

学习贯彻习近平文化思想 推动出版业高质量发展 ——持续提升出版选题策划水平

(链接:本报2939期第1版《2024“出版视点”第二场研讨会聚焦持续提升出版选题策划水平》)



坚持高质量发展理念 优化选题策划和开发思路

■马胜(上海译文出版社总编辑)

选题是出版的关键要素,内容是出版社的核心资源,选题的质量和水平是出版社能否实现高质量发展的基础和前提。高质量的出版选题始终是出版社的唯一追求,多出好书,才能引导和形成良性的阅读市场,才能阅读真正发挥提高全民素质的正能量,这也是出版人应有的态度和职责所在。对于诸多版权也面临严峻的市场竞争,如何维持原有的市场地位,上海译文出版社主要有三方面的应对思路。

一是品牌化,按照出版社品牌化要求策划选题。外国文学是上海译文出版社品牌化最典型的领域,我们首要关注的是作家作品的文学性和文学价值,及作家在文学圈内的地位,而不是其作品的商业价值。选题本身是否符合译文社的品牌形象和定位是编辑策划选题的重要考量。2018年推出的“译文名著插图珍藏本”系列是译文社在竞争激烈的公版名著领域寻找差异化出路的成功案例。译文社以“慢节奏”出“精制作”,为华文世界里的世界文学名著开辟了全新领地,赋予了纸书全新的生命力。

二是体系化,总体选题规划整齐、板块清晰、条理清楚。体系化是译文社图书出版的另一鲜明特色,文学和社科板块都以“书系”为主。如文学领域有“译文名著精选”“译文经典”“译文名著插图珍藏本”等,社科领域有“译文纪实”“译文科学”等。在出版层面上,译文社对选题门槛严格把关,很大程度上避免了随意和乱出书的现象。编辑开发策划选题,基本上是在编辑室的既有书系框架之内。

三是多元化,全版权多形态的选题开发策略。在数字化阅读时代,提高选题策划水准和能力的一个重要措施,是实行纸

(纸质书)、电(电子书)、声(有声书)、创(文创)、课(课程)一体化的全版权、多形态的选题开发策略。译文社正在逐步构建完整的数字业务链,电子书业务从2012年起步,2017年开始布局有声读物。此外,我们还开始尝试教育类的知识付费读物和课程读物。2021年底,译文社进军文创领域,短短两年时间,文创产品年销售已达300万元,进一步巩固了译文社在外国文学出版领域的声誉。

拥有好的选题不等于就有好的市场表现,要经得起长期的市场考验,图书质量的高标准要求和运营方式的市场化调整是重要的保障措施。

图书质量的高标准。翻译质量参差不齐是引进类图书市场长期存在的一个问题。译文社作为老牌专业的引进翻译类出版社,追求最好的译者和译本一直牢固扎根在一代代译文人的观念里。我们对编辑的外语专业要求非常高,很多编辑本身就是优秀的译者。另外,译文社多年以来一直坚持保留专业校对科,对保障图书质量的稳定起到了至关重要的作用。

运营方式的市场化调整。除了选题数字化和文创开发之外,译文社另一重要举措是2020年成立了自营旗舰店。目前自营店销售已经占到译文社年销售总量的14%,并且打通了包括抖音、小红书、拼多多、有赞等几乎所有平台。有了自营店作为中枢,我们对全销售平台的图书价格实行管控有了依据,一定程度上扭转了图书销售的价格乱象。部分头部产品和品牌书系在自营店出色的销售业绩,也给编辑进一步开发高质量的选题带来信心,形成良性循环。

践行使命担当 引领服务青年 提升选题策划水平 促进出版高质量发展

■李剑平(中国青年出版社副总编辑)

持续不断提升选题策划水平,是出版企业和编辑个人须臾懈怠不得的日常“功课”,也是建设出版强国、文化强国,进而建设中华现代文明的基本要求。策划与出版相伴而生,策划贯穿了出版工作的全过程各方面,没有策划就没有出版。数字化浪潮强势冲击、颠覆性信息技术迭出的当下,出版企业面临巨大生存发展压力,而重要破解之道就是不断改进选题策划。

紧紧围绕党的宣传思想文化工作重点方向,聚焦党的创新理论的青年化阐释,举全社之力做好主题出版。一是要加强对党的创新理论的青年化阐释和出版传播;二是要讲好中国故事、中国共产党的故事;三是要培育和践行社会主义核心价值观。

强化以文化出版为载体的育人功能,认真策划出版原创文学精品,丰富为党育人的文化内涵、实践内容和实现形式。中青总社坚持“红色基因、开明传统、青年风尚、国际表达”理念,为新时代青年做好高质量原创出版。中青总社策划出版的梁晓声长篇小说《人世间》荣获第十届茅盾文学奖,成为近年来不可多得的为改革开放时代画像、用情用力讲好中国故事的现实主义力作。此外,我们还持续加强系列文库选题开发。目前,“新时代共青团和青少年工作文库”“新时代青少年成长文库”等编辑出版工作正逐步落实。

坚守人类命运共同体理念,持续深耕“走出去”,探索“全向度”国际传播之

路。中青总社所属的中国青年出版社(英国)国际有限公司以“中国文化,国际表达”的出版理念,成功出版了《中国》《西藏》《新疆》《发现中国》等400多个不同语言版本的典藏级精品图书,销往全球50多个国家。中青总社连续3年承办国际图书编辑能力提升培训班,在国内出版人加强国际市场认知,掌握国际传播规律,构建对外话语体系等方面发挥了重要作用。

弘扬优良传统,持续提升选题策划水平,聚焦培养中国式现代化青年。红色经典小说“三红一创”《红日》《红岩》《红旗谱》《创业史》书写了中华民族站起来的时代,深刻影响了亿万青年,其出版发行也奠定了中青总社在新中国文学出版领域的地位。中青总社通过一大批高质量、高水平的书刊产品,在青年修养、共青团工作、人文社科、国际交流等图书领域形成了优势。

策划就是敏锐发现,编辑就是智慧劳动,出版就是至上服务,专业就是一生修行。结合中青总社工作,一是要提高政治站位,强化政治引领,做实做好主题出版;二是要围绕出版定位和传统优势,确立突破重点,形成产品特色;三是树立国际视野,一体规划设计,争取更好、更大的协同效应;四是坚持科学评估,严守选题会制度。以高度政治自觉、饱满精神状态、顽强斗争意志、科学思路方法,努力做好新时代党的青年出版工作。

讴歌时代 推动创新 持续提升出版选题策划能力

■谭菁菁(湖南文艺出版社总经理、总编辑)

选题策划是出版工作中最基础、最核心的环节。近年来,伴随着出版产业格局的不断变化,行业竞争加剧,在选题策划方面也呈现出一定问题,一定程度上影响了图书出版长远的良性发展。立足实践探索,结合文艺类图书出版的特点,湖南文艺出版社对提升选题策划能力有以下认识。

提升出版选题策划水平,要聚焦编辑个人的策划能力培养。新时代的编辑肩负着出版业未来发展的使命和担当,既要秉持出版精神,又要理解需求变化,既要继承出版传统,又要拥抱技术变革。

一是紧扣时代脉搏,彰显出版价值。编辑要培养在精神上与国家和社会同频共振的能力,全力服务于时代主题。出版的作品内容应当是描绘山乡巨变的时代画卷、关注大国重器的时代交响、展现碧水青山的时代图景、绽放传统文化的时代光彩、讴歌创作奋斗的时代

英雄和传递民生实事的时代温暖,其内核就是要传达正向积极的主旨。

二是筑牢专业基石,搭建作者队伍。编辑应该由大量泛读和精读打下宽广的知识基础,建立自身的专业知识体系架构。一方面要确立自己的价值主张和出版理念,来吸引和聚拢文化气质相近的作者。另一方面要挖掘和培植自己的作者群,对其作品进行个性化打造。

三是强化创新驱动,助力融合发展。编辑可以通过新媒体创新、融合出版、渠道创新来策划选题。比如我们的社科编辑借势敦煌IP,连续推出《敦煌三书》《敦煌石窟百讲》,选题均来源于线上知识付费有声课程的纸质出版物转化。

提升出版选题策划水平,要关照出版社整体选题策划能力的提升。保持强大的选题策划能力是出版企业安身立命和创新发展根本,是产业升级、应对跨界竞争的必要前提。

一是做好顶层设计,整合优势资

源。如我们在原创文学方面强化和《芙蓉》杂志的书刊互动桥梁作用,确保既有从高原到高峰的大作家、大作品,也有老中青结合、可持续发展的青年后备军。

二是组织深入调研,充分集体论证。选题调研是选题策划的前提和基础,要在调研中发现机会、发现市场空白点、新需求、选题线索,并将调研论证行为作为贯穿编辑出版全过程的日常工作。选题策划涉及重大选题、重点项目的策划论证,必须依靠集体的力量。

三是加大培养力度,建设协同机制。加大对编辑的培养力度,通过提供机会、平台、培训等,让其成才。推行导师制,倡导团队学习、集体策划,培养一批年轻编辑。经过整体搭配的团队,避免力量分散,有效发挥个体优势。

选题策划是系统性工程,是图书出版重要的一环。出版人要秉持新时代出版理念,加快融合发展。将出版与经营充分结合,双向赋能,努力推动出版高质量发展。

专业社选题策划高质量发展路径探析

——以石油工业出版社为例

■王昕(石油工业出版社大众分社社长)

面对科技与经济发展带来的机遇与挑战,专业社必须在关注新技术发展、构建专业出版高地双重维度下,从内容和媒介双重角度构建开放型新型选题思维。一方面不断建立和扩大专业社交网络,更及时、更深入地了解行业趋势和市场需求,加强同其他行业的跨界交流与合作从而扩大选题视野;另一方面在数字出版视野和多媒体手段下,对选题进行开放性的策划与开发,最大程度实现选题的复合性价值。

立足行业特色,高质量选题策划助力科技进步和文化建设。石油工业出版社围绕国家科技发展和能源战略实施,选题策划突出石油行业特点和行业特色,充分发挥“追踪、参与、引领”作用,紧密追踪石油科技工作取得进展,深度发掘出版资源,系统出版一批具有中国特色的石油领域高水平图书。如“国外油气勘探开发新进展丛书”9次荣获版协国际合作出版促进委引进版科技优秀图书奖。还有《中国石油勘探丛书》《中国

页岩气勘探开发技术丛书》等重大选题项目的实施,提升了石油出版的行业和社会影响力。

坚持守正创新,走专业特色鲜明的策划之路。专业出版社要在创意迭出、竞争激烈的出版行业占有一席之地,在新兴媒体以及自媒体出版的多重夹击中寻求一条富有出版特色、体现竞争优势的出版之路,选题策划高质量发展要坚持五个“必须”。一是必须坚持正确出版方向;二是必须坚持弘扬石油精神和大庆精神铁人精神;三是必须坚持融入石油工业发展和科技进步;四是必须坚持创新引领发展;五是必须坚持塑造出版品牌。

紧扣时代脉搏,创新选题策划的思路与实践。选题作为一种创意和决策,是整个出版过程的源头,决定了出版活动的方向,目前选题缺乏创意仍是一个普遍性的行业问题。对于专业社而言,加强选题创意与专业特色的结合尤为重要,同时还要注重将创意从选题策划延伸到产品设计、

营销方式、媒介应用等一系列环节,实现有机完整的选题落地与运营。

一是敏锐捕捉信息,“慧眼”找准选题。选题策划需要编辑具有前瞻性,在生活中敏锐地发现新趋势、新需求、新选题,对有效信息进行捕捉和提取,并结合自身的资源优势寻找畅销基因,形成优质的选题。二是突出专业优势,延伸图书产业链。编辑在做选题策划时应考虑一次创意,开发多种产品,加速出版业和其他文化产业的融合,延伸图书产业链。如2023年开始,石油工业出版社策划并承办“中国石油科普大讲堂”,以此活动内容为基础,正在策划出版院士科普系列选题。三是主动担当尽责,讲好石油故事。要自觉担当尽责,创新出版与宣传方式,将传统出版与新兴媒介相结合,让石油文化更好地走入读者心中。如策划制作了纪录片《李敬的石油情缘》《邱建建的油气人生》,以此为基础,策划弘扬科学家精神的系列图书“石油科学家的故事”。

守正创新 提升精品意识 打造具有全球视野的选题策划眼光

■黄宁群(新经典文化总经理)

随着信息技术与传播媒介的快速发展,如何让读者静下心来选择图书、选择阅读,积极提升图书品质与精细化运营能力,变得尤为重要。选题策划是图书出版的源头,也是最关键的一环。只有深入把握时代脉搏,洞察读者精神需求,才能发现并成就优秀的作品。

优质的图书选题与内容,正进入最好的时代。全媒体数字化时代,内容媒介的丰富化与信息传播的便捷化,给图书出版带来挑战的同时,也指引了更加回归本质的发展空间。出版工作者要充分重视选题质量,把握好读者的精神需求与时代脉搏,将图书的价值点融入现代传播话语体系。图书选题策划是否经过对内容的独立判断与思考,是否真正从读者的阅读需求出发,是否经得起时间考验,是出版从业者面临的挑战。

守正立身,健全精品选题策划机制。新经典始终以内容创意作为企业的核心竞争力,对选题质量进行严格把关,引导

编辑聚焦优质内容的策划。一是坚持选题论证制度。每个选题都会经过从部门讨论再到公司选题会论证的流程,选题论证委员会由外部专家及公司各事业部负责人组成,同时遴选一线编辑作为选题观察员发表意见。二是传承中华优秀传统文化,选题策划服务于时代。新经典着重策划了一批具有“中国特色、中国风格、中国气派”的人文社科精品。如《经纬华夏》《大地中国》等,受到了读者的认可和市场的正向反馈。三是强化原创精品的生产机制,选题策划服务于人民。一方面把握阅读趋势与读者需求,为华语经典作品寻找在当下的解读角度和传播路径;另一方面不断寻找原创新声音,发掘与培养优秀的新人写作者。

以创新为动力,培养具有全球竞争力的选题策划能力。新经典始终坚持正确的政治方向,鼓励创新思维,通过创新表达方式和传播手段打开选题视野,源源不断地推出精品内容。

一是推进内容创新,从选题策划源头提升内容建设水平。文化企业的核心竞争力在于内容创意能力。公司鼓励编辑充分参与作品的策划,找到呈现作品的最佳方式。新经典的“bibli动物园”在全网吸引近400万忠实粉丝。从0到1自主创作的成功经验,为创作更多优秀作品做出了良好示范。二是推进技术创新,积极开拓产品新形态。新经典成立了数字业务部门,充分发挥数字技术赋能引领作用,鼓励编辑积极开拓产品形态,让优质内容通过不同载体接触到更广泛的人群。三是推进机制创新,建立选题策划跨国合作机制。新经典推进中外作者联合策划和创作,向世界传递更多的中国声音。与海外编辑部共同策划《小穿山甲》入围美国绿色地球图书奖,中文原创绘本《忙忙碌碌的爸爸》以法、德、英等多语种全球出版。这些案例充分证明,优秀的作品可以跨越语言与国界的障碍,在国际舞台上充分绽放光芒。