

■观察深一度

推动党报评论融合发展
取得新突破

□王崧

习近平总书记强调：“做好党的新闻舆论工作，营造良好舆论环境，是治国理政、定国安邦的大事。”这为我们做好新时代新闻舆论工作提供了根本遵循。

近年来，河南省认真贯彻落实党中央决策部署，坚持守正创新、数智赋能，探索“智媒平台+党建算法”模式，建立新闻评论中心工作机制，打造“豫论场”“顶端快评”等评论矩阵，推动主流媒体发挥内容优势、建强评论队伍，党报评论工作取得显著成效。

推进主流媒体系统性变革，党报评论工作要因势而谋、应势而动、顺势而为。

在把握时代脉搏中唱响团结奋斗“最强音”。以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业，需要更加注重发挥新闻舆论统一思想、凝聚力量的重要作用，坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，更好激发干部群众奋进新征程、建功新时代的磅礴力量。

在守牢方向守稳中把稳党报评论“定盘星”。聚焦落实首要政治任务，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，把党的主张和人民意志贯穿党报评论的选题、立意、表达等全流程，不断增进全社会对党的创新理论的认同。

在深耕内容建设中培塑主流媒体竞争力。无论时代怎么发展、技术怎样迭代，内容始终是主流媒体的“基石”。我们将在服务中心工作上加力，在强化舆论引导上增效，在改进评论文风上用功，让主流媒体在舆论场牢牢占据主导。

在增强技术敏感中构建党报融合新生态。抓住生成式人工智能等新技术发展机遇，把新技术新手段广泛应用于新闻评论“策、采、编、发”等环节，让主力军在互联网上大显身手。同时筑牢网络安全防线，让信息技术更好趋利避害、为我所用。

百年变局波澜壮阔，智能时代浪潮奔涌。更加深入学习宣传贯彻习近平文化思想，抢抓机遇、加快变革、培塑优势，定能推动党报评论融合发展取得新突破，让主旋律更加高昂，让正能量更加充沛。

(本文选自《人民日报》2025年09月18日第5版,作者系河南省委常委、宣传部部长)

守护青少年成长
向网络烂梗说“不”

□王禹欣

如何“好好说话”？在数字信息时代，这个命题有了许多新的延伸。互联网的使用早已成为我们日常生活的一部分，在此背景下，涌现出诸多富有创意、贴合时代的网络语言，丰富和活跃了我们的日常表达。然而，很多看似简单的“玩梗”“搞笑”背后，可能暗含着具有歧视性、落后性、攻击性的价值取向。一些网络用语、社交暗号一旦跨圈传播，极易变成破坏友善交流与和谐关系的语言利器，造成的危害不容小觑。

其中，广大青少年尤其容易被网络烂梗影响。从语言习得规律看，良好的语言环境至关重要。孩子们尚处于世界观、人生观、价值观形成和人格培养的重要阶段，本身对语言应用及其背后的思想逻辑都缺乏辨别能力。当他们的日常交流被网络语言层层包裹，词汇的大树便停止抽枝发芽；当形容词只剩“6”和“封神”，动词只剩“卷”和“躺”，情绪只剩“emo”和“破防”，孩子们便失去了精准描绘自身感受的能力，只剩“搜梗一套梗一丢梗”的条件反射。

从这个层面看，网络烂梗对校园的侵蚀，将言语的霸凌漂洗成了乐子、潮流。这不仅会在潜移默化中使得青少年形成情感冷漠、缺乏共情的态度，更可能诱发校园欺凌等不良行为，严重扭曲青少年的价值观，影响青少年的成长发展和心理健康。

青少年是祖国的未来，民族的希望。抵制网络烂梗、防止其侵蚀校园刻不容缓，社会各界都应投注足够的重视，做到家校社协同、多方面发力，在生活点滴中做好教育引导、共同筑牢“防火墙”。

一方面，学校、家长等可以利用日常交流、课堂教育等契机，帮助孩子提升思辨能力，明辨梗之优劣。家长当以身作则，戒掉自己嘴边的网络烂梗，给孩子营造良好的家庭环境。学校也应着力上好“网络语言素养”这门课程，通过经典读物的浸润，在诗词歌赋、名家著作的熏陶中开启青少年体味语言魅力的大门，提升文化审美、厚植文字素养，增强对烂梗的“免疫力”。还可以通过积极开展各类语文活动，如朗诵、写作比赛等，在丰富校园生活的同时引导学生养成良好的语言习惯，形成积极向上的校园文化氛围。

另一方面，相关部门应加强对网络环境的监管，从源头上遏制网络烂梗的滋生。相关平台也应当持续健全内容审核机制，在算法设计和技术优化层面，通过完善“青少年模式”等推送机制，实现精准化、定制化传播，为青少年推送积极健康的优质内容，引导公众树立正确的语言观念，实现“良币驱逐劣币”。

(本文选自《光明日报》2025年09月22日第2版)

■深度微视

“期刊的角色”，今天怎么看？

□本报记者 常湘萍

期刊在不同环境下具有不同的价值和作用。作为期刊从业者，如何站在更加宏观的层面来审视期刊发展？如何进一步推动期刊高质量发展？期刊从业者从期刊出版中又扮演哪些角色？近日，多位期刊从业者围绕着“期刊的角色”这一主题，在线进行了一场深入研讨。

立足学科根基捍卫学术
诚信

在大学里，期刊管理机构或期刊编辑部究竟处于什么位置？上海交通大学期刊中心主任、中国期刊协会高校期刊集群化建设分会副主任谈毅认为，期刊是学科史的宝库，创办期刊除了要面向全球竞争与交叉学科的挑战，还要立足于本校的学科根基。

建设期刊要面向世界科技前沿、面向国家重大需求、面向经济主战场、面向人民生命健康。谈毅认为，作为期刊人，要围绕定位、站位、换位、补位、到位等“五位”，进行自我修炼。无论是在大学出版社内的期刊中心，还是在大学事业体制内的期刊部门，都要去思考可持续发展的路径和模式。在谈毅看来，期刊可持续发展需要培养自己的“企业家”，管理运营好内容、支撑、运营3个团队，推动建设高素质专业化期刊出版队伍，为大学从单刊走向集群化发展提供人才支撑。

编辑在期刊出版中则扮演着学术接待员、知识界动员者、质量保证经理、期刊公关员、学术诚信守门员等5个角色。《浙江大学学报(英文版)》原总编、《生物设计与制造(BDM)》负责人张月红认为，期刊编辑要随时与期刊领域众多学术专家保持联系，实时与作者、同行评议人一篇学术论文发表之前反复沟通，即时作出影响整个知识生态系统的准确决策，管理期刊运营并确保其高质量可持续出版。

“期刊出版有自己的要素，就如其

他式的交流也有自己的基础，如新闻的及时性，小说的娱乐性，平面设计或摄影出版物的视觉吸引力等。”张月红认为，学术期刊传播的核心要素，即它区别于其他出版形式的基础——可信度。

张月红认为，在期刊所需承担的11项责任中，有2项为独立责任，分别是执行剽窃检测和图像检测，足可见期刊在学术科研诚信中所担负的责任之重。自2007年首届世界科研诚信大会召开以来，科研诚信的范畴不断完善并与时俱进，国内外对于科研不端行为的惩处措施和力度不断加大。未来，人工智能等新技术的应用或将进一步延伸科研诚信的范畴，学术期刊应始终紧跟科技和时代进步的步伐，努力担当起维护科研诚信的主角角色。

推动智库期刊发展挑战
与机遇并存

“近些年来，期刊在参与社会治理、建言资政、凝聚共识中发挥越来越重要的作用。”民进中央出版和传媒委员会秘书长、中国新闻技术工作者联合会副秘书长段艳文分析，当前，学术期刊已升级为智库期刊，聚焦政策研究和决策咨询，服务国家治理现代化。

期刊是传播智库成果，荟萃科学发现，传承人类文明，引领文化和科技发展的重要力量。段艳文认为，智库型期刊是国家软实力的重要载体，具有建言资政、理论创新、社会服务3个功能。其应立足国家战略需求，聚焦重大时代课题，以高质量决策咨询成果服务国家治理现代化，深度介入产业实践，将学术研究转化为可操作的解决方案。

“制度供给为智库期刊功能跃迁提供政策保障，应明确其在国家治理中的角色和职责。”段艳文说，大数据、AI、区块链等技术赋能，提升了智库期刊的研究效率、传播效果和智库成果的转化，而国家治理现代化对高质

量知识产品的需求升级，将推动智库期刊不断优化服务。

从文献库到数据枢纽，期刊的核心资产从论文逐渐转变为“论文+关联数据+代码”组成的动态、相互关联的数据网络枢纽。中图科信数智技术(北京)有限公司期刊业务总监赵婧认为，在办刊过程中，内部的运营数据、外部的大数据和用户的行为数据是期刊的核心资产，应通过采集汇聚、整合分析、洞察决策和评估迭代4个步骤来支撑其数字化发展。应在战略规划、内容策划以及流程优化和市场推广等过程中，整合相关数据，使期刊具有更客观、更精准的洞察力。

赵婧表示，从传播到赋能，在传播成果、确认优先权、进行同行评议的基础上，通过提供高质量、可机读的“AI就绪”数据集和特征库，增加科研赋能的功能；从编审到数据治理，“投稿—审稿—编辑—出版”的线性工作流程融合了数据治理环节；从人工到人机协同，依赖编辑和审稿人的个人学识与经验，搭建人工智能工具，复制专家经验，提升期刊的运营效率、规模和客观性。

段艳文建议，在内容生产中，要严格遵循国家出版导向，强化意识形态把关；在选题策划上，要精准对接政策热点；在学术规范中，要坚守价值引领，切实发挥期刊思想库、智囊团作用，成为连接理论创新与实践突破的关键枢纽。

探索新商业模式推动产
学研深度合作

“对于工程技术类专业期刊来说，要面向专业领域的科技人才培养人才，传播专业领域的新知识、新技术、新成果，推动成果转化应用与产学研深度合作，服务行业科技进步与产业升级。”《棉纺织技术》主编杨家密分析道，工程技术类专业期刊是科技期刊的重要组成部分，具有鲜明的行业应用，工程技术属性与技术创新

生产实践紧密关联。近年来，作为行业刊，《棉纺织技术》立足于行业开展科技信息服务探索，已成为广大工程技术人员的工作手册。

杨家密介绍，《棉纺织技术》自创刊以来，坚持立足于期刊推进融合发展，在搭建知识平台、服务产业升级的办刊过程中，不断向外扩展和延伸服务形式，将科技信息服务和产业发展进行深度融合，通过传统和新兴媒体互补、线上和线下活动相结合延伸技术服务链，打造专业知识服务体系，为行业提供专业、权威、全方位的技术服务。

《科学》是美国科学促进会的旗舰期刊，《国家科学院学报》是美国国家科学院(NAS)的官方期刊，《德国应用化学》是德国化学会的旗舰期刊。为什么学会热衷于创办学术期刊呢？

在Wiley(威利)中国区合作出版副总编黄佳怡看来，期刊不仅仅是行业协会的出版物，而且是学会重要的学术资产之一。出版学术期刊能让学会更加专注于学术发展和会员服务。学术期刊出版带来的可靠的经济回报，能支持学会可持续发展。

Wiley凭借先进的数据出版平台、专业高效的出版流程和深入的国际传播渠道，与学会形成了长期且稳固的合作关系。黄佳怡介绍，在中国也有很多与Wiley合作的学会期刊，涵盖医学、物质科学、生命科学等广泛学科领域。

学会期刊在学会“推动学术发展、服务会员、影响行业与社会”的3个使命中扮演着非常重要角色，是让学会使命得以落地的核心驱动力。进入开放获取时代，学会期刊则开始探索混合期刊、OA姊妹刊等新商业模式。未来，学会期刊将向更开放、更国际化、更跨学科、更数据化、更智能化等方向发展。

杨家密倡议，每一个办刊人要坚守初心，面向产业需求，坚持与时俱进，推动行业发展，建设经济效益和社会效益双丰收的期刊。

■媒情媒事

《平安时报》将行业优势与公益传播结合

深耕专业资源 重塑社会价值

□杜凌宇

信息传播正经历系统性变革，传统媒体早已不是公众获取信息的唯一途径。作为聚焦特定领域的行业报，正面临受众分流、经营下滑的压力，也迎来深耕行业资源、重塑社会价值的机遇。《平安时报》作为浙江公安领域行业报，近年将公安优势与公益传播结合，打造“平安公益”品牌。在服务社会治理的同时探索转型路径。

行业优势是看家本领

新媒体发展持续挤压行业报生存空间。公众更依赖手机客户端获取信息，传统报纸发行量、阅读率走低，《平安时报》也面临广告缩减、成本攀升的困境。但信息爆炸反而凸显公众对专业权威内容的需求，行业报积累的专业性成为核心竞争力。此时，公益品牌成为破局抓手——通过公益活动将行业资源转化为社会服务能力，既能深化与行业的绑定，又能提升公众认可度，实现双赢。

对行业报而言，公益品牌是战略选择而非单纯责任。从社会价值看，可填补特定领域公益空白，如《平安时报》的防溺水、反诈宣传精准对接公众安全需求；从自身发展看，还能带来稳定合作资源，拓展传播场景，探索“公益+经营”模式。“平安公益”已从活动赞助升级为稳定合作：企业借媒体影响力推广品牌，媒体打破传统广告依赖，公益口碑还能增强行业话语权，助力争取更多资源。

《平安时报》打造公益品牌的底气，源自其与公安系统的深度关联。这种关联形成了难以复制的资源壁垒，成为公益品牌可持续发展的“看家本领”。

在专业资源方面，该报长期深耕公安宣传领域，采编团队对公安业务流程熟稔于心，能够快速、精准地获取权威的安全防范知识、典型案例和政策解读。例如在反诈宣传中，可直接对接省公安厅反诈中心，第一时间

拿到最新的诈骗手法分析和预警数据，确保宣传内容的专业性和时效性；在防溺水宣传中，能从水上公安部门获取翔实的水上事故统计数据，为活动策划提供科学依据。

在渠道网络方面，依托公安系统覆盖省、市、县、乡的层级架构，公益活动能够真正下沉到基层末梢。从派出所办事大厅、社区警务室的宣传点，到民警入户走访时的面对面讲解，这种“穿透式”的传播网络，让公益信息能够触达最需要的目标群体。比如针对外来务工人员、出租屋集中区域的巡回讲解，有效提升了信息的到达率。

在公信力方面，由于长期发布公安领域的权威信息，《平安时报》在公众心中构建了“安全可信”的品牌认知。这种信任度使得其发起的公益活动更容易获得公众的支持和参与——当民警在社区微信群推送活动信息时，居民的接受度和响应率明显高于普通商业宣传；当报道中引用公安数据和民警观点时，内容的说服力和传播力也随之增强。

品牌打造专业可靠

“平安公益”品牌的成长并非一蹴而就，而是经过了十年磨一剑的持续探索。早在10年前，《平安时报》就以“安防进社区”为起点，联合基层派出所、交警大队、消防部门，聚焦人防、物防、技防宣传，逐步积累行业资源。早期活动因定位精准，吸引了海康威视、大华等安防企业、王力集团等传统企业，以及阿里巴巴、中国移动等跨行业企业参与，2015年单年即举办近20场活动，合作企业年度总投入稳定在四五百万元，且因活动效果显著，企业续签率始终保持高位。这一阶段的资源积累，为后续反诈、防溺水等主题活动的规模化开展奠定了坚实基础。

在主题活动设计上，始终紧扣公安业务重点，形成系列化、品牌化活动矩阵。反诈宣传构建了多层次体系，2023年12月“在浙里看见全民反诈”主题集市，通过案例墙、民警现场拆解话术、知识问答等吸引近千名市民参与，相关报道新媒体阅读量超5万次；联合地铁公安在杭州地铁3号线设反诈示范站，灯箱宣传结合高峰宣讲，日均覆盖超万人次。防溺水宣传采用“年度规划+节点聚焦”模式：2024年暑期巡回宣传，依据民警提供的事数据锁定青少年和外来务工人员，发放“安全地图”2万份，24个点位演示救生技能，覆盖2万余人次。2025年升级活动形式，7月“生命守护计划”推出专属IP“鹭宝”，获20余家媒体报道，触达超100万受众；7月25日“世界预防溺水日”在建德举办“水卫士”实训营，通过实景、课堂、智能体验等让学生亲历救援场景。交通安全宣传围绕“全国交通安全日”打造年度IP：2024年“安全出行体验馆”设置酒驾模拟、VR还原设备，300余人参与沉浸式体验，民警结合案例解析安全规则；联合杭州西站开展“平安出行季”，以答题赢优惠吸引旅客，发放指南1.5万份。

在传播渠道上，充分依托公安系统的渠道网络实现公益传播下沉。活动预热阶段，通过省公安厅政务微信公众号“浙江公安”、各地公安公众号发布活动预告，同时由基层民警在社区微信群、警务宣传栏同步推送信息。如2024年防溺水活动前，杭州市公安局水上治安分局民警通过辖区上百个社区微信群发布活动通知，结合日常巡逻向家长发放宣传单页，最终实际参与人数较预期提升40%。活动执行层面，借助公安场地资源降低落地成本，如2023年“最美浙警”系列宣传中，利用派出所办事大厅、交警岗亭等场所设置宣传点，由民警引导参与群众关注活动；公安系统的组织能力也为活动提供有力支

撑，2024年“全国交通安全日”活动中，杭州交警支队协调各辖区中队，组织民警带领志愿者进学校、进企业开展宣讲，一周内完成多场线下活动。近年来，“平安公益”进一步借助新媒体矩阵扩大影响力，通过整合公安系统政务号、自有媒体及合作平台，单场活动全网曝光量较早期实现几何级增长，如2025年防溺水“生命守护计划”，除线下覆盖2万余人次外，还通过新媒体联动传播触达超100万受众，较2015年同类活动曝光量提升近10倍。

在品牌认同构建上，以公安公信力为基石强化公益品牌认知。《平安时报》在活动策划中突出“警媒联动”特色，如2024年防溺水活动邀请杭州市公安局副局长担任启动仪式嘉宾，现场发布《暑期防溺水安全倡议》。相关内容被浙江卫视等主流媒体报道，获得超过50万次社会关注。宣传报道中，注重引用公安数据和民警观点增强说服力，平安时报微信公众号发布的《“头号杀手”竟是他！拉好“警戒线”，他们这样做》一文，引用浙江省公安厅统计的溺水事故数据，采访救援民警讲述真实案例，被多个社区公众号转载。这种基于公安公信力的传播，让“平安公益”品牌逐渐与“专业、可靠”的形象深度绑定。2024年暑期已有多家社会组织主动联系合作开展防溺水宣传、公益品牌的社会动员能力初步显现。

对《平安时报》而言，“平安公益”已从安防宣传升级为“公益+经营”探索，既是社会责任载体，更是打破传统经营的突破口。通过深化企业合作、构建公益生态，可将行业优势转化为发展动能。这正是行业报价值重塑的核心路径。虽在活动创新等方面仍有提升空间，但公益品牌终将成为连接社会、服务行业、实现转型的重要支点。

(作者系浙江省公安厅新闻中心副主任)