中国新闻出版广电报
2023年11月28日 星期二 责编:李子木 版式:乔磊 责校:张良波 邮箱:zbs404406@163.com 热线:(010)87622067

■观点速览

引导未成年人文明上网

互联网是把双刃剑，在拓宽视野和丰富知识的同时，也可能对未成年人身心健康造成伤害。如何引导未成年人健康、安全、合法合规地使用互联网，是互联网发展面临的重要问题与挑战。

教育部门应积极引导未成年人参加有益身心健康的网络活动，科学、文明、安全、合理使用网络，指导、支持学校开展未成年人网络素养教育，培育未成年人网络安全意识、文明素养、行为习惯和防护技能。

网络服务提供者应严守法律相关规定，尊重社会公德，遵守商业道德，履行未成年人网络保护义务，主动承担社会责任；当发现未成年人存在不良行为或可能遭受侵害时，应立即采取必要措施保存有关记录，并向公安机关报告。

检察机关应依法履职，进一步加强预防和惩治未成年人网络违法犯罪工作，同相关部门加强协作，努力推进预防和减少未成年人网络犯罪。

（11月24日 《经济日报》 李秋旸）

打好乡村振兴“文化牌”

乡村振兴，既要塑形，也要铸魂。打好“文化牌”，补齐乡村公共文化服务短板是当务之急。要加快推动公共文化服务标准化、均等化，推动优质公共文化资源向农村倾斜。增加投入，完善设施，让乡镇综合文化站、农家书屋等“硬件”过硬。场地设施建好了，还要经常组织开展活动，为农民群众提供更便捷、更“对味”的文化产品和服务，推动形成文明乡风、良好家风、淳朴民风，不断焕发乡村文明新气象。

乡村文化振兴，关键在干，关键在人。农民是乡村文化振兴的主体，要引导广大农民学文化、学技能，提高参与度；要尊重农民意愿，广泛依靠农民，吸引一批乡土文化人才、培育群众文艺团队扎根乡村“种文化”，让乡村文化人才在希望的田野上大显身手。

加强对乡村文化事业发展的政策支持、要素保障，汇聚起推动乡村文化振兴的强大力量，乡亲们的日子定将越过越有滋味。

（11月22日 中国文明网 常钦）

少儿主题出版的探索与实践

□陈远

走近少年儿童，了解少年儿童，关心少年儿童，以出版优质精神食粮呵护少年儿童的身心健康成长，是少儿出版人的历史使命和责任担当。

主题出版是新时代少儿出版工作的最重要组成部分，这就要求少儿主题出版工作要坚持儿童的主体性和社会性的统一，要坚持儿童本位，尊重少年儿童成长规律，尊重少年儿童认知发展规律，以文学方式和审美标准，用孩子易于接受的方式，让宏大命题、主题精神巧妙地浸润孩子的心灵。

强化少儿主题出版的政治引领

少儿主题出版兼具少儿出版和主题出版的双重属性，这就要求其出版活动要立足少年儿童的自然性、主体性和社会性，在尊重少年儿童认知能力和身心发展规律的基础上，唱响主旋律、传播正能量，为少年儿童坚定理想信念，树立正确的世界观、人生观和价值观，促进少年儿童读者健康成长和全面发展贡献力量。福建少年儿童出版社历来高度重视编辑的思想政治建设和儿童教育理论建设，通过政治理论学习、学术讲座、编辑交流座谈，在社内组建编辑理论读书班、结业务对子等方式，积极探索编辑理论和业务培训模式，力争让每一位编辑自觉提高政治站位，把少年儿童读者放在第一位，始终从少年儿童视角出发，从少年儿童心理出发，策划开发契合时代发展需要、满足少年儿童发展需求，能为少年儿童培根铸魂、启智增慧，为少年儿童所喜闻乐见的主题出版物。

加强少儿主题出版的顶层设计和统筹规划

近年来，少儿主题出版蓬勃发展，社会效益、经济效益取得了长足进步。在少儿主题出版前景越来越广阔的同时，也出现了出版资源快速集聚，优质资源越来越稀缺，行业竞争越来越激烈的现象。在这种情况下，少儿出版单位应从顶层设计出发，进行战略化、长远化、整体性布局，规划少儿主题出版物的选题方向、资源积累和人才储备，提前策划选题，逐步改变以往应时性、应景性、应付性的出版模式，确保选题契合品牌发展战略，甚至成为战略发展板块的动力引擎。福建少年儿童出版社立足自身发展实际和优势，依靠自上而下的顶层设计和科学有效的中长期规划，有条不紊地抓好少儿主题出版工作。

提前谋划，超前部署，制定少儿主题出版中长期发展规划。福建少年儿童出版社专门成立了主题出版编辑部，根据重要时间节点、重大历史事件纪念等要求，提前谋划和部署，根据重大选题备案等流程需要，合理布局相关主题出版规划和进度安排。目前制定实施少儿主题出版5年发展规划，拟重点开发三类选题，一是立足时代前沿，反映时代特征，满足少年儿童阅读成长的选题，如“少年中国”书系等；二是中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的选题，如“经典诵读”系列选题；三是传播红色文化，厚植红色基因的选题，如《满山红星》等。

策划出版系列福建地方特色的主题出版产品，打造福建本土少儿主题出版高地。福建融革命老区、改革开放先行区、生态文明工程示范点、对台工作重要阵地等重要元素为一体，有着丰富的主题出版选题方向，因此福建少年儿童出版社对福建重点主题出版资源要做深做透，目前制定了7个主题出版方向，如“穿越千年的木兰溪”“悠悠海上丝绸之路”等。同时充分利用福建对台独特优势，积极探索两岸少儿出版和文化交流融合发展的新路，目前拟策划出版“海峡记忆”系列绘本，从孩子的视角探寻闽台人文历史、自然风光、民风民俗等方面的渊源，增进小读者对两岸同文同种、同根同源的认同感。

从主题出版产品线构建和营销推广角度出发，统一谋划主题出版物的产品形态。为有助于主题出版产品线构建，推动营销推广活动顺利开展，福建少年儿童出版社从细节出发，统一谋划主题出版物的产品形态，如开本、定价、插图绘制、装帧设计、色彩使用等，做到整齐划一而又富有变化，积极打造主题出版物的品牌识别度，提升主题出版整体质量和效率。

深耕少儿主题出版思想性、艺术性研究和创新性呈现

少儿主题出版要走精品化发展路径，就要求编辑深耕少儿主题出版思想性、艺术性研究，并在此基础上创新少儿主题出版的呈现方式，生动活泼，寓教于乐。少儿主题出版首先是主题出版，必须有准确的学术性、高标准的思想站位，要充分把好政治导向关，做到学理有深度，学术有厚度。少儿主题出版在“深入”的同时又要做到“浅出”。福建少年儿童出版社立足本社实际和发展需要，不盲目跟风，积极拓展少儿主题出版特色领域，从少儿文学到少儿科普，从低幼启蒙到人文社科，均策划组织了众多主题出版物，策划出版的少儿主题出版选题具有较强的针对性，如《深蓝色的七千米》的策划出版拉动“大国重器”系列的品牌打造，“走近老一辈革命家”系列的策划出版拉动红色文化板块的整体构建和营销推广。福建少年儿童出版社主题出版广泛涉猎文学、书法、绘画、音乐、天文、哲学等各种艺术形式，如出版的《你在冰原》《十三根金条》《小象日记》《了不起的中国高铁》《野生的村庄》《小象北北和蓝朋友》等丰富的主题出版物，既放眼国家和国际大事、关心少年儿童身边的小事，又着力少年儿童的培养。

创新营销发行与少儿主题出版融合发展

少儿主题出版必须顺应时代发展变化，加强与互联网的紧密结合，加强与影视、动画、VR、AR等的融合，以视频、音频、学习课程等多种形式呈现，拉近与读者之间的距离，让主题出版物更加接地气。的确，在新媒体技术发展日新月异的今天，少年儿童读者是“互联网原住民”，少儿主题出版要积极引入互联网思维，探索新媒体营销推广手段，借助网络直播、短视频营销、大数据、人工智能等技术手段，积极对接目标读者的阅读需求，开发适销对路的少儿主题出版物。福建少年儿童出版社在主题出版选题策划之初，就积极引入社内营销发行力量，鼓励营销发行人员参与前期选题策划和项目论证，并将AR、VR等新技术与少儿主题出版相结合，后续开发电子书、有声书、立体书、玩具书等衍生品，提出具有建设性的意见和建议。此外，福建少年儿童出版社深入推进畅销图书“拇指班长”IP全媒体运营，拍摄了动画和真人MV，并进入多个校园线下推广；制作了真人小品节目《拇指奇遇记》并在“两岸小围炉”——2022海峡两岸少儿春节联欢晚会上演出；与福建电视台少儿频道、全国少先队名师邱孝感工作室携手，共同推出“福建省少先队先锋队课”活动，引入热门童书IP形象——孔东东和孔西西作为小伙伴，陪伴少先队员们一起学习队课。

大力推动少儿主题出版的国际化传播

少儿主题出版的国际化传播，是弘扬中国精神，提升国家文化软实力，推进文化自信自强的必由之路。近年来，国家层面对出版业高水平走出去工作提出了更高的要求，这就要求出版单位要开拓思想，积极整合资源，迈开步伐，大力推动出版走出去。纵观福建少年儿童出版社近两年少儿主题出版走出去的成绩单，可以清晰地发现其少儿主题出版国际化传播的基本工作思路：一是梳理中华优秀传统文化代表性选题，有针对性地输出。二是精选展现可信、可爱、可敬的中国形象的选题，有步骤地输出。三是力推讲好中国故事、展现大国担当的选题，有重点、有计划地输出。如《小象日记》版权输出沙特阿拉伯，《恐龙故事》版权输出泰国，《深蓝色的七千米》（哈萨克语版）入选2022年度丝路书香工程，《深蓝色的七千米》《你在冰原》《拇指班长》分别签订俄语版、波斯语版、阿拉伯语版授权出版协议等。

（作者系福建少年儿童出版社社长）

时政编辑要具备“细分”思维

□林晓楠

全媒体时代，无论是传统媒体编辑还是新媒体编辑，都要加快适应当前媒体融合发展趋势，将“细分”思维运用于分众化、差异化编刊工作之中。

细分受众，增强受众意识

一套话语满足不了所有人，一个腔调难以唱遍天下。我们做时政编辑，不论是传统媒体还是新兴媒体，不论是线上还是线下，如果不考虑受众，只顾自说自话、自拉自唱，宣传效果就会大打折扣、难以取得成效。

时政编辑要加快改变观念，坚持贴近受众，想一想受众需要什么、喜欢什么，怎么写、如何讲受众才愿意听、愿意看。因此，选题策划就要进行全面、充分的市场调研。一方面，可以线上查找大数据统计，查看一些主流网络平台、网络销售平台等的数据与用户评论，了解获取更多真实有效的读者反馈和受众的兴趣点，了解把握关注时政内容群体的偏好、习惯，从中寻求潜在的选题方向。另一方面，通过线下实地调研与读者面对面接触沟通，了解受众真实的意见建议，通过第一手访谈材料准确把握不同读者的阅读兴趣和偏好，策划有针对性的选题。只有注重受众兴趣，才能精确匹配个性化内容，使目标人群形成相对固定的认知和审美，从而产生用户黏性。当然，时政期刊要坚持自身定位、风格与特色，彰显出权威、专业和思想深度，不能一味迎合。

细分内容，突出差异化特点

时政编辑要有“细分”思维，持续关注某一垂直领域并努力输出高品质内容，做到内容生产垂直化，这样才能具备更高的辨识度与差异性，吸引受众持续关注。

策划垂直化。内容策划是期刊议程设置能力的重要体现。有时，时政期刊不可避免会面对趋同的新闻源或相似选题，在这种情况下，时政编辑要以纵向深耕细作、挖掘深度价值为导向拆解选题，以多样视角解读阐释。比如，疫情期间很多媒体关注“高效统筹疫情防控和经济社会发展”这一选题，纵向垂直细化选题，就要抽丝剥茧，从“高效统筹疫情防控和经济社会发展的重大意义”到“如何高效统筹”，从“稳定经济大盘”到“如何稳物价”，从“全力推动复工复产达产”到“积极运用宏观政策工具”“强化稳就业举措”层层拆解，把选题做精细、做透彻，让选题有深度、见观点。

平台垂直化。当前，媒介互动呈现出移动屏主导地位强化、多终端用户增多的趋势，不少主流媒体尝试强化垂直领域内容，同时依托纸质期刊和新媒体平台，在垂直领域内形成合力。比如人民日报社除了报纸，在新媒体端设有微信公众号、微博账号、B站账号，再细分设置微信公众号“人民日报理论”“人民日报评论”，微博账号“人民日报海外版—海外网”等部门和版面的账号，这些不同领域、针对不同受众需求的差异化平台，既在内容上满足受众各类信息需求，还聚合了各平台优势，发挥了联动效应，可以说将垂直领域中的时政内容“一网打尽”。这一举措为时政媒体在细分领域提供了很好的思路。

时政编辑要紧跟传播趋势，聚焦垂直赛道，通过专业的全媒体传播平台，量体裁衣地生产适合在互联网语境中传播的内容，实现大小屏联动反哺，引领舆论传播力由“流量”向“留量”转变。

细分产品，做新时代公共文化产品

在社交媒体大行其道的今天，时政编辑更要转变传统编辑的角色意识，培养创新思维，树立产品观念，将内容生产转变为产品生产和服务。

期刊产品。时政编辑应深入了解受众心理和需求，转变服务理念，对既有的资源做到搜集、优选、补充和整合，充分发挥内容资源优势，从而为受众提供多形式的产品服务。笔者所在期刊承担形势政策宣传教育的重要任务，其中《时事报告（大学生版）》每期除了面对学生和教师策划针对性的期刊作为辅助教材，还策划推出了教学课件、教学视频以及围绕重大主题编撰的系列增刊等独家的多元教学产品，内容权威、资料好用，深受广大师生喜爱。时政编辑要优化整合党建、理论、时政等多领域的内容和专家资源，有意识地策划多样细分的内容产品。比如，紧扣党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设等，反映机关和基层党建的经验做法，打造优质的品牌党建栏目；加强专家库建设，发挥优质作者资源优势，围绕理论阐释和政策宣讲，打造为领导干部决策参谋的智库产品；围绕重大主题宣传任务和理论创新，策划推出权威专业、有一定影响力的理论解读精品。此外，时政编辑还要深耕时政，围绕党的中心工作和重大主题、重大成就、社会热点等策划深度报道内容，推出专题式的增刊等产品。

融媒体产品。近年来，短视频发展势头迅猛，成为媒介融合新的“主战场”，笔者所在期刊近年来也聚焦重大宣传主题和时事热点，创作各类微视频、短视频等新媒体内容产品，获得了良好的社会传播效果。但要看到，单一化短视频内容已经无法锁定多样化的用户需求，短视频内容也基于细分领域而得到发展，体现出垂直化、分众化的趋势。目前，“短视频+评论”是用户的主要内容消费方向，评论是高度专业性、权威性的需求市场，需要高度敏感、洞悉专业领域变动发展的专业人士把关。时政编辑尤其是青年时政编辑要想加速完成由单一型编辑到复合型编辑的转变，应及时学习了解融媒体发展态势，了解短视频类型、短视频内容、短视频拍摄技巧以及建立后期制作的审美判断，充分发挥策划时政选题的优势，既关注个性化短视频评论所关注的社会热点做策划，又要做好充分把关，克服短视频为了追求个性出现的问题，做出专业化与个性化兼得的短视频评论内容。当然，编辑要在不断提升筑牢自身编辑能力、专业素养等的基础上，学习数字化编辑工具，为内容生产和传播提供有力支撑。

（作者单位：时事报告杂志社）

社址：北京朝阳区东四环南路55号 查询电话：(010)87622114 邮编：100122 开户银行：交通银行松榆里支行 账户名称：《中国新闻出版报》社有限责任公司 开户账号：110060900012015027658 经营许可证：京朝工商广字第8016号
发行单位：北京市报刊发行局 发行方式：邮发 国外总发行：北京399信箱 每周一、二、三、四、五出版 每份1.37元 录入组版：本报机房 印刷：经济日报印刷厂（北京市西城区白纸坊东街2号）