

武汉新新举办首届北京大学“新新智库论坛”探寻中国道路

中国出版传媒商报讯 7月1日,首届北京大学“新新智库论坛”在京举行。论坛由北京大学经济学院社会历史研究所、武汉新新图书集团有限公司主办,《中南财经政法大学学报》编辑部协办。武汉新新图书集团有限公司董事长、北京大学新新智库论坛联合创始人王奎英,北京大学经济学院社会历史研究所所长、中国经济思想史学会副会长周建波,中国社会科学院研究生院研究员李连仲,瑞典哥德堡大学副教授郑京海,中国社会科学院当代中国研究所常务副所长武力,北京大学经济学院原院长晏智杰,北京大学经济学院副院长、北京大学外国经济学研究中心主任张亚光,河南大学经济学院院长宋丙涛等专家学者出席论坛

并发表主题演讲。

论坛以“奋进的七十年——中国道路及其历史渊源”为主题,旨在整合全国人文社会科学研究力量,弘扬中华优秀传统文化,以展现新时代具有历史厚度的新思想,为提高中华文化软实力贡献绵薄之力。与会嘉宾围绕“中国道路及其历史渊源”和“新中国70年发展的基本经验”等展开交流。

王奎英表示,北京大学新新智库论坛的创办初衷在于响应习近平总书记在全国哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话精神,满足哲学社会科学大发展的时代需要,“一切有理想和有抱负的哲学社会科学工作者,都应该立时代之潮头、通古今之变化、发思想之先声,担负起历史赋予的光荣使命,传承‘为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平’的志向与传统,以更好地服务于这个伟大的新时代。” (陈麟)

编辑如何应对新时代少儿出版的机遇与挑战?

关键词 少儿出版 编辑素养 图书质量 创新

■王苏

出版是文化产业的一方重镇,随着全民阅读的不断推进,我国的图书出版规模日益增大,其中少儿出版是发展最快,同时也是各个出版社竞争最为激烈的板块。在过去的20年里,中国的少儿出版以每年15%的速度快速发展,近两年来,我国每年出版的少儿新书5万种左右。少儿出版从1999年占整个图书零售市场的8.72%,上升到2017年的26.25%,越来越多的出版社涉足少儿出版,随着整体二胎政策的放开以及中国对教育的重视,少儿出版前景可期。

这样的市场环境,对于少儿出版而言,充满着机遇与挑战。

著名儿童文学作家曹文轩曾说:“儿童是这个世界上最好的读者,但需要引导。他们是一个国家、一个社会、一个民族未来的阅读水准。”如何编辑出版优质的少儿图书,给孩子们童年阅读打下精彩而坚实的底色,是每一个少儿出版从业者的责任与使命。

作为一名原创儿童文学图书编辑,面对新时代少儿出版的机遇与挑战,我有几点思考与坚持。

牢记初心与使命 严把图书质量关

当下的少儿出版看似繁荣,但繁荣背后却是大量的同质化、同类化出版现象,很多出版机构追名家、追热点、出快书,以追求最快最大的经济效益。“有容乃大,无欲则刚”,写作和出版是不能急功近利的,需要一个渐进、渐悟、渐成的过程,原创少儿图书的出版更是如此,优秀原创图书的创作与出版是需要时间用心打磨的。

人们常说,编辑是“杂家”,需要具备足够丰富的知识储备;也有人说,编辑是“专家”,一本书的出版有一套专业系统的生产流程,需要掌握特定采编技能的人才能胜任;还有人,编辑是“狩猎者”,具备一双慧眼,能够在一大堆文稿中挑选出品质上乘、有市场的好书。一名优秀的童书编辑,必须具备深厚的学养和扎实的基本功。

良渚古城成功申遗 浙版图书发力良渚文明传播

中国出版传媒商报讯 7月6日举行的联合国教科文组织世界遗产委员会第43届会议上,中国良渚古城入选,这将大大推动世界对于中国文明“上界”的认可与理解。浙江少年儿童出版社、浙江大学出版社等浙江出版方阵着力传播良渚文明,讲好良渚故事。

浙少社出版的国内首部良渚主题原创少儿历史普及绘本《五千年良渚王国》陆续在全国上市。该书从“大考古学家写给孩子”的科普角度切入,由良渚古城的发现者、浙江省文物考古研究所所长刘斌领衔执笔。全书从“水”“城”“玉”三个核心关键字入手,重点介绍了世界上最早的拦洪大坝系统、中国境内新石器时代重大的城址、中国独有的“玉器时代”等良渚文明。该书在保证科学性、权威性的同时,以轻松幽默的笔调娓娓道来,为孩子讲述了五千年前的故事。

浙江少年儿童出版社社长汪忠表示,《五千年良渚王国》旨在通过图画书这种生动形式,为孩子打好传统文化的底色,树立文化自信。刘斌认为:“如今我们对于良渚文化的认识,已经不是原来的器物、墓葬、社会这样的概念了,而是一个全方位、立体的、活生生的五千年的世界。”

7月7日,浙江大学出版社“良渚文明丛书”首发式暨“走向世界的良渚文明”展高启行启动仪式在杭州举行。浙江省文化和旅游厅党组书记、厅长褚子育,浙江大学副校长罗卫东,浙江大学出版社社长鲁东明,丛书作者之一、浙江省文物考古研究所副所长方向明等发言。浙江大学图书馆党委书记吴晨主持活动。

据鲁东明介绍,“良渚文明丛书”汇集了良渚遗址80多年考古历程中的重要发现,也凝聚了浙江省文物考古研究所的考古工作者们扎根良渚30多年努力的心血。“良渚文明丛书”是浙江省文物局“面向良渚古城遗址申遗的保护研究成果应用及转化”项目的最新研究成果,由浙江省文物考古研究所致力于良渚考古的中青年学者,围绕近年来杭州市余杭区良渚古城遗址的考古发现与研究,集体编纂而成,从不同的主题系统讲解了良渚文明的重要方面。丛书定位为面向大众的通俗类科普读物,以期更好地传播良渚文明,讲好良渚故事。

浙大社现场向浙江图书馆、杭州图书馆、浙江大学图书馆、杭州师范大学图书馆赠书。(伊璐 白小禾)

党的十九大报告中提出了关于文化发展的三个坚持——“坚持为人民服务、为社会服务,坚持百花齐放、百家争鸣,坚持创造性转化、创新性发展”,为中国少儿出版指引了正确的方向,即立足于少儿读者的利益,全心全意为少儿服务,出版优秀的少儿读物。面对新时代少儿出版的机遇与挑战,少儿出版编辑该有何作为?

首先,要有一颗充满爱的赤诚之心,对出版工作有敬畏之心。少儿出版是关系到下一代素质的意义深远的工作,作为编辑要有使命感与责任感,以出版适合少儿阅读,并对其学习成长有良好促进作用的图书,严把图书质量关,不被经济利益驱使,而是将社会效益放在首位。编辑图书,从文本意义与质量出发,从适合少年儿童阅读的角度出发,坚持纯文学的理念,寻求文学性与可读性的结合,从出版源头把控质量。

其次,要具备较高的文学功底与写作水平,不断丰富自己的知识结构。编辑不是作者,不能代替作家写作,但优秀的童书编辑必须要具备一定水平的写作能力,写作能力是一个人思想水平、思维能力和语言文字功底的综合体现。如果编辑不会写作,就很难判断书稿的质量,很难针对性地提出修改意见,很难让出版物在形象思维和语言的生动性上有所提高。因此,童书编辑要更加广泛地阅读,汲取知识,同时通过撰写审稿单、书评、宣传文稿等案头工作,提高写作能力。

再次,要具备专业评判的眼光和良好的策划能力,熟悉图书出版的各个环节与流程,熟悉市场。编辑要了解所在领域的出版状况,对稿件的处理有预判性,具备较强的选题策划能力,挖掘更好的出版资源。策划能力体现了编辑的文化意识、市场意识、社会意识等,也是考察编辑能力的重要因素之一。尤其童书,是文字、画面、装帧、印刷等整体呈现的产物,编辑需要在把握文本质量的同时,更加深入地参与到美术编辑、装帧设计、纸张选择、印刷方式等环节中。编辑不需要环环专业,但必须像一条纽带,串联起整个出版流程,这样的图书才能够神形兼备,更加完美。

丰富选题结构 把握核心作者队伍

作家资源是童书出版的源泉,文学创作是充满个性化的脑力创作,不同的作家都有自己特有的写作特点,如何根据作家的创作风格开发最适合的选题,是对图书编辑的更高要求。

幻想与现实是儿童文学图书的两大门类,幻想文学更符合少年儿童的阅读趣味,想象力丰富,表现手法多样;现实题材作品因为贴近少年儿童学习生活,也有

(上接第1版)

聚焦头部经济 助力新旧动能转换

其中,中信资本控股有限公司与红纺文化有限公司签约,共同设立国内第一支以IP为主要投资方向的产业基金,投资方向涉及IP产权的全流程企业,基金总规模达到百亿元。此外,山东文化产业交易所有限公司和红纺文化有限公司达成战略合作,探索打造IP授权服务平台;青岛市体育局和青岛国际版权交易中心有限公司签订5亿元共建规模的青岛体育资源交易平台战略合作协议,促进青岛体育产业快速发展;宁波小辣椒文化投资有限公司与中国动漫集团签约,共同设立总规模20亿元的动漫产业基金,投资动画、漫画、游戏以及与动漫产业有关的文化科技、文化消费、文化教育等领域……

据悉,下一步,青岛将致力于引入全球知名版权品牌,助力中国优秀版权走向世界,让青岛成为中国版权的出海口和中转站,努力把青岛建设成为开放、现代、活力、时尚之城。

以IP为支点的动能转换产业转型

作为本届版交会的核心环节之一,“青岛国际IP授权展”备受关注。顶级“网红”故宫带来了火爆全球的文创产品,中影制作科幻大片《流浪地球》将“火星”带到现场,带领观众感受太空流浪,陕西历史博物院的“唐妞”带着盛唐气息嗨爆全场。其他省市版权机构和企业也积极回应,全国各文交所、文投企业、鸿岳资本、红塔投资、雪松文旅等企业参会,一人一块·玉、荒岛书店、平度草编等山东省内近50家企业均有精彩版权产品展示。

青岛出版集团以“向时代送好的阅读产品”为主题设计展示区,携900余种精品图书,奉上盛大的精神盛宴。从人文艺术到文学作品、从儿童故事书到父母教育书籍,从绘本到饮食大全……《云冈石窟佛像造像典藏卷》《世界遗产全集》《新中国宣传画》《中国江河流域自然与人文遗产影像档案》《冯其庸文集》等多部出版精品,吸引读者驻足。青

岛出版集团还将“智慧书亭”搬到了现场,让参观者体验无人售书,将借还书、买书这一程序尽可能地简单化。从无形的版权内容到有形的阅读产品,再到以阅读体验和出版物销售为主的复合文化空间,青岛出版集团由版权生发而出的阅读生态链得以呈现。

国内IP商业转化领军企业——红纺文化有限公司携旗下七大IP资源参展,大嘴猴、辛普森一家、愤怒的小鸟等经典卡通形象现场巡游,与观众精彩互动。青岛市勘察测绘研究院的地图工作者,满怀创新激情,借助奇思妙想,给一堆枯燥数据和几何图形注入文化之魂,使其摇身变成精美的文创产品。

青岛即墨区作为此次版交会的主场,近年来在版权发展方面不断发力,在引领产业升级、推动经济转型过程中形成独具特色的版权模式“即墨模式”。即墨专区展位亮点众多:要把即墨古城打造成知名IP的崂山书院,个性化定制的工业互联网网红企业酷特智能,让数字化技术更好服务地方的中科青岛科学艺术研究院,产品畅销欧美等地区的省级非物质文化遗产——即墨花边等纷纷亮相。

除展览展示外,版交会期间举办的蓝谷IP国际高峰论坛,通过政策解读、经验交流、跨界探讨、案例分享、模式互荐等方式,分别以“新动能:IP赋能新时代”“跨界:IP打通全行业”为主题,聚焦IP多个相关议题。还从学界、业界、政界、投资界等多视角集思广益,探讨IP商业转化的新路径,寻找中国超级IP打造和运营的策略,以及以IP为支点的山东动能转换、产业转型的解决方案。分论坛还举行了商务配对推介会,以加强授权商、被授权商之间的沟通与了解,广泛地分享实践中的IP合作案例,帮助传统企业借助IP赋能,讨论企业产品升级的未来之路,促进更多IP合作成果落地。

大会还对荣获2019青岛市最具版权创意作品奖的作品和获得2019青岛国际版权交易会各奖项的参展企业进行了表彰。

话新系列“拆信猫时间”。童话作品易被低龄读者接受,可以打通其中少书系的小学全年段覆盖;体裁上和“我的爱”小说系列相互补,在作品主旨上又有共同之处,仍以“爱”贯穿始终,有利于两个系列的整体营销,很好地实现了少年儿童阅读的成长阶梯化。

坚持创新 拒绝跟风出版

“中国迎来童书大时代”,越来越多的出版机构切入少儿出版领域,一方面市场呈现热闹丰富的场景,另一方面我们也清楚地看到同质化同类化出版物纷呈的现状。经典扎堆,名家名作扎堆,而新人新作新选题的比例相比之下很小。

这是一个值得出版人深思的问题——做经典还是做原创?是做大家还是做新人?是追求更高的经济效益还是将社会效益放在首位?

在我看来,这两方面并不矛盾。我们不能只追求经典,更要有创新意识,其实任何一部经典都曾经是那个时代的创新产物,“诗文随世运,无日不趋新”,只有源源不断地涌现新人新作,图书市场才会更丰富多彩,儿童文学事业才能更好地发展。

坚持创新,还包括选题上的创新,因为利益驱使,出版界出现了一种怪现象:同类选题扎堆出,什么火做什么,哪位作家人气高做哪位作家。创新,是文学创作的生命,也是出版发展的动力。不论是已成功成名就的文学大家,还是初涉文坛的后起之秀,都应时刻牢记“创新”二字,常做常新,才不会被读者和市场所抛弃。

作为原创图书编辑,我们一直坚持原创,不做类型化、同质化图书,不做“二手书”“口水书”,因此这些年,我们所做的图书绝大多数都是原创品、独家品,在市场上几乎没有同类竞品,保持了一贯优秀的口碑。

同样,追求经济效益和社会效益也并不矛盾。随着社会不断进步,人们的文化水平和知识结构不断提高,越来越多的人开始重视少儿图书质量,专业阅读推广人不断涌现,家长老师在对孩子的阅读选择上也越来越系统化、精细化。当然,在书业竞争日益残酷的当下,“好酒也怕巷子深”,传统出版社面临宣发形式过于传统与保守等诸多挑战,必须采取多种形式运营图书。比如在阅读服务上多做一些线上线下的分享会、书友会,比如图书有声化、电子书、听书等,还可以在动漫、影视等方面进行一些版权探索,赋予优秀的中国原创图书更多的载体。

当下,中国出版已经进入“童书大时代”,面对少儿出版高速发展的状况,身为童书编辑,我们一定要静下心来多思考,培养由高速度向高质量发展的战略思想,提倡慢创作、精出版,不断提升专业素质和业务水平,通过努力,开拓更多高质量的精品出版线,呈现更多高品质的原创童书,为少儿出版的进一步发展贡献绵薄之力。

(上接第1版)

吴义勤表示,作家出版社改为国有独资企业,意味着管理模式将由原先的传统模式转变为现代化的企业管理模式,作家出版社有限公司将承担更多的责任和使命,接受更大的考验与挑战。

路英勇表示,作家出版社有限公司将以公司制改制为新起点,进一步解放思想,转变观念,大胆创新,勇于探索,大力实施精品出版战略、品牌经营战略、融合发展战略、人才集聚战略,快速成长为合格的现代文化企业。

据介绍,作家出版社成立于1953年,是中国出版业著名品牌,尤其在文学类出版领域有着重要地位和品牌影响力。作家出版社以每年上千部新书的出版量,稳居全国文学类图书出版前列,成功推出了一大批既有艺术水准又有市场效益的优质图书。

仅2018年,作家出版社的“新时期中国少数民族文学作品选集”获得中国出版界最高奖——第四届中国出版政府奖图书奖,《第四极:中国“蛟龙”号挑战深海》《文坛新观察》《俗世奇人》《火的记忆I:创世纪》获得第7届鲁迅文学奖,《唇典》获世界华语文学届大奖——第7届红楼梦奖首奖,以及2017年度中国小说排行榜长篇榜第一名;《主角》《重新生活》获得第1届文工委2018年度中国文学好书奖,《政坛大风》;王安石传》《花间词祖:温庭筠传》《鸠摩罗什》入选第5届中国传记文学优秀作品,《主角》入选2018年度中国30本好书,《山本》荣登2018年度中国小说排行榜长篇小说榜。其中《主角》《大国重器》《小翅膀》3部作品同获2018“中国好书”,这在中国出版界尚属首次,被誉为“现象级”事件。前不久,中宣部公布2018年10部“优秀现实题材文学出版工程”,作家出版社又有2部作品入选……

在坚持社会效益第一的同时,作家出版社的经济效益也取得了长足发展。截至2018年底,作家出版社实现年销售码洋6亿,多项产品成为中国图书市场上的超级畅销和常销图书,《活着》累计销售近1000万册,《好妈妈胜过好老师》累计销售800万册,《苏菲的世界》累计销售510多万册……

作家社还被评为“全国百佳出版单位”、建国六十周年·共和国出版行业最具竞争力十大品牌、全国文化体制改革先进单位、中国图书海外馆藏影响力出版100强等称号,为我国文学出版事业的繁荣作出了重要贡献。

会上,路英勇将作家出版社老招牌捐赠给中国现代文学馆。作家出版社有限公司官网同期上线。(陈)