



■本期关注:学术出版国际传播能力建设研讨会

学术出版提升国际传播效能从何处着力

□本报记者 范燕莹

讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。近日,在由中国新闻出版传媒集团主办的学术出版国际传播能力建设研讨会上,来自中国人民大学出版社、清华大学出版社、科学出版社、《中国科学》杂志社、北京科爱森蓝文化传播有限公司、北京外国语大学等单位的出版业界、学界人士就中国学术出版如何增强国际传播能力展开深入研讨。

精品化: 加强对外出版 选题建设

习近平总书记在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”,“加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”。今年10月,习近平总书记对宣传思想工作作出重要指示,明确提出“七个着力”,其中“着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴,充分激发全民族文化创新创造活力”等重要论述,为广大出版人做好出版走出去工作提供了方向指南和根本遵循。

学术出版走出去在一定程度上反映了中国学术界在自然科学和人文学术研究上取得的成就,是提升国家学术话语权的重要手段。“学术话语权实际上是衡量我国综合国力和文化软实力的重要尺度。”中国人民大学出版社董事长李永强表示,从这个角度来说,学术出版走出去对于加强和改进国际传播工作具有非常重要的作用。

北京外国语大学国际新闻与传播学院教授、国际出版传媒研究中心主任何明星说道:“在内容方面,我们有非常健全的出版许可制度、三审三校制度,正是因为有这样好的出版制度,我们的图书出版从来没有远离知识与文化传承这个阵地。对于中国学术出版走出去需要做什么、不需要做什么,出版人要有清醒的判断。”

“学术出版是学术研究成果的基本载体和实践方式,也是文化积累、文化传播、文化创新的核心和灵魂,高端学术出版对于知识创新的推动作用不可忽视。”李永强谈道,“在内容方面,要围绕国家发展战略去加强国际出版的选题策划。具体来说,我们要以国际社会关注的重大问题、热点问题为导向,以中国观点回应世界目光,国际出版选题策划要聚焦体现中国智慧,用中国理论阐述中国道路,讲好中国共产党治国理政的故事,中国人民奋斗圆梦的故事,中国坚持和平发展共赢的故事,让世界更好地了解中国。学术出版要以原创性和主体性的学术观点和方法来体现中国当代的学术研究水平,要以客观数据为基础,以学理论政为依托,为开展国际传播工作提供学理支撑,用理论来解构中国实践和中国道路,提升中国道路的影响力。”

围绕科技学术期刊传播力的现状、挑战、思考等内容,《中国科学》杂志社学术总监任胜利谈道,近些年,国家对于科技学术期刊走出去方面非常重视,也取得了一些成绩,但我们仍然缺乏在国际上有高度学术影响力的一流科技期刊。国内期刊的规模或者承载力、影响力、学术声誉等方面,与国家的经济、科技发展不相匹配,因此,我们要坚持不懈走学术期刊精品化高质量发展之路。



来自业界、学界的专家学者现场进行深入研讨。

集群化:加强国际学术出版平台建设

“关于集群化,我们出版社自己讲了很多年,但是效果不尽如人意。中国这么大的成果产出,这么大的市场,但是我们在集群化方面做得还不够,靠任何一两家单打独斗,在国际上很难形成比较强大的平台。”“在走出去过程中,并不是我们投钱不够,这里最大的问题是集约度不够,投入的资源分散,没有形成合力。”研讨会上,与会嘉宾就“集群化”“平台化”这一主题展开深入探讨。

李永强展开谈道,出版社的社会效益考核,走出去是其中一项,所以各大出版社都需要有走出去的图书,每家出版社都需要办活动,希望在海外有影响力,但并不是每家社都有这样的能力和实力支撑做这个工作,因此要要加强合作、建立平台,提升走出去效能和效果。

在加强国际平台建设方面,2017年8月,在中宣部、原国家新闻出版广电总局、教育部的支持下,中国人民大学出版社发起成立了“一带一路”学术出版联盟。2019年,该出版联盟更名为“一带一路”共建国家出版合作体。日前,中国人民大学出版社为深入贯彻落实习近平主席在第