

调整考核“指挥棒” 精品出版何处来

■受访人:蔡光辉(贵州出版集团党委副书记、副董事长、总经理) □采访人:田红媛(中国出版传媒商报记者)

Q 贵集团是首个提出不考核经济指标增长的出版集团,这一决定提出的背景是什么? 前期做了哪些调研考察? 何时研究颁布并实施的?

■我们党历来重视出版工作。党的十八大以来,习近平总书记在致《大辞海》出版暨《辞海》第一版面世80周年的贺信中、在中央全面深化改革委员会第五次会议上、在考察调研读者出版集团时、在给人民教育出版社老同志和《文史哲》编辑部全体编辑人员的回信中,都对出版工作作出重要指示、寄予厚望。特别是在致信祝贺人民出版社成立100周年时,他以“三个始终”“三个着力”阐明了新时期出版工作的方向和使命,为我们指明了奋斗目标。

贵州出版集团成立于2005年,我们始终积极践行举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的任务使命,经过10多年的高速发展后,迎来了结构调整、动能转换、爬坡过坎的关键时期。集团公司所属贵州人民出版社、贵州教育出版社、贵州科技出版社、贵州民族出版社4家出版社的出版主业发展面临一些困境。例如,此前,集团对各家出版社的考核以营收和利润等经济指标为主,且考核指标逐年加码。部分出版社将经营目标任务分解到每个员工,与个人绩效工资挂钩,导致部分编辑为完成经营任务而忽视图书质量。在这一背景下,集团连续17年落空国家级出版三大奖,精品图书少之又少。

作为出版单位,出版是立企之本。为扭转下属出版单位为片面追求营收利润而不顾图书质量甚至贱卖书号资源,陷入一种恶性循环的局面,我们必须回归出版本质和初心,将着力点转移到多出书、出好书上来。我们再无动于衷、无所作为,被时代所淘汰绝不是危言耸听,很多思想层面、制度层面的问题,再不改革,集团就没有出路,再不创新,集团就没有未来。

战鼓声响,改革刻不容缓。2021年11月,我们认真落实省属国有文化企业改革实施方案,结合实际制定集团公司深化改革方案,通过体制机制改革做强出版主业,努力实现“整合资源、提高效率、提升效益”的目标。采取下沉式实地调查方式对出版单位进行了全面摸底调查,通过单人会谈、召开职工大会集中提建议等方式全方位了解出版单位干部职工的需求与真实想法,在充分倾听并采纳出版单位干部职工意见的基础上,结合集团实际研究制定了《打赢出版精品决胜仗实施方案》,明确了各出版社的发展方向,将贵州人民出版社定位为综合社,贵州教育出版社定位为专业社,贵州科技出版社和贵州民族出版社定位为特色社,将过去分散在各家出版社的教材教辅编辑集中到了教育社,使各单位的工作目标更加清晰。同时提出集团对出版社的考核从以经济效益为主转变为社会效益为主,不再考核经济指标增长,同时调低了各出版社年度营收和利润指标。这是针对当前集团出版工作实际情况的改革之举。

Q 从集团到旗下出版社,从管理层到普通编辑,大家对这一调整的反应如何? 讨论或实施中有无反对意见或阻碍? 是怎样克服的?

■出版要适应新的时代要求,就必须坚持高质量发展。我们改革的初心是为了回归出版的本质——“多出书、出好书,实现出版立企。”作为出版企业,做优做强出版主业是我们义不容辞的使命。改革的目的一是要形成高标准。严格把控选题、编辑、设计、装帧、印制、发行等环节,提高品相品位。内容上要守正创新,探索更有意味的表达形式,特别是要讲好故事。二是要形成高效率。把好评版的时度效,提升出版全链条的快速反应



蔡光辉

能力。顺应互联网时代发展,通过技术赋能和渠道扩张,提升出版的内容产出能力、快速投放能力、精准抵达能力。三是要把握高质量。出版也存在有数量缺质量、有高原缺高峰的现象。我们必须牢固树立精品意识,把质的提升摆在更加重要的位置,推动出版由高原向高峰迈进。

从改革实施的过程和结果来看,无论是出版单位管理层还是一线编辑,大家对改革的实施都非常认可,并在短时间内迅速转变观念达成共识,各出版社围绕企业定位、图书品牌打造和图书产品线建设,结合实际对内设组织结构进行调整,主动把更多时间和精力集中到编辑出版工作上,更加注重选题策划和优质作者挖掘,在打造精品力作上取得了显著成效。编辑出版了《从石库门到天安门:百年大党的红色地标》《“中国减贫奇迹的贵州路径”丛书》《贵州这十年》《为什么是贵州》《学习党的十九届六中全会精神——专家学者45人谈》《江山就是人民》等重点主题出版物;《石鼓丛考》《贵州历史笔记》等地方文化图书;《神奇校车》《北极熊搬家》《我的那条鱼》等优秀少儿图书。成功举办了系列图书签售会、读书分享会、作品研讨会,有效增强了黔版图书影响力。

Q 调整考核“指挥棒”后,贵集团的考核举措聚焦在哪些方面? 为更好评价出版业绩,是否还有其他保障措施?

■在我看来,出版作为一种文化传承活动,考核指标体系应坚持把社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益相统一。以往的考核方式分散了编辑的精力,不注重优质选题和优质作者挖掘,结果是既没出好书,又没挣到钱,也没得大奖。在《打赢出版精品决胜仗实施方案》中,我们明确了集团“十四五”时期的出版目标任务和考核聚焦点,即着力在主题出版中树形象、展形象;在大众出版中练能力、提能力;在数字融合出版中延链条、强链条;在教材教辅出版中拓市场、抢市场。到“十四五”期末,集团年度书号使用量力争达到2000个以上。具体来说主要体现在以下四个方面:

一是内容生产质量得到新提升。加强党对出版工作的领导,始终坚持正确出版导向,严格落实意识形态责任制,积极弘扬工匠精神、健全完善规章制度、加强专业人才培养,推进实施出版流程再造,优化出版各流程环节的资源配置,着力提升内容生产质量,全面达到国家质量管理标准。

二是产品品牌建设实现新突破。加强选题策划和规划,加快推进出版产品线、产品群和精品项目库建设,打造一批能够入选国家级重点出版物出版规划,能够获得“国家级出版三大奖”的精品出版物,形成贵州出版专业特色,以精品生产推动引领出版品牌建设。

三是数字融合出版取得新进展。积极利用大数据、人工智能、区块链、物联网、5G等新兴技术,以数字化、网络化、智能化推动出版与新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合,着力打造一批黔版数字融合出版产品和服务,形成可持续发展的商业模式。

四是对外开放合作打开新局面。加快走出

去、走上去、走下去的“三走”步伐,加强对外交流合作,积极整合利用好各类专业人才、优质选题和出版资源,在出版产品开发、公共文化服务、版权贸易等领域加强对外合作,积极推动优秀出版物、文创产品、数字融合产品服务走向全国乃至海外市场,进一步提升贵州出版的市场竞争力和品牌影响力。

调整考核“指挥棒”,这在出版界绝对是一大创新举措。从管理层到普通编辑,大家作何反应? 每年5000万元的出版专项资金投在哪儿? 一年多来,精品出版是否见成效? 日前,贵州出版集团2023年度工作会议召开。商报记者特别专访蔡光辉,请他介绍这一决策实施的背景、具体举措以及工作成绩。

去、走上去、走下去的“三走”步伐,加强对外交流合作,积极整合利用好各类专业人才、优质选题和出版资源,在出版产品开发、公共文化服务、版权贸易等领域加强对外合作,积极推动优秀出版物、文创产品、数字融合产品服务走向全国乃至海外市场,进一步提升贵州出版的市场竞争力和品牌影响力。

为保障出版工作的高质量发展,充分调动编辑人员积极性,集团设立了出版专项资金,每年投入5000万元用于出版生产投入,激励作者、作家、编辑多出书、出好书,多用书号、多拿出版大奖。专项设立重大出版项目补贴、教材教辅研发、融合出版发展资金各1000万元,每年安排100万元建立贵州本土作家出版选题激励机制,推动出版精品创作,为出版单位安心做出版、用心做出版提供坚实的保障。

Q 记者了解到,近日贵集团年度工作会议已经召开,考核调整是否已传导到贵集团2022年的图书出版成绩上? 请您结合具体工作介绍。

■2022年,是贵州出版集团稳中求进、难中求成的一年,集团上下深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,认真学习贯彻党的二十大精神 and 省第十三次党代会精神,围绕打赢出版精品决胜仗、印刷板块翻身仗、新华书店振兴仗、产业培育主动仗“四场硬仗”,高效统筹发展和安全,统筹疫情防控和生产经营,顶住了多种突发事件的严重冲击,保持了主营收入和利润的稳定增长,也较好地履行了社会责任。通过建立符合出版特点的绩效考核制度,实施业务流程再造,极大激发了编辑人员工作积极性,让贵州出版集团核心主业得到回归,出版产品有了新突破,出版质量有了明显提升,黔版图书影响力得到进一步增强。

精品出版取得丰硕成果。以迎接党的二十大胜利召开为主线,顺利出版了《从石库门到天安门:百年大党的红色地标》《江山就是人民》等重点主题图书。围绕打造地方特色出版产品,出版了《石鼓丛考》《贵州历史笔记》《贵州历史人物》等一批反映地方历史文化的图书,收到了很好的社会反响。贵州省重大出版工程《贵州文库》(二期)、“十四五”精品出版工程“中国历代名著全译”丛书项目稳步推进,国家级资金项目进展顺利。11种图书入选中宣部《2022年农家书屋重点出版物推荐目录》,7种图书入选《出版业“十四五”时期发展规划》,多种图书获得第17届文津图书奖提名、贵州省精神文明建设“五个一工程”奖等奖项。

融合出版迈出坚实步伐。制定《2022—2025融合出版方案》得到有关部门的好评。推动公共服务数字阅读终端在全省10余家新华书店及部分省直单位、高校以及社区投放安装。顺利完成了“国家出版业大数据应用服务重大工程(试点)”及国家标准数据安全能力成熟度模型二级认证资质申报。完成了多种图书配套音视频上架和配套数字内容上线。自主开发的“阅贵·阅多彩”黔版图书外宣APP一期结项,同时多个融合出版项目入选全国创新案例。

余桂林表示,商务印书馆计划以“学生国学丛书新编”全编出版为契机,举办“涵芬楼国学系列讲座”,旨在帮助读者养成文言文深度阅读素养,让文言文真正焕发出亲近力、亲和力、感染力,让传统文化真正落地生根。

“学生国学丛书新编”选编自商务印书馆王云五、朱经农两位先贤于1926年开始出版的“学生国学丛书”,丛书从“经、史、子、集”中精心选录最有价值之著作,辑注精要篇章,加之长篇绪言,体现了20世纪之初爱国出版家和教育家把中华优秀传统文化传承给下一代的情怀、理想和实干精神。商务印书馆将“学生国学丛书”重新整理出版,现“学生国学丛书新编”全编60种已出齐。(王双双 张馨宇)

●策划手记

近年来,一批科幻作品广受好评,《流量地球》《三体》等甚至火出国门,作为科普工作重要的组成部分,中国科幻创作的强势崛起,尤其是一些硬科学含量较高的作品,引发了大众的科普认知和科普教育热潮,同时也带动了更多科幻精品读物的创作。

19世纪是科学的世纪,这一时期,工业革命在欧洲和北美如火如荼展开,光学、热力学、电磁学、化学、生物学、地质学等学科体系逐渐形成。这样伟大的时代诞生了世界著名的科幻作家——儒勒·凡尔纳,凡尔纳对英语世界的最大影响是推动了星际幻想类作家和小说的蓬勃兴起,得益于当时印刷技术和物流系统的发展,到1990年代,这类小说出版数量达到顶峰,欧美各类文学杂志也经常刊登科幻类作品,当时社会热议的UFO事件就与此阶段的科幻热有紧密关系。很快,到20世纪,科幻文学、科幻电影的黄金时代到来,热门类作品IP,如科幻小说《银河帝国》《沙丘》《银翼杀手》等,科幻片《蝙蝠侠》《火星入侵》《ET外星人》等,科幻元素的游戏《星球大战》《星际争霸》《质量效应》不断崛起,未来世界的建构形成以欧美为主流的表达体系。直到2014年,中国科幻作家刘慈欣的《三体》被译为英语等几十种语言输出到世界各地并成为畅销书后,科幻世界才有了中国式的想象与表达。2019年,改编自刘慈欣作品的科幻电影《流浪地球》和今年年初持续火热的《流浪地球2》,代表了中国科幻大片和电影工业的强势崛起,中国科幻热潮引发了科普热潮,科普读物和科学教育将更加受到社会的重视。

科普读物按照题材划分,可以分为科幻文学 and 知识读物两类,科幻文学擅长讲故事,将科学数据、图表、专业术语揉进文学语言,能够深层次建构价值观,可读性更强,更加偏重“大胆设想”,而知识读物更讲求内容的准确性,善于培养人的逻辑思维和科学精神,更加偏重“小心求证”。这两类读物都有较强的市场需求,科学兴趣只有被激发后才能促使读者自主探索和学习科学的基本知识,社会整体的科学素养才能有质的提升。对于后者,浙江教育出版社的“中国青少年科学教育丛书”在众多知识读物中脱颖而出,显示出独特性。

该丛书具有以下特点,第一,作者、内容权威性高。科普读物更加讲求知识的准确性,在内容生产上专业性较强,对作者的要求比较高。该丛书由浙江教育出版社与中国科学院科学传播局合作策划,在创作团队上集合了国内科学家、科普作家和重点中学的教师团队。内容的科学性和专业性由科学家负责,中学教师负责作品同教学的相关性,在每部作品初稿完成后,试点学校交给相关学生试读,再根据学生反馈,进一步修改、完善,能够在保证权威性的同时紧密贴近读者诉求。《流浪地球2》的视觉效果在引发人们好评的同时,也引发了网民对技术可行性的论证,比如太空电梯是否能实现,空间站摧毁后是否会快速坠落地球,月球是否可能发生热核聚变,影片和文学中存在的这类大量有趣的设想需要严谨科学的物理化学知识进行解答,可以在这套丛书中找到一些答案。

第二,体裁创新。该丛书是介于学科教育和科普读物之间的原创科教读物。与市场上数量众多的少儿科普,尤其是绘本科普相比,“中国青少年科学教育丛书”的知识密度更大,实用性更强,涉及的基础理论和知识点较多,更贴近中学生和初中生的知识诉求。与课堂教学相比,一般来看,教科书比较偏重公式、原理的概况性表达,偏向告诉学生“是什么”,而对原理背后的人、故事、价值阐释不足,在“为什么”方面略显薄弱,该丛书有效弥补了这一隔阂,是学科教育的有效扩充,增加了课堂所学知识的趣味性。

第三,知识的体系性更强。该丛书以中学生为读者对象,结合现实教育情景,将物理、化学、生物、地理、天文、数学、工程技术、科学史等领域涵盖其中,共16册,包括《人与自然》《星空万象》《奇妙的化学反应》《神秘物质的构成》《生命科学的世界》等,将研究方法、科学思想和科学精神融入到基础科学知识中,扩展了知识的视野。在《星空万象》一书中,内容编排按照星星、星座与星空,天文学与社会生活,地月系统,太阳系,太阳,恒星、恒星的残骸,系外行星,银河系,河外星系,宇宙学这样层层剥茧的方式为学生展开天文学的神秘面纱,能有效培养学生对天文学的基本认知和整体认知,在头脑中形成初步的知识图谱。除此之外,该丛书的姊妹篇“中国青少年科学探索丛书”保证了科学教育的系统性和延续性,“中国青少年科学教育丛书”以小学、初中生为读者群,与教材的相关性更高,更加注重扩充知识,而“中国青少年科学探索丛书”则主要以高中生为读者群,更加强调内容的探索性,注重培养学生的自主探索精神。

我国自上世纪50年代以来,小学的课程结构主要形成以语文和数学为主,学生获得的多是工具性知识,而对与社会生活紧密相关的科学知识了解甚少,一些学生对科学的认识仅仅是停留在心动层面,而对科学知识的掌握和行动探索却不足。直到2017年,科学课程正式被纳入我国小学课程计划,科学的重要性才被重视起来。6~10岁是少儿具象思维向抽象思维转换的关键时期,小学阶段需要大量与课程所学相关的科普知识读物,帮助少儿形成对科学各领域的入门认识,只有打好这个基础,到初中开始的理化生等分科学习才能帮助他们更加深入理解各类知识,更能如鱼得水,“中国青少年科学教育丛书”在这方面开了个好头,将能够有效带动教育类出版社在这一科普领域为学生读者提供更多有价值的内容供给。

中国科幻崛起背后需要怎样的科普读物?

■韩建民 付玉

