

观点速览

在传承中华优秀传统文化中推进文化创新

中华优秀传统文化是中华五千年文明的重要组成部分，承载着中华文明的精华与智慧，是中华民族的文化根脉。无论在哪个历史时期，我们党都以科学、理性、礼敬的态度对待中华传统文化，力求“以古人之规矩，开自己之生面”。历史和现实一再印证，守正才能不迷失方向、不犯颠覆性错误，创新才能把握时代、引领时代。新时代新征程，只有坚定历史自信、文化自信，坚持古为今用、推陈出新，汲取博大精深的中华优秀传统文化所蕴含的精神营养，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，才能够让中华优秀传统文化展现出永恒魅力、绽放出时代风采。

担负起新的文化使命，必须坚持马克思主义，在准确把握中华文明五大突出特性的基础上，持续推动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，不断创造出属于我们这个时代的新的文化辉煌。

(6月28日 求是网 王虎学)

赓续文化根脉 打开创新空间

文博会上，一家以汉字为载体的文化综合服务商“字在”，通过复刻活字印刷全流程工艺，品鉴“百家姓”，开发“文化伴手礼”，展现文字的魅力。一件件文创产品，找到了美学表达、产品呈现和市场营销的结合点。企业负责人刘美松感慨：“文化是能量、创新是能力、产业是动能，三者融合好，才能释放文化业态的生命力。”

着眼未来，还应强化“文化+”思维，以创新视角、创意手法，找到文化产品精神性与实用性的纽带，用文化赋能相关产业。把文化传承发展与产业联动起来、与群众联系起来，才能推动传统业态因文化增值而成为创新业态，让百姓生活因文化浸润而更加多姿多彩。如此，优秀传统文化的现代表达会更丰富，文化产业的发展动能将更澎湃。

赓续文化根脉，打开创新空间，推动文化产业与产业文化良性互动、文化业态与文化生活交汇互融，在传承与发展中推动新时代文化繁荣，文化强国建设的道路必将越走越宽广。

(7月1日 中国文明网 李洪义)

事半功倍的成书之道

——略论如何做好选题策划

□张俊 夏静

开展选题策划不是在一个主题下的单项工作，而是一个把想法变成现实的系统性工程——本书的标题是什么，内容结构是怎样的，如何寻找合适的作者，等等，都是选题策划需要考虑的要素。与各要素相对应的，编辑需要立足自身定位，知晓自己的活动范围；需要掌握一些营销管理知识，做到酒香不怕巷子深；需要具有较好的资源整合能力，让出版资源适时发挥最大效益；需要对行业的发展现状乃至趋势有清晰的把握，做出适宜阅读、繁荣出版的出版物。

根据选题结构明确方向和范围

编辑在策划选题时应该意识到，出版单位有自身的出版内容范围，被赋予主责主业，应专注于相对稳定的内容范围。出版单位的业务体量取决于自身规模，人员特别是编辑的数量是影响图书种数的关键因素。编辑力量不足，自然无法拓展产品线去开发其他领域的选题；编辑力量大了，也要看领域内的读者反应如何、市场竞争力如何，以及是否有必要、有优势去开辟新赛道。

编辑策划选题要有意识地围绕选题结构的重点展开，做到结构互补且有延展。出版单位的生产经营能取得好的两个效益，并且能长期保持，重要的保障是在产品层面有自己的畅销书、畅销书，在出版理念上有自己的优势领域。出版单位将承担的出版工作、服务主办单位和所在领域的出版需求的产品推向市场，即是履行自身的主责主业，同时也是为自身发展夯实了基础、储备了资源，在这个基础之上，围绕重点书系、拳头产品开发衍生产品，既是深挖了出版资源，也是对出版社选题结构的不断完善。有的出版单位从事党的路线方针政策和理论宣传，出版党的创新理论成果、党的全国代表大会、全会精神学习材料等，以此为根本，推出思想政治、哲学社科等学术研究成果、理论普及等不同层次的理论读物；承担教材出版的出版社，对教材的编写思路和过程最了解，围绕教材开发相对应的教辅用书，

对使用者而言，有官方的权威和质量的保障；古籍类出版社除了各版本各类型典籍出版，还可以进行古籍研究成果、传统文化普及的选题开发。

树立品牌意识

出版物和其他商品一样，也有自身的品牌属性、鲜明的品牌效益。首先，好的出版社，本身就是好品牌。一本书根据其内容类别，通常有对应领域的出版社。业内有专攻，出版单位深耕所在的出版范围，就是一个品牌建立的过程。出版社与出版范围的关联性，与编辑开发选题时“不出圈”其实是高度一致的。在此基础上，同一出版范围、同一类型的出版单位在共同促进本领域市场繁荣时，也处于被读者选择的位置——同样的内容不同的书，受众反应可能是不一样的，市场反响也有差别。有的出版社能够对读者需求精准把握，从而取得先发优势；有的出版社因为涉足一个内容范围较早，给读者群体留下了老字号的印象；有的出版社因为市场嗅觉敏锐，在热点选题上品种齐全、结构完整，从而占据市场。

其次，经典书系、知名系列图书的打造，是品牌建设的重要方式。出版社在产品层面，图书能够成系列、上规模，是品牌效应的体现。编辑在做图书开发时，有意识地把方向集中到已经取得较好效益的图书上。理论研究可以由点及面再成体系，一部著作有其研究主题，主题也可以放进某个系统性研究的框架里，而系统对应的就是一个著述矩阵；名家大家的作品不能充分展现其功底和功力，编辑在与作者沟通中不断启发引导其投入精力，好书就会连续问世；有的文学作品读罢意犹未尽，读者被其中的情节吸引后希望故事能有前传、外篇、续集，编辑能与作者沟通，及时让其了解作品在读者群中的表现，激发起创作热情，把好故事讲完整。商务印书馆有“对我国学术文化有基本建设意义的重大工程”汉译世界学术名著，生活·读书·新知三联书店有“新知文库”，这些“传统老店”也因为自身优

势领域内的图书产品一直保持高质量、高水准，在读者圈中更为人们熟知。

再次，有影响力的作者，也是出版品牌的重要影响因素。好的作者，一般自身有丰富成果积累，学术积累深厚的专家学者、深谙人物性格刻画和故事情节设计的作家、在推出著作之前就已有较高知名度或人气的某一领域专业人士等，他们的拥趸看重的是作者本身，因此，作者是出版物的品牌影响力，是编辑策划选题时的重要出版资源。

善用既有出版资源

发行情况是出版单位规划出版物产品的重要参考，在售的各种图书有的是紧贴时政、社会热点的选题，短期内具有显著的市场表现，时效性鲜明；有的是出版后一直在销售，且能保持稳定的发行量。前者的开发，讲求的是新、是快，在较短的周期内完成从约稿到见书的全流程，保证出版物及时问世，配合重要时事节点。后者则是具有长期效益，内容不会随着时间的流逝而发生根本性的改变，可以随着内容所涉的变化作适当调整后持续推出，做到常出常新。编辑在策划选题时，要注意到既有出版资源的利用：出版时间较早、市场表现较好的书，随着社会对所涉题材的广泛关注和热度提升会处于风口，对其中的内容以时代背景、读者需求为依据作针对性修订后再度推出，可能会收获同样的效益。

出版单位做好主题出版工作，保证一本重点图书能迅速及时地送到广大党员干部、人民群众的手中，既是出版促进宣传思想工作的切实之举，又是实现两个效益的生动实践。同时，党的创新理论是马克思主义中国化时代化的成果，是需要坚持长期学习、坚决贯彻落实的指导思想、行动纲领，必须持续做好宣传阐释、研究解读，这就要求出版做好相关的工作。编辑要在这一宏大主题下做好选题、出好书，就要把工作做细做实做深。马克思主义的宣传，通俗理论读物要做到内容深入浅出，理论深刻、内涵丰富同时语言平实、通俗易懂；中国化时代化的马克思

主义理论研究，要做到有深度，权威严谨有分量。

考虑对不同出版样态的适配度

出版随着技术发展而发生重要变革，其底层逻辑是技术驱动下信息内容的生产、传播、接收方式发生了变化。近年来，基于AI、VR、云计算为代表的新技术，内容生产发生了人与智能领域革命性变化。智能生成式的内容创作从文字领域扩展到音频、视频、绘画领域。人们对此的态度从最初的不以为意逐渐向接受、看好甚至依赖转变，现在AI创作甚至一定程度上实质性介入了内容生产。按照技术参与行业发展、改造行业生产经营模式的路径，身处传统出版展望数字出版时觉得遥不可及，然而数字技术深刻影响了阅读、影响了出版；当下，融出版方兴未艾，AI的迅猛发展又悄然而至，与出版发生剧烈化学反应。编辑在策划出版选题时，要考虑多平台内容的适配性，甚至是内容适宜集结成册还是碎片化阅读。各种媒介在AI的加持下从相融到相跨，在科技创新驱动下的出版向前发展，不久的将来必将引发内容、渠道、平台、经营、管理等环节的深度融合和大调整。出版越是向前发展，产生的业态样态就会越多分支和方向，从既有传统出版概念下的模式演进到新的模式具备出版特征而被纳入出版活动范围内，无论融出版发展中的各种途径平台相结合，还是新一轮科技变革驱动下的跨媒介内容制作，最终都将殊途同归，在出版领域推动出版发展。在出版发生大变革的时代，编辑应该意识到，做书不仅是做书，做书也不一定要把书做出来。

编辑要做好书，做好选题策划是前提。好书的特征和优势不尽相同，好的选题策划需要编辑提升许多方面的能力，但是万变不离其宗，都需要常思考、多实践、勤总结。在能力和经验之上，编辑第一位的是记住出版的性质宗旨、方向任务，做好思想理论普及、人民精神文化需求供给、文化历史传播传承，担当起新时代赋予的使命。

(作者单位：学习出版社)

树立“大融合”理念，以科技助力中华文化传播

□王芸炜 张兴兴

在第三十届北京国际图书博览会期间，方圆电子音像出版社为了更好地展示出版社形象，参展了主题、传统文化、河北文化、幼儿教育等特色板块的优秀出版物，包括《滦阳三部曲》《识古泽今——传世书法墨迹里的中国文脉》《这里是河北》《中华文化基因·经典民间故事》系列融媒体绘本等。举办了《识古泽今——传世书法墨迹里的中国文脉》融合出版项目、《中华文化基因·经典民间故事》系列融媒体绘本首发仪式。

将传统书法作出新阐释 以融合出版彰显中华文脉

近两年来，方圆电子音像出版社围绕传统文化特色出版板块持续发力，以“大融合”理念深入推动出版融合创新发展，取得了不错的成绩。融合出版项目《识古泽今——传世书法墨迹里的中国文脉》《中华文化基因·经典民间故事》首发就是这一出版理念推动下的阶段性成果。

《识古泽今——传世书法墨迹里的中国文脉》出版项目以“电子出版物+数据平台+图书+文创衍生品”的融合出版形式彰显中华文脉，遴选从三国至清代传承关系清晰的47位书法家及其3000余幅代表作品，从中探究其彰显的人文精神和中华文脉；邀请国内经验丰富的多媒体开发和视觉设计团队，运用人工智能、3D动画等技术，图文声像融合，从时间、空间、人物等多个维度，展现中国书法墨迹的魅力，打破了传统图书和音像制品的时空局限性和单向性，形成媒体融合、多向交流的融合出版新生态。该项目入选2024年国家出版基金资助项目，版权即将输出香港。

“我社将结合自身特色优势，牢固树立‘大融合’理念，不断拓展融合创新发展的深度和广度，大力发展出版领域的新质生产力，全面擘画数字文化建设，推动中华优秀传统文化创造性转



化、创新性发展。”在《识古泽今——传世书法墨迹里的中国文脉》融合出版项目首发仪式现场，方圆电子音像出版社社长蒋海燕这样概括该社近年来发力融合出版领域的出版思路和举措。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山、副秘书长李弘，荣宝斋艺术总监、中国书法家协会原副秘书长张旭光，中国艺术研究院副研究员庄臣，北京印刷学院新媒体学院院长严晨等嘉宾出席活动现场，并对该出版项目给予高度评价。

张旭光、严晨分别就各自的专业领域，阐述了新质生产力如何在中华优秀传统文化的出版工作中更好地发挥作用。

严晨认为，通过出版领域的新质生产力要素赋能出版产业数字化、服务智能化和传播国际化，是出版人的重要课题。以“识古泽今”项目为例，可以总结为“两新两高”。“两新”是视角新，打破传统书法墨迹禁锢，采用综合视角

贯穿所有书法家、墨迹作品之间的联系，体现了中华文脉中的传承关系、人文精神；技术新，以人工智能为代表的新的生产力，把传统线描形式的书法家画像通过人工智能技术变得有血有肉、活灵活现。“两高”是高点，出版单位积累的大量优秀书法作品，为新的作品创作打下了坚实基础；高标准，出版单位在高质量发展的战略布局下，全力以赴，高标准、严要求，才能创作出更多优秀的作品。

张旭光将“如何让传统文化插上现代的翅膀”作了形象的比喻：举起我们现代的镞头，到传统长河中开掘出现代审美的洪流。他认为，“识古泽今”融合出版项目运用人工智能等新技术将传统书法作出了新时代的阐释，拉近了我们和传统文化的距离。这仅仅是一个开始，相信将来会有更多新技术运用于中华优秀传统文化的传承弘扬之中，对于整个社会的美育



▲方圆电子音像出版社社长蒋海燕现场致辞。

▼方圆电子音像出版社与韩国大船出版传媒签订该系列绘本的韩版输出协议。

方圆电子音像出版社 供图

教育作出更大贡献。

深耕“融合出版+儿童阅读” 打造民间故事文化新品种

“作为一家拥有全媒体出版资质的出版社，方圆社着力深耕‘融合出版+儿童阅读’领域，策划了《中华文化基因·经典民间故事》系列融媒体绘本项目。”在首发仪式上，蒋海燕介绍，该系列绘本是由方圆电子音像出版社和中国民间文艺领域众多专家共同打造的一套民间故事动画绘本精品，也契合本届图博会的主题“深化文明互鉴，合作共赢未来”。

该系列由众多民间文学、民俗学领域专家编写，由中国美术家协会知名动画画家绘制，并配有精彩的音视频融媒体资源。绘本内容以具有代表性的中国民间故事为蓝本，讲述向往光明、勤俭持家、勇于探索等具有中华优秀传统文化基因的故事。目前，该系列绘本的其中两册《祝融与

火》《勤俭二字不可分》已入选中国经典民间故事动画出版工程(第五辑)。

在此次沙龙活动中，众多专家对这一系列绘本给予了高度评价。中国民间文艺家协会故事委员会主任、《民间文学》杂志社社长白旭认为，这些经典民间故事不论是在思想内容上还是在表现形式上，都更加贴近儿童的心理和接受能力，是对儿童进行传统文化教育的重要资源。此次推出的系列绘本是中华优秀传统文化经典精髓的数字化创新实践。中国文联民间文艺艺术中心项目与刊物处处长、《民间文学》杂志社主编刘未认为，绘本深入挖掘中华民族深厚的文化精髓，成为儿童了解中国传统文化、亲近中国传统文化窗口与桥梁。中国民间文艺家协会理事、河北省民间文艺家协会主席杨荣国强调，传统文化传承和发展要从娃娃抓起，讲故事是个好办法。讲故事有套路，还要有千锤百炼的结构。吉林省民间文艺家协会副主席李谦认为，在筛选故事期间，作者团队不仅注重故事的趣味性和教育性，更关注其背后的文化内涵和历史价值，让读者切实感受到中华传统文化的博大精深和民间故事的独特魅力。方圆电子音像出版社社长杨玉岭表示，方圆社将强化大融合发展理念，继续推进数字技术在儿童绘本出版领域的应用实践，用自身实际行动诠释出版人的使命担当，努力为少年儿童健康成长贡献智慧和力量。

围绕该系列绘本，方圆电子音像出版社还开发了电子资源视频和书灯、笔记本等系列文创产品。该系列绘本首发仪式现场，方圆电子音像出版社与韩国大船出版传媒签订了该系列绘本的韩版输出协议，实现了文化走出去。

蒋海燕表示，方圆电子音像出版社将用新的出版技术实现传统文化与现代传播方式的有机衔接，迸发出版融合出版创作活力，持续推出更多优秀的绘本作品，打造民间故事文化新品种，为传承和弘扬中华优秀传统文化贡献更大力量。