

坚定文化自信,推进工艺美术出版事业创造性转化和创新性发展

□夏中南

党的十八大以来,习近平总书记站在党和国家事业发展全局的高度,围绕建设文化强国、中华民族现代文明等重大发表重要讲话、作出重要指示批示,提出了一系列具有独创性、标志性、引领性的新思想、新观点、新论断。比如,他创造性提出坚定文化自信、“两个结合”等重大论断,鲜明提出中华文明五个突出特性、推进中华优秀传统文化“双创”等重大创新观点,内涵十分丰富,论述极为深刻,成为指导我们增强历史自觉、坚定文化自信的强大思想武器,为出版工作提供了根本遵循和行动指南。

在深入学习贯彻中,大家越来越深刻体会到,有以习近平同志为核心的党中央高屋建瓴的擘画,有习近平文化思想的指引,中国国家版本馆、中国历史研究院、中国非物质文化遗产馆、中国工艺美术馆等一批文化地标相继落成发挥作用,文化事业的发展已经进入新时代、新阶段,包括出版人在内的文化人赶上了好时代。出版人欣逢盛世,自当不负盛世。现结合北京工艺美术出版社的发展实际,谈谈学习体会。

第一,坚持聚焦主业,持之以恒做好传统工美文化的保护和挖掘。

习近平总书记指出,要坚持守正创新,推动中华优秀传统文化同社会主义社会相适应,展示中华民族的独特精神标识,更好构筑中国精神、中国价值、中国力量。北京出版集团旗下的北京工艺美术出版社成立于1985年,是全国唯一一家聚焦工艺美术品类的专业出版社。建社39年来,一代又一代的工美出版人脚踏实地、夙夜匪懈,饱含热情把自己的青春和智慧无私地奉献给了工艺美术出版事业,用自己的出版语言为中国的工艺美术事业作出了出版贡献。伴随一部部在工艺美术事业发展历程中具有标志意义的重要典籍相继问世,工美社也逐步形成了自己的鲜明特色。《布艺堆绣制作技法》《面人制作技法》《北京绢花》《绒絮画制作技法》等具有填补空白意义的工艺美术技法图书,《玉雕图案》《木雕图案》《雕漆图案》《服装图案》《珐琅图案》《抽纱图案》等实用性工艺美术资料丛书,《中国壁画史》《中国年画史》等史志类图书,《龙纹图谱》《凤纹图谱》《莲纹图谱》《牡丹纹图谱》等工美类专业图书。这些书为工艺美术技艺的传承,为中华优秀传统文化的保护挖掘,为中华特色创意文化的弘扬,起到了不同程度的推动作用。

就工美社核心业务的传统工艺美术图书而言,有些书是填补空白的,如《京剧盔头研究》《中国书画装裱要略》《京剧纹样研究》等;有些书是对传统艺术抢救性挖掘的,比如《手工艺和行话》,系工艺美术行业老艺人、业内资深研究员李苍彦先生的扛鼎之作,将濒临失传的工美行业世代口授口传和行话整理固化了下来;有些书是实现理论新飞跃的,如姚士奇先生的“玉文化丛书”,从工艺角度系统解析了玉器文化的重要地位,具有不可取代的学术贡献。在出精品的时候,工美社也积淀了一支以获得第十四届韬奋出版奖的北京工艺美术出版社社长、总编辑陈高潮为代表,专业精深、业务过硬的编辑人才队伍。

调研交流中,编辑们时常诉苦:传统工艺美术图书看上去很美丽,做起来

很难受。除了出版共性的困难,还有一些特殊性。存世的工艺美术大师们拥有丰富的实践经验和技艺,但大多文化不高,没有写作能力。他们要表现的内容也是口口相传,很多从未付诸文字,那些独特的技艺更是可意会不可言传,了然于心而不能出之于口、形诸笔端。有的需要与人合作完成,还有的通过口述,直接把录音交给编辑。这类书专业术语难辨别、出版周期长、效率低,成本高、难度大,读者还少,根本谈不上经济效益。但文化遗产承载着中华民族的基因和血脉,是不可再生、不可替代的中华优秀文明资源。工美社作为国有文化企业,要积极推进文化遗产保护传承,挖掘文化遗产价值,传播更多承载中华文化、中国精神的价值符号和文化产品。这种文化责任不容辞。

我们坚信,传统工艺美术图书的出版挖掘是良心工程,也是工美社立社之基,是内容板块的“第一支柱”,再难也要坚持做下去。

第二,坚持古为今用,做好传统美育资源的创造性转化。

调研中,编辑说的还有后半句,那就是工艺美术图书看上去很美丽、做起来很难受、卖起来很难看。在工艺美术类图书中,传统工艺技法销售最好,每年销售也不过1000册左右,根本就是入不敷出。

在调研中,我们运用大数据分析的方式,统计梳理了近5年全社图书选题策划、图书销售回款、工美社销冠图书,美联体同业的泛美术类图书销售情况,并且对比了电商平台关于工艺美术、绘画、书法等图书的销售、人气指数。在此基础上,班子进一步统一思想,明确了要以工艺美术类业务为原点,大力拓展、不断丰富“大美育”产品线。

早在新文化运动中,蔡元培先生就通过《新青年》大力提倡“以美育代宗教”,通过非功利的美术教育,培养先进的世界观和高尚的道德情操。近年来,随着艺术类加分改革的深化,功利主义美育教育退潮,美育逐步回归素质教育,越来越成为一种自觉的追求。2024年1月,教育部印发《关于全面实施学校美育浸润行动的通知》,全面实施学校美育浸润行动,并且明确了行动包含的“美育教学改革深化行动”“艺术实践活动普及行动”等8项具体工作举措。借着这股东风,美育市场的壮大也就顺理成章,指日可待了。

为此,工美社班子明确,依托工美社定位,做好传统美育资源的创造性转化,在已有的《国画入门》系列、《一起玩泥彩塑》,以及各类碑帖、绘画书的基础上,持续加强书画技法、碑帖等图书开发和投入,增加优化相关视频教学内容,便利读者学习技法,扩大规模。逐步打造一批畅销书、长销书,几条更具市场价值的产品线。力争用1—2年时间,逐步形成工美社的“第二支柱”。

第三,坚持守正创新,推动新时代美术的创新性发展。

传统工艺美术书籍受众少,除个别热门之外,大多数工艺美术的技艺图书、专业图谱等,市场潜在消费者寥寥无几,图书销售回本都是奢望。“大美育”市场也容量有限,统计显示,2022年美术类图书只占到图书市场份额的1.35%,仅有13亿多元的销售码洋。但

全国50多家美术类出版社都在这里打拼,市场竞争十分惨烈。

今天,工美社的发展发力点和突破点应该在哪里?

正如习近平总书记所说,一个时代有一个时代的文艺,一个时代有一个时代的精神。我们都熟知从先秦散文、汉赋、唐诗、宋词、元曲到明清小说,乃至网络小说的演变发展。在工艺美术领域同样如此,从上古陶器、夏商青铜、秦汉漆器,再到唐宋元明清的丝绸、玉器、瓷器、刺绣等,每个时代都有受众最广、影响最大、居于统治地位的艺术载体。正如上世纪现代科学技术突飞猛进所催生的崭新美学分支学科——“技术美学”秉持的观点:人类审美的发展,始终受到科学技术的影响和制约。在我们这个电子数码技术飞速发展、视觉影像艺术不断更新迭代的当下,依托新技术的动漫形式将是最大的蓝海,也完全可以成为当代工艺美术转型发展的方向。

我梳理了一下,2003年,动漫产业被国家广电总局列为重点扶持的文化产业。2006年,国务院办公厅转发《关于推动我国动漫产业发展若干意见的通知》。近年来,我国动漫产业在国家政策扶持和互联网发展的推动下,呈现出快速增长的态势。目前,动漫产业已经成为文化产业的重要组成部分,也是国民经济的重要支柱产业之一。调查显示,2023年我国动漫产业总产值有望突破4000亿元。从数量上看,我国已成为世界第一大动漫生产国。我国动漫产业的受众群体不断扩大和多元化,2023年,用户规模将达到4.9亿人。为了适应发展,各地高校纷纷增加或新开设动画或动漫专业,一时间如雨后春笋,已经成燎原之势。

工美社领导班子在研讨中一致认为,无论是动漫作品欣赏、动漫经典、动漫技法教学,乃至衍生品开发,都和工美社的定位完全契合,应该在现有零散产品的基础上,明确为工美社立社选题的主攻方向,迅速提升规模、完善体系,使其发展为“第三支柱”。

第四,坚持党管出版,切实把好政治方向、价值取向和舆论导向关。

习近平总书记指出:“我们当代文艺更要把爱国主义作为文艺创作的主旋律,引导人民树立和坚持正确的历史观、民族观、国家观、文化观,增强做中国人的骨气和底气。”这都为我们明确了具体的要求。

作为国有出版文化企业,工美社党支部始终认为,意识形态责任是第一位的,要坚持全面从严治党,坚持政治家办社,坚持把社会效益摆在第一位。在编辑工作中,反复强调不能觉得我们开发的大多是美术类图书,就距离意识形态比较远,有疏忽大意,甚至麻痹思想。近年来,一些图书的插图事件教训深刻,前事不忘后事之师,必须在编校审核中牢牢把好政治方向、价值取向和舆论导向关。要传承弘扬中华优秀传统文化,而不是泛泛地、不加分辨地宣传“传统文化”,更不能为了吸引眼球就炒作伪国学,甚至传统文化中的糟粕。对“不”优秀的传统文化,我们要坚持不碰,坚决维护国有出版企业的文化品格。

严格选题开发,在动漫类图书产品上我们要大力拓展,但是坚决不能重走别人走过的弯路。要以习近平文化思想为指导,按照思想精深、艺术精湛、制作精良标准,锚定首都文化中心建设需要,开发原创动漫精品;紧盯优秀动漫影视作品,进行图书开发;不跟风日暮,不跟风市场低级趣味的无厘头。努力用动漫形式,推广传播贴近实际、贴近生活、贴近群众,富有中国文化底蕴与时代精神、承载中华优秀传统文化和社会主义核心价值观的精品力作。

要坚持原创、专业、首善的价值追求,做优传统工艺美术、“大美育”、动漫等三大内容支柱,确保落实社会效益为先的要求;做强美联精工的网络电商平台,保证公司畅通的销售渠道和稳定的现金流;做大百亿元国礼的“出版+”业务,打造新的经济增长点。通过社会效益和经济效益的双提升,为首都全国文化中心建设贡献力量。

(作者系北京出版集团经营总监、北京工艺美术出版社社长)

用党的创新理论武装全党、教育人民,是宣传思想文化工作的首要政治任务,这是习近平文化思想的重要理论观点。重视用科学理论武装全党、教育人民,既是我们党的先进之源、胜利之本,也是我们党的执政所依、发展之基。把党的创新理论传播好,使之成为我们党带领全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南,就必须创新表达,使党的创新理论富有吸引力,从而增强理论的说服力,提高理论的引导力。

创新表达就要善于讲故事

“一个故事胜过一打道理”,传播好党的创新理论,要善于讲好故事。列宁说笑谈真理,就是说严肃的真理也可以笑着来讲,讲的是宣传方式和效果。通过讲故事,让人们理解和接受理论,并发挥它的指导作用,化为思想力量,化为实际行动,这是党的创新理论“飞入寻常百姓家”的可靠方式。

人心是最大的政治,语言于瘪、自拉自唱,群众不会买账,有血有肉的故事胜于一切空洞的说教,能让事实不言自明、让歪理不攻自破。生动鲜活的故事,使理论增加了信息量,增强了穿透性,增大了引领力。据统计,在《毛泽东选集》四卷里,使用了1200多条成语典故。在抗日战争快结束时,党的七大召开,毛泽东作了一个很重要的闭幕讲话,讲了《愚公移山》的故事,这是《列子·汤问》里的一个故事。新中国成立后,1956年党的八大召开时,毛泽东又致了一个闭幕词。他不再讲故事了,围绕一句话来展开,就是“虚心使人进步,骄傲使人落后”。这句话,实际上就是《尚书》里的一句话“满招损,谦受益”的古为今用。2023年,习近平主席在美国友好团体联合欢迎宴会上发表演讲,演讲中有许多生动的故事,这些故事讲述的是中美两国人民友好情谊,传播的是大国外交理念。

把讲道理与讲故事结合起来,用故事展示丰富内涵、揭示深刻主题,这样可以使道理可亲可近、引人入胜。如果我们能够将政治原理、政治概念、政治口号还原为根据、事实,甚至是故事,言之有理、持之有故,有思想光芒、有文采,党的创新理论自然就能吸引群众。用鲜活的故事、新颖的语言,取代那些“常讲的老话、正确的废话、漂亮的空话、严谨的套话、违心的假话”,我们理论的宣传才会产生较好效果。

创新表达就要坚持以文化人

理论本身也是文化,科学理论总是具有自己独特的、深刻的文化内涵和底蕴。“坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合”,这一重要论述,科学揭示出党的创新理论与中华优秀传统文化的内在关系。

毛泽东是真正把马克思主义中国化了,把马克思列宁主义变成了中国文化。据统计,在《毛泽东选集》四卷里,许多重要的思想、观点都是用中国传统的文化概念来表达的,甚至直接来源于中国传统的文化观念。比如,实事求是这一马克思主义思想方法的基本原则,就是地地道道的中国文化概念和文化观念。毛泽东思想是这样,中国特色社会主义理论体系,包括邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观,同样也具有这样一个特点。比如说小康社会理论和和谐社会理论,这都是有着非常独特、深刻的文化内涵和文化底蕴的。习近平总书记对中华文化高度认同,习近平新时代中国特色社会主义思想继承了中华文化的杰出智慧和优秀思想,习近平文化思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的文化篇,这是科学理论本身的一个特点。

因此,我们在宣传、阐释党的创新理论的时候,不能忽视理论的这种文化特质。只有充分地发掘和阐释党的创新理论所具有的文化内涵和文化底蕴,才能真正把理论讲清楚,才能真正揭示理论的真谛。理论传播不能是从理论到理论的照本宣科,从概念到概念的说教,而应该注意发掘和阐发理论所具有的文化内涵,真正把理论作为一种文化来传播,把理论传播的过程作为一种文化传播的过程。

在理论传播上,坚持以文化人,其传播效果往往是惊人的。1956年,美国好莱坞拍摄了《战争与和平》,影片把苏联这个饱含爱国主义和集体精神的巨作,歪曲成了爱情片,片子从头到尾都在讲三角恋。苏联人看到影片如此解构和歪曲自己的经典,大为刺激。为了拍出真正的《战争与和平》,1966年苏联中央政

理论传播要注重表达方式创新

□周亚明

府拨款5.6亿美元巨资,先后动用了包括大批军队在内的60万名群演,拍摄《战争与和平》,还原了作品中蕴含的社会主义、集体主义和爱国主义价值观。高质量的作品一经上映就引发了轰动,彻底扭转了被动舆论场上的局面。“按照美国价值观,解构他国历史”是以好莱坞为代表的美国文化机构传播美国文化价值观的通行做法。

创新表达就要讲人民群众听得懂、听得进的话语

习近平总书记指出:“新时代坚持和发展中国特色社会主义,需要大批能把马克思主义中国化讲好的人才,讲人民群众听得懂、听得进的话语,让党的创新理论‘飞入寻常百姓家’。”这一重要论述为党的创新理论大众化通俗化指明了方向。

人民性是马克思主义的本质属性,党的理论是来自人民、为了人民、造福人民的理论,人民的创造性实践是理论创新的不竭源泉。一切脱离群众的理论都是苍白无力的,一切不为人民群众的理论都是没有生命力的。党的创新理论只有贴近了群众,群众才会感到亲切,就会被党的创新理论吸引,成为党的创新理论的忠实实践者。

长期以来,很多群众对理论都有枯燥无趣的印象。其实许多重大的、艰深的问题,是可以通俗、轻松、深入浅出甚至幽默让人乐于接受的方式来阐述和表达的。

把党的创新理论传播好,就要把我们想要说的与群众想听的结合起来,多运用群众的语言,多联系群众身边的事例,多采取群众喜闻乐见的形式。毛泽东是最善于用群众的语言阐述政治理论的,在《湖南农民运动考察报告》中谈到普及政治宣传带来的社会影响和效果时,他是这样表述的:“湘潭一带的小孩看牛时打起架来,一个做唐生智,一个做叶开鑫,一会儿一个打败了,一个跟着走,那谁的就是唐生智,被迫的就是叶开鑫。”这样的表述,读者焉能不明白?政治理论宣传又如何不深入人心呢!

如何通过表达方式创新,让原本枯燥的理论生动起来,让人们理解理论和接受理论,并发挥它的引领作用,这是一个永恒的时代课题。(作者单位:湖南省委新闻办杂志社)

类别	搜索人气	访问人气	收藏人气	加购人气	客群指数	交易指数
绘画类	111842	218105	36037	78243	56494	716875
书法/篆刻/字帖类	106849	161952	29061	68975	65652	589658
工艺美术类	36592	85704	18755	27678	21265	206687

注:2023年10月,电商平台图书类热度值(单位:人/次)