

## 四川文艺社《普及美学原理》逐步搭建理论框架

中国出版传媒商报讯 近日,由四川文艺出版社和北京市美学学会联合主办的《普及美学原理》学术研讨会在北京举行。中国人民大学、复旦大学、南京大学、中国政法大学、中央美术学院、黑龙江大学、上海师范大学等十余位专家学者济济一堂,围绕南京大学美学与文化传播研究中心常务副主任邱伟杰所著的《普及美学原理》一书,就普及美学学科体系建构、普及美学的发展源流、普及美学的实践路径、普及美学与“后浪”的关系等学术前沿问题展开了热烈讨论。研讨会由中国人民大学哲学院教授、北京市哲学学会副秘书长张立波主持。

邱伟杰详细介绍了自己近年来在普及美学领域的学术经历和实践探索。《美的人》《味的人》《普及美学原理》三部著作“一体两翼”一脉相承,逐步搭建起普及美学原理的理论框架,并在学科体系建构上精勤用力。该书从中西方艺术哲学的对比中讲述东方美学的特征,提出东方美学有着比西方“感性学”更广阔的内涵,并深入探讨“质朴”与“普及”之间的关系,借史证理,提出在普及美学基础上延伸的多学科框架,举证翔实。普及美学所关涉的普及美学经济学、普及美学历史学、普及美学人类学等诸多学科研究方向是未来发展的重点所在。

此次学术研讨会是继2019年9月由北京市哲学学会、北京市美学学会围绕普及美学课题召开的工作会议之后,研究普及美学业已取得的成果。会议线上线下同时进行,获得业内外外的广泛关注。(田红媛)

# 全球书展停摆 BIBF“云书展”突围求变

Interview With the President of China National Publications Import and Export (Group) Corporation

——专访BIBF承办单位负责人、中国图书进出口(集团)有限公司执行董事、党委书记张纪臣

■受访人:张纪臣(中国图书进出口(集团)有限公司执行董事、党委书记) □采访人:温琰滢(中国出版传媒商报记者)



**Q1** 在国际疫情防控形势依然严峻的当下,全球多数知名书业展会纷纷取消或延期举办,在此背景下,今年BIBF最终决定坚持以线上方式举办,理由是什么?这对主办方也是极大的挑战,在筹备过程中遇到了哪些难点、如何克服?

■2020年席卷全球的新冠肺炎疫情,不管对于中国,还是对于全球,都是一次大考。新冠肺炎疫情的突发和国际疫情的蔓延,打乱了国际出版人和普通读者正常的工作节奏,对BIBF举办提出了严峻的挑战。疫情发生后,人流、物流高度集聚的会展业大受影响。全球范围的旅游警示、交通管控和出入境限制都极大地增加了大规模举办国际出版交流活动的难度。截至目前,全球多数知名展会纷纷取消或延期举办。

面对疫情的大考,BIBF更需要积极作为,主动担当,完成自己的答卷。结合疫情形势的不断变化,BIBF书展组委会谨慎研究后做出如下判断:一是书展必须办,克服疫情影响,办好BIBF对深化中外文化交流具有不可替代的重要意义,是中国出版人义不容辞的责任;二是书展要创新办,线上举办既有助于疫情防控,又能保证贸易活动的正常进行,可以最大程度对冲疫情影响,保障展会的连续性,有效聚拢人气,刺激文化消费需求,促进海内外参展商之间的交流合作,缓解出版企业的实际困难。为此,中图公司自3月起就启动了BIBF云平台WEB端和应用端的开发工作,并做出了邀请世界各国出版机构免费注册参展的重要决策。BIBF云书展是在危机中育新机,于变局中开新局的积极举措,力争在往年的基础上进一步扩大和增强书展的规模和功能。

举办线上书展,对BIBF来说是第一次,开始时,我们也有些忐忑:怎样吸引展商参加?如何确保参展效果?列出一个个问题,再认真分析、结合最新的技术手段和传播方式,逐一破解,最终形成了我们现在的云书展方案。

BIBF云书展依托已有数字化建设所取得的资源、技术、渠道等优势,统筹利用书展资源,充分运用5G、互联网、大数据、VR虚拟现实等新技术手段,打造优质线上参展平台,为全球出版界提供跨越时空、便捷流畅的参展体验,为疫情下的国际出版交流市场提供新引擎。

总的来说,本届图博会上线举办,由过去“面对面”变为“屏对屏”,参展方式改变了,但书展的本质和核心功能不会变,我们筹备工作重点与历届相比,时间更加紧张、任务更加艰巨、责任更加重大,必须牢牢抓住重点和关键环节,加强策划,提升质量,力争办出一届创新性展会。

**Q2** 作为创办34年来的首届线上“云书展”,展现了一种全新的书展形式,具体到定位、使命、功能上,有哪些新变化?

■在促进国际交流的同时,BIBF不断推动读者跟出版人的交流、出版人自身的交流、文化人之间的交流以及作者之间的交流——为中国出版“走出去”搭台,请国内外出版社来“唱戏”,这是BIBF的一个基本定位。

BIBF“云书展”致力于打造新型的、融合的、技术的、北京的、行业的、国家的、国际的、永不落幕的国际书展。融合了多元要素的生命力的云书展,将加快推动BIBF跨时空、跨地域、跨行业、跨媒体、跨读者群发展,以新面貌适应新要求,瞄准既定目标再发力、再冲锋。

通过新一代网络技术赋能,我们着力将BIBF打造成全球一流的线上文化交流平台。这是落实中央要求,顺应第四次工业革命趋势,推进传统书展数字化、智慧化建设,助力行业发展的积极尝试,给书展插上互联网的翅膀;是推进展会服务创新、管理创新、业态模式创新,优化服务产品,加强会展服务供给侧改革,加快培育行业发展新动能,保障文化出版交流和

作为列入国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要的重点文化展会,北京国际图书博览会(BIBF)自1986年开始创办,至今已举办26届,稳居世界第二大国际书展地位,每年有来自世界90多个国家和地区的2600多家海内外展商参展,全国出版单位在图博会上输出版权数量占当年度全国版权输出总量的40%,为我国出版业的发展和中外文化交流以及推动中华文化“走出去”作出了重要贡献。

2020年新冠肺炎疫情肆虐全球,至今尚未平息,国内外交流与合作的需求却更加强烈。为此,第27届BIBF云书展将于9月26日~30日在线上召开,借助“互联网+云平台”,通过WEB端和移动端的应用,提供全天候网上推介、贸易对接、在线洽谈等服务,让中外出版机构足不出户展示精品图书、商谈版权贸易。目前,书展WEB端(www.bibf.net)与移动端应用(BIBF云书展APP)已全部上线,为海内外出版单位提供了一个集交流、贸易、服务、展示等于一体的线上平台。

云书展的举办受到了国内外业者的高度认

可。截至9月23日,来自89个国家和地区的近1500家展商完成线上注册,上传中外版权图书3万余种,计划举办活动500多场。其中,新展商数量达112家;国际出版50强中有24家注册参展。“一带一路”沿线国家和地区达30个。乌拉圭、亚美尼亚、佛得角、蒙古为首次参展。

BIBF品牌活动如北京出版高峰论坛、精品出版物展、BIBF10+10圆桌会议、BIBF学术类出版沙龙、BIBF童书论坛等也都将如期与读者在云端相见。此前,2020年北京出版高峰论坛第一期已于8月28日在线举行,吸引了上万人次观看直播和回放。精品出版物展除了线下展厅,也将采取全景场域的方式在云端呈现。

在BIBF创办、承办单位中国图书进出口(集团)有限公司(以下简称“中图公司”)的策划推动下,BIBF每年都在创新,这是书展能够持续发展的秘诀所在。而今年在疫情之下又催生了更新的变化。在国际秩序深刻变革之下,BIBF作为“家门口”重要的国际文化商贸交流平台,更体现了中国出版人的担当。

优势所在。为进一步发挥互联网和新技术优势,我们与京东、快手、新浪、腾讯等互联网平台合作开展BIBF品牌活动,至9月23日,“BIBF世界阅读季”与快手共建的#来BIBF跟我读世界#话题活动,已有1.7万个作品参与互动,话题播放量达8.1亿;6场“BIBF世界阅读夜”直播活动,总观看直播人数达435万人次。有互联网的加持,预计本届书展的参观人次有可能突破百万、上千万。除此之外,我们还跟华为合作利用5G技术带动新的出版形态,发展新的阅读,全感官地感受信息和学习知识,实现365天不间断地促进国际文化出版交流。

**Q3** “云书展”可以极大地拓展传统书展的时空概念,但也难免会让习惯了传统展会方式的业者感到“云里雾里”。那么在参展方式上,主办方提供了哪些服务?预期效果如何?

■面对新的数字会展形式、新的技术平台,为了让参展商取得最佳的参展效果,达成更多的版权贸易,图博会云书展借助“互联网+云平台”,通过展示、交流、贸易的三大功能为展商提供平台化服务,在满足参展商版权贸易与交流的核心需求的同时,助力展商做好出版展示、文化交流、专业研讨和阅读推广等参展工作。此外,为协助出版单位通过新技术、新方式开展业务交流,扩大业务范围,图博会

还将在网上书展期间为参展商开发平台定制直播服务。通过直播功能,加强线上文化交流活动,促进行业产业发展。

目前来看,书展规模与往年基本持平,活动形式更加丰富多彩,参与程度极大拓展,希望中外参展商通过便捷地使用平台功能,收获更多的贸易订单,办出更精彩的线上活动,获得更广泛的关注。

**Q4** 去年BIBF初步探索和尝试了5G新闻展区,今年更是将5G在出版领域的创新应用落到各处,与往届相比,运用新一代信息技术的本届BIBF“云书展”有哪些特点?

■与往届相比,运用新一代信息技术的BIBF云书展具有以下特点:一是实现365天永不落幕。提供全年线上服务,满足客户日益增长的全年无限时的会展服务需求,活跃全球出版界的国际交流和集中贸易活动。二是5G技术全面应用。全面应用5G、虚拟现实、增强现实等技术,进行全景特展和交流研讨,读者可以足不出户进入实景展厅游览、逛展、购书,参与线上直播活动;展商亦可结合营销活动,通过自定义个性化场景等体现商家属性。三是多业态融合发展。充分利用网络的互联互通,整合上下游、业内外资源,加强线下版权贸易和实物贸易,实现上下游及周边和作者、版权经理、读者的紧密衔接,大力推动出版文化与新经济产业融合,形成涵盖出版全行业的生态圈。四是国际交流有效实现。云平台以技术手段,突破疫情对面对面交流合作的阻断,通过海内外云服务服务器的部署和云交流模块的嵌入,以及书展活动的多元设置,确保海内外展商交流顺畅,助力中外出版合作线上开展、线下延续。

**Q5** 本届BIBF“云书展”想向业界、公众传递哪些信号?这次因疫情倒逼而改变了办展形式,会对未来书展模式产生哪些影响?

■在后疫情时代,全方位打造向世界展示灿烂中华文化和彰显构建人类命运共同体坚定信念的优秀平台,为世界出版业提供优秀公共文化产品和平台,这是我们的目标,也是全面做好筹备工作的动力源泉。

“云书展”模式为书展插上了互联网的翅膀,为办好今年展会提供了经验参考和方式借鉴。随着读者阅读习惯和参与方式的改变,无论是否有疫情,今后的国际书展已不可能简单地回到过去的举办形式,一定会形成线上线下同频共振的局面。但我相信,好的展览内容、走心的活动策划、前沿的话题讨论,仍将是书展的魅力所在,线下书展的面对面交流仍然不可取代。今后,BIBF将充分运用线下交流的优势和线上的广阔空间,形成多元融合、创新多变、功能丰富、充满活力的有机新生态体。

(上接第1版)

报告同时发布“中国图书海外馆藏影响力TOP100出版社”“海外馆藏最多的中文图书代表”“海外馆藏最多的中国英文图书代表”等多个排名,这既是中国出版企业在中国文化“走出去”方面的重要参考,又是对出版文化“走出去”工作的一种勉励,激励出版人不断进步。

如今,中文图书的海外馆藏影响力,已成为中国出版全球影响力研究的一个组成部分。报告的指标每年也在不断完善,影响力不断扩大,得到中国出版界的主管部门及众多出版社、学界的高度评价与积极响应。

## 从报告看9年来中国出版知识生产及海外传播变化

9年来,这一报告的数据条件和内容在不断丰富。目前,报告以OCLC的WORLD CAT全世界图书馆联机书目数据和日本的CiNii数据库的数据为基础,覆盖欧洲、北美地区和东亚地区,对中国大陆近600家出版社每年出版的新品种中文图书进行监测和分析,发现中文图书在世界上最具竞争力的板块,为中国出版社拓展国际市场提供帮助,这是多年来研究报告的主体部分。2018年起,报告增加了对英文图书的品种监测与分析,我们希望在政府多个工程、计划、项目的扶植下,中国出版机构能够更快提升能力与水平,以此推动中国大陆出版机

构提高跨文化、跨语种的出版能力建设,加快跨地域、跨国别的市场推广步伐,增强世界化、多元化的出版人才的汇聚能力,为早日实现出版大国、出版强国的目标而努力。

回顾历年报告,不难发现中国出版在知识生产及海外传播方面的多个变化与进步。首先,中国大陆出版社的知识生产能力逐年提高,影响力逐年扩大,从2012年发布的报告中的“不被关注、有待提高”,到如今发展成为世界出版中心之一,中文品种的海外馆藏量也经历了年增20%的高速增长,到增速放缓、相对稳定乃至品种减少的发展状态。在这一过程中,一些出版大社、强社及地方社增长尤其明显。譬如,在2012年的报告中,被全球30家以上图书馆收藏的大陆版中文图书品种历年数据总量为8179种,分别由361家出版社出版。今年发布的报告中,2019年共有475家出版社的18208种图书进入海外图书馆系统永久收藏。无论是入藏品种数还是出版社范围,都有了扩大。同时,有越来越多的专业出版社进入出版社30强乃至10强榜单,如2018年有约1/3的地方出版社新晋百强榜单,从一个侧面反映了中国出版“走出去”的整体质量在提高,格局在改变。

第二,以多年来出版30强乃至10强的排名为例,多家出版社稳居前列,如中国社会科学出版社、社会科学文献出版社、中华书局、科学出版社、人民出版社、商务印书馆、广西师范大学出版社、北京大学出版社等,这意味着,这些出版社的图书出版质

量、知识生产组织能力得到了海外图书馆界的广泛认可,已经成为海外图书馆采访人员眼中能代表中国文化生产力的品牌。中国大陸出版机构已经形成相对稳定的核心品牌,已经具有在国际品牌、学科领域等方面的世界影响力。

第三,海外馆藏基本面貌以中国人文、历史、文化三大主体为特征,随着中国当代文学的世界话语权近年在逐步增强,这一板块已成为中国文化“走出去”最有优势的板块,往往占据当年最受欢迎的图书之首。历史文化、古籍整理类是中国图书在海外图书市场上的整体面貌特征,如从2012年的报告来看,收入最多的依次是《中国统计年鉴》《中国古青铜器选》《汉唐壁画》《秦始皇陵兵马俑》等作品;而被海外图书馆收入最多的书则属中国文学类,如《红楼梦》《高兴》《兄弟》《秦腔》《藏獒》等;这些图书可以说是中国图书在海外图书市场上基本面貌的浓缩。从今年和去年发布的报告来看,最受青睐的中国当代文学作品,分别是作家阿乙的长篇小说《早上九点叫醒我》(译林出版社出版),作家麦家的《人生海海》(北京十月文艺出版社)。

中国出版“走出去”,不仅仅意味着只有翻译成为外文图书才是“走出去”,我们需要强化中文图书的海外推广意识,强化出版选题、营销以及推广的世界意识。我们希望该报告能继续助益中国出版文化“走出去”,推进知识的分享、文化的交流、文明的传承,以及民心的相通,这是出版人应有的情怀和应尽的责任。