

“善亭叙事”如何塑造温州城市新形象

□周俊明

一群老人于1972年众筹建起的红日亭,历经半个世纪已裂变成为120座善亭组成的善亭家族。这些散布在浙江温州12个县(市、区)的120座善亭,义工超6000人,这在全国都是现象级的题材。

作为长期跟踪这一现象的媒体人,我们见证地方媒体如何通过持续叙事,将砖瓦构筑的物理空间升华为城市精神图腾。温州市新闻传媒中心以《亭亭有光 温州百座善亭的民间创举》为题全景式扫描、深层次解读善亭文化,这不仅是对一场民间慈善运动的记录,更是对城市慈善基因工程的重构。

叙事框架:编织善亭的文化意义之网

温州人行善,有文字记载的历史,至少可以追溯到宋代,永嘉学派诸位“以民穷为己任”,呼吁结人心,纾民困,宽民力。可以说,温州人受永嘉学派、家风家训等中华优秀传统文化的浸润,又受勤劳朴实、同舟共济的海洋文化影响,因此,温州善亭文化有着深厚的文化基因。

在《亭亭有光 温州百座善亭的民间创举》一文中,作者将当代善亭锚定于800年伏茶传统,强调1972年一群热心的温州老人,你一砖我一瓦“众筹”,在温州市区涨桥头修建水泥凉亭是千年善脉的现代表达。

代际传承层面,聚焦组织化接力破解慈善断层隐忧。媒体刻意放大两类符号:破发义工如瑞安方松山茶亭创始人褚善银火12年凌晨4点烧茶的背影,与高校和中小学学生在红日亭社会实践的青春面孔。孙兰香自2010年加入红日亭志愿服务队伍,一干就是10多年。在她的带领下,志愿团队逐渐发展到100多人。其中有不少人,是年轻的“80后”“90后”。这种“老带新”的叙事闭环,将个体坚守转化为制度化传承。

创新变革层面,展现善亭始于茯苓,公益内容与方式的不断创新。媒体敏锐捕捉到乐清自香亭的田园实践,赋能慈善公益形成良性循环。义工种植的蔬菜既送孤老又售市场,所得反哺慈善,形成“土地—作物—资金—服务”闭环。这种“田园慈善”叙事与龙港“药房茶亭”、温州市区S1线三垟湿地公园出站口附近的榕心亭“新业态群早餐工程”共同构成创新图景,使善亭从情感符号进阶为可复制的治理模型,为基层公益提供可复制的“温州方案”。

认同激活:从故事到行动的转化机制

媒介叙事的深层功能在于催化地方认同。作品中,受助者变捐赠者,华侨万里送暖等动人故事,立体呈现了“亭亭有光”的精神感召力,具象诠释了共同富裕的深层内涵。

在受助者变捐赠者的原型故事中,泰顺蓝女士20世纪80年代到温州市区谋生,陷入困境,身无分文,红日亭的一碗茶鼓励着她。后来,经过10年拼搏,蓝女士在温州创业有成,反哺社会,主动成为红日亭的捐赠人。还有归国华侨捐赠10万元给榕心亭的细节,这些朴实的叙述中蕴含着升腾的力量,展现了慈善基因在历史长河中的赓续传承,更构建起“善行可循环”的认同。

当叙事从情感共鸣转向行动号召,鹿城区“一街(镇)一亭一品一特色”培育计划成为关键媒介事件。该培育计划累计建设18家善亭组织、500多个茯苓点,有力改善了辖区低收入家庭、困难群众的物质生活,真正把慈善做到了老百姓家门口。

这种叙事转向助推善亭从自发行为转为社会治理工具。2021年以来,瑞安市慈善总会和瑞安市无党派人士联谊会共同发起“云江暖心亭”慈善项目,整合老亭,发展新亭,整合23座老茶亭,统一纳入项目运作和管理,媒体将之称为“慈善连锁模式”,引发市内外诸多慈善团队来访问研。

城市重构:温州大爱之城的形象认证

在《亭亭有光 温州百座善亭的民间创举》报道中,一组组扎实数据令人震撼:120座善亭覆盖温州12个县(市、区),6000余名义工;红日亭年活动500余场,服务社区100余个,惠及20万人次。

作为“家门口的慈善”,善亭已从温州的地方实践升华为全国性慈善标杆,如红日亭入选第三批全国学雷锋活动示范点,获中央文明办盛赞。

温州的120座善亭,其背后是一个庞大的默默奉献的志愿群体。温州市基层治理现代化研究中心主任、温州大学法学院教授吴素雄说,善亭文化不仅传承了温州人勇于创新、乐于助人的精神底蕴,更以深厚的社会责任感及广泛的群众参与度,打通慈善“最后一公里”,扎实推进慈善事业高质量发展,为助力中国式现代化和全体人民共同富裕作出贡献。

可以说,通过弘扬城市精神,以“小亭大爱”诠释“商行天下”与“善行天下”并重的温州人精神,为中国式现代化背景下的慈善事业高质量发展提供鲜活范本。

通过《亭亭有光 温州百座善亭的民间创举》,回望“善亭叙事”,作品在前期大量和扎实的采访基础上进行谋篇布局,以亭亭有光、亭亭有爱为引领,从“善亭之源”“善亭之传”“善亭之变”3个方面,生动刻画了善亭背后的爱心义工群像典型。同时,还通过“三化”建造精神城池:符号化,将凉亭砖瓦转化为道德地标,将伏茶热气意象为城市体温;故事化,把文化传承浓缩到个体、个案身上,生成情感传染链;模式化,把善亭经验探索总结为标准化制度,供复制推广。唯有让叙事与时代共振,才能使这些遍植瓯越大地的精神灯塔,持续照亮中国式现代化的探路征程。

(作者单位:温州市新闻传媒中心)

AIGC技术对主流媒体转型发展影响与应对策略

□胡芳

随着数智时代的到来,AIGC(人工智能生成内容)技术的广泛应用,使传统主流媒体的新闻业态、生产方式和传播逻辑正在发生深刻变革。从技术的革新到人机交互服务的创新,从平台建设到全媒体发展布局,AIGC技术正不断重塑人们对媒体内容生产、传播的认知与期待。

AIGC技术为主流媒体带来新发展机遇

AIGC技术通过提升媒体内容生产效率——快速生成视频脚本、数据分析、用户画像等内容,让主流媒体内容生产有了“加速器”,其定向生成内容、优化用户体验等优势重构着媒体生态,在推动传播模式转型升级的同时,也为主流媒体带来了新的发展机遇。

一是内容呈现更丰富。用AIGC技术自动生成文本、图像、音频、视频等内容已在不同领域广泛应用。其中,文本生成技术已应用于创作诗歌、故事、营销文案等方面;图像生成技术根据所需元素快速生成各种风格的插画和艺术作品,也让媒体的版面、栏目更为耳目一新;音频方面,AIGC可以将文本转换为语音,生成带有背景音乐和音效的音频内容,目前,中央广播电视总台等主流媒体已陆续推出AI主播,播报科普类、新闻类广节目;在视频生成方面,“文生视频”技术也如雨后天春笋般涌现,并被各大主流媒体广泛应用于全国两会等重大主题报道领域。目前,不仅广电行业纷纷推出数字人主播,一些报业集团也开始了数字人读报的尝试和探索。未来,“文生视频”或将与主流媒体更多业务板块融合,催生出更多新型业态。

二是视觉表达更多元。AIGC技术视觉素材生成效率相比传统手绘提升数十倍,有效提升短时间内的视觉素材批量处理能力,实现大批量图片风格统一化处理,自动化处理流程提升了主流媒体设计、绘图的创造力和效率。

此外,AIGC可以突破单一风格局限,有助于激发人力意想不到的创意,实现不同绘画、设计风格之间的解构重

组,形成跨维度的有机融合,创造全新的视觉表达语言。

三是个性化定制更便利。如在文字生成领域,可指定写作风格,用某种特定风格生成文本,在视觉设计领域,可结合用户偏好,瞬间生成不同风格、不同形式的图案变体,满足定制化生产需求。

四是人力成本更集约。如使用AIGC技术进行文本生成节省了传统人工写稿的成本;批量化的视觉素材处理也有助于节省视觉创作的成本;音频、视频播报可以24小时不间断进行,既节约了人员成本,又可以减少人员播报过程中的主观失误,实现海量内容自动化生产。

AIGC在媒体内容生产中的问题和局限

AIGC技术对主流媒体数字化转型产生深刻影响,其在内容生产、传播模式、用户交互等方面均对媒体生态带来巨大改变,与此同时,AIGC技术便利性也存在双刃剑效应,其在主流媒体应用中的价值导向、新闻事实、伦理安全、知识产权等问题也不容回避和否认。

一是内容同质化、类型化严重。AIGC技术创作的文本内容,行文风格被很多受众评价为初看惊艳,再看浮夸,辞藻华丽掩饰不了背后的内容空洞,看多了都是一种感觉。此外,AI写作太过于注重“精确性”,也造成了文学想象的缺失。很多不需要精细描写的内容,如若适当留白,能给人无限想象空间,而AI创作往往不遗余力地精确到每一个字眼,意境全无。此外,AI文风过于机械和缺乏辨识度也备受诟病,对生僻词的大量使用和过度依赖,对数据精度的强迫症式对标,也影响着大众阅读理解的观感。

二是新闻产品的真实性不能保证。AIGC技术使用的数据如果有偏差,或者已经过时,如果被抓取用来生成突发新闻,可能会因为内容失实或滞后而受人质疑。AIGC为新闻生产提供便利化的同时,我们也必须正视,目前互联网

上有些标注“文章由AI生成”的所谓新闻,不同程度存在事实不清、前后矛盾、逻辑混乱等问题。时效性、真实性是新闻的生命线,新闻的真实性、权威性是主流媒体内容与海量互联网信息的重要区别,AIGC生成的新闻,有可能是几个新闻事实要素生拉硬凑成的一篇假新闻,也有可能是“压缩包”数据生成的“老皇历”旧闻,凡此种种,因信息源的模糊不清、真假难辨,难免会让“杜撰”有可乘之机。

三是版权和新闻伦理存在争议。AIGC生成的内容,版权归属是谁,是否存在侵权抄袭的争议?AIGC生成的新闻产品,相关权利义务对应人是谁?如果新闻事实出现偏差,又应该哪个流程来承担相应的责任,是数据开发人员,还是媒体机构生产流程上的相关人员?如果作品标注“文章由AI生成”,是否会影响到对媒体的信任度?不同媒体使用AIGC的底层逻辑和质量管控目前尚存在较大差异,下一步是否需要制定统一的标准,都是有待进一步完善和规范的问题。

四是AIGC在写作风格和思考深度方面存在短板。不可否认,AIGC存在快速生成的优势,但在深度报道、调查研究等方面全然不占优势,其对新闻舆论导向的引导能力、对新闻事实的逻辑结构能力,对行业整体的横向思考能力、对新闻纵深的专业判断能力也明显缺失。

构建“技术赋能+人工把关”的生产模式

综观目前主流媒体新闻生产模式,AIGC技术融入内容生产的潮流已经势不可当,在此过程中,需要尽快厘清AIGC与人力的局限和边界,以及AIGC与人工生产之间的关系,平衡好技术和人力的问题,做好效率和深度的结合。

诸如数据检索、模板化写作、数据分析、图表生成等重复性工作,可以借助AI完成,或者由AI生成初稿,后期由人工加工完善。AIGC文本生成效果依赖于数据采集的质量优劣,鉴于AI可能生成虚假信息,如制造假新闻、假图

党报评论“老树开新花”的年轻态传播探究

——以湖南怀化日报社评论融合创新为例

□周依琴 向湘龙 黄莎

今年是习近平总书记作出“加快传统媒体和新兴媒体融合发展”重要指示12周年。这些年来,在媒体深度融合发展的大潮中,湖南怀化日报社坚持导向为魂、内容为王、创新为要,流量和效果说话,创新评论年轻态表达方式,在移动端打造了“五溪时评”“沅水号子”“劳评新闻”等品牌产品,充分发挥了主流媒体“定音鼓”“风向标”作用。其中,“五溪时评”被湖南省委网信办评为优秀网评栏目,700余篇时评被人民日报人民网、“学习强国”学习平台、《湖南日报》、新湖南、红网、芙蓉网评论等转载刊发,部分作品获湖南新闻奖。

内容“破题”找准年轻态思维角度

内容建设是党媒发展的安身立命之本,也是推进党媒年轻态建设的根本所在。怀化日报社对年轻受众的行为特征、思维方式进行深度分析,紧盯社会热点,“捕获”年轻受众的注意力,用“小故事”讲好“大道理”,使评论内容接地气、有灵气、有新意,让年轻受众群体喜闻乐见,以“正能量”汇聚“大流量”。

比如,2024年11月“理发师晓华”火爆网络后,怀化日报社迅速抢抓热点,在全网率先推出《剪出10万+!怀化“发型师晓华”靠什么火爆全网?》《“流量”变“留量”,怀化做对了什么?》等深度述评,先后被人民日报人民网、“学习强国”学习平台等20余家媒体转发,全网阅读量达100万+。“五溪时评”及时跟进,推出《怀化,一座“懂你”的城市》等60余篇时评文章。同时对重要评论中精要观点进行二次创作,推出视频类栏目“劳评新闻”,《“晓华”爆火,怀化如何抓住网络机遇?》等作品形成多角度、多方位的立体评论矩阵。

怀化日报社还抓住年轻受众关心的教育、就业、成长等问题来做引导,及时推出观点鲜明的评论,实现了从“触达”到“触动”再到“行动”的转变。例如,《雷锋精神不只是时代符号》通

过年轻态语言表态,引导青年践行雷锋精神,2023年怀化市共有1.5万人参与“微心愿”行动,完成困难家庭“微心愿”7800个。《好一场青年与家乡的“双向奔赴”》以故事化小切口,引导青年回乡创业,取得较好社会反响,2000名大学生参与到“返乡乡”社会实践活动中。

平台“破圈”运用年轻态传播手段

党报评论的改进不应局限于观点内容和语言风格,传播手段同样是很重要的创新突破口。在移动互联网时代,年轻受众大多从网络平台获取新闻、传播新闻,这也意味着主流媒体要改变“你来或不来,我都在这里”的心态,取而代之以“用户在哪里,我就延伸到哪里”的姿态去拥抱年轻受众群体,加快推进媒体深度融合发展,创新传播方式和手段,占领信息传播制高点。

怀化日报社推进媒体融合纵深发展,积极搭建网络平台,有效利用平台传播的特征优势,将流失的受众聚集起来,形成协同共建、差异互补的传播矩阵,让互联网“最大变量”转化为评论传播的“最大增量”,不断拉近主流媒体与受众的距离,努力建立情感联结。

2024年2月,怀化日报社整合精干力量,创新推出述评类公众号“沅水号子”,致力打造特色鲜明的地方性言论品牌,《看怀化冷链何以成为“热”产业》《两个关键词,解码这趟揽才“高校行”》《产业要高技能人才,怀化如何答好这道“融合题”》等40篇深度述评被1000万+,达到围绕中心、服务大局、凝聚共识、同频共振的效果。“五溪时评”经过10年探索,已成为特色鲜明的评论品牌,在疫情防控、防汛救灾等关键时期,发挥了舆论宣传的主阵地作用。为适应互联网碎片化、浅阅读的习惯,怀化日报社还构建了“劳记者”这一IP,以更丰富的表达、更鲜活的语言吸引受众,实现评论产品从“纸”到“屏”、从“静”到“动”的转变。“一个媒体平台办得好不好,看评论

区热不热闹就知道。”怀化日报社十分注重与网友的交流互动,有针对性地回应受众的诉求表达。例如,在《“以旧换新”怀化落地政策要来了,你准备好了吗?》作品留言区,小编就网友关切的补贴政策进行了解答;在《做好减负赋能“加减法”,让基层活力迸发》推出后,小编将网友提出的“重复检查”等问题反馈给了相关部门,形成良性互动。

产品“破壁”丰富年轻态语言表达

《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,中国网民规模达11.08亿人,较2023年12月增长1608万人,互联网普及率升至78.6%。其中,19岁以下网民达1.85亿人,占网民整体的16.7%。从数据可以看出,我国网民年龄结构呈现多元化、年轻化特征,年青一代逐渐成为主流受众群体。

受众结构和阅读偏好决定了主流媒体不能孤芳自赏、自说自话,要进一步吸引年轻受众,引导广大青年树立正确价值观,必须打破以往风格较为保守、表达方式过于严谨等刻板印象,改变“上传下达”的说理姿态,采用生动活泼的“网言网语”,以更多贴近年轻人的语言和互动方式,把“有意义”的观点表达得“有意思”,引起年轻受众的互动和共鸣。

《生动的学习,从读党报党刊开始》积极引导受众从党报党刊中吸取智慧和营养;“‘篮’不住的狂热之夏”切中年轻人关注的“村BA”赛事;《你和爱情的距离有多远?》从大型相亲活动观察年轻人的爱情观;《这场座谈会上,10位青年代表共话青春使命》叩问并回答了“何为青年,青年何为”,这些评论不但传递了正能量,还与年轻受众建立了更深层次的情感连接,让评论更具年轻态、潮流范、共情性。“这位Tong老师靠什么抓住顾客的心”“不要这样玩‘梗’”等一些热辣生动的语言,贴近青年的选趣,让众多网友由“路”转“粉”。当然,加强语言互动的同时也要注意语言得当,既要吸引更广泛的受众,向他们传递社会主义核心价值观和

片、假视频等问题,还需完善针对AIGC产品的内容审核机制。

在编校流程中,不能完全依赖技术对新闻产品的纠错能力,生产流程上的人工核实不可或缺且至关重要,必须严格执行三审三校制度,不能流于形式,对关键事实、关键判断必须进行人工审核。

与此同时,采编人员还需提高对AIGC技术的驾驭使用能力,加强对算法的了解和掌控,推动AIGC技术从工具使用向认知耦合发展。AIGC技术绝非简单地对人力的替代,二者是互补而非对立的关系,需要有效协同,发挥各自的优势,在数据处理分析、标准化、自动化任务上,让AI物尽其用;在创意创造、价值判断、情感共鸣等人类擅长的部分,还需坚持采编人员践行“四力”的深度调查,以及保持对社会议题的深度思考,同时对AI生成的新闻进行交叉验证,避免算法误判。

对于AIGC技术的内容同质化以及对一些专有名词、时代背景理解偏差等问题,在媒体内部,需要建立行之有效的机人机协同模式,即以技术生成作为辅助,以采编人员为主导的新闻生产模式,充分发挥采编人员的主观能动性,在人工审核、人工决策的基础上,强化重大选题的创意策划,把控选题方向,注入人文关怀和深度思考,提升人机协作水平。

总而言之,技术的进步始终服务于社会发展需要,AIGC技术的广泛应用,也是致力于为主流媒体内容生产赋能的。无论时代如何发展,无论技术如何迭代,依然需要采编人员在新闻内容生产中发挥主导作用,在媒体内部,或可构建“技术赋能+人工把关”的生产模式,使创新势能转化为升级动能;在整个行业,亟须建立对AIGC技术使用的规范和标准,确保行业内部有规可循;在社会层面,需要警惕技术异化风险,建立技术研发、媒体机构、监管部门、受众用户的多方协同体系和相互监督机制,才能实现AIGC技术在主流媒体应用中的健康良性发展。

(作者单位:中国文化报社)

正能量,又要守好“卖萌”底线,谨防“低级红”“高级黑”。

团队“破冰”打造年轻态人才队伍

评论之要,惟在得人。做评论,如何让受众产生共鸣,自然而然地增强认同?培养年轻的评论员队伍是重中之重。全媒体时代,年轻的评论员是推进党媒年轻态建设的排头兵、生力军,他们更熟知年青一代的思想及语言,更容易实现与年轻受众的连接。

特别是从近年来频频“出圈”走红的党媒平台来看,其背后不乏有思想、有才情、有创意的年轻人,这就要求我们要不断完善年轻干部选拔培养机制,给年轻人搭平台、压担子,让年轻人挑大梁、当主角,让有为者有位、优秀者优先、能干事者上。

怀化日报社打破评论员由资深编辑记者担任的老套路,大胆起用年轻人,组建“5+6+N”的评论员队伍,是全国地市党报中一支独具特色的年轻评论团队。“5”即理论评论部5名骨干评论员,平均年龄29岁;“6”即6名评论兴趣小组成员,平均年龄32岁;“N”即全市百余名年轻的网评员。这些新生力量虽然年纪轻,但理论水平可不“轻”,他们具备较强文字功底,有的是服务市领导时政记者,有的是高学历的新闻专业人才,有的是具备丰富网评经验的“网络大咖”。

怀化日报社对青年人才“高看一眼、厚爱三分”,大胆破除部门壁垒,推动年轻人才流动,在职称晋升、评先评优等方面给予倾斜,不断激活年轻团队拼搏向上的劲头、创新创作的活力,形成高效化的工作生态。

目前,主流媒体正发生系统性变革,对于地市党报评论工作而言,这既是机遇也是挑战。怀化日报社将继续探索评论表达年轻化方式,以丰富内容、生动表达、多元传播,影响青年、引领青年、服务青年,努力凝聚年轻态群体思想的“最大公约数”,不断提升党报评论的传播力、引导力、影响力和公信力。(作者单位:湖南怀化日报社)