

观点速览

“长在大地上”
的诗歌何以动人

近日,53岁的山东临沂果农吕霞火了。她将自己已在田间地头的劳作生活写成诗歌、拍成视频发布到网上,虽有乡土口音夹杂其间,但丝毫不影响网友们的赞美与喜爱。人们送她“田园诗人”的美誉,赞赏她的文字“长在大地上,溶在岁月”。

近年来,素人写作渐成趋势,也愈来愈受关注。快递小哥阿焉《我在北京送快递》、“外卖诗人”王计兵诗集《赶时间的人》、女儿视角下的《我的母亲做保洁》等作品畅销,在吕霞之前,也有韩仕梅等分享“田园诗人”的荣光。而他们也只是在诸多巧合下被舞台追光灯照亮的极少数,在更多尚未被“看见”的地方,相信存在一个更为庞大的群体,他们默默写作,生活重压之下仍不放弃对精神世界的追求,缜密记录下真实的日常与复杂的情愫。

没有矫揉造作,也不故弄玄虚,无需追随流量,更没有“人设”包袱。在诗歌和非虚构等这些“记事本”中,他们敞开心扉,大方地向外界呈现他们作为普通人的生活经验,展示他们已习以为常但旁人却陌生的日常生活,讲述他们无尽的悲欢与甘苦。这种感觉就好像,在吃过太多精致大餐后,端上来几道冒着锅气的家常菜,也往往是这些“土菜”,带给人们别样的情感抚慰和心灵滋养。

每一个普通人的情感和生活都值得被记录、被看见。当更多普通人潜藏的诗意被激发而出,更多抒发自我、书写现实的愿望被“唤醒”,无数“小主语”汇聚到一起,将为我们共同的故事写下精彩复调。

(3月27日 光明网 光明网评论员)

“网络开盒”
给信息保护敲警钟

“开盒”,全称“开盒挂人”,本质上就是人肉搜索。只是,它比1.0版的人肉搜索更暴力、更恶劣。开盒者通过各种手段曝光他人,包括个人信息和社会关系,然后煽动网友掀起网暴,有的甚至在现实世界“定点爆破”,实施恐吓与威胁。种种操作,游走法律边缘,令被开盒者趋近“社会性死亡”,亦令网络世界乌烟瘴气。不久前,13岁未成年人开盒孕妇,令人惊愕之余,也展现了开盒的巨大杀伤力。

古人讲,善治病人,必医其受病之处。“受病之处”,往往是问题所在;而网络开盒的“受病之处”,正在信息保护环节。据了解,一些组织以非法手段收集用户信息,比如黑客窃取、招募快递和银行等机构的内部人员,搭建数据库进行牟利。对开盒者而言,只需付费,即可拿到想要的信息,进而实施网络暴力。换言之,这盒能够被“开”,很大程度上是用户数据泄露所致;开盒之所以能够达到“精准攻击”的效果,靠的不是运气,而是一条专业、庞大、环环相扣的信息买卖产业链。

该如何治?追根溯源、链式打击。比如惩治末端,提高违法违规成本。低成本、高回报、快产出,是信息买卖产业链屡禁不绝的重要原因。当前,现有法律虽对诸多网络乱象给出了明确规定,但随着网络开盒的“势力”不断增强,有必要因时因势调整,重新厘定相关行为的边界,让惩戒更有针对性、更有力度。再往前看,开盒背后是用户信息泄露的巨大“明患”。要筑牢“铜墙铁壁”,仅靠法律、教育等治理机制还不够,还要调动技术、平台的力量,搭建起强有力的“防护网”,内防泄露、外防攻击,给个人信息多上几道锁。

(3月27日 《广州日报》 鹿亚男)

别让笑声吞没思想

置身于当下互联网时代,知识获取的便利性与思维深度的丧失同步发生,信息扩散更甚往昔。将目光投向生活中,列表中不断新增的公众号,可曾认真读过?社交平台收藏的内容是否有过回顾,还是已陷入“收藏即学习”的自我安慰?回顾逝去的一天,有多少时间沉溺于娱乐中呢……我们沉迷于娱乐的海洋,满足于浅尝辄止,看似更容易获取知识,实际上却只是在知识表面上滑行。

不可否认,娱乐的确会为我们带来惬意与放松,但当娱乐替代思想,我们于无声无息中享受“愚乐”,迷失于空虚与浮躁,亦如尼尔·波兹曼之语“人们感到痛苦的不是他们用笑声代替了思考,而是他们不知道为何发笑以及为什么不再思考”。

网娱不能虚无,生活应在当下;纾困不在别处,仅在自身。拆解“娱乐至死”的困局并不是完全摒弃娱乐,而是要警惕娱乐的过度侵蚀。一方面,应给娱乐设“闹钟”,避免沉陷其中、无法自控;另一方面,每天留出时间深度阅读,锻炼思考“肌肉”。

逆水行舟不进则退,若无法主宰工具,那么泛娱乐化的传播媒介将会成为吞噬我们认知能力的“数字饕餮”,食人之思想、理性,更之以钝感、无力,当我们沉醉于科技的红利时,也应警惕不假思索、玩物丧志的工具依赖。

(3月18日 红网 邱焕娇 张素素 张怡婧)

城市党媒参与基层社会治理路径探析

——以宁波日报报业集团“城市超人”守护计划为例

□朱宇 龚哲明 周琼

在万物皆媒、万物互联、媒体深融的当下,城市党媒不应仅仅局限于信息传播的角色,更应主动担当作为,发挥独特优势,成为解决社会问题、凝聚治理合力的重要力量。这既是地方党媒在新时代践行初心使命的必然要求,也是顺应媒体发展趋势、实现自身转型创新的迫切需要。

2024年7月以来,宁波日报报业集团携手宁波市总工会推出“城市超人”守护计划媒体行动,把视角对准以外卖骑手为代表的户外劳动者,夏日送清凉、冬日送暖意,让他们感受到宁波的城市温度。这场媒体行动“破圈”传播,不仅登陆新华社、中央广播电视总台《新闻联播》等诸多主流媒体,还得到中华全国总工会等单位点赞肯定。

一、媒体引领:构建基层社会治理共同体

(一)组织化动员:资源整合与平台构建

治理枢纽作用。在基层治理中,资源的分散与需求的精准对接一直是难点。宁波日报报业集团联合工会等社会力量构建“1+N”协作网络,有效解决了这一问题。在物理层面,依托206个工会驿站、641个关爱E家公益服务中心以及100余个社区党群服务中心,形成了紧密的户外劳动者服务圈。这些服务场所分布广泛,深入城市各个角落,为户外劳动者提供了休憩、学习、交流的空间,成为连接党媒与群众的重要纽带。从实际效果来看,一位外卖骑手表示,工会驿站上他们在忙碌的工作中有了可以“喘口气”的地方,感受到了城市的温暖。在数字层面,“甬派”客户端的运用是一大创新。通过新媒体即时互动特点和大数据智能匹配等技术手段,实现了需求与资源的精准对接。例如,当有户外劳动者在客户端提出需要防暑降温物资时,平台能迅速将这一需求传递给附近的工会驿站,进行采购解决。在资源整合上,宁波日报报业集团充分发挥媒体的影响力,成功撬动800多家爱心企业捐赠物资。这些物资涵盖了生活必需品、劳动防护用品等多个方面,极大地提升了基层治理的资源保障能力。

制度化运行机制。为确保关爱行动的长效性和规范性,建立了四季守护体系。对“夏送清凉”“冬送温暖”等行动进行标准化设计,明确活动的时间、内容、流程等。例如,“夏送清凉”活动在高温季节准时开展,

二、以文化人:塑造社会治理价值认同

□袁华

对主流媒体而言,融合化发展和不断变革只有进行时,没有完成时。受地域性、发展现状等现实条件制约,主流媒体的全媒体传播体系打造和系统性变革没有统一的标准答案,但作为党媒,在融合化向纵深发展过程中又有共同的规律可以探究。

坚守主流媒体定位,打造全媒体传播体系

坚持主流媒体是党的喉舌的媒体属性。主流媒体作为党的重要意识形态阵地,必须担负起重大政治责任,打造具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体,满足人民群众对美好生活新需要,要坚定不移地做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者、有力传播者、忠诚实践者。

全媒体平台具有主流意识形态的高度站位。主流媒体全媒体平台在内容生产、分发、传播等各个环节都要遵循党媒属性,严把导向关,坚守政治红线和底线。切实贯彻党委、政府的宣传指令,聚焦主题、精心策划,做好重大主题报道、重要活动的报道。让主旋律更响亮,正能量更强劲。

主流媒体作品要坚持精品创作,弘扬主流价值。主流媒体的新媒体生产要坚持精品策略,高站位谋划、高标准部署、高质量推进;始终深入基层一线,感受时代脉搏、触摸民生温度,以细节打动人,以故事吸引人。创作好的报道、好的评论、好的创意,让主流媒体挺进融媒主战场,奏响新时代奋进强音。

以自主平台为核心建设全媒体传播体系。主流媒体要不遗余力地建设自主可控平台,自主可控平台是主流媒体内容宣传的关键阵地,同时建设网、端、微、号等全媒体矩阵,凭借优质的内容和立体式的传播体系,形成持久强大的舆论引导力,让“好声音”成为“最强音”。

满足用户需求,做有价值的
全媒体传播平台

满足新闻和政务服务需求。充分发挥

为户外劳动者提供饮用水、防暑药品等物资。同时,通过分析4万志愿者的服务数据,实时掌握服务情况。根据不同区域、不同群体的需求变化,及时调整资源配置,实现了服务的精准化和高效化。

(二)情感化传播:叙事重构与参与激活

符号升维策略。“城市超人”守护计划将外卖骑手等户外劳动者建构为“城市超人”这一劳动偶像,赋予他们城市守护者的崇高形象。通过《烈日下的坚守》《风雨中的奔波》等300余篇报道,从不同角度展现户外劳动者的辛勤付出和奉献精神。这些报道通过“甬派”客户端、公众号、视频号等新媒体平台广泛传播,形成全方位的传播矩阵。全网阅读量破亿,引发了社会对户外劳动者的广泛关注和尊重。

轻量化参与设计。为了激发公众参与社会治理的热情,开展了“微心愿”征集活动。活动通过线上线下相结合的方式,广泛收集户外劳动者的意愿。市民可以根据自己的能力和意愿,认领心愿并帮助实现。截至目前,已实现3000余个精准帮扶,让户外劳动者的个性化需求得到满足。“城市超人”守护计划的“夏送清凉”“冬送温暖”活动,在“甬派”客户端直播及报道,累计吸引超过500万网友互动交流,网友们通过评论留言等方式表达对户外劳动者的关心和祝福,形成了全民关心关爱户外劳动者的良好氛围。

(三)创新保障:构建长效机制
在可持续发展设计上,工会安排年度300万元预算投入,这体现了工会组织对基层社会治理的重视和支持。工会资金的注入,为“城市超人”守护计划提供了稳定的资金来源,切实使工会驿站成为户外劳动者常态化服务阵地,定期更新物资、优化服务,爱心企业与志愿者也建立起长期帮扶机制,根据实际需求不定期捐赠物资,开展志愿服务。这种长期相对稳定的合作关系,保障了户外劳动者能够持续得到关心和帮助,推动基层社会治理的长效化发展。

二、以文化人:塑造社会治理价值认同

(一)移民文化的现代转译
历史基因激活。宁波作为“海上丝绸之路”的重要起点,具有深厚的包道传统。这一历史基因在“城市超人”守护计划中被充分挖掘和转化。在温暖礼包中融入汤圆等

构建以主流媒体为主导的全媒体传播体系

□袁华

差异化的专属标签;迥异的平台气质,都是基于传播规律和用户需求而产生,有的平台是权威发布的主力军,有的平台是生活服务的百科专家……融媒发展,只有在各自垂直领域形成独特优势,整体呈现多元化、纵深化发展场景,才能为市场导入奠定良好基础。

运用产品思维,以技术引领为平台赋能
任何平台的发展都伴随着技术赋能,主流媒体只有加大技术投入,才能打造更加智慧的全媒体平台。按照习近平总书记“将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中”的要求,必须对新媒体的内容生产重新赋能,积极探索智能化技术创新应用,推动主流媒体向数字化、社交化转变,以用户为导向构建产品思维,为融媒发展、全媒体传播体系的构建注入智能动力。

用互联网思维主导系统资源配置
人才是新闻媒体赖以生存的核心资源,全媒体传播格局对新闻采编队伍的要求不断提高,媒体融合的高速发展,决胜在人才队伍,所以一定要把最优秀的记者、编辑力量放在媒体融合传播的关键岗位上。

建立内容、技术、产品高度融合,能够作出即时响应的生产流程和组织架构,管理流程规范,优质资源汇聚,强化机制保障,激发创新活力,流程再造,在一体化运营模式下,探索高效能的组织和管理考核机制,激发采编人员的积极性和创造力。

融媒平台既要正能量,又要大流量。正能量是总要求,大流量是真本事。将互联网的及时性、互动性渗透到策采编播发各个环节,坚守媒体的三级审校制度,实现多平台统一的新闻采集、聚合与分发,高效联动、及时反馈用户意见,通过创新引领和技术驱动,促进自有平台、社交平台与频道频率的对接融合,不断拓展互动

融媒品牌是无形资产,品牌的塑造和服务是共生关系。在融媒发展的赛道上,各地的客户端、融媒矩阵或专业化、或垂直化,借鉴特色品牌思维,各平台为自己贴上

差异化策略,擦亮自己的品牌标识

融媒品牌是无形资产,品牌的塑造和服务是共生关系。在融媒发展的赛道上,各地的客户端、融媒矩阵或专业化、或垂直化,借鉴特色品牌思维,各平台为自己贴上

宁波特色地域符号,这些具有浓郁地方特色的物品,不仅是物质上的馈赠,更是文化的传递。新市民在收到礼包时,能够感受到宁波的地域文化,从而增强对城市的认同感和归属感。

身份认同建构。通过“城市超人”守护计划,以外来务工人员为主体的户外劳动者逐渐认同“新宁波人”身份。他们不仅在物质上得到帮助,在精神上也受到尊重和关爱。越来越多的户外劳动者化身“移动探头”,积极参与城市管理。他们在配送过程中,发现城市基础设施损坏、环境卫生问题等,会及时通过平台反馈给相关部门。这种爱心回流,促进了新老市民的融合,增强了城市的凝聚力。

(二)关爱文化的仪式建构
周期性文化仪式。春节前后吃年糕,寓意“年年高”;元宵节吃汤圆,寓意“团团圆圆”……这些宁波的文化传统,在“城市超人”守护计划中得到充分体现,如在元宵节的工会驿站,给返乡的户外劳动者提供热气腾腾的汤圆,这些活动就像周期性的文化仪式,逐渐增强“新宁波人”对宁波关爱文化的认同感。

道德景观营造。宁波是一座以“爱心”闻名的城市。从青岛来甬就医女教师6天内捐得62万元医疗费费的2300名宁波市民,到连续26年向慈善总会匿名捐款累计高达1686万元的“顺其自然”……这些故事,让宁波一次次登上全网热搜榜,也使人们看到这座城市基因里浓厚的“关爱文化”,以及在这种文化熏陶下孕育出的温和温暖的城市气质。这次“城市超人”守护计划实施期间,“棉鞋奶奶”李文清再次把亲手编织的90双棉鞋送给“城市超人”。“棉鞋奶奶”事迹,通过“甬派”客户端等媒体报道,引来更多市民的“爱心潮”。

(三)治理文化的双向渗透
价值传导机制。“甬工骑士”志愿服务队由88名受助者转化而来,他们从接受关爱到主动奉献,实现了价值的双向传导。这些曾经的受助者,在感受到社会关爱后,积极参与志愿服务。目前,仍在不断发展壮大的“甬工骑士”志愿服务队,常态化开展“能量后备箱”等随手志愿服务,在服务其他“城市超人”的同时,积极为基层社会治理出力。例如,他们利用自己熟悉城市道路、了解市民需求的优势,为社区居民提供便利服务。这种价值传导机制,不仅增强了户外劳动者的社会责任感,也为基层社会

构建以主流媒体为主导的全媒体传播体系

□袁华

形式和产品样态,改善用户体验。媒体跟帖、评论区是主流媒体融媒矩阵的重要内容,管控好评论区的各类信息,体现了主流媒体的政治站位和管理能力。在与受众互动交流过程中,对于受众提出的意见和观点,要及时做出回应,发现问题及时改正;对于受众提供的新闻线索,要及时回复,派出记者进行跟踪采访与深度调查,帮助群众解决难题。

以市场化运营模式,开拓可持续发展路径

能否盈利,是检验平台是否可持续发展的关键标尺。相较于传统媒体靠影响力创造价值、靠收视率激活广告的传统运营模式,媒体融合、移动优先则更具开放、灵活的竞争优势,互联网思维及模式可以作为主流媒体与产业、市场、平台嫁接的连接器,实现融媒矩阵与传统媒体的共赢。

主流媒体在专业化内容生产中,要勇于参与市场竞争,探索融媒广告、短视频定制、知识付费、电商直播等营收模式,实现营收转化和产业生态布局,提升媒体的商业价值和创收能力。

要不断优化融媒矩阵的覆盖面和影响力,在文化、健康、民生、影视等百姓关心的领域开疆拓土,抢占内容风口,创新内容赛道,最大程度实现内容全覆盖,进而通过内容营销释放流量潜力。

在新闻+政务服务商务中寻找空间,与党政机关单位开展政务类合作,为用户提供服务拓展,通过探索与政务、服务、商务的有效结合点,找准既符合媒体导向定位,又适合融媒发展要求的市场化运营之路,增强自我造血机能,激发创收效能。

对于媒体融合发展这条新长征之路,我们要准确识变、科学应变、主动求变,通过系统性变革,做好流程再造、管理重塑,在实践中摸索符合自身发展的路径和传播规律,推动主流媒体融媒建设高质量发展,构建以主流媒体为主导的全媒体传播体系。

(作者单位:山西广播电视台)

治理注入了新的活力。

文化治理效能。“城市超人”守护计划执行过程中,相关话题多次登上微博同城热搜榜,为宁波蝉联“幸福感城市”助力。这充分展示了文化治理在提升城市形象和社会凝聚力方面的显著效能。通过该计划,宁波的城市文化得到进一步传播,市民的幸福感和归属感不断增强。同时,也吸引了更多人才来到宁波,为城市的发展注入新的动力。

三、活动启示:媒体参与治理的实现路径

机制构建路径。面对资源碎片化的问题,党媒凭借自身的公信力,整合工会、企业、社区、市民等多元主体。党媒不再仅仅是信息传播者,而是成为资源整合者与平台搭建者。构建党媒主导的“五方联动”模型,明确各方职责和分工。工会提供政策支持和资金保障,企业提供物资和技术支持,社区负责具体实施和服务,市民积极参与志愿服务。宁波日报报业集团则安排“周周说”融媒工作室执行“城市超人”守护计划,通过专业团队的运作,确保计划的顺利实施。“城市超人”守护计划的报道中,融入城市的历史故事、人文精神,让市民在接受信息的同时,也受到文化的熏陶,增强社会凝聚力和价值观认同感。

文化驱动路径。利用文化符号消解群体隔阂,是“城市超人”守护计划的重要经验。通过挖掘城市文化内涵,运用地域感和归属感等,增强市民对城市的认同感和归属感。形成可复制推广的“媒体+文化+治理”标准化方案,为其他城市提供借鉴。通过情感动员策略,以城市文化特质潜移默化地影响市民。例如,在“城市超人”守护计划的报道中,融入城市的历史故事、人文精神,让市民在接受信息的同时,也受到文化的熏陶,增强社会凝聚力和价值观认同感。

生态培育路径。为解决可持续发展困境,设计生态化运营机制。整合工会、企业、社区、市民等多元主体,形成长期稳定的合作关系。通过专业团队运作,实现资源的优化配置。同时,注重培养市民的参与意识和社会责任感,形成全民参与的的良好氛围。通过生态化运营机制,保障基层社会治理的持续推进,实现社会治理的良性循环。

(作者朱宇系宁波日报报业集团副总编辑,龚哲明系宁波日报报业集团社会新闻部主任记者,周琼系“周周说”融媒工作室负责人)