



聚焦 网络文明

让理论之光照亮青春征程

——2026年中国网络文明大会党的创新理论网络传播分论坛侧记

◎ 韩嘉伟 本报记者 刘川 漆世平 王露



“从‘青年听’到‘青年行’——新时代的青年实践”圆桌对话。

5月19日,2026年中国网络文明大会在广西南宁开幕。当天下午,党的创新理论网络传播分论坛举行。来自中央和地方有关部门的负责同志、青年宣讲骨干、专家学者、主流媒体及网络平台代表等齐聚一堂,聚焦“理论之光照亮青春征程”这一主题,交流新做法、分享新经验、碰撞新思考,共同探讨如何运用网络向青年开展理论传播,让党的创新理论照亮青春征程、照耀网络空间。

用党的创新理论引领青年

当前,我国青年网民规模已达5.4亿。在网络上,青年是最活跃的群体,是价值观念建设的生力军,也是今年党的创新理论网络传播分论坛聚焦的核心议题。

如何用党的创新理论引领青年、凝聚青年?与会嘉宾一致认为,理论要赢得青年,关键在于解开思想困惑、回应现实关切、指明前行方向。

“聚焦凝心铸魂,激发青春活力。”与会嘉宾认为,党的创新理论是指引青年成长成才的灯塔。要善于运用科学的理论回答青年关切的就业创业、社会融入、价值实现的现实问题,把宏大叙事与青春故事结合起来,把家国情怀与个人情感结合起来,提升理论传播的穿透力、说服力,进一步坚定广大青年建设祖国的理想信念。

“创新网络表达,澎湃青春力量。”与会嘉宾在发言中提到,推出更多为青年打造、由青年传播、受青年喜爱的精品力作,是党的创新理论网络传播的重要内容。要深入青

少年网民活力集聚的各类网络平台,听青年说,讲青年语,不断创新叙事方式,推出优秀作品,激活指尖上的理论磁场。要以青春力量、思想含量吸引青年爱听、爱看、爱刷、爱赞,提升理论传播的影响力、感染力。

“让理论传播插上科技翅膀和数字翅膀。”与会嘉宾指出,要紧紧抓住人工智能发展机遇,开发更多青年喜爱的数字文博、虚拟仿真课程等场景,创新打造沉浸式、交互式的理论学习体验场景,让广大青年身临其境地感悟真理魅力与实践伟力,让党的创新理论在网络空间更具吸引力、感染力和穿透力。

青年将党的创新理论讲给青年听

“有一次我到社区宣讲,有位阿姨问我,姑娘,你讲的这些国家大事,我觉得很有道理。但我更想知道这跟我每天买菜做饭、带小孩有啥关联?”这次宣讲让广西“00后活百年”宣讲团成员陈芊艺认识到,理论传播要对党的创新理论进行青春“转码”,让“国之大事”连通“民之关切”。

论坛上,多位青年宣讲骨干分享“青年讲给青年听”的创新实践。陈芊艺所在的那支4500多人的青年队伍,化身“田埂上的宣讲员”“云端里的UP主”,用游戏案例、探馆Vlog、AI数字人说唱等形式,让抽象理论变得可感可触,“乘着网线传得更远”。

而浙江省宁波市“后浪”青年理论宣讲团成员曹伟和小伙伴们则把网络热梗、时下热点、宁波方言、在地文化等元素巧妙揉进

理论宣讲,并依托“后浪”品牌,发起“理论背包客”宣讲快闪项目,推出开放麦、情景喜剧、红色Rap、短视频等多元形式,扎根B站、抖音、小红书等平台。今年更融入AI数字人、视频直播,让理论宣讲成为青年追捧的新风尚。

“宣讲,不是要去把谁的脑袋装满,而是要种下一颗种子,点燃一个火种。”曹伟用9个字概括了她的心得:说人话,切热点,有态度。

理论不是象牙塔里的高深学问,而是贴近生活、指引实践的思想武器。

1985年,北京师范大学成立了马列学社,1994年更名为求索学社,2001年设立了宣讲团。

在和青年朋友朝夕相处的日子里,95后的北京师范大学马克思主义学院教师、求索学社宣讲团负责人刘奎认为,陪伴青年走好理论宣讲这条路,不是要“教”青年怎么讲,而是要当好青年身边的理论翻译官,让青年在宣讲中真学真信、敢讲善讲、出彩成长,把理论宣讲从“任务”变成青年热爱的“青春事业”。

技术赋能让理论传播更精准、更高效、更广泛。

中国移动在视频彩铃这个小小的窗口上嵌入“新时代金句”等内容,在等待接通的那几秒钟,党的创新理论已经完成了一次传播。

“我们还通过‘首页首屏首条’工程、思政课时连线等数智赋能,让理论传播‘日用而不觉’。”中国移动咪咕公司“新动力量”宣讲员王千慧说。

让更多青年成为理论传播的行动者

党的创新理论不仅要讲给青年听,更要让广大青年成为理论传播的行动者。

在千里之外的云南腾冲和顺古镇,有一座以著名哲学家艾思奇命名的纪念馆。馆长伯雁来到论坛现场,佩戴着以《大众哲学》这本书为设计原型的文创徽章,分享了一个特别的故事:25岁时写下《大众哲学》的艾思奇,用“果树林里找桃树”“孙悟空的七十二

变”这样通俗易懂的事例来讲述深奥的哲学道理,指引无数青年投身革命实践。如今,艾思奇纪念馆与复旦大学、云南大学等高校开展馆校共建,让纪念馆成为青年实践的“第一课堂”;通过“腾冲市艾思奇百姓宣讲团”,让青年从“听众”变成“宣讲者”,培养了300多名“小小讲解员”,服务超5万人次。

天津市委网信办创新打造“学长请回答”网络思政IP,巧妙抓住年轻人信任“同龄人”“过来人”的心理,“让青年对话青年”。各大高校优秀校友、知乎站内答主、网络名人等众多“学长学姐”一起做青年的“知心人”“热心人”“引路人”,把严肃的思政内容变成年轻人愿意主动“追更”的对话场。“今年,我们还在做一些新的尝试——上线‘学长请回答’青年成长访谈播客,让朋辈对话‘看一眼’延伸为‘听一路’。”天津市委网信办网络传播处副处长、天津市“学长请回答”青年网络思政主题宣传互动活动负责人陈超介绍。

共青团中央宣传部副部长董俊杰介绍,团中央在“创品牌”“强传播”“重践行”三个维度上下功夫,通过打造理论学习品牌,推出“清明祭英烈”“青春中国节”“非遗青年传承人”等青年喜闻乐见的网络传播项目,以及“循迹”教育等实践载体,让青年在实践中体悟思想伟力,把理论学习转化为奋进行动。

人民日报社新媒体中心统筹策划室副主编朱利则用“四个一起”概括了主流媒体的青年传播之道:始终与青年“站在一起”、与青年“想在一起”、与青年“干在一起”、与青年“玩在一起”。从爆款H5《军装照》到“时光博物馆”IP,从建党百年版《少年》到抗战主题曲《写你》,人民日报新媒体用音乐MV、互动产品等年轻化形式,让青年网友和主流媒体共同完成传播行为。

分论坛还现场发布了党的创新理论网络传播案例,推出了2026“理论中国”网络理论传播品牌建设工作。

本次分论坛由中央宣传部文明实践局、中央网信办网络传播局、中国精神文明网承办,“学习强国”学习平台、新华网、广西壮族自治区文明办协办。

全国精神文明建设
高质量发展头条好作品
中农云启航科技杯
四川中农云启航
数据科技集团有限公司 联办



别让AI猎奇短剧 成为刷屏的网络垃圾

香蕉成渣男、草莓是绿茶、苹果搞背叛……最近一段时间,“水果AI短剧”席卷短视频平台。网友们一边吐槽“太离谱、太狗血”,一边“刷”到根本停不下来。

点评

这类“水果AI短剧”,披着萌系水果卡通外衣,裹着的是背叛出轨、逆袭复仇、豪门恩怨等狗血剧情。没有逻辑、反转直给、节奏快速……这套越离谱越有流量的“打法”,在短视频“流量江湖”屡试不爽。而且,AI快速生成、批量生产,制造内容的门槛几乎降到了零,平台算法顺着猎奇心理持续投喂,如此低成本、高复制的内容“杂草”,野火烧不尽,春风吹又生。

有人说,工作压力大,当下饭段子,图个乐呵,没必要太严肃。但是,放松解压不等于放任三观失守。短视频早已融入大众日常,长期沉浸于低俗荒诞的剧情中,难免“降智”。这些年,低质AI猎奇短剧一茬接着一茬轮番登场,似乎已经成了短视频生态里的顽疾,其中的隐忧不容忽视。

回溯总结一下,不难发现,此类短剧换的是皮囊,不变的是空洞、低俗、离奇的内容,以及赚流量、挣快钱的功利逻辑。加之,AI技术让内容生产易如反掌,其生成的视频伪装性更强,也让平台审核面临更大挑战。扭曲价值观、违背公序良俗、拉低大众审美……流水线式生产如此泥沙俱下,让人不禁思考,如今究竟需要什么样的短视频生态?

有一个共识是,AI+短剧,产能上去了、成本下来了,内容品质不能“不升反降”,如此只会产生更多的电子垃圾。如果滥用AI技术,那么今天可以是水果出轨,明天就可以是蔬菜背叛,千篇一律的“换汤不换药”持续蔓延,就容易造成系统性污染。对于AI短剧发展来说,如何让AI服务于好内容,涵养好生态,还需要长期有力度、有效果的治理。(余姝满)

解压玩具 不能挑战公序良俗

近期,网上出现一款名为“娜塔莎”的解压玩具,外观为深色皮肤的婴儿模样,在社交平台上被摔打、注水、针刺、刀割。这一针对婴儿玩偶的暴力和不雅行为,引发热议。

点评

从目前主流媒体报道及相关视频中可见,此类玩偶的走红,大多因为不良动作,还伴以“养娃不如捏娃”等关键词,带动了玩偶的售卖。某电商平台上,售价从几元到几十元不等,部分买家还在评论区晒出孩子拉扯玩偶的照片。

名为解压,实则施虐,学龄儿童在对婴儿形状的解压玩具实施暴力行为时,身心健康在不知不觉中受影响。专家称:“可能削弱现实生活中青少年对真实婴儿的同情心与保护欲,甚至诱发对真实生命体的无意识攻击冲动。”这并非危言耸听。儿童时期好奇心旺盛、学习能力强,如果不能在此期间加以保护和引导,就容易模糊善恶边界,孩子会觉得虐待发泄等行为是正常且好玩的事。长此以往,不仅容易养成暴躁偏激的性格,更可能丧失对生命的同情心和敬畏心,为以后的心理健康埋下隐患。

面对此类情况,不妨先从生命教育做起,让孩子知道,婴儿就是他们小时候的自己,需要呵护和关爱,不能当成肆意发泄情绪的对象。其次,正视孩子的情绪问题,当他们出现失望、愤怒等负面情绪时,老师和家长要做好倾听者、陪伴者,通过运动、健康游戏来帮助孩子正确舒缓情绪。

玩具不能成为暴力教具,解压也不可突破人性底线。对厂家要明确生产要求,对平台要压实审核责任,用更加完善的法律标准,杜绝此类挑战公序良俗与危害未成年人身心健康的产品卷土重来。(刘叶)

从一首歌延展为一场戏、一座馆、一代代人的精神载体

沂蒙山小调传大音

◎ 杜辉升 王楠 刘洪乐 高云野

一线来信

“人人那个都说哎,沂蒙山好,沂蒙那个山上哎,好风光……”5月11日,在山东省临沂市费县沂蒙山天蒙旅游区的沂蒙山小调诞生地,沉浸式实景互动演艺《沂蒙山小调》最后一幕的现场,硝烟弥漫,炮声隆隆。游客们手推独轮车跟着身穿演出服的工作人员走过一程山路,人群中,演员花大娘颤巍巍地哼起了小调,一人唱,众人唱,熟悉的旋律在山谷中回响。

“该演艺分为六幕,以《沂蒙山小调》创

作为背景主题,将红色历史资源转化为可体验、可参与、可感悟的活态文旅产品。”山东文旅·沂蒙山天蒙旅游区副总经理吴朋涛介绍。

作为与《茉莉花》同被联合国教科文组织列为中国最具代表性的民歌,《沂蒙山小调》何以传唱80余年?歌声里,藏着一段烽火岁月。1940年春,抗战硝烟正浓,反动组织“黄沙会”欺压百姓、杀害抗日干部。驻扎在费县白石屋村的抗大一分校文工团,深入“黄沙会”泛滥地搜集素材,开展文艺创作。李林根据当地花鼓调谱曲,阮若珊创作歌词,《沂蒙山小调》的前身《反对黄沙会》就此诞生。在那炮火连天的抗战岁月里,此曲成为鼓舞士气、

凝聚人心的精神力量。1953年山东军区文工团续写新词,将歌词中的抗日主题改为歌颂家乡的主题,定名《沂蒙山小调》。

在沂蒙山小调纪念馆前,《沂蒙山小调》第三代传唱人宋守莲也唱起了熟悉的旋律。年逾古稀的她从12岁起学唱这支歌,一唱就是半个多世纪。如今,她守在小调诞生地,一遍又一遍向来自天南海北的游客唱起这支歌。“唱的次数也数不清。”宋守莲告诉笔者,“我要把这首歌一代代传承下去。”近年来,她还带动培养了一批第四代传唱人,让沂蒙精神在歌声里代代延续。

沿着山路往上走,《沂蒙山小调》展览馆出现在眼前,展厅依次展现了《沂蒙山小调》的诞

生、演变、传承、保护、发展弘扬和老抗大人的沂蒙情。在视听馆一组电话型数字播放器前,笔者拿起“电话”,轻点屏幕,一段旋律缓缓流出,这是1964年民歌书有琴在“上海之春”音乐会演唱的版本。展馆特别设置的电话型数字播放器,让游客可自主点播不同时期、不同歌唱家演绎的《沂蒙山小调》。

为打破“台上讲、台下听”的传统模式,费县以小调为根基,用多种形式将历史的、精神的场景转化为可触可感的亲身体验。在《沂蒙山小调》诞生地脚下的大青山胜利突围纪念馆,录制了30余部微视频,创新性地融入了沉浸式微短剧、情景朗诵等形式,通过生动的表演还原历史场景。