

观点速览

李子柒该如何保值自己的数字资产

李子柒走红和取得的成就，靠的是资本的构建和推进，其所产生的现象级是资本商业化运作的结果。在停更的三年中，短视频行业保持着强劲的增长，其与直播电商的融合发展成为行业的一大趋势，不仅推动了短视频平台商业化的进程，也为短视频创作者的变现提供了更直接的途径。

李子柒离开的这三年多，国际形势也发生了很大的变化。作为传播中国传统文化的重要窗口，曾经，李子柒以1410万的You-Tube订阅量刷新由其本人创下的“最多订阅量YouTube中文频道”吉尼斯世界纪录。即便停更三年，她的海外平台新增粉丝超500万。当下，全球化趋势与逆全球化思潮在国际社会中交织并存，一方面，各国之间的联系和依存度日益加深，文化交流与互鉴成为推动全球发展的重要力量；另一方面，一些国家和地区出现了保护主义、单边主义等逆全球化倾向，为国际交流与合作带来了挑战。在挑战与机遇并存的关口，文化传播者能否抓住机遇，也值得观察。

李子柒因为批判“资本好手段”而隐退。现在又复出，这恰恰证明了媒介生存的无法选择性。互联网媒体是没有时间的，没有历史记忆的，只有“即时”和“刚刚”。所以即便是大红大紫的内容创作者也很快会发现，数字资产不是物理世界的资产，能够实现积累即保值。数字资产必须出现在每个“即时”和“刚刚”，哪怕是现象级的李子柒。除了继续深挖传统文化内容、精雕细琢外，能否在内容、形式和传播渠道上有更大的创新，能否在商业化运作和品牌建设上有所突破，能否把握每个“即时”与“刚刚”，李子柒加油！

（11月13日 光明网 光明网评论员）

近期，一项调查显示，长期依赖线上社交，68.0%的受访者感到自己线下社交能力有所退化。

社交的时空界限早已被打破。对于触网颇深的年青一代，网络热梗、表情包符号就是他们的“社交货币”，玩转不同平台社区更是他们的生活日常。然而，线下独处、线上热闹却是不少冲浪少年的真实写照。“上线是E人，下线就I了”“缺乏面对面聊天的底气”“患上来电恐惧症”……症状千奇百怪，引起了不少人的共鸣，很多人坦言“在线沟通已然成为他们的社交舒适区”。

人的日常生活总是绕不开社会交往。尽管网络空间有其魅力、吸引力，但其在真实感上显然有所欠缺。打开社交软件，交谈双方从陌生人到好朋友，可能只需要往返几个表情包；点亮“挚友”、成为“铁粉”也只需持续几天的在线互动——这种“进步神速”的交往方式，可能会让人产生虚拟的情感依赖。此前，“高频聊天产生恋爱假象”的话题一度登上热搜。

除开对情感接收的影响，在线社交同样屏蔽了线下活动的真实体验。一旦习惯了“足不出户”，不仅“社恐”人士更加封闭，很多“社牛”大概也很难回归到呼朋唤友的曾经。与此同时，长时间在线也给不少人的身体带来伤害。当前，已有一些短视频平台推出了休息提示，但从线上走向线下，还需要更多人主动为之。

（11月15日 《广州日报》 刘硕）

数据显示，2023年微短剧市场规模达373.9亿元，预计2027年市场规模将突破1000亿元。然而，微短剧已呈现出野蛮生长的态势，一些微短剧充斥色情低俗、血腥暴力、审美恶俗、三观不正等内容，扰乱网络视听节目传播秩序，导致“劣币驱逐良币”现象出现。基于此，抖音下架240部违规微短剧，并点名《女帝》等剧目导向不良、低俗擦边，具有警示意义。

从现实情况来看，治理微短剧不可能一蹴而就，推动微短剧健康有序繁荣发展，建立健全常态化管理机制至关重要。基于此，在专项整治工作结束后，国家广电总局对微短剧的治理工作转入常态化，建立了双周报送处置数据机制、定期发布公告机制和微短剧“黑名单”机制。同时，多名全国人大代表和专家建议，应加快完善互联网法律制度体系，为整治违规微短剧提供有力法治保障。

下架违规微短剧，更要补齐监管短板。面对日益多元的网络内容形式，监管部门和平台合作的必要性更加突出。尤其是在新技术推动下，生成式AI等工具的广泛应用使得内容的生产和传播效率成倍提升，低质量内容很容易大规模扩散。这既要求法律制度的跟进，也需要平台技术手段的创新，比如利用大数据和算法加强内容筛查，提高对违规内容的自动化识别和处理能力，从而在源头上减少不良内容。构建健康、积极向上的网络环境，不仅是对优质内容的保护，也是对社会良好文化氛围的有力支撑。

（11月15日 《湖南日报》 张西流）

编辑是有“支点”的杂家

□丁以绣

关于编辑职业，历来存在争论,主张通才者有之,主张“专家型”有之。笔者以为，编辑应该是一个有“支点”的杂家。

编辑是杂家

杂家原是战国末至汉初的哲学派别，基本含义指学识广博，涉猎多种学术领域的人。古人把编辑归入杂家，是因他们认为编辑“类辑旧文”“合刻诸书”，都是“涂兼众轨”或“不名一体”的缘故。今人主张编辑为杂家，是认为编辑不仅要专擅于某一学科，还要博学于诸学科。叶圣陶先生在《要做杂家》中说：“我说，咱们要争取做个杂家，唯其杂，才能在各方面运用咱们的知识，做好报道，写好文章。”著名出版家、语言学家陈原曾说，因为编辑是作品的第一个读者、第一个鉴赏家、第一个评论员、第一个影响决策者，而“作品”是千变万化的，即使一门科学也是很杂很杂的，编辑对象的“杂”也就决定了编辑是个杂家，面对各门各类的著作家，他不能不“杂”起来。两位编辑中的大家将编辑生来是个杂家的理由，讲得十分清楚。

新中国成立以来，每当出版业遇到新情况新问题，编辑素养的“专”与“博”问题就会被提出来重新讨论。在新中国成立初期，社会颇重视各种“家”，诸如作家、科学家、歌唱家，编辑似乎都靠不上，无“家”可归，于是有好心人灵机一动，认为编辑什么都知道些，就叫“杂家”。表面是重视编辑博杂的一面，内心是强调编辑精深专业的一面。改革开放以后，出版业迎来恢复发展的大好时机，编辑成为令人羡慕的职业。行业对编辑的要求是“干一行爱一行”“甘为人作嫁衣裳”，此时强调的是编辑要什么都懂一点儿，重视编辑博杂的一面。1992年建设社会主义市场经济，一些出版社开始探索编辑部承包、编印发一条龙，此时的编辑不仅需要组稿约稿审稿，更要是书业市场能善战的骁将，博杂的内容更加丰富了。

进入网络时代，出版物形态由传统的纸质升级为电子和数字出版物，编辑工作内容发生巨变，编辑之“杂”又赋予数字媒介编辑的新内容，两个认识变化值得重视：一是出版细分带来对编辑专业的新认识，大众出版、教育出版、专业出版对编辑素养的要求是不同的；另一是对编辑专

党的十八大以来，习近平总书记就人工智能发展与治理作出一系列重要指示。近年来，《新一代人工智能发展规划》《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》等文件相继出台，传递出我国高度重视人工智能发展应用的强烈信号。

近年来，国家积极推动人工智能的产业化应用，各行业也积极应对，以期借人工智能之力实现产业升级，在新的风口紧跟大势，努力迭代，不被时代淘汰。

图书出版行业伴随着人工智能的广泛应用，正在发生着深刻的变革。本文拟通过考察我社军事社科、文艺类图书的出版，从选题策划，稿件的编、审、校加工到图书的内容编排、呈现形式和包装形式等层面来探讨人工智能的介入对图书出版工作在微观层面的实质影响。

借力:选题和审校过程的借智助力

人工智能在数据处理方面的优势可谓一骑绝尘，通过适当借力，编辑可以快速分析大量的市场数据和读者反馈，进而在选题策划阶段作出更加精准的分析报告。

例如，某公司利用人工智能技术对平台图书历史销售数据进行抓取，分析图书在不同渠道、不同地域的销售分布比例、销售折扣信息等，帮助编辑识别出图书在特定时间段、特定地区的销售情况，为选题策划提供第一手的重要情报。如我社编辑在分析一套古代女将军的出版市场时，通过借力该系统发现，以杨家将、穆桂英为代表的女将军系列图书，销量靠前的均为少年儿童版，成人版的杨家将故事集也是连环画题材市场表现更佳。这一报告无疑为编辑的下一步选题策划提供了非常有益的指导性意见。

在外版书引进过程中，对人工智能的借力也非常重要。AIGC（生成式人工智能）工具不仅大幅提升了翻译的效率，而且也极大地提升了译稿的质量。如果人工审核的工作做到位，可以大幅提升编辑、复审、终审、排版、校对等各个环节的效

核心阅读

编辑的“支点”，即专门学科领域的精深研究，培养了编辑专业眼光、专业敏锐性和专业判断力。在养成高深专业能力的过程中，编辑必然会大量接触专业人士，掌握学科动态，把握专业领域未来走向，将自己积累的行业领域资源转化为出版资源，更培养了“伟大的编辑有对未来的绝对直觉”。编辑只有站在这样的高度，才能够与高水平作者对话，与知识对话，与各种读者对话。

业领域的坚守，突出表现是对“学术编辑”的呼唤。在出版类学术期刊和论坛上，此话题不绝于耳。

宣传干部队伍建设是新时代文化宣传工作的重要内容，对宣传干部“有几把刷子”的要求传导到出版领域，对编辑综合素质提升提出新要求；媒体融合推进到出版领域，更强化了编辑应该是杂家的理念。除了驾驭笔和纸，编辑还被要求“玩转新媒体”，用AI策划、写市场推介稿件、上镜做视频等，优秀编辑工具箱的内容越来越丰富。前不久，国家正式发布新增职业，用户增长运营师、文创产品策划运营师、网络主播等与出版业密切相关，更给编辑素养充实了新内容。编辑职业的“杂”会一直“杂”下去是毫无异议的。

编辑应该有“支点”

编辑素养要求的博杂不排除有锚定博杂的专与精，即编辑的专业“支点”。它是指在编辑的知识结构和职业素养中，在某一学科、某一领域应该有宽厚的知识储备，有广泛的专业涉猎，有较精深的学术研究，以此作为开展编辑博杂工作的雄厚基础和坚实支撑。编辑拥有“支点”，表现在应该对学科动态、学术发展、行业走势、领军人物了然于胸，在编辑过程中游刃有余。

编辑要有“支点”，源于出版工作的客观需要。编辑活动，是提高文化传播质量的中心环节。对文化成果的选优和加工，构成编辑活动的基本规律。（刘果语）编辑活动本质上要求编辑必须在某学科、某领域有较精深的学养，没有这样的素养，既不可能甄别稿件的优劣，也提不出有价值的加工意见，所谓文化成果的优

选和加工就成为一句空话。同时，如今“知识爆炸”极大程度限制了今人成为百科全书式人物的可能性。人类知识发展经历了综合和分化的过程，上世纪以来虽然出现学科交叉的情况，但知识分科仍然是基本特征。人类知识在不断研究中加速积累，像苏格拉底、达·芬奇、顾毓琇这样百科全书式的人物是难以再现了。编辑只能在某一学科、某一领域有所精研。所以，一个编辑，穷其一生，能“打一口深井”，在某一学科、某一领域或某一问题上超出常人的见识就是很令人敬佩的，编辑的“支点”不可能有很多。

编辑的“支点”，即专门学科领域的精深研究，培养了编辑专业眼光、专业敏锐性和专业判断力。在养成高深专业能力的过程中，编辑必然会大量接触专业人士，掌握学科动态，把握专业领域未来走向，将自己积累的行业领域资源转化为出版资源，更培养了“伟大的编辑有对未来的绝对直觉”。（李敬泽语）编辑只有站在这样的高度，才能够与高水平作者对话，与知识对话，与各种读者对话。

有“支点”的编辑，一个重要表现是他们也是知识的生产者，是优秀图书的作者。在编辑的“支点”领域，他们的身份在编辑和作者两者间可以自由切换，浑然一体，相互成就。比如，商务印书馆、中华书局和人民出版社的一些资深编辑，被一些著名高校聘请，又成为高校一名教育者、研究者。图书市场中劣质出版物屡禁不绝，“跟风”出版随处可见，甚至编校质量差错在个别图书中“爆表式”存在，其重要原因之一，正是有些编辑没有牢靠过硬“支点”的结果。从这种意义上说，编辑应该是精于某一领域的；一无所长，不是专家，就难成一名好编辑。

人工智能在数据处理方面的优势可谓一骑绝尘，通过适当借力，编辑可以快速分析大量的市场数据和读者反馈，进而在选题策划阶段作出更加精准的分析报告。

传统的图书多是平面的，但人工智能介入之后，图书变得丰富且立体起来。

人工智能的不断进化，给出版行业带来的既有机遇更有挑战。

内容摘要

- 人工智能在数据处理方面的优势可谓一骑绝尘，通过适当借力，编辑可以快速分析大量的市场数据和读者反馈，进而在选题策划阶段作出更加精准的分析报告。
- 传统的图书多是平面的，但人工智能介入之后，图书变得丰富且立体起来。
- 人工智能的不断进化，给出版行业带来的既有机遇更有挑战。

变通:传统出版转向新形态出版的通达变

传统的图书多是平面的，但人工智能介入之后，图书变得丰富且立体起来，一本表面平平无奇的书，通过二维码和3D眼镜，可以使读者看到音响、动画等多种呈现形式，甚至可以将一本教材演变成一套完整的课程，读者只需要借助智能手机、电脑，就可以全程自主学习。

例如，某军事学院给学生编写的中国人民革命战争经典战例教材，运用人工智能技术，将课件生成为类似网络游戏的界面，学生可以在内网环境下，在自己的终端设备上，选择想要学习的内容板块，如讲解四渡赤水战例时，作者设置了观看影视作品片段、纪录片片段、观看沙盘推演并配合AI解说、进入四渡赤水纪念馆的VR环境等，全方位展示了红军长征途中的这一经典战例。

人工智能相关技术在科普类、少儿类图书出版中的应用相对较早，穿戴式VR设备突破了时间与空间上的隔阂，将一维阅读升级为多维阅读，为单调的知识赋予了新的生命力，给读者带来超乎寻常的阅读乐趣，既满足了读者多样化的阅读体验需求，又增强了科普图书的传播效果。

进化:AI推动的未来出版新质蜕变

人工智能的不断进化，给出版行业带

编辑的“支点”是有限度的。作为学科专家的编辑不能与专门的研究者学问家等量齐观。我们不能被大家的“家”的声名所蒙蔽、迷惑或吓倒，可以将“家”理解为一个光谱，是对世界的认知由比较丰富到极其丰富，再到巨大创新创造的连续体。一般说来，编辑只是在光谱某一端，发着光和热。

编辑素养的“专”与“博”需再研究

近年，高校出版学院和出版专业建设方兴未艾，为建设出版强国积蓄动能。目前，有说全国约有55所高校在本科阶段开设了编辑出版专业，40所高校有博士硕士学位授权点，23所高校开设出版学博士研究生教育或方向，有些取消了出版专业的高校恢复了出版专业，还有高校新设或正在筹划设立出版学院。

出版专业建设是一个系统工程，建设高水平现代出版专业更是一项严肃的工作，其首要任务就是出版学科话语体系的构建，这之中最核心的问题是对编辑职业的认识。没有编辑就没有出版物，也就无所谓出版业。所以说，新形势下编辑概念的重新体认是一个绕不过去的话题，而其中一个重要问题就是编辑素养的“专”与“博”。

文献梳理发现，近年出版学界和业界关于编辑的研究相对较少，成果不多，探究不深，与出版专业建设的热度不符。总之笔者认为，编辑是出版活动的核心环节，出版学科建设的首要问题是要对新时代编辑素养有正确认知，据此设置出版学科课程，编写出版专业教材，开展高水平的教学活动。

人工智能视域下军事社科图书的出版

来的既有机遇更有挑战。

首先是人工智能产品的版权界定问题。人工智能的快速发展和商业化应用对图书出版行业的版权保护提出了挑战，因为它可能侵害创作者的权益，同时对以版权收入作为主要来源的企业造成重大不利影响。目前国内所见的由AIGC创作的作品所引发的侵权案件的判例中，作品的版权大多被归属于AIGC的技术开发公司。如早在2020年，腾讯公司发起的一起诉讼中，法院判定AI软件Dreamwriter生成的作品具有版权。但由于AI不是自然人和法人，因此版权归软件开发公司腾讯所有。因此,对人工智能生成的文本、图片、音频、视频等数据,编辑需要谨慎使用,规避潜在的版权风险。笔者建议,最好的使用方法是,在人工智能提供创思路的基础上,作者和编辑再进行二次加工,仅仅将人工智能作为启发者和工具来使用。

其次是编辑要不断学习训练人工智能系统,让它能更好地为自己提供助力而不是被其绑架。目前,人工智能在绘图、翻译、审校方面都还有很大的进步空间,编辑要以自己的想法为主,通过设置详细的指导文本并限定规范动作来提高其使用效率。

再次，出版社和出版行业要意识到人工智能时代已经来临，产业革命正在发生，新技术、新应用的交叉融合所产生的新质生产力将成为行业发展的重要引擎。出版行业要适当增加项目投入，培养创新人才，在更新换代的浪潮中拥抱变化，共同促进出版行业的高质量发展。

（作者单位：国防工业出版社）