

10家出版智库发布2025年最新研究成果

(上接第7版)

阅读推广人的意义有三点:一是促进文化资本的流通与转化。文化资本,即通过教育、阅读和文化活动积累的知识、技能和价值观,是社会发展和个人成长的重要资源。阅读推广人通过策划多样化的阅读活动,如读书会、讲座、书展等,将书籍中的文化资本传递给更广泛的受众。他们不仅推荐书籍,还通过引导讨论、分享阅读心得等方式,帮助受众深入理解书中的思想与价值,从而将文化资本转化为个人的认知能力和实践智慧。二是增强社会文化的凝聚与共识。在多元化和碎片化的现代社会中,文化认同感的缺失往往导致社会凝聚力的下降。阅读推广人通过建立交流渠道,如线上社群、线下读书会等,为不同背景的个体提供了共同的文化交流平台。在这些平台上,参与者通过分享阅读体验、讨论书籍内容,逐渐形成了一种基于阅读的集体身份认同。三是推动个体行为转变与社会进步。社会学习理论强调,个体通过观察、模仿和认知处理,从他人的行为中学习并改变自己的行为。阅读推广人通过示范阅读行为,如分享自己的阅读经验、展示阅读带来的积极变化,为受众提供可供模仿的榜样。这种示范作用不仅激励更多人参与到阅读中,还促使受众通过阅读改变自己的行为模式,如更加关注社会问题、积极参与公益活动等,最终汇聚成社会进步的动力。

阅读推广组织的形态特征、实践方式和挑战

研究发现,阅读推广组织具有形态上的多样性,除了政府/工会背景的正式读书组织,还有大量民间自发的读书组织。两者最大的区别在于资金来源和活动的稳定性。工会背景的读书会,有坚实的物质和政策支持,能够高质量持续开展活动;而民间自发的社区读书会往往缺乏稳定的资金和资源,其运作主要依靠推广人的个人投入和社区成员的积极参与,因此也面临资金缺口和人手不足的挑战。

阅读推广人可以通过丰富的阅读推广实践为读者提供支持和引导,这些推广实践活动包括提供阅读指导和推荐阅读书单、组织读书会进行讨论和分享、开展互动性工作坊、组织线上共读平台等。优秀的阅读推广活动往往结合多种实践方式,活动内容丰富、方式灵活多样。

研究发现,当前阅读推广活动中存在三个挑战。一是资金短缺与活动持续性难题。缺乏稳定资金来源使得推广人常常需要自费维持活动,影响了推广活动的规模化和长期持续性。二是阅读推广人员不足问题。阅读推广组织个体依赖性强,团队化运营程度不够。读书会还面临推广团队人员更新缓慢的问题。三是数字化传播与传统读书会模式之间的平衡问题。年轻群体适应数字化传播模式较容易,而老年群体则明显接受度不足,难以有效利用新媒体平台参与阅读活动。

政策支持和优化路径

针对以上问题,研究提出了以下政策支持和优化路径。第一,建议支持性政策从“阅读推广人”培养转向“阅读推广团队”建设。在阅读推广领域,传统的政策支持往往侧重于“阅读推广人”的培养,即通过培训、激励和资源支持,打造一批具有专业能力和热情的阅读推广人。随着阅读推广活动的多样化和复杂化,单纯依赖“单兵作战”的模式已显露出其脆弱性和不稳定性。未来政策应从“阅读推广人”培养转向“阅读推广团队”建设,只有依靠团队的力量,才能确保阅读组织的专业化和可持续发展。第二,强化对优秀民间读书组织的支持力度,一方面建立专项资金与政策扶持渠道,另一方面鼓励民间读书组织探索资金可持续的运营模式。民间读书会在凝聚社区方面具有不可替代的重要意义,它们不仅是阅读推广的重要载体,更是社区成员之间建立联系、分享思想和情感支持的平台。然而,许多读书会依赖于推广人的无私奉献和有限的社区资源,难以长期维持活动的开展。活动组织、书籍采购、媒体宣传等基本开支往往成为组织者的沉重负担。因此,政府和社会各界可以优先选择那些运营良好、影响力较大的民间读书会,在资金和场地方面给予针对性支持,同时鼓励民间读书组织探索多元化资金来源。第三,提升老年人数字化能力,提供针对老年群体的数字技能培训,线上线下结合推广老年阅读。研究发现,许多老年人对数字化工具的使用存在一定困难,因此,政府可以通过开设培训课程、提供操作手册或组织志愿者一对一辅导等方式,帮助老年人掌握基本的数字技能,如使用电子书、参与线上讨论、浏览社交媒体等。这种支持不仅能够提升老年人的数字化素养,还能为他们打开一扇通往更广阔世界的大门。第四,分层施策,精准支持不同社会群体的阅读需求。对于儿童与青少年群体,阅读推广活动应注重趣味性和互动性,以激发他们的阅读兴趣。对于年轻人群体,阅读推广活动应结合其职业发展和社交需求,提供更具实用性和吸引力的内容。对于专业与成熟受众,阅读推广活动应注重深度和实用性,满足其持续学习和知识分享的需求。第五,构建激励机制,激发阅读推广活力。可以设立阅读推广相关激励机制,定期评选并表彰在阅读推广中表现突出的组织和个人。政府可以将阅读推广纳入城市文化建设考核标准,推动阅读推广向制度化、规范化方向发展。

阅读推广人在塑造阅读文化、建设文化生态方面发挥着至关重要的作用。未来,在政策支持、推广人团队建设和创新实践等多方面精准施策,将有助于增强阅读推广工作的可持续性,并推动全民阅读活动在数字时代的进一步发展。

(撰稿人:王 婷、邓香莲、和晓应)



中国人民大学出版研究院

国外知名大学出版社发展经验对中国大学出版社的启示

发布人:李永强(中国人民大学出版社董事长,中国人民大学出版研究院院长)

2014年关闭。历史上一些美国大学出版社也曾因财政压力面临生存危机。

市场覆盖面窄:学术与市场的平衡难题。学术著作的专业性强,市场覆盖面窄,难以实现大规模商业化。哈佛大学出版社每年出版的120~150种图书中,相当一部分是面向特定学术领域的研究著作,虽然具有极高的学术价值,但相较于商业出版社而言,市场销量有限。

数字化转型压力:传统与创新的博弈。在数字化时代,传统出版模式亟待转型。国外知名大学出版社纷纷摸索和尝试各种数字转型模式。例如,剑桥大学出版社2013年推出了Cambridge Core平台,整合其400余年来积累的学术资产,收录超4万本电子图书和400余种期刊,开放获取出版率达63%。

国外知名大学出版社的全球化发展路径

构建全球学术网络与合作体系:优化全球学术资源布局。国外知名大学出版社通过构建全球学术网络和合作体系,实现了学术资源的优化配置和全球影响力的最大化。牛津大学出版社在全球50余个国家和地区开设分支机构和办公室,全球雇员超6000人。剑桥大学出版社通过与全球2000余家教育和研究机构签订开放获取协议,使全球研究者能便捷获取高质量学术资源。

创新学术成果传播机制:提升学术传播的效率与影响力。国外知名大学出版社通过创新学术成果传播机制,显著提升了学术成果的影响力和传播效率。麻省理工学院出版社、爱丁堡大学出版社等多家出版社继期刊的开放获取之后,开始推出图书的开放获取计划。麻省理工学院出版社于2021年推出图书开放获取的“直接开放”计划,平均每部作品在线阅读量达2694次,总学术引用近1100次。

注重本土化运营:实现全球化与本土化的深度融合。国外知名大学出版社在本土化运营方面积累了丰富的经验。牛津大学出版社在马来西亚和日本的分公司由当地团队主导,实现了销售额的大幅增长。剑桥大学出版社在中国香港设立了电子商务中心,并与多家内地顶尖出版社建立了合作出版关系。

推动学术标准的国际化:掌握学术规范的话语权。国外知名大学出版社通过推动学术标准的国际化,提升在全球学术出版领域的影响力。例如,《芝加哥手册》成为大部分英语和非英语国家英语写作的权威格式参考,芝加哥大学出版社通过该手册提升了其

当代中国与世界研究院国际出版研究中心

跨国治理视域下的国际出版行业协会:现状、路径与应对

发布人:孙敬鑫(当代中国与世界研究院副院长)

国际出版行业协会推动跨国出版治理路径

国际出版行业协会对外代表协会成员的利益主张,通过主动设置相关议题和促进业界与政府的沟通来影响跨国出版治理的总体方向。一是维护出版企业的合法所有权,推动各国完善版权相关的法律规则体系,如非洲出版商网络通过提供法律援助、代表业界与当地政府协商等方式来协助成员打击通过海外印刷和进口贸易方式实施的盗版侵权活动。二是保障出版企业的合法经营权,推动制定有助于提升市场竞争公平性的政策措施,保护与数字化平台相比处于劣势地位的中小出版企业,如欧洲与国际书商协会发展状况呈现出两个显著特点。

国际出版行业协会对内推动利益协调,提供行业服务与公共产品。对内的利益协调主要表现为两点。一是相关协会在选举产生主席、副主席等关键领导人时,既需考虑个人工作能力,也要充分评估不同地域、文化与族群的代表性。二是相关协会的核心议题往往反映着该协会大部分成员的首要利益关切。同时,相关协会将成员缴纳的会费转变为俱乐部产品,并引导成员参与供给有助于维持出版市场长远发展的国际公共产品。此外,国际出版行业协会还在全民阅读推广、识字率提升等领域推动一系列公益性项目的落地,促进国际出版业界达成战略共识,彰显出版业的社会责任。

提升国际出版行业协会跨国治理效能的中国方案

通过对国际出版行业协会的梳理与研究,中国出版业可从平台创制、议题塑造、战略对接三个维度着手,构建“平等、公正、包容、互惠”的跨国出版治理体系。

在英语内容编辑出版领域的影响力和话语权。

多语种出版与文化多样性:打破语言壁垒,扩大学术影响力。国外知名大学出版社通过多语种出版与文化多样性,显著提升了其全球影响力。例如,普林斯顿大学出版社启动了“Global Voices”计划,支持非英语学者的著作翻译出版,打破语言壁垒。

区域化内容合作:因地制宜,推动区域学术交流。国外知名大学出版社通过区域化内容合作,扩大其全球影响力。例如,剑桥大学出版社在海外与当地机构合作研发定制小学英语课程;牛津大学出版社在中国市场推出以“阅读英语,探索亚洲”为主题的英语分级读物,融入诸多中国故事和元素。

给中国大学出版社带来的启示

第一,战略定位上,中国大学出版社应实现从单一“文化输出”向构建“知识共同体”的转变,通过建立全球学者网络,促进学术对话,提升学术影响力。例如,普林斯顿大学出版社与北大文研院合作的“普林斯顿-文研中国讲坛系列”,向海内外介绍从中国视角和历史出发的重要原创研究。剑桥大学出版社不仅在全球50个国家建立办事处,还和25国政府机构建立了教育合作关系。第二,发展路径上,构建“标准-平台-生态”三位一体体系,中国大学出版社应加快数智平台建设,提升学术传播的效率,积极参与国际学术标准的制定,完善产学研协同创新,形成可持续发展的机制。第三,政策扶持上,优化制度设计,助力大学出版社数智化转型。包括优化出版资源配置,对重点学术出版项目给予专项扶持;完善现代企业制度,赋予出版社适度的经营自主权;对学术出版物实施税收优惠,以降低运营成本;加强对数字化转型的支持,设立示范性数字出版项目等。第四,协同推进,发挥行业协会作用,建立多语种翻译体系。国内大学出版社应该充分发挥行业协会的作用,联合开拓国际市场,建立多语种学术翻译体系,重点支持中国特色学科的多语种国际传播。

国外知名大学出版社的发展情况为国内大学社的发展提供了重要经验与借鉴。中国大学出版社要实现高质量发展,必须坚持“内容为本、标准引领、生态协同”的发展理念,力争通过政策引导和市场机制等联合推动,在全球学术传播中发挥更加重要的作用,为全球知识共同体贡献更多中国的声音和智慧。

(撰稿人:刘光宇、杨 扬、臧伊茗、王芳卉、吴 森)

