

观点速览

探索优质文化资源直达基层的更优解

党的二十届三中全会提出“优化文化服务和文化产品供给机制”“建立优质文化资源直达基层机制”。加快优化公共文化空间,大力提升文化服务品质,是丰富人民精神文化生活的时代必答题。

让优质文化资源直达基层,需要持续打通服务“最后一公里”,坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享理念,引导更多文化资源主动走向基层。在实践中,一些公共文化空间积极创新服务模式、不断拓宽服务渠道,如打造“15分钟阅读圈”、文化特派员下基层、“图书馆流动车”进农村社区等,把文化资源送到人们的家门口。还要看到的是,当前基层特别是农村和偏远地区,公共文化服务仍存在一定短板,优质文化资源供给相对不足,文化空间布局运营、文化人才队伍培养等仍有不小的提升空间,推动公共文化服务均衡发展任重道远。

向着更美好的未来,需要更加注重以人民为中心推进公共文化空间建设,探索优质文化资源直达基层的更优解,以高质量文化供给增强群众的获得感和幸福感。

(10月25日 《光明日报》 丁兆丹)

让孩子远离“烂梗”式网络用语

连日来,武汉市多所小学的语文教师推出了网络用语“禁用令”,如“芭比Q了”“栓Q”“city不city”等。

每个年代的孩子,必然受到当时流行文化的影响。过去在校园流行的小说,或者电视剧台词,现在只不过是换成了“烂梗”式网络用语。问题是,野生的“烂梗”式网络用语,有着“病毒”般的传播能力,一些未成年人对“烂梗”式网络用语的过度使用,已经影响到了正常的学习,以及身心健康。

因此,必须依法保护未成年人网络安全,为无孔不入的“烂梗”式网络用语装一道严密的过滤网。平台首先要履行社会责任,及时打击和清除,避免其成为孕育恶俗“烂梗”式网络用语的温床。学校要做好网络安全教育,培养未成年人的网络素养,引导他们学会用文明通俗的语言表达自己的想法和观点。家长作为孩子成长的第一责任人,及时制止和纠正其生活中一些不恰当的玩梗行为。

(10月25日 华声在线 张西流)

融媒视域下传统媒体深度融合发展路径探究

□于雁红

党的二十大报告把“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论生态新格局”摆到了突出位置,党的二十届三中全会更是作出“加快适应信息技术迅猛发展新形势”“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”的战略部署。传统媒体应顺势而为、应势而动、顺势而为,在全媒体时代下积极探索,守正创新打好高质量发展“融合牌”。

媒体融合发展现状及面临的新形势

信息化社会的到来,给广大受众的工作生活带来了极大便利,也对传统媒体发展形成了新的挑战和机遇。以网络媒体为典型代表的新兴媒体,在融合发展的浪潮中,不仅改变了传统媒体的行业生态,也重塑着信息传播的发展格局。

作为传统主流媒体,依然在受众中拥有一定的权威性和公信力,但传播渠道的限制使得大众收听收视习惯发生了巨大改变。新媒体作为融合发展中尤为重要的新生力量,高效的互通性、互联性、互动性使用户黏性不断提升,其以数字技术为支撑,打破了地域、媒介之间的壁垒,呈现出实时化、广链接、互动强、裂变快的传播特性。

实时化打破传统媒体传播时限

媒体发展进入读秒时代,受众在新媒体平台可以实时接收最新消息。瞬息万变的新闻、生活、娱乐等垂类内容,不仅可以满足受众随时获取的需求,还可以根据个人喜好自主选择,这就让大众从传统固定时段被动接收媒体信息,变为随时随地主动搜索浏览全球动态,打破传统限制,大幅提升了时效性。

广链接满足受众需求精准触达

新媒体的链接效应让受众可以在短时间内获取大量资源,只需一个关键词,就可以跳转到与受众需求相匹配的信息条目,囊括图文、音视频、动漫、海报、投票等海量内容,既精准又多元地满足受众细分需求,实现信息接收和价值观念的高效传递。

互动性强提升用户参与度和融入感

与传统媒体单一的接收信息相比,新媒体允许受众参与内容的创作分享。可以是信息接收者,也可以是信息传播者,双重身份不但满足了受众的个性化、灵活化需求,不受地域限制的随时互动、表达意

核心阅读

党的二十届三中全会明确强调要“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”。推进主流媒体系统性变革,要从三个“着力”下功夫:着力优化生产体系、着力创新运营模式、着力完善考核机制。

见,更是最大程度地拓宽了大众“朋友圈”,提升用户参与度。

裂变快给内容把关带来新的挑战

新媒体信息内容传播发酵快,“人人皆媒”的现状成为意识形态风险领域的一大挑战,极端化舆论热点屡见不鲜,这也对内容把关提出了更高要求。因此,建立健全网络安全风险防范化解机制及应对策略,壮大主流媒体声音,是优化新媒体环境的有力抓手。

传统媒体的融合发展趋势

为适应媒体融合发展,传统媒体借助互联网、拥抱新媒体,积极建立客户端、培育新媒体账号、搭建互动平台,在构建全媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体上下大力气,通过多维手段打通壁垒全面提升影响力,在探索转型中取得了一定成效。

内容生产融合

内容是媒体融合的核心,传统媒体坚持内容为王的理念,在融合发展的互联网环境下依然适用。传统媒体丰富且相对成熟的制作资源为新媒体提供内容支持,而新媒体则为传统媒体拓宽了创作思路,让传统媒体表达更具网感化,新媒体生产日趋精品化。

新华社、中央广播电视总台作为传统媒体的代表,在内容融合上进行了积极的探索与实践。新华社客户端发布的《新中国密码:15665,611612!》以数字为题,通过五线谱将《没有共产党就没有新中国》的旋律与人物故事生动结合,是主题立意与内容融合高度契合的成功范例,获得第三十届中国新闻奖唯一一个融合创新特别奖。央视新闻客户端通过AI、VR、AR等技术支撑,将重大主题报道集纳到

专题专栏,《划重点!2024政府工作报告来了》《云游美丽中国》等聚合了海量图文、音视频、动画、海报等优质内容,形成宣传报道主阵地。

采编流程融合

采编流程的全媒体化,让“一次采集、多元生成、多渠道传播”的机制日益完善。重构采编流程的工作流程,不仅打破了部门之间相互分割的局面,更大幅提升了融合生产的效率。

例如人民日报“中央厨房”,目前,人民日报社共有融媒体中心工作室46个,由39个部门和单位的300多名编辑记者跨部门组合,通过项目制施工,各融媒体中心积极作为,成为全媒体新闻生产的突击队和主力军。

传播渠道融合

多渠道、跨平台传播让融合发展实现了从“相加”到“相融”,不同地域的主流媒体积极联动,开拓新的传播渠道,实现媒介资源高效整合,扩大传播范围,增强传播效果。

今年,山西广播电视台联合沿黄九省(区)共同策划推出“大河文明涌‘新’潮——沿黄九省(区)融媒体系列活动”,多主体联动,立体式宣传,弘扬黄河文化。同时,联动全国各省市主流媒体推出“屋檐上的文脉——遇见Z世代”“跟着悟空游山西”等一系列活动项目,也让媒体融合一盘棋的声势更大,众多新媒体产品迅速“出圈”。

经营创收融合

媒体融合要持久发展,还需具备“造血”功能。近些年,“新媒体+产业+电商”的运营模式,也在不断拓宽经营赛道,融合格局初步显现。黑龙江广播电视台作为全国最早一批

探索MCN业务的省级广电媒体,以“媒体电商+供应链+培训+新媒体账号孵化+人才输出”的生态链条,将商业服务带入传统广电业务;“四川观察”作为网红账号则是布局了各类产业,实现经营创收可持续发展。

对媒体深度融合发展的思考

党的二十届三中全会明确强调要“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”,推进主流媒体系统性变革,要从三个“着力”下功夫。

着力优化生产体系

在内容生产上,可以实现分兵作战,一类是发挥传统媒体优势实现“精品化”生产,另一类是以速度优势实现“轻量化”制作;在技术赋能上,要充分探索大数据、数字人、AI等应用,将新技术优势与媒体融合发展深度融合;在样态创新上,要采用短视频、微短剧、H5、VR、动漫、共创等用户喜闻乐见的形式,拓展更多融合发布的视听产品。

着力创新运营模式

媒体不仅仅是内容生产者,也是内容运营者,还是产品营销者。我们要用互联网思维主导资源配置,建立适用全媒体时代的管理流程、运营模式和体制机制,通过技术与运营手段,提升重点账号日均浏览量、点赞量、转发量,促进重点作品多次曝光、成为爆款。同时,通过创新运营模式为主流媒体提供更多市场价值。

着力完善考核机制

体制机制改革任务势在必行,中宣部将主流媒体的新媒体传播指数作为考核内容,就是要进一步强化传统媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。我们要按照媒体深度融合的要求、任务和目标,打破常规探索新路,设计符合各自特点的改革与融合方案、考核办法、激励政策等,从而实现体制机制更活、采编效率更高、经营潜力更大、发展后劲更强的目标。

传统媒体要挺进主战场,必须抢抓战略机遇、应对风险挑战,扛起信息化条件下推动高质量发展的重大责任。媒体融合发展进入新阶段,要加快构建全媒体传播新格局,不断激发融合的生产力、聚合力和传播力,运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展。

(作者单位:山西广播电视台)

“火把知识”新版发布

10月25日,“火把知识”新版发布会在浙江宁波召开。活动以“知识照亮未来”为主题,由浙江出版联合集团主办,博库数字出版传媒集团承办。

博库数字出版传媒集团董事长邓小林表示,“火把知识”平台以“三个再”“五个更”为目标,以“数字出版发行平台”为定位,以数字内容产品服务为载体,持续提供数量更多、形态更全、质量更优的数字内容,点燃全民阅读的“星火”,满足人民群众日益增长的美好文化生活阅读需求。

新版“火把知识”将为用户提供更全面、更精准、更易用的知识服务体验。锚定发展方向,聚焦“书”的数智化内容服务;完善会员服务,推出“火把会员”专属产品,全方位提升用户阅读体验;立标行业精品,打造浙江特色文化品牌。

(黄琳)

浙江省第十二届“知识产权杯”创意设计大赛颁奖

10月25日,浙江省第十二届“知识产权杯”创意设计大赛颁奖仪式在宁波举行。大赛由浙江省版权局、中国美术学院主办,浙江省版权协会、中国美术学院出版社承办。

大赛以“创意扬帆,版权护航”为主题,历时5个月,收到来自浙江省内66所高校的3851件参赛作品。这些作品聚焦“人才队伍”“千万工程”“四千精神”“文化传承”“版权保护”五大主题进行创意设计。经过组织评审,产生一、二、三等奖作品共60件,优秀组织奖、优秀指导教师若干。

温州理工学院设计艺术学院党委副书记、副院长刘明刚赞扬大赛作品:“获奖作品在创意性、艺术性、规范性、实用性、技术性上均有很好的艺术表现。”

(黄琳)

第九届浙江书展:

共读经典 文化润心 书香润城

□黄琳 文/摄

熊猫书店首次亮相,特价好书最低一折,茅奖作家主题分享……10月25日至27日,第九届浙江书展在宁波国际会展中心举办,为读者带来满满惊喜。

作为文化浙江建设的一张亮丽名片,本届浙江书展结合宁波市创新打造的“我陪孩子读经典”全民阅读活动,以“共读经典 文化润心”为主题。书展与2024海丝之路文化和旅游博览会、2024宁波国际旅游展三展融合举办,以“三展融合、两地并行、全省联动、区域协同”的方式开展丰富多彩的全民阅读和展览展示活动,吸引12万人参展。

创意展馆书韵浓厚

“我们准备了一些熊猫主题书籍,还有仿真熊猫玩偶。”阅读场景的熊猫书店首次亮相宁波书展,读者的热情让宁波市新华书店集团工作人员孔静娜意外,“这些憨态可掬的熊猫玩偶很受欢迎,上午刚卖不久就售空补货了。”

本届书展的创新还真不少。如首次设置“文化创意馆”,集中展示各大出版社图书周边产品;首次引入广受年轻人喜爱的“熊猫书店”,提供数百种国内外熊猫图书和文创产品;首次设立“异想书局——不可思议立体书展”展区,集中展示收藏级立体书,其中,中国原创立体书《打开故宫》为华东地区首展。

虽然是首次三展融合办展,但浙江书展主题鲜明,围绕“经典传承”“阅读共融”“书韵创想”设立了3个主题展区、9个主题展馆,线上线下同步开展阅读推广活动。

特色书店馆汇聚了上海香港三联书店、杭州南宋书房、舟山岛上书店等20余家省内外“最美书店”。

“我们深耕宋韵主题,开发了很多



小读者在书展淘书。

图书和文创。”南宋书房主理人赵群伟表示,南宋书房参加了多个城市的书展,冰箱贴、印章都很受读者追捧。

“我们带来了一部科幻新作《维度》,还精选了一批好书做特价,包括中英文绘本等等。”温州无料书铺负责人张潇表示,书展期间还会集中展示“家庭阅读中心”阅读服务产品,面向家庭、儿童开展深度阅读课程。

名家活动精彩纷呈

“不用愁世上无读书人,爱书人将书市挤得水泄不通,今天的浙江书展也是如此。”在茅盾文学奖得主主题分享活动现场,王旭烽坦言年轻人的购书热情让她深感欣慰。

年轻的阅读市集,古老的文化和蓬勃的朝气在同一空间里交织,宁波真的很特别。”

除主会场外,叶辛、樊登、张晓风等文化名家还赴宁波各县(市、区)开展了阅读分享活动。浙江全省各市、县(市、区)也设立了100余个分会场,举办上千场全民阅读活动,共同营造“书香浙江”“文化共融”的浓郁氛围。

图书惠民服务至臻

“这次来书展,我想买一些故事性较强的小说。”作为浙江省级“小小书香大使”,黄若礼喜欢在阅读中和作者交流,产生心灵的共鸣。

本届浙江书展有300多家出版社参展,集中展出党的创新理论著作、全国优秀精品出版物、地方文化精品出版物,以及近期出版的新书共计3万余种。

中国出版集团以及上海、浙江、江苏、安徽等地出版社精选了《为国铸盾——中国原子弹之路》、《君幸食》、《登春台》、《本巴》、“浙江有意思丛书”、《大宋繁华》、《山这边、山那边》、《桦皮船》等“压箱底”好书,让读者尽享品质阅读。今年恰逢金庸百年诞辰,还特别设置了金庸纪念专区。

“主会场图书六五折促销,叠加使用多种形式发放的购书券,最低折扣可以到二六折,达历史最低。”宁波市新华书店集团副总经理范进剑介绍,特定图书折扣低至一折,读者可以充分享受逛书展的淘书乐趣。

12岁的小书迷余悦和家人一口气淘了104本书。市民赵晓明也很期待一年一度的浙江书展:“每年都会来逛逛,买一些自己喜欢的书,毕竟品种多、价格优惠,今天已经选了七八本。”