

分类推进县域高质量发展的逻辑、路径与思考

□曹肖辉 蒋星梅

县域是我国经济高质量发展的重要载体,促进县域高质量发展对于全国高质量发展起着重要作用。我国各县域经济发展和现实情况各异,推进高质量发展存在较大差异,因此需要寻找适合县域实际的发展道路。2022年5月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》,将我国县城划分为大城市周边县城、专业功能县城、农产品主产区县城、生态功能区县城、人口流失县城五种类型,为分类推进高质量发展提供了战略方向,浙江是高质量发展示范区,因此本文基于新结构经济学相关理论,选取部分浙江县域的典型案列,提炼出县域促进高质量发展的规律性认识,为同类型县域高质量发展提供借鉴。

分类推进县域高质量发展的理论逻辑

新结构经济学认为,遵循比较优势是快速发展的处方,某一时点的比较优势是由其要素禀赋结构决定的。国家和地区的发展首先要掌握自身要素禀赋结构,如在劳动力、土地、资本等方面的禀赋,根据要素禀赋结构形成生产上的比较优势,使得机会成本最低,从而形成最优生产结构安排,并通过集约化、专业化发展形成竞争优势,进而提升国家或地区的要素禀赋结构,并在不断发展中形成自身发展战略。

按照这一理论,也可解释分类推进县域高质量发展的逻辑。我国县域众多,各个县域发展存在较大禀赋差异,必须因地制宜,识别自身要素禀赋结构,才能形成县域发展的比较优势,此处的比较优势指本地区在经济和生产发展中所独具的资源与有利条件。如安吉的生态资源优势、嘉善的区位优势等。利用本地丰富的资源优势发展产业,可以实现理论上的最优生产结构安排,降低机会成本,即县域发展产业所利用的资源越丰富,比较优势越大。进一步地,根据比较优势进行集约化和专业化发展可以将地方产业发展为特色产业,并产生规模效应,形成竞争优势,从而优化要素禀赋结构,推动产业结构升级,例如由原来的资源密集型产业向技术密集型产业发展。尤其对于欠发达县城来说,通过找到自身特色并发挥比较优势,才能在大系统中找到自身生存和发展的合理性和可行性,并进一步将比较优势转化为竞争优势,创造经济剩余,形成资本积累,为促进县域高质量发展奠定坚实的物质基础。

分类推进县域高质量发展的浙江实践

浙江是最早在全国实行“省直管县”体制的省份之一,形成了以县域为先的发展格局。因此,将浙江作为县域高质量发展建设的分析样本能为我国县域高质量发展建设提供县域范例。在市场化程度较高的环境下,浙江省各

县域能识别自身发展的资源禀赋和比较优势,分类推进县域高质量发展建设。选取具有代表性的五个县域进行案例分析,为分类推进县域高质量发展提供方向与参考。

大城市周边县城以嘉善县为例。大城市周边县城是指临近大城市的县城,其发展明显受大城市辐射作用影响,在人口、产业、功能等方面接轨和融入大城市发展,是大城市周边县城的战略选择。嘉善地处长三角城市群核心区,靠近上海和杭州两座大城市,属于典型的大城市周边县城。嘉善积极推动“双示范”建设,地理位置和政策支持是其重要的要素禀赋。嘉善充分发挥区位优势,持续实施接轨上海“第一站”首位战略,凭借土地和劳动力的价格优势,嘉善承接上海产业和创新外溢,2013年启用中国归谷科技园,提升对接上海高端产业创新孵化功能,2019年启动嘉善国际创新中心(上海),引进上海研发机构及研发人才,再到2023年嘉善复旦研究院开园,推动科技成果落地转化,形成了以新兴产业和传统产业共同发展“3+3”产业体系。2023年,嘉善“3+3”主导产业实现规上工业总产值1699亿元,占全县规上工业总产值的83.7%。嘉善充分利用大城市的广阔市场,发挥区位优势要素禀赋,利用土地和劳动力的价格优势发展科技创新主导产业,并形成比较优势,促进县域高质量发展。

专业功能县城以义乌市为例。专业功能县城的典型特征是依靠特色经济或支柱产业的发展模式,在县域产业上选择产业集聚度高的“小而精”发展模式。经过积累,部分县城在特定产业形成比较优势,并进一步发展为县域支柱产业,成为专业功能特征鲜明的县城。义乌市将电商发展为地方特色产业和支柱产业,属于专业功能县城。改革开放后,义乌逐渐形成了小商品市场,并通过区域集聚发展为专业化市场。政策支持下的市场化发展是义乌发展电商的要素禀赋。1982年义乌县委县政府提出“四个允许”,有效促进了义乌民营经济,小商品市场形成规模效应。2006年浙江省下发《关于开展扩大义乌市经济社会管理权限改革试点工作的若干意见》,扩权后的义乌专业化市场管理水平提高,发展为比较优势。在此基础上,义乌大力发展跨境电商,将其作为战略性、先导性产业重点培育,开展了跨境电商B2B出口、产业集群跨境电商发展试点,创新“市场采购+跨境电商”新模式,重点做大跨境电商保税进口(1210)业务,率先在全国开展跨境电商数字清关业务,落地跨境电商新零售,积极开展跨境出口品牌创建。海关数据显示,2023年义乌进出口额已突破5600亿元,增速超过15%;实现跨境电子商务交易额1211.6亿元,同比增长11.8%,电商主体数量累计约60万户。电商的发展有效带动了县域居民增收、经济增长。

农产品主产区县城以仙居县为例。农产

品主产区县城指农业资源丰富、具备良好农业生态条件,以粮食和重要农产品种植为主的地区,是实现农业现代化、落实乡村振兴战略的重要区域,也承担着国家的粮食安全功能。尽管从产业结构看,浙江没有典型的农产品主产区县城,但仙居以杨梅产业入选全国农业全产业链典型县建设名单。因此,将仙居县作为农产品主产区县城的典型代表。仙居拥有109座千米以上的高山,截流了大量海洋湿气,山地上云雾蒸、雨水充沛。良好的自然条件是仙居发展杨梅产业的要素禀赋。30年前政府开始鼓励居民大范围种植,杨梅产业逐渐形成规模经济。以杨梅全产业链建设为主线,制定出台《杨梅产业高质量发展三十条》,用好政策支持,发力技术创新,杨梅产业转型升级。种植端,使用暖棚技术,利用大棚智能管理系统培育更优质的杨梅;销售端,通过“农户+合作社+电商”的模式将杨梅系列产品销往海内外。杨梅全产业链发展提供了大量就业机会,也有效促进了地区经济发展。2023年,仙居杨梅产量12万吨,鲜果产值11.2亿元,带动梅农户均增收3.52万余元,全产业链产值达到40亿元,“仙居杨梅”区域公用品牌价值达26.23亿元。从杨梅衍生出的农业全产业链发展成为仙居高质量发展的比较优势,有效提升县城农产品主产区功能,成为区域发展的重要带动力量。

生态功能区县城以安吉县为例。重点生态功能区县城发展的典型特征在于发展要统筹经济效益和环境保护,为保护修复生态环境、筑牢生态安全屏障提供支撑,从全局发展战略中寻求适合自身的发展路径。根据县域资源禀赋和生态功能情况,安吉县具有独特的生态资源优势,属于重点生态功能区县城。安吉拥有丰富的生物物种资源和自然生态系统。依托生态上的要素禀赋,在“绿水青山就是金山银山”理论的指引下,绿色经济发展迅速。2021年12月,安吉两山竹林碳汇收储交易中心成立,初步形成了“林权流转—碳汇收储—林地经营—平台交易—收益反哺”的良性循环。到2023年底,安吉167个村集体、5.1万户农户共同分享近3亿元改革红利,安吉水资源价值转化改革成果突出,利用生态优势发展旅游业和循环经济,初步形成优势产业结合新兴产业的“2+5”现代产业体系。安吉将生态资源的要素禀赋转化为绿色经济的比较优势,不断推动产业结构升级,实现了经济效益和环境保护的协调平衡,为推进县域高质量发展描绘了安吉样本。

人口流失县城以嵊泗县为例。人口流失县城是指人口流出大于人口流入而出现常住人口减少的县城。根据2020年的全国第七次人口普查数据,浙江省嵊泗县常住人口自2010年减少12.09%,属于人口流失县城。嵊泗

土地面积只有86平方公里,拥有8738平方公里的海洋面积,位于我国海岸线中部、长江和钱塘江入海口,是我国海运和河运的黄金双通道,因此海洋资源和地理区位是嵊泗经济发展的要素禀赋。嵊泗立足海岛,发展港口产业,港口货物吞吐量连续十年超亿吨;引育海岛生态旅游业态,2022年嵊泗全年游客接待人次、旅游总收入增长97.6%、88.4%;推进渔业绿色健康发展,深化海上“千万工程”,发展国际海钓,推进哈贝全产业链建设,推动发展海洋生物多品种养殖。2021年嵊泗海洋经济增加值占地区生产总值比重为78%,2023年嵊泗GDP达142亿元,增长6.2%。嵊泗从“大而全”转向“小而精”“小而美”的产业发路线,海洋经济已经发展为嵊泗推进高质量发展建设的比较优势,走出了特色发展的高质量发展道路。

分类推进县域高质量发展的思考

以新结构经济学为基础,选取了上述县域为代表县城,分析分类推进县域高质量发展的现实路径,并总结得到:县域高质量发展需要准确识别自身要素禀赋,发挥比较优势。

第一,县域高质量发展的基础是将资源禀赋转化为竞争优势。我国各县要充分利用要素禀赋将地方产业发展壮大,形成比较优势,进而发展成竞争优势。例如嘉善利用临近大城市这一地理区位的要素禀赋,承接上海产业转移,发展科技创新主导产业为比较优势;义乌利用政策支持的要素禀赋,形成电商专业化市场,并不断发展形成竞争优势;仙居利用自然条件的要素禀赋发展杨梅产业,推动全产业链发展;安吉利用生态环境要素禀赋创造生态价值,发展高端产业和绿色经济;嵊泗虽然属于人口流失县但充分利用自身海洋资源和地理区位优势,壮大海洋经济,不断推进高质量发展。

第二,县域高质量发展的关键是顺应经济发展规律。在认识县域发展要素禀赋的基础上要顺应经济发展规律推进县域高质量发展。例如人口流失县城想要吸引人口,要通过完善基础设施、推出人才政策等手段,以市场化方式使人口自行留下或流入。在产业发展中,利用资源禀赋优势顺应发展规律,形成产业集聚、上下游产业配套等,在市场中形成竞争优势。

第三,实现县域高质量发展要发挥有为有效政府作用。社会主义市场经济一方面要遵循经济发展规律,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,另一方面要发挥政府有为有效的作用,弥补市场调节的缺陷和弊端。例如县域高质量发展功能定位、产业布局、资源集聚、激励创新、优化分工等都需要政府的引导和参与。政府要从县域层面、市域层面、省域层面和全局高度中观察县域和发挥作用,做到既有为又有效。

(作者单位:中共嘉善县委党校)

智媒时代下的信息传播规范建设路径

□谭婷婷 张莉萍

智媒时代下的信息传播由单向传递转向多向互动,传播生态复杂多样,涉及传统媒体、新媒体、自媒体、短视频平台等多种信息载体,人工智能和算法推荐技术推动了媒体内容生产、分发和传播的变革,显著提升了用户获取信息的便捷性和个性化体验,但也带来了信息准确性、真实性、透明度、隐私保护和伦理规范等问题。面对这些挑战,如何通过多维度规范和治理,构建智媒时代下的信息传播规范体系,促进信息传播的健康有序发展,成为当前网络信息治理中的重要课题。

构建信息传播伦理规范与自律机制。信息传播的伦理规范建设需要依赖行业自律和内外监督,以确保传播内容的真实性 and 传播行为的规范性。首先,无论是传统媒体、新媒体,还是自媒体、短视频平台等,都应制定统一的信息传播伦理准则,可包含信息来源审查、信息发布流程、误导性信息的防范、用户隐私保护与数据使用规范等内容,为从业者提供清晰的行为规范,使信息传播更加专业化和标准化,营造公平公正的传播环境。同时,定期组织从业人员参与信息传播伦理与职业道德培训,提升其专业素养。其次,推动跨平台信息传播规范化,促进平台间合作共享。建立统一的信息审核和发布标准,确保平台间内容质量的一致性、信息传播的连贯性。建立信息共享与联动机制,包括共同参与虚假信息识别与核查、共享黑名单库、实时共享突发事件等相关数据,平台间进行协同处理,减少虚假有害信息的跨平台传播。还可建立重大突发事件的跨平台联合响应机制。再次,鼓励媒体和自媒体等行业内部成立自律组织,如设立行业道德委员会、设立举报渠道等方式,进行日常自查自纠,强化行业内部的相互监督,有效防范不良信息和不当行为。最后,各信息發布平台应建立信息真实性审核和内容监管机制,尤其在敏感信息发布前,需经过严格内容审核,确保信息真实和准确。引入人工与AI大数据等智能审核相结合的方式,复杂或有争议的内容可交由专业团队进行二次审核,确保信息审核的准确性和合理性。

完善信息传播中法律责任体系。需进一步明确强化对虚假报道、误导性信息传播行为的法律规范,明确违规成本,以有效规范媒体和平台的行为。首先,明确信息传播中不同主体的责任,构建多方协同的责任制度。将信息发布者、平台方、信息接收者等各主体在信息的真实性、客观性和传播安全性上的责任明确化。尤其对于自媒体平台应建立合理的连带责任制度,推动平台加强内容审核和自律,共同构建规范有序的传播环境。其次,明确处罚标准并加大处罚力度,对虚假传播、误导性宣传、泄露隐私等行为做出明确的法律界定和惩罚措施,如罚款、吊销营业执照、追究法律责任等,以增强从业者的行为规范意识和责任感。最后,建立政府与平台的协同治理机制,政府与平台协同监管,共同监测信息内容,通过法律与政策支持,提升治理的强制力和执行力,从而为规范信息传播提供有效的制度保障,减少违法传播行为的发生。

建立信息传播反馈机制完善公众监督。公众的媒介素养水平直接影响到信息的传播效果和传播质量,因此需加强公众媒介素养教育,提高用户的信息识别和判断能力。具体可通过教育系统或媒体平台推出在线课程或内容,普及虚假信息识别的知识与防骗技巧,或通过短视频、直播等方式,帮助公众在智媒环境中合理使用信息。还可与教育机构合作,将媒介素养纳入基础教育,长期培养公众的媒介素养,提升信息识别和判断能力。此外,透明的传播过程和反馈机制能有效提升用户信任感,同时能加强对信息发布的监督,避免平台对内容的任意操作和不正当干预。通过身份认证确保信息来源的可靠性,并追溯违规行为的责任主体,减少虚假信息的传播。公开信息来源和审核流程,建立用户了解信息出处,增强信息传播透明度。让便捷的反馈和申诉通道,使公众能对虚假信息、不实内容,以及信息传播中的违规行为进行举报,及时响应和处理用户反馈,强化社会监督,保障信息传播的公正性和可靠性,提升信息传播的规范化水平。

本文系湖南大众传媒职业技术学院2024年度校级科研项目“资本浪潮中的声音:股市全面注册制下媒体的责任重塑与影响探索”(24YJ15)阶段性成果。

(作者单位:湖南大众传媒职业技术学院)

精准实施中华优秀传统文化数字化保护与传播

□张洪健

中华优秀传统文化作为中华文明的瑰宝,蕴含着“天行健,君子以自强不息”的拼搏精神、“仁者爱人”的仁爱思想、“人无信,而不立”的诚信观念、“人生自古谁无死,留取丹心照汗青”的爱国情怀和报国之志……中华优秀传统文化凝聚着中华民族最深沉的精神追求,既是支撑中华民族繁荣发展的重要精神动力,也是展现中华民族区别于其他民族的独特标识。随着现代化进程的不断推进和数字化技术的迭代发展,数字化保护与传播工作已显得尤为迫切。秉持在传承中创新、创新中传承的文化保护与传播理念,增强中华优秀传统文化精准应对、科学应变、主动求变的能力,构建中华优秀传统文化的新常态,成为当前文化保护与传播工作的重中之重。

数字存储与数字展示

数字技术为盘活中华优秀传统文化,实现中华优秀传统文化的数字化存储提供了技术支持。因此,依托数字技术高效赋能,为中华优秀传统文化的保护与发展注入新动能,从而反哺文化自信,是当前文化传播工作的重要一环。

其一,依托大数据技术、人工智能技术、云存储技术、云计算技术、标识解析、数字采集、图像处理、3D建模、虚拟现实技术等,开展全国优秀传统文化资源的普查、调研、收集、梳理工作,系统盘查和摸清现存的、濒危的各类文化遗产、革命文物和历史遗迹,统一存储碎片化、零散化的文化资源。同时,按照地区分布、精神价值、物质形态、文化符号等进行分类整合和科学标识,并建立统一的数字资源库,实现对中华优秀传统文化的数字存储,为后期规范化传播与保护奠定基础。例如,甘肃文化保护机构对敦煌石窟文化资源进行数字化采集,以及洞窟壁画的图像处理和3D重建,为资源的永续利用和数字展示提供支持。其二,建立一体化的数据资源库管理系统,以数据共享、数据互联、数据互通实现跨层、跨区域、跨部门的文化资源流通,在丰富资源供给的同时,激发中华优秀传统文化数字化传播的内在潜力。其三,提升数字资源库的服务能力和算力能力。依托云计算、云服务、超算技术等,搭建集数字检索、资源下载、内容交付、数字订

购、数字结算等为一体的智能化数字资源服务平台。大力推进数字图书馆、数字展馆、文化网站等数字展示平台和基础设施建设,为广大受众提供在线文化课程、数字阅读、文物展示、数字互动等服务,着力满足广大受众的各类精神文化需求。

数字保护与数字修复

依托数字技术,开创中华优秀传统文化资源的数字保护与数字修复新局面,使更多传统文化资源和文化遗产能够进入大众视野,长久地被感知、观赏、研究,从而推动中华优秀传统文化资源能够不断滋养和涵养一代代中华儿女,筑牢信仰之基和文脉之魂。

其一,结合中华优秀传统文化数据资源库,按照传统文化资源的保护和传承现状,制定抢救性保护方案和修复方案,避免宝贵文化遗产流失。由此可看,数字技术赋能在助推数字存储和资源盘活的同时,可提升文化资源保护的预见性和干预性。其二,综合应用各类3D打印技术、虚拟技术等数字化技术解决传统保护手段无法解决的问题。例如,对不可再生性传统文化资源进行数字采集、全景扫描、特征提取、文本识别、可视化建模、录音录像等,在数字化再现传统文化资源的基础上实现对传统文化资源的数字化保护,避免传统文化资源随时间流逝逐渐失去原有形态。对某些受损、受潮、褪色、模糊、残缺的文化资源进行数字修复,努力使其以原有形态继续存续的同时,为其在数字世界的创造性传播催生更多可能性。

信息监管与生态治理

文化强国视域下,中华优秀传统文化的创新传播与数字化保护,不能仅局限于数字展示与保护修复等环节,要建构起涵盖生产、传播、消费等一体化传播路径和发展路径的信息监管与生态治理体系,全方位监管中华优秀传统文化在数字时代的传播和数字展示。

其一,依托数字技术为文化内容赋予技术美的同时,注重彰显文化产品内在的价值符号。借助数字技术实现传统文化资源的展示转化和创造性编码,相较于传统的资源展示手段,以图画、视频、漫画、影像、音频、虚拟现实

等形式呈现的传统文化资源能够唤起大众对传统文化的认同。同时,要注重遵循文化传播逻辑、技术逻辑和审美取向进行针对性文化产品供给,坚持价值理性与技术理性相统一,始终立足传统文化的文化内核和文化精萃,在此基础上进行内容与形式创新,优化审美体验和文化接受体验。其二,以数字技术为支撑,构建起集数据生成、分发、传输、扩散等各阶段建立严格的风险管控和生态监督措施和办法,同时制定严格的跨境文化传播规则和数据安全保护机制,最大限度保护传统文化资源信息。其三,加强对数字传播生态的治理和管控。构建自上而下的政府监管与社会监管相结合的多级多层次文化治理与监管机制和监管管控模式,加强对文化版权和数字内容版权的保护和监管,坚决抑制数字文化传播平台的无序扩张,加强数字化平台对用户主体、平台信息的全天候、动态化保障。

信息分发与文化传播

主动从供给层面和服务层面不断提升中华优秀传统文化的传播力和影响力,推动中华优秀传统文化从传统信息分发和传播模式向数字时代的信息分发与文化传播模式转变,逐步引导传统文化与数字时代、数字技术相适应。

其一,依托数据关联技术、算法推荐技术等,全面收集信息接受受众的文化偏好,认知需求和内容期待等,构建基于用户需求、文化传播规律基础上的文化传播新模式,积极拓展传统文化内容生产和内容供给在文化空间的占比和份额。其二,构建更为大众化、时代化、故事化、微缩性的文化传播话语体系和叙事策略。一方面,建立中华优秀传统文化核心要义的话语资源库和故事体系,推动中华优秀传统文化由浅入深、由表及里地进行故事阐述和文化传播,由宏大叙事转向微缩叙事,激发广大受众对中华优秀传统文化的情感共鸣和文化认同。另一方面,提升创作者的叙事逻辑,增强对文化供给主体的数字编码、数字内容生产相关的媒介素养和表达能力的培育,引导其掌握理清叙事思路、逻辑以及内容制作、故事阐述的能力,增强内容供给与价值输送能力。其三,构建链条化、产业化的文化传播机制。政府要鼓励文化机构和本土企业积极投

身文化产业发展,对文化数字化产业的相关单位和个人给予政策、税收、科技等方面的支持;企业要拓宽文化数字化产业发展思路,增强数字文化产业的集聚效应和辐射带动效应,探索“文化+旅游”“文化+游戏”“文化+影视”等多领域产业发展模式,加强文化产业与服务业、物流业、制造业、消费品工业等的融合;个人要树立正确的文化传播理念、加强自身数字媒介素养,积极参与到传统文化内容生产、传播、消费等环节中,为中华优秀传统文化的创新传播和传承贡献力量。

国际传播与文化共享

依托数字技术赋能,推动中华优秀传统文化“走出去”,在更广阔的文化空间和文化场域中提升中华优秀传统文化传播效力,搭建中华文化与世界文化平等对话的大平台,将跨越国度、极具中国特色与中国风格的精神内核和文化追求传播出去,以高度文化自信让世界各国认识、了解中国的文化形象和文化信仰。其一,利用数字技术系统收集输入地的文化接受偏好和价值观念,依托当地特有的文化研究所和国际性文化论坛等,获取输入地的文化传播资料。同时,尊重多元文化独一无二的文化价值和符号,倡导建立多元文化相互交流、相互借鉴、相互融合的文化共同体。其二,在对外传播中,加强对中华优秀传统文化内涵的挖掘和研究,挑选更具代表性、影响力和认同感的文化符号进行传播,构建更具影响力的中华优秀传统文化新标识。例如,分布在世界各地的孔子学院,在助力汉语文化和中华文化走向世界、提升中国文化软实力等方面发挥着重要作用。中国功夫、古建、中华典籍、京剧文化、饮食文化、体育文化、医药文化等典型元素的传播可为中华优秀传统文化走出国门起到助推作用。其三,依托人工智能技术、智能生成技术、新媒体传播技术等,人人都可以成为中华优秀传统文化的传播者。因此,国际传播从业者要主动加强文化传播自觉,借助新兴、便捷的网络技术和网络社交平台进行中华优秀传统文化的外宣,为世界和平发展提供高质量的精神文化供给和公共精神产品。

(作者系四川外国语大学中国语言文化学院讲师)

XUESHUTANTAO

学术探讨