

观点速览

以法治之力
涵养书香中国

《全民阅读促进条例》（以下简称《条例》）日前公布，将于2026年2月1日施行，为书香中国建设注入了持久动能。

政策法规日渐完善，为书香社会建设提供有力保障。在相关政策体系和法律法规的保障下，书香社会建设不断走向深入。此次《条例》的公布标志着立法工作稳步推进，为深化全民阅读提供了有力法治保障。

要让纸面上的条款转化为现实中的书香，还需要多方协同发力。政府部门需细化配套政策，将阅读设施建设纳入城乡规划；加大财政支持力度，将阅读经费纳入财政预算，确保各项保障措施落地生根。新闻出版单位要聚焦优质内容供给，推出更多反映时代精神、传承中华文化的精品力作。学校、家庭、社会要形成合力，培养青少年阅读习惯，让读书成为一种生活方式、一种精神自觉。

《条例》以法治之笔为这份精神密码写下了新时代的注册，为实现中华民族伟大复兴提供源源不断的智力支持和文化滋养。

（12月18日 人民网 暖山）

抵制“网络烂梗”
净化青少年成长语言环境

“你扶琵琶奏琴弦，我坐戏子楼台前”。据媒体调查，此类无厘头的“网络烂梗”，如今在中小学校园颇为流行。这些看似诙谐的“烂梗”进入校园后，便成为一种话语言媒介。不会说这些话，就显得与其他同学格格不入，这也是此类表达在学生中快速传播的原因。

在网络这片虚拟空间，尊重创新、包容多元是保持其活力所必需的，但面对心智尚未成熟的孩子，监管应当更加审慎。部分“烂梗”看似俏皮，却是对规范语言的污染，更在深层次上暗藏娱乐至死、解构一切的倾向。与之伴随的消解正面价值的风险，对正处于三观形成关键期的青少年而言，是一种必须警惕的文化侵蚀。

整治校园“烂梗”乱象，需要家庭、学校等各方面协同发力。家庭作为第一课堂，家长应率先垂范，自觉规范自身网络言行，在日常交流中引导孩子感受优美、规范的语言之美。学校应主动作为，将网络素养教育纳入日常，正面引导学生的语言审美与价值判断。

（12月12日 光明网 光明网评论员）

传统建筑类图书出版的转型探究

□李新文

中国传统建筑是与欧洲建筑、伊斯兰建筑并驾齐驱的世界三大建筑体系之一，是中国传统文化与技术、物质与精神的统一体。在文化自信日益高涨的今天，出版界作为连接传统文化与现代读者的桥梁，肩负着解码传统建筑智慧、赓续民族文脉的重大使命。

审视当下传统建筑类图书的出版现状，虽然相关的出版成果在数量上十分丰硕，但面对数字化浪潮的冲击与读者审美需求的不断迭代，出版单位需从内容策划、表现形态到营销传播予以全方位提升，才能在激烈的市场竞争中确立自身的价值坐标。

传统建筑类图书出版存在的短板

市场营销方式单一。一本优质图书若想迅速被大众知晓并购买，离不开有效的营销策略。然而，就传统建筑类图书而言，由于其内容专业性强，当前该领域的图书营销仍显得较为薄弱。纵观现有传统建筑类图书的营销格局，新华书店的市场份额和销售影响力已不如以往，其他新兴渠道则尚待拓展。与此同时，专业书店的发展呈两极分化趋势：除少数由中国建筑工业出版社统一管理的小书店具备相对成熟的经营体系之外，多数书店在营销策略上仍显薄弱。网络营销方面，平台受市场导向对传统建筑类图书营销资源明显偏少，导致市场盈利不足，市场盈利不足又制约了传统建筑类图书的营销。

新技术带来巨大挑战。进入大数据时代，摆在传统出版行业面前最棘手的问题，是如何跨越“技术应用”与“人才建设”这两道高墙。以实际业务为例，要实现对相关出版数据的精准挖掘和深度开发，出版单位需要具备处理PB级数据的能力，熟练掌握MapReduce、数据仓库等技术手段，这对行业提出了很高的技术门槛和人才队伍的建设要求。然而，传统出版行业对相关数据缺乏深度分析的原创工具，技术引进后能否及时维护与更新仍有疑虑。另外，由于行业属性的限制，传统出版行业难以构建一支专业的IT人才团队，技术手段的滞后与

专业人才储备的不足，使得相关出版单位在拥抱新技术时力不从心，面临着转型压力。

传统建筑类图书出版遇到的机遇

2025年7月召开的中央城市工作会议强调要“完善历史文化保护传承体系，完善城市风貌管理制度，保护城市独特的历史文脉”。我国具有特色鲜明、类型丰富、数量众多的城乡历史文化遗产保护体系，截至2024年全国现有历史文化名城142座、历史文化名镇312个、历史文化名村487个、中国传统村落8155个，划定历史文化街区1200多片，认定历史建筑6.72万处。

出版传统建筑类图书是保护好传统街区、古建筑的一种重要方式。推广面向大众的传统建筑文化类图书，借助散文、随笔或摄影图录等形式可以生动展示丰富多彩的建筑文化内涵。这既能缓解建筑理论常给人带来的枯燥与距离感，也能激发公众对传统建筑领域的兴趣，扛起保护传承历史文脉的责任。

传统建筑类图书选题策划扩容路径

选题策划要凸显特色。

一是要点上突破——以特色选题为引领开拓。通过充分的调研、甄选、运作，在市场上播下火种。选题策划要求编辑具备敏锐的洞察力，在精准把握当下热点的同时，跳出千篇一律的窠臼，深度提炼产品的差异化价值。以策划“福建传统建筑系列丛书”为例，经过多维度的市场调研与资源评估，在与行业专家充分论证的基础之上，福建科学技术出版社发现在福建省内，福州的传统建筑具有很强的地域代表性，相关资源十分丰富，但市场上缺乏系统解读当地传统建筑的专业著作，于是积极行动、扎实推进，确立以福州传统建筑为突破点开展相关工作，顺利完成首卷《福清传统建筑》的出版，取得了良好的社会效益与经济效益。

二是要线上推进——以特色内容为

线索串联。《福清传统建筑》的出版，验证了地域建筑选题的可行性与市场潜力。福建科技社将单品经验复制到系列丛书的产品线上，策划“福建传统建筑系列丛书”。丛书的策划、编撰采取了以区域为单位、以福建省地域性传统建筑为研究对象的模式展开，分册包括《尤溪传统建筑》《南靖传统建筑》《屏南传统建筑》等56卷。

图书质量是核心竞争力。内容为王是图书成功的基础，同时还要深耕差异化特色，以创新性与独特性抢市场。在策划出版传统建筑图书时，依托丛书积累的品牌口碑，突破单一维度的产品线局限，梳理蕴藏在传统建筑背后的特色营造技艺与历史文化价值。

一是推出高端精品图册，充分发挥高清影像与图书装帧艺术吸引力，激发读者的审美与收藏需求。

二是深耕学术领域，出版传统建筑保护、营造法式解析的专业著作，将科学与艺术有机融合，打造权威的专业文献。

三是开发相关的大众普及读物，将严谨科学的专业术语转化为有温度的文字，让专业知识下沉进入大众读者、青少年读者等读者群体。

四是实施融合出版战略，在内容与载体双重维度上实现优化升级。

上述四个方面齐头并进，有助于构建起涵盖人文与科学、技艺与保护、学术与科普的全景式建筑类产品矩阵。这是一个各阶段环环相扣、相关图书主旨与内容不断提升，继而往全面覆盖、纵深发展的过程。

多方协调做好市场营销。传统建筑图书编辑过程中，不同团队编辑风格不一，需要做好统筹协调。出版工作启动后，要积极构建立体式的宣传推广体系，例如，抓住当地重大庆典等营销活动点推广图书，将图书出版成果与地方建设发展深度结合；在舆论报道上向专业借力，邀请主管部门与行业权威、主流媒体开展深度访谈，树立起专业、优质的舆论口碑；在国际传播上向外拓展，向国际社会展示中国传统建筑的独特魅力。除上述活动外，还通过各类外延的专家交流、网络推文、阅读分

享会等方式有效传播推广，获得较好的社会反响。

提升自我应对新技术挑战

面对大数据时代的浪潮，传统建筑类图书的出版必须跳出单一纸质载体的范畴，积极向数字化、智能化的知识服务转型，将优质的内容视为核心，充分利用大数据分析、人工智能等技术手段，助力该领域找到新的增长极。

例如，出版单位可基于自身特点，依托已有产品线所积累的海量专业素材和高清影像，构建传统建筑知识数据库，将各类成体系乃至碎片化的建筑构件、营造技艺与文字内容进行结构化梳理，为内容生产提供合适的“数据养料”。

又如，在内容生产全流程善用大数据分析及人工智能手段：精准描绘用户画像，指导选题方向与营销策略；将厚重的专业内容轻量化、碎片化，并结合热点时机在互联网进行裂变式传播；借助相关手段恢复残损建筑的数字原貌，配合AR/VR技术，提升读者对传统建筑文化的体验感。

再如，出版单位要积极寻求跨界融合机会，可主动嵌入文旅产业链，与文博、旅游等行业紧密合作，开发智能导览产品，推荐相关的文化旅游点等，形成从“线上种草”到“线下拔草”的引流机制。

在新技术的加持下，传统建筑图书将不再是单一的纸质信息载体，而成为一个提供连接虚拟与现实、历史与当下的内容入口，将建筑文化的传播场景从书房延伸至更广阔的地域，释放蕴含其间的深层文化价值。

传统建筑类图书的核心追求，在于将建筑置于宏观的文化视角，融合人文、历史与艺术等丰富要素，对其进行全方位的赏析与评价。编撰出版传统建筑类图书，对于更好地保护中华传统建筑、保持中华优秀传统文化鲜活的生命力、延续和发展中华文明、增强民族凝聚力和文化认同感以及爱国主义情感而言，都具有非常重要的意义。

（作者单位：福建科学技术出版社）

海外庄学研究的新路径：概念解构与思想对话

□张磊



这一点，始终保持警惕。庄锦章始终坚持把庄、儒当作同一思想语境里的参与者来看待，认为两者共同分享着“乱世安身”这个时代议题，从而构建起完整的先秦思想光谱。这样的定位从方法论的角度成功打破了“避世与入世”这种二元对立的叙事模式。

核心范畴的辨析与理论深化

庄锦章对庄、儒核心概念的深度解构与重构，清晰阐释了庄子思想的学理逻辑，且每一处的范畴辨析，都能给打破认知和社会局限提供重要支撑，以此紧扣庄、儒“差异互补而非对立”的思想特质。庄锦章指出，在儒家语境下，“天”是道德意志的终极源头，是人性善的形上依据。荀子虽将其界定为自然规律，但仍然坚持“制天命而用之”的干预态度，从而使其具有规范性内涵。庄子的“天”则被还原成“非规范性自然本然”，就像“牛马四足，是谓天”那样把道德附加尽数剥离。这种描述性的自然观，为“乘天地之正”奠定了存在论基础。可以看到，庄、儒二者的差异，不是“反人类与重人伦”的对立，而是在

庄学研究中长期存在“道家避世与儒家入世”的二元对立认知定式，以及将庄子标签化为“消极避世隐士”的固化偏见，而概念史与批判理论的跨文化融合，为破解这一学术困境提供了新的可能。新加坡知名学者庄锦章教授，以逆向回应荀子“庄子蔽于天而不知人”这一经典论断为逻辑起点，依托概念史和批判理论的跨文化分析框架，系统重构庄、儒思想对话脉络，通过对“天”“情”“物化”等核心范畴的语义追踪与原典细读，修正了庄学研究中对核心概念只作简化阐释的某些倾向，激活了庄子思想批判精神与多元价值理念的当代生命力，为传统中国哲学研究树立了具有借鉴意义的学术前沿。

庄学认知范式的解构与重构

在庄学研究领域，跨文化视角下的概念解构，带来了颇具启发意义的学术突破，有效消解了“将庄子等同于消极避世隐士”的固化偏见。经由《庄子》原典的深度释读，庄学思想中久被遮蔽的核心得以彰显。这一核心贯通认知、社会、个体等三个维度，构成了对人为局限的系统性反思。长期以来，学界和大众对庄子的误读，常将其“终身不仕”了解为对社会事务的消极疏离，把“齐物”“逍遥”单纯理解为没有根基的精神空想。然借重文本细读，庄锦章明确指出，庄子的“不仕”选择，本质上是对某种权力异化的主动规避；其思想的核心也并非消极遁世，而是坚守个体本真的存在以及多元的价值秩序，进而凸显了庄子作为“精神逍遥者”的思想特质。庄子思想里的这一核心内容，具有鲜明的实践内涵。在认知层面，“成心”这一范畴的提出，打破了二元对立的思维定式，并确立起“虚而待物”这一开放性的认知准则；在社会层面，“物化”“齐物”等理念，解构了儒家礼教所构建的等级秩序，并对“人禽之辨”“君臣之别”之类预设做出了根本质疑；在个体层面，庄子所倡导的“真”，在回归自然本真状态的意义

上，批判了礼仪规范对人性的矫饰与扭曲。不同于将庄学仅限制在个体精神领域的传统研究路径，庄锦章把理论视域拓展到了社会结构和价值观念等层面，力图论证庄子的反思，既针对个体内在的局限，更直接指向等级秩序、单一价值标准这类社会约束机制，从而使庄学的现实意义得到充分展现。

跨文化方法论的建构与适配

上述认知推进的达成，关键在于作者审慎有效的方法论建构。庄锦章并未生硬地套用西方学术理论，而是达成了研究方法的跨文化适配与融合，这为挖掘庄子思想的核心意涵，提供了重要的支撑，也构成其核心学术价值。首先，在概念史跨文化融合层面，庄锦章聚焦“天”“成心”“情”“物化”“真”等五大核心概念，全面、系统地追踪了它们在庄、儒文本当中的语义流变情况，摒弃了那种标签化的解读方式。通过对比儒家“规范性之天”与庄子“描述性之天”的差异，厘清了“天”的非道德性内涵，为解构等级秩序奠定了基础。而借助约翰·塞尔“制度性事实”理论，庄锦章将“情”重构为社会建构的规范产物，矫正了“无情即否定情感”的错误理解。这类辨析不但立足于原典，还防止了“以西释中”的片面性。其次，在《庄子》内篇、外篇与杂篇的学术争议背景下，庄锦章运用了辩证的整合立场，一方面认可内篇作为庄子核心思想载体的地位，另一方面着重指出外篇与杂篇和内篇具有“家族相似性”，例如外篇《秋水》阐释“大小之辩”拓展了内篇《齐物论》的思想，杂篇《渔父》解读“真”回应了内篇《大宗师》的“真人”形象。这一策略在避免思想碎片化的同时，完整地勾勒出庄子循道以破执的反思脉络。再者，适度融入批判理论，将庄、儒之争置于战国等级社会语境之下，从而揭示出庄子反思背后的社会关怀。需要注意的是，这种关怀并非全盘否定社会秩序，也并非否定秩序本身，而是对秩序可能固化为压抑人性的束缚