

观点速览

影片重映如何叫好又叫座

2024年被不少网友戏称为“重映元年”，据不完全统计，今年已重映和计划重映的影片将近20部。然而，并非所有重映影片都能取得良好效果。部分影片重映后票房不佳，口碑甚至出现下滑崩塌的情况。

影片重映要成功，必须契合当代观众审美并经受情怀考验。重映影片因自带情怀“光环”，拥有庞大粉丝群体、流量和口碑。但同时，重映需考量影片是否符合当下观众口味。随着时间推移，观众主体变化可能导致经典影片与当下观众的审美趣味、观影节奏乃至价值观产生偏差。此外，经典影片情怀的“忠诚度”也面临考验，庞大粉丝群体是否愿意为情怀买单，并吸引更多路人转粉，是重映成功的关键。

高质量的重映电影除短期内带动票房，更应长期培养观众观影习惯、激发观影热情。要达到此目标，策划重映电影项目不能只是单纯大银幕放映，而应追求高质量呈现与多元化内容选择，满足不同观众群体需求，让“粉丝”带动“路人”走进电影院。对于主创团队和相关公司而言，应在重映前做好相关修复重制、更新字幕、检查画面等工作。这不仅是对经典作品的尊重与传承，更是通过技术创新和视觉升级吸引观众重回影院的关键，让观众在重温经典故事的同时，感受电影技术的进步与创新魅力，进一步激发其观影渴望。

重映影片在成熟的电影市场体系中占据重要地位。其应当和新片形成良好的互动关系，相互优势补充，更好地契合观众多样化的观影诉求，为中国电影市场的持续繁荣、高质量发展增添助力。

（10月16日 人民网 春分）

几百元就能“克隆”网站，别成了“公地悲剧”

10月3日，一篇针对某女演员的可论文章《低俗炒作博眼球，爆“瓜”文化不可取》在网上传播，因文章页面带有“人民网”标识，部分网友认为是官媒发声，纷纷转发。而经警方调查，该文章系不法人员假冒媒体名义杜撰，传至网络。其实，“假冒正规网站”并非偶发事件。这背后是一项成熟的“产业”：客户支付几百至几千元费用，无需提供任何个人信息、无需备案，技术人员即可按照客户身份制作违规网站。

假冒、山寨网站，其实早就有之。此番因为一篇假评论而牵出假网站，再次证明克隆网站这门黑灰生意依然未绝迹。而随着技术的进步，假网站的制作成本越来越低，还原度越来越高，这说明打击、防范假网站的任务其实更重了。

假网站的危害性不容小觑。它可能导致财产损失和个人信息泄露，而且，如果高风险作业人员通过仿冒网站购买、查验伪造的专业技术证书并上岗，会埋下重大事故隐患。此外，这类网站的猖獗也会给公众带来困扰，损害媒体、政府的公信力。但是，在治理上也要避免形成“公地悲剧”，即还是要通过明确各方的打击和预防责任来提升治理的动力。当责任边界明晰了，治理能力提升了，才不至于陷入“知易行难”的尴尬。

（10月15日 光明网 朱昌俊）

岂容“毒视频”带坏青少年

关闭！下架！近日网信部门通报了“清明·2024年暑期未成年人网络环境整治”专项行动的相关情况，并曝光了部分涉及未成年人乱象的典型案例，其中“毒视频”被首个点名。

“毒视频”之害不亚于毒品。一是易上瘾。依附短视频而生的“毒视频”，深谙“15秒上瘾”之道，这些由猎奇、夸张、洗脑等视听元素刺激而成的“多巴胺”，连成年人也未必招架得住，何况是“定力尚浅”的未成年人呢？深陷其中、不能自拔甚是常态。二是毁三观。比上瘾更可怕的是不堪入目的内容——“将血腥暴力元素强加于经典动画”“使用低俗粗俗语言篡改儿歌”“将儿童包装成所谓‘性感辣妹’进行无底线营销”……尽管通报中的文字已有所克制，但还是让人感到不适，甚至细思极恐。这些夹杂着暴力血腥、低俗擦边的内容，对于正处于三观形成关键时期的未成年人的冲击力与破坏力可想而知。

现实中，不少未成年人正是在“毒视频”的浸染下，从单纯的好奇变成无知的效仿，行为逐渐“脱缰”——恶意谩骂、开盒挂人，从受害者演变为施暴者，甚至沦为网络犯罪的“工具人”。“毒视频”之事，不仅扭曲价值取向，更触碰法律底线，必须从严处置。这也是此次专项行动传递的鲜明态度。

给短视频“解毒”，平台责无旁贷。平台清除自身的低俗内容，既是本分，也是任务。比如眼下迅速蔓延的“慢脚文化”，这些带有“风格夸张”“畸形审美”等标签的短视频，已有不少突破了未成年人的禁忌，平台理应采取必要措施——除了直接屏蔽、封禁违法的网络信息内容之外，还可以通过算法、投诉举报等，尽可能降低不良网络信息内容的传播与扩散。

（10月15日 大洋网 陈文杰）

从走出去到走进来

——广西师范大学出版社文化国际传播探索三条路径

□黄軒庄

党的十八大以来，广西师范大学出版社积极响应“一带一路”倡议，切实贯彻落实国家文化发展和文化走出去战略部署，主动探索文化走出去和国际化发展道路，从顶层设计出发，通过两次海外收购，多国设点布局，快速构建了较为成熟、完整的国际出版发行产业链；从渠道拓展延伸，着力构建海内外协同的组稿模式、促推实体书店在海外的落地生根，打造具有平台特色的文化传播自有渠道，不断推动图书产品、版权、创意服务等多层面的走出去、走进来；从出版优势板块发力，打造珍稀文献板块、教育板块的典型传播案例，构建数智化时代出版走出去新格局，实现从文化走出去到走进来有效扎根，成为中国出版走出去的代表性出版社之一。对此广西师大社在文化国际传播的探索主要有三个方面。

探索一：整体布局，构建全球视野下的国际传播战略框架

作为地处西南边城的地方大学出版社，广西师大社一直以跨地域整合资源为战略思路，不断内涵发展，自我裂变。自2000年开始，陆续在北京、上海、广州等地成立了“贝贝特”公司，从桂林走向国内中心城市。近年来，又通过海外收购和设点布局，从国内走向新加坡、墨尔本、伦敦、纽约等境外中心城市。

2014年，广西师大社收购澳大利亚视觉出版集团，拉开跨国经营序幕。2016年，收购英国ACC出版集团，完成国际出版发行完整产业链布局，基本实现品牌、内容、渠道、人力与资金资源的全球一体化集约调配。2023年，广西师大社海外公司营收近2800万美元，成为集团新的经济增长点和事业重要组成部分。与此同时，我们还在马来西亚、日本等国家设立机构，不断构建走出去和国际化发展的格局，目前已完成了全球10多个国家和地区的国际化发展布局。

基于独特的区位优势，近年来，广西师大社立足广西，面向东盟，致力于拓展国际化发展的“朋友圈”。核心发展思路是，坚持东盟优先，发挥海外机构已有优

势，持续推进对外文化贸易，推动国际文化交流传播新发展。我们根据东盟优先战略，积极组织、联络亚洲经典著作互译计划。其中“东方智慧丛书”是集团实施亚洲经典著作互译计划的重要项目和代表。该丛书精心挑选《论语》《老子》等中华文化典籍或专题，以全译、选译的方式翻译成东盟国家8种官方语言，采用汉外双语对照形式，并根据文意配绘彩图，精装彩印，为东盟及海上丝绸之路沿线国家人民学习、了解中华经典文化提供一套成规模、无障碍的优质读本。该丛书目前已经出版了近百种。

探索二：搭建平台，构建多元立体的国际传播渠道

在多年的走出去和海外发展实践中，我们越来越意识到，全球视野下的文化国际传播，关键在于要了解国内外市场需求的差异，按市场化的逻辑，更好地推动出版从走出去到走进来，其中平台建设至关重要。在全球化视野下，广西师大社依托毗邻东盟的区位优势和国际化发展的战略布局，着力打造海内外协同的组稿出版模式、国际艺术传播平台以及实体书店在海外的落地生根等项目，初步形成了多元立体的文化国际传播格局。

一是构建海内外协同的组稿出版模式。依托海内外机构的布局优势，着力建构协同模式，推动中英共版系列图书的海外出版。在2014年、2016年先后完成两次海外收购的基础上，我们组建了国内的上海、沈阳专业团队与国外的墨尔本、伦敦团队对接合作的一体化运作模式。海外团队框定选题，国内团队决定操作细节，协同编撰、制作好中英两个版本后，再进行全球营销推广，由此实现“全球组稿、中英共版、国际发行”的出版发行模式，成功推出了《民宿之美》等图书。

二是打造具有国际化特色的传播渠道。在海内外协同发展的基础上，我们进一步夯实国际化发展优势，打造“艺术之桥”传播平台，推出“艺术之桥”年度系列，评选年度艺术家、年度设计师等，以国际出版的方式，将中国的艺术家与设计

师在国际范围内进行传播。2018年，中国艺术家白明的作品集*BAI*(《白》)，由我们集团旗下的英国ACC Art Books出版，同年，白明的三部作品被大英博物馆收藏并展出。2018年，*Made in Shanghai*(《上海制造中的设计》)由我们集团旗下的澳大利亚Images Publishing出版，随即成为国际设计学界研究中国设计发展史的重要参考文献，被国际学者在相关学术论文中屡屡引用。

近年来，《移动建筑》《上海味道》《中国当代建筑》等图书，通过“艺术之桥”平台销往全球。“艺术之桥”于2016年在法兰克福国际书展上首次亮相，已逐步发展成为国际展会的重要品牌，搭建起了中外文化艺术交流的桥梁，还入选了2019—2020年度国家文化出口重点项目。

三是促推实体书店在海外的落地生根。依托邻近东盟的区位优势和学校在东盟的三所孔子学院，我们积极推动独秀书房（集团实体书店品牌）在海外落地生根，与相关大学孔子学院共建独秀书房（阅读体验中心），建构起与东盟国家高校在教育、文化、艺术等领域进行深度交流合作的桥梁和阵地。今年的6月25日上午，独秀书房·泰国宋卡王子大学孔子学院阅读体验中心开放仪式在泰国宋卡王子大学举办。该阅读体验中心是我们建成的第21家独秀书房。

探索三：拥抱新技术，构建数智化时代出版走出去、走进来新格局

在出版走出去工作稳步推进的同时，我们也一直在思考，如何将互联网和人工智能快速发展给文化建设带来的机遇和挑战与走出去工作有效衔接，构建数智化时代知识服务和出版走出去、走进来新格局。对此，我们注重发挥新技术和自身优势资源，从两个方面进行了探索。

推动古籍文献整理工作与数字化发展有效结合。长期以来，广西师大社积极投入中国珍稀古籍文献的寻访、整理与出版工作，累计出版了约600个品种近40万册珍稀古籍文献图书，不少文献图书特别是

海外回归的珍稀文献的出版更是填补了国内的空白，为学界研究提供了珍贵的文献资料。

在此过程中，我社积极拥抱新技术，努力探索融合出版的新思路、新方法，持续推进数字平台和数字资源建设。敦煌遗书数据库项目入选2021年度国家古籍数字化工程专项经费资助项目，并顺利完成结项；“艺术年鉴数据库”“旧海关史料数据库”等8个数据库全面完工，顺利结项并投入运营；“珍稀古籍文献学术资源知识服务平台”完成初步建设，已启动上线试运行，据《中国图书海外馆藏影响力研究报告》10多年的统计数据显示，广西师大社超过3000种图书被海外图书馆系统采购和永久收藏，连续11年进入中国图书海外馆藏影响力20强。

发挥教育出版优势，积极开发面向东盟的数字化资源。近几年，为贯彻落实党中央关于实施文化产业数字化战略的决策部署，我们坚持“出版+文化+科技”的发展方向，积极推动先进科技应用于出版实践。在教育出版国际化发展中，我们主要依托广西独特的区位优势，面向东盟国家合作开发了全视域多模态的中文教育课程资源——“中国原创绘本少儿国际中文课程”。该课程于2021年9月正式启动，是结合广西师范大学依据少儿年龄特点和相应的中文教育需求，以我们集团旗下魔法象品牌的中国原创系列绘本为内容载体，对标《国际中文教育中文水平等级标准》，面向母语非汉语的低龄儿童、致力为早期中文教育的教师和家长开发的中文教育课程资源。二期课程进行了迭代升级，融合AR技术，用更新颖、更深入的方式讲好中国故事，传播中国文化。该课程今年实现了海外落地出版，在2024年北京国际图书博览会期间发布印尼版图书，同步推出了课程产品包，受到海外读者的欢迎。

在今后的发展中，广西师大社也将继续围绕中心，服务大局，充分利用国内国际两个市场、两种资源，夯实、提升海内外协同创新发展能力，全力推动出版走出去工作和国际化发展再上新台阶。

（作者为广西师范大学出版社集团党委书记、董事长）

地图集网络出版模式探讨

□朱艳霞

网络版地图集作为互联网出版的产物，符合当前地图集的发展趋势，具有使用方便、易传播、更新快速等特点，可以作为地图集宣传推广的重要渠道。本文通过研究地图集传播媒介的演变、网络版地图集的建设方法、关键技术以及地图集网络出版的发展方向等对地图集网络出版模式进行了探讨，为传统地图出版的转型升级提供了建设思路。

地图集传播媒介的演变

从地图集传播媒介来看，地图集经历了传统地图集、多媒体电子地图集、网络版地图集的发展。

传统地图集。传统地图集是以纸质介质为媒介，通过纸质印刷装订的独立专业资料数据集合。计算机制图工艺的出现，大大简化了地图集的印制工艺，方便更新与质检，丰富了地图的图形、色彩，提高了线划及注记的美观程度，从而提升制图质量，缩短制图周期，提高了地图生产效率。

多媒体电子地图集。多媒体电子地图集是建立在地图学和计算机技术、硬件技术基础上的，以光盘为介质，借助于多媒体技术，将地图与文字、图形图像、动画、音频、视频相结合，使多种媒体信息按逻辑集成的一种空间信息可视化产品。通过多媒体技术，大大增强了电子地图信息展示和数据管理的能力，使传统地图具备了漫游、缩放等诸多功能，提高了地图集的灵活性、交互性、动态性、现实性和可扩展性。

网络版地图集。网络地图集是指在网络上（包含互联网和移动通信网络）浏览和使用的地图集。与多媒体电子地图集相比，它除了具备动态性、交互性和超媒体结构外，还具有广泛的用户群体和易于下载传播的特性。根据载体不同，可分为网页端和移动端地图集，近年来随着微信等社交媒体的兴起，微信小程序依靠微信天然的社交传播媒介，也成为移动端地图集网络传播的重要渠道之一。

网络版地图集的优势。网络版地图集是信息化社会发展和用户需求升级的产物，它打破了传统纸质打印出版携带不方便、保存成本高等劣势，集成了信息系统

可查询、可缩放、可浏览，并且不再局限于光盘介质，能融合更多图片、文字、音频、视频等多元信息，引入更丰富的动态交互手段，借助互联网社交媒体公开发布，受众更广，用户可随时实地在线浏览、下载、分享地图成果，不仅方便地图成果和资讯信息的更新，更有利于地图知识的传播和共享。

网络版地图集的建设思路

网络版地图集本质上是地图集的信息展示与管理系统，因此其建设可以分为总体设计、关键技术等几个环节。

总体设计

总体设计是网络版地图集建设的重要环节，包含技术架构设计、功能设计、数据库设计、用户界面设计、安全设计等工作。

网络版地图集的开发和部署采用B/S架构，用户直接通过浏览器或微信小程序可以实现对网络版地图集的在线访问、地图浏览、查询下载等。管理员可以通过后台管理系统对图集的数据结构、内容、专题和权限等进行管理。

面向公众发布的地图集分为网页端和移动端两种载体，可以分为图集展示和图集操作两类主要功能模块。根据地图集的内容体系设计、编排次序和重要程度，将不同图幅分为序图、通用专题和特色专题，为三类图幅开发不同的展示模板，并为特色专题定制开发独特的交互操作模板；图集操作包含图集查询、下载和分享等操作。后台管理系统根据图集结构提供图组结构管理、图集内容管理、特色专题管理、富媒体文件管理、标签管理、用户权限管理、数据统计和操作日志等功能。

数据库设计是将地图集数据以结构化的方式存储在数据库中的过程，数据库设计通常包含概念结构设计、逻辑结构设计、物理结构设计三个阶段，包括数据库的选型和表关系建设两个方面。基于对服务器、网络环境等安全性要求和系统需求分析，选择兼容性强、稳定成熟的关系型数据库，如PostgreSQL。

网络版地图集不同于一般的工具型应用系统，需要在方便实用的同时兼具地图

集设计的艺术和美学。因此，网络版地图集用户界面设计需要遵循以下原则：一、界面布局要符合视觉平衡与用户阅读习惯，同时满足操作方便的要求。采用主流的面布局，根据地图集的阅读和操作习惯区分主次信息和展示顺序，以达到视觉平衡的效果。二、色彩符号设计要协调美观。界面的色彩设计要与纸质版地图集的主题风格、图组风格、图幅内容相协调；图集各页面切换时的色彩过渡要自然、协调呼应，避免给用户造成主次混乱或背景色过强的视觉冲击。三、工具图标设计要兼具美观性与易读性，做到清晰明了、美观实用。四、交互效果要符合用户操作习惯。网络版地图集在用户交互效果上有较大提升，通过动态瓦片地图、动态信息图表、三维模型效果、增强显示技术等为用户提供更多的感官体验，系统的交互效果要符合用户操作习惯、层层递进、方便用户深入了解地图所呈现的内容。

安全设计包括数据层、服务层和应用系统层面的安全设计。其中，对数据要进行定期的备份，支持数据恢复机制，保证数据的完整性和一致性；应支持用户密码方式的身份验证，对敏感数据进行加密传输和存储，区分不同用户的访问权限；应具备完善的日志记录机制，便于故障排查和系统性能优化；应引入软硬件安全设备，防止网络安全事故的发生，保证持续稳定地提供在线地图服务。

关键技术

网页端开发技术。通过HTML5互联网新一代标准，降低应用程序响应时间，支持音频和视频播放，提供专题图特色交互功能，为用户提供更便捷丰富的感官体验。通过响应式布局技术，根据设备和屏幕大小，自动调整网页的布局和样式，提供一致且良好的用户体验。

微信小程序技术。移动端将使用微信小程序原生语言进行开发。微信小程序是一种在微信平台上运行的跨平台轻量级应用，具有较好的兼容性和用户体验。

数字版权管理技术。数字版权管理技术是对数字化信息内容的存取进行控制，包含文件的访问（读取次数、收看的长度等）、共享、拷贝、打印和保存等操作。通过数字版权管理技术可以对互联网出版

的音乐、图像、视频等资料提供保护，主要包括置乱加密技术、数字水印技术、数字签名技术等。

地图集出版模式升级建议

以互联网为载体，以手机、平板电脑、电子书阅读器为终端，以网络文学、移动自媒体等为代表的数字出版，已经悄然打破了出版业原有的结构。数字化应用在地图出版行业不仅能够降低出版所需成本，还能使地图存储量加大，获取地图内容更加便捷，展示手段更加丰富，实现线上和线下的互动浏览，满足数字化时代的阅读需求，拓展了地图产品的传播和共享渠道，将更适应未来市场发展趋势。网络版地图集作为地图互联网出版的一种高级形式，具有方便实用、更新迅速、裂变传播、线下引流等优势，可以有效弥补传统纸质地图集线下出版的不足。

随着“网民生产内容、网民消费内容”“互联网+”融媒体时代的到来，地图出版行业面临前所未有的挑战，可以从以下两方面进一步升级地图集的网络出版模式。

一是通过数字技术实现内容数字化，借助大数据和云计算，根据用户的需求，个性化、分众化地组织出版物的印制和销售，真正做到大规模定制印刷，实现共性与个性的统一，满足用户在时间、质量、个性化等方面的出版需求。借助互联网平台，增强传播能力，将实体出版物复制与销售产生的利润转化为数字版权的价值、二次传播的权力以及影响力衍生物的附加价值，同时在一定程度上反向带动实体地图出版物的销售。

二是提高综合服务型地图的产品线上服务能力，发布综合服务型地图相关活动消息。可通过公众号、微博、抖音等融媒体平台，让大众参与专题地图主题的确定、地图有奖征集活动和地图文化讲座活动等，提高用户的参与度，利用网络直播平台与用户实时交流，提供地图文化的科普视频和在线制图等，建立地图文化生态圈，及时了解并挖掘用户的潜在需求，解答用户关心的问题，为地图产品的精准化研发提供大数据支撑。

（作者单位：福建省地图出版社）