

# 建设全媒体需要找到突破口

贺大为

习近平总书记在中央政治局第十二次集体学习时强调,全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新闻舆论工作面临新的挑战。这是总书记关于新闻舆论工作系列论述的进一步深化,深刻阐明了当前媒体行业出现变化和面临的深层次原因,为媒体融合进一步指明了方向。那么,如何理解“四全媒体”并进一步贯彻落实?

第一,“四全”不是局部的、个别的,而是贯穿整个媒体。全程媒体不是简单的全程报道,后者在传统媒体已经局部实现,如广电直播一定程度上实现全程实时报道,但上升为全程媒体后,则意味着报道业态要整体

面向“全程实时”升级。全息媒体则意味着整体的全媒体转型,平面媒体也需要考虑日常可视化生产,广电则要考虑面向新媒体视频转型。

第二,“四全”不是孤立的,而是相互关联,有机融合的。全程和全息一体两面,全程和全息都需要全员推进,全程、全息、全员都是实现全效的支撑。特别是实践过程中,如果将“四全”拆开,分别推进,不仅收效很难保障,而且会违背融合的本意,甚至进一步加剧图文视频不同形态、新媒体和传统媒体之间的割裂。

第三,“四全”是媒体融合的目标,而不是驱动融合的引擎。只有切实推动媒体实现面向移动互联网的转型,实现技术、流程、机制、业态等基础工程的一揽子升级,才会出现“四全”的场景。不从根本上找症结,

不对传统模式进行改造,不实现真正的深度融合,以旧的生产模式来落实“四全”无异于缘木求鱼。

某些媒体人可能会觉得,“四全”的表达原本十分清晰,这么来理解的话反倒复杂了,推动起来更难了。其实,“四全”本来就是媒体融合这一系统工程的重要组成部分和新的表述方式,当然不是一蹴而就、信手拈来的。那么,是否有可操作、可复制的路径?

答案是肯定的。从方法论上来讲,复杂问题的解决最好化繁为简。只有简单便捷,才有可行性,才有可能推广开来成为新场景、新业态。媒体融合这一系统难题内部相互勾连,不会是分解四梁八柱来各个突破,也难以用线性思维逐个解决,更不会从传统思维和传统模式中生长

出来。具体操作上,需要我们换一下脑筋,用互联网思维和工程师思维、移动技术和云计算等技术重构媒体生产场景。可行的路径是,以新技术为支点,以新系统为突破口,上手时间简单便捷,用起来效果直接明显,继而以新的生产力流动、牵引生产关系各个环节自然生长。

这个突破口在哪里,牛鼻子要如何牵?还应该是技术先行。迄今为止,媒体行业的历次重大变革都是技术驱动的,但都不是媒体引领的。用好移动互联网技术、提前布局5G,进而孵化新应用、新模式,将是媒体重新洗牌、再次站在潮头的机会,也是推进媒体切实融合、贯彻“四全媒体”的有效路径。

(作者系新华社新媒体中心党委委员、常务副总编辑)

# 文旅产业,让小农户对接大市场

石羚

村寨屯庄,蕴藏着农耕文化和乡土社会最原始的基因;而在远离城市的那山那水中,保留着中国人最深沉的乡愁。

“要带动小农户发展新产业新业态,大力拓展农业功能,推进农业与旅游、文化、生态等产业深度融合”“支持小农户利用自然资源、文化遗产、闲置农房等发展观光旅游、餐饮民宿、养生养老等项目”……近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于促进小农户和现代农业发展有机衔接的意见》,就如何实现党的十九大报告中“小农户和现代农业发展有机衔接”的目标提供了具体指导,其中关于农业与文旅产业深度融合的方法,无疑是小农户重要的致富路径。

规模化经营,是乡村振兴的重要着力点。但由于我国人多地少,各地资源条件差异明显,“江南千条水,云贵万重山”的地貌特点,很难让所有地方在短时间内实现连片规模经营。据调查,截至2016年底,我国经营规模在50亩以下的农户有近2.6亿户,占农户总数的97%。所以《意见》明确指出,当前和今后很长一个时期,小农户家庭经营将是我国农业的主要经营方式。甚至有学者说:乡村振兴本质上就是小农户振兴。

但资源禀赋有限,不意味着发展机会受限;小农户经营,本身并不等于粗放落后。大机械、大规模固然是现代农业的典型形态,但提升小农户生产经营的集约化、标准化、绿色化水平,又何尝不是现代农业的题中之义?浙江湖州的水民宿,依托绿水青山为乡村旅游擦亮品牌;云南禄丰的农家生态园,在彝族火把节、丰收节等节庆中更是火爆异常;广东惠州的范和古村、墨园古村整合建筑、戏曲等历史文化资源促进农民增收……各地例子无不证明,借助文旅产业让小农户对接市场,能有效弥补其发展现代农业的先天的不足。

文旅产业的集聚化、规模化发展,似乎天生与小农户的分散性存在矛盾。在市场的汪洋中,资源占有少、融资能力弱、技术手段有限的小农户如何漂洋过海?唯有把他们整合起来,提高组织化程度,形成适度规模经营。单枪匹马不易,而“公司+农户”“合作社+农户”等合作关系正是一艘艘乘风破浪的大船。借助合作社降低生产成本与运营风险,企业推动信息互通、技术共享、品牌共创。抱团闯市场,抑或跟龙头蹭前路,都旨在形成互补互利的命运共同体,破解小生产与大市场的矛盾。

“花开四季”的广东清远,因为温泉溶洞、乡风民俗、特色美食而备受游客青睐,除了摸索出公司制、股份制、合作社制等开发经营模式外,各县区加大政策扶持和资金投入力度也是成功的重要因素,未来几年,他们还计划从强化用地保障、试行税费优惠、加大金融支持等方面为农户提供更多便利。可见,小农户投身文旅,除了市场引导,还需有政府扶持。从规范土地流转交易到发展农村普惠金融,从健全农业保险体系到实施“互联网+小农户”计划,构建扶持小农户发展的政策体系,健全面向小农户的社会化服务体系,是小农户共享第三产业增值收益的必要依托。

现代化的核心是人的现代化,让小农户赶上现代农业的“快车”,关键在农户本身。文旅产业发展方兴未艾,但如何挖掘特色、形成创新驱动力?如何挖掘出农家乐之外的休闲农业形态?如何避免乡村旅游的“潮汐”现象、打造更长产业链?恐怕还得将政府支持、企业带动、集体帮扶转化为自身的发展能力。在去年举行的第十四届中国农村发展论坛上,有企业分享了旅游扶贫的“强根造血式”探索。的确,传统小农户要想对接文旅大市场,只有自觉改变原有的生产方式,这样才能与现代农业有机衔接。

东土城絮语

# 为“鸡汤”说点公道话

张颐武

对“鸡汤”文的优劣,一直以来人们都有很多讨论,而“鸡汤”文章也一直拥有相当稳定的读者群。“鸡汤”一词,来自美国著名流行读物《心灵鸡汤》。这一类的书籍或文章,往往针对青年在生活方式、待人接物、情感问题、职场生活等方面常常遇到又缺乏经验和认知的问题作解析,以励志和抚慰为中心,期望对年轻人有所帮助。

“鸡汤”文化从古到今都存在。中国传统文化中许多关于人生理解的“清言”,以及教给子弟做人之道的家训,其功能都接近“鸡汤”。在西方,“鸡汤”一类的东西更是数不胜数,各国书店摆在最前排的所谓心理社会学、价值分析或者励志类书籍都可以归入其类,翻译到国内成为畅销书的也多是这一类。一个以

中产阶级为主的社会,人们的生活普遍平淡,既没有彻底的温饱之忧,又有实现不足、完成不足的焦虑。要想彻底与社会决裂,既没有可能,也并无空间,“鸡汤”因此才有它的市场。西方很多著名的演讲、格言,激励听众要发奋上进有责任有担当,很难说就不是“鸡汤”。我国内地如朱光潜先生《给青年的十二封信》、叶圣陶、朱自清等先生给青年写的文字,港台林清玄、刘墉等人的文章,虽然作者身份是大家名家,文章水平与现在一般流行的鸡汤也不无同日而语,但就其功能而言还是有一致之处的。

现代人的生活面临许多压力,“鸡汤”的存在也还是有其需求。“鸡汤”是在日常生活层面上对心灵的慰藉或待人处事等具体问题的解说。

它并不高深,所触及的感情和生活问题,都上升不到终极层面,“鸡汤”作者似乎也没想把立意提到那么高。好的“鸡汤”能够抚慰心灵,对年轻人理解社会、更顺畅地步入社会也有一定帮助。当然要全面深刻地分析社会,需要更多更深入的认知,“鸡汤”在这方面肯定显得浅陋可笑。我们需要比“鸡汤”更好的精神食粮,但“鸡汤”也是一份被许多人在日常生活层面所需要的有益补充,不能一笔抹杀。

“鸡汤”也有好与不好、高明不高明之分,对“鸡汤”的高下格调,需要仔细加以辨析。

自媒体方兴未艾,为各种“鸡汤”粉墨登场提供了丰富的载体。其中,有些“鸡汤”文仅态度过于矫饰,架子过足,装模作样叫人反感。

有些现在被称之为“毒鸡汤”的,渲染或编造年轻人绝望焦虑的故事,以耸动的编造来追求自己的商业目标,让年轻人看后对于自己的生活更为焦虑无奈、灰心沮丧,失去前行的动力,这种“鸡汤”不但格调不高,价值上更存在大问题,受到人们的批评和谴责也是理所当然。这些所谓的“毒鸡汤”显然和主流社会人们所理解的“鸡汤”文章不是一回事。人们质疑“毒鸡汤”,并不是要否定所有的“鸡汤”文,对货真价实“鸡汤”的实际需求一直都存在。今天被笼统称之为“鸡汤”的文章,其内涵也很复杂。好的“鸡汤”能够激励人上进,教人正面地面对人生,是积极的人生启迪和正能量传播,是有其积极意义的。

(作者系北京大学教授)

## 漫话漫画

### [仙吕·哪吒令带过鹊踏枝寄生草] 注水电视剧

胡影/曲 黄卓/绘

悲切切苦情,赚人泪崩。血淋淋战争,辣人眼睛。乱纷纷后宫,惹人胃疼。编故事,争出镜。闹嚷嚷占了荧屏。  
[鹊踏枝]要剧情?耐心等。前半拉片头,后半拉人名。留得住屏前大众,赖几个人气明星。  
[寄生草]也装傻,也卖萌。一场感冒三集病,一场恁气三集愣,一场醉酒三集横。卖肉的注水为接钱,拍片的注水圆钱梦。



发展经验。

从国家政策的倾斜,到旅游产业的兴盛,我国的乡村旅游近些年已进入快速发展时期。各地纷纷上马的乡村旅游项目、回归传统生活的口号打造、传统文化填充的乡村文化内涵……为了满足不同群体对乡村旅游的需求,全国各地不断开展如何提升乡村旅游的头脑风暴,的确为乡村旅游开发之路提供了一些样板。然而,在一片火热的发展乡村旅游的实践中,有许多人其实并不十分了解整个乡村旅游群体中占有很大比例的年轻群体的旅游观念。

对年轻群体来说,旅行不再是景点大串联的浏览,更是放松自我、体验风土人情的一种方式,过去唯景点式的出行,早已不符合年轻人旅行的口味,他们更希望来一次说走就走的旅行,找一个有新鲜空气又有现代设施的地方,喝着咖啡发呆、或是来个午后惬意的打盹,抑或探求一次传统与现代完美结合的不同体验。沉浸式旅游成为当下年轻人偏好的一种旅行方式。

因此,在乡村旅游的打造中,面对年轻群体游客,该如何将乡村风光的美好以现代情境的营造展示出来,也应是旅游开发者们应重点关注的问题之一。在发展乡村旅游中,听到最多的见解是要继承传统文化、发扬民俗文化、立足于本地特色。但是如何来继承、发扬、立足呢?对追求精神享受的人们而言,依托传统文化,使乡村风光更具内涵固然重要,但也不能忽视时代的进步,不能背离现代的需求。传统与现代、循古与论今,相信乡村旅游在继承传统、关照现代的命题中一定会解答得越来越游刃有余。

## 和颜辣语

### 文明旅游,守则为先

孙丛丛

有媒体报道,近日,故宫内有游客让孩子随地小便,还将用过的纸巾随手扔在地上。旅游中的陋习并非孤例。一些游客在景区内乱刻乱画、随地吐痰、乱丢垃圾等现象屡被爆出,这些不文明行为,既严重破坏景区风貌,也影响他人游赏心情。许多看似不起眼的恶习,往往能够以小积大,小则令一个人的个人素质受到质疑,大则导致国家形象蒙羞。

文明旅游,守则为先。在一些热门景区,高峰时段人流大、如厕难是常有之事,对于老年人、儿童等特殊群体,游览中给予合理照顾也理所应当,但这都不能成为逾越边界、破坏秩序的借口。公共场所,每个人在考虑于己方便的同时,首先需要遵规遵纪、自觉自律,让自然、人文之美受到应有爱护。

另外,破除旅游陋习还需多方助力。相关部门要进一步细化制度法规,推动完善“黑名单”惩戒机制,对旅游市场不同主体的不文明乃至违法行为加强监管、精准打击。景区同样应该做好引导、管理和保障工作,既要合理配置厕所、垃圾桶等公共设施,最大限度地满足游客需求,又需及时公示客流情况、景区禁忌等注意事项,让游客对出行有预判、有准备,从而防止因服务缺位滋生不文明现象。

# 不断开拓才能“地久天长”

夕君

近日,由中国知名导演王小帅执导的电影《地久天长》在柏林国际电影节大放异彩,两位主人公王景春、咏梅分别夺得最佳男、女演员银熊奖。据权威媒体报道,德国观众与主流媒体对该片以及获奖演员赞不绝口。

同一部影片拿下最佳男、女演员两项荣誉,在柏林国际电影节上并不多见,《地久天长》成为继2011年《纳德和西蒙:一次别离》、2015年《45周年》之后,又一部“擒双熊”的作品,带给中国电影行业许多启示。

中国功夫片、武侠片、历史片等,在全球拥有很高知名度,这些类型、题材属于中国特有,无论是高居庙堂的帝王将相、登峰造极的英雄侠客,还是隐居市井的拳师高手、东方古国的传奇历史,对异国市场和观众来说,都有着足够的新鲜感,这类影片在国际上放映、角逐时,享有很高的题材红利。而《地久天长》的获奖令笔者尤为激动,该片的镜头对准了现代日常生活当中的普通人,所谓“画鬼容易画人难”,真实而有高度、亲切而有新意,表现柴米油盐而不庸俗、展现生活点滴而有韵味,这对艺术创作来说相当困难,某种意义上说,比回眸遥远的历史还要困难。《地久天长》的脱颖而出靠的不是“陌生”的奇观,而是通过提炼日常生活而打通人类共通的情感路径,通过中国演员精湛的表演拨动人

类心灵深处柔软的神经,是一次漂亮的亮相与突围,其题材、风格对其后的中国电影创作和“走出去”来说,有着启示甚至示范的意义。

历史当然需要重视、挖掘和传承,但展现当代中国的生活和当代中国人的风貌,更是彰显文化自信的必要和有效手段,是中国当代艺术家的使命,对于中国电影走向世界、向世界讲述中国故事,通过艺术作品让世界了解中国来说,有着不可取代的价值。

对行业的观察不能孤立地看待。与《地久天长》德国“擒熊”遥相呼应的,是以2019年春节档为代表的国产电影水平的显著提升,以及《流浪地球》所实现的硬科幻电影的全新突破。这表明,一批中青年中国电影人已经崛起,而且姿态相当雄健和优雅,他们的视野在前辈基础上有了新的开拓,目光既关注深沉的土地,也望向渺远的宇宙。构建人类命运共同体,艺术家当有这样的勇气、胸怀和气魄。

过去,谢飞、张艺谋等许多中国电影人都曾在国际知名电影节获奖,《地久天长》不妨视作中国电影前赴后继、深耕多年的又一阶段性成果。随着中国改革开放的推进、中国电影创作生产流程的成熟以及中国电影人眼光的开阔、思考的深入,必将有越来越多的中国电影和中国影人,在世界电影市场崭露头角。

# 乡村旅游中的现代情境考量

土木

近日,国家发展改革委、文化和旅游部等18部门联合印发《加大力度推动社会领域公共服务补短板强弱项提质量促进形成强大国内市场的行动方案》(以下简称《行动方案》),《行动方案》提出,推动多种旅游业态发展。推动乡村旅游提质扩容,完善乡村旅游服务标准,做好典型例子梳理,召开现场会推广乡村旅游