

媒体不应为了流量消耗公信力

徐畅

11月25日,义乌市公安局发布通告称,已对犯罪嫌疑人王俊凯(男,36岁,浙江省义乌市人)涉嫌非法吸收公众存款犯罪一案立案侦查。大量媒体转发通告时,模糊了“义乌”“36岁”等身份信息,直接将报道标题拟定为《王俊凯,被立案侦查》。读者满怀好奇点进报道之中,才发现此王俊凯并非明星王俊凯,从而产生失望与质疑,认为部分媒体为了追逐流量而失去了专业底线。

该事件再次暴露了标题党的泛滥现象,也反映出媒体行业当前普遍存在着流量焦虑。

在信息爆炸的互联网空间,自媒体凭借产出的内容更富趣味性、更贴合公众个人品味,快速分流了大量

公众注意力。另外,平台算法多以点击量、互动量为核心指标进行内容推荐,进一步倒逼媒体向流量倾斜。因此,吸睛的标题自然成为媒体博取流量的第一把钥匙。

专业媒体成为标题党的一员,本质上是对新闻传播责任的漠视。专业媒体人刻意采用看似没有事实硬伤、实则充满解读歧义的新闻标题进行报道,期望守住职业底线又收获流量红利,这种操作最终导致新闻把关的实质性缺位,将新闻事实判断权被动交给公众,不仅加重了公众的信息筛选负担,也埋下了舆论误读的隐患。

更令人担忧的是,标题党的泛滥也将加剧新闻行业“劣币驱逐良币”的现象。如果媒体普遍陷入标题党

的误区,优质新闻内容的生存空间将被持续压缩,使得公众难以接触到真正有价值的新闻信息。长此以往,“标题党”将会侵蚀媒体赖以生存的公信力。

媒体公信力的建构,依赖于每一次客观真实的新闻传播。而当频繁使用误导性的标题引诱公众点击,公众将逐渐瓦解对于媒体的信任。久而久之,公众面对类似新闻时会产生“狼来了”的效应,下意识对新闻内容脱敏,甚至产生质疑与警惕,阻碍媒体新闻舆论引导功能的有效发挥。

归根结底,专业媒体与自媒体的核心区别在于对新闻专业主义精神的坚守。流量是时代赋予媒体的传播变量,点击率可以衡量一时的热度,却无

法替代长期积累的公信力。

当信息越发芜杂,公众对可靠信息的需求便愈发迫切。媒体从业者应警惕流量思维下新闻生产的本末倒置,重拾职业敬畏之心,主动承担起社会责任,为广大受众提供经得起事实检验的优质新闻内容。同时,相关部门可以进一步强化行业规范引导,平台方也需优化算法推荐机制,为优质内容拓宽传播渠道。最终,在多方面的共同努力下,让媒体在风起云涌的信息浪潮中,真正点亮一盏为公众指引方向的明亮灯塔。



11月25日,安庆市商务局发布《安庆市加力促消费政策措施》,即日起至2025年12月31日,通过发放总额1亿元的汽车、家电、数码产品消费券,加速释放绿色智能消费潜力。

(11月26日《安庆晚报》)

充分发挥“四两拨千斤”效应

徐剑锋

发放1亿元汽车家电数码产品消费券,不仅为市民带来实实在在的优惠,更为持续回升向好的消费市场注入了强劲动能。

消费券具有“四两拨千斤”之效,其“乘数效应”在安庆已经得到充分验证。此次专项消费券主要集中于汽车、家电、数码产品等实物消费领域,以单笔消费满额补贴的方式让利于民,其目的显而易见,就是要推动大宗商品升级换代、以旧换新,提升市民生活品质。可以说,消费券刺激的是消费,提振的是信心,推动上下游、产供销有机衔接,能带动整个经济链条活起来,进而实现“1+1>2”的“消费增量效应”,彰显出政府稳增长、惠民生的坚定决心。

此次政策设计亮点纷呈,精准聚焦“绿色”与“智能”两大关键词。在汽车消费方面,明确对购买符合国六排放标准的燃油乘用车或新能源乘用车新车给予阶梯式补贴,新能源车补贴额度普遍高于燃油车,且购车价格越高,补贴越多,最高可达1万元。这不仅能有效减轻消费者的购车成本,更是通过价格杠杆引导公众选择节能环保车型,助力“双碳”目标落地,推动交通领域绿色转型。

家电与数码产品消费券同样颇具深意。对电视机、冰箱、空调、电脑、洗衣机、扫地机器人、家用灶具、热水器等8类绿

色智能家电给予不超过产品售价10%的补贴,既降低了居民更新换代的成本,也加速了高效、智能化产品的普及。在数字化、智慧化生活加速推进的今天,这一举措无疑为“智慧家庭”“数字生活”提供了有力支撑。

持续放大消费券的杠杆效应,还得在营造良好消费环境上持续发力。除了要货真价实外,更要把重心放到优化消费体验、落实权益保障上,同时不断加大监管力度,严厉打击套现、虚假交易等违规行为,确保消费券真正惠及消费者和诚信商家。

一言以蔽之,安庆以一张张小小的消费券为支点,撬动的是千家万户的幸福生活,激活的是城市经济的澎湃活力。一年一度的冬季消费旺季就要到来,持续创新消费场景、优化消费环境,把人气聚起来、将商气汇起来,安庆的消费市场一定会“热气腾腾”,为经济增长注入持久动力。



网络图片

让智能消费马车跑得更欢

艾才国

真金白银送上门,精准补贴添动力。安庆拿出1亿元消费券的实打实补贴,精准覆盖汽车、家电、数码三大核心品类,旨在有力培育绿色智能消费生态,让智能消费马车跑得更欢。

智能消费是当前消费升级的核心抓手,更是引领产业变革的新兴主导力量。抓住智能消费,就抓住了居民需求升级的痛点和产业转型的关键点,既能满足人们对高品质、智能化生活的追求,又能倒逼相关行业在技术研发、产品创新上持续发力。为此,我们完全有理由让智能消费马车加速跑起来、跑得更欢。

好事要办好,实事要办实。1亿元消费券无疑为智能消费马车提速注入了强劲推力,让这笔补贴切实发挥实效,关键在于把发放与使用环节做细做实。要优化消费券线上线下申领渠道,大幅简化核销流程,让消费者轻松领券、便捷用券。同时加强商家监管,杜绝虚标价格、限制使用等问题,让消费者得实惠,让补贴效应不打折扣。

消费券只是点燃智能消费热情的火种,要让智能消费马车摆脱短期

刺激依赖、实现长久稳健疾驰,必须凝聚多方合力,比如可依托重要节假日节点,常态化举办智能产品展销会、绿色消费博览会,搭建供需精准对接的优质平台,让消费者直观接触前沿智能产品。市场主体需聚焦便捷性、环保性、智能化核心需求,加大研发,迭代产品,适配家庭、职场等多元场景,同时升级线下沉浸式体验区,配备专业人员讲解指导,让消费者从“听说智能”变为“会用智能”“爱用智能”。行业协会要发挥桥梁作用,制定自律标准、推动企业技术共享;媒体可通过多元渠道科普智能产品优势、消费维权知识,引导理性健康的消费观念。

唯有多方发力,方能筑牢智能消费长远发展的坚实根基,让智能消费马车越跑越稳、越跑越欢。

一张消费券,连接着民生期盼与产业升级。安庆以真金白银的补贴拉开智能消费升级的序幕,后续多元举措更将持续赋能。让我们共同期待,智能消费马车承载着民生福祉与发展机遇,在高质量发展的道路上跑得更快、更稳、更长远。