

新形势下教育出版的数字化创新

□吕义钧

党的十八大以来，党中央和国务院关于教育工作出台了多项新的政策措施，对现在及未来一个时期的教育工作提出了具体明确的任务要求，这些要求将对基础教育进一步产生强大而细致的价值引导和技能提升的作用。教育出版领域作为服务我国基础教育重要的后勤部分，只有从产品规划和设计上认真响应国家的政策号召，才能为一线教育生产出教师好教、学生好学的产品，同时也能提高自己的产品研发和市场生存能力，为基础教育作出应有的历史贡献。

新政策、新形势对教育出版的影响分析

“双减”政策的落地推进对教学的提质要求。2021年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，“双减”政策对教辅市场既是挑战也是机遇。如何在减负的前提下，用更少的时间保证学习任务和质量不下降，这要求我们进一步提高教辅产品质量，做好数字化创新，研发出精准、高效的优质教辅产品，使之成为切实减轻学生课业负担的“神器”。

新课标的颁布实施对新学习资源的需求。新课标重视学生核心素养的全面发展，推行大单元教学、跨学科项目式学习、“教、学、评”一体化等教学法，依靠传统图书的纸质载体很难满足这些要求。我们应该充分应用数字技术手段，提供丰富的学习资源，服务学生五育融合、全面发展的要求。

新生人口的快速减少对提高产品附加值的要求。21世纪，我国新生人口数减速明显，新生人口数从2016年的1883万减少到2023年的902万，中国快速进入老龄化社会。新生人口的骤降必然导致未来几年教育出版市场进入下行通道，整个市场即将同比例萎缩，教辅市场马上面临严峻的生存问题。在这样的市场压力下，我们必须在既有品种和市场比较饱和的情况下，大力开发新的项目，充分利用数字技术，提高教辅产品的附加值，开辟新的市场。

教育出版的数字化创新

教材建设的数字化赋能。新课标对新教材提出了新要求，传统的图书载体更新不及时且形式单一、素材有限、无法提供互动，很难满足新课标的要求。应该主动运用互联网、大数据、人工智能等数字化手段，为教材赋能。不仅要改变载体的形式，还要创新性地运用文字、图片、音视频、动画、智能助手等形式，全景化、立体化、仿真化地呈现教学内容，将教学实践与教育出版相结合，有效创设教学情境、丰富学生感官体验、降低认知负荷，打造出新形态的数字化教材。

例如，在强调真实情境的教学中，用精美的视频导入情境，有利于激发学生的学习兴趣，使学生在产生比较强烈的情感共鸣，增强他们的情感体验；在强调“教、学、评”一体化的教学中，数字互动技术不仅能使教师及时掌握学生的学习情况并给予评价，还能够很好地支持学生的自我评价和他人评价，从而形成一个全面、客观的评价体系；在跨学科项目式教学中，通过互联网技术链接丰富的学习资料，及时补充学生的知识欠缺，助力学生突破学科界限，实现学科链接。还可以通过大数据的深度学习 and 用户画像技术，根据每个师生用户的特点提供个性化的服务，通过研发人工智能助手，有效提高老师的备课效率，轻松应对各种教学场景。通过数字技术的赋能，建设符合新时代要求的新教材。

教辅出版的数字化拓展。“双减”政策要求“全面压减作业总量和时长，减轻学生过重作业负担”，防止偏题、怪题、超过课程标准的难题，“这要求出版单位一方面要设计精准、适度、优质的作业来适应“双减”政策的要求，切实减轻学生负担，另一方面要改变以练习为主的编排形式，利用数字技术，多设计动手作业、趣味作业、学科融合作业等，让学生在“做中学”“用中学”“创中学”，化学生的被动化学习为主动化学习，最大限度地发挥作业的育人功能。

通过引入人工智能技术拓展教辅的能力边界。通过人工智能的自然语音交流和作业批改，及时掌握学生的学习情况和需求，并智能地生成针对性的练习和解析，从而为学生提供更加精准、个性化的学习辅导。这种智能化的学习方式不仅提高了学习效率，还极大地减轻了学生的学习负担，切实地落实了“双减”政策要求。

教辅出版的数字化营销。在数字化时代，教育出版的营销方式也发生了巨大的变化。据统计，2023年短视频渠道已经超过了垂直及其他电商渠道，成为仅次于传统书店的第二大图书销售渠道。短视频平台能准确识别潜在用户的兴趣和需求，找出其痒点、痛点，通过精准投放，实现高效营销。这个特点使得以前因为体积小、营销难而被放弃的选题重新有了发光的机会。例如，小学生的古文阅读本来是个小众的需求，但当“斗牛匠”的《爆笑小古文》标志性笑脸封面与视频中孩子们的哈哈大笑碰撞在一起时，产品瞬间“活”了，一个抖音爆款就此诞生。

此外，短视频平台还能够通过内容创意和互动营销等方式，吸引用户的关注和兴趣。通过制作有趣、有料、有用的短视频内容，可以将教辅产品的特点和优势以更加生动、直观的方式呈现给用户，从而激发他们的购买欲望。同时，通过互动营销，如评论互动、点赞分享等方式，还可以进一步拉近与用户的距离，增强他们的品牌忠诚度和购买意愿。

(作者单位：福建教育出版社)

好新闻离不开好作风

——学习第34届中国新闻奖获奖作品有感

□朱建华

中国新闻奖是经中央批准的常设的全国优秀新闻作品最高奖。中国记协主办的一年一度的中国新闻奖评选，为全国新闻界认识好新闻提供了样本。2024年11月揭晓的第34届中国新闻奖，评出获奖作品373件，获奖比例不到30%。好新闻离不开好作风，多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者的良好作风。

深入一线体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者深入一线的良好作风。2023年7月底，北京遭遇特大暴雨，3趟列车上近3000名乘客被困，北京广播电视台迅速调派多路记者跟进，获新闻纪录片一等奖的作品《四昼夜，被困门头沟列车乘客大救援》，是全国媒体中首篇全景式展现这场大救援的报道。中国应急管理报社获新闻摄影二等奖的作品《暴雨中转移群众》、福建日报社获通讯二等奖的作品《“我们看不见，就让更多人看见我们”——盲人全国人大代表王永澄履职记》等，共同点都是新闻工作者到一线进行了扎实采访。

不畏艰险体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者不畏艰险的良好作风。2023年是共建“一带一路”倡议提出10周年，湖南广播电视台为了采制作品《丝路上的中国医生》，派出5路记者分别前往塞拉利昂等5个国家的援外医疗一线进行采访报道，其中有的地方特别偏远，记者需要转几次飞机，再坐船、坐船，历时30多个小时才能抵达，他们还需要克服水土不服、疾病威胁、时差影响等不利因素。福建宁德广播电视台的记者为完成《“陈祥榕，到！”——来自喀喇昆仑的回响》的报道，他们一行入历时10多天，每天行程10多个小时，翻达板、过雪山、涉冰河，途中还穿越雪崩和泥石流区域，最终在高原极寒的恶劣环境下，克服极度缺氧、强烈高原反应等种种困难，饱含热泪作出了感人至深的报道。

调查核实体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者调查核实的良好作风。很多

时候，突发事件发生时，记者并不在现场，如果为了求快照搬网上信息，不进行必要的调查核实和采访，存在传播风险。人民日报社获融合报道一等奖的作品《风雨落坡岭》，内容是从K396次列车被困的现场亲历者提供的2000多个视频、数百G素材中精选剪辑而来的，在使用这些内容时，主创人员进行了反复沟通确认，确保了内容的真实。2023年6月13日，杭州一名年轻女子从桥面上一跃而下，正在送件的跑腿小哥彭清林紧跟着跳入钱塘江对其进行救援，现场的这一幕被人拍下并发布在网络平台上。浙江日报报业集团潮新闻记者面对网上信息，第一时间联系上彭清林进行了采访，不仅还原了事发经过，还进行了持续报道，报道获典型报道三等奖。

严谨细致体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者严谨细致的良好作风。新华社获融合报道一等奖的作品《看！〈我们亚洲〉，雄风更劲！》，主创人员进行了多次修改，目的是让每一帧画面做到准确且精致。经济日报社获通讯一等奖的作品《防止脱实向虚》为系列报道中的第一篇，调研组前期认真开展了调查研究，后期成稿时又进行了反复讨论和修改打磨。新华社获消息二等奖的作品《江苏发出第1000万户个体工商户营业执照》，背后的情况是：记者与有关部门的同志一起反复推敲稿件，翻阅资料近30万字，前后修改约30次。大连新闻传媒集团获典型报道三等奖的作品《一颗大连樱桃的现代化跋涉》，采访团队往返上千公里，采访数十人，查阅了50年来的相关资料，最终以融媒呈现方式立体讲述了大连大樱桃的中国故事。

行动迅速体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者行动迅速的良好作风。北京日报社获通讯一等奖的作品《外卖小哥一电话，北京这个小区154个单元楼装上新号牌》，是记者在深入基层采访北京接诉即办改革时挖掘到的一条线索，意识到此事的新闻价值后，记者马上找

到这名外卖小哥、社区书记等多位当事人还原了事情的经过。苏州日报社获消息二等奖的作品《全国首个GDP破5000亿元县级市诞生》，是记者春节假期结束上班后从昆山市统计局获取的信息，并于当天赶写出稿件。苏州日报社获通讯二等奖的作品《清退362个工作群 为基层干部“松绑”》，记者从文件材料中发现线索后，立即展开深入采访。山东广播电视台获消息三等奖的作品《总统亲自提车！1000辆“山东造”客车出口吉尔吉斯斯坦》、宁夏日报社获消息三等奖的作品《西海固“水故事”讲到联合国》等，共同点都是新闻工作者在很短的时间内完成了采访，并在第一时间发出了报道，体现出很强的执行力。

勇于创新体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者勇于创新的良好作风。长江日报社大武汉客户端获新闻专栏一等奖的作品《第一眼》，在内容生产方式上有创新之处：一方面媒体通过与公安、地铁、公交、消防、城管等系统紧密联系，聚合城市视频资源，同时开发线上投稿小程序方便普通用户生产，另一方面通过记者和编辑发现、提炼、制作、传播新闻故事，破解了“无视频无真相”的现实困境，实现了主流媒体的独特价值。光明日报社获融合报道二等奖的作品《“破四唯”“立新标”有多难？》、津云新媒体获融合报道二等奖的作品《沉浸式交互H5|深海之锤》、华龙网获融合报道三等奖的作品《互动视频|当AI被拉进华溪村群聊》、科技日报社获融合报道三等奖的作品《为全世界造车 中国新能源车的“硬核”输出》等，共同点都是利用互联网技术创新内容表达、呈现手段。

久为功体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者久为功的良好作风。2023年是习近平总书记视察湖北鄂州红莲型杂交水稻育种基地，给湖北籍中国工程院院士朱英国教授及其团队留下“粮食安全要靠自己”谆谆嘱托的10周年，湖北广播电视台新闻团队多年来持续记录朱英国院士及其团队在湖北仙桃、湖北

罗田、广西南宁和海南三亚开建基地，进行水稻功能基因研究、水稻种质创新与新品种培育的情况，并独家拍摄了大量真实鲜活的珍贵素材，时长6分多钟的作品《“候鸟教授”团队：攥牢“红莲稻”种 心怀农业“中国芯”》获典型报道一等奖。四川广播电视台获典型报道一等奖的作品《伊莎白——我的选择是中国》，是近50分钟长的新闻纪录片，主创团队用了近10年的时间跟踪拍摄中华人民共和国“友谊勋章”获得者伊莎白，展现了一个外籍友人对中国一往情深的热爱。四川广播电视台获消息一等奖的作品《首次发现“野外灭绝”的长江鲟在野外产卵出苗》，时长虽然只有2分25秒，但作品主创团队跟踪采访了近两年。

把握时机体现好作风

多件获中国新闻奖的作品，体现出新闻工作者把握时机的良好作风。习近平同志在河北正定工作时，面向全国推出招揽人才的九条政策，为河北留下了极为宝贵的思想财富、精神财富和实践成果。2023年是“人才九条”政策推出40周年，河北日报社采访专班历时6个月，在深入学习研讨的基础上，采访多位正定老干部和相关人士，掌握到大量第一手素材，写出的长篇通讯《“不拘一格地选拔人才”——习近平同志在河北正定工作期间推出“人才九条”的实践与启示》，社会反响强烈。这件获通讯二等奖的作品，很好地体现了对报道时机把握的重要性。中国新闻社获重大主题报道二等奖的作品《台籍火车司机：深知离别苦 方晓团圆甜》、中国船舶报社获消息二等奖的作品《重磅！国产首艘大型邮轮命名交付》、大众日报社获消息三等奖的作品《断航26年后，古老小清河获新生》等，都体现了对报道时机的有效把握。

总之，好新闻与好作风是相辅相成的。好作风是创作好新闻的基础，好新闻体现好作风。对新闻工作者而言，好新闻无处不在，作风建设永远在路上，想要收获好新闻，需要不断锤炼过硬的作风。

(作者单位：长江日报社)

构建全球视野：用新闻摄影讲好中国故事

□孙潇娜 郎豫凡

在传统媒体行业经历转型，摄影记者岗位面临缩减的当下，中国新闻摄影记者该如何拥有专业水准并拓宽国际视野，成为一个亟待解决的问题。在全媒体时代背景下，用新闻摄影讲好中国故事，并做好国际传播的探索和实践值得研究。

跨越障碍：中国新闻摄影国际传播面临的挑战

新闻摄影堪称世界性的视觉语言，也是国际传播的一种形式。中国新闻摄影作为传递中国声音、塑造中国形象的重要手段，当前面临一些挑战。

构建中国新闻摄影的自主传播体系，打破西方舆论垄断。西方媒体长期操纵国际舆论，导致中国媒体在构建具有全球影响力的视觉传播格局上存在困难。国际传播的不平衡格局使我们往往处于“他塑”为主的被动局面。西方媒体对中国的偏见和歪曲时常穿插渗透在其拍摄、选用的图片报道中。

受限于国情等因素影响，新闻摄影对外传播渠道的自主性不足，媒介融合不足。国际受众获取新闻图片的来源逐渐转向社交媒体，如何增强自主传播渠道，给传统媒体提出了新的发展课题。

培养跨文化传播人才，构建国际化采编团队。新媒体技术发展所带来的传播语境的变化，跨文化传播存在“陷阱”，视觉采编队伍需向全媒体型、专家型方向发展。

新闻摄影在国际传播中，不仅传递信息，更是跨文化交流和沟通的桥梁。新闻摄影相较于文字，在跨文化传播中具有独特的优势。新闻摄影作品能够直观地捕捉和展示不同文化背景下的场景、人物和事件，使得摄影跨越语言和文字的障碍，直接传达情感和信息。此外，新闻摄影作品往往能够跨越时空的限制，记录下历史性的瞬间，成为跨越世代的记忆。

新闻摄影作品通过互联网和社交媒体，传播到世界各地，让不同文化背景的人能够即时分享和讨论，从而促进文化的交流和理解。但是，需要摄影记者充分了解报道对象国的文化禁忌、民族传统和心理，避免出现触及对方宗教信仰、伤害对方情感的行为。

策略创新：中国新闻摄影的国际传播策略

面对诸多挑战，中国新闻摄影在传播路径、国际化选题和表现形式这三方面已拥有一些策略，有效地向世界传递中国声音，塑造积极、立体的中国形象。

优化国际传播路径，融合全球媒体网络。随着移动互联网成为信息传播的主渠道，新闻摄影需要通过互联网、社交媒体等新兴媒介进行广泛传播，实现全球化传播，构建全媒体传播格局。

构建媒体集群，融通中外话语。实现中外话语的融合，以民间话语传播中国文化。传统媒体在脸书平台构建账号矩阵，形成覆盖不同区域和语种的传播网络，形成账号矩阵。《中国日报》通过与海外华文媒体合作，利用其在当地的影响力和资源，扩大中国新闻摄影的传播范围。此外，还探索建立更加多元的国际传播合作模式，用融通中外的新概念、新范畴、新表述向全世界讲好中国故事。实现技术赋能，利用大数据、云计算、人工智能等新技术，提高新闻摄影的国际传播影响力。

国际化选题策略，融合中国特色。选题方面，聚焦于国家重大事件和领导人活动，通过影像传递大党大国领袖形象，进行海外传播。例如，拍摄国家重大庆典、国际峰会等活动，展现中国的国际地位和影响力。

关注人文交流，通过记录中外文化交流、合作项目，呈现中国开放包容的国际形象，如“一带一路”倡议下的文化交流活动。

聚焦中国发展，展示中国现代化建设成就，如科技创新、城市建设、乡村振兴等，通过新闻摄影讲述中国发展故事。通过外国人视角或小切口故事来讲述中国故事，易于被不同国家受众接受，促进情感共鸣和价值认同。

创新视觉语言，构建国际化表达方式。作为摄影记者，相机后面的眼睛和大脑至关重要，“眼高手才能高”。只有思想到位，技术精准，照片的角度、构图、光线等要素才能恰到好处，视觉美感才会突出。

新兴摄影技术推进摄影创作发展，也推动国际传播的速度。摄影记者应不断学习，与时俱进，追求视觉

语言的创新，运用创新的拍摄技巧和后期处理，使作品更具艺术感和观赏性。2024年7月26日至8月11日，巴黎奥运会顺利举行。新华社遥控摄影团队在13个场馆架设了包括固定相机和遥控机器人在内的31台遥控摄影设备，并使用遥控相机播发中英文图片3500多张，丰富了报道视角。

实践探索：浙江日报社新闻摄影的国际传播新路径

面对前所未有的挑战与机遇，浙江日报社深入分析新闻摄影国际传播的提升路径，在实践中探索如何运用新闻摄影，向国际社会讲好新时代的中国故事。增强摄影记者的全球叙事力，提升国际传播的多维视角。摄影记者作为新闻摄影的直接实践者，其国际传播能力的高低直接影响着中国故事的国际传播效果。因此，还要培养中国新闻摄影记者的跨文化传播意识和融媒体报道能力。

新闻摄影在强化内容的同时也要尽可能提高照片的视觉效果，巧妙选择组照、运用横竖构图，抓住重大国际活动等选题，通过摄影来展现中国的多彩和活力。第27届中国新闻奖二等奖作品《G20，华美天城待客来》，浙江日报社图片新闻中心（浙江日报全媒体视频影像部前身）重磅推出“映像杭州”大型系列报道，精美的新闻图片展示了杭州“精致和谐、大气开放”的城市气质，向中外嘉宾全面呈现了历史与现实交汇的独特韵味和别样精彩。

新闻摄影的纪实性和表现性固然重要，但是情感性也不可或缺。2023年9月，第19届亚运会在杭州举行。作为东道主媒体，浙江日报全媒体视频影像部精心策划了多个主题性的新闻图片专题，用国际视野展现浙江故事、中国故事。其中，《同爱同在 情动亚运》获得2023年度浙江新闻奖一等奖，并初评为第34届中国新闻奖二等奖。记者敏锐地用镜头定格了张雨霏和池江璃花子在泳池边的催泪一抱等精彩瞬间。走心动情的摄影画面，被众多国内外媒体采用、转载。

创新表现形式的融合，从单一到多元化的转变。新闻摄影的国际传播需要不断创新表现形式，以适应新媒体语境下受众的需求，需要加强数据分

析，探索虚拟现实和增强现实技术在新闻摄影中的应用等。杭州第19届亚运会报道中，视频影像部推出了《亚运音诗画 有声照·相·馆》栏目，以6期短视频形式，用记者拍摄的图片讲故事，编导、后期将图片二次创作后进行传播，创新新闻摄影展示方式和传播形态，有效增强摄影记者获得感和新闻摄影的国际传播力。

在重大主题报道中，巧用新闻摄影，用老照片讲出新故事，展现新变化。2024年9月30日，正值新中国成立75周年之际，浙江日报社推出重大主题报道《特别策划：95岁老记者跟踪摄影75年 记录新中国时光》，该产品在“学习强国”学习平台等70多家网站和平台进行了转发，全网总播放量超过2000万。视频影像部将95岁浙江日报社退休摄影记者徐永辉拍摄75年的摄影作品，进行新老照片和视频对比，结合特效生成、照片动态三维化等表现手法，利用流媒体手段将静态图片进行动态展示，见证了新中国成立75年，百姓生活发生的翻天覆地的变化。

拓展传播路径，多渠道平台协同布局。对外传播布局是提升新闻摄影国际传播效果的关键。浙江日报社新闻摄影的国际传播，目前，借助于浙江省国际传播中心的相关传播平台。浙江省国际传播中心整合了浙江全省国际传播资源力量，拥有“网站+频道+海外社交媒体矩阵”三位一体传播平台。其中，国内传播平台有印象浙江英文网和潮新闻英文频道，海外发布平台有TikTok、脸书、照片墙和优酷等。

未来，可加强国际合作，跟国际图片通讯社、相关媒体等进行内容、渠道等合作。新媒体社交平台方面，在照片墙建立账号，进行传播；通过央媒海外平台的传播力，与新华社、中国日报社、环球网报社等合作，扩大新闻摄影的国际传播力。

在全球化的浪潮中，浙江与国际社会的交流日益频繁，中国的全球参与度亦将显著提升。在此背景下，通过中国视角记录全球叙事，利用新闻摄影展现文化自信，反映共通情感和人文精神，能提升中国在全球舞台上的文化影响力。

(作者单位：浙江日报社)