

# 传统与现代相结合，不断探索新的文学表达方式

□花城出版社社长、《花城》杂志主编 张懿

习近平总书记强调，新时代新征程，世界百年未有之大变局加速演进，中华民族伟大复兴进入关键时期，战略机遇和风险挑战并存，宣传思想工作面临新形势新任务，必须要有新气象新作为。在2023年10月举行的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记明确提出“七个着力”的要求，为新时代文化建设明确了路线图和任务书。

当代文学是中国式现代化的重要表达形式。在新的市场语境下，文学的创作和传播机制等方面都发生了很大的变迁。当下，文学期刊在文学性的发扬和文学价值的发掘等领域依然有着坚固的优势力量，而且在担当传播职能的同时，已进入到文学的内部，从被动承载跃进到主动干预。通过专题策划、跨媒介互动、作家写作营等活动形式的外延，文学期刊已经不仅仅是作为传统媒介，还因为技术的演进，具备了内容生产者、文化引领者的身份。

2024年适逢《花城》杂志创刊45周年。作为一本历史悠久的文学核心期刊，《花城》杂志将借力花城出版社“书刊互动”的产业优势、花城文学院的平台优势，聚拢国内优质文学资源，围绕“花城”文学IP打造融合创新的创意平台，不断探索新的文学/文化表达方式，将传统与现代元素相结合，创造出更具吸引力和独特性的产品。

## 发挥文学期刊文化引领力

习近平总书记指出：“中国特色社会主义文化，源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化。”中国走向现代化是必然的过程，实现中华优秀传统文化的价值观与人类普遍价值观念的融通是必然的道路。我们学习传统文化的目的不是为了复古本身，而是要建设中国特色社会主义。

重新解读经典，让经典复活，让经典与现实贯通，让古代与新时代接轨，是当前宣传思想文化工作中非常重要的一点。在这期间，作家用文学的形式表达，学者用当代语言阐释，都是在搭建和沟通一座经典与大众心灵之间的桥梁。出版人要秉持新时代的文学立场，鼓励创意和实验，



兼容并蓄各种风格与流派，展现中国当代文学创作的新风貌。

作为传统文学的重要阵地，文学期刊要及时展现文学在新时代的精神气质。2024年起，《花城》杂志专设名家作品专栏，让各代际作家的队伍共放光彩。新设鲁迅文学奖得主李修文专栏。李修文回归心灵震荡的小说创作十五年后，第一期推出重磅长篇小说《猛虎下山》，以极具想象力的故事、迅疾如风的节奏，讲述人虎博弈的深刻寓言。在中篇头条《荧惑》中，张抗抗用一对姐弟的火星（荧惑）之问迎来巨变时代的开端。元宇宙、ChatGPT、宇宙星系……无论是“卷卷不息”的“70后”，还是“躺而不平”的“90后”，在拥抱科技的未来日渐走向共识与共振。短篇头条《那块地》，邓一光以真实的深圳蛇口发展为背景，将第一块土地拍卖、企业银行建立等改革开放历史性事件融入个人故事之中，是时代风云与都市烟火织就的回响与余音。新一年《花城》杂志还与学者张莉共同新设“新女性写作”专栏，第一期推出三篇小说：杨知寒《慢回身》、三三《上海女郎（2003—）》、蒋在《许多》。该栏目希望邀请、发掘青年一代女性写作者创作，深入推动中国当代文学及女性文学发展。

## 以文学样态呈现青年文化

对出生于1997年到2012年之间的

“Z世代”（也被称为“i世代”）来说，流媒体（短视频）、游戏、社交媒体是他们迅速产生共鸣和传播的主要平台，他们更熟悉的传播方式是以图像化、幽默、讽刺或具有共鸣的方式呈现。相比之下，传统文学的传播仍主要依赖文字，对受众的吸引力会稍弱。但是优秀内容是具有永恒吸引力的，文学期刊同样需要推进传播形式的更新迭代、文学载体的多样化呈现，加强新媒体融合发展的创新平台建设，深度开发文学作品版权资源。

2014年《花城》杂志官方微信公众号开通，迄今用户数达11.6万，在这里每天都能读到3000字左右的新刊文章、名家美文、文坛热点资讯。2022年，《花城》杂志正式入驻小红书平台，迄今粉丝数超2万。《花城》小红书分享的是年轻编辑充满活力的工作现场，多元化的美好生活方式。长期以来，《花城》杂志一直关注青年作家的创作/青年读者阅读趣味的培养，建立青年作家创作的成长档案，追踪具有创新性的跨媒介试验，穿透不同文学圈层壁垒（传统文学/网络文学/华文文学），赋予当代文学以话题性，以文学样态呈现青年文化，让受众更易接受，推动文化事业和文化产业繁荣发展。

随着数字化、智能化、虚拟化等技术的发展，与其他文化产品一样，文学期刊只有通过品牌积累、文化内涵深耕，通过市场调研、用户画像等方式，不断优化产品设计和营销策略，以满足人们对于多元化、个性化、高品质的公共社会文化创意产品需求，才能找到守正创新之道，以适应市场的变化。

多元拓展，注重品牌价值，在中华传统与当代生活中找到连接点，是《花城》杂志在45年历史中不停探寻的“先锋”之路。作为文化的重要引领者，文学期刊在未来发展的应有之义，在于把握已经经典化的与趋于经典化的作家，将传奇性融入日常性的升华之中，赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展；在于以品牌作为根本，加强新媒体融合发展的创新平台建设，深度开发文学作品版权资源，承担文化传播的使命。

# 立足出版主业 做优精品报刊

□河北阅读传媒有限责任公司总经理 韩冰雪

河北阅读传媒有限责任公司作为河北出版传媒集团旗下全资报刊出版单位，2023年以来，按照集团党委“三稳三新五提升”总体工作部署部署全年重点工作。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明这一新的文化使命，聚焦“七个着力”要求，立足报刊出版主业，着力融合创新，努力践行新时代报刊出版人的责任担当。

## 着力精品出版 赓续中华文脉

坚持特色定位，持续提升精品供给。公司旗下《快乐作文》创刊30多年来，始终秉承“快乐作文、快乐成长”的办刊宗旨，累计服务读者超千万，在国内中小学生中享有较高的知名度和影响力。近年来，紧紧围绕少儿阅读写作需求，从四大古典名著到现代经典美文阅读鉴赏，从“顽说小古文”“话说诗（词）人”到“跟着古人学写作”“小作文大视野”，一系列栏目的策划和提升都在努力赓续传统文化，教育引导广大少年儿童增强文化自信，坚定文化自信。

《少儿科学周刊》是公司旗下另一本期刊。该刊持续深入挖掘中华优秀传统文化中的科学精神，以主题出版的形式让古老的诗词与现代科学交汇、碰撞。从“大禹治水”的典故引出现代测量的概念，从应县木塔等古代木结构的榫卯结构中引出结构力学的相关原理，从汝瓷、白瓷、青花瓷等古代著名的陶瓷制造技术中引出材料科学……将弘扬科学家精神、普及科学知识贯穿于出版全过程，建立起青少年科普素养提升的坚实阵地，凭借其特色鲜明的主题内容屡获殊荣。

《藏书报》是藏书文化类专业纸媒，近年来持续聚焦古籍保护、经典阅读。“寻访藏书家”“工匠炼成记”“古籍活化优选案例”“古籍出版新篇章”“推动古籍出版高质量发展·高端对话”等品牌栏目的推出，受到广大读者青睐，在让典籍活起来、融入大众生活的今天，发挥着积极的作用，助推中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。

## 着力品牌活动 助力文化传播

坚持以刊为媒，建设文化传播阵地。《快乐作文》与中国侨联、全国台联、《人民日报海外版》协力的世界华人学生作文大赛至今已经成为功举办23届。作为教育部白名单赛事之一，每届大赛主题的设计，都引导海内外华人学子向“古”看，以古通今，以史明理，关注中国五千年历史脉络和文化传承，从中汲取精神营养，弘扬中华文化，讲好中国故事；向“今”看，关注祖国新时代发展，关注社会人生，关注当下。

《少儿科学周刊》立足自身优质



科普资源，强化品牌活动运营。谋划实施融合创新项目，通过承接“京津冀科普图书品质大赛”“河北省优秀科普图书品质大赛”等系列科普项目，不断提升该刊的品牌价值和社会影响力。《藏书报》积极整合资源，拓宽发展空间。与中国图书馆学会阅读推广委员会等单位共同策划组织的“公私藏书与经典阅读（沧州）会议”连续举办7届，成功搭建了图书馆界、出版界、藏书界、学术界等的交流研讨平台，推进公私藏书交流融合、经典阅读与传统文化传承推广，不断加强文化引领，涵育阅读风尚。此外，《藏书报》还承接“工匠筑梦——古籍修复师影响力人物口述采访摄影”项目，开展“藏书家寻访藏书楼”等活动，在提升报纸品牌影响力的同时，有力助推中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。

## 着力融合创新 激发文化活力

坚持融合发展，激发创新融入时代。数智时代，公司旗下报刊主动求变，拥抱变化，抢抓机遇，秉持“融合理念”，着眼教育、文化两大领域，有效整合资源，切实推动全产业链在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。积极牵头打造“大科普精品IP”项目。聚焦课程、研学、图书三大核心板块，同时围绕社会大众科普需求，强化科技、教育与出版三向赋能，有效连接科学普及、科学普及、科学传播三方资源，持续推动科技、科普与文化繁荣走向更广阔的天地。

运营好“世界华人学生作文大赛”品牌赛事，通过青少年论坛、学生夏令营、区域主题活动等形式，搭建海内外文化传播交流平台，持续扩大赛事的传播力和影响力，努力将其打造成为中华文化走向世界的新名片。

进一步提升《藏书报》内容生产力，不断融入互联网思维，提升用户转化率；通过多维开展项目活动，加速内外部资源融合利用；“语华书馆”围绕特色图书营销，不断提升征集服务能力，提质增效。

新时代新征程，新形象新作为。河北阅读传媒公司将在文化建设“七个着力”任务要求中锚定目标、持续发力，创造新业绩，奋力谱写报刊出版高质量发展新篇章。



2023年12月8日，《少儿科学周刊》邀请专家为河南省洛阳市小学科学教师作科普报告。河北阅读传媒公司 供图

# 聚焦主题出版 讲好新时代少儿故事

□希望出版社社长、总编辑 王琦

2023年，希望出版社紧紧围绕贯彻落实党的二十大精神和习近平文化思想，围绕重要时间节点，发力原创、深耕现实、体察时代脉动，坚持做优主题出版，以社会热点、“红色·军旅”、中华优秀传统文化为出版重点，陆续推出一批原创作品，如《金珠玛米小扎西》《游过月亮河》《张桂梅和她的孩子们》《慈江雨》《行走的学校》等主题图书，《寻踪西阴》《山西非物质文化遗产绘本》“伟大精神在人民书系”等原创绘本。这些图书以中华优秀传统文化和中国精神为文化底色，为少年儿童讲好中国故事，成为滋养和塑造下一代的强大力量。

聚焦时代主题，讲好新时代中国故事。2023年，希望出版社坚持正确的出版导向，聚焦主题、发力原创，在社会效益方面取得了一定成绩，27种图书获得国家级、省部级以上荣誉。《张桂梅和她的孩子们》荣获2022年度“中国好书”；《金珠玛米小扎西》《游过月亮河》《我的爸爸妈妈》《慈江雨》入选“中国好书”六一专榜和月度榜单；《山西非物质文化遗产绘本系列·高跷走兽》荣获2023年度中国“最美的书”；《金珠玛米小扎西》《游过月亮河》荣获山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”奖；“中国儿童文学名家评传（第一辑）”入选“十四五”国家重点出版物出版规划；《金珠玛米小扎西》等4册图书入选2023年丝路书香工程；《张桂梅和她的孩子们》《房上有只猫》等6册图书入选“2023年度农家书屋重点出版物推荐目录”；《梦想天空》《永不失联》等16册图书入选“2023年全国中小学图书馆（室）拟推荐书目”。

持续发力原创，打造“希望树”全民阅读品牌。希望出版社始终坚守出版人应有的担当，支持和鼓励中国原创儿童文学的创作和发展。2023年，联合鲁



迅文学院启动首届“希望杯”新时代原创儿童文学优秀作品征集活动，旨在讲好中国故事、坚定文化自信，鼓励创作和出版更多反映当下儿童真实生存状态的儿童文学作品。

2023年，希望出版社致力于推动全民阅读、建设书香社会，着力打造“希望树”全民阅读品牌，以精品图书为重点，以世界读书日、“六一”儿童节、新学期前后等为重要时间节点，举办超过10场具有影响力的新书宣传活动和50多场全民阅读活动，重点举行《金珠玛米小扎西》《游过月亮河》《慈江雨》《张桂梅和她的孩子们》等主题图书活动，编辑和作者走进学校、书店和图书馆等，将图书活动常态化，通过多场有组织、有计划、有步骤、有主题、有影响的线下活动，聚集读者资源，扩大图书品牌的影响力。

2023年，希望出版社作为获奖少儿出版社代表参加第十六届精神文明建设“五个一工程”工作座谈会和山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”工作座谈会。

探索新媒体营销渠道，构建融合出版新格局。在当前出版市场竞争激烈的态势

下，新媒体营销和融合出版势在必行。2023年，希望出版社持续巩固平台电商，大力开拓新媒体营销渠道，聚焦“一主两翼三辅助”的新媒体营销格局，结合希望出版社产品优势，既多点开花又有所侧重，自播带货和达人带货相结合，积极探索。希望出版社与抖音主播“洪帮主”开展专场直播，取得了带货5000单，销售实洋近30万元的成绩；青年编辑通过希望出版社视频号、抖音号直播推荐图书共计20余场次。

2023年，希望出版社出版的重点主题图书均实现数字有声化、版权国际化和宣传高频化，主题图书入选全国有声读物精品出版工程，在“学习强国”等平台上，点击量逾千万。

2024年，希望出版社的工作思路是在主题出版、规划项目、融合发展和市场教辅四个方面下功夫，聚焦主题，融合出版。2024年推出10个主题出版重点选题，围绕国防、中国空军、缉毒警察、乡村振兴、非遗传承、抗日战争等主题，着力打造更多具有思想性、可读性、时代感、亲切感、感染力、影响力的主题出版物，重点主题图书将继续实现“三化”。2024年，按照计划认真做好“十四五”重点项目出版及申报工作，组织好编辑团队认真落实各项工作，确保重点项目扎实推进。加强全媒体营销、培养新媒体编辑，做好新时代融合出版，立足产品专有渠道，开拓其他新兴的社群渠道、短视频直播渠道。市场教辅方面，积极策划大语文、大阅读的市场教辅产品，找到适销对路的渠道，同时挖掘优质资源，和学而思等优质机构合作。

2024年是践行高质量发展理念，大力实施“十四五”规划的重要一年，希望出版社将坚守出版初心、聚焦时代主题、融合创新发展，以求真务实的精神，走出一条有希望特色的出版之路。