

观点速览

赓续文脉，
书写民间文艺当代华章

中国的民间文艺传承与发展，与中国人的生活方式、文化心理、精神世界的传承与变迁密切相关。我们要自觉把握民间文艺的多样性构成、代表性形态以及学术研究的前沿性和创作发展的创新性，把握民间文艺的发展进程，把握新时代的社会生活与民情民心。要在中国民间文艺的历史文脉与现实实践基础上，服务推进“非物质文化遗产学”学科建设，并进一步构建中国“民间文艺学”的学科体系、学术体系、话语体系。

通过对优秀民间文艺传统的传承传播，发掘弘扬中华民族最深沉的精神追求与独特的精神标识，不断凝练民族复兴的文化精神力量；在乡村振兴战略的实施推进中，充分发挥民间文艺维系乡愁记忆和助力乡村文化产业发展，实现文化创富的深层作用；在文化建设、教育、民生等发展中，使民间文艺作为节日的欢歌、乡土的图景、民族的史诗等多姿多彩的载体，进一步增添人民群众的获得感与幸福感。

（6月9日 《中国艺术报》 潘鲁生）

AI换脸诈骗，
人脸怎能“想换就换”

人脸怎能“想换就换”？有关部门对那些未经肖像权人同意的“换脸”、诈骗行为，应该重拳出击、严厉打击。无论个人、平台还是软件开发商，未经肖像权人同意，通过技术手段提取肖像，擅自使用或上传至换脸APP供用户使用的行为，都是在侵害他人肖像权；少数不法分子通过AI换脸和拟声技术伪装熟人、好友实施诈骗，这种行为更是严重违法。有关部门要严格执法，对违法违规行要要及时依法依规惩处。

网络平台应该进一步承担起“把关人”的作用，保障网络内容安全。法律法规为规范管理划定了“红线”和“底线”，相关平台要充分发挥网站平台信息内容管理第一责任人作用，切实提升管网治网水平。要进一步加强网络平台的审核力度，对于发布者利用AI技术伪造的信息，网络平台应该及时进行技术甄别，第一时间进行相关删除、封号等处理，并及时、主动向监管部门报告。

（6月7日 人民网 富丽娟）

巩固图书销量 树立出版新理念

□安新文

随着新媒体突飞猛进，知识普及化加快，易得性增强。在此背景下，不管是中国还是外国，出版行业都遭遇不少挑战，特别是纸质图书销售量呈下滑趋势。巩固纸质图书销售量，需要树立新理念，拿出新举措，把高质量贯穿出版和销售全过程。具体来说，就是出版社要适应知识传播新环境，从多方面发力，在选题策划、版式设计、推广营销等方面不断提高图书对大众的吸引力。

捕捉读者需求变化
提升选题策划能力

近10年来，我国全面建成小康社会，人民生活水平大幅提升。在新科技革命，特别是数字技术推动下，大众的精神追求日益丰富和升级。对图书出版而言，准确捕捉读者需求，不断提高选题策划能力显得更重要了。

提高选题策划能力，要持续、不断地深入研究时代给读者需求带来的各种新改变，并针对这些新变化策划出针对性强的选题。譬如，收入水平的不断提高，使百姓对旅游类、养生类、娱乐类等图书需求明显增多；对孩子教育的普遍重视，使育儿类、教辅类等图书市场持续旺盛。关于童书的选题策划，就要根据各年龄段孩子的特点，尽量向他们的生活和心理靠近。培育孩子专注力、满足孩子好奇心、启蒙教育数学和拼音、调整孩子入学心理、关于民间和外国故事的童书，都是比较有针对性的选题。

随着我国在世界上的地位不断提高，在“四个自信”“第二个结合”的鼓舞下，社会大众对我国传统文化日益感到自豪，尤其是对中国历史的兴趣越来越大。如钱钟书的文艺学著作《管锥编》，是一套地道的学术书，按理说，它是小众读者群，但因为它超强的理论功能，使研究这个专业的一代又一代学者都以拥有一套这样的书为荣。因此，对这类书可以发挥传统的编辑技巧，以内容无缝隙取胜，文字越严谨，读者越喜欢。并且，要以严谨大方为准则对这类图书的开本和封面进行设计。内容的严谨和设计的大方，也会使处于这一学术话题边缘的人因为欣赏和景仰而想拥有这套著作，无形中会加大这套书的读者群。

核心阅读

要持续、不断地深入研究时代给读者需求带来的各种新改变，并针对这些新变化策划出针对性强的选题。譬如，收入水平的不断提高，使百姓对旅游类、养生类、娱乐类等图书需求明显增多；对孩子教育的普遍重视，使育儿类、教辅类等图书市场持续旺盛。关于童书的选题策划，就要根据各年龄段孩子的特点，尽量向他们的生活和心理靠近。培育孩子专注力、满足孩子好奇心、启蒙教育数学和拼音、调整孩子入学心理、关于民间和外国故事的童书，都是比较有针对性的选题。

事实上，《管锥编》从1979年第一次出版直到现在，一再再版，不管哪个出版社出版，风格上都庄重大方，成为一套地标性的出版物，牢牢地抓住了读者的心理特征。这种虽然小众，但理论价值非常高的著作是出版社的镇社之宝，经营得好就能做到长流水。编辑策划这类的书，要努力练就“慧眼”和打造作者圈子，否则难以辨识相关选题。其实，类似的出版成功案例颇多，比如钱穆的《中国近三百年学术史》等。

优化版式封面设计
不断提升图书品相

对图书来说，虽然“内容为王”没有过时，但不难发现，在新的市场行情下，随着大众获取知识渠道的增多，他们在选择购买图书时，对图书“品相”也更看重了。

提升图书“品相”，无疑要从开本、版式和封面设计上下功夫。就拿童书来说，它的市场非常大，但竞争也异常激烈，一个出版社要分得一杯羹也很不容易。除了内容的选题外，在开本、封面设计、印制上，出版社也都需要独辟蹊径，令人刮目相看。同时，为了提升童书吸引力，不同出版社也需遵循一些共性要求。

其中之一是彩色印刷。0—3岁的童书，内容需多绘画、字数少，以适应这个年龄段孩子不识字、只识画的特点，

因此，彩色印刷就成为必须。其实，彩色印刷对别的种类的书而言，也可以提高对读者的吸引力。对出版童书来说，立体化和非纸质化也是一种投资需求。立体化，就是把书做成立体的样子，为孩子开拓一个仿真世界；非纸质化，就是为满足孩子撕书这个特点。不管彩色印刷还是立体化、非纸质化，都是为了满足儿童读者的特殊要求。

童书还可以丰富出版形式，这是出版社在激烈市场竞争中杀出重围、保有读者群的重要策略之一。就拿“不一样的卡梅拉”系列来说，这套书一开始只有故事读本，到后来延伸至动漫、珍藏版、玩偶、大开本，还有小龄化的上学记等。这是一种长线经营读者群的做法。但也有一些名不见经传的童书，时间线很短就在市场消失了。平心而论，消失的书当中很多在内容上并非太差，失败的原因各不相同，但其中之一可能就是外观设计吸引力不强，无法让孩子爱不释手。

充分利用新型平台
加大图书营销力度

俗话说：酒香不怕巷子深。但是在新媒体飞速发展的今天，知识易得性显著攀升，内容再好、价值再大的书也离不开营销和推广，否则很难在市场上赢得可观的销量，更难成为人们口口相传的畅销书。

传统上，出版社通常在报纸、电视、广播、街头的报刊亭或橱窗里刊登图书广告。现在，包括抖音、视频号、快手、公众号、微博、浏览器、客户端、知名网站等在内的新兴渠道展现出越来越强的传播力，为图书推广和营销开辟了更大空间。

现在很多出版社都用自己的公众号来推广本社新出版的图书，这不失为图书营销的手段之一，特别是推广的文章如果引人入胜，让读者愿意转载，在一定程度上也能增加图书的销售。但是一般来说，出版社自身公众号的粉丝量并不大，因此营销效果总体而言是比较有限的。在此情况下，出版社与一些做得非常成功的自媒体加强合作也是一种选择。

另外，图书营销能否成功，与出版社定价策略也有很大关系。图书都是按印张定价，然后加上封面的成本。定价策略主要体现在用料问题上。出版社对图书最后呈现的样貌应提前做到心中有数。当然，用料的搭配千变万化，如要达到读者能接受的心理价位，这就需要经验判断。

毋庸置疑，在人们物质和文化生活水平持续提高的背景下，特别是在数字革命的冲击下，图书选题策划、版式设计、推广营销不失为出版社及其编辑为实现图书“既叫好，又叫座”的3个发力点。

（作者单位：人民出版社）

第二十九届北京国际图书博览会 福建教育出版社好书推荐



《林耀华全集》
主编：庄孔韶
副主编：樊秀丽 林宗锦
定价：820.00元（共八卷）

首次结集，跨越70年著译成果，全景展现林耀华的学术人生。
内容丰富，版本经典，《金翼》《凉山夷家》等中英文对照。
名家作品，弟子主编，尽显学脉传承。
精装精编，价格适中，案头研读首选。



《奔跑的中国草》
作者：钟兆云
定价：50.00元

林占熹是《山海情》中凌一农教授的原型。为解决农业生产中日益严重的“菌林矛盾”这一世界级难题，他无数次试验，发明以草代木、培养食用菌的方法。他传递幸福，不以阡宁为限；传播技术，不以山海为远；争议袭来，不减半分情怀；荣誉等身，不增半分傲气。他用实际行动诠释了“科学”一词的真正含义，也用科研成果充分展现了生命价值的深厚内涵。

如今，“菌草”已走出国门，为国际减贫和生态保护贡献中国智慧……本书以林占熹为主人公，讲述科技中国草在世界奔跑、造福人类的故事，让读者看到了一个农林科学家的梦想与坚持。



《山海来信》
作者：云来
定价：50.00元

山海迢迢，亦有归期；纸短情长，甚安勿念。《山海来信》是首部聚焦在台陆生及台湾青年学生学习生活与创业经历的长篇小说，讲述了福建少女尹云汐在高中时与来大陆交流的台湾少年许鸣彦相识相知，之后10余年间彼此克服两岸复杂现实、逾越内心心结走到一起并与两岸青年共同奋斗的故事。小说以两位主人公10年的通信为载体，佐以两岸同源的文化风貌，让阡台文化和爱国情结交融其中，表现了两岸交流合作的大势，两岸同胞走近走亲的意愿。



《制度德育论》
作者：杜时忠
定价：45.00元

改革开放以来，我国教育学者提出了一些富有启发意义与探索价值的德育理念与德育模式，如活动德育、情感德育、生活德育等，制度德育就是其中之一。

本书为“制度德育论丛书”之一，在学习借鉴政治学、社会学、制度伦理学、制度经济学等多学科研究成果的基础上，以开阔的教育学理论视野，阐明了制度德育的理论基础、过程机制以及限度，并对制度德育论的实践方式进行了探索，形成了系统的理论体系，具有较高的学术价值。



《漂泊东南南海间——抗战烽火中的文化人》
作者：张在军
定价：56.00元

卢沟桥事变之后，金門、厦门和福州先后沦陷，福建沿海的众多文化教育和科研机构相继迁入闽北山区。一时间，各领域大量的学者教授、文人墨客，如萨本栋、汪德耀、许钦文、施蛰存、黎烈文、何炳松等，漂泊在永安、南平、长汀和邵武一带。他们不失民族气节，不畏艰险困难，为中华民族保存文化火种、延续教育命脉而不懈地努力。本书挖掘出大量史料，超越以往关注抗战文化的视角，观照更广阔的时空和更广泛的文人群体，以丰富的细节再现了东南小后方弦歌不辍的精神状态，与西南大后方遥相呼应，给今人留下了无尽的遐思。



《十年建福》
作者：徐德金 钟兆云
定价：68.00元

本书依托中新社福建分社积累的权威媒体资源，以通讯的形式、文学的笔触刻画党的十八大以来，在改革开放、产业发展、两岸融合、生态文明建设以及脱贫攻坚、共同富裕、社会治理诸方面所取得的非凡成就。描绘了福建人民在新时代的高质量发展之路，诸如平潭综合实验区、自贸试验区、林权改革、三明医改、数字福建、生态福建等重大事件、政策实施的过程和成果，热情讴歌“机制活、产业优、百姓富、生态美”的福建实践。旨在全景式反映党的十八大以来福建经济社会民生发展与变化，揭示新时代福建发展的内在规律，力求“鉴往知来”以对今后的发展提供有益的借鉴。



海峡出版发行集团

福建教育出版社