

(上接第10版)



中国图书海外馆藏影响力研究报告的数据来源于 OCLC,就是联机计算机图书馆中心(Online Computer Library Center)。实际上在 20 多年前,这个名称前面不是 online,而是 Ohio,即俄亥俄州的计算机图书馆中心。就和中国图书海外馆藏影响力研究报告一样,多年来一直在不断发展,OCLC 现在变成了一个世界性的图书馆数据库,而海

海外馆藏研究项目值得赞扬,体现全球对中国文化的兴趣和需求点

■李国庆(俄亥俄州立大学终身教授、上海师范大学文学院特聘教授)

外馆藏影响力研究报告本身的影响力也是越来越大。

海外馆藏研究这个项目值得赞扬,因为它不仅描绘了中国出版物在世界上的影响力,也可以反映世界、主要是西方主要国家对中国文化的兴趣和需求点。我看了以往几年海外馆藏报告所反映的数据,体现的是西方的主要国家对中国文化更感兴趣。他们所采购的图书大多偏向文史哲,这也是他们更关注的内容。我注意到,在 OCLC 数据库中,第三世界国家是缺席的。从我工作的经验来看,除了文史哲、中国艺术、考古,海

外馆藏图书现在也在向其他的领域拓展,包括农业、医学、科技,现在都有采购的图书,因为有需要。

值得关注的是,中国出版物的宣传除了在西方发达国家之外,在拉丁美洲、非洲甚至其他地方还面临一些挑战。从我个人的经验来说,比如我现在参与中华书局的《海外中文古籍总目》编撰,调查中国古籍在海外的收藏情况,发现美国、欧洲及东南亚一些发达国家可以找到,但是在第三世界国家几乎找不到。这或许是出版界今后要应对的一个挑战。

海外馆藏研究为出版研究带来新方向和新思维

■叶新(北京印刷学院教授)

中国图书海外馆藏影响力持续的研究,十几年来所取得的学术、理论、研究价值以及服务于业界的社会实践,已广泛受到出版学界和业界的认可。出版界、业界更是将是否上榜年度报告榜单视为评估自身影响力的重要标准。

作为一名出版学领域的研究者,我认为海外馆藏影响力的研究方法与实践,在文献与方法两个层面为出版研究带来新方向和新思维。

在文献方面,联机计算机图书馆中心为我们发现以及核实相关图书的出版资料,提供了新渠道。借助这个数据库平台,可以追踪、核验中华古籍以及现当代出版

的相关图书的版本演变情况,能够知晓世界各地出版机构的参与情况和语种翻译情况。同样,我们也可以通过这一平台,搜索相关已经无法购买的图书,尤其是外文图书在全世界的馆藏情况,以便我们精准定位和借阅。

在方法层面,中国图书海外馆藏影响力研究是基于传播学的理论框架,从读者出发,对图书传播者的一种影响研究。从 2012 年开始的这项研究以世界图书馆藏书书目为线索,探究以汉语言为载体的中国政治、经济、文化等内容的中文出版物在全球的流通轨迹,勾勒出中华文化在当今世界传播与影响的基本地理跨度。这一研究所开

创的研究方法,为传播、出版领域的学者从事中国图书、作家以及出版社在世界范围内的影响力评估研究,带来了新的路径。

我认为,中国文化、中国出版不仅要“走出去”,还要走进去;不仅要走出去,还要留下来;不仅要留下来,还要扎下根;不仅要扎下根,而且还要发芽、繁荣、长大。这样才能使中国文化传播到全世界,这就需要创作界、出版界和出版研究教育界的共同努力。



(上接第1版)

活态传承,壁画传统文化出版新图景

为了让“冷门”不“冷”、“绝学”不“绝”,国家图书馆出版社的《永乐大典》仿真影印项目目前已累计仿真影印出版存世大典 295 册,约占存世总量的 70%。出版社强强联合也成为一道风景。今年 6 月,人民文学出版社和国家图书馆出版社分别出版《明文海》点校本与影印本,同时推出,可谓珠联璧合,成为出版界的创举与范例。

“中国历代绘画大系”是习近平总书记亲自批准、高度重视、持续关注,并多次作出重要批示的一项规模宏大、纵贯历史、横跨中外的国家级重大文化工程。截至 2022 年年底,《先秦汉唐画全集》《宋画全集》《元画全集》等 5 个断代集完成编纂出版。“中国历代绘画大系”已成为扩大中华文化国际影响力的靓丽风景线。自 2022 年 11 月开始至今,宋画特展陆续走进 6 个国家和地区,以其独特的艺术魅力,深深打动了当地观众。

实践证明,以实施工程的方式推动传统文化传承发展很好地发挥了引领示范作用,传承有抓手、发展有路径。据了解,中原出版集团在打造河南省重点出版工程“中华文脉:从中原到中国”丛书时,专门成立了中原传媒重点出版工程办公室,还制定了专项考核管理办法,确保项目进度和项目质量,从而保障了项目有序推进。山东出版集团在传统文化类图书出版方面,给予专业人才配备、专项经费投入、项目配套政策等方面的保障和支持。

短线长线产品齐步走

出版借传统文化传承“圈粉”

政策利好促使传统文化出版持续升温,除了传统文化传承重点出版工程释放的文化影响力外,短线类产品满足读者追热点的需求,同样得到出版机构的重视,传统文化类图书出版快速增长。

近年来,传统文化题材图书种类不断丰富,在传统文化常识、少儿国学启蒙、典籍解读、茶道茶经、故事及典故、家风、礼仪与处世哲学、节日节气、艺术日历、传统服饰、饮食文化等相对成熟的题材类型之外,中医、农耕、对联、棋类、武学、古建筑设计等出版物也不断出新,让读者得以多方面地了解中国传统文化。一些出版机构在传统文化图书市场已经形成了自己的品牌,如中华书局的“中华生活经典”系列、“中华经典藏书”系列,长江文艺出版社的“传世经典”系列,北京联合出版公司的“美丽中国”系列,中信出版社的“知中”系列等。

中医药文化具有人文精神和哲学内涵,正在成为树立文化自信、讲好中国故事、提升国家文化软实力的重要载体。中国中医药出版社有限公司党总支书记、董事长、总经理宋春生表示,该社已经将中医药教育出版向前延伸至幼儿启蒙教育、青少年基础教育阶段,提出并正在构建涵盖幼儿启蒙教育、中小学基础教育、院校学历教育、毕业后教育、继续教育、师承教育乃至老年康养教育的覆盖全生命周期的终身中医药教育出版格局。同时,着力打造中医药文化系列、中医经典科普系列、名医名家话科普系列等品牌图书,彰显中医药文化的价值和魅力。

农耕文化是中华优秀传统文化重要组成部分。把农耕文化中具有时代价值和世界意义的思想精髓

提炼出来,成为农业出版工作者的责任与使命。中国农业出版社党委书记、董事、副总编辑、副总经理苑荣表示,该社正在积极推进中国农业古籍整理再版工程、大型古籍文献、普及诵读系列融媒体出版产品、中国农耕文化典籍数据库落地落实,结合实施乡村振兴战略推动乡村方志编辑出版,打造具有学术创新价值和传承意义的高质量农耕文化典籍出版及数据库产品矩阵。

非物质文化遗产是人类薪火相传、世代传承且活态流变的文化遗产,它鲜活地扎根生存于民族民间。社会科学文献出版社人文分社总编辑李建廷表示,该社除了让已有的非物质文化遗产出版物“活起来”,接下来会继续在民族文化、汉字文明、非物质文化遗产等方面,策划出版既能满足普通大众阅读,又可服务于学术研究的作品。

随着“阅读新国潮”兴起,越来越多出版社与大众图书公司被传统文化吸引,并尝试用新的视角和形式去创造与中国传统文化相关作品,这些“以古之规矩,开今之生面”的新潮出版物往往更能受到年轻读者的欢迎。

上海世纪出版集团党委副书记、总裁阎军辉介绍说,上海世纪出版集团以中华优秀传统文化的大众产品研发与开拓为突破口,正式启动“大虹桥”出版计划,目标是通过 3~5 年的努力,推动中华优秀传统文化优质出版资源向市场转化,建构起大众出版板块新的“四梁八柱”。

北京磨铁文化集团股份有限公司旗下有 100 多种已经出版或在策划中的与传统文化相关的图书,其中以汉字为灵感来源的稀缺题材作品《中华字库》受到青年群体的持续关注。据了解,《中华字库》线上漫画于 2022 年 11 月发布于腾讯动漫、网易 LOFTER、快看及哔哩哔哩漫画等平台,其第一章完结后在腾讯动漫收获 9.8 分好评,人气值逾 4700 万。

“我们一年大概会出品 50~80 种传统文化类图书,近几年这个数量是逐年增长的。”读客文化合伙人、非虚构产品线主编沈骏观察发现,近 5 年,关于中国史的畅销书越来越多,漫画类、少儿类居多。其中,读客文化出品的《华杉讲透〈孙子兵法〉》(2021 修订版)、《知行合一王阳明:1472—1529》、《半小时漫画中国史 0》等图书在今年上半年均实现可观销量。“我觉得传统文化品类会越来越火,童书是这一类别里的重要增长点。”

在新一轮传统文化热潮中,出版社紧抓良机,一方面立足主业,积极策划推出国学、诗词等一系列与传统文化相关的主题图书;另一方面也借势营销,将此前出版的相关图书进一步推向市场。在“东方甄选”直播间,主播董宇辉从诗词歌赋讲到悲欢离合,让直播间的观众感受到了中国传统文化之美。《苏东坡传》、《中国文学鉴赏辞典》(新一版)套装数次被抢空。尤其是《唐诗鉴赏辞典》,开创了国内文学鉴赏辞典类书籍的先河,问世 40 年,累计销售超过 500 万册,至今仍然是畅销书。

创新性赓续历史文脉

传统文化创新与数字时代同频共振

浩如烟海的古籍如何装进方寸大小的屏幕?这是几年前人们发出的感叹。如今,用户对于通过翻页、旋转、拖拽等方式“触摸”经典古籍,已经习以为常。

作为海外馆藏研究项目的见证者,从第 1 届到如今的第 12 届,馆藏研究报告从无到有,影响力日益扩大,得到了业界、学界乃至相关出版社的主管单位的认可。可以说,中国馆藏数据经受住了时间的考验和市场的检验,极具研究和参考价值。

大家都知道,在没有馆藏研究之前,我们难以确认中国图书在世界上的传播范围到底有多广,难以衡量中国出版机构的知识生产水平以及世界出版能力的高低。如今馆藏研究经过了 10 多年的实践和不懈的探索,形成了一个基本的研究范式。也就是说,通过一本图书在海外馆藏的数量,确立这本图书的传播范围大小,而传播范围事实上就代表了潜在的读者数量和人群的特征。通过进入海外图书馆系统的图书品种,也确立了出版机构的海外影响力。目前,这种学术研究范式已经成为传播学效果研究广泛采用的一种方法,并且为中国出版业提供了一个真实可靠的航行坐标。

随着全球传播生态环境的巨变,在新技术手段的加持下,国际传播大大超越了传统的民族、国家的行政区划和地理的疆界,传统的国际传播研究在理论范式、研究方法等很多方面都在发生着转变。今年海外馆藏



海外馆藏研究为出版业改进生产方式提供借鉴

刘滢(北京外国语大学国际新闻与传播学院副院长)

影响力报告公布了中国大陆近 600 家出版机构的数字出版品种排名,这个排名符合当前全球传播发展的大趋势。众所周知,全世界新闻传播媒体的数字化革命早在上个世纪七八十年代就已经开始了。在这个领域,最早开始的是大众电视传播,先是将模拟信号变成数字信号,随之而来的是影视器材的数字化革命。直到今天,中国大陆的有线电视网和互联网电视并行。

当下蓬勃发展的互联网、短视频、直播,都源于传播载体的变化,新闻出版领域也是一样,先在科技、学术等专业的出版领域,如医药、工程这些专业数据库都出现得很早。紧随其后的是全世界图书馆的系统,将各种历史档案、垂直文献进行数字化。以北京外国语大学的图书馆为例,全校使用率最高的是中国知网,还有各种外文的数据库、专业文献的数据库,而图书馆的实体图书的流转率则远远不及数据库的使用率。

我们必须从学术出版的组织生产方面提供给全世界学者最为基本的研究素材,特别是一些方便快捷的、各种数字化的、垂直性的文献和数据库产品。在这方面,中国图书海外馆藏影响力研究为中国出版业进一步改进自己的生产方式提供了一个很有意义的借鉴。

新路径,多渠道、多媒介、立体化做好传统文化的普及传播。

2021 年 2 月,《典籍里的中国》播出,以“文化访谈+戏剧+影视化”的方式表述出我国 5000 年历史长河中的闪亮典籍,为出版机构创新文化传播路径提供了鲜活范本。中国中医药出版社创作了《新时代的中医药》等一批优秀的中医药纪录片,还尝试打造中医药文化动画连续剧《中医世界漫游记》。

相互契合,才能有机结合。热潮之下,目前业内外挖掘传统文化资源的商业模式仍在探索中。文旅是出版目光聚焦的又一片热土。比如,中原出版集团围绕“行走河南·读懂中国”品牌,加大研学工作推进力度,利用遍布全省各地的新华书店,与各级教育部门和学校密切合作,以文化+教育+旅游形式,把新的阅读形态植入学校和社区,将中华优秀传统文化、黄河文化、红色文化、中原特色文化融入研学文创。山东出版集团充分利用曲阜作为孔子故里的文化底蕴,以中华优秀传统文化研学营地作为交流平台,增进中外青少年的文化互通。中国农业出版社与农业博物馆、茶叶博物馆等单位联合举办有关农耕文化的主题活动,让优秀农耕文化进校园、进社区,让广大读者在活动中充分了解农耕文化的丰富内涵与永久魅力。

“对历史最好的继承,就是创造新的历史;对人类文明最大的礼敬,就是创造人类文明新形态。”习近平总书记在文化传承发展座谈会上发出时代强音。在新时代,为更好地传递这一强音,出版人须将眼光放得更远,步子迈得更大,以更大的气魄、更长远规划,力争推出更多有高度、有深度、有价值的精品力作,担当新时代新的文化使命,为建设中华民族现代文明贡献出版力量。

出版动态

上海教育出版社南京服务中心成立

中国出版传媒商报 7 月 1 日,上海教育出版社南京服务中心成立,在南京师范大学随园校区举行了挂牌仪式。上海教育出版社社长、总编辑缪宏才向上海教育出版社南京服务中心主任林荣晋授牌。上海教育出版社副总编辑严岷、上海教育出版社南京服务中心执行主任张文出席活动。

上海教育出版社成立于 1958 年,是全国大型教育专业出版社。据介绍,上海教育出版社南京服务中心

作为上海教育出版社“走向全国”战略的重要支点,将致力于扩大上海教育出版社对长三角地区教育系统的辐射和影响,深挖区域教育优质资源,打造优质教育产品,服务更广大范围的师生与读者。上海教育出版社南京服务中心得到了江苏省教育主管部门专家的指导与支持,后续将陆续开展上海教育出版社出版的教材、教育学术著作、主题出版等出版物的地方服务工作。(穆宏志)

“二十四节气好味道”带领孩子领略节气韵味

中国出版传媒商报 6 月 28 日,天天出版社 2023 原创儿童文学绘本“二十四节气好味道”之《咬春》新书发布会在京举行。吴勇、马伯雄、米夏、宋强等出席发布会,天天出版社总编辑张昀韬、北京图书大厦党委书记吴惟一参会并致辞。

天天出版社作为中国原创儿童绘本的重要出版园地,每年都有多部适合低幼儿童阅读的绘本新作问世。这些作品贴近时代、形式多元、手法创新、类型多样、深接地气,受到读者的认可与喜爱。2023 年,天天出版社致力挖掘更多适合中国小读者阅读的中国元素,寻找博大精深传统文化的精髓,努力用新时代的新角度传达更多中国文化独特的韵味。

“二十四节气好味道”系列原创绘本另辟蹊径,寻味四时,回归传统。该系列用图文并茂的绘本形式,为小读者展现了节气的滋味、四时的变化、风俗的记忆以及风物背后的知识。该系列第一本《咬春》将带领孩子们在立春、雨水、惊蛰、春分、清明、谷雨 6 个传统节气中感受春之味,在童稚、纯真的笔墨中感受中国传统节气之美、饮食之精、文化之厚。

会上,文字作者崔岱远分享了创作体会,国家图书馆马伯雄先生演奏了悠扬的古琴名曲,主持人声情并茂地为大家朗诵了《咬春》的精彩段落。据悉,“二十四节气好味道”系列作品之《尝夏》《品秋》《晒冬》也将陆续与读者见面。(陈麟)