

与时代同频共振 助力出版强国建设

1983年,我国首个图书发行学专业在武汉大学设立;1987年,设立编辑学专业;1998年定名为编辑出版学专业;2023年,武汉大学出版研究院由湖北省委宣传部、武汉大学、长江出版传媒股份有限公司共建,积极探索政产学研用多元融合的学科发展模式……

四十不惑正当时,百舸争流勇当先。武汉大学信息管理学院编辑出版学专业始终坚持与时代同频共振,创新人才培养方式,形成了多层次、高规格的

编辑出版高级专门人才培养体系和兼容并包、实践与理论相结合的办学特色。

含英咀华育英才,桃李芬芳满天下。人才是实现出版业高质量发展、建设中国特色主义出版强国的战略资源,是衡量出版业综合实力的核心指标。40年来,武汉大学信息管理学院编辑出版学专业培养了万余名毕业生,他们或坚守初心,致力于出版高质量图书;或在发行一线,助推全民阅读建设;或满怀文化使命,围绕图书行业创新拓展,在自己行业中助力出版强国建设。

历史沿革

武汉大学信息管理学院出版科学系前身是1983年由新华书店总店与武汉大学联合创立的图书发行学专业。1993年7月,图书发行学专业更名为出版发行学专业。1998年9月,武汉大学专业调整,中文系编辑学专业与图书情报学院出版发行学专业合并,专业更名为编辑出版学专业。1999年4月,武汉大学学科调整,图书情报学院与新闻学院合并,成立大众传播与知识信息管理学院,设广告与出版系。2000年8月,武汉大学与武汉测绘科技大学、武汉大学水利电力大学、湖北医学院合并成立新的武汉大学,大众传播与知识信息管理学院分拆为信息管理学院和新闻传播学院,信息管理学院下设出版科学系。2012年2月,经教育部备案、武汉大学批准,在出版科学系下开设数字出版专业,自此,出版科学系拥有“编辑出版学”和“数字出版”两个本科专业。2019年,编辑出版学专业获批国家首批“双万”专业。2022年,根据学科发展和专业建设需要,编辑出版学和数字出版两个专业合并为编辑出版学专业(数字出版方向)。

目前出版科学系已建成涵盖博士、硕士、本科教育和短期培训的层次完整的编辑出版学高等教育体系,有专职教师18人,其中教授11人、博导11人,各类高层次人才15人。出版科学系建立40年来,为我国出版业培养了万余名高级专门人才。现有在读本、硕、博学生200余人。

汪林中: 坚守发好书、出好书的初心



汪林中
武汉大学图书馆
系图书发行学专业
1983级学生,现任大
象出版社社长。

从进入武汉大学图书发行学专业学习至今四十年,我深深受益于大学始终坚持的宽知识面培养,重实践和能力建设。武大图书发行学专业设立之初虽然设在图书馆学系,但在学科建设上强调宽知识面培养,图书馆学不用学,经济管理专业相关课程也纳入其中,选修课更为丰富。时任校长刘道玉对社会实践和能力培养非常重视,新华书店总店、湖北省新华书店对于从事社会实践活动给予大力支持。我自己最难忘的是与周清华、黄先蓉等同学创办实验书店,从资金筹措、建房到图书进销存管理,凭着一股劲,硬是办起来了,每个同学参与到书店经营的各个环节,取得些微报酬,并给班级活动提供经费。罗紫初、吴平等老师以及经验丰富的发行专业干修班的大同学给予非常大的帮助和支持。

大学毕业以后我们基本上被分配到全国各地新华书店,以后到出版社、新媒体公司等更多更广泛的领域,但发好书、出版好书始终是我们的初心,也因此养成了很强的市场意识和客户思维。在出版业市场化的变革中,一批批发行专业学生成长起来,逐渐成为出版发行机构以及管理部门的业务骨干或管理者,形成了出版业的“武大现象”。

出版越来越融合,更追求专业的纵深和跨学科培养,行业对出版人才要求也越来越高。首先,从课程设置上适当细分,按照目前通用的教育、大众和专业出版分类,建议增加教育出版学或实务、大众出版学或实务、学术出版学或实务。其次,从专业招生方面提高生源的跨学科基础,本科招生能够文理皆收,研究生阶段学科交叉非常重要,特别是有理工科、文史哲背景的本科生经过出版专业培养更容易与出版实践有效结合。再次,在校企联合培养上还有很大的发展空间,包括高校出版培训和交流、学生实践基地、联合课题研究、出版智库建设等方面。

李凯声: 守正创新 将出版做“小”



李凯声
武汉大学图书情
报学院出版发行学系
1994级学生,现任中
国妇女出版社有限公
司社长、执行董事、
经理。

武大的出版发行学系,对于我们这些学子来说,最贴切的一个词就是“培根铸魂”。“根”是学术的根,“魂”是下定决心为推进党和国家的文化事业发展奉献全部智慧和力量的魂。毕业近30年,回顾校园学习,对我影响比较大的是图书学、发行学、出版学、市场营销学等学科的学习,这几门专业课程夯实了出版发行行业的学术基础,在此之上,逐渐丰富构建整个学术体系的框架,也是我对出版行业的启蒙学科。

当下我最关注的问题是:出版如何做“小”。出版业应做“小”,向专业化、小切口发展和聚焦,可以理解为“专精特新”。特别对于中小型单体出版社来说,一定要在小切口上打造核心能力。以中国妇女出版社近几年探索为例,就图书出版层面,主要做了两大改革。一是“守正”,抓住“中华全国妇女联合会”这一优势资源,于2018年成立主题图书编辑部,服务妇联中心工作。今年重点图书《习近平走进百姓家》就是深挖需求,整合资源、上下联动,主动发挥出版作用的成果。2月出版至今,该书销售已超过90万册。如今,服务部委女性儿童家庭等选题,打造“妇、儿、家”产品线,已经成为妇女社一大特色。二是“创新”,面对大众出版图书销售的下滑,妇女社广开发展思路,在融合发展上做文章,利用版权、作者、机构资源,拓展产品形态和渠道,譬如这两年开始起步的“作者经纪”,推出新的商业模式,即对图书作者进行包装,除图书推广外,进行视频录制、培训等多种形式的创新。以《亲密关系避坑指南》为例,基于该书作者符合作者经纪“有颜值、有口才、有情怀、有粉丝”的“四有”特色,妇女社与腾讯视频合作,包装作者推出系列视频情感课程,从情感专家的角度分析流量网剧中的人物关系,潜移默化地指导粉丝树立正确的婚恋观。随着节目的火爆,视频课的订阅学习也在提升,两者相辅相成。出版社抓住优质版权资源和作者资源,推动作者多维度发展,而不是仅仅出一本书,这成为未来发展方向之一。

蒋鸣涛: 书店数字化为管理、渠道、教育、阅读服务赋能



蒋鸣涛
武汉大学图书馆学
系图书发行学专业1985
级学生,现任广东新华
发行集团股份有限公司
党委书记、董事长。

在武汉大学奋笔疾书的时光中,积累锻造了许多无价之宝,最重要的有三种能量。一是锻造了自我更新能力。学校弘扬的“自强、弘毅、求是、拓新”理念一直影响着,时常通过持续的学习与思考,保持对自己的观念、意识、目标、生活等进行更新。二是锻炼了逻辑思维、思考和分析能力。学校学习赋予了我全面而深入的知识体系与社会实践指导,无论是在理论还是在实践层面,都为我提供了解决问题的思路和方法。三是塑造了创新思维和创新能力。如何通过创新,突破传统、尝试新方法、发现新机会,不断提供具有经济价值、社会价值、生态价值的新思想、新理论、新方法和新发明是我至今奋斗的方向。

如果要用一个关键词来形容当前我们所处时代的特征,“数字化”一定是有高度共识的选项之一。书店业数字化转型,说到底是以数字化为手段和基础进行决策,制定书店业新的管理流程,重构核心业务模式,开拓新市场和切入新赛道,从而为战略目标的实现带来新的机遇和动力,主要包括管理数字化、渠道数字化、教育数字化和阅读服务数字化四个主要方向。管理数字化是行业数字化转型的主要要素,重点是信息技术的转型,以及运营管理的升级,包括集约化运营、一

体化运营、数据化运营,为管理作出精准决策。渠道数字化是行业数字化转型主旋律,构建全场景营销模式,建立多样化的销售渠道,实现线上线下融合发展是我们发展的重点。教育数字化是行业数字化转型主赛道,聚焦教育服务、布局数字化项目,构建教育资源体系,形成教育服务解决方案,是我们另一个重要的发力点。阅读服务数字化是行业数字化转型主环节,着力搭建公共文化数字化服务平台,将全民阅读推广活动等服务上“云”,不断提升数字化服务水平和效能,让公共文化服务惠及更广大群众。

欧阳群: 文化的传承、创新和发展 出版业责无旁贷



欧阳群
武汉大学图书发
行学专业1990级本科
学生,2005年出版发
行学方向研究生毕业,
现任广州市朗声图书
有限公司董事长。

四年的专业学习使我一毕业就获得了去自己喜欢的出版行业工作的机会,在学校期间的学习给了我从事这项职业以极大的信心。我们的课程设置在当时是比较有前瞻性的,着力培养面向市场的通用型出版发行专业人才,专业学习有出版概论、图书学等传统的出版专业知识学习,有涉及计算机编程的新技术、市场营销等热门知识的学习,有目录学、图书分类法等知识管理内容的学习,还有古代汉语等课程学习。

毕业以后我一直从事出版工作,在版权领域投入的精力比较多一些。在我看来,出版业作为核心版权产业,高度依赖版权,其生存和发展的关键是如何获取

高质量的版权内容资源并进行有效运用和转化。传统出版错过了引领互联网数字内容产业发展的机会,其中一个重要原因,就是版权意识不够,尤其是维权的决心不够,导致原本拥有的高品质版权内容资源优势没有发挥应有作用,也没有获得应有的市场收益,这个问题不能简单地归结为传统出版业对互联网数字新技术应用欠缺造成的,也不能单纯归结为外部版权环境。尊重版权,保护文学、艺术和科学领域具有独创性的智力成果,出版业责无旁贷。在市场环境下出版行业如何实现中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,很重要的一点,就是要在推陈出新的过程中做好版权的创造、推广应用、管理和保护工作。

出版专业是个实践性很强的专业,从市场需求的角度来看,通用型人才一直都很受欢迎,尤其是能够全流程参与各环节的人才,始终处于极度稀缺状态;出版也是一个专业性很强的工作,高质量的出版活动依然离不开专业人才;出版还是一个需要使命感,需要责任担当的工作。如何有效吸引优秀的青年学子加入出版专业学习并愿意投身出版事业,是学科建设和人才联合培养的重要课题,我们需要动员更多的力量,更好地展示出版专业和出版行业深层次的魅力,这是一项非常有挑战性的任务。

曾刚: 出版发行人既要“理想主义”又要“务实精神”



曾刚
武汉大学编辑出版学
专业2000级学生,独立
出版、独立书店主理人,
创立“蒋尔出版”和“德芭
与彩虹书店”并延续至今。

在武汉大学编辑出版学专业学习的四年,也是自己受益终身的四年。四年学习让自己专业入门,构建自己的思维方式。近几年,我自觉地运用专业思维模式、有意识地将前店后场协同发展:以出版思路将读者活动、作者发掘、图书策划、文创研发、课程开发、渠道拓展、营销推广、行业连接、品牌输出进行融合、整合、聚合,逐渐将无数个“点”连接成一张“网”。提升自身社会认知。虽然自嘲是非传统的“非典型出版”+“非典型书店”,但是在各界人士看来,武汉大学出版科学系科班出身的“金字招牌”,更容易让读者逻辑自洽、使同行有身份认同、利于社会口碑传播。创业路上摸索十几年后再回头看,这个专业身份越往后走越凸显出珍贵的价值。

作为一名独立出版和书店主理人,我认为当下出版产品的本土原创能力有待提高;发行价格的乱象是困扰实体书店的重要因素。就出版人才培养层面而言,市场需求与人才培养之间的问题,就是“理想与现实的差距”。个人认为,从事出版发行事业,既要理想

主义,又要务实精神,二者缺一不可。一直以来藏有私念:窃以为武汉大学走出来的出版发行人,不能仅仅把该专业作为谋生、营利的工具,而应该在行业发展、专业探索上有更高的站位、更远大的追求。

学科建设既要有理论指导又要有行业引领,“纸上得来终觉浅”,还需要深入社会进行实践,方能获得第一手的历练。愿武汉大学出版科学系学子皆能脚踏实地,志向高远,“纯真而不失闻达,善良而不失坚强”。

陈义望: 重塑互联网时代新型出版价值观

出版趋势下产业链条的重组和行业转型,如何适应新技术的变化,如何提高应用新媒介的能力,如何应对产业链重组和业态重构,如何在产业链重组和业态重构中寻找自身的立足之地,如何在融合出版范畴内强长板、补短板、增新版,是我们亟需思考和摸索的生存课题,值得我们传统出版行业每一个从业者深思。

除此以外,我最近一直在思考互联网时代出版价值观的问题。随着互联网时代的到来,人们获取知识的途径越来越多、方式越来越便捷,习惯也呈现出越来越普遍的互联网化、碎片化和必然的芜杂化,与此同时,传统出版自身也存在同质化、快餐化和低门槛化,加上市场的无序竞争,劣币驱逐良币带来的恶性循环愈演愈烈……在这样的内外部大环境下,传统出

版价值观的生长韧性和生存空间在弱化和压缩,如何在互联网时代发挥出版更大的作用,如何捍卫出版最本质的价值观,如何重塑互联网时代的新型出版价值观,需要认真思考和严肃对待。

在具体出版实践中,我更希望具有复合专业学科背景的出版人才加入,比如历史学、经济学以及相关工科背景专业,辅以编辑出版学研究的跨学科复合型人才比较受欢迎。可喜的是,去年7月全国出版学科共建工作会议召开,5家部校共建的出版学院或研究院自此成立,为出版“政产学研用”多元主体搭建了对话平台。“政产学研用”各方主体如何形成合力,如何进行资源有效整合,可能需要共同制定人才战略并探索可行有效的多方协同机制来保障实施,对此,我们抱以期待。

李强: 出版专业要培养「杂家」



李强
武汉大学出版发
行学系1991级学生,
现任新华文轩出版传
媒股份有限公司党委
副书记、执行董事、
总经理。

回顾在武汉大学求学的生活,至今记忆犹新。武大对自己影响深远的事情,我认为是广博视野的培养、学习习惯的养成和让学生保持足够的好奇心。武大为生提供了很多选择的机会,这既体现在图书发行学专业的课程设置上,更体现在学分制、主辅修背景下为学生提供的跨学院跨专业选修机会上,我本人就辅修了经济法专业并获得毕业证书。同时授课教师深入浅出的讲解、不同学科的学习等,在学习习惯的养成和对新事物的兴趣培养上受益终身。

这些习惯和视野至今陪伴我在工作中不断思考。针对当下出版行业发展,我重点关注以下几个问题。一是今年行业新品供给下降。以今年天府书展期间馆配交易会为例,2022年至今出版新书作为馆配的主要品种,明显感觉品种数同比下滑。而出版社推出新品种的背后是内容创作端的推陈出新,在一定程度上显示出出版供给遇到瓶颈,有效内容供给不足。二是当图书从线下销售为主转为线上销售为主,有没有必要每一个品种都开展全渠道推广,值得思考。三是出版业尤其是地方出版集团,对高端人才的吸引力下降。四是数字化转型还有很长的路要走。

毕业近30年,回到学科培养与市场需求本身,我认为首先不要给学校的学科教育赋予太大的责任和压力。出版专业培养一定要有广博的知识面,要成为“杂家”。出版学科的办学起点应该是本科,读完研究生再就业是一种比较好的选择。但需要强调的是,本科和研究生的专业建议分开,出版学的研究生反而应该将其他专业学科的学生作为重要生源。再次,产学研关系的处理。我认为学生在校期间可以参与实习,形成初步的职业概念,但没有必要强调在校期间就拥有丰富的实践经验。学科建设与企业、市场之间的合作,可以是基于行业存在问题、基于某些重大项目共同开展课题,实现学界和业界的结合探索。