

## “十四五”时期做强做优主题出版初探

■卢娟

从2003年国家新闻出版主管部门启动主题出版工程算起,主题出版的发展走过21年,历经初创期(2003~2006年)、成长期(2007~2012年)、快速发展期(2013年以来)。做强做优主题出版,出版社可以从以下几个方面着手。

### 与时代同呼吸共命运,反映时代最强音

正所谓时势造英雄。以商务印书馆为例,这家有着127年历史的老店,饱经沧桑而又屹立不倒,就是因为其可贵的社会使命感。在百年未变的家国情怀下,商务人连续交出了一份份主题出版的优秀答卷,《习近平扶贫故事》《国家相册:改革开放四十年的家国记忆》《见证:中国改革开放40年40人》《我和我的祖国》《两岸七十年——中国共产党对台决策与事件述实》《扶贫笔记》《大数据看改革开放新时代》……

能满足人民群众需要的图书,能满足世界对中国认识需要的图书,能够深入阐释中国发展的图书,就是主题出版的重要指征。在这样的思想指导下,也在中美贸易冲突不断的背景下,商务印书馆出版了《文明的逻辑:中西文明的博弈与未来》,回答了为什么只有中国能够在二战后作为第三世界国家快速崛起,中美冲突的根本原因、中华文明的连续性是如何维系等问题,为关心中国未来发展和前途命运的读者提供了一份深入剖析中国和西方文明内核的佳作。

### 推动改革开放和现代化建设

2012年,新闻出版总署下发《关于报送迎接党的十八大主题出版重点选题的通知》,商务印书馆响应国家号召,迅速策划了“微观中国”系列图书:2012年,出版发行《微观西藏》;2015年,新疆维吾尔自治区成立60周年,出版发行《微观新疆》;2016年,在杭州举办G20峰会,出版发行《微观杭州》;2017年,内蒙古自治区成立70周年,出版发行《微观内蒙古》;2018年,宁夏回族自治区成立60周年,出版发行《微观宁夏》;2018年,广西壮族自治区成立60周年,出版发行《微观广西》;2018年,献礼改革开放40年,出版发行《微观深圳》。

### 讲好中国故事,传播正能量

主题出版是记录现代化建设成就的重要载体,也是唱响主旋律、传播正能量的有效渠道。2011年,中国共产党成立90周年之际,商务印书馆推出了《信仰的力量——红岩英烈纪实》。人民有信仰,民族有希望,国家有力量。主题出版正是人民有信仰的重要文化载体。人民群众所能阅读到的出版物与他们的价值观、信仰息息相关。出版社可以用

积极向上的人物事迹潜移默化地影响人们的观点,让人们以更加火热的干劲儿投入到社会主义现代化建设中来。好的出版物可以影响人、改变人、塑造人,这也是出版社应该重视的社会效益。

### 拥抱“互联网+”时代,做老百姓喜闻乐见的出版产品

毛主席说过,文艺作品要有一种“为中国老百姓喜闻乐见的中国作风和中国气派”。这对我们的出版工作始终有着高屋建瓴的指导意义。目前已经到了“互联网+”时代,单纯的纸质图书已经不能满足人民群众的精神需要。第十八次全国国民阅读调查报告显示,2020年我国成年国民图书阅读率为59.9%,比2019年提高了0.2个百分点;报纸阅读率为25.5%,比2019年下降了2.1个百分点;期刊阅读率为18.7%,比2019年下降了0.6个百分点;数字化阅读方式的接触率为79.4%,较2019年的79.3%提高了0.1个百分点。而手机阅读和网络在线阅读是成年国民数字化阅读的主要方式,其中,中老年群体的数字化阅读占比增高。另据外媒eMarket报道,2021年中国成年人每天看手机的时间为3小时16分钟,比2020年的2小时51分钟,增加14.6%。面对电子阅读趋势,主题出版不能囿于纸质书的藩篱,而要勇敢拥抱“互联网+”时代。对于拥有优质内容和过硬质量的出版社来说,推出电子书并不是难事,但目前推出主题出版类电子书的出版社并不是很多。出版社应该进一步加大创新和改革力度,突破传统出版的桎梏,跳出舒适圈,勇敢面对未知的新领域。对于销量好、受众广的主题出版图书,还可以增加有声阅读的开发、多媒体图书的综合开发等等。

总的来说,做强做优主题出版意义重大,不仅关乎出版社的发展壮大、经济增长,还关乎出版社的政治立场、政治责任和政治担当。主题出版更要深化供给侧结构性改革,使选题设计更加个性化、多样化,满足人民日益增长的对好书的精神需要。对出版社来说,关于“十四五”规划中的主题出版尤为重要,把大主题和小切口结合起来,用小角度讲清大道理,以身边事讲硬道理,这样才能做强做优主题出版,从而获得经济效益和社会效益的双丰收。

## 线装书封面设计的创新与前瞻

■王芸

线装书作为中华文化的重要载体,其封面设计不仅是书籍的外观体现,更是文化内涵与艺术表现的重要部分。传统线装书封面的设计虽然经典,但在现代社会的审美需求下,显得有些单调和老套。如何在继承传统工艺的基础上,进行创新设计,使线装书在现代文化环境中焕发新的生命力,是一个值得探讨的问题。

传统线装书封面的色彩多以单调的墨色、深红、深蓝等为主,缺乏变化。现代设计可以尝试引入更多元的色彩运用,例如渐变色、对比色以及不同色调的搭配,使封面更加鲜活。通过金箔、银箔等工艺,可以增加封面的光泽感和质感。色彩的创新不仅能吸引读者的眼球,还能传达出不同的文化信息和情感内涵。

传统线装书的封面多以硬纸板、绸缎或皮革为主,现代设计可以尝试更多元的材料。使用环保纸张、再生皮革或植物纤维材料,不仅符合现代环保理念,还能赋予书籍独特的触感和视觉效果。现代材料的应用不仅可以提升书籍的耐久性和实用性,还能为读者带来新的体验。

传统线装书封面上的图案多为龙凤、山水、花鸟等,虽美观但缺乏新意。现代设计可以引入更多现代艺术元素,如抽象画、几何图形、插画艺术等,使封面设计更符合当代审美。结合传统图案与现代设计风格,形成独特的视觉语言。例如,可以将传统的山水画与现代的抽象画相结合,形成既有传统韵味又具现代感的图案。几何图形的运用,可以使封面设计更加简洁和时尚,符合现代人的审美需求。插画艺术则可以根据书籍内容进行个性化定制,使每本书都独具特色。此外,可以通过现代技术手段,如激光雕刻、烫金烫银等工艺,使图案更加精美和立体。激光雕刻可以在封面上刻出精细的图案和文字,增加书籍的艺术价值;烫金烫银则可以使封面更加华丽和高贵,吸引读者的注意。

现代数字技术的发展为线装书封面设计提供了新的可能性。增强现实(AR)技术的应用,可以使书籍封面具有互动性。读者通过智能设备扫描封面,可以看到动态的图像或视频,增加阅读的趣味性和互动性。例如,通过AR技术,读者可以在扫描封面后,看到书籍内容的动态展示,如历史事件的动画再现、文学作品的场景还原等,增加了阅读的沉浸感和互动

## 馆配图书市场的风云变幻与未来展望

■王蕊蕊

通过近三年的统计数据,我们见证了馆配市场在数字化浪潮中的风云变幻,以及读者行为和偏好的显著变化。文化、科学、教育、体育(G类)图书的市场份额增长,不仅凸显了读者对高质量阅读材料的持续追求,也反映了社会对知识深度和文化多样性的重视。同时,电子书和有声书的普及,以及个性化推荐系统的出现,正在重塑读者的阅读习惯和图书的分发方式。

### 市场变化的驱动因素

数字化出版的兴起对馆配市场产生了深远影响。电子书和有声书的普及,为读者提供了更加便捷的阅读方式,同时也为图书馆提供了更高效的资源管理手段。经济形势的变化对馆配市场有着直接的影响。在经济繁荣时期,图书馆往往能够获得更多的预算采购图书,而在经济衰退时期,预算的紧缩可能导致图书采购的减少。政策支持也在馆配市场中扮演着重要角色。

读者对高质量阅读材料的追求越来越强烈,他们寻求深入、有启发性的内容,而不仅仅是娱乐或简单的信息消费;特定社会事件和经济状况对读者的阅读选择有直接影响。例如,医药、卫生(R类)图书在2023年的显著增长可能与全球健康危机有关,反映了读者对健康和信息安全的高度关注;读者技术接受度的提高,数字化阅读平台的兴起和电子书、有声书的普及,显示了读者对新技术的接受度提高。他们希望根据自己的阅读历史和偏好获得图书推荐,要求图书馆和出版社深入理解读者需求;读者获取信息的渠道越来越多,可通过社交媒体、在线论坛和虚拟活动等多渠道获取信息和资源。这要求图书馆和出版社拓展其服务模式,以覆盖更广泛的读者群体;读者对反映多元文化和价值观的内容表现出更大的兴趣。他们希望图书能够代表和反映不同的背景和经验,促进对不同文化和生活方式的理解和包容;社会发展加速了知识更新,读者对终身学习的需求不断增长。他们寻求能够提供专业知识技能的图书,以适应不断变化的职业和个人发展需求。

### 未来馆配市场的展望

随着技术不断进步,数字化转型已成为馆配市场的重要趋势。预计未来馆配市场将进一步加强数字化内容创新与开发,利用人工智能技术提供个性化推荐服务,以满足读者的个性化需求。

社会发展和文化多元化导致读者对图书的需求越来越多样化。未来馆配市场将更加注重读者需求的细分,提供定制化服务以满足不同年龄、背景和兴趣的读者群体。出版业需要不断创新出版模式,以适应市场变化。跨媒体出版、增强现实技术的应用以及与影视、游戏等其他媒介的融合,将为图书带来更多的表现形式和互动体验。这将有助于吸引新的读者群体,扩大图书影响力。

高质量的内容是吸引和保留读者的关键。出版业通过严格的编辑和审查流程,确保图书内容的准确性和可读性。同时,多渠道分发策略将确保图书能够覆盖更广泛的读者群体。图书馆员和出版业专业人士的持续教育和培训也将加强,以更好地服务读者和适应市场变化。

## 引进版学科类科普图书的编辑出版策略

■焦晨潇

外版科普图书的引进工作比较烦琐,从最初的选题策划、版权购买,到翻译,再到编校,甚至是印刷、营销,每个环节都比一般图书复杂,这些都导致出版周期更为漫长。尤其是学科类科普图书,其内容常常会与学生在课堂上所学的知识挂钩,因此每个环节就需要更为严谨的操作。目前,在引进版学科类科普图书的编辑出版工作中主要存在选题策划不够精准、译稿质量不过关、编校流程更加复杂等问题。为了保障引进版学科类科普图书的质量,使读者学习到优质的学科内容,编辑需要从选题策划开始,对每个环节进行更为严格的把控,让更多读者受益。

### 进行充分市场调研,挖掘有潜力的选题

引进一本优质的外版学科类科普图书,进行选题策划时从以下两方面进行考虑。

一方面,必须加强前期的市场调研工作,充分、及时地关注各地中、高考相关学科政策,了解近几年的学科类科普图书热点,对图书将产生的社会效益和经济效益做出相对准确的预测。

另一方面,要对国外出版社和学科类作者有比较全面的了解,尽量寻找在科普图书领域图书出版品质较高的出版社或者在学科图书出版领域比较权威且在国内有过出版作品的作者,这样能从源头上保证引进图书的质量。

### 选择具有专业背景、合适的译者

翻译引进的外文书稿是引进版图书首要的且必不可少的出版环节,翻译稿件的质量关乎引进版图书的内容质量,甚至出版后的销量。相较于大众类图书,学科类图书内容更为专业、难度更大,且要与国内教材相关知识在表述上保持一致,因此在引进之前就要考虑翻译工作的安排。

选择具有专业背景的译者。如化学类科普图书就选择具有化学背景的译者或者译者团队,可以邀请名校一线化学老师对最终的译稿内容进行把关,以确保翻译后的内容与国内学生所学内容保持一致。

提前与译者沟通翻译注意事项。为保证译稿的质量,减少错误率,应提前告知译者翻译稿件时应注意的规则及要求,特别是学科类科普图书,公式、计量单位、图表、专业术语等要按国家标准及出版规范进行全书统一等。

编辑随时跟进翻译进度及质量。为保证翻译进度,编辑可以实时跟进译稿的翻译进度及质量,如翻译者翻译完一节或者一章之后提前审读,及时纠正翻译过程中的通病问题,提醒译者进行后期翻译时应多加注意,以保证译稿能按时且保质地完成。

### 优化编校流程,选择有相关知识储备的编辑

一本优质的引进版学科类科普图书的成功出版离不开优秀的编辑,出版引进版学科类科普图书的编辑除了应具备出版一般图书所具有的过硬的文字加工能力、较好的图文处理能力、较

高的审美品味、较强的沟通协调能力外,还应具有以下能力。

良好的政治敏感度。能够准确地发现引进版图书中存在的具有不良价值导向、不符合社会主义核心价值观的内容或涉及宗教、民族、地图等敏感问题的内容,将不良内容扼杀在摇篮里,避免进一步造成不良影响。

丰富的学科专业知识。引进版学科类科普图书中会出现一些与学科类相关的专业知识,若编辑不了解这些知识,往往不能发现一些错误,导致错误知识滞留在书中,影响读者的正确学习。如大熊猫是杂食性动物而非植食性动物。

良好的外文基础。由于翻译能力有限,译稿中往往会出现一些很难理解的语句,这时就需要编辑能够对照原版图书,根据原文进行一定的理解后用读者能够理解的语言重新修改这些地方,这样才能更好地、更准确地呈现原书表达的内容。

较强的文化转化能力。引进版图书由于其本身的文化背景与我国国情有所不同,通常会不可避免地出现一些有文化差异的问题,要把握适度原则,既要如实展现作者的原意,又不能出现违背我国现行文化政策的内容,如需删改,及时与原出版方沟通,把好图书内容质量关。

### 加大营销推广强度,在版权期内争取最大收益

为保证图书出版后的销售工作能够正常且顺利进行,除了一般的营销手段,还可以借助作者一方的营销资源或者邀请国内有权威的专家写推荐语等扩大图书影响力,通过各种新媒体渠道增加图书的曝光率。此外,对于学科类科普图书,其内容与国内学生课堂学习内容紧密相关,还可以采取将书中内容提取为思维导图或者增加学习手册的方式,将科普图书与国内教材相关联,提高读者的阅读效率和学习兴趣。

图书质量是出版工作的生命线,提高引进版图书的质量首先要提高翻译质量。作为编辑,要有活到老、学到老的意识,不断扩充自己的知识面。作为出版社,要加强编辑队伍建设,提高编辑的责任意识和职业素养,为读者提供高品质的引进版图书,为我国图书事业的发展贡献力量。