

我国出版业知识助农： 源流、动力与路径拓展

◎ 于春生 王于鑫

摘要：新中国“三农”发展尤其是反贫困的历史进程中，出版业的知识助农实践发挥着重要作用。马克思主义反贫困思想的中国化、中国传统扶危济贫理念的历史接续、公民“知化权力”的现代性融入，构成其思想源流。政策规制力、公益感召力、经济驱动力和技术支持力促其不断发展。乡村振兴背景下，出版业知识助农仍需进一步拓展路径：结合乡村振兴，提升阅读服务水平；强化精准出版，重视供需双向互动；基于农家书屋，建构多元协同体系；提高市场参与比重，确保可持续发展。

关键词：知识助农 脱贫攻坚 乡村振兴

中图分类号：G231

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2021.09.004

农为邦本，本固邦宁。随着脱贫攻坚取得决定性胜利，我国“三农”工作进入全面推进乡村振兴的历史阶段。在此进程中，知识助农的重要价值已经得到确认，并将进一步凸显。“知识贫困”理论认为，知识获取、吸收和交流能力低下，是“继收入贫困、人类贫困（如健康差、预期寿命短等）更为严重的、通常被人们忽略的第三种贫困”^[1]，因为“贫困根本的原因在于贫困人口能力的缺乏，而知识能力则是发展能力中至关重要的能力”。^[2]因而，解决主要分布在农村地区的贫困问题，关键在于提升农民群体的知识技能水平，并消除知识贫困导致的“贫困文化”。^[3]体现在我国精准扶贫实践中，即以“志智双扶”增强被帮扶对象的内生动力，变外在“输血”为内在“造血”，以人为中心不断提高贫困人口素质，形成其内生脱贫的能力。^[4]在乡村振兴阶段，尤其是在战胜绝

对贫困后的“5年过渡期内，要保持主要帮扶政策总体稳定，巩固脱贫攻坚成果”^[5]，“关键在于激发内生活力，增强内生发展动力，提升内生发展能力”^[6]，知识助农，普及科学知识，提升农民技能与文化素养仍是长期之策。

知识助农范畴中，出版的作用不可忽视。出版物作为知识生产、传播和精神塑造的重要载体，其丰富的内容供给为助农实践提供着基本的资源保障；我国出版业具有鲜明的宣传阵地属性，对国家重大战略实施发挥着重要的舆论动员和汇智聚力作用；“公益精神乃是出版业的本原”^[7]，我国出版机构面向弱势群体提供公益帮扶，有着较强的承担社会责任的主动性。因而，既往的脱贫攻坚历程中，出版业成绩卓著，“在扶志、扶智、扶制、扶质方面都发挥了显著的作用”^[8]。值此“巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接”^[9]的时间节点，回溯出版业知识

[1] 胡鞍钢. 知识与发展世纪新追赶战略[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001: 221.

[2] 刘尧. 农村知识贫困与农村高等教育[J]. 清华大学教育研究, 2002(5): 51.

[3] 徐斐. 精准扶贫视角下高校图书馆知识扶贫研究[J]. 河北科技图苑, 2018(5): 8.

[4] 朱列. 新中国成立70年来中国共产党扶贫思想的历史回顾、经验和启示[J]. 四川社会主义学院学报, 2020(2): 87-88.

[5] 黄俊毅. “三农”工作重心的历史性转移——2021年中央一号文件述评之一[N]. 经济日报, 2021-02-24(1).

[6] 魏后凯. “三农”工作重心的历史性转移——以更大力度推动乡村振兴[N]. 人民日报, 2021-01-20(7).

[7] 聂震宁. 论作为出版价值实现的公益精神[J]. 出版广角, 2021(2): 6.

[8] 杨海平, 张冰越. 知识服务: 出版业助力脱贫攻坚新探索[J]. 中国出版, 2021(1): 17.

[9] 仰义方. 巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接[N]. 中国社会科学报, 2021-04-22(01).

助农的思想源流和动力机制,以探寻其进一步发挥功用的未来路径,有着迫切而深远的现实意义。

一、我国知识助农的思想源流

农业是国民经济的基础,而我国社会发展“最艰巨最繁重的任务在农村特别是在贫困地区”^[10]。因而在新中国成立至2020年脱贫攻坚任务完成之前,知识助农的重心即在于知识扶贫,也即以知识生产与传播消除贫困产生的根源,扶助农民脱贫致富。思想是行动的先导。新中国长期的知识助农实践,有着多元汇聚的思想源流。其中,以马克思主义反贫困思想为主源,经中国化发展而成为颇具特色的精神扶贫思想;以优秀传统文化中扶危济困、教养兼施的理念为根脉,衍生出多样化的慈善义举与助农策略;而现代公民权力理念的接续,则从“知化权力”的角度丰富了知识助农的内涵。

(一) 马克思主义反贫困思想的中国化

马克思主义反贫困思想中蕴含着知识助农的基本内核,即人的自由而全面的发展。在《资本论》中,马克思剖析资本主义的生产方式,“在一极是财富的积累,同时在另一极……是贫困、劳动折磨、受奴役、无知、粗野和道德堕落的积累”^[11],指出社会制度参与生产了知识贫困。在不平等的社会关系中,劳动造成贫困程度的加深,工人通过劳动难以实现自由而全面的发展,反而成为知识贫困的“局部的人”,“人为地造成了智力的荒废”。^[12]而要改变这种状况,就要建立公有制,发展社会生产力,“为一个更高级的、以每一个个人的全面而自由的发展为基本原则的社会形式建立现实基础”^[13]。在此基础上,需要大力发展智育、体育等,建设良好的教育设施和环境,“不仅是提高社会生产的一种方法,而且是造就全面发展的人的唯一方法”^[14]。由此,马克思的反贫困思想不仅阐述了知识贫困的客观存在和制度性根源,而且提出了部分解决方案,为知识扶贫、助农实践奠定了思想基础。

马克思主义指导下的新中国建设事业,在历史演进

中贯彻和发展着以人为本的知识助农思想。毛泽东等历代党和国家领导人,在论述国家发展和反贫困问题时,提出要实现共同富裕,提高人民的文化生活水平,使教育者在德育、智育、体育几方面都得到发展,发挥人民和基层的积极性、能动性、创造性,将“他扶”与“自扶”、扶贫与扶智有机结合,逐步完善着我国知识助农的指导思想。尤其是十九大以来,习近平总书记提出精神扶贫相关论断,强调要把“提高人们的思想道德水平和科学文化素质作为一项战略目标予以重视”^[15],“扶贫必先治愚”^[16],“贫穷并不可怕,怕的是智力不足、头脑空空,怕的是知识匮乏、精神委顿”^[17]。这些论断明确了知识助农的价值,指引着脱贫攻坚的方向。更进一步,习近平总书记强调“授人以鱼,不如授人以渔……让贫困地区的孩子们接受良好教育,是扶贫开发的重要任务,也是阻断贫困代际传递的重要途径”^[18],指出了知识助农的重要路径,并凸显其对于减贫长效机制建设和质量提升的重要意义。

(二) 中国传统扶危济贫理念的历史接续

中华民族有悠久而丰富的扶危济贫文化传统与伦理美德。墨家的兼爱思想,佛教的慈悲观念,道家的“赏善罚恶,善恶报应”道德理念,以及法家注重仓储备荒救济的观点,虽表述不同而义理相近,均蕴涵着乐善好施、福利济民、救人济世的人道主义思想。尤其是儒家的民本、仁爱思想和天下大同的社会理想,千百年来深入人心,生发为扶危济困的精神动力,构建了尊老爱幼、互帮互助的公序良俗,推动民间慈善救助事业的发展。“我国历史上扶危救困,改善民生建设小康社会都是中国传统文化的内在追求”^[19],优秀传统文化构成知识助农的文化根脉。

传统文化中知识助农的意涵主要体现在“教养兼施”的慈善救助理念中。“养”指养济,即保障被救助者基本的生活生存所需;“教”指教化,即对被救助者进行能力培训、思想教育与行为改造。“教养”源出儒家文化提出的社会治理方法,后世逐渐发展为慈善救助理念。早期的

[10] 习近平.在全国脱贫攻坚总结表彰大会上的讲话[J].共产党员,2021(6):4.

[11][12][13][14] 马克思.资本论(第1卷)[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,译.北京:人民出版社,2004:734-735,460,683,557.

[15][16] 习近平.摆脱贫困[M].福州:福建人民出版社,2014:149,138.

[17][18] 中共中央文献研究室.习近平扶贫论述摘编[G].北京:中央文献出版社,2018:137,134.

[19] 黄承伟.论习近平新时代中国特色社会主义思想扶贫思想[J].南京农业大学学报(社会科学版),2018(3):12.

慈善救助重“养”而轻“教”，晚清以降“‘教养兼施’的理念已经十分明显”^[20]，以知识助农扶贫的意涵日益凸显。如清道光年间官员裕谦设立的恤孤局，在保障孤儿基本生活基础上，因材施教地教授他们知识工艺，使聪颖者读书识字，平庸者学习纺花、织布、结网、打草鞋。^[21]官员应宝时于同治年间创办上海抚教局，也采用“教养兼施”的办法。他认为“养为目前计，教为终身计”，只有“抚养而兼教习”才能达到救济孤儿标本兼治的目的。^[22]民国时期的救济院也深受“教养兼施”理念的影响，不仅暂时解决被救助者的生活问题，还传授文化知识和职业技能，以养成其自立精神和谋生能力。^[23]而此后从晏阳初开展的平民教育运动、陶行知开展的乡村教育实践，到梁漱溟发起的乡村建设运动，都极为重视农村教育，主张对农民教习识字、培养技能，以知识提升改变农民的贫穷状况。其中仍然承续着“教化”的文化传统，并蕴含着扶智、扶志的维度，为知识助农、减贫扶贫积淀着文化基础与历史厚度。

（三）公民“知化权力”的现代性融入

以印度学者阿马蒂亚·森（Amartya Sen）提出的“能力贫困理论”看来，贫困不仅是收入低下，更是可行能力的剥夺和机会的丧失，而扶贫就是对贫困者应有的能力与机会提供保障。^[24]习近平总书记强调：“我们的方向就是让每个人获得发展自我和奉献社会的机会……保证人民平等参与、平等发展的权利，维护社会公平正义。”^[25]这就将我国的减贫助农事业纳入了现代社会对公民基本权力保障的范畴之中，因为公民个人对合法权利的行使能力，即为权力之一种。这正如一些学者所论，贫困问题归根结底是权力问题，从本质上说是资源配置能力的弱乏。^[26]由此，我国知识助农的思想，融入了现代社会“知化权力”

的理论内涵。

所谓“知化权力”，概指当前知识与产权、资本、利益、技术紧密结合，客观上导致的知识的权力化。^[27]随着知识社会的形成，“人类行为是以知识为基础的……权力已经时常以知识方面的优势为基础，而不仅仅是以体力为基础了”^[28]。因而资源配置更多取决于文化素养和科技水平等知识因素，贫困主要表现为“特定地区和人群在社会物质财富、精神财富和制度文明的生产和创造过程中的缺位或能力不足，又是指特定地区和人群在社会权利体系中分享成果的机会较少”^[29]。知识助农的重要价值，即在于通过知识生产与供给补足贫困人口“知化权力”的缺损，从而培育其内生力量，增强权利生产能力，并保障其权力享用的机会，共享社会发展成果。以“知化权力”角度来看，知识助农超越了普通的经济帮扶，与我国以人为本、以人的全面发展为旨归的社会发展理念高度契合。

二、出版业知识助农的动力机制

在多源流构成的思想场域作用下，我国出版业深度参与知识助农，在不同的历史阶段策应着不同的现实需求。1949—1978年新中国建设初期，广大农村普遍处于贫困状态，农民文盲率极高，文化知识水平严重落后于全民参与国家建设的需要。为此国家实施了一系列农村文化重建、农民业余教育活动，如全国性的扫盲运动等，其中即蕴含着丰富的知识助农内容。出版业重点配合政治宣传和农民教育任务，组织出版、配送了大量识字课本、政策宣传资料和农民读物。尤其是原中央人民政府出版总署、文化部等推动建设的农村图书室，至1958年最高峰时建成约20万个。^[30]1978—2005年间，改革开放激发了农村活力，科教兴国理念深入人心，社会物质财富快

[20][22] 王同灿. 浅析“教养兼施”与中国传统慈善事业[J]. 黑龙江史志, 2014(3): 24.

[21] 裕谦. 裕忠节公遗书(卷四)[M]. 台北: 台湾文海出版社, 1969: 353-357.

[23] 向德平, 刘欣. 溯源与发展: 新时代中国精神扶贫思想研究[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2020(1): 9.

[24] 阿马蒂亚·森. 以自由看待发展[M]. 任颐、于真, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2002: 62.

[25] 习近平. 在中法建交五十周年纪念大会上的讲话[N]. 人民日报, 2014-03-29: (002).

[26] 盛德荣, 何华征. 论大数据时代的扶贫开发与权力生产[J]. 现代经济探讨, 2018(9): 8-18.

[27] 郭晓君, 等. 知识经济学[M]. 北京: 中国物价出版社, 2003: 29.

[28] 尼科·斯特尔. 知识社会[M]. 殷晓蓉, 译. 上海: 上海译文出版社, 1998: 13.

[29] 盛德荣. 试论精准扶贫中的出版策应[J]. 湖南大众传媒职业技术学院学报, 2020(1): 50.

[30] 魏玉山. 新中国农民阅读史(1949—1966)[J]. 新阅读, 2020(3): 40.

速增长,但仍有大量农村处于贫困状态,农民科技文化素质处于较低水平。国家扶贫政策强调从文教方面改变贫困地区面貌,实施“燎原计划”重点发展农村职业教育,实施“国家贫困地区义务教育工程”扫除青壮年文盲,“万村书库”“报刊下乡”以及文化、科技、卫生“三下乡”等项目也先后启动。出版业一方面为贫困农村地区普及义务教育、发展职业教育提供大量教材、教辅支持,一方面为农业发展科技化和农村公共文化基础建设提供丰富多彩的内容支持。2005—2020年间,随着我国经济社会的快速发展,物质性贫困比重日益降低,知识助农逐渐超越从属于经济扶贫的救济开发属性,而转向公共服务供给。新农村建设政策要求构建包括农家书屋、综合文化站、文化信息资源共享服务点在内的公共文化服务体系,出版业也以知识助农实践嵌入其中,成为农村公共文化服务的重要组成部分。原新闻出版总署具体实施的农家书屋工程,以60万个布点覆盖全国所有行政村,惠及7亿农民,填平着“知识鸿沟”,“其本质是一次全国性的知识扶贫”^[31]。与此同时,适应“互联网+”时代教育信息化要求,出版业不断强化网络出版、数字出版等最新技术成果应用,帮助农村地区学生获得平等均衡的优质教育资源。

简要回溯我国出版业数十年的知识助农实践,可见其始终沿着由政府主导的发展方向,在由经济、教育、文化等多部门共置的扶贫助农体系框架内前进,而在不同的历史阶段,又有角度转换和重点偏移。其中内蕴的动力机制,指向未来的发展路径。

(一) 政策规制力

我国的政治制度设计,决定了政策对出版业知识助农实践有着强大的指引和约束力量。由于农村贫困成因的复杂性和对之理解的逐步深入,助农扶贫政策主体不断多元化,且内容不断变迁。不仅原国务院扶贫办、文化部、教育部、新闻出版署发布知识助农相关政策,农业农村部、科技部、卫生部、人力资源社会保障部等部门所发扶贫政策,也常与知识助农相关。2014年中办、国办印发《关

于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见》,提出“构建政府、市场、社会协同推进的大扶贫开发格局,在全国范围内整合配置扶贫开发资源,形成扶贫开发合力”。出版单位兼有事业、企业双重属性,加之社会功能多样,在多主体政策规制下发挥多种助农效用,诸如图书产品售卖、捐赠,生产内容以进行宣传动员、科普娱乐,以及提供公共文化服务等。助农行为与扶贫政策的耦合程度,决定出版业在此领域中的价值实现情况。虽然扶贫政策必然处于不断的演化之中,但政策变迁又具有路径依赖性。^[32]厘清既往政策的历史脉络,结合农村发展、农民需求的新变化,有益于出版业正确抉择未来的知识助农路径。

(二) 公益感召力

我国出版业具有突出的公益性特征。从宋代宣传“诸恶莫作、众善奉行”的劝善书,到抗日救亡时期宣示“竭诚为读者服务”的生活书店,不重赢利而践行社会责任的公益性出版源远流长。尤其是新中国成立后的1949—1978年间,由于出版组织的国营化、出版方针的公益化、出版本体的工具化,出版业整体上处于准公益化阶段,出版是公益性产业逐渐成为社会共识。^[33]出版业是“革命的宣传教育工具”,“为人民大众的利益服务是人民出版事业的基本方针”^[34]，“为了一定的政治利益,牺牲我们的营业利益也是应该的”^[35]。1978年后,出版业商业化有所发展,多数出版社改企改制为经营性出版单位,但仍保有部分的公益性出版单位,并“强调所有出版单位都要重视社会效益,有社会效益就有公益性”^[36]。公益性成为一种精神,已经深深地融入我国出版业的血脉之中。

在国家扶贫攻坚战略指引下,面向“知化权力”缺失的农村贫困人口,出版业开展了内涵丰富、形式多样的公益行动。例如,高等教育出版社向对口帮扶地区援建希望小学、技能培训基地,捐赠图书、教研设备、学习用品,设立奖学金爱心助学;人民教育出版社对口帮扶云南省宾川县,派驻挂职干部,组织教育名家讲坛,免费开展职业教育,推行“书香校园”“英语清零计划”等教育革事实

[31] 蔡骥,杨洋.农家书屋与知识扶贫——以湖南农家书屋为例进行分析[J].湖南师范大学社会科学学报,2014(6):154.

[32] 陈建.我国文化扶贫政策的历史变迁与未来走向[J].图书馆论坛,2020(6):66.

[33] 王鹏飞.新中国公益出版的历史、现状与思考[J].中国出版史研究,2018(4):8-11.

[34] 出版总署关于发布第一届全国出版会议五项决议的通知.中华人民共和国出版史料(1950年)[M].北京:中国书籍出版社,1996:646.

[35] 出版委员会工作报告.中华人民共和国出版史料(1949年)[M].北京:中国书籍出版社,1995:290.

[36] 吟春.积极探索公益性出版事业单位改革发展之路——访人民出版社社长黄书元[J].中国编辑,2010(4):29.

验,编写乡土文化丛书、乡土教育读本等。目前出版机构参与扶贫攻坚工程主要是采取公益性免费模式^[37]。虽然不能或较少获得经济效益,但社会形象和美誉度得以提升。与此同时,也有助于激发员工的自豪感、成就感和积极性,形成良好的内部文化氛围,积蓄长期价值和发展动能。

(三) 经济驱动力

我国出版业有着社会效益和经济效益的双效追求,多数出版机构作为企业化运营经济实体,有着经营创收的现实需要。经济效益的实现,是其长期可持续地履行社会责任、参与公益扶贫的基础所在。广大农村作为知识洼地,对出版业意味着广阔的市场;农民日益增长的精神文化需求和农业知识技术的日新月异,又为出版业提供了广阔的选题空间。因而,出版业的知识助农之路,同时也是经济驱动之下的业务拓展进程。从农业知识类专项出版到“志智双扶”类主题出版,从职业技术类教育出版到农村地区特色文化出版,从纸质出版到互联网出版、移动出版,从图书发行到知识付费,出版业在“大扶贫”格局下变革着产品类型和服务模式,在助农的同时收获着经济效益。

进而言之,出版业在经济驱动力作用下的知识助农行动,可以看作是具有行业特色的构建长效扶贫机制的有益实践。出版业发挥自身优势,关注农村地区贫困人口“知化权力”缺失的现实实际,针对部分被扶助对象存在的“思想贫困”“精神贫困”等内生动力不足问题,策划生产内容丰富、形式多样的出版产品,帮助其通过提升文化素质、掌握专业技能从根本上脱贫致富。习近平总书记指出:“要防止忽视贫困群众主体作用……贫困群众是脱贫攻坚的对象,更是脱贫致富的主体。”^[38]出版业知识助农亦应如此。市场经济环境下,出版业以市场逻辑和经济力量实施助农行动,实现帮扶主体和帮扶对象的共赢,相对于单向给予的公益性援助,有着更加稳定持久的作用。

(四) 技术支持力

技术治理是革除国家治理中积弊沉疴的重要手段。^[39]面对长期困扰农村的贫困问题,技术尤其是信息技术成为支持脱贫攻坚的重要结构性力量。具体在出版业的知识助农实践中,基于信息技术发展而产生的出版产品创新、业

态变革以及服务方式拓展,也推动着扶贫助农内容和方式的不断优化,有助于助农绩效提升。在1949—1978年间,受限于传统的“铅与火”的出版技术,出版业面向农村贫困人口的知识助农方式局限于书报刊内容生产和纸质产品发行,援建的农村图书室作为物质载体的容纳空间也极为有限,扶贫助农知识内容品类较少且更新频率低,借阅手续繁琐而流通不畅,不能适应农民不断增长的需求因而助农效率较低。至1978—2005年间,出版业进入“光与电”时代,书报刊出版和发行效率大幅提高,光盘、DVD等电子音像出版物在基层学校、农村图书室、乡镇文化馆普及应用,扶贫助农政策信息、知识技能得以更多、更快、更广泛地传播。尤其是以影像形态进行的知识内容传播,以其形象直观的特点适应文化水准较低的农民使用而广受欢迎。至2012年8月,全国6万余间农家书屋共拥有电子音像制品1.2亿张、影视放映设备和图书设施60多万套,^[40]对农民实用技能水平提升发挥了重要作用。

十余年来,随着互联网和数字通讯技术日新月异,更为便捷高效的互联网出版日渐兴起并逐步扩散至广大农村地区,线上教育资源和助农信息平台惠及更大范围的农民群体。自2009年原新闻出版总署首倡农家书屋数字化建设以增强知识服务能力,至2019年中宣部联合十部门印发《农家书屋深化改革创新提升服务效能实施方案》明确提出书屋数字化建设“网上网下协同推进”,清华同方知网依托互联网技术开发的“新三农”图书库、期刊库、视频库等数据库陆续上线,中国航天数字传媒公司依托卫星传输技术开发的“卫星数字农家书屋”普遍推广开来,出版业知识助农行动因海量、即时、强交互、视频化技术加持而不断提升服务效能。近年来移动互联网和手机等智能阅读终端在农村地区的普及应用,为出版业知识助农的主体介入和方式转变拓展了新的空间。例如,中国农业出版社等单位应用二维码、虚拟仿真等技术推出融媒体出版物,用户通过微信扫描即可观看专家讲解类视频;天翼阅读、咪咕阅读、中文在线、龙源数字传媒等企业开发出农家书屋电子阅读屏、掌上书屋APP、微信公众号、学习强国线上阅读平台等多种载体形态;快手、抖音、火山等

[37] 杨海平,张冰越.知识服务:出版业助力脱贫攻坚新探索[J].中国出版,2021(1):22.

[38] 中共中央党史和文献研究院.习近平扶贫论述摘要[M].北京:中央文献出版社,2018:140.

[39] 吕俊廷.精准扶贫场域下技术治理异化的表征与生成[J].上海对外经贸大学学报,2021(1):105.

[40] 陈含章.农家书屋工程十五年:追溯、历程与建议[J].出版发行研究,2020(11):12.

互联网平台开设“三农”栏目,不少农业出版机构纷纷上线进行图书宣传和销售,大量农业技术人员和农村“能人”以UGC方式生产短视频或进行直播,促进了农业知识的创新扩散。经新兴技术赋能,出版业知识助农的参与主体显著增多,助农行动的移动化、智能化、个性化特征愈发突出,效能和影响力随之进一步扩大。

三、出版业知识助农的路径拓展

我国出版业的知识助农,正是在政策规制、公益感召、经济驱动和技术支持的多方合力作用下展开的社会实践。国家政策决定未来走向,公益与经济收益之间的平衡程度影响助农行动实施的侧重点,出版新技术应用提供创新的可能性。随着“三农”工作重心由脱贫攻坚向全面推进乡村振兴的历史性转移,出版业知识助农也面临新的起点和目标,需进一步拓宽路径以发挥更大作用。

(一) 理路转向:结合乡村振兴,提升阅读服务水平

中共中央、国务院2018年发布《关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》,要求“统筹衔接脱贫攻坚与乡村振兴”“以乡村振兴巩固脱贫成果”。2020年中央一号文件明确要求“加强解决相对贫困问题顶层设计,纳入实施乡村振兴战略统筹安排”。脱贫攻坚“第一个百年”奋斗目标已经实现,出版业参与解决相对贫困问题的知识助农行动,应在全面推进乡村振兴、实现“第二个百年”奋斗目标的政策指引下积极展开。在脱贫攻坚阶段,出版业知识助农是以在较短时期内补足贫困对象的基本资源获取、提高其增收致富能力而告别绝对贫困为主要目标,那么,乡村振兴的宏大目标对出版业提出了更高要求。

一方面,乡村振兴意涵广阔,需要出版业扩展选题范围。乡村振兴由产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴五大具体领域构成,出版业对此均应提供精神动力和智力支持。尤其是其中的“文化”“生态”因素,因其在促进经济发展方面作用相对内潜和缓,在步伐急促的脱贫攻坚阶段,出版业对此类选题或者关注不够,或时间仓促,在乡村振兴全面推进阶段则应更多着力。事实上,针对农家书屋中“三农”图书的调查发现,“文化类图书因其趣味性、故事性易于被广大农民群众接受”^[41],而悠

久深厚、多姿多彩的乡村文化也为出版业提供了丰富的资源。如人民教育出版社出版的乡土文化读本《家在宾川》《家在大理》,充分挖掘对口帮扶区域的历史文化资源,加强乡土教育,培养家国情怀,增强了当地学生的自豪感和自信心,广受欢迎。生态类图书与此类似,农村地区各具特色的山川风物及其相关知识和故事,经恰当的编辑加工可以形成具有独特性的选题,在记录、宣传、科普方面均有价值,借助怀乡恋旧、回归田园的情感氛围,甚至具有畅销潜质。

另一方面,乡村振兴旨向深远,要求出版业强化阅读服务。“脱贫后”群体数量庞大,由相对集中而趋向分散,其知识需求也更为复杂多样。所谓入之愈深,其进愈难,出版业面向相对贫困问题进行知识助农,需要进一步强化阅读服务,方能取得明显成效。应该说,经过脱贫攻坚阶段的多方努力,农村阅读资源和阅读设施建设已经达到较高水平,但这些设施和资源的利用情况不容乐观。未来出版业的知识助农工作重点,是“让乡村读者在合适的时间、合适的地点读到、读懂,从而提高自身的修养和文化底蕴”^[42]。为此,在送书下乡之外,还要更多地送智慧下乡,多举办阅读分享会,教会农民群体如何阅读,改善和提高其阅读知识素养。从乡村振兴的要求看来,农村最稀缺的是阅读知识资源,最欠缺的是提供阅读知识扶贫机会,这构成农村阅读建设和服务以及乡村阅读振兴的最大制约因素。^[43]出版业可就此深化、细化阅读服务,在精准辨识的基础上,采取针对性措施进行阅读知识推广和知识获取能力、分享交流能力的培养。针对性地对无能力、有困难、无意愿学习阅读知识人群分类施策,或以宣教活动促其了解阅读知识,提高认知度进而参与阅读;或帮助其掌握学习阅读知识的技巧、途径和方法;或通过生动活泼的阅读活动,使其体味阅读乐趣,逐步喜欢阅读并习惯阅读。应该认识到,出版业针对农民提升阅读服务水平,既是践行乡村振兴战略,也是培育读者、开拓市场的有效举措。

(二) 内容提质:强化精准出版,重视供需双向互动

乡村振兴阶段,出版业知识助农应强化精准出版,即精确识别不同农村地区和农民群体相对贫困的特征和成因,根据其差异性准确供给高价值内容和服务,“靶向”

[41] 秦生泽,吴平.乡村振兴战略背景下的三农图书出版浅析——基于2008—2020年农家书屋推荐目录[J].出版科学,2021(1):45.

[42] 赵强.出版应在乡村振兴中大显身手[N].中国新闻出版广电报,2018-02-28(03).

[43] 王春梅,等.乡村振兴背景下农民阅读知识贫困解决路径探索[J].图书馆,2020(9):80.

补足其“知化权力”之缺损。摆脱了绝对贫困之后的农民群体，其知识需求更为复杂多样，对出版的精准化也就提出了更高要求。如果说，在阅读资源贫乏的状态下，农民只能被动地接受可以获得的图书，而当各类信息已经相对丰富时，不具针对性的内容生产只能成为无效供给。以农家书屋为例，不少图书“与农民需求有距离”^[44]，这成为农家书屋利用率不高的原因之一。再如与农民生产关系极为密切的农业科学类图书，“存在供给侧结构性矛盾”“与乡村市场实际需求存在一定的出入……一定程度上阻碍了农业科学类图书在乡村社会的流通与畅销，对乡村民众综合素质的提升产生不利影响”^[45]。

脱贫攻坚阶段出版业知识助农中一定程度的供给错位，主要缘于对扶贫政策的简单化图理解，以致于忽视了农民的主体性。政策总是概要的，“通过各类标准化且相对简单的项目嵌入复杂的乡村社会”^[46]，试图改善贫困地区的文化生态和贫困人口的知识结构。概要的政策需要执行者结合实际情况能动优化，但有时在错误的政绩观作用下，“简单化就像一张张简略地图，只表达官员所感兴趣的片段”^[47]，导致一些“短平快”的“政绩工程”进入知识助农领域。部分以扶贫名义出版、发行、捐赠的出版物，扶贫一方并未真正了解被帮扶对象的真实需求，内容错配在所难免。要解决这一问题，就要深刻认识农民群体在“知化权力”和农村发展中的主体地位，在出版助农行动中打破供给决定需求的单向逻辑，而重视供给—需求的双向调适互动。换言之，出版机构要精准识别农民群体的知识需求以确定出版内容，也要将进步文化、先进技术和创新性知识融汇入出版物中，从而促其提升综合素质和致富能力。

供需良性互动下的精准出版，在内容选题阶段即开展充分的市场调查与选题论证，对不同类别的相对贫困人群的差异化特征和知识需求进行详细统计，并将其所处区域的自然状况、人文条件、资源禀赋纳入指标体系，结合调查结果和专家意见确定高价值选题。内容组织上，既基于农村相对贫困人口的实际需要，又融合编创人员在相应

领域的前沿发现和专业思考，打造高质量之作。内容表达应适应农民文化水平较低的特点而尽量通俗易懂、生动有趣，也应考虑年轻化的“新农人”阅读习惯变化，应用新兴数字化方式和社交互动功能。互联网出版环境中，出版机构应特别重视农民用户的阅读反馈数据，据此不断优化出版内容。在知识生产日益去中心化的时代，来自用户的阅读感悟、经验分享、评论提问等也会成为源源不断的选题来源和内容素材，为出版业知识助农带来更多价值。

（三）主体扩容：基于农家书屋，建构多元协同体系

我国出版业既往的知识助农行动，主要是执行由政府主导的公益出版项目，如农家书屋工程、新闻出版东风工程等；或者按照政策安排参与对口帮扶，发挥自身知识生产与传播方面的优势围绕农民需要而开展工作。知识助农的行动主体主要是出版机构自身，“由出版社驱动整个产业链协同参与的项目则较少”^[48]。进入乡村振兴阶段，随着阶段性扶贫目标完成，类似的由政府发起的指令性政策安排将相对减少，相应的国家公共财政资金支持力度也将降低，而在公益感召力与经济驱动力作用之下，出版业自发的知识助农行动将成为主流。但出版业自身的力量毕竟是有限的，建构主体多元的知识助农协同体系势在必行。

事实上，《关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见》等政策文本多次强调，“大扶贫”格局需要“社会力量广泛参与”。而知识助农本身即与教育扶贫、文化扶贫、科技扶贫等密不可分。因此，出版业未来的知识助农行动主体，不仅包括出版发行机构自身，而且应包括产业链上下游主体，如图书馆、印刷厂、图书电商、技术服务公司、网络文学平台等内容供应方，并跨界联合教育机构、科技和文化公司、慈善机构、爱心人士等，形成多方联动的态势，便于扩大社会影响，形成知识援助的多方合力。在此方面，农家书屋仍有较大发挥空间。

农家书屋工程由出版业行政主管部门具体实施，历经17年建设发展，已经成为我国出版业参与最多、规模最大、覆盖贫困地区和人口范围最广的公益出版项目，迄今仍“确保每年每个农家书屋补充更新图书不少于60种，

[44] 秦生译, 吴平. 乡村振兴战略背景下的三农图书出版浅析——基于2008—2020年农家书屋推荐目录[J]. 出版科学, 2021(1): 38.

[45] 闫红果. 乡村振兴背景下农业科学类图书出版探析[J]. 图书馆建设, 2020(S1): 62.

[46] 陈建. 我国文化扶贫政策的历史变迁与未来走向[J]. 图书馆论坛, 2020(6): 70.

[47] 詹姆斯·C. 斯科特. 国家的视角：那些试图改善人类状况的项目是如何失败的[M]. 王晓毅, 译. 北京：社会科学文献出版社, 2012: 3.

[48] 常湘萍. 全民阅读环境下的出版社公益行为分析[N]. 中国新闻出版广电报, 2017-06-09(04).

开展阅读活动不少于4次……配备资金应不少于2000元”^[49]，处于持续维护发展之中。作为我国五大惠民工程之一，农家书屋工程得到十余个国家部委和各级地方政府的直接支持，又由农民自主管理，本身即为各级各类参与主体联合进行知识助农的重要载体。以之为基础，便于主体扩容，建构起多元协同的知识援助体系。近年来，农家书屋在数字化进程中，已经引入了清华同方知网、中文在线等众多企业和公共图书馆、有线广播电视网等公共服务机构，未来可借助数字乡村建设的契机，进一步增强作为基层公共服务设施的链接功能，以线上线下相结合的方式开展丰富多样的知识服务活动，协同多方面公益主体，发挥各自优势，进一步提升农民群体的知识文化水平。

（四）机制优化：提高市场参与比重，确保可持续发展

实践表明，“过度依赖政府或市场都会导致贫困治理过程中出现效率、公平以及参与等多元价值冲突”^[50]，“阻碍农村扶贫工作的长期发展”^[51]。我国出版业既往的知识助农行动较多依赖政策支持，“传统的公益出版项目都依赖于国家和政府公共财政的资金扶持，比如财政支出、税收优惠、政府采购、专项基金等渠道和方式”^[52]，受限于公共财力，难以实现大规模的覆盖，而且也存在效率较低问题。尤其是随着脱贫攻坚任务的完成，此类公共投入会相应削减，要确保知识助农行动在更高层面上持续开展，势必需要更多发挥市场作用。

就具体出版机构而言，在知识助农中发挥市场作用就是要探索如何以盈利性出版支持公益性出版。传统的思路是以部分出版盈利填补公益行为带来的经济亏空，而互联网出版业态则提供了多种新的可能。例如，结合企业发展战略，将数字出版产品开发、推广阶段作为公益时期，在产品成熟且用户累积到一定规模后再行盈利，将近期公益与远期盈利有机结合。再如，结合知识付费模式，将数

字出版产品面向特定援助对象提供免费服务，而对其他用户正常收费，实现“知识服务+知识付费”的有机结合。在市场经济条件下，多数非公益性出版社的合理市场收益，是其进行知识助农必要的经济基础。从多元协同的层面看来，市场机制更是多方公益主体得以联合协作的重要因素。中国扶贫基金会与亚马逊中国联合发起的“书路”计划吸引了浙江数媒等出版机构和北汽、网易等各类、多家企业以及作家、社会爱心人士加入其中，向贫困地区儿童捐赠电子书等阅读资源。^[53]该项目推进过程中，多方参与主体不仅塑造了自身的良好形象，打造了企业品牌，而且直接促进了产品销售，获得了可观的经济收益。公益性的知识助农行动，在市场逻辑下也能取得良好的社会效益，具备长期可持续发展的动力。

四、结语

回顾以往，我国出版业作为知识生产与传播的重要主体，以知识助农行动“智志双扶”，增强农民群体的内生动能，在农村减贫进程中发挥了重要作用。究其思想源流，知识助农既是马克思主义反贫困思想中国化的具体实践，又是对我国传统扶危济贫优秀文化理念的历史承续，同时也是在补充和增进现代公民的“知化权力”，以人为中心促进社会发展。在新的时代背景下，出版业知识助农仍有巨大的价值实现空间。在政策、公益、经济、技术多方力量的综合作用下，其未来路径面临理路转向、内容提质、主体扩容和机制优化等多方面变革。在此趋势下，出版业将以知识服务最大程度地满足农民群体不断提升的精神文化需求，从而在乡村振兴的洪流中，实现公益助农与产业自身成长有机结合的可持续发展。

（作者单位：河南大学新闻与传播学院 河南省教育新媒体暨舆情研究中心）

[49] 国家新闻出版署关于印发《2021年农家书屋重点出版物推荐目录》的通知[EB/OL]. (2021-4-15) [2021-4-18]. <http://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/279/75922.shtml>.

[50] 翟军亮, 吴春梅. 农村贫困治理的范式转型与未来路径: 兼议产业精准扶贫的推进路径[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2019(4): 44-51.

[51] 许杰, 朱洪波. “后扶贫时代”贫困治理的变革趋向与路径选择——基于贞丰县Y村的实践考察[J]. 河南科技学院学报, 2021(1): 21.

[52] 尹章池, 王力. 公益出版项目的运作模式与改进策略[J]. 中国出版, 2019(5): 39.

[53] 科技“扶智”走进藏区, “书路计划”让孩子爱上阅读[EB/OL]. (2018-05-09) [2021-04-10]. <http://csgy.rmzxb.com.cn/c/2018-05-09/2048541.shtml?n2m=1>.