

时评

出版文创需要与读者打共情牌

□赵强

眼下，出版文创虽然不是什么新鲜事物，但是因为它是嫁接在图书上的衍生品，时常能引发广大读者关注，特别是在一些节假日或重要历史事件的时间节点，那些契合节点的出版文创爆款，还会是网友和消费者热议的话题。由此看来，优质的出版文创，不是可有可无的图书加持和点缀，而是出版机构新的经济增长点。

近日，一则《在上海最高书店遇见国漫大牌！三毛能看还能“吃”》的新闻引发了笔者对持续多年的出版文创如何继续提升其品质、契合读者阅读共情的思考。

据报道，今年正值三毛形象诞生88周年之际，《三毛漫画全集》全9册不久前在上海最高书店朵云书院旗舰店首发。选择在上海最高的网红书店首发，本身就具备诸多看点。而蔚为大观的《三毛漫画全集》，首发之日还配备了一个三毛漫画精品展，同时，新研发的三毛文创冰淇淋引发了读者兴趣，不少小朋友纷纷选购。冰淇淋呈现了可爱的三毛形象，分榛仁巧克力、牛奶香草口味，将美好的阅读时光定格在甜蜜滋味中。

可以设想，在上海最高的书店，小读者在家长的带领下，一边翻阅《三毛漫画全集》，一边吃着可爱的三毛冰淇淋，这

一本图书，特别是好书，如果仅仅在书店绽放一次，不但是对出版资源的巨大浪费，也是对读者多种文化需求的漠视。而出版文创产品，恰恰就成为连接作者与读者、编者与读者的一种全新的纽带。

该是一种多么惬意的阅读场景呢！

对于出版机构来讲，把出版的名著和畅销书进行多维度、多场景开发，也是一种大势所趋。众所周知，出版一本图书精品，要倾注出版人大量的心血。有的图书选题，更会是举全社之力，上下联动，方才取得了不俗的出版业绩。不过，一本图书，特别是好书，如果仅仅在书店绽放一次，不但是对出版资源的巨大浪费，也是对读者多种文化需求的漠视。而出版文创产品，恰恰就成为连接作者与读者、编者与读者的一种全新的纽带。有的读者本身就是相关图书的忠实粉丝，而出版文创会让他“爱屋及乌”，还会尽情地拥抱该图书的文创产品；有的读者，本身不是读者，会因为

喜爱相关的出版文创，而最终追本溯源，成为该产品的源头——图书的粉丝，由此完成了客户向读者的转变。

三毛冰淇淋系列产品，会让小读者在好玩、有趣、好吃中度过难忘的阅读时光，最终会热情拥抱《三毛漫画全集》。从三毛冰淇淋，笔者想到，出版此书的少年儿童出版社还可以继续研发三毛文创系列产品，比如三毛笔盒、三毛手提袋、三毛手机壳、三毛背包、三毛雨伞等。

其实，如同上海的少年儿童出版社一样，有不少出版机构自身拥有多年的传统出版IP，如何让其走出出版深围，拥抱新时代的年轻读者，是一道既现实又迫切的必答题。

如今出版文创早已不是出版社的累

赘，而是跨越式、持续性、多业态发展的一个必然选择。为此，很多出版机构进行了一些卓有成效的探索。

近年来，在出版文创做得风生水起的人民文学出版社，有一个仅仅18平方米的小屋，门上挂着“朝花夕拾文创咖啡供销社”的牌子，屋内摆放着各式各样“人文之宝”文创产品，最贵的文创高达几千元。吧台上也充满了有趣的菜单，如文豪盲盒、老人与海、张飞拿铁、神曲目录。看得出，该社文创将自身出版的名著进行了极为广泛的挖掘，特别是不少有关《红楼梦》和鲁迅作品的文创，十分新颖别致。据统计，截至2022年6月底，人民文学出版社“人文之宝”品牌产品就多达566种，销售18万余件，累计销售额近2900万元。

笔者认为，要让文创产品与当代读者的文化追求息息相关，与读者的文化生活高度契合，尤其需要打共情牌，打文化牌，让文创产品的商业价值、文化价值深入绽放，形成规模化、产业化，与图书出版形成互补互促的关系，进一步放大图书的价值。在此意义上，三毛冰淇淋的上市，或许对出版文创有一些新的启发。因为优质的文创，不但能引起读者的共鸣，还能唤醒其阅读的渴望。



“整本书阅读”，可使孩子受益终身

□刘天放

书无穷尽时，但惜夏日长。在这炎热的季节，阅读可以凝神静气、自生凉意。暑期正是培养孩子阅读习惯的好时机，不少学校给学生们开列书单，很多家长也跟孩子一同捧起了书本。（8月15日《光明日报》）

值得注意的是，为了贯彻落实去年印发的《义务教育语文课程标准（2022年版）》关于“倡导少做题、多读书、好读书、读好书、读整本书，注重阅读引导，培养读书兴趣，提高读书品位，培养整本书阅读的习惯”的要求，不少学校都要求

学生在暑假阅读中增加“读整本书”，并开出了书单。

《义务教育语文课程标准（2022年版）》中的“第四学段目标”指出，学生应“每学期阅读两三部名著，探索个性的阅读方法，分享阅读感受，开展专题探究，建构阅读整本书的经验。感受经典名著的艺术魅力，丰富自己精神世界”。为此，有学校给孩子们开列的暑期书单里，经典著作占比较大，如《时间简史》《三国演义》等。

研究表明，培养孩子的阅读兴趣，提

升阅读能力，能增强语言能力，学会与人交往乃至增强文化自信，提起“精神脊梁”。正所谓“书中自有黄金屋，书中自有颜如玉”，时至今日，读书已不再那么功利，但我们仍需要从阅读中获得更多人生体验和聪明智慧，并汲取其中的养分。

然而，我国儿童青少年阅读状况依然有很大的提升空间。第二十次全国国民阅读调查显示，我国未成年人阅读能力平稳提升，阅读率和阅读量均较往年有所增加。2022年，我国未成年人图书阅读

率为84.2%，人均图书阅读量为11.14本。而2021年我国未成年人图书阅读率为83.9%，人均图书阅读量为10.93本，可见在阅读上，孩子们还需加油。

而利用暑假阅读尤其是“整本书阅读”就显得非常重要。暑假时间较长，使“整本书阅读”成为可能。如今，很多家长对孩子的学业忧心忡忡，舍不得花时间让孩子阅读。而阅读是培养青少年文化自信的精神摇篮，用阅读丰盈青少年的精神世界，怎么强调都不过分。因此，让孩子“整本书阅读”能受益终身。

江边论道

对“自媒体”规制的常态之境

□江作苏 陈妮



中央网信办近日发布了《关于加强“自媒体”管理的通知》。新规从加强谣言管理、强化资质认证、规范账号运营等13个方面入手，要求网站平台压实信息内容管理主体责任，以对“自媒体”常态化的管理制度，推动形成良好网络舆论生态。

从逻辑上来看，13条措施的出台，反证了传播场域在地的实况，说明网络催化的谣言和误导信息有振荡上行之势，“自媒体”尤甚，从而进入到了规制必涉的常态之境。

社会常识有曰：道义性出自紧迫性。稍加冷静观察不难得出结论：谣言正上升为当代社会与公民生态场中的一个痛点，成为很大的技术—伦理复合性问题。为

此，国家立法与政府规制，紧随技术的快速演进，也进入了密集、近控的功能释放区间。仅就网管规制而言，2018年以来，中央网信办就出台了多部规章，规制对象各有不同，今年则落在了“自媒体”上。

“自媒体”谣言人人责之。以往认为，似乎只有坏人才会制造谣言。但就人性而言，善意与恶意的行为出发点，均有着产生谣言的动能。网络统计资料表明，由中性乃至善意出发而制发的不实信息，在不实信息总量中占有二成左右的比例，过去此类信息被称作“传言”，但传言并非无害，在流变中极易产生形异，从而演变出有害的各类谣言亚种。由此可知，谣言并非全系统彼岸之人放火，完全可能由此岸之人有意无意为之。

以往理论界很推崇“自净”的功能，认为谣言与误导在传播中经广泛辨识后，会得到自然矫正。可是严酷的事实证明，信息场域自净的充要值，当下已衰减至微

效。而且更重要的是，在极速传播加持下，严重社会后果产生之迅疾程度，已使自净辨识无暇应对。这是因为，从概率角度分析，微量的恶意在日益强大的信号增强场域中，通过诉诸人类的恐惧本能、厌恶的前置情愫——审丑等，大概率聚变为瞬间巨量传播。

此外，人工智能的介入，使谣言的要素备置成为易事，使人轻信。打个比方，全能覆盖式谣言如同花哨的盲盒，遍布于各式频谱场域，基本上可以细分出适宜各种受众的信息片断与信息组合，个人受众难以辨识。

客观来看，就趋势而言，谣言的增量将数倍于真实信息，这是因为当下细分的受众受体，各自极其容易、几无成本地被赋予了信息反噬能力。正常信息通过各种反噬之后，孱入的元素杂多，从而不再客观，直至误导和有害。

当下，各国立法机构都致力于网络行

为规则的制定。要看到信息领域处于缺陷型场域的常态，如果想要这种常态不至于演化成危害社会的异态，就必须在治理方面留足适时、适当干预的接口，这在各类不同制度条件下均成为治世要件。不久前，法国大规模骤然骚乱与迅速平息的决定性要件，都取决于对网络“自媒体”的是否放任与有效管控，俾可资明鉴。

《关于加强“自媒体”管理的通知》13条措施的伦理背景，还在于传播场域的亟待更新。善与恶、好与坏、责与无责、技艺与意识等，在传播中很难再有非A即B的择定判断。传播场域的约束性端口急需前移，如同自然环境，如果人人有意无意污染，则环境无从治理。且在网络上长期以来欠缺“行为边界”，致大量“自媒体”心无下限，专戳用户的痛点、爽点，以情绪为食饵，即使不违法，也违背伦理道德，这并非全以责人，无以责己之境，恐应整体应之、肃之、律之。

观察

古籍数字化：让文化传承的舞台更加宽广

□孙维国

在扫描影像中，元刻明递修本《汉书》，字体端庄秀丽，泛黄的纸张写满了年代感。这本藏于如皋图书馆的古籍，入选第二批国家珍贵古籍名录，在穿上“数字化”的外衣后，进入大众视野。（8月15日《南通日报》）

古籍，那些承载着岁月痕迹和智慧结晶的文字，一直是我们连接历史的纽带。然而，如何让这些“沉睡”的珍宝重新焕发光彩，成为当下一个亟待解决的问题。如皋图书馆所实施的珍贵古籍数字化计划，不仅将古籍赋予了新的生命，更在文化传承方面探索出了新路。

纸张的老化、时间的侵蚀，使得古籍宝贵的资料逐渐面临破损和丢失的风险，珍贵古籍的数字化，恰恰为这些古老的文字带来了全新的生命。通过高分辨率的扫描技术，古籍的内容被还原得栩栩如生，同时数字化的形式也让这些文字的传播更为便捷。这不仅是对古籍本身的保护，更是对中华文化的传承，能够让更多人了解、学习、研究。

如皋图书馆的古籍数字化项目，是科技与文化的美妙融合。通过专业的扫描仪，珍贵古籍被还原成高清的图像，这种数字化的手段使得古籍可以不受时间和空间的限制被广泛传播。从古籍室的书架到互联网上的数据库，古籍通过数字技术走近大众。科技的赋能不仅仅是数字化的过程，更是让文化以更富活力的方式传承下去。

从纸质到数字，这其中涉及的技术问题和人力投入都不容小觑。每一本古籍的每一页都需要进行扫描，这项繁琐的工作需要大量的时间和精力。正是这种技术和人力的结合，让珍贵古籍得以重新呈现。无论是研究者、历史爱好者还是普通读者，都可以通过网络平台访问这些珍贵的古籍。这不仅丰富了个人的知识体验，也让古籍的文化内涵得以更广泛地传播。

古籍数字化的步伐正在加速，然而这只是一个开始。随着技术的不断进步，我们有理由相信，古籍将会在未来发挥更大的作用。我们可以期待更多的古籍被还原，更多的文化宝藏被挖掘。与此同时，作为古籍数字化的推动者，我们也要认识到，这是一项充满责任的工作。保护和利用古籍，是一项需要长期投入和坚定信念的事业。只有将技术与情感相结合，才能让这项工作取得更大的成就。

古籍数字化不仅让古籍走出了“深闺高阁”，更让传统文化焕发新的活力。在科技的引领下，文化传承的舞台更加广阔。

来论

“结婚登报热”彰显纸媒公信力

□林上军

近期，“结婚登报”在全国有流行趋势，“纸”上公告以其少有的庄重、浪漫、镌刻，直击“90后”“00后”新人对仪式感的强大需求。据说，有的报社因此提高了结婚公告价格。（8月3日 上游新闻）

在民国时期，“结婚登报”就是很时尚的事儿。改革开放以来，“结婚登报”一度流行，有的单位还作为一种职工福利；送一则纸媒结婚公告，往往成为亲友礼物。近10年来，随着婚礼个性化多元化，以及互联网阅读盛行，“结婚登报”已经少有人问津。

那么，“结婚登报”为何重新热起来呢？笔者以为，首先是其较高的收藏价值。有人说，报纸有什么可以保存的，网上搜都有，其实，很多东西，一旦时间长了，网上搜不出、搜不全，如果还在的话，怎么能跟报纸相比，那是有板有眼有型有色，它可以用手触摸，随时展开来看，如果保存科学，百年之后依然有模有样。报纸档案与电子档案感觉还是有较大区别，而且电子档案必须凭屏幕看，时间长了少了一种怀旧感。

其次是庄重感。纸媒的口碑向来很好，因为纸媒内容相对严肃、权威，从来不“糊弄”读者。网络媒体虽然传播快、影响广，有时动感强，但网络生态有时不免鱼龙混杂、以讹传讹，给人的可靠程度不如纸媒。同时，纸媒电子版兼具网媒功能。结婚乃很严肃的终身大事，与纸媒搭配，也表现出当代青年人对婚姻的珍重，何况纸媒在网上也就成了网媒，集两者之优点。

所以，笔者以为，对于纸质媒体或者说纸质载体，我们不能妄自菲薄。尤其像一些官媒，无论是人力投入还是梯队培养、内容采集、技术推进等方面，要进一步在深度报道、理论引导、独家视角等方面继续狠下功夫。也不能唯经济效益论，要把社会效益放在首位。须知，在众声喧哗中，往往是纸媒一锤定音。

“结婚登报热”让我们看到纸媒“又一村”。