

担当出版使命 推动社会主义文化强国先行区建设

编者按 7月1日上午,由江苏省委宣传部指导,江苏凤凰出版传媒集团主办的“出版在社会主义文化强国先行区建设中的担当和标识”主题论坛在第十三届江苏书展主会场苏州国际博览中心举行。出席论坛的全国出版界专家共同交流、分享了各自的出版经验,为江苏社会主义文化强国先行区建设建言献策、提供助力。今日特摘编此次论坛演讲嘉宾现场发言,以飨读者。

担负新的文化使命 助力文化强国建设

□中国出版协会理事长 郭书林

在中国共产党成立102周年之际,我们齐聚美丽的历史文化名城江苏省苏州市,围绕“贯彻党的二十大精神,建设社会主义文化强国”的主题,探讨如何做好新时代出版工作的方法和路径。这对推进出版强国建设,推动社会主义文化繁荣兴盛,特别是更好地发挥江苏出版先行先试和在全国的示范引领作用具有重要意义。我认为可以从以下方面考虑推进:

提高政治站位,切实担负起出版新的文化使命

习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话,从党和国家事业发展全局战略高度,对中华文化传承发展的一系列重大理论和现实问题作了全面系统深入阐述,为坚定文化自信自强,扎实推进中华民族现代文明和社会主义文化强国建设,指明了前进方向,提供了根本遵循。习近平总书记强调,在新的起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明,是我们在新时代新的文化使命。

从事出版工作的这些年,我见证和亲历了改革开放以来中国出版业的改革发展,也见证和参与了国际出版交流合作,特别是在近几年国际出版交流中,对“使命”一词有着切身感受。新时代出版人面临新的文化使命。一是要更好地推动新时代党的创新理论更加深入人心。以学术创新支撑和推动党的理论创新,以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴,出版工作要积极传播中国声音、中国理论、中国思想,推动构建人类命运共同体。



二是要有效服务于创新型国家建设。建设创新型国家,科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力,要充分发挥出版在反映创新成果和推动创新上的重要作用。三是要传承弘扬中华优秀传统文化。我们有坚定的道路自信、理论自信、制度自信,其根本是建立在5000多年文明传承基础上的文化自信。要发挥出版在文化传承与创新中的重要作用,在新的历史起点上继续推动文化繁荣。

补齐学术出版短板,打牢文化强国根基

根据现在世界出版业的共同认知,只有教育出版、学术出版、大众出版都强,才能实现真正意义上的出版强国。当前我国教育出版、大众出版发展迅速,与世界学术出版强国相比,与出版业的其他板块相比,我国学术出版还存在数量与质量发展不平衡、专业水平较低等短板弱项。因此,要在巩固教育出版、大众出版两大优势的基础上,

花大气力做好学术出版,研究借鉴施普林格、爱思唯尔等国际知名出版集团的经验和做法,构建更为紧密、互信、高效的学术出版共同体,努力探索面向中国式现代化的学术出版新路径,反映中华民族伟大复兴历史进程中的思想创新、科学发现、技术进展、管理经验方面的成果。

紧跟科技进步,推动出版业变革发展

出版业以传播知识、传递信息、传承文明为己任。从甲骨文、竹简、木牍到造纸术、印刷术,每一次技术进步都会极大提升出版水平,促进出版业发展。当下,区块链、人工智能、ChatGPT等应用技术纷纷涌现,信息技术革命使出版业发生了深刻的变革,原有的出版格局、运作模式面临调整重塑。现在知识服务成为学术出版的核心要义,我们要紧跟技术发展的最新潮流,顺应国际国内出版大势,专注创新知识的传播,让创新思想引领新的创新,通过反映创新成果推动社会文明进步。

中国具备出版高质量发展、加快推进出版强国建设的良好条件和增长空间。我们要切实担负起出版工作新的文化使命,更好地推动新时代党的创新理论深入人心,有效服务国家创新发展战略,传承弘扬中华优秀传统文化,加快推进出版强国建设,中国出版大有可为。希望出版人以更加饱满的热情加大创新投入,坚持守正创新,谱写当代华章,为建设出版强国提供文化支撑,为建设社会主义文化强国贡献出版力量,努力建设中华民族现代文明。

凤凰传媒出版的理念、格局和发展

□江苏凤凰出版传媒股份有限公司总经理 余江涛

我所有的出版想法离不开凤凰传媒的出版实践,离不开对这一实践的思考、总结和展望。凤凰传媒正在形成:不是几本好书,而是纸质出版精品生产的结构体系。在内容生产上,我们基本立足于结构和系统之上,而非仅仅关注于局部和细节。不是部分产品的生产—营销—销售闭环,而是生产—营销—销售的闭环体系。所有产品生产出来时,我们会本能地关注闭环和单品的边际效益,以及整体的帕累托(二八定律)最优状态。不是几个融合出版的发光点,而是融合出版的全光谱体系。我们并不拘泥于机械的数字化,而是根据产品的特点、自身的能力,找到最合适的出版数字化和数字化出版的方式。

不是几个人才、精英凸显才华,而是支撑以上三个体系的人才体系。我们的各种培训特别注重团队协同、临床实践导向、解决问题导向,并在实践中让我们的出版行为体现为集体行为。

以上的体系意味着从不放弃内容为主;从不放弃内容产业的主导权和自身的专业特长;从不放弃内容—营销—销售的平衡和闭环,实现持续的结构性盈利能力,把好的内容长期吸引过来、留存下来;从不放弃传承有序和不断创新。四个体系的建设需要我们永远心无旁骛,专注出版,有序、有度、有恒。



回望凤凰传媒走过的出版道路,面对应接不暇的内容、信息、数据的诱惑,我们明确和坚持出版垂直化、专业化的目标,提升整体的市场化能力,基本完成了出版2.0阶段(工业设计)的工作,并把其作为今后所有发展的基础。同时加强内容多元化、营销矩阵化、销售网格化的体系建设,实现知识服务和教育服务的产品化、标准化,推进内容生产方式和经营方式的创新,将出版2.0阶段的成果融入其中,初步完成了出版3.0阶段(出版新生态)的建设。初步形成了出版平台化、生产和销售一体化的出版4.0阶段(未来出版)的雏形。

根据不同出版门类、发行门类的具体需求,融合出版作为一条长长的光谱,贯穿以上三个阶段,统分结合、点面结合地散发出来,呈现出不同的色彩,形成并将进一步开创凤凰传媒的高质量发展。

在人才培养方面,凤凰传媒出版人才队伍已经具备了如下素质:以系统观念、问题导向、底线思维为引领,以思路、目标、举措、重点项目一体化为抓手,以每个层级的专业团队内外协同为基础,展开日常出版工作。以出版的价值观、世界观、方法论为引领,对出版实施工业的设计,展开出版新生态的建设,形成未来出版的雏形。价值观的核心是方向,世界观的核心是事实—逻辑、结构和系统,方法论的核心是重点和协同。以价值观和世界观为核心的理念,同制度化、系统化的方法相结合,展开比较成熟的出版行为。读写塑造了凤凰传媒的学习力,知行合一塑造了凤凰传媒的执行力,两者结合形成了各级的领导力。“三力”一旦成为习惯,将无声无息,顽强坚韧。

价值观坚守使命,世界观尊重规律,方法论弘扬传统、变革创新。人类在出版在,人类进步出版进步。出版的事情永远做不完,专注出版,迎着不落的朝阳,永不停步向前。凤凰传媒将在工业设计、升级和完善上不停步;在出版新生态的探索和创新上不停步;在向未来出版迈进上不停步;在融合出版、融合发展上永不停步,尤其在新媒体矩阵营销和网络销售的网格闭环建设上,在融合出版内容和数字出版内容建设上永不停步。

聚焦品牌建设 推进精品出版

□上海世纪出版集团副总裁 彭卫国

近年来,上海世纪出版集团牢记习近平总书记“坚定文化自信,坚持改革创新,打造传世精品”的殷殷嘱托,持续推进精品内容生产,取得了一定成绩。很荣幸能够在第十三届江苏书展举办之际,与各位出版专家共话出版在社会主义文化强国先行区建设中的担当和标识,围绕论坛主题,我简要介绍上海世纪出版集团的三点做法。

继承海派出版传统,持续推动学术·专业出版中心建设

专业学术出版是上海出版的传统,也是上海出版人的追求。一直以来,上海世纪出版集团继承海派出版传统,持续推动学术·专业出版中心建设。从2014年开始,上海市新闻出版局启动“学术·专业出版中心资助计划”,计划两年一评估,资助重点放在编辑团队与作者团队的建设上,其目的是通过资金援助来鼓励专业学术出版的发展,以打造国内一流的专业学术出版高地。现在经过多轮筛选,上海市学术·专业出版中心已经达到29个,这其中上海世纪出版集团就建设、培育了19个学术·专业出版中心,各中心以学术为支撑,坚持专精特新发展道路,构筑起专业学术出版矩阵,如上海人民出版社的政治与理论读物出版中心、上海古籍出版社的历史文献出版中心和上海书画出版社的书法研究出版中心等。它们都以各自的方式发挥专业出版的优势,为学术界和社会提供了丰富



的精神食粮。

鼓励有价值的大众出版,培育适应市场需求的新品牌

相较于专业出版,大众出版一直是上海世纪出版集团的短板。为此,集团鼓励有价值的大众出版,近年来进行了积极有益的探索,如鼓励青年编辑组建团队、打造品牌,培育出了“世纪文景”“艺文志”“哲人石”等一系列适应市场需求的新品牌。集团要求这些新品牌有自己的核心价值,不能媚俗,要满足大众的阅读需求,目前看这些品牌都满足了这样的要求。近日,集团还正式启动了“大虹桥”出版计划,提出要以最学术打造最大众、以更专业打造更大众,强化机制化、机构化、机动化保障运营,力争用3到5年时间,推动中华优秀传统文化优质出版资源向市场转化,持续推出一批大众化、普及化读物,建构起大众出版板块新

的“四梁八柱”,切实增强集团主业发展的后劲和活力,有效提升文化影响力和市场占有率。

持续开展“世纪好书”品牌塑造,形成出书出人新机制

上海世纪出版集团还特别重视对优秀出版工作者的培养和推广,因此提出并实施了“世纪好书”项目,形成了出书、出人新机制。“世纪好书”通过专业化、常态化评选,提升精品标识度;通过经常性、针对性交流,共享精品出版经验;通过全方位、多渠道推广,促进精品市场转化;同时抓弱项、不护短,点评得失促提高,力争让每一本被评为“世纪好书”的图书都能成为品质的代表。这不仅提高了出版的质量,也激励了出版业工作者以更高标准要求自己,实现从出版物到出版人的全方位提升。可以说,“世纪好书”的出现某种程度上就是构筑了一个平台,让19个学术·专业出版中心和多个出版品牌的优秀成果得以集中展现,从而促进和指引世纪出版高质量发展,展现世纪出版崭新气象。

现在,出版单位都应承担建设出版强国的重任,而出版强国一定是以精品出版物作为最坚实的基础建设起来的,同时还必须有一支专业的、有理想的、有激情的出版队伍作为支撑。这样的理念将继续推动上海世纪出版集团的发展,希望未来能在业内树立起高品质出版的标杆,也对全社会的文化繁荣和社会发展产生深远影响。

面向中国式现代化的学术出版新路径探索

□南京大学出版社社长 金鑫荣

中国式现代化视域下的学术出版,需要承担新时代高质量学术出版的新使命。党的二十大报告对“实施科教兴国战略,强化现代化建设人才支撑”作出了重大部署,为中国式现代化视域下学术出版的新路径探索指明了方向。新时代语境下,学术出版人要深潜在学术研究前沿,在建构中国特色学术话语体系、探索中国高质量学术出版新路径等方面大有作为。

要配合国家重大发展战略,关注重大国计民生问题。习近平新时代中国特色社会主义思想的学理化阐释、党的二十大精神的深度解读、党中央提出的重大发展战略部署、国家“十四五”规划纲要提出的重大发展规划,事关国家、社会全面发展的重大举措等,都是学术出版着力的重点。如“一带一路”倡议、人类命运共同体理念等议题,仍需要我们加以关注。针对风高浪急的国际氛围,中国学术界、出版界要协力同心,主推一批高质量的精品力作。

要聚焦重大科技前沿,重点关注“卡脖子”技术



的进展。出版界要密切关注国际国内科技发展趋势,与著名大学、研究机构一起及时出版、发表高科技领域的科技成果。关于航空发动机、新材料、新能源、生命科学、人工智能、量子通信、深空深海技术、数字经济等一系列科技发展成果,出版界也需要前置介入、积极谋划。

要完善学术成果评价体系,致力学术出版的高质量发展。学术成果评价体系的建设和,出版社应该积极参与,并掌握一定的评价话语权。学术研究与学科水平紧密相连,为此,出版界可以参照教育部颁布的相关学科

评估结果,以此判断学术成果的总体水平。

要建设学术出版共同体,建立专业化的学术出版板块。大学出版社是学术出版的重要生力军,如北京大学出版社的人文出版、中国人民大学出版社的社科出版;有的则形成学术专题的出版特色,如南京大学出版社的中国学术思想史、民国史出版,北京师范大学出版社的教育学出版等。2023年4月,中国出版协会组织发起成立学术出版工作委员会,便可以起到学术共同体的规范、引领等作用。

要以一流的学术出版队伍建设,支撑一流的学术出版成果出版。当下,出版社学术编辑的专业水平与学科专业知识的要求还有很大差距。因此,要建立一支高素质的编辑队伍,尤其是大学出版社所在的大学母体,必须要把出版社的人才培养纳入到学校的人才培养的总体规划中去。对优秀的编辑,也要给予与学校教学科研一线教师所获得的荣誉奖励同样的待遇。