

这些图书缘何入选2022年度“中国好书”

□本报记者 张雪娇

4月23日,“全民阅读大会·2022年度中国好书”盛典揭晓了42种2022年度“中国好书”,包括年度荣誉图书2种、主题出版7种、人文社科8种、文学艺术10种、科普生活5种、少儿图书10种。为了充分发挥“中国好书”对全民阅读的示范引领作用,推动更多出版单位为人民出好书,打造更多新时代新经典,围绕入选2022年度“中国好书”的图书是如何策划出版的、出版社在出精品方面有哪些经验和做法等问题,《中国新闻出版广电报》记者近日采访了部分入选图书的策划编辑、责任编辑和出版社相关负责人,以期寻找共性,为行业提供借鉴。

精品出版源于选题创新

精品出版源于选题策划的创新,打造精品出版物是一项系统工程,也是出版单位凝聚品牌优势、提升品牌影响力的重要方式。

河北人民出版社《从历史深处走来:马克思主义哲学谈话录》一书,是两代学人围绕当代中国马克思主义哲学所作学术对话的结果。作者在新时代语境中关注中国马克思主义哲学研究的重要问题,具有关注社会现实、坚持问题导向、用大众话语讲述哲学问题等鲜明特点,展现了新时代中国马克思主义哲学工作者的真知灼见。

谈到《从历史深处走来》的策划过程,该书策划编辑之一、河北人民出版社总编辑荆彦周介绍,该书于2019年开始策划选题,作为河北人民出版社的中长期规划在2022年党的二十大召开前出版。当时,选题的定位是做一本反映新时代、描写大主题、具有大情怀,同时又适合普通读者阅读的主题图书。在进行深入的市场调研后,河北人民社选定了马克思主义哲学这个角度。经过多方论证,河北人民社最后确定邀请马克思主义哲学家陈先达和中国人民大学哲学院院长臧峰宇共同撰写书稿,以对话的形式进行深入浅出的解读,充分体现了“大主题与小册子相结合”的特点。

北京大学出版社《中华文明五千年》全景展现了中华文明波澜壮阔的发展道路。该书从远古到近代,把五千年跌宕起伏、五彩斑斓、精彩厚重、生生不息的中华文明,美好而又深情地展现在读者面前。

“中华民族的伟大复兴是中国人的中国梦,中华文明五千年的辉煌历史,是中国人实现中国梦的底气与自信。中国人需要在新时代了解自己的文明历史,人文社科的研究面对现实的这一呼唤,它同样也需要回答人们的现实需要。”《中华文明五千年》策划编辑王炜桦告诉记者,正是契于这一结合点,需要权威的中国文化学者以最新的学术研究成果,用适合大众阅读的形式,为大众读者量身打造一本中华文明的学术普及著作。鉴于此,北大社邀请从新时期开始就进行中国文化研究,近年已经形成中国文化研究体系的冯天瑜,来完成这本书的写作,意欲把最新的学术研究成果转换成适合大众读者阅读的中华文明史。

山东友谊出版社《中国字 中国人》的选题则来源于2021年秋,为深入落实“两创”,建设新时代美德山东,山东省委宣传部在省委常委、宣传部部长白玉刚亲自指导下,组建编委会,准备编写一部从“中国字”出发展现中国人精神风貌的图书。

据山东友谊出版社社长何慧颖介绍,为了区别于市面上大多数“说文解字”类图书,编委会确定该书以“中国字”为叙述原点,但又不拘泥于对“中国字”的解读,而是以“中国字”为蓝觔,生发开去,勾勒出“中国字”背后的“中国人”的精神形象和高尚品质。

上海科技教育出版社出版的《科坛趣话:科学、科学家与科学家精神》一书中,中国深海研究的开创者与奠基人汪品先院士,以院士的高度、学者的情怀、科学家的视角,剖析科学的文化本性,阐述什么是科学、什么是科学家、什么是科学家精神。

上海科技教育出版社总编辑王世平介绍,《科坛趣话》的策划缘起,是汪品先院士前几年在同济大学开设的一门通识课——“科学与文化”。汪品先院士开设这门课程,目的是从文化源头来阐发科学的创新本质。科学创新的源头何在?科学家成功的共同规律是什么?本书从文化的角度对这些问题进行了解读,从科学的文化源头出发,阐发科学的创新本质。

好的机制保驾护航

精品图书的出版,是一个多人参与、多部门配合、多工种协同作战的成果。要把每一项细微的工作踏踏实实地做到位,并取得预期效果,就必须要有相应的机制来保证。

人民文学出版社有《乌江引》《燕食记》《漂洋过海来送你》3种图书入选2022年度“中国好书”,之所以能取得这样的成果,离不开人文社在中国当代原创文学出版领域的持续深耕。人民文学出版社社长臧永清在接受记者采访时表示,2022年,人文社推出了很多原创文学作品,如《秦岭记》《五湖四海》《家山》《烟霞里》《金枝(全本)》《神圣婚姻》等等。今年入选的这3种,是人文社原创文学出版成果中的一部分。

人文社为什么能在文学出版领域一直保持优

2022 年度

“ 中 国 好 书 ”

年度荣誉图书(2种)

《习近平谈治国理政》第四卷

外文出版社

《中国共产党的一百年》

中共中央党史和文献研究院 著

中共党史出版社

主题出版(7种)

《从历史深处走来:马克思主义哲学谈话录》

陈先达 臧峰宇 著

河北人民出版社

《红色气质》

新华社《国家相册》栏目组 编著

商务印书馆

《红色宝藏:中国共产党历史展览馆精品文物故事》

中国共产党历史展览馆 编著

中共党史出版社

《小漫画 大时代》

河北邱县青蛙漫画组 绘著

生活书店出版有限公司

《谱写发展奇迹:新中国重大经济成就精讲》

贺耀敏 著

安徽人民出版社

《走向振兴的中国村庄》

韩长赋 主编

人民出版社

《中国制造:民族复兴的澎湃力量》

曾纯 著

人民邮电出版社

人文社科(8种)

《中华文明五千年》

冯天瑜 著

北京大学出版社

《大运河画传》

全国政协文史和学习委员会 主编

江苏凤凰科学技术出版社

江苏凤凰美术出版社

《中国字 中国人》

《中国字 中国人》编委会 编著

山东友谊出版社

《敦煌岁时节令》

敦煌研究院 编

赵声良 主编 杜鹃 等 著

江苏凤凰美术出版社

《至味中国:饮食文化记忆》

王仁湘 著

河南科学技术出版社

《从考古看中国》

全国哲学社会科学工作办公室 编

中华书局

《从张骞到马可·波罗:丝绸之路十八讲》

荣新江 著

江西人民出版社

《天地人生:中华传统文化十章》

王蒙 著

江苏人民出版社

凤凰出版社

文学艺术(10种)

《乌江引》

庞贝 著

人民文学出版社

花城出版社

《宝水》

乔叶 著

北京十月文艺出版社

《天露湾》

陈应松 著

长江文艺出版社

《燕食记》

葛亮 著

人民文学出版社

《西海固笔记》

季栋梁 著

北京十月文艺出版社

《望江南》

王旭烽 著

浙江文艺出版社

《血脉:东深供水工程建设实录》

陈启文 著

广东人民出版社

《张桂梅和她的孩子们》

陈洪金 著

希望出版社

《漂洋过海来送你》

石一枫 著

人民文学出版社

《出路》

马慧娟 著

宁夏人民出版社

科普生活(5种)

《科坛趣话:科学、科学家与科学家精神》

汪品先 著

上海科技教育出版社

《中国大猫》

吕植 主编

中信出版集团

《手绘水世界:关于水的博物课》

中国水利工程协会 组编

中国水利水电出版社

《细胞简史》

程林 著

上海交通大学出版社

《医界探案:感染病科的故事》

黄英男 胡必杰 著

人民卫生出版社

少儿(10种)

《一百岁的红领巾》

董宏猷 著

中国少年儿童新闻出版总社

《琴声飞过旷野》

徐贵祥 著

明天出版社

《秘境回声》

邓西 著

大象出版社

《三江源的扎西德勒》

杨志军 著

二十一世纪出版集团

《我的,我的》

赵仰卯 著

中国少年儿童新闻出版总社

《熊猫小四》

叶广岑 著

北京少年儿童出版社

《我的飞鸟朋友》

保冬妮 著

黄捷 郭棋 于澍 绘

接力出版社

《了不起的中国科技》

王琮 付中梁

曹建西 金蓉 等 著

人民邮电出版社

《AR全景看·国之重器》

张杰 总主编

辽宁少年儿童出版社

《走近三星堆》

王伟 跃然纸上 编绘

四川少年儿童出版社

势地位?对此,臧永清表示,就是因为从成立之初至今,一代代编辑固本求新,不断发掘原创文学精品,从而形成了良性循环。“人文社的编辑具有非常高的文学专业水平和鉴赏能力,编辑可以和作家平等地进行交流。人文社在编辑队伍方面建立了传帮带机制,对于拥有丰富作家资源和专业经验的老编辑,要用制度、热情和诚意来挽留他们,多为人文社服务一段时间。”

荆彦周介绍,《从历史深处走来》之所以能够入选2022年度“中国好书”,得益于该社长期以来坚持精益求精打造优秀出版物的出版理念。“2019年该书立项后,我们便抽调精干编辑、校对、设计、印制人员组成项目团队。从最初的市场调研,到后来的编辑审读,每一个环节都牢固树立精品意识,确保图书的内容质量和编校质量。”

同样,对于《望江南》入选2022年度“中国好书”,在浙江文艺出版社社长虞文军看来,这得益于该社在策划组织、内容打造、编辑队伍、质量把控、宣传推广等方面形成的良好机制和流程,体现了自身的出版实践经验、专业优势和综合能力。

虞文军介绍,对包括“中国好书”在内的重点图书项目,浙江文艺社实行特殊的图书质量把控和重点保障机制,除了社里正常的“三审三校”外,根据具体情况会增加校次,并聘请社内外有丰富经验的审读专家协助审核,以高标准、严要求对书稿编校质量做好把关。同时由总编办负责邀请专家审读图书质量,报送样书由印制部抽查印装质量。

中国少年儿童新闻出版总社《一百岁的红领巾》和《我的,我的》两种图书入选2022年度“中国好书”。“对于主题出版读物,中少总社将使命要求化为自觉动力,如何让产品形态更活,年龄覆盖更广,故事讲述更入脑入心,我们的作者和编辑团队都在持续创新。”中国少年儿童新闻出版总社社长孙柱介绍,其中,对革命历史题材的儿童文学创作进行全新探索的《一百岁的红领巾》就是很好的代表。

孙柱介绍,近年来,中少总社持续深耕优势板块,新书原创选题保持在80%以上,明确原创出版目标任务,加强对原创出版的整体规划,并通过编委会、选题会等一系列制度机制的落实,严格选题论证,优化出版结构,完善流程管理,为原创出版创设良好内部环境,提升图书内容、编校、印制各方面质量,这才有了像《我的,我的》这样一部内容和品相俱佳的“中国好书”。

营销宣传赋能双效丰收

如何让图书叫好又叫座,是出版人一直在探索并努力的工作方向。从入选图书来看,在获奖前期,大多数出版社通过创新营销方式,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

在营销方面,《中华文明五千年》一书出版后,从编辑讲书,到总编辑亲自上阵荐书,到各类文案的写作,再到各类媒体的推广,北大社都做了大量细致高效的工作。“这些工作使这本书迅速走到读者中,并且受到广泛关注。”王炜桦介绍。

“《望江南》的成功,是我社创新营销思维,改革营销体系,以重点项目营销为突破口,持续改进宣发与销售转化方法等的结果。”虞文军介绍,在《望江南》上市前期,浙江文艺社便筹备了完整的宣传物料,多达数十组的不同类型的稿件、视频、照片和其他物料,并逐步向100多家媒体、300多位达人、50多位专家精准投放、宣传,在豆瓣、微博、小红书等新媒体渠道持续发力营销,发行团队在电商当、京东大力推新和导流,并进一步聚焦各平台的流量,新媒体营销团队运用自建的新媒体矩阵、达人库,加强以短视频为主的抖音达人带货营销,从而让《望江南》实现单条视频带货4000册,间接带货2万册。

何慧颖介绍,《中国字 中国人》一书出版后,山东省委宣传部全力推动该书在各大媒体的宣传,山东广播电视台也给予该项目大力支持,制作了“苏小妹说中国字”“孟夫子说中国字”等中英文短视频专栏。目前,系列短视频的浏览量已超过1.6亿人次,有效带动了图书的销售。

王世平介绍,《科坛趣话》出版后,该社组织了丰富的推介活动,包括邀请诸多学术界、科学传播界名家联合推荐,在B站上连续制作了3期视频进行推介,在“学习强国”学习平台、“上官新闻”客户端,以及《解放日报》《文汇报》《北京晚报》等各大媒体进行广泛宣传。目前该书除了入选2022年度“中国好书”,还入选首期“新发现·科普书单”、第26期“解放书单”、2023年江苏省全民阅读活动推荐的12本好书等。