

推动健康码

从“应急码”成为“法定码”

□ 高艳东

疫情期间，健康码成为控制疫情的重要工具。通过“政府授权、企业开发”的模式，健康码集纳个人的家庭地址、行为轨迹、接触人群等信息，实现了对疫情的精准、高效防控。健康码的实质是通过收集大量公民个人信息与其他数据库相结合，是大数据时代高效的社会管理工具。正因如此，一些地方政府尝试在疫情控制领域之外开发健康码的其他功能，例如，有些城市使用健康码对接电子健康卡、电子社保卡等电子证件，可以完成挂号、就诊、取药、开电子发票等功能，实现一码就医。有些地方尝试将“随申码”升级为给市民和企业提供生活、工作、经营等数据服务的随身服务码。诚然，健康码可以升级为全能的数字化身份证或全能码。但是，我们必须清醒地认识到，虽然健康码可以准确控制疫情、高效管理社会，但也存在着侵犯公民隐私的危险，需要认真设计健康码制度，实现依据法定化、使用严格化，让数据分析成为现代社会治理的有力帮手。

明确健康码的双刃性

社会治理数据化是人类发展的趋势。如果疫情期间仍然靠传统的填写表格、盖章证明等方式控制风险，会浪费大量人力资源，也无法做到精准防疫和快速复工生产。与国外相比，中国的疫情控制相对较好，这与数字化防疫措施密切相关。但是，数字化治理有双刃性。用之得当，是社会治理的良好助手；用之不当，则是侵犯公民隐私的危险工具。健康码需要分析个人的身份信息、人际关系和交通活动等，会暴露个人的隐私。在网络时

核心阅读

疫情期间，健康码成为控制疫情的重要工具。通过“政府授权、企业开发”的模式，健康码集纳个人的家庭地址、行为轨迹、接触人群等信息，实现了对疫情的精准、高效防控，但从信息安全考量，要认真设计健康码制度，实现依据法定化、使用严格化，让数据分析成为现代社会治理的有力帮手。

代，由于个人信息的泄露，骚扰电话、广告推销、精准诈骗及跟踪型敲诈等乱象频繁出现。而且，保护隐私有天然正当性，因为它是人之尊严的一部分，没有人愿意生活在一个随时被监控的社会环境中。现代国家都认为保护个人信息是维护人之尊严的当然要求，政府使用个人信息应当首先考虑公民的权利主体地位，未来在使用、升级健康码时必须遵循“同意原则”而不能强制推行。目前，有地方政府准备依托健康码，把医院挂号、处理交通违章、申报企业事项、提取公积金等窗口集合成全能生活码。这一举措当然有利于提高社会效率，但数据化管理不能一刀切，应当给群众不同办事方式的选择权，改变“不同意无选择”的现状。愿意让渡个人信息而选择效率优先的市民，可以给予支持；对于注重保护隐私而喜欢传统政务方式的群体，也不能歧视。

法定化是健康码存续的必要条件

个人行踪轨迹是现代社会生活中重要的个人隐私，政府和企业对

其使用应遵循严格的法定程序。2020年2月4日，中央网络安全和信息化委员会办公室颁发了《关于做好个人信息保护利用大数据支撑联防联控工作的通知》（以下简称《通知》），鼓励企业在政府部门的指导下，在注意个人信息保护的同时，利用大数据分析预测确诊者、疑似者、密切接触者等重点人群的流动情况。根据中央文件推出健康码的应急措施，符合紧急情态下社会和公众的利益。

健康码收集、使用个人信息的规则，需要法律细化规定。健康码就是检验个人信息保护制度的试金石。收集、处理个人信息的健康码必须于法有据，未来的“个人信息保护法”作为上位法，应对基于公共利益需要而收集个人信息的情形作出明确授权，并赋予用户对被收集信息的删除权，改变“只收集不删除”的现状。同时，对健康码、生活码等准电子身份证明，国家需要出台相关行政法规，规范其适用的范围、条件、程序，尤其应对个人信息的保管责任以及泄露的救济方式作出明确规定，推动健康码从“应急码”成为“法定码”。

严格化是健康码存续的充分条件

数字化管理的要义是提高行政效率，而非对人进行数字化标识。只有把健康码等个人信息搜集App纳入法律监管的轨道，才能严格限定其使用规则，防止侵犯个人隐私。这种严格化至少应当包括几方面。

严格确保信息使用匿名化。政府或企业在征得个人同意后可以使用其个人信息，但使用时要对其信息进行脱敏处理，防止识别到具体个人，“合法使用个人信息也要脱敏”是国际共识。在大数据时代，不脱敏使用的个人信息存在极高隐患，相当于让个人在网络空间裸奔。健康码的相关信息一旦泄露，轻则导致个人受到就业歧视（如来自疫区的群体），重则可能被不法分子利用从而引发电信诈骗、敲诈勒索等违法犯罪。因此，匿名化使用信息是健康码的基本要求。

严格限制使用的时空条件。一方面，对多数群体而言，健康码应当限制收集信息的时间区间，不应全天候而只能在特定时间（如乘坐公共交通工具时）收集个人的行踪轨迹等。即便基于公共利益也应当有所限制。另一方面，健康码的使用区域应当有所限制。对长期无危险的地区（医院、车站等特殊场所除外），以及低风险区域（如小区、公园等）的群体使用时，应当进行合理性评估。



善用平台讲好红色故事

□ 孙维雁

随着移动互联网技术的飞速发展，我国手机网民规模已超过9亿人，微平台、微媒体、微内容成为备受人们喜爱的新传播方式。平台传播作为集图像、文字、声音、影像等多重手段于一体的综合立体化传播方式，可以通过现代科技与现代艺术相融合的专业技术制作手段，让人物、故事、事件甚至场景都展现出来，大大增强红色文化的体验感和感召力，给红色文化传播带来了难得的发展机遇。我们要根据红色文化传播的特点，从传播的受众、内容到渠道手段以及创造融洽的外部环境等方面进行创新，更好地传播红色文化。

着力扩大红色文化传播受众群体。受众既是信息传播的接受者和信息的归宿地，也是信息传播的主动者。融媒体时代使得信息传播的双向流动性变得更加便捷，就要给予广大受众充分的尊重，认真倾听，积极为其创设主动参与的方式实现红色文化的深度传播。

着力扩大红色文化传播渠道。融媒体红色文化传播，集图、文、声、像等多技术手段于一体，传播渠道丰富。在红色文化传播中，要根据不同的传播内容选择不同的传播组合方式，多手段、多渠道地开展传播。要借力关键节点设置微播

通过受众之间的人际传播，实现由点到面的信息传播，提升传播效力。在传播红色文化热点话题的基础上，鼓励受众及时反馈和分享个人感受体会，通过共同发声等扩大传播范围，让红色文化传播更有人气。

着力加强红色文化传播内容建设。要将红色文化的精髓扎根于广大受众内心，使红色文化所蕴含的精神力量真正内化为受众的情感认同和行为习惯，就必须符合群众的心理诉求。对于青少年儿童群体，要以价值观培养为目的，可以利用融媒体方式创作简短有趣的漫画作品吸引青少年的注意力，也可以鼓励青少年参与制作融媒体作品。对于中青年群体，要以体悟和传承为目的，将红色文化的精髓与电子屏端相结合，通过声音、影像等形式吸引受众注意力进行跨屏互动，增强现实体悟感。对于老年群体，要以追忆红色革命情怀为目的，借力这一群体共同追忆往事的方式实现红色文化的深度传播。

着力扩大红色文化传播渠道。融媒体红色文化传播，集图、文、声、像等多技术手段于一体，传播渠道丰富。在红色文化传播中，要根据不同的传播内容选择不同的传播组合方式，多手段、多渠道地开展传播。要借力关键节点设置微播

议题，关键节点的把握决定着社会舆论的走势。在红色文化的传播中，要找准切入点和着力点，善于利用重大节日等关键节点去设置相应的传播议题，及时推送故事、视频、漫画、电影等多种形式的內容，形成传播舆论热点，增强受众对红色文化教育的仪式感和对红色文化的认同感。

着力创新红色文化传播技术。当前的传播已进入场景传播的时代。融媒体时代的传播是集图、文、声、像等多手段和技术于一体的综合立体式传播，兼具互动性和场景化，具有现实互动体验感。在红色文化传播中要充分利用现代化的技术手段，把高大上的理论转化为生动的故事，再现典型的人物和情节，深入激发受众对当时现实情境的想象力，形成冲击力，使他们在场景体验的感染中自觉接受红色革命传统的教育。

着力加强红色文化传播平台管理。新媒体时代，通过平台实现信息传播的同时，必须加强微平台的控制和管理，把控各传播平台的规范性和在尊重传播规律的基础上借助大数据等先进的技术手段，建立有效的信息筛选、过程监控和舆情预警系统，及时引导正确的网络舆论。通过现代化的大数据分析研

判，科学预测红色文化在传播过程中的潜在风险，实现传播活动的适时纠偏与防微杜渐。另外，微传播过程中还需要强调自由开放传播过程中的隐性界限，即划定无界传播中的虚拟红线和底线，对整个传播过程实施把控。

着力畅通红色文化传播反馈机制。与传统媒体的单向传播模式不同，融媒体传播的一大特点是互动交流性强、反馈率高。这一传播方式要求我们在搭建反馈渠道时注意完善受众参与机制，及时跟进受众接收红色文化信息的需求点。可以充分利用融媒体平台，定期发布红色文化文字、图片、语音、视频资料等，然后及时收集整理平台的公众评论与留言、观看量、转发量等信息，适时组织调查问卷等活动，畅通受众的反馈表达渠道。通过整理这些受众传递的反馈表达，及时对红色文化的不同传播渠道进行可行性评价，并根据评价结果，发现传播过程中存在的薄弱环节，有的放矢地进行调整优化，以期达到更好地进行红色文化传播的目标。



随着大数据的发展，信息获取方式呈现出典型的垂直化、裂变化和异质化，私人订制、精准推送的个人模式日臻成熟，渐成主流，并进一步加剧了信息茧房形成。信息是一切管理活动顺利开展的基本依据和根本前提，信息在管理各方面、各环节和各要素中发挥着主导作用。正是借由信息的泛在渗透、交叉融合和多域赋能功能，信息优势得以跃升质变为管理优势，从而全面提升管理效能。一定程度上讲，智能时代管理优势的实质即是信息优势，因此，在智能时代的大变革下，基于管理视角全面审视信息茧房并寻求破局策略，也就成了应有之义和必然选择。

算法推送加剧了信息茧房形成

信息茧房的形成是一个多元参与、变量众多的交互过程。总体而言，信息茧房主要是智能算法、信息偏食和群体趋同三方面共同作用的产物。一是智能算法的兴盛。智能算法的兴盛重构了信息传播业态，衍生的个性化、分众化推荐成为构建信息茧房的核心力量。信息聚合平台基于点击率、浏览量和转发数，借助智能推荐算法，对用户的海量数据进行筛选分类、内容聚合和算法拟合，通过正负反馈模型，实现对用户偏好的精确画像和信息的精准匹配，进而投其所好，直击痛点。二是信息偏食的秉性。人类具有信息偏食的天性，凭个人喜好选择性获取信息。受众在接触大众传播活动之际，更倾向于接触与自己的既有立场、观点、态度一致或接近的媒介或内容加以接触，而有意无意地回避与自己既有倾向相左的媒介或内容。三是群体趋同的驱动。在群体趋同的内生驱动下，秉持类似或相同价值观念的个体持续集聚，逐步形成平衡和谐的拟态环境。久而久之，同质信息通过正反馈不断放大强化，个体陷入思维惯性、固有模式和路径依赖的“舒适圈”当中，加剧了信息茧房的发展态势。

用户在享受个性化推送便捷的同时，信息茧房导致的管理主体能力内卷、管理对象群体极化、管理组织黏性削弱等问题也随之出现，给当前的管理模式带来冲击和挑战。

信息茧房的解决策略

善除害者察其本，善理疾者绝其源。信息茧房将管理系统的不同要素圈定在狭窄的信息空间，最终导致管理主体能力内卷、管理对象群体极化和管理组织黏性削弱等消极影响，直接束缚管理系统效能的整体提升，信息茧房已然成为亟待解决的现实课题。破除信息茧房，必须综合施策聚能，多管齐下增效，方能形成凝聚多方协同、多元共治的破局合力。

突出主流价值引领。2019年，习近平总书记在中政治局第十二次集体学习时强调：“用主流价值导向驾驭‘算法’，全面提高舆论引导能力。”破除信息茧房迫切需要持续注入主流价值，积极培塑主流价值观念舆论场。在稳固传统渠道的同时，拓展布局新型媒介发声阵地，以主流价值观为遵循，从覆盖率、时效性和生动性等角度进行多维度考量，依据内容类型、受众偏好，量身定制传播策略，发挥权威示范功用，树立取向标杆、彰显主流理念、传递主流价值。持续迭代信息内容，不断优化传播方式，在深耕细作中实现主流价值的“再中心化”，牢牢把握在舆论引导、价值培塑中的主动权和主导权，不断提升其传播力、引导力、影响力和公信力，最终激发个体活力，提升组织黏性，全面破除信息茧房的负面影响。

拓展多元信息供给。多元信息的断供失位是形成信息茧房的关键因素，因此，破解信息茧房，夯实信息平台的社会责任，提供全方位、立体化、广角度的多元信息是核心要义所在。一方面，转变个性化推荐为人性化推荐。在满足受众已知个性化需求的同时，尤为重要

智能时代需破『茧』而出

□ 陈磊 刘怀兴

野，供给多维度认知观。另一方面，转变流量导向为价值导向。归正平台吸引法则，聚焦内容价值提升，做好议程设置工作，强化优质内容输出，健全既凸显人性化又兼顾共性化的推送机制，构建多元平衡的信息生态，最大限度减少受众陷入低劣内容信息茧房的概率。

优化跨域算法推荐。基于内容的智能算法是当前网络传播的主流模型，但基于已知信息内容的算法，在加剧信息茧房的同时，也未能实现依据个体兴趣变化和自我需求进行及时动态匹配。因此，迭代优化跨域算法推荐，协助用户探索开拓兴趣视野，为管理个体提供更具战略性、更为广阔的发展空间，已然箭在弦上，势在必行。一方面，不断优化算法。持续迭代升级基于项目和用户特征的协同推荐算法，将碎片化信息点延伸至信息链、拓展到信息面，力求精确完整地勾勒出个体信息需求的全貌。另一方面，引入随机推荐，杜绝标签化倾向，充盈信息推荐类型，引导关注多元信息。随机推荐算法应科学统筹处理好同质与异质、共性与个性、常态与流动以及舒适区和不适区之间的关系。

提升信息聚合理念。一方面，主动增强破圈思维。要积极进行自我反思与行动，转变外部驱动为内在驱动，打破路径依赖和思维惯性，提升个人综合媒介素养，这是破除信息茧房的先决条件。另一方面，建构网状生态式学习模型。要明晰自身的认知边界和有限理性，打破信息壁垒和视域闭塞。与此同时，强化信息补给、拓宽信息频谱、聚合共享信息、塑造认知广角，规避定向推送信息导致的视野受限，逐步建构起网状生态式学习模型，实现管理效能的整体跃升。

强化信息平台监管。智能时代，媒体类型众多且良莠不齐。根治信息茧房，必须强化平台监管，始终坚持正本清源，规避低俗不良消极信息。其次，突出技术管控。设计开发智能监测算法和内容审核技术，从语音、语义、图像、人脸和视频等多维度考量平台信息，实现对虚假低俗内容的智能辨识，从源头对信息整合把关。最后，严格责任追究。对违反行业规章和法律法规的信息平台，列入负面清单和永久行业禁入，以严格的责任追究反推信息平台自我约束，为破除信息茧房保驾护航。

