

深耕细作出精品 精益求精做好书

□陈兴芜

日前,中国新闻出版行业的最高奖项——第五届中国出版政府奖评选结果公示,重庆出版集团获得了三个正奖、三个提名的好成绩,重庆出版传媒股份有限公司获得先进出版单位奖,这是重庆出版集团第二次获得该项荣誉;《中国音乐史·图典版》获得图书奖,《马克思画传·恩格斯画传·列宁画传》获得图书奖提名奖;《大足石刻全集·第一卷 北山佛湾石窟第1—100号考古报告(下册)》获得印刷复制奖提名奖;《三峡影像记录(中英文对照版)》获得电子出版物奖提名奖;此外,由学习出版社、人民文学出版社申报的《新中国70年70部长篇小说典藏》获得图书奖,重庆出版社出版的《三体》也在其中。这是近年来,继《恩格斯画传》(纪念版)荣获2020年“中国好书”、《列宁画传》(纪念版)入选“2020年优秀通俗理论读物出版工程”之后,重庆出版集团深耕主题出版领域,在出版界大奖上的又一次丰收。

当看到公示名单的那一刻,回望来时路,我与每个重庆出版人心中都百感交集,重庆出版集团这次在中国出版政府奖上的收获,既可以说是意外之喜,也可以说是水到渠成。

对于重庆出版集团来说,主题出版精品并不少。从上世纪80年代末90年代初《国外马克思主义与社会主义研究丛书》这套“灰皮书”的出版伊始,到如今中国共产党成立100周年,重庆出版集团的主题出版精品化、规模化已经日见成效,并逐渐形成了以反映马克思主义中国化、时代化、大众化最新成果为重点方向的鲜明特色。《忠诚与背叛——告诉你一个真实的红岩》《重庆之眼》《三农续论:当代中国农业、农村、农民问题研究》等40余种出版物获得国家级“三大奖”和“中国好书”奖,《探路城乡统筹》等3种图书被评为中宣部优秀通俗理论读物,《中国梦的理论视域》《中国特色社会主义道路研究》等8种图书入选中宣部主题出版重点出版物目录,36种图书入选国家出版基金资助项目。《中国特色社会主义“五大建设”丛书》《中国梦的理论视域》《法学变革论》《当代中国著名学者论丛》等上百种图书版权输出到日本、英国、加拿大、荷兰等国。

进入新时代,主题出版的发展已从高速增长向高质量发展转变,从纯粹的量的增长转为追求精品的质的提升。从中宣部近年来有关主题出版重点出版物的通知要求来看,主题出版不是应景的、跟风的宣传活动,而是一项培根铸魂、启智增慧、讲求长远影响的重大工程。这就要求出版人要用情、久久为功。然而精品力作的出现,非一朝一夕能够成就。“合抱之木,生于毫末;九层之台,起于累土。”这需要一个从量变积累到质变的过程。

自1950年建社起,重庆出版社就把配合党的中心工作作为出版工作的重中之重,始终坚持以精品书写时代,一代又一代重庆出版人薪火相传,接续奋斗,数十年如一日默默无闻地播种,一心一意地耕耘,才使得精品力作不断涌现。叶圣陶先生曾说“努力耕耘,少问收获”,每个在主题出版领域耕耘的出版人都应当以此自勉。一分耕耘也必有一分收获,没有一蹴而就,只有厚

积薄发。

“凡事预则立,不预则废。”主题出版要出成果、立得住、叫得响,需要做好谋篇布局的顶层设计。出版社要提前做好中长期规划,从资金扶持、激励机制等方面加强引导,结合自身的资源优势深度开发内容,在各种重大主题上做足提前储备。有了“源头活水”,才能保证在较长时间持续发力,让优秀项目接续不断,形成品牌规模集群效应。“大厦之成,非一木之材也;大海之阔,非一流之归也。”为了引导主题出版多出精品力作,重庆出版集团设立了“马克思主义中国化研究出版基金”“科学学术著作出版基金”“未成年人思想道德建设基金”等,对重点项目给予扶持。如今,集团在“马工程”出版方面不断开花结果,出版了《当代资本主义研究丛书》《当代国外马克思主义研究丛书》《当代中国思想文化论丛》《理论新视野丛书》等300余种马克思主义理论研究和通俗读物,形成了数十个出版系列,赢得了业界和读者的广泛好评,形成了特色品牌。

有了充足的资源储备,还需要以匠心耐心深耕细作,精雕细琢。为了完成任务而突击、临时抱佛脚不可为,一窝蜂地一拥而上,往往产生的是大量的同质化选题,出版物内容酝酿不充分、打磨不细致,质量则粗制滥造,难以成精品。

主题出版的高质量,从根本上来说是内容的高质量,而高质量的内容,取决于作者的学术和写作水平。作者找对了,一本书就成功了一半。并不是所有作者都适合写主题出版读物,只有那些既有专业学术水平、站在学术前沿,又有高度政治敏感性和敏锐的洞察力,还有卓越的文字驾驭能力、熟悉出版要求,既懂政策又懂读者的优秀作者,才能创作出立意高远、文质兼美、可读性强的主题出版精品。优秀的作者自身就是品牌,具有极大的影响力和号召力。他们也是奠定出版社的文化品位、社会影响的最重要的资源。如果不能拥有一支出版社自己的优秀的主题出版作者队伍,没有积累足够的作者资源,主题出版就是无源之水,无本之木。

作为一家地方出版社的出版人,在这一点上我深有体会。地处西南一隅,我们远远不如北京、上海等地,拥有得天独厚的优势。但地理上的距离没有阻隔联系,在涵养作者资源上,我们靠的是锲而不舍的毅力和满腔的真诚,多年的努力坚持,赢得了一大批一流专家学者的支持。比如重庆出版社的“功勋作者”——中国社会科学院荣誉学部委员、哲学研究所研究员徐崇温老师,多年来将他的《中国特色社会主义道路研究》等多部著作都指定交给重庆出版社出版,并让我们捧回了“五个一工程”奖、中华优秀出版物奖等许多大奖。

有了好作者,还得要有好的编辑团队。好的作品都是作者多年积累的心血成就,或是灵感喷涌的激情创作。获得“五个一工程”奖的《忠诚与背叛——告诉你一个真实的红岩》历经五载才成书,作者何建明写作和采访就用了四年的时间,编辑团队全程服务,细致入微。因此,一部精品诞生往往需要出版社提前联系



主题出版不是应景的、跟风的宣传活动,而是一项培根铸魂、启智增慧、讲求长远影响的重大工程。这就要求出版人要用情、久久为功。

介入,做好作者服务,时时与其进行思想碰撞、交流,激发其创作灵感,或是提供大量可供创作的原始素材,同时还要有恒心毅力,多年跟踪。《重庆之眼》的作者范稳在重庆采访期间,我们带着他参观有关遗址,又到博物馆、图书馆、档案馆翻阅史料,并为他联系文化界名人,相关研究专家学者,对日索赔团人员,为他开展田野调查提供充分的便利,三年的积累和打磨,才造就了一部获得2017年“中国好书”和中华优秀出版物奖的作品。

主题出版是出版工作服务大局、助力民族复兴伟业的重要力量,是出版人义不容辞的责任和担当。“征途漫漫,唯有奋斗。”我们愿与所有同仁一起,无惧困难,砥砺前行,以默默耕耘的坚守、深耕细作的匠心、跟踪服务的真诚,打造更多无愧时代、传之久远的主题出版精品,为社会主义文化强国建设多积尺寸之功。

(作者系重庆出版集团党委书记、董事长、总编辑)

主题出版:创新与突破

□邱建国

社会主义现代化国家新征程中,放到世界正面临百年未有之大变局,放到世界综合国力竞争日益激烈的背景下去思考,加深了理解,坚定了立场。

但主题出版在实施过程中也面临一些需要解决的实际矛盾和问题,综合起来看主要有以下几个方面——

一是精品生产与主题出版时效性之间的矛盾。主题出版其最初的概念和内涵,是围绕每年重大事件、重大事件节点、重大理论而开展的出版工作。如2018年庆祝改革开放40周年,2019年中华人民共和国成立70周年,2020年抗击新冠肺炎疫情、脱贫攻坚取得全面胜利,2021年中国共产党成立100周年,等等。这些重大事件和重大时间节点的主题出版项目必须在一定时间内完成,有很强的时间要求,同时下一年甚至当年还有其他主题出版项目要完成。出版单位重视主题出版,抽调精兵强将执行主题出版项目,出版单位也出版了一大批主题出版精品,但也有“急就章”,作者创作和出版单位编辑、设计和营销发行等方面不尽如人意。还有相当一部分主题出版项目由于题材重大,需要报备,如果报备批复不及时,该项目出版延后,客观上会影响到项目出版的影响和效益。

二是主题出版社会效益与经济效益相统一的问题。2019年3月10日,《关于加强和改进出版工作的意见》正式发布,再次明确强调出版工作要把社会效益放在首位。随着主题出版在内容构成上的不断扩展,在叙事策略和产品形态上的不断创新,将重大题材、重大事件与时代所需和受众所喜相结合,生产了一大批读者喜闻乐见的主题出版物。主题出版物的社会效益和经济效益产生大致有被列入中宣部相关重大项目、获得重要奖项和项目资助,以及市场发行收益等。2020年各地区各部门出版单位组织上报了2233个主题出版选题,被列入中宣部重点出版物的选题有125种,占主题出版选题总数的5.6%,当年主题出版方面的重要获奖图书也基本上从这些选题中产生,而往往主题出版项目越是列入了重点越可能获奖,越可能畅销。反之,则可能收益甚微。这里面有重复出版的问题,也有出版单位在主题出版方面市场运作水平有待提高的问题,甚至还有一些出版单位把主题出版项目归为“获奖书”——与“市场书”相对而言的“非市场书”,这样的出版理念显然很难把主题出版项目的营销工作做好,在主题出版项目方面市场意识和营销能力都有待加强。

三是主题出版选题创新与机制创新的问题。很多主题出版项目就是一个可以不断深挖的选题富矿,不光可以出版纸质图书,不光图书可以不断进行产品线和产业链延伸,而且可以多介质、多种形式进行深度开发。这方

面一些出版单位进行了很好的尝试,如江西高校出版社出版了聚焦改革开放40年来出版业风云变幻的“新时期出版人改革亲历丛书”,与中国出版协会合作,策划、组织作者进行“出版改革成果系列宣讲活动”。浙江文艺出版社在出版了“长征·我是红小鬼”等红色少儿读物后,组织作者和编辑走进校园,结合对青少年进行党史教育,开展了30多场“青少年红色文化课堂”主题宣讲活动,在宣讲的同时又利用视频进行直播,覆盖学生几十万人。民营公司“一未文化”全版权运营梁晓声茅盾文学奖的著作《人世间》的案例应该给国有出版单位以深刻的启发——这才是主题出版重大题材项目的正确运营方式,但它需要打破现今出版单位主题出版项目“老熊掰玉米”式的粗放运营方式,需要出版单位进行组织再造,需要出版单位进行机制创新和考核方式及分配方式的改革。

四是主题出版的内容范围扩展与“泛主题出版”倾向的问题。近年来,主题出版的内容范围不再局限于“围绕党和国家工作大局,就一些重大活动、重大事件、重大会议、重大节庆日而进行的选题策划和出版活动”,而是逐步扩展到传统文化和社会主义先进文化的范畴。主题出版物涉及的核心问题以及满足国家重大战略需求的选题,中华优秀传统文化和当代中国发展道路模式、重大科技发展也成为主题出版的重点内容。有人认为中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化“三种文化”构成了主题出版的核心内涵。但这三种文化其内涵本身有交叉重叠,同时这三种文化基本上可以囊括社会主义出版事业所有内容的范畴,是把主题出版涵盖一切出版物内容了。这种论断值得商榷。聂震宁在2017年即撰文提醒要避免形成“泛主题出版”,这种倾向引起注意。

五是主题出版国际传播能力亟待加强。邹书林在《中国出版》杂志中撰文认为,衡量一个国家出版的强弱,不是仅看其出版业规模的大小、出版的数量,而是要看其传播知识、传递信息、传承文明的水平,其中尤其关键的是反映当代的创新成果的能力,这是话语权的核心理所在。一个民族要走到世界舞台的中央,受到世界的尊重和理解,如若没有一批反映本国思想家、文学家、科学家对世界文明贡献的出版物是难以想象的。这是一个国家最重要的话语权,是话语权的核心理部分,是出版强国的标志。我国的主题出版工程,除了拉动内需实现出版有效增长,还应结合“走出去”工程,把主题出版作为提升文化软实力、增强综合国力的战略任务来看待。从这个意义上说,主题出版,任重道远。

(作者系浙江文艺出版社副总编辑)

近10年来,主题出版工作取得了很好的成绩,一批反映党和国家重大成就、宣传新时代新思想、讴歌新时代新精神的主题图书不断出现,成为我国图书市场重要而活跃的板块。不过,从总体上看,主题出版的成效十分不均衡,表现在:一是取得优秀成绩的出版单位多年来相对集中在几家出版集团和二十家始终保持优势的出版社,大部分出版集团或出版社多年几无建树;二是一部分主题图书内容贫乏,题材单一,可读性不强,出版后市场反响较弱,发行量不大,有些甚至造成亏损,以至众多出版单位对开发优秀主题选题视为畏途,更不敢投入人力物力精力去大规模开发。

造成这个现状的原因,在于相当一批出版单位对主题出版的认识常常陷入三个误区。一是将优秀主题图书仅仅理解为优秀理论读物,二是将优秀主题图书的内容简单理解为宏大叙事,三是将主题出版理解成是少数专业出版单位的使命和任务。

不可否认,早先有关部门大力推动主题出版的宗旨之一便是希望求得理论著作出版的突破。改革开放以来特别是新世纪以来,在我国经济和社会事业实现高速发展的同时,党的理论创新工作不断取得新成就,形成了马克思主义中国化的系列理论成果。但是,与党的理论创新不断突破形成反差的是,理论武装、理论普及、理论宣传并未实现同步发展、同步推进,马克思主义中国化成果的大众化、通俗化的工作亟须加强。在这种情况下,中央有关部门多措并举,着力改变上述现状,包括启动“马工程”教材的大众化和普及化,设立优秀通俗理论读物奖,推动主题出版的开展和深化,等等。经过近10年的持续努力,理论读物撰写和出版的薄弱局面获得有效改变。今天,在中宣部等有关部门的大力推动下,围绕学习、研究、普及习近平新时代中国特色社会主义思想的优秀理论主题图书不断出版。除了习近平总书记重要著作(如《习近平谈治国理政》各卷)及时出版外,关于总书记新思想的学习读本、学习纲要等作品不断问世,其编写单位权威、内容通俗好懂,深受广大读者好评,特别是以“面对面”系列为主的各类理论图书层次丰富、内容及时、主题更新,基本弥补了以前理论图书缺乏的局面,有效地满足了市场需求。

但是,在一大批优秀通俗理论读物大量出版、取得有效突破外,主题读物内容的丰富性亟待增强。在这种情况下,近年来,一批优秀的文学作品、历史著作甚至是少儿作品都从不同的角度反映了新时代的主题,通过历史特别是近现代和当代故事以及人物传记反映党领导人民在社会主义革命、建设和改革开放伟大历程中取得的重大成就。如入选中宣部2020年主题出版重点出版物的江苏人民出版社的《世纪江村——小康之路三部曲》,用报告文学的形式,描绘中国著名社会学家费孝通先生的名作《江村经济》发生地江村(江苏吴江开弦弓村)100年来来的小康梦以及伟大的实践进程,人物、历史真实可见,情节、故事引人入胜。结合该社刚刚出版的记叙1948年新中国成立前夕中国共产党组织在香港和国统区的爱国民主人士秘密北上解放区、协商成立新中国这段珍贵历史的重点图书《向北方》,我们可以明显看到,这些作品与江苏人民出版社数年前同样入选国家重点出版物的《人的精神家园》《社会主义核心价值观研究丛书》《中国梦实现的根本法保障》等一批优秀理论读物相比,内容发生了很大的变化,视野大大拓宽。

2020年新冠肺炎疫情肆虐,中国人民众志成城,白衣战士披甲迎战、奋起抗疫的故事感动天地。这一内容理所当然地成为各出版单位的重要主题。包括江苏凤凰科技出版社出版的《科学战“疫”——人类与病毒的故事》在内的一大批医卫内容的科技类图书纷纷入选国家重点主题出版物目录,也反映了内容的丰富性。

除了内容的丰富性外,题材的多样性近年来在主题出版的图书中也十分明显。毋庸讳言,反映时代变迁、国家进步、民族团结、人民幸福,坚定“四个自信”的题材,相对宏大,入口相对宏阔,这类作品由权威机构和权威作者组织编写,是主题出版的重要组成部分。但与此同时,一些优秀的作品切口小、故事精、主人公平凡,却丝毫不减阅读趣味。这些从平凡人物的日常故事中提炼出来的事迹也感动千千万万的普通读者。如叙述几十年如一日为国守岛的英雄王继才的报告文学《海魂》,以及反映普通海军战士的孩子爱海洋、爱英雄、爱祖国的少年儿童小说《获得2020年“中国好书”的《乘风破浪的男孩》,都是一些反映时代风貌、践行社会主义核心价值观的优秀主题图书。这些图书的长处在于用一滴水映衬太阳的光辉而不是直接阐释太阳的力量。

主题出版工作之所以开展得不均衡,还在于很多出版社觉得主题出版是少数出版单位特别是各地人民出版社或综合出版社的任务,与专业出版社无关的偏颇认识。殊不知,用各自的专业去开发有特色的主题读物,其效果有时甚至超过专业的出版社。以上海市为例,获得2020年“中国好书”的上海人民出版社的《火种》以及《白纸红字》,符合这家出版社近年来一贯的风格和特长,也是该社结合自身优势和上海“三个地”地方特色主题资源开发的优秀成果。与此同时,上海音乐出版社的《脱贫攻坚大众金曲一百首》和上海科技教育出版社的《荒野的呼唤——保护野生动物及其家园》,都入选了2020年中宣部主题出版重点出版物目录。这三家出版社充分利用自身优势,要么开发主题文学作品,要么开发主题音乐作品,要么开发主题科普作品,所涉主题独特,范围广阔,特别值得那些一直在观望、尚未成功策划和出版优秀出版物的单位学习。另有译林出版社立足自身文学出版优势出版的《我心归处是敦煌——樊锦诗自述》也是一部非常优秀的主题读物,短短一年多发行近30万册,也给其他出版社以巨大启示。

一旦走出对主题出版认识的三个误区,相信会有更多的出版单位出版更多内容丰富、题材多样、深受广大读者欢迎的主题出版物。

(作者系凤凰出版传媒股份有限公司总编辑、副总经理)

走出主题出版认识的三个误区

□徐海



有些出版单位对主题出版的认识常常陷入三个误区。一是将优秀主题图书仅仅理解为优秀理论读物,二是将优秀主题图书的内容简单理解为宏大叙事,三是将主题出版理解成是少数专业出版单位的使命和任务。



主题出版是新时代出版工作的重要特征,是出版战线对我国加强文化自信、建设社会主义文化强国战略的策应。

毋庸置疑,对发展已经比较成熟,基本板块相对固定的出版业而言,“主题出版”是一个新事物,是出版工作的新抓手,业界因此呈现了新面貌。从2003年原新闻出版总署自觉实施主题出版工程开始,到今年建党100周年这个主题出版大年,十几年来,主题出版火力全开,全方位推进,成为业界最“燃”的现象和话题。甚至有专家认为,出版业进入了主题出版时代。

主题出版是新时代出版工作的重要特征,是出版战线对我国加强文化自信、建设社会主义文化强国战略的策应。我国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要提出,发展社会主义先进文化,提升国家文化软实力,建设社会主义文化强国。主题出版即是对这一文化战略和历史任务的策应和布局,且逐步形成了从顶层设计到具体实施,从选题布局到市场开拓,从出版服务到国际传播,从政策推动到舆论宣导,从理论探讨到出版实践的完整体系。主题出版不仅丰富了出版生态,给出版业带来了增量,更重要的是,它正在重构出版主体,尤其在对中国特色社会主义出版事业性质的认识方面,出版工作者在实施主题出版过程中,把主题出版置放到中华民族伟大复兴的历史进程中,放到全面建设

主题出版之我见

