

中宣部主题出版重点出版物博览

走出“认知的洞穴” 形成品牌的“人格”

——基于广西人民出版社“大雅”品牌的思考

□吴小龙

出版的核心是图书，然而编辑要获得长远的发展，出版社要获得持续、稳定、较大的影响力，孤立、零散的单体图书并不够，这就呼唤长期聚焦个性化、系统化、规模化的精品集群，需要走向系列化的图书品牌。

近年，广西人民出版社不断打磨品牌“大雅”。品牌2013年起念，2015年正式推出第一个系列，至今已持续出版近10年。“大雅”的尝试，直接的效果是推出了一批好书，形成了新的做书模式，锻炼了一批编辑，让出版社在特定领域发出了自己的声音，提升了社会影响力。

要有清醒的价值判断

出版是一个独特的行业，它既做文化，又做市场，但是二者的轻重和先后关系对很多人并不那么明晰。需要明白的是：做书的本质首先是做价值，做品牌更是如此。作为出版品牌的第一义，二者的先后关系首先要清楚，否则就会迷失，品牌也难以持久。而价值判断，最终要落到编辑的认识上来：对什么是好书，要有清醒的判断。

怎么判断好书？一方面，编辑对于好坏、是非、美丑，要有深刻认识，要头脑清醒。要做好的作品，要做好的品牌，你需要用跳脱的能力作出独立的判断。另一方面，对于价值的不同呈现形式，要有专业的认识。出版永远都是具体的，哲学出版、文学出版、艺术出版等，它涉及基本认识与具体的承载形式之间的关系问题。比如面对一幅美术作品，你不能停留在“好看”上，而要能从线条、色彩、光影等方面来“看”；再比如读小说，你不能眼里只有“情节”，而需要洞悉内在“隐秘”，这就涉及专业的层面。

对于从事出版，尤其是试图参与品牌的编辑而言，要做好以上两点，就需要持续精进。大学的专业，对于出版工作来说，不是终点，而恰恰刚刚开始。要努力学习，提高认识，开阔眼界，努力走出柏拉图的“认知的洞穴”，将认知暴露于普遍性的光源之下，品牌与之关联，才会有生命力的。

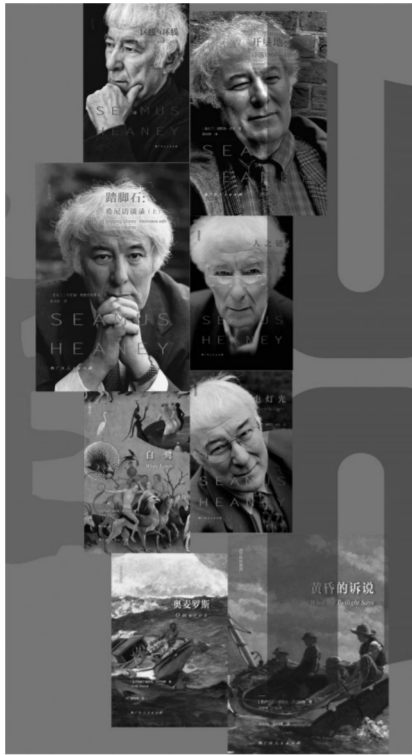
要精准定位把握方向

全国出版社有500多家，经过长时间的积累，各个出版强势品牌形成了基本稳定的优势、特色、格局。在此情形下，如何精准定位，出奇制胜，就很重要。这涉及品牌的定位，需要综合读者、市场、资源、人员的情况及出版的价值，把握好图书品牌的出版方向。

“大雅”的做法，就是从小众诗歌切入。为什么？首先是国内出版的格局，小众诗歌还没有哪家形成绝对优势。其次是市场的潜力，诗歌虽然是小众读物，但中国人口基数大，做好了读者绝对数量也不小。那时诗歌市场文火升温，个别品种出现了爆款，这也是引发我们做诗歌的原因。再次，就是出版的资源，国内外顶尖诗人非常多，优秀的诗歌作品非常多，这意味着品牌的可持续性。我们还考虑了投入的成本，不比其他竞争激烈的板块，诗歌意味着较小的投入，意味着较高的容错率。这些，都是基于出版策略上的考虑。而最关键的推动力，来源于诗歌本身的价值：在古代，《诗经》被置于六经之首，是学习和教育的起点，而作为一种艺术，诗歌是语言的理想和极致，涵养性情，润物无声，被视为有效的教育。综合来看，低投入，可持续性，出版价值大，较快产生品牌影响力，这是“大雅”品牌定位诗歌切入的原因所在。

要塑造清晰的品质气质

做书不是做死书，而是做“人



格”。编辑是要有态度的。做品牌也是这样，通过系统的、长期的、有鲜明标识的出版和运作，一个品牌最终要建立的是有态度、有思想、有自己气质的“人格”，附着于这样的“人格”，品牌才有识别度、有魅力的。我觉得“大雅”已经形成了自己的气质。

这种有魅力的气质，首先来自图书内容，“大雅”重视图书的内在统一性和关联，世界上好的诗歌以及延伸产品，将诗意的品质持续不断落到实体书上，就能发生回响，形成自己的性格和态度。而图书内容的选择——它的水准、观念、态度等，就决定、支撑着品牌的性格。在此基础上，在外部形态上不断重复品牌识别，强化印象，统一标识；统一设计风格；统一形式识别，包括版式、装帧、用纸，形成了属于“大雅”的“经典”风格。这样，经过时间的熏陶，“大雅”的“人格”就建立起来了。

要有开放的出版规划

一个品牌不是一两本书，它需要持续更新，除了前期的努力，后期还需要长期的夯实。品牌线的拓展，就是从小到大的过程。这就需要做到开放健康的规划。“大雅诗丛”浮出水面后，品牌尝试进一步夯实，经过几年积累，形成了一个初具规模的“大雅家族”。

首先“大雅”夯实了“诗家族”。诗歌是“大雅”的特色，因此我们推出了“大雅诗丛”两辑，还集中于一些重要诗人做了个人系列的拓展，从诗集扩展到文集、戏剧、日记、书信等，陆续推出了“希尼系列”“休斯系列”“洛威尔系列”等，都是大师个人系列。我们希望做面向大众的诗歌阅读，更新读者对诗歌的理解，于是着眼“诗歌的最好读者”文德勒，引进推出了“文德勒诗歌课”。其次，我们逐步从诗歌向哲学、政治、建筑、音乐等人文社科领域拓展，比如我们中西名师讲堂，推出了“新师说”“哈佛诺顿讲座”等多个人文系列，并希望未来实现人文社科的全方位覆盖。再次，我们与品牌拜德雅进行合作，推出了人文丛书、异托邦、苏佩维埃尔系列等。

要打好品牌的持久战

出版是一个极其艰难的过程，困难是常态。而要做好一个品牌，更是一个长期而艰难的过程。

在刚开始，“大雅”也面临很多细微却艰难的问题，比如出版的一个小环节——版权引进。作为出版新人，最初完全不知道版权从何处着手，后又因出版社很少引进版权，受到版代的冷落……不过，在连续半年多的邮件往来（乃至开通国际长途）等一系列努力后，才有了后来的“大雅”的故事。这种细节很多，比如和译者接触的问题，比如译文校核的反复斟酌，再比如后期联络媒体的问题等，没有一个环节是轻而易举的。这些“小问题”，让我们经历了无数个不眠之夜。当然，编辑要想真正做好一个品牌，最大的挑战是时间，如何解决好漫长时间中出现的各种问题，是品牌是否长远的关键。

面对困难，出版人要有勇气和毅力。但“念念不忘，必有回响”，持之以恒，百转千回之后，总会柳暗花明。回想打磨“大雅”的过程，不能不说，万事充满奇迹，保持勇气和毅力，世界总能带来回报，不负我们的热情。

（作者系广西人民出版社理论读物中心主任）

《中国“稻路”：超级稻诞生记》：

以人文情怀为农学家树碑立传

□本报记者 章红雨

在中宣部2023年主题出版重点出版物170种选目中，有一本讲述两代农业科学家前赴后继地研发超级稻，以确保国家粮食安全，进而让中国人端牢饭碗的图书引人注目，它就是《中国“稻路”：超级稻诞生记》。

1月26日，《中国“稻路”》出版方沈阳出版社在中国现代文学馆举办报告文学《中国“稻路”：超级稻诞生记》研讨会。会上，中国作协党组成员、副主席、书记处书记吴义勤赞誉该书题材独特，主题重大，具有重要的现实意义和人文温度，是近年来主题出版的又一重要收获。

让主题出版选题既接天线又接地气，是出版人的共同追求。那么沈阳出版社是如何发现这一选题，又如何顺利出版的？《中国新闻出版广电报》记者对此进行了采访。

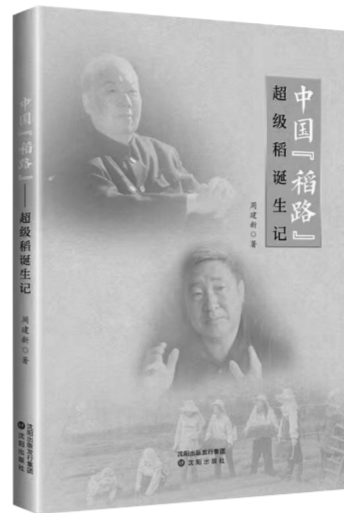
题材独特主题重大

《中国“稻路”》这个选题的由来，与该书策划编辑之一、沈阳出版社总编辑闫志宏有关。这位在沈阳农业大学大院长大的出版人，小时候就知晓沈阳农业大学所有农学家的名字。其中，水稻科学家杨守仁的故事最令她好奇，因为碗里香糯的大米饭就是杨守仁和他的学生、中国工程院院士陈温福攻克出的超级稻。大学毕业，成为出版人的闫志宏有个愿望，那就是以图书的形式，让杨守仁这位和袁隆平一样为国家粮食安全作出重要贡献的农学家为社会大众所知晓。

闫志宏高兴的是，她的这一想法得到沈阳出版社社长张阔的响应。2021年，经过周密策划，沈阳出版社决定将《中国“稻路”》立为重点出版项目，邀请作家周建新担纲执笔。

3年来，周建新和《中国“稻路”》责任编辑深入试验田，走进实验室，翻阅检索大量素材和资料，在与陈温福及其团队推心置腹交谈中，获得了大量的第一手资料。

采访中周建新深感此选题意义重大。他说：“我天天吃着香糯的大米饭，却不知道是谁培育了它们，有一种背叛的感觉，不写这些农学家，我总觉得饭是从脊



梁咽下去的。”为此，周建新在书中写道：“当代中国水稻界有两位标志性人物：中国杂交水稻之父——袁隆平，主攻南方杂交水稻；中国超级稻之父——杨守仁，主攻北方常规稻。以他们为杰出代表的几代农业科学家，为解决中国人的吃饭问题作出了巨大贡献。”

好选题也需呈现到位

主题出版抓到好的选题不容易，找到好的作家落实到位同样不容易。写作过程中，周建新数易其稿，陈温福3次审阅书稿，出版人更是跟随作者在采访中学习。

2023年9月，《中国“稻路”》一书正式出版。很快一个好消息传来，那就是沈阳广播电视台原创基地同期推出的同名有声书被“学习强国”学习平台选中，点击量迅速逼近300万次。

分析该书受关注的原因，吴义勤认为粮食安全问题是全球性的重大命题。关注粮食安全问题、关注水稻问题是作家的使命和责任。书中杨守仁、陈温福两位农业科学家的形象立体、人格感人。由此看《中国“稻路”》的书名起得恰当，其题材价值、主题价值，都值得充分肯定。

对此，中国社会科学院文学研究所研究员白桦、中国作家协会创研部副主任李朝全表示赞同。白桦说，《中国“稻

“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书：

力求科学性和可读性相统一

□本报记者 张雪娇

为了让青少年牢固树立生态文明理念，培养具有生态认知、生态智慧、生态行为且能够担负起生态文明建设重任的新时代青少年，中国地图出版社集团有限公司近日推出“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书。该丛书入选中宣部2023年主题出版重点出版物选题。

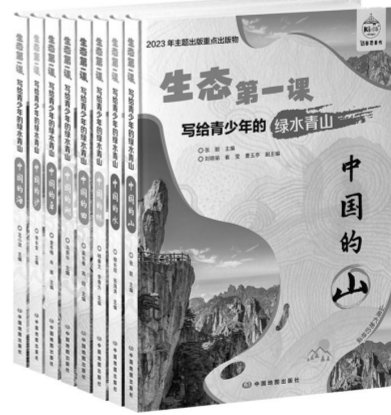
近年来，中国地图出版社集团有限公司策划出版了一批体现生态文明观、传播生态文明知识、构筑人与自然和谐共生理念的重点出版物，这些图书对生态文明建设和宣传起到了积极的推动作用。“在大力强调生态文明建设的当下，对青少年开展生态文明教育意义重大。”在不久前举行的“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书新书发布会上，中国地图出版社集团有限公司总编辑徐根才表示，希望这套丛书可以帮助青少年学习生态文明知识，参与生态文明建设。

向青少年普及生态文明知识

“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书共分为8册。“这套丛书以‘山水林田湖草是生命共同体’的理念为指导，按照山、水、林、田、湖、草、沙、海的顺序，多维度、全景式地展示了我国自然资源要素的特征与原理、分布与变化、开发与保护。”丛书项目负责人李铮向《中国新闻出版广电报》记者介绍，丛书立足新时代青少年的认知规律和思维特点，不仅介绍了我国生态文明建设的历史和现状、问题和措施、成效和展望，还介绍了其中蕴含的生态文明理念。

作为“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书的总顾问之一，中国工程院院士王浩对这套丛书的出版给予了高度评价。他说：“这套丛书既开展自然资源教育，又开展人文教育，在向青少年普及生态文明知识的同时，可以增强其推动生态文明建设的思想意识和行动自觉。”

从事科技及环境教育一线工作近30



年的北京市中小学科技教育特级教师周又红参与了丛书的编创工作。她认为，这套书致力于提高青少年的生态素养，能够帮助孩子们在面对生态环境问题时，运用生态知识、技能和态度，采取合理的行为，保护生态环境。

在业界看来，丛书的出版有利于加强青少年对我国自然资源的认识，有利于开展生态文明教育，有利于提升青少年的生态文明意识和素养，具有较高的社会效益和出版价值。

让图书更符合青少年阅读需求

中国地质科学院地质研究所研究员张聪主编了《中国的山》这一分册。问及创作初衷，他表示：“图书作为一种载体，可以真正地将生态文明建设、可持续发展以一种更容易让孩子接受的方式传达给他们，这是我们作为科学研究和政策研究的工作人员由衷的心愿。”正如张聪所说，“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书的对象是青少年，在保证图书科学性的同时，如何确保内容的可读性，也是编创团队一直在思考的问题。

李铮向记者介绍，为了确保丛书的科学性，编辑团队邀请了王浩、中国科

路》讲述了超级稻的研制、培育、诞生和影响，其实背后说的是民生问题。以前水稻领域只知道袁隆平，这个作品用文学的手法把培育超级稻的带头人杨守仁和陈温福写出来，在某种意义上也是为他们树碑立传。

“作者注重人和事结合，在写作过程中塑造人。就我视野所及这一题材可能具有填补空白的意义和价值。”李朝全如是说。

聚焦时代永远在路上

“作为在沈阳生活过的人，我都不知道这段历史，更没有想到杨守仁对我国农业科技、粮食安全作出了这么大的贡献。很高兴的是，通过这本书我不仅了解了这段历史，也为辽宁人、为沈阳人自豪。”中国报告文学学会副会长李青松在会上感慨。

以读者身份感同身受的还有文化艺术出版社原总编辑查振科和《光明日报》文艺评论版主编王国庆。查振科说，这本书的价值在于让读者了解到以杨守仁为代表的农学家，对我国粮食安全作出了重大贡献，更为重要的是该书为世界粮食安全提出了中国方案。王国庆则被书中的传统力量所感染。他说，这本书写的是超级稻诞生记，实则是从师记，通过杨守仁与陈温福两位之间的师承关系，体现了他们和袁隆平等科学家一道，穷尽一生之力，道济天下苍生，而这正是我们这个时代所倡导、所需要的。

文化是一座城市的根与魂。沈阳市委宣传部副部长、沈阳市新闻出版局局长邓頌在会上表示，《中国“稻路”》一书是沈阳市重点文艺创作生产项目，也是沈阳文艺精品创作生产的一项新突破。该书在立项及运作过程中全程精心谋划，强化责任担当，狠抓细节落实，实现了合作共赢的结果。

邓頌还透露，下一步沈阳市新闻出版局将继续精心规划好重点主题创作生产和文艺出版工作，组织协调好市属文化出版单位紧扣新时代，做好辽宁红色资源和沈阳英雄城市塑造等重大主题项目，推出更多既接天线又接地气、思想深刻、清新质朴、刚健有力的优秀作品。

学院院士周成虎担任丛书总顾问，还联系了来自中国地质科学院地质研究所、中国水利水电科学研究院等近10家单位的10余位教授、研究员、工程师等参与丛书的创作。

为增加丛书的阅读性和趣味性，让图书更符合新时代青少年的阅读特点和需求，编辑团队联系了周又红，以及来自北京市青少年活动中心等单位的40多位特级、高级教师，对丛书内容进行改编和润色，保证了图书的可读性。

在审校方面，集团参与的编辑、编审、副编审人数达到12人。“为保证图书内容的科学性和准确性，在图书的编校过程中，除了社内人员，我们还邀请了各专业出版社编辑参与，如海洋出版社、中国水利水电出版社等编辑进行图书的外审工作。”李铮介绍道。

反复推敲每一个细节

装帧是一本书的门面，作为主题出版物，装帧设计是至关重要的环节。为了给青少年读者带来一套内涵与颜值兼具的主题出版物，编辑团队与美术设计人员反复推敲，从封面设计到内文版式，每一个环节都精益求精。

“在丛书图案元素的选择、色彩的搭配、纸张的运用、文字空间的排布、印刷工艺的运用等方面，我们都做了全方位的设计，并反复修改、打磨，同时在对各种纸张、印艺进行选择 and 运用的实践后，最终丛书得以以现在的样貌呈现在广大读者眼前。”李铮介绍。

最终，“生态第一课·写给青少年的绿水青山”丛书的内文版式、封面设计等从生态环境中汲取创作灵感，设计了与8个主题相适配的8个基础色调，结合实景图片进行设计。尤其在封面设计上，设计师前后设计了4套方案，最终选择自然资源要素作为创作元素，同时搭配与各册主题要素相关的实景图完成设计，整体呈现出奇妙、流动的画面效果。

