

观点速览

以世界级视听艺术
讲好中国故事

国庆档开启，也意味着电影市场即将步入年度收官。目前，我国在战争、奇幻、动画等高度工业化类型片中，已拥有成熟的技术——《战狼2》、《志愿军》系列展现出对大规模爆破与复杂场面的调度能力；从《哪吒之魔童降世》到《长安三万里》，动画工业也实现了高品质内容的持续产出。未来，随着在顶层设计、世界观构建与长期资本布局等方面的持续投入，我们有望打造出不仅具备市场爆发力，还拥有文化延续力的系列IP，推动中国电影从“高产”走向“高能”，创造出属于自己的长盛不衰的“漫威宇宙”。

国庆档的热闹，展现的是中国电影工业日益强健的“体格”，中国电影正步入一个全新的阶段：从过去的借鉴与追赶转向以我为主。其核心任务在于，运用独特的叙事与本土化表达，塑造能跨越国界的文化符号，并建立根植于中华优秀传统文化的独立美学体系。从《封神》系列的恢宏史诗到《长安三万里》的盛唐气韵，无不证明我们已走上一条将先进工业技术与深厚文化内涵深度融合的道路，不再是技术上模仿，而是以世界级的视听艺术讲述独一无二的中国故事——这正是中国电影工业最独特的优势所在。

(10月4日 华声在线 周泽中)

网络公德是网民的必修课

《新时代公民道德建设实施纲要》中指出：“网上行为主体的文明自律是网络空间道德建设的基础”。网络空间不是法外之地，更非道德洼地。网络时代，践行网络公德是每个网民的必修课。

网络空间的“有所不为”，是践行网络公德的第一课。匿名性带来的“面具效应”，让部分人情绪宣泄变得毫无顾忌；有人为博流量造谣传谣，有人躲在屏幕后用恶语发起网暴，还有人随手转发未经考证的“伪科学流言”……这些行为破坏网络共识、伤害他人权益。“不为”是对规则的敬畏，不踩造谣、传谣的红线，不越人身攻击的底线，不碰漠视真相的警戒线，才能守住清明网络、文明上网的基本盘。

“有所不为”是网络公德的底线约束，“有所为”则是网络文明的积极建构。在网络空间，仅靠“不为”规避乱象，填不满网络文明的空白；唯有主动“有为”，才能培育良好网络生态。要为“理性发声”而为。算法可能编织的信息茧房，容易让人陷入“片面真理”的误区，保持独立思考尤为可贵。看到热点不盲从，遇到争议不躁进，让观点经事实验证，用“求同存异”的心态交流。每一次负责任的“键盘敲击”，都是在为凝聚网络共识搭建桥梁。要为“美美与共”而为。多元是网络空间的底色，不同立场、视角的碰撞，应是思想的“催化剂”。践行网络公德，是要尊重差异、包容多样，不扣“帽子”、不贴“标签”，不突破文明交流的边界。网络讨论的本质是探求共识，需慎思明辨，让网络空间成为兼容并蓄的“精神家园”。

每个网民更要做好“为”与“不为”的平衡，不做网络乱象的参与者、助推者，争做网络文明的践行者、建设者。

(9月24日 中国文明网 周阳)

让网络评价回归真实

“职业弹幕人”听起来新鲜，其实不过是重新“乔装打扮”的网络水军，他们的所作所为，实则就是直播时代的“刷好评”。可千万别被这个听似温和的表象所蒙蔽，发布虚假信息、人为制造热度，往轻了说是虚假营销、不正当竞争，往深里究，或涉嫌商业欺诈。

当操纵评论成为一门“好生意”，这对我们来说，到底意味着什么？短期看，走此“捷径”的商家可能确实会快速获利，快速增长的营收和人气也会让平台有所获益。但长期看，假的就是假的，虚假营销的热度终究不可持续，当骗局被拆穿时，好不容易建立的人与人之间、消费者与品牌和平台间的信任也将被严重折损，而对于靠提供更高效精准、供需匹配而起家的平台来说，信任恰是自身长久发展的根基。当“刷好评”影响了平台的生态，整个评价体系走向失真，消费者将毫不犹豫“用脚投票”。

或许有人会说，既然水军刷屏、控评防不胜防，那么脱离评价就可以摆脱操控。事实上，试图完全脱离评价，只能是一种幻想。且不说，在信息爆炸、选择过剩的时候，我们需要各种评价体系来作为认知的索引；如今，平台经济已如此深且广地植入我们的生活，从吃穿住行到各种决策，我们都难以逃离各种网络评价。因此，治理“职业弹幕人”等水军乱象，让评价体系加速回归真实，让扭曲的传播回归正常，才能重塑社会信任，激发更多社会活力。

(9月24日 光明网 光明网评论员)

区域性媒体文化传播实践路径探析

□范璐

近年来，各地立足本土文化资源，大力实施文化和旅游融合发展战略，做了很多有益的尝试。大量优秀文化产品、文化活动在丰富人民群众精神文化生活的同时，极大地提升了中华文化影响力。在文化传播过程中，新闻媒体发挥了重要作用，一些区域性媒体积极创新表达方式，深度参与本土文化传播。本文结合山西媒体近年来文化传播实践案例，阐述区域性媒体在文化传播中的作用，试图揭示如何借助媒介实现文化传播创新发展，为地域文化传承与传播提供借鉴。

策略创新：
从单向传播到多维共振

作为中华文明重要发祥地之一，山西拥有深厚的历史文化积淀与丰富的地方文化资源。近年来，山西媒体作为区域文化传播的核心载体，通过在内容生产、渠道分发、技术应用等方面的探索，逐步突破传统单向传播局限，形成层次分明、效能聚合的多维传播体系，推动山西文化从自觉走向自信。

深度内容挖掘是核心抓手。2025年8月，第七届山西文博会期间，举办了山西省文化传承发展典型案例发布活动，《山西晚报》推出《山西省文化传承发展典型案例推介》特刊，形成广泛传播效应。传统的“典型推介”一般以案例呈现为基本样态，而在《山西晚报》的这次推介报道中，充分展示了传统媒体的深度报道能力，并将之成功转化为文化传播竞争力。所有案例均由记者实地走访形成一手素材，完整覆盖项目实施细节、文化价值逻辑与发展成效，特刊既成为文博会上关注的焦点，又具备了长期收藏的文化价值，实现从信息传递到价值沉淀的升级。

热点协同策划是关键路径。2024年国产游戏《黑神话：悟空》上线首月，全网话题阅读量突破80亿次，《山西晚报》敏锐捕捉、深度挖掘游戏中27处山西古建筑景观的传播价值，推出了典藏特刊《何以山西》。特刊打破了传统媒体“典型推介”的单向输出模式，扩展为集宣介、游览、互动、收藏为一体的文化产品。在系统梳理27处古建筑的历史档案、挖掘古建筑文化内涵的基础上，创新采用镂空封面、“如意金箍棒”筒状包装、盲盒文创等更受年轻受众欢迎的形式，配套“通关文牒”打卡页，构建了“热点借势+文化解

读+创意呈现”的复合传播模式。媒体融合传播是支撑体系。2025年第四届全民阅读大会期间，《山西日报》推出文化名人参与的MV融媒音乐新闻故事《阅启新章》，以“内容+艺术+新媒体”形式实现全网2000万人次观看，其中抖音平台单条视频最高播放量达186万次；山西广播电视台《首席体验官》《我是传承人》系列视频，通过“传统媒体内容+新媒体分发”的国际传播策略，在脸书、TikTok等平台累计播放30亿次，覆盖全球120余个国家和地区的受众。山西经济日报社的“山西省‘中国历史文化名镇名村·中国传统村落’”系列纪录片及衍生的短视频、直播、H5等内容，在微信视频号、抖音等平台总播放量超2000万次；新华社山西分社“古建山西”融媒体报道累计生成图文、短视频等作品120余条，全网总浏览量突破1.2亿次。这些媒体融合传播实践，均通过多渠道协同打破传统传播边界，形成文化传播的多维共振效应。

山西近年来在文化新闻传播领域已形成良性互动，本质上是建立了一套“资源—媒介—受众”的价值共创机制。其中，媒体不仅是文化传播的渠道，更是文化价值的提炼者、文化创新的参与者和文化消费的引导者，这种角色重构为资源和受众之间形成互动搭建了平台，使传播更具黏性、更有影响力。

读+创意呈现”的复合传播模式。

媒体融合传播是支撑体系。2025年第四届全民阅读大会期间，《山西日报》推出文化名人参与的MV融媒音乐新闻故事《阅启新章》，以“内容+艺术+新媒体”形式实现全网2000万人次观看，其中抖音平台单条视频最高播放量达186万次；山西广播电视台《首席体验官》《我是传承人》系列视频，通过“传统媒体内容+新媒体分发”的国际传播策略，在脸书、TikTok等平台累计播放30亿次，覆盖全球120余个国家和地区的受众。山西经济日报社的“山西省‘中国历史文化名镇名村·中国传统村落’”系列纪录片及衍生的短视频、直播、H5等内容，在微信视频号、抖音等平台总播放量超2000万次；新华社山西分社“古建山西”融媒体报道累计生成图文、短视频等作品120余条，全网总浏览量突破1.2亿次。这些媒体融合传播实践，均通过多渠道协同打破传统传播边界，形成文化传播的多维共振效应。

互动机制：
从资源展示到价值共创

山西近年来在文化新闻传播领域已形成良性互动，本质上是建立了一套“资源—媒介—受众”的价值共创机制。其中，媒体不仅是文化传播的渠道，更是文化价值的提炼者、文化创新的参与者和文化消费的引导者，这种角色重构为资源和受众之间形成互动搭建了平台，使传播更具黏性、更有影响力。

2025年，山西晚报社从典藏特刊《何以山西》火热的市场反馈中敏锐地意识到，“文化+”或“+文化”可以成为传

统媒体优势竞争力，于是顺势推出“山河文创”，并逐渐成长为该报互动性更强的新亮点。“山河文创”通过文化IP开发、产业融合、技术创新与媒体联动四条路径，以山西古建、文物、民俗为核心素材，开发出兼具艺术性与实用性的系列爆款产品，在不断丰富品牌内涵的同时，进一步为媒体发展注入全新动能。

以文创产品中的“古韵三晋”卡牌为例，它将《山西晚报》多次报道、拍摄过的佛光寺、应县木塔等216处山西古建筑浓缩于卡牌中，每张卡牌背面标注名称与文化背景，被称为“掌心里的山西博物馆”，一经发布便吸引了大批消费者。借由“山河文创”，《山西晚报》也从单纯的“内容传播者”转型为“文化运营者”。

从实践视角看，“平台+文创+科技+文旅”的生态融合，已成为区域性媒体提升创新能力、拓展经营范围的有效路径，其模式有望为行业提供可复制的实践样本。

未来展望：
从创新突破到文化担当

区域性媒体的文化传播实践历经从资源整合到价值共创的探索，已沉淀出阶段性成果，但要实现从“短期爆款”到“长效深耕”的跨越，仍需直面三大挑战：一是内容创新的持续性不足，易陷入“单点突破后难以为继”的困境；二是传播深度与广度的失衡，专业性内容难“破圈”、大众化传播易浅层化；三是技术应用的盲目化，存在“重形式、轻实效”的风险。唯有解决了这些问题，才能真正扛起文化传播的长期担当。

其中，创新持续性的挑战尤为突出。

可视化知识生产的演变、机制与伦理体系构建

□康婕璐 布和

可视化知识生产的演变历程与运行机制

数智出版时代，可视化技术深刻重塑了知识生产与传播模式，在提升效率与体验的同时，也引发了复杂的伦理挑战。本文系统梳理了可视化知识生产在数智出版领域的发展历程与运行机制，重点剖析了版权归属模糊、视觉公正性与透明度缺失、隐私安全风险、内容准确性与同质化等核心伦理问题，进而提出构建一个包含信息准确性、版权保护、隐私安全、算法透明公正等多维度的伦理体系，旨在引导数智出版中可视化知识生产健康、可持续发展，推动构建开放、公正、包容的知识共享环境。

可视化知识生产的兴起与伴生伦理困境

可视化技术广泛应用的同时，也引发了多维度的伦理冲突，具体表现为以下核心困境：

版权归属的合法性危机。生成式人工智能（如Sora、文生图工具）创作的可可视化内容虽具有独创性，但其创作主体存在法律真空。算法由人类设计训练，但人工智能无法成为著作权主体，导致传统“创作者—作品”权属关系被彻底解构。

系统性隐私侵蚀与数据安全风险。可视化生产高度依赖用户行为轨迹、生物特征等敏感数据。数据采集与处理环节的透明度缺失，易引发未经授权数据商业化利用与敏感信息泄露。

知识准确性与科学性的消解风险。人工智能生成内容的“统计拟合”本质使其在复杂问题处理中频现误导性输出。训练数据的同质化进一步导致内容创新匮乏，而深度思考机制的缺席更使知识呈现“表象化”特征，严重损害学术严谨性与出版公信力。

算法偏见引发的视觉公正性失衡。可视化设计内嵌文化编码与认知偏见。未经公平性校准的算法可能固化社会歧视，例如地域经济数据地图因色彩编码不当，反而强化对区域发展不平衡的刻板认知。

可视化知识生产的演变历程与运行机制

可视化技术的范式演进。可视化技术在数智出版中的角色经历了根本性转型，其发展脉络可划分为三个标志性阶段。科学计算可视化（1980—1990年代）聚焦于专业科研场景的实验数据图形化转译，例如流体力学模拟的等值线图；信息可视化（2000—2010年代）应对互联网数据爆炸，通过树状图、网络关系图等抽象模型揭示复杂数据关联；知识可视化与沉浸式交互（2020年至今）则深度融合生成式人工智能与虚拟现实、增强现实技术，构建动态知识图谱与叙事体验。这种演进的核心在于功能定位的质变——可视化从辅助性的“信息呈现工具”升级为主动性的“知识建构引擎”，通过视觉逻辑重构出版规则，形成“视觉中心主义”的知识生产新秩序。典型例证是短视频平台以算法推荐机制，使“前3秒完播率”“画面冲击力指数”等视觉指标成为内容传播的核心筛选标准，重塑了知识价值的评估体系。

知识生产模式的三重重构。可视化技术的普及推动了知识生产范式的结构性变革。首先，Web2.0架构推动出版业从机构竞争转向平台生态竞争，平台规则系统成为知识生产的隐形架构师。抖音的流量分发机制、知乎的权重算法等使个体创作者通过视觉叙事获得话语权。其次，知识创造过程被转化为可视化劳动：用户通过拍摄实验过程、动画演示等实践将抽象理论具象化，其劳动价值由平台算法实时量化，形成去中心化的“产消合一”共同体。最后，视频的动态性特征使知识产品永续更新，维基百科视频条目的年均修订次数远超文本版；生成式人工智能实现了文本指令到高清视频的瞬时转化，彻底解构线性生产链条。

基础设施转型：平台化网络中的行动者重组。可视化知识生产的效能依托于数智知识基础设施的系统性支撑，其本质是技术、制度与行动者深度耦合的复杂网络。物理—数字系统的融合重构体现为基础设施从实体机构向数字平台的扩展：中

国知网等平台通过人工智能技术渗透出版全流程，智能选题系统捕捉研究热点，自动化引擎生成数据可视化报告，个性化算法实现精准推送。算法成为支配资源分配的核心枢纽。流量分发规则直接决定知识可见性，导致全球前10%的出版机构占据平台大部分的推荐流量，这种“算法马太效应”构成伦理困境中公平性缺失的结构性根源。

演变与机制的辩证关系。可视化知识生产的历时性演进与共时性机制共同构成伦理困境的生成基底。平台基础设施化导致资源垄断，引发创作者与平台的版权归属博弈；视觉逻辑的体验价值中心化催生数据掠夺，用户行为为数据沦为算法优化的“燃料”；媒介逻辑的商业化规则固化算法偏见，深化数字鸿沟。当*JoVE*期刊将论文视频化的周期压缩至48小时时，内容错误率明显上升；TikTok科普视频的平均信息密度远低于专业期刊。这些现象印证了效率与质量、创新与伦理的深刻矛盾，唯有解构运行机制的多维互动，方能伦理治理提供精准干预路径。

构建可视化知识生产的伦理体系

伦理治理的理论根基与原则框架。媒介化治理理论主张将伦理规范深度融入媒介制度的运行机制中，通过限制平台算法的权力来缓解视觉逻辑过度支配所带来的危机；负责任创新框架则要求在技术设计的初期阶段，对其潜在的社会影响进行精准预判，例如，生成式人工智能对传统著作权制度构成的挑战，与本文对版权归属问题的探讨相互呼应；数据正义原则着重关注算法透明度与权利公平性，直击前文所剖析的“马太效应”这一结构性问题的根源。

在隐私安全风险防控方面，需采用双向加固模式：医疗出版平台通过应用联邦学习技术，实现医院本地化模型训练，确保患者数据的隐私性，使其能够在本地安全处理；中国《互联网信息服务深度合成管理规定》强制要求建立生物特征脱敏机制，以防止隐私泄露。

不少媒体凭借一款文创产品、一组深度报道“火一阵”，却因缺乏对地域文化资源的系统性梳理、对受众需求的长期跟踪，后续难以推出同量级的创新成果。多数区域性媒体的文化创新也仍停留在“被动响应”层面，或是借“文化和自然遗产日”“文旅大会”等节点推出专题报道，缺乏长期规划的“主动创新”；或是跟风推出“古建文创”，但未持续挖掘古建背后的历史故事、工艺细节，产品很快陷入同质化，最终从“爆款”沦为“库存”。

专业性传播力与平衡也是关键课题。传统深度报道侧重专业性但传播力有限，而文化“破圈”报道在追求热点传播效应时，又容易陷入浅尝辄止的误区，二者的矛盾需系统性破解。《山西日报》在云冈石窟报道中采用的“专业术语通俗化、复杂过程场景化”的处理方式，以及《山西晚报》的《何以山西》特刊“学术性内容创意化呈现”的尝试，为解决这一矛盾提供了有益借鉴，但系统性解决方案仍待探索。

AI时代的技术应用更需要理性看待。随着AR/VR、AI生成、元宇宙等技术的兴起，部分媒体盲目跟风，推出“AR扫描文物看动画”却因内容空洞沦为炫技，开发“AI生成古建画作”却脱离古建的地域特色，最终陷入技术空想区。应从文化传递效率、受众接受度、投入产出比三个维度评估技术应用必要性，让技术成为文化赋能，而非“让文化为技术服务”。

面向未来，地域性文化传播的创新发展，需要构建更加完善的生态系统。在内容层面，应形成系列化、品牌化的报道矩阵；在渠道层面，需进一步打通传统媒体与新媒体的壁垒；在机制层面，要建立媒体与文化机构的常态化合作机制，提升报道的专业深度。

区域性媒体凭借对本土文化的深度洞察与传播创新，已成为地域文化传承与发展的核心赋能者。山西媒体的实践，不仅为自身转型开辟了新赛道，更为借助媒介力量激活本土文化资源、推动文旅融合深度发展提供了可参考、可复制的现实样本。未来，随着媒介技术的迭代与传播生态的完善，区域性媒体在地域文化传播中的担当作用将更为凸显，它们将不仅是文化传播的创新载体，更是文化传承发展的推动者、担当者。

(作者单位：山西日报传媒集团)