

编者按 近日,一份《关于解决当前出版业面临的三个突出问题的提案》因直指实体书店困境、纸价上涨、盗版这三大关乎行业生死存亡的议题,在业界引起强烈反响。此提案的联合提案人之一,是刚离任中国出版集团有限公司董事长、党组书记不久的全国政协委员谭跃(另一提案人潘凯雄)。之所以能将政协委员参政议政、观瞻国是的职责使命与产业发展、行业关切的热点难点高度契合,正得益于谭跃长期深耕出版管理一线的实践与思考。2020年11月,北京大学出版社推出探讨出版活动特点和出版管理规律的姊妹之作——《出版文化实践存思》《出版产业实践存思》,正是谭跃在凤凰出版传媒集团、中国出版集团工作16年期间的思考与总结——前者侧重从出版的意识形态属性、文化属性的角度,彰显“文以载道,商以传道,创新弘道”的出版文化理念;后者侧重从出版的产业属性、商业属性的角度,彰显“以企业的方式做内容,以商业的方式做传播,以市场的方式激活资源”的出版产业理念。两本文论合而为一,集中落脚在“文化产业的本质是文化,而不是产业;出版企业的本质是内容创新,而不

年初,因为年龄原因,中央决定谭跃不再担任中国出版集团的领导职务。谭跃在干部大会上,发表了深情的离别感言,令与会者动容。也就在年初,本人有幸获赠他的三本大著,让人惊喜的是,除了两本出版文化、产业专论《出版文化实践存思》《出版产业实践存思》(北京大学出版社)之外,还有一本旧体诗诗集《陶罐有诗句》(作家出版社)。对此,谭总的解释是,出版人当有自己的精神生活,诗作即是一种方式与结晶。

寻脉出版文化之魂出版产业之体

出版业是人类文明成果的粹体现,首先是思想、精神、价值的形而上观照,其次才是形而下的商道。由是,关于出版专业产业的哲思,是能够契合和勾连起诗兴诗情的。

一是有关出版之根与魂的深邃感悟,以诗言志则是对本源的精神探寻。

出版业精髓何在?在谭跃看来,一言以蔽之,文化为魂、产业为体。文化的根髓是主流价值精神的选择与传承。对此,谭跃将之贯穿于对出版文化的实践探寻和深度思辨中。

比如,“出版的本质是文化选择,是做价值选择、价值塑造。”“一个好的出版社,首先是一个有思想的出版社。”出版集团的专业化道路,涉及出版技术层面,更重要的是思想层面、文化层面。((《出版文化实践存思》第316页)

比如,“出版承载的是价值取向,影响的是思想灵魂;出版‘国家队’承载的是国家核心价值观,影响的是社会主流出版趋向。”((《出版文化实践存思》第30页)

比如,要“打造合时应势、育物化人、大气庄重的主题出版品牌。”((《出版文化实践存思》第32页)

比如,“客观地、历史地考察文化产业化的历程,我们发现,文化没有在产业化中消亡,而是在产业化中丰富了表达方式,贴近了欣赏需求,在艺术化和市场化中提高了精神感染力和思想凝聚力;我们发现,在文化产业化过程中,文化是魂,产业是体,产业因文化而有魅力,文化也因产业而更具影响力。”((《出版文化实践存思》第5页)

二是有关战略格局的深刻洞悉,以诗言志则是对器局的道法探幽。

出版产业关键何在?在谭跃看来,即关涉政治、文化、产业的战略三角。谭跃的战略思考视域,从执掌凤凰出版传媒集团再到中国出版集团,16年来一以贯之统观全球化、城市化、产业化、集团化、数字化五大坐标,并且逐一深刻思辨、精粗擘画。在中版集团的10年,更是不断丰富、丰富精粹成“三六构想”(三指现代化、大型化、国际化,六指内容创新、品牌化、集团化、数字化、国际化、人才强企战略),落子在“三型集团”(主流出版型、融合发展型、国际传播型)的具体定位,打造“国际著名出版集团”的国家队使命、任务。

在这一宏阔的战略棋局中,又萃取凝注于:“二为”(文化为魂、产业为体)“三组织”(政治组织、文化组织、企业组织)“三个道”(文以载道、商以传道、创新弘道),聚焦于主流化、数字化、国际化三大要义。

比如,“中华民族的伟大复兴,必须要增强民族凝聚力,构建主流价值、主流文化:一是构建主流意识形态,二是构建主流价值观,三是构建主流文化。我们应该担负起构建这种主流文化、主流出版的责任。”形成主流出版的风格,构建国家主流知识体系出版板块、主流产品集成、主流出版品牌,创新主流产业方式。((《出版产业实践存思》第92页)

比如,“在市场化、数字化、全球化的历史大潮中,文化是魂,产业是体,出版企业的使命是文以载道、商以传道、创新弘道,出版单位企业化的本质是以企业的方式做内容,以商业的方式做传播,以市场的方式激活资源,从而以产业的方式产生先进文化影响,形成文化繁荣发展的持续能力。”((《出版文化实践存思》第87页)

始终放眼国际格局、内化中华器局是谭跃的气质禀赋之一,也是出版哲思的鲜明内蕴。他指出,仔细体味中央关于百年未有之大变局的意涵,“这个大变局的核心是中国规律性的、不可阻挡的全面崛起”。从出版大国走向出版强国将是历史的必然。在这其中,深入洞察三大趋势,即专业化、数字(据)化以及第三个大趋势——“中国特色、中国风格和中国精神”底色所映照出的中国实践、中国道路、中国发展的成功,必将产生中国的故事、中国的经验、中国的理论、中国的学术。“中国的文化、审美和价值,也必然在上百年的‘西学东渐’之后‘东风西行’。”“中国的大作家、大学者、大作品、大写意,恐怕都会因时而起,应运而生,走向世界。未来未可知,但迹象似可寻。这种旭日的迹象在静默的思考中会越来越清晰,越来越成竹在胸。”((《出版文化实践存思》第104页)

比如,“用历史的长镜头看,特别有趣的是‘落日的辉煌’恐怕难免会落在西方文明的未来,而东方文明的旭日在吸收世界各种文明之后,必将再次升起。”“这不是宿命而是规律,‘一阴一阳之谓道’‘各领风骚数百年’‘你方唱罢我登场’是对这一规律的人文揭示。”((《出版产业实践存思》第90页)

数据化是近十年来国际经济与产业创变的大趋势。对此谭跃也有着独到的深邃思考。

比如,“在融合的过程中,传统出版是根,新兴业态是叶,新兴业态因厚植根概会风云接天,传统出版因厚载新物将入地三尺。”((《出版文化实践存思》第33页)

比如,“在传统时代,内容是出版业最大的资产;而大数据时代,数据是出版业最大的资产。出版业要努力做大数据资源规模,做大数据资产规模,做大数据增值规模。”((《出版产业实践存思》第93页)

比如,“融合发展的中心不是数字化,而是数据化”,“出版大数据不仅仅只是传统意义上的生产营销数据、阅读行为数据,更是植根于内容本身的全部知识数据。换言之,‘内容即数据’,这是关键,是中心,是‘一的一切’,‘是一切的一’。”((《出版产业实践存思》第303页)

三是有关禀赋特质的守正传承,以诗言志则是对文脉的心定超然。

中国出版集团集聚了商务、中华、三联等开辟中国近现代出版事业、产业的一批老字号、人字号的品牌名社大社,它们构成了中版集团特色发展道路的基因与基石。

是经济增长。要把产业做大,但战略眼光是把文化做强;把企业做强,但根本追求是把出版做优”。

谭跃曾当选“2009CCTV中国经济年度人物”,是新闻出版界首位获此殊荣的企业家;从凤凰出版传媒股份有限公司到中国出版传媒股份有限公司,他是中国出版界唯一一位带领两家极具代表性书企成功上市的掌门人;荣膺2012年“中国文化产业年度人物”特别贡献奖,亦是出版界唯一一人。这些成绩的取得,正是社会、行业对谭跃关于“政治组织、文化组织、经济组织”思辨、实践的共鸣与认同。从这个意义上讲,《出版文化实践存思》《出版产业实践存思》的出版,实属水到渠成。而2019年底由作家出版社推出的谭跃旧体诗诗集《陶罐有诗句》,则让人颇有些“意外”,由“神·气”至“心·性”再至“景·境”,细读下来,方知那些充满战略思辨的治企之道背后,是润物无声的文化底蕴支撑。

正值全国两会期间,商报特别推出书评特稿《出版哲思与诗人心境》,以饕读者。

出版哲思与诗人心境

■伍旭升



太湖

华发重逢义如山，
往事如昨犹激怀。
太湖豪饮鳞波远，
皓月寂临花窗来。

醉执长豪书心意，
畅吟诗情下东海。
烟蒂钵满话未尽，
再捧三杯东方白。

井冈山

寂舞大极托晨月，
轻掣繁星“潜龙潭”。
踏云曾访红巾处，
汗颜世上本无难。

军号震撼八面岭，
老夫欣唱九天寰。
仰日吐纳乾坤气，
白鹤亮翅意如山。

草原

草牵视线逐天问，
山引思绪畅地慨。
悍马飚岭嘶风去，
绵羊漫坡飘云来。

长啸一声激泉落，
决眦双目拨雾开。
百丈清流涤顽石，
笔指苍穹意在怀。

手侍

口孝容易手侍难，
一事简单朝夕烦。
双脚异味捏莫停，
幼年母未嫌臭男。

报恩岂只揉与推，
六十老儿泪潺潺。
游子千呼盼醒时，
慈颜不语语木然。

陶罐

鸢衔旭日来，
风携白帆去。
池映碧空蓝，
廊绕草坪绿。

棕桐剪红霞，
欧女健身嘘。
坐看云长短，
陶罐有诗句。

茨坪

岩乔耸云直，
绿草镶岸细。
顽石随意躺，
山泉尽兴嘻。

空宇交日月，
洞舍调坎离。
修身性有缘，
坐禅心无极。

楠竹

万杆楠竹倚坡劲，
九曲雾道待君行。
碧水木屋野菌香，
绿茶扁舟空谷新。

清虚茫茫都不见，
但闻瀑声疑天音。
无思无欲无情往，
鱼翔原非逐山禽。

京郊

人生不惑当孔孟，
天命一知且老庄。
日喧意击渤海浪，
夜静梦归扬子江。

捻须藏笑春华语，
宿野放歌秋谷响。
朗月投下侠客影，
长风携来酒肆香。

得定

腾空万米处，
千岭俯百川。
云黛流泉白，
霞红染海蓝。

窗小心极阔，
得定神自还。
闭目且入静，
盘腿岂为禅。

宜州

长芦舟作画，
岸草波吟诗。
江绿天调色，
久观情近痴。

左旋山腾浪，
右转水流直。
勒竹共云漫，
野鸭三两只。

红山

京郊苍林燃晚霞，
看云斜倚慢品茶。
喜鹊三邀叩窗久，
闲书十页迷眼花。

河柳有意临野溪，
山径无人落秋华。
遥目西天未落日，
寄身北国已为家。

山路

此处八百里，
岭多峰且高。
翠竹漫谷新，
苍松临溪老。

瓢雨连日倾，
河流夺坡滔。
仁智乐山水，
乾坤愚自调。

由百年商务、中华等串联、赓续、演进的历史文脉,升华了对于出版传统与使命的三大感悟:“一是始终自觉地将出版行为与国家命运、时代精神和文化情怀融为一体”;“二是始终自觉地将出版行为与以人为本的原则融为一体”;“三是始终自觉地将出版行为与现代社会运作和科技创新融为一体”。这三大传统禀赋凸显的本质是:“‘文化为魂’与‘产业为体’的高度统一、制度创新与科技革新的有机结合、文化传承与文化创新的互溶共进。”((《出版文化实践存思》第158~160页)

对于走中国出版集团特色发展道路所需要的企业精神,谭跃认为,就是要坚持和弘扬中国传统中最重要的三种品质:诚、谦、和。“优秀的出版企业还应该讲文气和商气。作为文化企业,大气与文气相通,出版人要做文化的贡献者,不做市场的奴隶,就是大气。”((《出版文化实践存思》第321页)

回顾中国出版体制改革走过的历程,在市场化、产业化进程中,文化人、出版人常迷失心性和方向,失距与失矩并存。对市场的焦虑、恐惧,以及对文化执念、操守、身份的犹疑,在折磨和试炼着出版人。定力、底色、魂魄、自信尤显重要,犹如定海神针。

谭跃指出,“考察近代以来的各种政治势力,特别是国共两党的较量,我们得出的基本结论是关键在人、关键在思想、关键在精神。”“要看到,经济数字的背后是人的精神、人的观念、人的思路、人的活力。”((《出版文化实践存思》第7页)

循着上述对出版文化、出版产业的哲思,再来品读、领悟《陶罐有诗句》里的篇什,就有了了然和通悟的钥匙。从中,也能辨识贯穿始终的精神气质与纵横捭阖的胸襟气量。

寻证“神·气”“心·性”“景·境”

谭跃说,“察形观势、见微知著是我们把握自身发展命运的基本前提”。管理领导出版国家队是如此,以此站位、高度、胸怀,“指点江山、激扬文字”自然有超拔的格局与飘逸的气韵。

当笔者诧异于谭总惠赠这本雅致庄重的旧体诗诗集时,谭总坦然一笑解释说,“出版人应当有自己的精神生活”。而且,这种精神生活是直抵内心的、原生态的、质朴的。诗歌,正是人们原生活状态的心境映射,它的本质应当是“质”与“文”的中和。它的底层是可直接感触的物质境象,上层是由感而生的精神心性。而原生态的质感之美,要比巧饰绮靡的纯美,更有生命的张力。“子曰:质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子。”仔细品味琢磨孔老夫子这句话的意涵,再对照谭跃为何如此钟爱陶罐,并且以“陶罐有诗句”入诗,并且以之作为诗集名,实可意会其中不凡又淡泊的深意。陶罐,伴随着人类原始文明与现代文明的演进,始终不脱质朴粗砺的根性;历经打胚烧制,始终葆有瓷土粗犷与细腻交融的美感。如此去理解“陶罐有诗句”以及其中的作品便豁然洞明。其表与里的审美意蕴和独特感受也就油然而生。

这本诗集总63首,分“神·气”“心·性”“景·境”三辑各21篇。细品下来,着实可以与上述作者对出版之魂——精神、文化、情怀,出版之体——主流、数字、国际,出版之道——价值观、创新观、商业观,等等——一循迹照应。而悟道、精气;自信、定力;超逸、心象,则是品读这些诗作的旁注。

譬如,“神·气”一辑,有不少篇什是直接感怀革命胜地与伟人胜迹的,如《井冈山》《茅坪》《瑞金》《黄洋界》《西柏坡》《京西》等诗,以及背景气质相近的《棒槌岛》《东湖》《太湖》《布鲁塞尔》等作品,或激荡或魂牵或体察伟人的神采神韵、气概气势。因之,笔下的诗句自有豪气干云之慨叹:“文虽短气壮,山不高松拔”(《茅坪》),“舌战起落几度秋,笔扫南北万户侯”(《西柏坡》),“从来豪气寻壮烈,而今慷慨淬志雄”(《黄洋界》),“云端挥毫点大江,月宫回望呼老蒋”(《京西》)。面对悠悠山河、伟哉神气,不免有“华发重逢义如山,往事如昨犹激怀”(《太湖》)的慨叹,更有“红霞涌热血,本色写辉煌。生性挺拔志,晨夕呼天光”(《旭日》)的壮怀。

第二辑写“心·性”,似乎更多的是烛照“有我之境”,但其实却是超脱之我、无我之我。这其中,不少作品恰是作者置身在中外、东西方的环境,在动静之间、他我之间的心境洞烛。如“棕桐剪红霞,欧女健身嘘。坐看云长短,陶罐有诗句。”(《陶罐》)如一幅写意画,在方寸之间融入了中外文化,而心境的跳跃与沉静,蓦然回落到陶罐内中的玄机与易道。“牛群悠悠本无宙,古原莽莽自有怀”(《大坂山》),“空宇交日月,润舍调坎离。修身性有缘,坐禅心无极”(《茨坪》)“无思无欲无情往,鱼翔原非逐山禽”(《楠竹》)等等,抒发的都是心性之自性、本性。

欲达率性真性的境界,必要追求修身悟性之道法。比如,“万般灵缘空,一得气化神。道隐随慧转,事浅逐理深。”(《一得》)“人生不惑当孔孟,天命一知且老庄”(《京郊》)“窗小心极阔,得定神自还。闭目且入静,盘腿岂为禅。”(《得定》)“明性幽径去,问心池鸟过”(《古刹》),这些抒发的都是修性心经。

第三辑的21篇,定名为“景·境”,顾名思义,多为触景、入景而生之意境、心境。这些景更多的是作者心目中的清虚之境、去尘之境,颇有追“采菊东篱下,悠然见南山”之风。如描绘“勒竹共云漫,野鸭三两只”(《宜州》),“偶见牛羊情青草,车过无我意不惊”(《阿尔泰》),“忽见牛羊饮清溪,逗得造句无需裁”(《黄州》),等写意的是世外桃源般的清寥仙境。

即使到了域外,能入作者法眼、撞击作者心扉的也是那些与东方意境神韵相通的清朗之地。如“钟声邀村云,清河嘻野鸭”(《卢森堡》),“绿荫掩木屋,清溪连桥多”(《库根霍夫》),“轻舟岸草寂无语,教堂钟声敲云来”(《剑河》)等等。

虽然是就景抒情,但内里深蕴着作者的人生态度与大道感悟。比如,“儿时曾幻秋蝶去,花甲始悟春信来”(《雪喜》)。在诗作《心语》中,这种姿态、心境的顿悟,更得到了集中的萃取和袒露,达至“乘机跳出三界外,清雾濯足神豁然”的境界,自然就能“心语流出不需吟,诗情恰似水潺潺”。

品读谭跃的诗作小品,能感受到力透纸背的昂然之气,亦能映照出“明月松间照,清泉石上流”的禅意。心性豁达、虚静、沉潜,方能修身明德、洞察几微,亦能清和明理、治国化厄。

诗性与心性相映,心性与治性相契,治性与知性相通。心性、治性、知性,均与做人做事的本性相关。这么绕了一个圈子是想说明,作诗与做事其实是相得益彰的,都见性、见情、见理。如此探寻,就打通了《出版文化实践存思》《出版产业实践存思》《陶罐有诗句》之间的逻辑与情理关联,也更能理解谭跃执掌中国出版集团、凤凰出版传媒集团16年的战略气魄、文化气质、创新气势与发展气量。