

## 寻根溯源：重回精神家园

■张 龙

20世纪90年代，费孝通先生提出著名的“文化自觉”理论，其中一个重要意涵是文化自觉要建立在在对“根”的找寻与继承上。杨泽波教授《中国文化之根——先秦七子对中国文化的奠基》，正是从哲学角度对中华文明的追根与溯源。

### 儒道两家是中国文化的主干

所谓“先秦七子”指的是孔子、墨子、老子、孟子、庄子、荀子、韩非子。作者认为，中国文化正是由这七家思想奠基的。

一种文化的出现，是多种因素共同作用的结果。在世界上的诸多文化中，中国文化独树一帜，有自身的背景与特殊性。结合地理、气候、经济、政治背景，作者将中国文化的特点概括为独自发展、刚健有为、重视家庭、关注道德。之所以存在这些特点，离不开客观条件的造就，同时也离不开思想观念的养成。但就思想层面而言，发挥最大作用的就是先秦七子的思想与学说。

作者细致分析各家思想，表彰成就，直陈缺失，立足中国历史，放眼世界文明，对“何以中国”这个命题，从哲学层面给出了答案。在先秦七子中，孔子、墨子、老子是开创者，奠定了中国文化的基础；孟子和荀子是对孔子思想的继承；墨子之学沦为绝学，鲜有后人；庄子则是对老子思想的延续；荀子对韩非子法家思想有较大影响。

通过梳理先秦七子学说，作者明确指出，儒、道两家构成了中国文化的骨干。儒家代表道德，代表有为，代表阳刚，代表积极奋进，代表“大丈夫”；道家代表自然，代表无为，代表阴柔，代表休养生息，代表“真性情”。儒家画左半边，道家画右半边，共同构成一个完美之圆，其精美程度堪称天作之合、妙到毫巅。

### 国家治理是先秦七子思想的首要关切

先秦七子生活在礼崩乐坏、征战不息的春秋战国时代，他们思想产生的基础与目标是检讨乱的原因，寻找治的路径。孔子、墨子、老子为代表的不同学说的出现，表明当时大家对于如何实现由乱到治有着不同的思路与理念，但这些学说的盛衰消长，则是政治的选择，也是历史的选择。

在谈到老子思想时，作者认为，同孔子、墨子学说一样，老子学说也首先是政治哲学，关注的是如何治国的问题，不是一套空理论；与孔子、墨子相比，老子想得更为深远，抽象程度更高，更有通常所说的哲学的味道。

对于孟子思想中的王道思想、民本论，作者鲜明地表达了自己的看法：“作为王道思想基础的民本论，其实仍然是一种君本论，只不过是一种特殊的君本论，确切一点说，是一种‘理想化的君本论’。所谓理想化的君本论，是说王道的基础仍然是君本，政治的主体仍然是君，但对君有特殊要求。这个说法，可以有效解释儒

## 厚植编辑优良传统

■全 武

不论是教育出版、学术出版，还是专业出版、大众出版，处理好编者、作者和读者的关系，一直是出版从业者的必修课。只有先做好一个用心、用情、自重的编者，才能真正努力去敬重每一位作者、尊重每一位读者。

一是心系读者，竭诚为读者服务。正如邹韬奋所说，“编辑是替作者、读者服务的”，如果没有甘当垫脚石的精神，这种服务工作不可能做好。不论何时，出版企业既要生产更多有意思又有意义的精品图书，增强图书吸引力、感染力，又要努力满足读者多层次、多方面、多样化的需求，更要时刻把坚持为读者服务、贴近实际、贴近生活作为出版工作的基本遵循。

二是情系作者，团结依靠作者。编辑与作者，不仅是相互合作，更是相互成就。优秀的编辑要善于团结作者，善于依靠作者，尤其是要善于发掘和培养年轻作者。除考虑作者年龄外，编辑更需要敬重作者，不论是原创作品，还是翻译作品，编辑都需要善待创造者的劳动。对于稿件中的每一个字、每一个标点、每一张图片多做一些锦上添花的加工。敬重作者的作品，就是对作者最大的敬重。

三是当好编者，赋能作者、读者。进入新时代，面对更多的新事物和新知识，以及读者多样化的需求，编辑从业者肩负着新的使命和担当。只有不断丰富自身的学识，提升自己的技能，才能出版更多一流的精品图书，满足广大读者的需求。

在广袤的中国大地上，从塞北大漠到烟雨江南，从繁华都市到阡陌乡村，分布着数不清的、形态各异的古塔。它们穿越千年，静听人间兴衰故事，俯瞰过往红尘云烟，是沧海桑田、世事变迁的有力见证。从中国繁多的古塔中选择22座，将每一座古塔与先秦时期到民国时期的重大历史事件相关联，以寻塔之旅，串联悠久的历史，正是《寻塔聊史》一书的缘起。以《寻塔聊史》一书为例，探求编辑如何处理与作者、读者关系。

一是众里寻“塔”千百度。《寻塔聊史》共22章，每章分“浮屠记胜”“史事钩沉”“史迹博萃”三部分。“浮屠记胜”中的“浮屠”即塔的别称，“记胜”就是叙述塔的结构和历史。这一部分就是帮助读者对我国古塔有一个初步了解。“史事钩沉”叙述由古塔引出的一个个历史故事，详尽介绍与塔关联的历史事件。“史迹博萃”介绍“史

家政治的合理内核，揭示中国2000年政治史的内在逻辑关系。‘理想化君本论’的本质是坚持‘以德治国’的路线。”由“理想化的君本论”，作者针对中国历史上的现实政治与理想政治，提出了“张力说”。“现实政治”是君主马上打天下所得到的政治形态。它需要有一种理想来指引，这就是“理想政治”。在中国长达几千年的历史上，能够起这个作用的，就是孔子和孟子所描绘的“以德治国”的政治蓝图。有了“理想政治”，“现实政治”会受到无形的约束。进而，作者根据中国2000多年政治发展史，证实了这样一个规律：凡是“理想政治”与“现实政治”之间的张力能够保持的时候，就是这个社会治理得比较好的时期；凡是“理想政治”与“现实政治”之间的张力无法保持的时候，一定是政治黑暗、社会腐败的时期。这的确是一个重要判断。

“性善论”与“性恶论”是孟子与荀子的重要学术思想，但很多人对两者所谓的“性”并没有正确的认识，以为两种说法中的“性”指同一事物，其实不然。“性善论”之“性”指的是人与生俱来的，就是孟子所谓的“才”，该书作者将其概括为“人的生长倾向”。而“性恶论”之“性”则指的是人的物质欲望无尽发展的坏的结果。由于“性善论”与“性恶论”中“性”的指向不同，导致孟子与荀子提出了不同的国家治理方式，即“德治”与“法治”。这两种国家治理方式对于当下有着积极的现实意义。那就是我们必须双线作战，既要保持性善的传统，又要重视性恶的作用。重视性善，由此加强道德修养，坚持以德治国；重视性恶，由此强化律法，坚持依法治国。要将性善论与性恶论融合成一个完整的系统，把这个2000多年来未能很好解决的重大课题解决好。

### 从先秦诸子思想中找寻人生的幸福

哲学要在形而上的层面关注人类社会的大问题，也要从根本上为人类如何更好地生活提供指导，也就是该书作者所谓的幸福的生活方式。基于不同的文化背景，幸福的生活方式应该是各异的。中国文化的特殊性，决定了在中国存在着中国样式的幸福生活。

在《中国文化之根》中，作者给出了他的幸福定义：幸福就是欲望满足后内心的感觉。而幸福是分层次、有区别、进阶的，即幸福分为“物欲幸福”“事功幸福”“道德幸福”。

在全书的结尾，作者给出了幸福人生中国样式的三大原理：第一，幸福是欲望的满足，人生本身是幸福的，既不是罪，也不是苦；第二，人生是向上的，必须不断向上进取，向上攀登，由物欲到事功，直至最高的道德；第三，在中国文化系统中，儒家式的道德足以支撑人的心灵。

在中国这片土地上孕育出先秦诸子思想，这些思想奠基中国文化，中国文化凝聚民心形成中华民族。21世纪的中国文化与中华民族要不时回望精神家园，赓续文化根脉，自强不息，刚健有为，脚踏实地，行稳致远，实现伟大的民族复兴。

## 助力出版提质增效

事钩沉”涉及的相关历史古迹，补充作者实地考察后的感悟。对于现在的读者而言，若能亲身寻访古塔，将是一种独特的行万里路体验；大多数的人，可能还是“心有余而力不足”“渴望而不可即”，而《寻塔聊史》一书，希望可以弥补因自身时间与精力所限不能亲往之憾。

二是一图胜千言万语。《寻塔聊史》的作者喜欢背着相机游走在斑驳的古迹中。书中600余幅精美的古迹现状照片都由作者亲自拍摄。每一幅照片，记录着作者寻塔、阅塔的足迹，蕴含着作者对中国古塔的挚爱。每一幅图片在说明中都附上了拍摄时间，见证作者寻塔的印迹，更是记录古迹现状的历史瞬间。书中附上了众多的历史地图，为作者的文字叙述提供时空定位。如书中记载秦始皇为了“威服海内”、祈求长生不老和确保其帝业万世长存，先后五次巡视全国。初审文稿时，发现作者提及的路线和地点是比较模糊的，为更好地呈现作者的创作意图，我们依据相关权威文献，绘制了地图《秦始皇巡行路线图》，将秦始皇历次巡视的路线用不同颜色标示出来，并将发现秦始皇刻石的地点一一标示出来，如此图文互证、图文结合，作者的创作将更能让读者理解和接受。

三是甘做提味增鲜。作者对古塔的主要类型、基本构造和用料，在每一章中都有部分提及。对大多数人来说，古塔的构造很陌生。经与作者商议，我们在正文前补充一张图《中国古塔构造示意》，对塔的构造进行一个形象直观的介绍，为正文的阅读作一个铺垫。《寻塔聊史》中的古塔分布在高山之巅、群峰之上、河湖之畔、苍翠之间。如何在辽阔的中国大地上一览众多古塔？经与作者反复沟通，我们在正文前新增一幅地图《本书主要古塔分布示意》，以中国的主要地形作骨架，将书中22座古塔，依据地理方位，依次绘制于图中，为正文的阅读提供抓手。读者不论阅读书中哪一章哪一塔，都能在这幅地图中找到相应的时空定位。作者已为我们提供了丰富的食材，我们在此基础上，愿倾尽所学，细心烹饪，只为读者奉献美味佳肴。

任何时候，面对“乱花渐欲迷人眼”的诱惑，编辑都应保持“乱云飞渡仍从容”的定力。新时代新征程，继承弘扬长期以来形成的优良传统，大力支持作者的创作，努力完成编者的工作，更好满足读者的需求，必将助力出版业高质量发展。

## 浅谈新时代科技出版新质“连接力”构建

■陈宏丽

一直以来，科技图书在营销销售方面的表现较为平淡，一定程度上与其内容专业细分、品种多批量小、营销成本有限、销售潜力不足等因素有关。新时代，科技强国建设，赋予了科技出版新的使命和任务；同时，全媒体融合发展，也为科技出版更好地地连接作者与读者，创造了新的条件和空间，构建科技出版的新质“连接力”，是科技出版高质量发展的有力支撑。

党的二十大报告指出，坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，加快实现高水平科技自立自强，加快建设科技强国，并对完善科技创新体系、加快实施创新驱动发展战略等作出部署。习近平总书记指出，科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。

科技出版具有传播科技知识、技术、技能和文化，转化科技成果，推动科技创新，培养科技人才，提升国民科学精神和科技素养的作用，是科技工作的重要组成部分。应该说，科技出版，是科技创新的重要支撑力量，是助力科技强国建设的重要组成部分。加快推进科技出版的高质量发展，是新时代科技强国建设的应有之义。

连接作者和读者的能力，是科技出版的核心能力之一。

科技出版的新质“连接力”，是新质生产力在全媒体融合发展背景下在科技出版中的一种重要表现和具体体现，是在传统连接力的基础上，以创新为主导，通过运用新技术新渠道，采用先进的理念和方法，以提升科技出版传播的质量和效率为核心目标的新型连接能力。新质“连接力”摆脱传统连接作者和读者方式的束缚，符合全媒体融合发展的新理念和信息获取趋势，是科技出版运用新思维新技术、赋能自身高质量发展、服务科技强国建设的重要力量。科技出版新质“连接力”的构建，是个全新话题，有待在实践中不断地摸索和总结。在全媒体融合发展环境下，有以下三个方向，可以考虑付诸实践。

### 建立多渠道连接能力

全媒体融合发展，相对于传统的大众媒体时代，人与人之间的连接渠道和方式变得多元且高效。这就使得具有细分特点的科技出版，与作者和读者建立多渠道连接能力成为可能。关键是我们能否快速跟进和适应全媒体时代的新思维新理念，快速感知和掌握新兴媒体渠道的特点，并与科技出版实践相结合，创新工作方式方法予以有效运用。比如，建立针对细分领域的微信公众号，利用内容优势积累粉丝，开展线上线下相结合的运营。比如，利用专业会

## “链”上农业图书智能出版

■任 妮

农业图书出版作为专业出版领域，受科技的影响更加鲜明，人工智能加速了科技创新和科技成果转化在出版领域的呈现。从创新链、产业链、资金链、人才链强化与出版的精准连接，是农业出版智能化转型升级的路径所在。

### 创新链驱动，下好农业智能出版“先手棋”

农业智能出版，“智”在哪？“智”在“数据驱动内容生产”。借助机器学习和自然语言处理，精准捕捉当下农业热点话题，深挖出版内容，辅助编辑进行内容校对和审核，快速编纂成册，高时效性地创作出满足市场需求的农业出版作品。

“智”在“以需定印”。按市场需求来制定和计算出印刷的数量和质量。比如，中图印云平台着力打造的图书新零售生态系统，朝着按需印刷2.0时代迈进，生动诠释了“以需定印”，既提高生产效率，又满足读者的个性化需求。

“智”在“跨界融合”。眼下，农业出版领域呈现出高度的专业性和知识快速更迭的发展态势，农业智能出版集成物联网、云计算等技术，能够及时完善“农业科技知识资源库”，实现农业专业信息高效搜索和利用。科技的快速发展，既有效扩张农业出版未来版图，又促进农业出版的全产业链跃升。

### 产业链升级，打好农业智能出版“组合拳”

随着农业领域日益专业化、细分化、融合化，农业出版编辑普遍感到“本领恐慌”，即使老资历的农业编辑也面临“老师傅碰到新问题”的挑战和“不知未来已来”的困惑，需要请出人工智能这一“军师”，对策划、编辑、印制、发行、推广来一场“隆中对”，解决各环节的痛点问题，构建起全流程有机连接的出版生产系统。

融入策划与选题。人工智能在选题上，可以通过大数据提供最精准的选项，辅助编辑更科学更全面地研判，可为工作中的“好伙伴”。可在策划上提供多重思路，“链”接起不同领域间的关联，将农业知识与其他领域进行有机结合，为读者呈现系统、深入的农业知识体系。

融入编辑与审校。人工智能可借助智能算法勘误系统，快速识别文章中的错误内容，提供改正建议。可以自动生成图表和相关案例，使内容更直观，

议建立与会农业科技工作者微信群，并通过信息共享、热点交流、大咖答疑等多种方式，进行有深度有价值垂直化的维护。比如，利用基于有传播力的科技优质内容，制作有趣有温度的短视频，在视频平台上，积累自有流量，建立与作者和读者的连接。

### 建立以作者和读者为中心的连接能力

社会化阅读的趋势，使得作者传播和读者传播的能力，不容小觑。建立以作者和读者为中心的连接能力，可以大大促进科技传播和科技出版的发展。社交媒体的交流，内容可以更多地交互延展、氛围更加侧重分享社交，更有利于互动和观点的讨论，甚至产生出新的内容与思想。

在全媒体时代，除了组织作者传统的线下读者见面会、交流会以外，组织作者在线上通过社交媒体或者自媒体，即可与更多的读者进行更深入、更持久的交流，是一种更广泛更持久的连接力。找到具有连接潜质的作者，利用我们自有或者作者自身的全媒体能力，将其培养、维护成为新质“连接力”。另一方面，专业读者当中，也有不少具有连接科技内容、科技作者、科技读者的潜质，比如具有一定流量的行业大咖、技术达人、专业博主等。以这样的专业读者为中心，通过他们连接市场需求、行业热点、场景营销、售后反馈……

### 建立垂直社群连接能力

垂直社群，是相对于泛内容社群、内容更加精细化的社群。泛内容社群内容虽然也足够优质，但是专业维度这个层面是不够的，发出的信息，可能会比较吸引社群成员，但是这个信息的发布者不够专业，没有持续深挖信息背后的逻辑和原理，只是博人眼球。垂直社群就比较专业，比如行业细分领域，甚至细分到某一岗位，例如程序员、工程师、高级技师，还有其他精准细分的垂直领域，这类社群最大的特点就是分享的内容足够精细化，分享者也愿意和社群内部成员研究信息背后的逻辑和原理，并能形成很好的文字总结。同时，还能够及时跟踪此类信息的进度，分享者和内部成员都是业内的佼佼者。不难看出，这样的垂直社群，很大程度上是科技出版优质作者和目标读者的集散地。与其建立连接，就是高质高效地对我们的作者和读者建立了连接。

科技出版新质“连接力”的提出，是着力推动科技出版高质量发展的全新探索，希望在科技出版工作中，形成越来越多的新质生产力的实践和总结。

## “链”上农业图书智能出版

■任 妮

更具说服力。可以辅助版权保护和知识产权管理，减少编辑犯文图侵权的低级错误。

融入印刷与发行。人工智能使印刷设备和印刷模式不断创新，并能根据农业内容和读者的阅读习惯，自动进行农业知识版面的布局和设计。在发行方面，通过智能方案加速市场营销，为读者提供个性化的定制服务，实现买方卖方的“双向奔赴”。通过人工智能辅助仓储与物流管理，也将显著降低成本。

### 资金链支持，畅通农业智能出版“内循环”

为补齐资金链的短板，确保资金在农业智能出版中的高效配置，需要主管部门或行业协会从战略层面考量，整合相关出版专项资金和文产资金，投入打造适配农业图书出版的垂类应用，开展农业出版相关专业知识的专门测试，避免单一出版实体的无力投资、低效投资。

需要政府、金融机构、企业和社会各方形成合力，加大金融市场化支持力度，为农业出版项目和细分模型应用提供精准和稳健的融资支持，实现资金链与创新链、产业链、人才链无缝对接。

### 人才链赋能，搭建农业智能出版“孵化器”

农业出版作为智力和知识服务工作，要把牢人才的核心地位，围绕产业链、创新链优配人才链，最大限度挖掘人才的创造力和潜力。首先，进一步加大对现有农业图书编辑人才队伍培养力度。编辑在生成式人工智能的飞速发展中，应主动融入这一技术革新浪潮，具备对新技术的深刻理解和熟练运用、对信息的精准甄别与高效整合、对产品内容的精心策划以及为读者提供优质服务的能力。其次，要积极吸纳具备扎实农业知识和科技技能的新型人才，加入农业图书编辑队伍。第三，要解放思想，放宽视野，全面拓展农业出版人才链，在认知上要明确，农业人才不仅是农技专家、农学生等传统涉农人员，还包括农业直播等当前热门和新兴的涉农人员。瞄准未来，推动农业智能出版的全面发展，必须构建起农业领域的人才库。

科技改变世界。激活创新链“主引擎”，逐浪产业链“蓝海”，引入资金链“春水”，厚植人才链“沃土”。“集链成群”的战略布局，将为农业出版高质量发展注入磅礴力量。