

观察深一度

开栏的话 自本期开始,本版开设《观察深一度》栏目,聚焦新闻与传媒行业的深层议题,直面行业难题与热议焦点。栏目将精选学术期刊、报纸、新媒体等平台的精彩观点与分析,旨在为业界提供深度思考与发展路径探讨。希望每期通过多元视角与专业洞察,助力行业突破瓶颈,探索未来方向,与您共同观察传媒生态的变化与趋势。

媒体应构筑专业新闻语料库

□彭兰

对媒体来说,在智能时代要继续维护传统的渠道甚至是新闻客户端这样的新媒体渠道会越来越艰难,大多数媒体或许不得不退守为单纯的内容生产者,而不是延续媒体一贯以来的“产销一体”角色。但在这种退守中媒体也需要谋求适合智能时代的“进”。

目前,构筑专业性语料库是媒体主要的“进攻”方式。高质量的专业性新闻语料库是DeepSeek等大模型在新闻业发挥作用的前提,这样的语料库需要集成准确、高水平的新闻报道,而非网络空间参差不齐的一般语料。专业性新闻语料库的建设者必须有专业水准的媒体或其他具有良好声誉的内容生产者。虽然在大模型的整合答案中未必能完整体现媒体单篇报道的内容,但如果能成为大模型答案中列出的参考资料,媒体也可以得到一定的累积、延续。减少在自营渠道上的维护成本后,媒体也可以集中力量来保证高质量的新闻内容生产。

但仅靠一家媒体的力量要构建专业性语料库并不容易,众多媒体的合作,才会使语料库更为丰富、完整,也才能增加媒体与大模型开发者的角力“砝码”。从新闻内容的深度整合、加工这个环节“着陆”的DeepSeek,可以发挥其优势,提升新闻生产与服务水平。同时,新闻业需要建立一种新的机制,即通过专业性语料库构筑新闻生产的“新门槛”,保证智能应用的加工、整合的水平,应对大模型可能造成的虚假新闻泛滥等问题。在新闻业应用的大模型算法,也需要针对新闻内容生产的特殊性来进行一定调整。而对媒体来说,坚守高质量的原创性新闻生产,仍是立身之本。(本文摘自中国社会科学院网)

“AI鸿沟”正在显化并呈加剧趋势

□郭全中 苏刘润薇 彭子滔

多模态大模型的兴起,极大提升了传媒业的生产效率和内容质量。未来,传媒业大模型的发展面临着机遇与挑战并存的局面。一方面,AI技术作为新质生产力将会进一步促进传媒业的升级转型,另一方面,其导致的传播风险与伦理问题值得重视。

其中,伴随大模型技术性能持续升级与应用落地,AI已成为新基础设施,AI技术带来的社会不平等可能持续加剧,这种由于AI技术使用差异造成的社会差异,可称之为“AI鸿沟”。

“AI鸿沟”为传媒业带来两个分化。首先是互联网企业与传统媒体的进一步分化。互联网企业早已转型为科技赋能的信息生产、分发与开发综合体,他们利用科技这一生产要素,不断推进数据信息的商业化价值发掘,引领着传媒业的技术创新与扩散,持续推动行业的转型升级。相比之下,传统媒体精耕细作于内容生产,在业务拓展、商业运营方面面临着技术壁垒与转型挑战。第二重分化体现在大型媒体与小媒体之间。大型媒体机构往往拥有充足的资金、技术与人才优势,在AI大模型的助力下,将会进一步降低大媒体机构的内容生产成本,扩大机构的内容影响范围、提升机构的多模态的生产能力、抢占用户的注意力和时间。而小媒体机构的发展进一步受挤压,面临着转型发展困境。总体来看,将会呈现出显著的“马太效应”。

在个人层面上,“AI鸿沟”具体表现在三个方面。首先,技术掌握者与技术边缘群体之间的鸿沟日益凸显,那些未能紧跟AI时代步伐的人群,如老年群体,将面临着技术门槛导致的不便,甚至在数字生活中被边缘化。其次,AI技术和自动化技术的应用将重塑就业市场,使得某些传统岗位将会逐渐消失,部分技能水平相对滞后或未能持续提升自我的个体陷入困境,进一步拉大其与AI熟练劳动者之间的差距,甚至面临着严峻的就业压力。再者,AI技术的算法不透明性与潜在偏见,加剧了信息获取与认知的不平等,加深了认知偏差,对个人权益造成隐性侵害,甚至固化社会阶层,放大既有社会不公。因此,AI发展进程中的人文关怀变得尤为重要。在追求技术进步的同时,如何保障弱势群体的基本权益,防止社会分裂,成为AI伦理与政策制定亟待解决的关键议题。

(本文摘自《中国传媒科技》2025年第一期)

人民法院新闻传媒总社“新春走基层”

走深走实又走“新” 融法融技也融情

□本报记者 杜一娜 通讯员 郭致杰

踩着“春”的鼓点,寻访带着热气的“春之声”。每年的“新春走基层”既是新闻宣传工作的优良传统,也是新闻工作者把握时代脉动、深入践行“四力”、记录经济社会发展的生动课堂。

年年走基层,如何走深走实又走“新”?在“推进主流媒体系统性变革”的新形势下,人民法院新闻传媒总社在2025年“新春走基层”活动中,持续改文风、转作风,走基层、抓“活鱼”,采写制作了一批导向正确、独具匠心、“深”“活”兼具的轻量化新闻精品,多角度讲述人民法院围绕“公正与效率”工作主题,做实为大局服务、为人民司法的鲜活故事,立体式彰显司法服务保障民生、促进社会和谐、护航经济社会高质量发展的勇毅担当。

以“深”谋划——聚焦“国之大事” 回答时代之问

新闻报道之“深”主要体现在作品的思想深度上。人民法院新闻传媒总社围绕中心、服务大局,在“新春走基层”策划环节紧密围绕党中央的重要决策部署,精心设置以法治化助推基层治理现代化、司法护航经济社会高质量发展等分量、有深度的重要议题,充分展现人民法院贯彻落实党的二十届三中全会精神的新进展、新举措、新成效。

一枚“绣花针”,穿起基层治理“千条线”。《人民法院报》记者高倩倩来到河北雄安新区中级人民法院和河北省容城县人民法院,以所见所闻采写《“绣花”功夫扮靓雄安新区》一文,探寻人民法院推进“网格法庭”建设,以“绣花”功夫织密矛盾纠纷化解第一道屏障,推进城市治理现代化的工作密码。如何为重庆网红景点——李子坝轻轨穿楼附近交通拥堵问题把脉开方,《一份〈法律咨询意见书〉》如实记录了重庆市渝中区人民法院出台这份关系民生、关乎重庆城市形象的法律咨询意见背后的动人故事。将笔触延伸至关系人民群众切身利益和经济社会发展大局的房地产领域,《“221套房子全都

卖出去了”》讲述广东省江门市蓬江区人民法院稳妥化解涉房地产纠纷、助力房地产市场健康发展、保障人民群众安居乐业的有力举措。

以“特”扎根——站稳人民立场 把握工作主线

站稳人民立场,把握法院工作主线,人民法院新闻传媒总社在2025年“新春走基层”中坚持走好新时代群众路线,镜头对准春节期间仍坚守在岗位上执法办案的法院干警,用心用情谱写新时代司法为民新篇章。

高铁施工噪声扰民,一场纠纷持续6年终于化解。一张大红福字背后,却“缝和”着修高铁把墙炸开的口子。春节前夕,承办该案的法官牵挂着166户村民的噪声补偿款是否到位?《人民法院报》记者孙林林跟随北京市密云区人民法院法官回访当事人,以敏锐的洞察力捕捉细节,写下《大红福字“缝”裂痕迎新春》。着眼人民群众对公平正义的所思、所想、所盼,《将心比心解“薪”愁》《业主舒心过大年》《暖心调解 安宅有方》《坐着法治列车回家过年啦》《“青行万里”护航长征》等稿件全面呈现基层法院干警开展审判执行、花样普法的工作场景。精准关注困难当事人的司法需求,《司法救助在年关》则展现了湖北省来凤县人民法院启动司法救助程序,有效为群众纾难解困,彰显司法人文关怀。

以“活”点睛——直击新闻现场 传递司法温度

“脚底下出精品”。今年“新春走基层”活动中,人民法院新闻传媒总社大力倡导“短、实、新”文风,记者、通讯员迈开双脚深入现场。每篇稿件虽均在千字左右,却将鲜活场景贯穿始终,把“法官法语”转换为人民群众喜闻乐见的语言,把有意义的事用有意思的话说出来,让读者看到画面、听到声音、临其境,增强文章的感染力与可读性。如何把稿件写“活”,写出“现场感”,



变无声为有声,要求记者抓住现场的人物个性、精妙的语言。《人民法院报》记者马欣采写的《“孩子可以过个祥和年了,真好!”》开篇便“先声夺人”,“小飞的伤怎么样了?恢复还好吧?最近学习怎么样?”该“三连问”饱含了法官对孩子的关爱,也让一位有温度、接地气的法官形象跃然纸上。该作品被新华社客户端转发,全网阅读量过百万。网友评价,“非常正能量!看到了法院对孩子的关心、对群众的重视”“真是为群众办实事的好法官”。

《“年猪宴”上动真格》直击执行现场,见证了执行干警在人性化执法下,既敦促“老赖”还清了所有欠款,又没有破坏年猪宴喜庆氛围的智慧与担当。该作

品全网阅读量31.3万。

以“融”出彩——构建全球矩阵 打造创意爆款

策、采、编、发一体化推进,报、网、端、微、号协同发力,全媒体呈现、立体传播,也是此次人民法院新闻传媒总社“新春走基层”活动的一大亮点。

人民法院新闻传媒总社借力新技术赋能传播场景,打造融媒爆款产品《衣柜里的欠款人》。该产品采取“文字报道+海报+AIGC创意视频”的形式,文字重点着眼于执行工作本身的报道,AIGC创意视频将案例故事融入地方文化和庆祝首个“非遗版”春节的氛围里,趣味演绎法治故事,间接展示地方文化,用人民法院的执行工作方式融入春节申遗成功的庆祝当中。同时添加中英文双语字幕,尝试探索扩大法治作品国际传播辐射范围的可能性。该产品在视频号、微信、微博、抖音、快手等网络平台的播放量超47.6万,被《新华每日电讯》、中国青年网、人民论坛网、澎湃新闻客户端等媒体纷纷转载,实现了“破圈”传播。

融媒体时代,吸睛的报纸版式通常需要“形神兼备”。《人民法院报》精心制作推出6个“新春走基层”专版。版面以精简的文字、鲜明的视觉设计脱颖而出,巧妙融入中国结、灯笼等新春元素,渲染喜庆节日氛围,实现了内容独特性、角度新颖性与设计精巧性的和谐统一。

强化融合传播,推动正能量实现大流量。截至2月12日,人民法院新闻传媒总社共59人参与“新春走基层”活动,记者、通讯员的足迹遍布全国19个省、自治区、直辖市。所属各类平台共发稿53篇,总点击量1131万,总转发量1.1万,微博话题#法院新春走基层#阅读量2985万,讨论量1.7万。

沉下心来、俯下身、察实情、融真情……新春走基层,也是另一种形式的调查研究。一篇篇沾泥土、带露珠、冒热气的新闻精品,积极回应时代之问与人民之问,也为法治中国建设标注一个个生动注脚。

广西日报社提升经济报道质量

用好四字诀 唱响经济光明论

□阳天

经济报道是新闻报道的重要组成部分,是媒体观察社会、记录时代的重要窗口。做好经济报道,事关经济发展大局,也是主流媒体的职责所在。广西日报社在全媒体时代背景下,以“高”“实”“融”“精”四字诀,努力提升经济报道质量和舆论引导水平,积极做好经济政策的宣传者、经济运行的瞭望者、经济态势的分析者、经济活动的服务者。

“高”:坚守政治品格

做好经济报道,首要的是坚持正确的政治方向,坚守政治品格。要站在全局高度,胸怀“国之大者”,深刻洞察经济报道的特殊重要性,把讲政治的要求落实到经济报道的每一个环节,确保报道导向正确、基调鲜明。

聚焦中心工作,高站位策划选题。作为党媒,必须将经济报道的选题策划置于国家发展的大背景下进行审视,突出重大战略、重要政策、关键领域,展现经济发展的新成就、新亮点和新趋势。《广西日报》在谋划经济报道中,精心设置选题,坚持做到把握政治性、体现系统性、注重生动性,积极发挥选题策划和舆论引导优势,在关键时间节点推出一批经济报道重点栏目。策划推出《壮美广西越来越便利》栏目,以生动的场景、鲜活的故事讲述各地各部门“六大便利化”经验做法,为广西打造国内国际双循环市场经营便利地、服务和融入新发展格局营造浓厚氛围;策划推出《广西经济看点》栏目,从不同领域、不同行业、不同视角,全景式感知广西经济的发展脉动。这些主题策划助力广大干部群众了解高质量发展的目标要求,把握大势、增强信心,充分彰显党报经济宣传的政治站位。

强化价值引领,高标准阐释问题。问题是报道的起点,及时发现、深入探讨问题、科学解答问题,是提高经济报道针对性、创新性和影响力的重要途径。《广西日报》持续加强对经济领域热点问题的舆论引导,为阐释明白“经济恢复是波浪式发展、曲折式前进过程”的大逻辑,去年广西壮族自洽区两会期间,推出

整版经济述评文章《把握“时”与“势” 拼出“开门红”》,聚焦“立”与“破”“稳”与“拼”“进”与“动”,发挥了经济舆论“定盘星”“压舱石”的作用。在全区经济工作会议期间,以“桂言”署名刊发《拼搏:为了壮美广西新未来》,围绕中央经济工作会议内容,深入剖析广西经济形势,聚集“怎么看”“怎么干”“奋力拼”三个层面,由表及里,层层分析,跳出一域看全局,为受众了解当前经济大势、未来经济工作方向提供窗口,拉近了宏观经济政策与微观个体之间的距离,起到了良好的宣传引导效果。

“实”:增强务实本色

经济报道政策性、专业性强,往往给人以枯燥、生硬之感。改进创新经济报道,必须大力弘扬求真务实的作风,彰显经济报道的务实本色。

紧贴实际,深入实地。经济工作重心在基层,活力在基层,必须深入基层一线,挖掘鲜活的经济故事。近年来,《广西日报》大力倡导“走转改”,推出了一大批来自现场、来自基层的经济报道。比如,“广西云调研·重大项目攻坚记”系列就9个重大项目进行蹲点调研,这些项目既有自治区重点推进的平陆运河建设,也有革命老区的新能源装备产业基地;既有山水桂林的世界级旅游城市“客客厅”,也有滨海之城防城港的国门大道;既有国际机场改扩建工程,也有智慧储能及动力电池制造基地……报道从多个角度生动描绘广西经济建设场景,如实记录受访者的话语和经历,让新闻因人而生动,彰显了广西在产业升级和基础设施建设的坚实步伐。

突出实例,力求实效。经济报道要用事实说话,以真实的数据、案例和事实为依据,增强报道的可信度和说服力,要注重对经济现象进行深入分析和解读,揭示其背后的原因和影响。《广西日报》组织开展“壮美广西高质量发展调研行”“壮美广西重大项目建设巡礼”等主题采访报道活动,派出多名骨干记者组成战队,让事实和数字说话,让经营主体说话,巧妙地把经济数据和企业车间、港口

码头、产业园区、街巷商铺这些能够反映经济活力的场景融合在一起。推出《做活高质量发展这盘棋,广西“落子”》《面向东盟的金融开放门户怎么建?》《打造粤港澳大湾区重要战略腹地,广西跑出加速度》等头条和深度经济报道,做到“一叶知秋”察实情、“有的放矢”出实招、“见人见事”求实效。

“融”:创新生产方式

融合发展是媒体发展的必然趋势,也是经济报道创新的重要路径。做好经济报道,必须跳出经济看经济,在内容和技术上用好“融”字诀。

强化内容融合,推动报道语态创新。《广西日报》高度重视融合思维在经济报道中的运用,重大项目调研报道不局限于单篇作品,而是以整版特别报道+视频报道推出,在头版采用“标题+版面微缩图”导读,在作整版报道时,每版以2000字调研为主稿,配以项目简介、记者手记和现场组图,以及视频二维码链接,并制作调研点位图和项目示意图,让读者对调研案例一目了然。同时,精心制作视频在广西云客户端提前推出,生成二维码配发在报纸版面,供读者点击,给读者赋予经济振兴“数字多声部”的阅读体验。

强化技术融合,推动报道机制创新。经济报道要积极运用大数据、人工智能等新媒体技术,通过图表、动画、视频等多种形式呈现经济数据和信息,推动报道形态从可读可视、从静态到动态、从一维到多维的迭代升级。《广西日报》近年来积极探索经济报道机制创新,打破部门壁垒、采编界限,推动采访、编辑、技术等深度融合,实现各种媒介资源、生产要素有效整合,内容生产、分发流程再造,初步构建起适应移动互联传播趋势的全媒体内容生产体系。在重大经济事件和热点经济话题报道中,坚持移动优先策略,第一时间在广西云客户端、广西经济观察等新媒体平台发布报道,并通过社交媒体进行广泛传播。同时,加强与中央主要新闻网站和商业网站的联动,形成强大的传播合力。

“精”:增强传播效果

经济报道的传播效果是衡量其成功与否的重要标准,必须努力提升报道质量,做到精准定位、精准传播,不断增强经济报道的吸引力和影响力。

精准受众定位,提升报道吸引力。经济报道的受众群体广泛,媒体在报道过程中要根据不同受众群体的特点和需求制定不同的报道策略和方案。对于政府决策者来说,需要重点关注国家重大战略和政策解读等方面的内容;对于企业家来说,需要关注市场动态和行业趋势等方面的信息;对于普通民众来说,需要关注与自身生活密切相关的经济资讯和服务信息等。《广西日报》细化受众分类,坚持“快”字当头,确保对重大经济事件和热点经济话题第一时间多样化“烹饪”。同时,根据不同经济事件和话题的特点,强化与受众的互动,合理安排报道节奏和力度,及时邀请专家进行解读,帮助读者准确理解政策精神,确保报道效果最大化。

精准对外传播,提升报道影响力。经济报道要注重国际视野,加强开放发展成果经验的报道和解读,增进国际社会对我国经济发展的理解和认同。2024年10月,我国首个跨境旅游合作区——中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区正式运营,广西日报社提前策划、深度调研采访,以“鱼三吃”模式推出全媒体报道,并刊发消息《我国首个跨境旅游合作区启动运营》、通讯《归春河见证》、言论《全国首个为何在广西》,做到了全网首发。同时借助报社在东盟6个国家建立的国际传播联络站,将报道翻译成越南语、英语等多国语言,在东盟国家落地,起到良好的国际传播效果。

总之,高质量做好经济报道,既要胸怀“国之大者”的政治高度,又要脚踩“田间地头”的实践厚度;既要拥抱“技术变革”的融合锐度,又要追求“精准触达”的传播效度,这样才能持续奏响经济光明论的时代强音。(作者系广西日报社副总编辑)