台的普及，使短视频生产发布几无门槛可言。因此，对于短视频的发布门槛要适度提高，网络平台应当强化注册、拟变更账号信息、动态核验账号信息真实性审核，有效防止自媒体违规及假冒仿冒行为。

再次要健全法治规范。健全新闻法治对虚假新闻、短视频乱象的治理意义重大。令人欣喜的是，相关部门也注意到了网络平台、自媒体发布信息的失范乱象，持续开展“清朗”行动，整治自媒体无底线博流量、网络直播领域虚假和低俗乱象，整治违规开展互联网新闻信息服务等，还公众一片清朗的网络生态。

最后要加强行业自律。媒体机构和从业人员应加强职业道德意识，坚守真实、客观、公正和负责的原则。加强对新闻报道的监督检查，建立自律机制，积极做好自我管理。

同时也要提高全民媒介素养。防治网络谣言，净化网络生态环境，从根本上说，还要提高全民媒介素养，提高公众面对媒体各种信息时的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造和生产能力以及思辨和反应能力。

总之，真实是新闻的“魂”和“神”，是不可逾越的底线。屏读时代，技术进步和利益驱使，使得新闻生产者的边界不断模糊化，“媒体”和“受众”的角色也更加多元，但社会责任依然是每个公民都需要坚守的，无论是何种身份的信息发布者，都需要时刻牢记事实第一性，守住新闻的底线，做好社会发展的记录者和守望者。

(作者单位：太原日报社)