

上海出版发行人厚植“精品意识” 弘扬“工匠精神”

中国出版传媒商报讯 6月25日,上海出版发行界新老党员干部参加由上海市书刊发行行业协会举办的庆祝中国共产党成立100周年座谈会。上海市委宣传部副部长、市新闻出版局局长徐炯发来贺信。上海市书刊发行行业协会会长、上海新华发行集团党委书记、总裁李爽发言。上海市新闻出版局、上海新华传媒连锁有限公司、上海图书有限公司、上海外文图书有限公司、中国图书进出口上海公司、中国国际图书贸易集团有限公司上海分公司等上海出版发行行业代表50余人参会。今年是中国共产党成立100周年,上海作为党的诞生地、初心始发地,在书写中华民族伟大复兴,实现中国共产党的百年辉煌中砥砺前行。在中国共产党成立

在北京市美术馆东街22号,矗立着一座“中国知识分子的精神家园”——生活·读书·新知三联书店。李克强总理曾致信说:“我是三联书店多年的读者,也曾经在三联韬奋书店的书丛中流连并购书。”

以邹韬奋为代表的三联书店创办人及早期负责人,通过出版、发行进步图书、刊物,为三联书店注入了红色基因,并传承至今,成为三联书店最显著的底色。“自2019年到三联工作后,我深深体会到,三联书店的红色基因特别强大。”生活·读书·新知三联书店有限公司执行董事、党委书记肖启明如是说。

第一部《资本论》在这里诞生

宣传进步思想,高举抗日旗帜。三联书店的前身,是上世纪三四十年代活跃于中国出版界的三家著名出版发行机构——成立于1932年的生活书店,成立于1935年的新知书店,以及成立于1936年的读书出版社。这三家书店,在当时具有很大的影响力,各自都有着光荣的历史。

“九一八事变”后,邹韬奋坚决反对国民党政府的不抵抗政策,他主编的《生活》周刊以反内战和团结抗敌御侮为根本目标,成为国内媒体抗日救国的一面旗帜。1932年7月生活书店成立,邹韬奋任总经理。书店团结了一大批进步的作者,短短几年,其在全国各地的分支机构扩展到56家,先后出版数十种进步刊物和包括马克思主义译著在内的1000余种图书。这些书刊以其鲜明的政治进步性,在读者中赢得很高声誉。

正如肖启明所说:“邹韬奋一心为了全民族的抗战而努力。他动员各方力量,团结一致抗日,刊物起到了非常重大的作用。邹韬奋在追求民族进步的同时,还一直心向中国共产党。”

抗日战争初期,生活书店总店先后迁到武汉、重庆,此时已直接接受中国共产党的领导,工作迅速开展,在重庆、成都、桂林、西安、昆明等地设立了50多家分店,还设立我国香港、新加坡两处海外分店;先后出版了《全民抗战》《文艺阵地》《理论与实践》等新期刊,并继续出版更多的马克思主义经典著作,如《共产党宣言》《国家与革命》等。

出版《资本论》,打造红色出版中心。1938年,我国第一部全译本《资本论》由读书出版社出版。据肖启明介绍,《资本论》的译者是郭大力和王亚南。1923年,郭大力以优异的成绩考入厦门大学,后随部分师生转入上海,在新创办的大夏大学(今华东师范大学)哲学系就读。就在这段时间,他开始广泛涉猎社会科学著作,接触马克思主义,并由后人深入研究马克思主义的经济理论,为后来翻译《资本论》打下了扎实的基础。从1928年开始,几经周折,直到1938年秋,郭大力终于把马克思的巨著《资本论》最早的中文全译本带给了中国人民。“《资本论》在当时对中国革命和中国人民的反帝反封建斗争,起了很好的启蒙作用,为中国共产党和中国革命提供了重要的理论支持和理论武装。”肖启明说。

从1928年6月《生活》周刊社开始出版图书,至1948年10月三机构正式合并为止,共出版图书2000余种,编辑出版期刊约50种,其中可归入红色读物的有200多种。这些书刊宣传爱国进步思想,引导读者追求真理,被大众广泛接受,在中国民族民主革命时期产生了巨大影响。三联书店作为红色出版中心,当之无愧。

为时代发展提供学术支持

延续红色底蕴,植入学术基因。1948年,三家机构全面合并,在中国香港成立生活·读书·新知三联书店总管理处,从此三位一体,爱生活,读好书,求新知。

1951年8月,三联书店并入人民出版社,仍保留“三联”名义出书。1954年下半年至1957年上半年,仅仅三年时间,却是学术基因植入三联书店的一次重要机会。这期间,由陈原负责,戴文葆和史枚两位编辑制定了“翻译世界学术著作规划”,三联的出版物结构和读者结构在不知不觉发生变化。

肖启明介绍说:“当时以三联书店的名义出版了一系列介绍国外哲学社会科学方面的著作,封面一律用灰色纸,不作任何装饰,故得名‘灰皮书’。‘灰皮书’在中苏论战的形势下诞生,其出版目的固然也是为了配合国际反修斗争,但同时也为我国学者打开了一扇了解外部世界不同信息的窗口。”1961年,第一本“灰皮书”就是人民出版社用三联书店名义出版的《伯恩斯坦、考茨基著作选录》。

敢做时代弄潮儿,发挥思想启蒙作用。1978年,中国变革的帷幕徐徐拉开,合并成立整整30年的三联书店也开始重振旗鼓。受益于社会变革的同时,三联书店也迅速成为变革的推动者。

1978年《实践是检验真理的唯一标准》发表,一场真理标准问题大讨论在全国展开。1979年,《读书》杂志随即创办,

创刊号上的“读书无禁区”,成为新启蒙时代标志性的口号,更是文化知识界的“集体记忆”。在次年第一期的《读书》杂志上,陈翰伯执笔撰文,重申办刊宗旨,坦荡地坚持“读书无禁区”的主张。对此,肖启明说:“三联书店始终站在时代的潮头。”

1986年1月1日,三联书店恢复独立建制,通过出版“文化:中国与世界”丛书,团结了一批中青年著译者,他们给三联带来了“现代西方学术文库”与“新知文库”两套十分重要的丛书。《悲剧的诞生》作为“现代西方学术文库”的第一种,于1986年出版。这是文革后首次批量译介西方现代学术名著,随后陆续出版了《存在与虚无》《存在与时间》等一系列学术著作,引起强烈社会反响。

肖启明认为,“现代西方学术文库”《傅雷家书》《随想录》等图书的出版,回应了时代的需要,在冲破极左思潮的束缚、启蒙思想上发挥了重要作用。

时尚与传承让老字号常葆活力

创新时尚表达,多维服务读者。三联书店建店80余年来,始终秉承“竭诚为读者服务”的宗旨。近年来,面对阅读环境的新变化,三联书店延续“多层次新锐一流”的策略,进一步开发新的增长点,用时尚的服务回馈读者。

《三联生活周刊》成功完成融媒转型便是典型案例。2017年1月,三联生活传媒有限公司注册成立;同年5月,周刊研发的知识付费产品“中读”上线。仅仅两年,就发生了显著变化:2017年,公司总营收1.28亿元;2019年总营收1.77亿元,新媒体收入占比达61%,而2017年时几乎没有新媒体收入。

尤其是在疫情期间,周刊微信公众号调动所有资源,用新闻的专业性向社会传递真实而负责任的信息,社会效益显著。2020年1月24日,周刊在抖音平台发布记者从武汉一线传回的现场短视频,该条获赞50万次。此后,账号发布新冠肺炎系列报道,以疫情回顾、短资讯、科普短视频为主,共发布14条、获赞208万、涨粉50万,播放量最高的一条浏览量达2132.4万次、点赞51万次。抖音号清晰记录着《周刊》报道疫情的过程,以主战场微信公众号为龙头,形成包括杂志和其他新媒体在内的内容生产与传播矩阵。

成功尝试直播荐书。2020年7月19日晚,生活·读书·新知三联书店携手“樊登读书”在北京三联韬奋书店举办三联书店图书专场直播活动。两个半小时的直播中,肖启明和“樊登读书”创办人、快手首席荐书官樊登向读者推介、解读了生活·读书·新知三联书店出版的20余种图书,观看人数超过70万人,在线人数峰值近万人,图书销量突破3万册,到活动结束时,为此次直播预备的340万码洋图书售罄。这不仅仅是一场直播销售的成功,更是对阅读价值的倡导和提升行业运营效率的有益尝试。

传承红色基因,做好主题出版。目前,三联书店以出版人文科学和社会科学图书为主,出版物涉及哲学、历史、文学、艺术、经济、政治、法律和社会生活等领域。作为站在时代前列的出版社,怎样结合建党百年这一历史时点和三联书店的特点做好主题出版,是一个重要命题。

为深入学习贯彻习近平总书记在党史学习教育动员大会和清华大学考察时的重要讲话精神,2021年4月24日,近500万人通过线上线下形式参与“青春同心·永跟党走”全国各级青联组织一起读党史分享会,共同回忆峥嵘岁月,共话初心使命。分享会由全国青联、中国出版集团有限公司、“学习强国”学习平台主办,共青团北京市委、北京市青联支持,生活·读书·新知三联书店承办。活动发布了“全国青联党史读物推荐书单”,共20种图书,三联书店的《中共党史十二讲》《领先知党史论丛》《关键在党:党的建设与党的历史》《金冲及文丛》《星火的启示:革命根据地创建与发展》《生死关头:中国共产党的道路抉择》《第二条战线:论解放战争时期的学生运动》《二十世纪中国史纲》入选。据肖启明介绍,由中共中央党校(国家行政学院)8位教授联袂撰写的党史普及读本《中共党史十二讲》,系根据中共中央党校2020年推出的中共党史系列专题讲座整理而成,覆盖了中共党史的百年进程,是一本非常好的讲党史课的参考资料。此专题讲座网络课程正在中央党校官网、学习强国等平台热播,总观看人次已逾1000万。

明年,三联书店将迎来建店90周年。在肖启明看来,未来的三联书店将是一家“充满活力的,面向社会大众的,在主题出版方面也很有成绩的学术文化出版社”。

生活·读书·新知三联书店

融会红色基因与学术出版传统

中共党史出版社

深挖党史资源

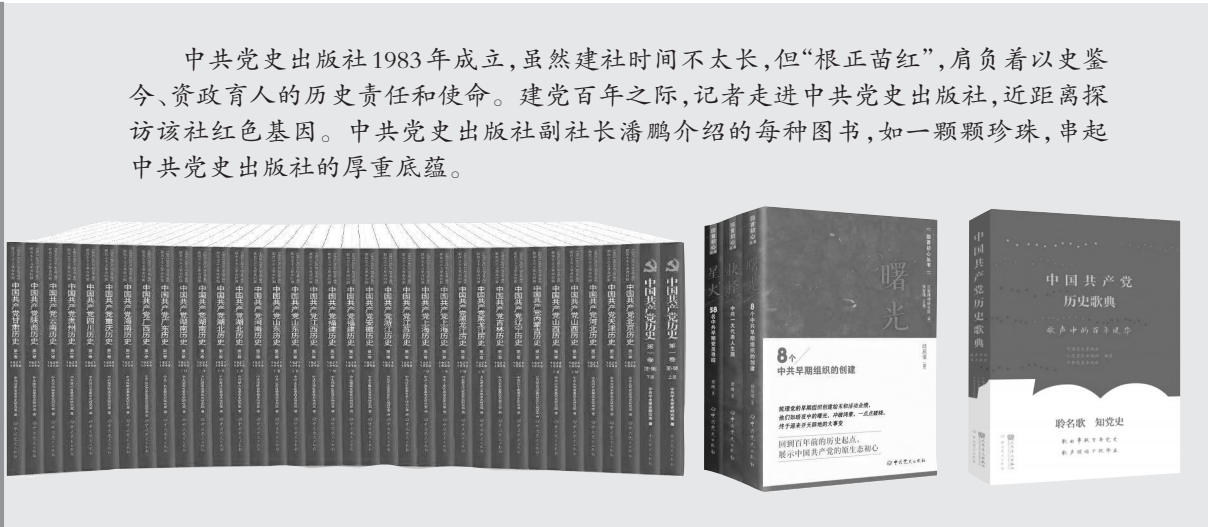
传承红色基因

■中国出版传媒商报记者 穆宏志

■中国出版传媒商报记者 王少波

立100年历史中,上海出版发行人在中共革命出版事业的建立、开创、发展、创新、融合中,始终走在了前列。从建立新青年社、人民出版社、上海书店到生活书店、读书出版社、新知书店,上海出版发行人都做出了贡献。

1949年新中国成立后,上海新华书店等大胆探索,敢为人先,攻坚克难,取得了辉煌成就。围绕实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴的总任务,上海出版发行人不忘初心、牢记使命,按照习近平总书记“坚定文化自信,坚持改革创新,打造传世精品”的要求,厚植“精品意识”、弘扬“工匠精神”,正在开创新的出版伟业。党史专家完颜绍元做“党的出版发行事业从上海起步”的主题发言。1948年入党的王剑虹、已有50年党龄的沈烈、中青年代表刘佩英回顾了在党的领导下茁壮成长、努力工作,从事革命出版发行事业的体会。(穆宏志)



中共党史出版社1983年成立,虽然建社时间不太长,但“根正苗红”,肩负着以史鉴今、资政育人的历史责任和使命。建党百年之际,记者走进中共党史出版社,近距离探访该社红色基因。中共党史出版社副社长潘鹏介绍的每种图书,如一颗颗珍珠,串起中共党史出版社的厚重底蕴。

形成“四史”图书矩阵

放在记者面前的一桌子图书,引用潘鹏的话,“不乏镇社之宝”——《中国共产党历史》第一卷、第二卷,《中国共产党的七十年》《中国共产党的九十年》……潘鹏对这些产品如数家珍,每本书背后的故事和成书经历,本身也是历史记忆,承载着时代使命。这些厚重的党史图书,都是由中央领导批准出版,历经打磨,终成精品。比如《中国共产党历史》第二卷,从开始撰写到最终出版,历经16年时间,数易其稿,反复雕琢,获中国政府出版奖。截至今年6月,《中国共产党历史》第一卷、第二卷各重印7次,发行几十万册。“这几本书写的是历史,叙的是奋斗,述的是大道,探索的是规律,启示的是当下,烛照的是未来。”这句话虽然是对《中国共产党的九十年》的评价,但对这4种书评价也恰如其分。

出版党史类图书是中共党史出版社的职责。出版社秉持工匠精神,深挖党史资源,形成权威版本,出版了一批高品位和高质量的党史类图书,成为党史学习和研究者的遵循和重要参考。

注重细化门类,除了宏篇巨著,与中国共产党历史相关的通史、断代史、专门史,均是中共党史出版社的拳头产品。普及读物、学术著作、人物传记、画册等多个项目齐头并进,形成“四史”图书矩阵。如反映党史中的重大历史事件,也是中共党史出版社的一条特色产品线,出版了很多经典之作。其中,《东北抗日联军史》获中华优秀出版物奖。曾获国家图书奖、“五个一工程”奖的《红军长征史》2016年修订重印至今,已加印20次,发行10多万册,并入选教育部中小学生阅读指导目录。《中华民族抗日战争史》经过再版,也焕发生机。这几部书现在都成为相关研究领域的经典。

《〈关于若干历史问题的决议〉〈关于建国以来党的若干历史问题的决议〉》的发行量再创新高,是中共党史出版社近期党史图书发行的一个缩影。自2013年出版以来,该书销售七八万册。在当下开展的党史学习教育中,一个重要要求就是树立正确的党史观。习近平总书记强调:“要坚持以我们党关于历史问题的两个决议和党中央有关精神为依据,准确把握党的历史发展的主题主线、主流本质,正确认识和科学评价党史上的重大事件、重要会议、重要人物。”由于契合党史学习教育的要求,这本书在众多图书中脱颖而出,成为一些地方的指定学习读物,屡次重印,发行量成倍跃升。

重细节、多载体传播

为更好地传播党的历史,中共党史出版社注重在讲故事、讲细节上下功夫。《初心一叶:党史中的人与事》是2019年“不忘初心、牢记使命”主题教育期间出版的,通过82个小故事讲大道理,“短暂阅读对应深刻启迪”。这本书讲故事讲得很有特点,也符合现在生活快节奏,2019年重印5次、发行三四万册。今年党史学习教育期间也进入了不少地方的指定参考书目,又重印了5次,累计销售8.2万册,取得了很好的社会效益和市场反响。今年4月推出的《常青之道:中国共产党自我革命的故事》,上市仅半个月,首批3万册已售罄,目前已销售7万册。这本书从无数鲜活的自我革命案例中精选了100个故事,“小故事展现大主题”,从七个维度,用讲故事的方式来呈现中国共产党自我革命的伟大历程和辉煌成就,进而揭示出百年大党风华正茂的保

鲜秘方。“学习强国”学习平台首页推荐,阅读量达4000万。《历史是最好的教科书:学习习近平同志关于党的历史的重要论述》一书,今年党史学习教育期间也非常受读者欢迎。

除了在细节上下功夫,中共党史出版社还努力让内容载体多样化。如《中国共产党百年画卷》将美育和党史教育结合;《邮票上的中国共产党百年历程》通过邮票串联党史;《中国共产党历史歌典》是与人民音乐出版社合作出版的融媒体产品,成为一本“会唱歌的书”;《长征:红星闪闪照我心》是与童趣出版公司合作的第一本3D纸质类图书。

中共党史出版社尝试融合发展主要有三类:一是主要基于党史出版物,逐步构建党史专业内容数据库或与第三方机构合作推出主题库,为专业研究机构或人员提供服务。二是与第三方机构合作推出历史纪实、人物回忆、大型资料工具书等电子书,与中央人民广播电台合作制作有声书,服务不同情景下的读书需求。三是积极尝试传统出版与VR、短视频的融合。四是与北师大历史学院历史影像研究室等单位合作摸索对党史场景的体验。他们组织了“捐声助盲活动”,改编中共党史社故事性比较强的图书,录制成若干有情节联系又短小且吸引人的音频,捐赠给中国盲文图书馆。

发散思维,探索党史出版新路径

值得一提的是,中共党史出版社在近几年的实践中,探索出一条党史出版新路径,从一本书发展成一套书,进而出版多套书。既有历史脉络又有个人传记、还有群体写生,形成有特色的产品群。

党的隐蔽战线史是党的历史中很重要的一个方面,但长期以来资料缺乏,观点杂陈。中共党史出版社2016年出版的反映此类选题的《丹心素裹:中共情报员沈安娜口述实录》获“中国好书”,社会影响非常好。出版社进而策划了“隐蔽战线春秋书系”,比较全面、系统地把隐蔽战线的历史和功绩展现给读者。书系由3套丛书支撑:一是传记卷——集合不同层面英雄的群体写生;二是回忆录卷——呈现不同战场人员的亲历回忆;三是史述卷——推出不同时期、不同区域的隐蔽战线史。这样,既反映了历史的整体脉络,也观照到个体的经历细节,兼顾各方面读者需求。2018年,出版了“隐蔽战线春秋书系”中的传记卷(10本)。2019年,出版了回忆录卷(10本),使书系规模和品牌影响力进一步扩大。正在继续深挖这套选题,还将出版一套史述卷,分地区出版,反映隐蔽战线的尘封历史。将这个群体写生打造成一套乃至多套产品,形成特色产品线。

与隐蔽战线“发散思维”出版有异曲同工之处的是目前中共党史出版社出版的“中国共产党历史地方卷集成(新民主主义革命时期)”,目前已出版28卷。今年北京图书订货会上,各地新华书店和读者都在问是否有本省卷,要求订货,打消了当初立项时的顾虑。《中国共产党贵州历史第一卷》目前已销售9万多册,《中国共产党广西历史第一卷》五六万册。选题的成功得益于3年前顶层设计,提前策划,沟通版权。“形成主义党史及各省、自治区、直辖市新民主主义革命时期党的权威集成,一体谋划,统一装帧,形成矩阵,是一套整合党史资源的精品。”

作为党史专业出版社,中共党史出版社深耕专业领域,部署顶层设计和整体规划,提前启动项目,做出响动,敲出火花,党史出版也能丰满立体、有血有肉。

