擘画“十四五” 奋进新征程——建强出版学科

（链接：本报2022年11月22日第1版《聚焦建强出版学科 “出版视点”第十场研讨会线上举行》）

魏玉山

张久珍

李 舒

胡易容

白 冰

加强马克思主义出版观研究 建设中国特色出版学科

■魏玉山（中国新闻出版研究院院长）

出版研究的历史至今已有3000多年，与出版的历史一样悠久。新中国成立以来，特别是改革开放以来，中国出版科学研究走向了组织化、体系化。进入新时代以来，党中央对哲学社会科学研究工作提出新要求，对出版工作赋予新使命新任务，这是新时代出版学科建设面临的新形势。

按照党中央的战略部署，到2035年我国要基本实现社会主义现代化，建成文化强国。建成出版强国是题中应有之义。在这一大背景下，构建中国特色出版学科体系的任务更加紧迫，目标更加明确。对此，我认为需要着重从五个方面发力。

加强马克思主义出版观的研究。坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位是我们的根本制度，也是建立中国特色出版学科的根本要求。过去，我们对马克思主义出版观的研究重视不够，笼统地用马克思主义新闻观、马克思主义新闻出版观来代替马克思主义出版观。应当说，马克思主义新闻观与马克思主义出版观既是一致的也是有区别的，这是由出版工作规律与新闻工作规律所决定的。

加强习近平总书记出版工作重要论述的研究。习近平总书记关于出版工作的重要论述非常丰富，既是出版工作的指导思想，也是中国出版学科体系构建的理论指导。习近平总书记对思想工作、新闻舆论工作有大量论述，这些是习近平总书记出版工作重要论述的理论基础。此外，习近平总书记对出版工作有许多指示批示、贺信回信等，体现了习近平总书记对出版工作的具体要求。

加强当代中国出版业发展规律的总结。当代中国的出版事业是党的事业的重要组成部分，是宣传思想工作的重要内容，既有出版业发展的一般规律，也有与中国国情、党情相一致的特殊规律，这是中国特色出版学科建设必须把握的。不能准确把握中国出版业的本质要求，就难以建构中国特色出版学科。

加强中国出版历史规律的认识与历史经验的挖掘。悠久的出版史不仅传承下来众多珍贵图书，也形成了丰富、优秀的出版文化与传统，一代代出版人的智慧成为今天出版工作的优良传统。近现代以来，特别是新中国成立以来，有大批出版家、编辑家为人民出版事业的建立与发展呕心沥血，开创了中国出版事业的新辉煌，形成了新时代的中国出版传统，这些都是中国出版学科建设过程中不可或缺的理论源泉。

加强出版与技术融合方面的研究。内容是出版工作的核心，但技术正在改变内容的创作方式、出版方式、传播方式、消费方式和阅读方式，改变着出版业的发展方式。出版学科建设必须关注技术应用对出版人、出版业态及出版生态的深刻影响，中国出版学科要回答这些新问题，体现时代对出版学科构建的要求。同时，因技术在出版领域的广泛深入应用，正在形成新的交叉学科，比如数字出版、新媒体出版、融合出版等，需要从多学科交叉、融合发展的视角进一步思考。

出版学科内部对学科的性质、定位等尚有分歧，但真理越辩越明，学术争鸣是学术发展的助推剂。希望有更多领域的学者参与到出版学科的研究中去，从多学科的视角关注出版学科的发展，共同推动中国特色出版学科建设伟大工程。

构建“出版学术共同体” 建强出版学科

■李 舒（中国传媒大学新闻传播学部副学部长、传播研究院院长）

出版学术共同体是出版行业中的资源、组织、人员等所有要素基于共同价值、利益形成的紧密联系的集合。构建出版学术共同体是推动中国式现代化的需要，是夯实人才队伍基础、立足解决出版实践中的实际问题、建强出版自主学科体系的有效路径和重要保证。

出版学术共同体的内涵。出版学术共同体的内涵可以从三个方面来理解。首先是知识生产的共同体。一方面，出版是社会共同知识生产的共同体，出版业界聚焦人类知识的获取与传承、道德的培养与提升进行知识生产，学界对这种知识生产进行观察思考、评价指导。另一方面，出版是学科专业知识生产的共同体，出版学界基于出版实践进行出版理论的研究与创新，理论的有效性需要在业界的实践中进行验证，实现出版学科的理论知识生产与出版实践辩证统一、互为支撑。其次是人才培养的共同体。一方面是人才培养标准的共同体。出版人才培养的标准包括价值观的塑造等方面，融通出版业学两界、联合各培养机构的共同体，有助于建立具有广泛共识的培养标准，确保出版人才的培养质量。另一方面是人才培养过程的共同体。出版人才的培养需要共同体各要素间通力合作，既可以从出版实践中选取创新性案例丰富教学内容、引入实践人才丰富师资力量，也可以在培养机构之间进行资源共享、特色互通。再次是价值塑造的共同体。一方面是引领社会价值的共同体，有助于让核心价值成为推动社会发展的凝聚力和向心力。另一方面是培育出版职业观的共同体，可以有组织地总结、提炼职业价值观，让出版人在精益求精的匠人精神等激励下，生产出更优秀的精神产品。

构建出版学术共同体的机制探索。构建出版学术共同体，既要从大局上对我国所处社会发展环境有准确的判断，也要把握好出版技术发展与行业发展的规律，同时处理好出版业界实践与学界研究之间的关系，推动共同体要素之间的相互配合与系统集成。

宏观上，强化出版学术共同体的顶层设计。一是搭建出版学术共同体的框架。出版管理部门要制定政策，主动引导和推动出版学术共同体的形成。二是推动行业标准的完善。要从顶层设计上推动制定或动态完善出版全产业链的行业标准等。

中观上，加强业学两界的交流互鉴。一是推动基于出版实践的合作。出版单位应主动与高等院校等开展深度合作，以联合智库等形式，为出版融合发展提供新动能。二是推动基于教育实践的合作。鼓励通过双师课堂、人才培养联盟等多种形式，促进出版教育与出版实践之间的良性互动；推动培养单位之间的资源共享、学科共建，共同提升出版人才的培养质量。

微观上，强化人才的复合性。一是理论与实践的复合性。积极推动业界与学界的双向交流，倡导“双师”型教师，为出版师资队伍建设赋能。二是学科背景的复合性。要特别注重出版、艺术与技术学科背景的交叉，出版与新工科、新医科、新农科学科背景的交叉，出版与国际传播、跨文化传播背景的交叉。

只有出版的自主知识体系、实践体系、人才体系一体化发展，建强出版学科的目标才能真正实现，出版才能在推动文化强国、助力中国式现代化的实现上发挥应有作用。

全媒体·大出版·元理论：新文科理念下的数字出版学科关键词

■胡易容（四川大学文学与新闻学院副院长）

相对于出版行业的快速发展和重大变革，出版学的发展还存在一些问题。首先是出版学科对出版业重大变革发展支持力度不足。其次是出版学科原创性思想和基础理论不足。再次是出版学科在培养多元化复合型人才方面对出版产业支持不足。要从根本解决上述问题，推进出版学科繁荣，助力出版强国建设，当前正面临新契机：一方面是新文科倡导的多学科交融与创新发展；另一方面是出版业本身正在发生重大转型，传统出版理论向数字出版理论发展，亟待创新体系。

新文科与“新出版”。新文科之“新”，既体现在以新思想育新人上，也体现在培育学科主体性上，为进入多元学科生态、向关联学科敞开、助益融合创新提供必要性与可能性。同时，以“数字出版”为引领的“新出版”有亟待解决的矛盾。目前，数字出版专业建设客观上对传统出版行业提供了一个适应数字时代的技术路线，但尚未完全解决由原有出版学科带来的一些基本矛盾。一是“数字出版专业学科归属共识”与“多学科交叉包容”的矛盾；二是数字出版专业建设普遍“技术焦虑”未能完全解决，“专业涵养”和出版专业理想教育、内涵教育发生双重缺失。

出版媒介双重剧变与数字出版3.0的新文科命题。将“数字”“媒介”“人”作为基础要素来分析出版学科的顶层设计结构，真正把握数字出版3.0背后的理论逻辑。

数字出版1.0的关键词是“媒介平移”“符号再现”“时空压缩”。数字出版2.0的关键词是“数据集成”与“符号表征”，出版媒介载体开始跨媒体、多元化平行发展。数字出版3.0的特点是多模态媒介衍生与符号交互演绎，是仍未完成的方向和趋势。综上，数字出版1.0侧重硬件关系，即物（实物）–物（媒介）关系；数字出版2.0侧重软件关系，即符号（原符号）–符号（再生符号）关系；数字出版3.0侧重主体关系，即“人与人”之间的关系。

新文科语境下的数字出版学科。新文科的突出特点就是对综合性、融通性和跨专业的要求。一是以“全媒体”视野激发出版社会服务潜力。各种在线平台和线下的图书、期刊、图书馆、阅读推广、社区建设都将整合在一个更广义的“宏文本数据链”中实现其服务目标。二是围绕“大出版”观重构多元出版主体。“人–人”联结形成新的网络关系，在这种关系下，既有的静态知识内容会在这一新的互动关系下展现出边界的开放性。三是回到“元理论”探索数字出版普遍规律和理论框架。新文科建设需要在文理融通的过程中回到“元理论”。

以数字出版3.0为新起点的出版学科，是以“全媒体”为基础，以阅读服务和符号化知识传播构成的“大出版”为主旨的再出发，是新文科语境下学科发展的新阶段。从学科发展环境来看，媒介是基本载体，而数字时代的出版是传统文科的转型升级、学科融合发展的产物，是数字时代出版学科的底层架构的“元理论”探索。

出版学科人才培养思路

■张久珍（北京大学出版研究院（信息管理系）院长）

2022年4月，中共中央宣传部印发了《关于推动出版深度融合发展的实施意见》，对未来一个时期出版融合发展的目标、方向、路径、措施等作出全面部署，提出明确要求。2022年9月，国务院学位委员会、教育部印发了《研究生教育学科专业目录（2022年）》的通知，“出版（0553）”被单独列出并增列为专业博士学位，说明了国家发展出版学科的决心。2022年10月，党的二十大报告中提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”，为出版工作提出了根本遵循，在加强意识形态建设、推动出版学科高质量发展、传承中华传统优秀文化、推动出版行业数字化建设以及强化人才支撑等方面提供了发展思路。面对时代形势、国家需要、科技进步和人民需求，出版人才培养既刻不容缓又难度倍增。

新时代出版人才培养迫在眉睫，是时代之需、理论之需和产业之需。从时代之需出发，需要直面出版工作正在面临和可能面临的重要战略问题。培养一批立足古今中外时空坐标、放眼未来具有审时度势能力的战略型人才是时代大势所需。从理论之需出发，需要直面理论研究普遍落后于产业发展的现状。培养一批兼具世界格局和跨学科思维能力的专业学术型理论研究人才，是出版学科理论指导出版行业实践的现实所需。从产业之需出发，需要直面当前出版业转型升级过程中对业务精、能力强的应用型人才的大量需求。培养一批具有跨专业知识体系，掌握图像处理、音视频剪辑、数据分析、数字编辑等在内的全媒体编辑业务能力，真正懂技术、有创新意识的应用型人才是产业转型升级的结构之需。

从时代之需、理论之需、产业之需出发培养学术型、应用型和战略型兼备的高层次复合型人才，是新时代出版人才培养的一个思路，更是政产学研用齐心协力共谋出版深度融合发展的共同事业。在全国出版繁荣东风吹起之时，北京大学成立出版研究院，以全国出版高端综合性学术研究单位为建设定位，视“保存、整理、弘扬优秀民族文化为己任，凝聚北京大学出版学术力量，引领行业和学科的发展，以赋能我国‘文化强国’重大战略”为发展使命。从学科发展、行业支撑、服务国家、传承文化四个方面着手：一是推动出版学科发展，形成学科特色，占领制高点；二是服务出版行业产业，提供学历研修、继续教育培训、行业发展报告等；三是支撑国家战略决策，提供内部参考、研究报告等；四是传承弘扬民族文化，加强出版史研究、北大图书馆五四时期文献研究以及对外宣传等。

无论是人才培养的崇高性，还是出版工作对传承民族文化和建设文化强国的责任性，新时代出版人才培养注定是一项伟大而光荣的事业。新时代出版人才培养是我们“共同的事业”，出版工作的明天值得我们共同期待。

出版人才培育培养与出版学科建设的几点思考

■白 冰（接力出版社总编辑）

改革开放以来，特别是党的十八大以来，中国出版产业迅猛发展，出版学科建设和理论建设不断突破，对出版产业的发展和创新起到了推进、引领作用。但是从出版业、出版社来看，在出版人才培育、培养和出版学科建设方面还存在一些问题。

从出版产业的发展困境，看出版人才的需求。一是出版业面临着巨大的发展困境。出版机构数量在上升，而从业人员数量在下降，存在大量人才流失。二是出版人才数量难以满足需求。相对于同类行业最低30%的人才升级换代率，出版专业现有人才培养还不能满足业界发展的需求。三是在职出版专业和非出版专业毕业的学生存在不擅读书、不擅写作的通病，或者说是致命短板。四是出版社亟需的人才类型。首先是既懂图书出版，又懂阅读写作和新媒体运作的新媒体运营人才；其次是既有很好的外语能力，又懂国际版权贸易的版权贸易人才；再次是能够熟练使用互联网新技术进行图书新媒体推广和营销的人才；最后是懂图书、懂新技术的数字出版人才。五是现有出版专业人才继续教育问题。六是产学研脱节的问题。

从复合型人才理念，看出版人才的核心能力。我把复合型出版人才定位为“六懂人才”：懂政治、懂出版、懂读者、懂传播、懂经营、懂管理。在互联网时代的现代出版行业中，杂家已经不单指知识的广博和社会角色的多元，更是指多种能力的叠加，主要包括五大能力。

一是甄别能力和判断能力。优秀的编辑应该有正确的导向意识，严把政治关、价值关、情趣关。要让学生具备甄别能力和判断力，核心的问题是培养学生的社会主义核心价值观，把社会主义核心价值观体现到出版专业的教育中来。

二是发现价值和挖掘价值的能力。编辑的价值在于发现价值和挖掘价值，体现价值和实现价值，这也是价值出版的根本所在。希望出版专业的学生学习一些文学、美学、文艺学知识，少儿图书编辑学习儿童文学、儿童心理学等相关课程。

三是阅读能力和写作能力。要做好编辑工作，必须广泛阅读、深入阅读，做读书人。编辑必须是笔杆子，能够写出高质量的审读报告、策划文案等，这是一个编辑最基本的能力。阅读能力和写作能力，一定要在学校期间打好基础。

四是策划能力和营销能力。不管是在传统出版时代，还是在多媒体融合发展的现代出版时代，想要体现一个作家和一本书的影响力，营销能力非常重要。尤其在当下，新媒体带来新的营销平台，作为复合型人才，不仅要懂传统媒体，还要了解新媒体。建议高校出版专业要让学生学习市场学、营销学等相关知识。

五是运用两个资源、两个市场的能力。做好出版工作，要用好国内国外两个资源，做好国内国外两个市场，建议出版专业的学生要有一定的课时研究国外出版理论、出版历史和出版现状，并和国外出版专业有一定的学术交流和访学研究项目的合作。

从产学研的优势集成，看建强出版学科的路径和方向。一是希望更多的高校设立出版专业和出版研究院，成为出版产业行业发展的智库和人才培养基地。二是开设选修课主副兼修，以“出版+X”或双学历方式的跨学科培养出版专业人才。三是产学研共谋共建，共同提升和发展。四是加强与国外高等院校的出版专业和研究机构的合作。