

观点速览

让公共学习空间更多更好

近几年，很多城市在公共图书馆、文化馆建设中投入了大量资源，使越来越多人得以享受公共学习空间。但这些公共学习空间往往集中在城市中心区或人流量大的地方，受场地等影响总量有限。长远看，应进一步将公共读书空间纳入城市公共服务体系的大盘中进行统筹，让社区层面的居民楼、服务中心等公共设施也承担起“学习角”的功能，提供差异化服务，让公共学习服务更加触手可及。

在具体操作层面，建设公共学习空间时还应结合当前具体情况有针对性地解决问题、满足特定需求。比如，一些公共图书馆通过组织文化沙龙、讲座、读书会等活动，营造良好的互动和交流氛围，数字化运营手段的引入可以提升效率和体验，预约选座、智能管理等方式都能避免资源浪费。

总之，确保公共学习空间“有”且“好”，不仅需要政府提供政策保障和资金支持，也需要社会力量广泛参与，共同推动公共学习空间增加服务供给、提高服务品质。

（10月9日 《广州日报》 刘沛恺）

严惩职业弹幕人
让套路无路可走

提起弹幕，经常刷视频、看直播的人都不陌生。作为网络视频中实时弹出的评论性字幕，弹幕主要用于观众实时互动和内容反馈，以生动活泼的形式成为一种隐性评价机制。近年来，某些商家为争夺流量高地，不惜以虚假弹幕制造热销假象，甚至雇佣职业弹幕人诱导欺骗消费者。

直播间里，每一条虚假弹幕都是对诚信经营的路路，每一个职业弹幕人都是对道德与法治的冒犯。治理职业弹幕人乱象，需多方协同发力。一方面，网络平台作为直播载体，应承担起主体责任，利用技术手段加强对直播间弹幕的监测，通过大数据分析等方式，精准识别批量发布的虚假评论，并及时予以处理。另一方面，监管部门应持续加大执法力度，揪出职业弹幕人背后的真正组织者和实际操控者，依法予以严厉惩处。与此同时，有必要加强监管部门与平台之间的沟通协调，构建起不同平台之间的信息共享机制。

（10月13日 《河南日报》 赵志疆）

出版社实现两个效益的六个功夫

□谭福森

出版社作为宣传思想文化战线的重要载体，承担着宣传党的路线方针政策、传承优秀历史文化、促进文明交流互鉴等重要职责。当前，在新技术的冲击下，如何实现社会效益和经济效益双丰收，是每个出版社必须思考的重大问题。笔者认为，目前出版社工作的着重点起码包括以下六个方面。

讲政治，把主题出版做优

出版姓“党”，出版社必须同党中央保持高度一致，真正成为党的“喉舌”，这是出版社必须坚持的根本立场。因此，做好主题出版，围绕党和国家中心工作组织选题策划与出版工作，是出版社的根本职责。如何把主题出版做优，是各出版社必须把握的着重点。一要明确优的标准。就是围绕履行文化使命，紧扣主题主线，记录伟大时代，弘扬主流价值，不断推出双效俱佳的精品力作。二要把握主题出版的基本范畴。包括政治理论读物尤其是领袖思想阐释读物，党史国史读物，当代政治、经济、文化、社会、生态、国防、外交读物，当下重大事件、重要会议、重大活动、重大节庆日宣传读物，社会热点解惑释疑读物，阐释中华优秀传统文化当代价值读物等。三要升华主题出版读物的可读性。表述要接地气，防止概念化、空洞化、同质化、简单化，确保作品既有宏大叙事，又有小切口描述，使人读起来富有感染力，能够产生良好的社会影响。四要注重开发新技术产品。要跟上时代前进的步伐，把新技术运用到主题出版之中，开发视频书、有声书、互动书等新媒体产品，增强对读者尤其是年轻读者群体的吸引力。

重创新，把融合出版做强

当前，互联网和新技术正在改变出版的形态，做强融媒体产品是出版社的根本出路，不注重创新、走不好转型升级之路，必然被时代所淘汰。笔者认为，做强融合出版，要把握好五点。第一，转变思想观念是前提。做强融合出版，是适应数字化浪潮、让传统出版焕发生机与活力的必然选择，因此，必须

牢固树立“不做融合出版就没有明天”的意识。第二，明确发展方向是根本。融合出版的核心在于强化知识生产与传播能力，发展路径在于将出版业由传统制造业转化为文化服务业，也就是实现由图书出版商向知识服务商的转变。第三，掌握运用技术是关键。出版在反映新质生产力的同时，也要善于运用新技术来提升出版新质生产力。如运用人工智能技术，实现由人工审读向智能把控转变，可以大大提升工作效率；运用大数据技术，实现编辑人员由依据经验策划选题向利用大数据优选选题转变，可以有效提升出版产品的销售量；运用云计算技术，实现由选择传统发行渠道向通过云出版服务平台转变，可以随时掌握渠道的销售数据及读者的查询、点击、购买等情况；运用区块链技术，实现由人工认定向自动生成并固化作品的权属信息转变，可以有效保护版权、高效维权；运用元宇宙技术，实现由读者只能阅读向可供读者交互体验转变，可以大大提升阅读的趣味性与互动性。第四，实现行业交融是必需。出版社要树立“出版+”理念，以出版工作为基础，从书刊出版单一领域走向跨行业跨领域，把出版的基础性转化为多领域的必备性；大力推进数字化，让数字化成为出版全流程的基本载体；实现单介质（书刊）向多媒介（产品形态多样化）转化、一次性向可持续（多批次）转化、静态呈现向动态交互转化；把出版社打造成为学术出版平台以促进科研同行交流分享，打造成为知识沟通合作平台以推进开放存取，进而强化合作出版，增加收益。第五，专业人才培养是灵魂。目前，出版社复合型人才不足是普遍现象，必须采取得力措施改变被动局面。要加大多途径培训力度，切实提升队伍素养；通过退补机制，引进高素质人才，不断改善人员结构，建设一支政治过硬、专业精通、善于协调、熟悉市场、能征善战的坚强团队。

创品牌，把拳头产品做靓

笔者认为，做靓拳头产品，必须做到“三个明确”。一是明确重大意义。出版社善于自创品牌，可以起到树立形象、强化

知名度、拓展市场、提升竞争力等作用。创自有品牌、不断推出拳头产品，可以增加出版社的无形资产，稳定提升经济效益。二是明确如何突破。比如在做传统文化上，要多出经典书；在做当下热点上，要多出畅销书；在坚守出版社定位上，要多出特色书。要立足各出版社实际，不企求数量的扩张，而重点考虑质的提升，强项要更强，瓶颈要突破，真正形成有拿得出手的好产品的局面。三是明确可行路径。争取多获奖项，如精神文明建设“五个一工程”奖、茅盾文学奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等。获得奖项可以有效提升出版社的知名度和影响力，这就要求出版社真正静下心来认真研究谋划，用心用情把好书出版质量关，不断推出新的拳头产品。

稳基石，把教材教辅做精

对于有经营教材教辅资质的出版社来说，如何把教材教辅做精，是必须解决好的现实问题。笔者认为，做精教材教辅，必须做到“三个特”。一是特别重视。充分认识经营教材是政治任务，容不得半点敷衍和马虎，只有真正做到内容准确无误，不出现任何差错，才能对得起广大学子及其家长。同时，还要充分认识经营教材教辅对于出版社发展的基础性作用，只有做精，才能真正夯实出版社长盛不衰的根基。二是特殊措施。采取得力措施确保教材教辅质量，要深入研究教育教学规律，确保推出的产品真正受到师生欢迎；要深入研究国家关于教材改版的基本要求，编写新的教材教辅要高点、严要求；要深入研究市场需求，把数字教材、有声教材等新形态产品做起来；要深入研究经营教材教辅的经验教训，发扬成绩，强化全流程质量保障。三是特色团队。建设一支政治过硬、特别敬业、敢于创新、熟悉教育教学的高素质教材教辅编写队伍。

善借鉴，把取长补短做好

出版社要想有更好的发展，不能闭门造车，而应善于相互借鉴，取人之长补己之短。笔者认为，善于相互借鉴，必须做到“四个多”。一是多上网查看，从成功经验

中获真知。网络上有相当多关于出版工作的经验介绍，尤其是我们的行业报《中国新闻出版广电报》更是经常刊登这方面的文章，各出版社的主要领导应经常上网浏览，发现亮点，取得真经，推动本社工作不断发展。二是多外出学习，从观察思考中获取灵感。出版社组织不同的专业团队赴外考察学习，每位同志回来后都要结合个人工作实际写出考察报告，然后把思想中闪现的“星星之火”形成“燎原”工作之势。三是多交流互动，从别人做法中获启迪。出版社内部要经常组织经验交流会，表扬先进，督促后进；出版社之间要通过行业协会牵线搭桥，相互交流，取长补短。四是多自查反省，从自我完善中获得提升。各社领导班子要时常总结工作，既要充分肯定成绩，激发工作热情，又要找到问题不足，剖析原因，有针对性地予以改进。

塑品格，把养正功夫做实

把出版社塑造成为富有战斗力的集体团队，必须驰而不息地强化队伍建设，其中最重要的是强化思想道德建设，确保每位同志品格高尚、志存高远、一身正气。笔者认为，做足养正功夫，必须做到“三个很重要”。一是讲团结很重要。团结统一比金子还珍贵，团结出形象，团结出成绩，团结出好产品。出版社班子成员要身正气、廉洁奉公，自觉接受群众监督；同事之间要相互理解、相互支持、相互成就，坚决避免出现内耗现象。二是不折腾很重要。继往开来，一任接着一任干，要大胆改革创新，但在具体操作上应该循序渐进、逐步推进，避免大开大合、大起大落。三是树正气很重要。只有把正气树起来，歪风邪气才无用武之地。要营造惩恶扬善、奖优罚劣的良好氛围，杜绝干与不干一个样、多干少一个样的现象；营造奋勇争先、无私奉献的良好氛围，杜绝不求上进、自私自利的现象；营造批评和自我批评常态化、公开化的良好氛围。

从以上六个方面下足了功夫，出版社就会有一个良好的现状，发展前景也将一片光明。

（作者为河南省出版协会理事长）

地方主流媒体服务责任重塑

□高建华

服务责任是媒体社会责任的重要组成部分。以往，地方主流媒体服务责任多以提供信息、开展社会服务等为主，随着主流媒体系统性变革深入推进，传统主流媒体服务责任发生很大变化，迫切需要紧跟形势，革新观念，重构服务责任框架，推动媒体从信息传播方向社会治理参与方转型，由单一媒体向新型多功能综合服务平台转型，持续提升社会治理效能，助力国家治理现代化。

牢记使命 转变观念

在舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化的形势下，地方主流媒体依旧具备政务信息服务的天然优势。政策制定虽是全国“一盘棋”，但政策落地、经办在地方、在基层。越是与人民群众息息相关的政策，越需要权威解读、广泛传播。在受众眼中，以地方党报记者为代表的主流媒体记者离政府最“近”，最易获得权威信息；在政策执行部门的工作人员眼中，以地方党报为代表的主流媒体具备严谨态度和直观表达，是政策信息发布最具传播力、影响力的重要平台。

重塑主流媒体服务责任，一方面需要主流媒体记者牢记服务使命、坚守媒体品质、重拾职业自信、珍惜源头发布。另一方面，主流媒体要从权威首发、服务群众的角

度，满足群众信息需求。报社注重利用媒体融合，实现新闻信息的多维度表达、多层次扩散，切实扩大传播声量，持续增强主流媒体影响力、公信力，让主流声音传得更开、更广、更深。

守正创新 角色转型

参与社会综合治理是新时代主流媒体做好新闻舆论工作的重大创新使命，这就需要地方传统主流媒体认清形势，把握机遇，在主流媒体系统性变革中，坚持守正创新，构建社会治理参与新范式。调整角色定位，从信息传播者向有效信息的整合者、生产者转型，从社会综合治理成效和经验推介者向社会综合治理深度参与者转型，从单一媒体向综合服务平台转型。

完成角色进化，需要持续创新服务模式。思想理论传播是主流媒体优势，要坚定扛起传播重大思想理论的职责使命，持续壮大主流舆论，扩大主流传播影响。山西日报客户端“好好学习”专栏立足理论传播需求，以数字赋能，积极探索理论宣传与媒体融合的创新路径，现已成为山西广大干部群众学习贯彻党的创新理论的重要阵地，今年入选第五届中国报业创新发展案例。此外，地方主流媒体应主动设置议题，针对民生痛点，实施精准策划，积极探索“新闻+政务服务商务”新模式，构建主流舆论新格局，助力国家治理现代化。

创新发展是主流媒体奋进全媒体时代的必然要求和制胜法宝。2024年，中国记协新媒体专业委员会征集发布了10件地方媒体“媒体+”创新案例。这些案例集中展示了媒体功能与政务服务、社会民生、国家治理深度共融的探索实践。

这些模式，既有媒体平台与公共服务平台互嵌共融，也有从群众需求出发问政服务，体现了建设全媒体传播体系过程中，依托媒体平台、提升服务能力，搭建服务平台、解决民生问题，参与公益活

动、践行社会责任的创新实践，地方主流媒体正以传媒角色深度参与经济发展与社会治理，实现从内容供应商向生态构建者的跨越转型。

技术革新 数智引领

新的信息技术迅猛发展，在传媒领域不断催生各类新业态、新应用、新模式，深刻改变着新闻创作生产和传播消费方式。2024年，山西日报社持续壮大全媒体传播矩阵，升级上线了山西日报客户端5.0版本，10市党报入驻山西日报客户端，实现《人民日报》《山西日报》及市党报数字报一“端”呈现。今年2月，山西日报客户端正式接入DeepSeek大模型，成为山西省首家实现DeepSeek大模型本地化部署的媒体。地方主流媒体只有把握机遇，借助技术赋能，提升媒体新质生产力，才能有效占据舆论引领、思想引导、文化传承、服务人民的传播制高点。

数智时代，人民群众对地方主流媒体服务功能寄予更多期待。要采用数智技术，重构主流媒体生产传播消费流程，强化平台焕新、技术革新、管理创新，实现内容生产智能化、传播渠道网络化、用户体验个性化、媒体管理智能化。在内容生产方面，优质内容始终是核心竞争力，好作品需要科技支撑转化作品呈现方式，让优质内容更具感染力，以高质量澎湃大流量。在信息供应方面，地方主流媒体不仅要传播信息，还要能够利用智能技术对信息进行深度分析、个性化推荐，甚至实现智能互动，为用户提供更加智能、便捷的服务。在服务功能方面，要从单一媒体平台向整合信息、整合资源，集多功能于一体的综合服务平台迈进。主流媒体新闻记者也应以全新理念和姿态躬身入局，积极参与社会治理实践，勇

（作者单位：山西日报社）

欢迎
订阅
2026年

《思想政治工作研究》杂志1983年创刊，邓小平同志题写刊名，是中共中央宣传部主管的全国公开发行刊物，是中国思想政治工作研究会会刊和思想政治工作领域的权威期刊，是学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的重要阵地，是交流宣传思想文化工作经验的重要平台。

2026年，《思想政治工作研究》杂志将以《中国共产党思想政治工作条例》为遵循，深入贯彻落实党中央决策部署，深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大及二十届二中、三中、四中全会精神，深入研究宣传阐释习近平文化思想，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，着力深化理论宣传，总结推介经验，切实提高影响力、增强感染力，把杂志办成思想性、理论性、指导性强的权威期刊。

本刊为月刊，邮发代号2-378，每册定价10元，每月1日出版，全国各地邮局均可订阅，也可直接向杂志社订阅。竭诚欢迎全国各地党政机关、宣传思想文化战线、企业、高校、军队和各行各业的思想政治工作部门以及广大干部群众、专家学者订阅。

线上订阅

扫描下方二维码，关注“思想政治工作研究”公众号，点击下方“杂志订阅”。

线下订阅

1. 当地邮局订阅。邮发代号：**2-378**

2. 向杂志社订阅。银行汇款户名：《思想政治工作研究》杂志社

开 户 行：中国工商银行北京珠市口支行

账 号：0200003119200141237

咨询电话：010-67015561（兼传真）

联 系 人：常莹昕

邮 箱：sxzzgzyjfb@163.com

社址:北京朝阳区东四环南路55号 查询电话:(010)87622114 邮编:100122 开户银行:交通银行松榆里支行 账户名称:《中国新闻出版报》社有限责任公司 开户账号:110060900012015027658 经营许可证:京朝工商广字第8016号
发行单位:北京市报刊发行局 发行方式:邮发 国外总发行:北京399信箱 每周一、二、三、四、五出版 每份1.37元 录入组版:本报机房 印刷:经济日报印刷厂(北京市西城区白纸坊东街2号)