

“中国好书”《同怀》背后的故事

张在健(江苏凤凰文艺出版社社长)



每一本“中国好书”的诞生都绝非偶然。《同怀》荣获2024年度“中国好书”称号,这份喜悦背后凝结的是整个团队的坚守与创新。从反思鲁迅书写的“日常化”泛滥的选题灵感,到书名“同怀”背后对精神共鸣的精准捕捉;从鲁迅产品线系统性布局的学术支撑,到线上线下联动的全媒体传播策略,这部作品凝聚了出版社对内容价值的执着追求与市场洞察的敏锐把握。

书的范例,事实也证明了,“同怀”得到了专家和读者的一致认可。

“中国好书”不仅内容好,每本书都有着独特的价值和贡献,在书名上同样精彩纷呈,因为书名代表着出版者对一部作品的认识和概括,凤凰文艺以往获得年度“中国好书”的作品,《布衣壶宗:顾景舟传》《莫砺锋讲唐诗课》《蹦极》《有生》,都有着精彩的命名,这应当是“中国好书”带给我们的一大传统。

选题策划与内容打磨 聚焦核心价值与差异化表达

自2013年开始举办中国好书评选活动,江苏凤凰文艺出版社共有9种图书获得年度“中国好书”的殊荣,获奖数量位居地方出版社前列。获奖图书题材和体裁多样,涉及主题出版、长篇小说、非虚构作品、传统文化、科幻小说、网络类型文学等。作为“中国好书”的常客,凤凰文艺在选题策划层面高度重视三个方面,一是核心价值的提取,二是读者的反响,三是差异化的表达。

以《同怀》为例,其选题源于对当前鲁迅书写中“日常化”泛滥的反思。鲁迅研究常呈现“钟摆式”结构——在“凡人”与“偶像”间摇摆。该书作者阎晶明此前的研究展现了鲁迅作为普通人的一面,而《同怀》更强调其与陈独秀、李大钊等中共早期领导人交往中体现的伟大人格与时代精神。可以说,《同怀》在2024年,是一部既经典又包含差异化的书写。

书名的确定过程也体现了出版社的匠心。《同怀》最初名为“神交的境界”,这句话充分体现了鲁迅与当时共产党领袖交往的状态,他们往往神交已久,现实里却因为诸多因素而见面不多,甚至擦肩而过。但作为一部图书的名称,“神交的境界”似乎是结果而非原因,在反复商议之后,原副总编辑于奎潮等编委会成员,在图书的自序中精准地发现了“同怀”二字:“从交往的共性上讲,神交,是鲁迅与中国共产党人之间关系的比较集中和突出的特点……可以借用鲁迅写给瞿秋白白话中的一个词来形容这种相通与相知,那就是:同怀。”

“同怀”可以阐述“神交的境界”,因为同怀,所以神交,可以由私人交往逐步演变为关乎时代、民族和国家未来的相同意见。更名的过程历时几个月,这也是凤凰文艺精心打磨一本好

编辑出版与产品线建设 深耕鲁迅研究的系统性布局

鲁迅作为现当代文学的源头之一,作为一个既包括人间万象又宛如从天而降的存在,他的作品值得一代代读者研读,而对鲁迅的研究解读也始终没有穷尽,不断有新内容被挖掘出来。随着网络的普及,鲁迅也迅速成为当红人物,成为无数年轻人的知己、榜样、老友乃至偶像,个中原因,既因为鲁迅的深刻,也因为鲁迅的时尚,既因为作品的经典,也因为他全方位的趣味和意味。

凤凰文艺长期保持鲁迅相关作品的出版,历年来出版了《猛兽总是独行》《中国鲁迅学史》等重要作品。自从2017年与阎晶明深度合作之后,阎晶明陆续在凤凰文艺出版了《鲁迅还在》《鲁迅与陈西滢》《须仰视才见》《同怀》等“鲁迅研究”系列丛书,即将推出阎晶明选编的《鲁迅演讲集》《鲁迅箴言录》。

不专为“好书奖”做书,要在“好书系列”中产生获奖好书。可以说,一个“鲁迅产品线”已经初具规模,形成从大众普及到专业研究的完整产品矩阵,2025年还将推出适合普通读者尤其是年轻读者入门阅读的《鲁迅小全集》。这种系统性布局不仅巩固了凤凰文艺在鲁迅出版领域的地位,也为《同怀》的成功奠定了学术与市场基础。

宣传推广与品牌联动 线上线下全方位触达读者

在数字化浪潮席卷出版行业的当下,传统出版社纷纷将目光投向新媒体领域,力求

通过融合创新打破传播壁垒,让优质内容焕发新生。凤凰文艺作为行业先锋,深刻认识到新媒体时代传播渠道的多元化与受众需求的精细化,特别注重线上线下联动的全媒体矩阵策略,全方位提升新书《同怀》的影响力与传播力。

线下活动方面,凤凰文艺精心策划了一系列高规格、强互动的推广举措。2024年8月,上海书展举办《同怀》首发式,特邀中国图书评论学会会长郭义强、鲁迅长孙周令飞等专家、文化名家到场助阵,通过读者见面会的形式,迅速点燃读者热情,为新书上市造势。10月,在南京举办专题研讨会,汇聚了党史研究专家、《觉醒年代》编剧龙平平、茅盾文学奖得主刘亮程等名家,围绕《同怀》的文学价值、历史意义及现实启示展开深度对话,不仅提升了作品的专业认可度,更激发了学术界的广泛讨论。进入2025年,1月在北京雍和书店举办的主题活动,以“鲁迅与当下”为切入点,巧妙连接经典与现代,引发读者强烈共鸣,为《同怀》的市场反响再添一把火。目前,更多富有创意的线下活动仍在紧锣密鼓地策划中,旨在持续吸引公众关注。

线上推广策略同样不遗余力,凤凰文艺充分利用新媒体平台,实施精准营销。一方面,邀请梁晓声、汪政等知名作家、评论家撰写深度书评,通过权威人士的视角解读《同怀》的独特魅力,引导读者深入阅读;另一方面,出版社还巧妙运用社交媒体与网络平台,通过短视频、直播、互动话题等形式,将鲁迅研究的学术性与大众兴趣点相结合,打造了一系列年轻化、趣味性的传播内容,成功吸引了大量年轻读者的关注与参与,让经典IP在新时代焕发出新的活力。阎晶明亲临文艺社“凤凰好书直播间”,以线上交流和“to签”的方式,与读者深入交流。同时,出版社积极申报并成功入选了20余项重要榜单,借助榜单的公信力与影响力,进一步扩大作品的公众认知度。

通过这一系列线上线下联动的创新举措,凤凰文艺不仅有效提升了《同怀》的传播力与影响力,更完善了以“中国好书”为标准的整体性工作方式,促成出版社突破幕后形象、服务业态、转型成为优秀原创作品的策源地和发布者,甚至是原创者。

思政引领力具有丰富的价值意蕴

在全国教育大会上,习近平总书记强调指出:“我们要建成的教育强国,是中国特色社会主义教育强国,应当具有强大的思政引领力、人才竞争力、科技支撑力、民生保障力、社会协同力、国际影响力,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供有力支撑。”明确提出“思政引领力”并将其作为中国特色社会主义教育强国的首要特质,为新征程上加快推进教育现代化、建设教育强国提供了根本遵循。思政引领力体现教育强国的政治属性、人民属性、战略属性,彰显教育的意识形态特色,具有十分丰富的价值意蕴。

研究新闻传播活动规律及其社会影响的新闻学研究起源于德国。将新闻学作为一门独立的学科进行研究并产生较大影响的是在20世纪的美国。上个世纪初,形成了德国的理论新闻学与美国实用新闻学两大流派。1918年10月14日成立的北京大学新闻学研究会,推动了新闻学和新闻学研究活动在中国的开展。截至2019年12月,全国已有721所高校开设了新闻传播学类本科专业,新闻传播学类本科专业布点1352个(包括新闻学336个,广播电视学230个,广告学368个,传播学80个,编辑出版学71个,网络与新媒体246个,数字出版19个)。截至2022年年底,719所高校开设有新闻传播学类专业,专业布点达1392个。

马克思主义新闻观即以马克思主义为指导,对新闻、新闻事业、新闻传播规律等的认识与看法。特指马克思主义经典作家关于新闻、宣传工作的认识;中国共产党对所领导的新闻、宣传、舆论等传播领域工作性质和作用,以及关于传播政策、宣传纪律等的认识和看法。习近平总书记深刻指出:必须深入开展马克思主义新闻观教育,把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作的“定盘星”,引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者,确保新闻舆论工作不为杂音噪音所扰、不为错误思想所惑,始终沿着正确方向前进。新时代,党中央对全国新闻院校提出了“加强马克思主义新闻观教育”的总体要求,须善用马克思主义新闻观,通过进教材进课堂进学生头脑等增强思政引领力,为新时代新闻传播人才打牢思想基础,扣好新传学子第一粒扣子。

数智时代增强思政引领力

萌芽状态的新闻学,最初孕含在它的母体——政治学之中。进入20世纪以后,随着新闻事业在政治斗争与社会生活中的影响日益扩大,报刊数量的激增,对于新闻学的研究亦迈进一个新阶段。新闻学(研究新闻信息、新闻传播和新闻业的特点与规律的科学,属于社会科学的一门分支学科)开始被作为一门独立的学科进行全面探讨。马克思主义经典作家高度重视教育的政治属性,围绕无产阶级政党以教育强化思想政治引领问题进行了丰富而深刻的阐释。“马克思主义政党历来把新闻舆论工作作为进行革命斗争的有力武器。”习近平总书记指出:“新闻学作为一门科学,与政治的关系很密切。但不是说新闻可以等同于政治,不是说了政治需要可以不要它的真实性,所以既要强调新闻工作的党性,又不可忽视新闻工作自身的规律性。”

习近平总书记指出,新闻观是新闻舆论工作的灵魂。树立什么样的新闻观,就会有什么样的新闻理念,就会有什么样的新闻实践。我们党是马克思主义政党,这就决定了我们必须坚持马克思主义新闻观,把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作必须挺起的精神脊梁。马克思主义新闻观何以增强思政引领力呢?首先要清楚马克思主义新闻观是科学的思想体系,是发展的科学;它具有兼容性与创新性。其次,将马克思主义新闻观教育教学提升到它应有的高位。第三,把马克思主义新闻观教育融入专业课教学与实践当中。第四,坚持以联系、发展和实践的观点,开展马克思主义新闻观教育教学。马克思主义新闻观的两大特质:鲜明的党性和政治性,高度的科学性和时代性。

从事新闻工作,不能离开马克思主义新闻观的科学指导,否则就会迷失方向。马克思主义新闻观何以增强思政引领力?第一,一手是专业课程形式,一手为第二课堂形式,两只手一起发力,都要硬。第二,为提升教学效果,课程、科研和学生实践三位一体地发挥整体性合力作用。第三,教学与研究须良性互动。从事教学要处理好一桶水与一桶水的辩证关系,培养一支真学、真懂、真信马克思主义新闻观的教师队伍。第四,加强团队协作,增强马克思主义新闻观的理论魅力。就是要以课堂教学为主线,构建马克思主义新闻观教育课程体系;以专业实践为依托,打造马克思主义新闻观教育课外阵地;以学术园地为抓手,营造马克思主义新闻观教育学术氛围;以学生活动为载体,兴起深度学习践行马克思主义新闻观的热潮。

于当下之数智时代,马克思主义新闻观如何增强思政引领力?坚持“一马当先”,将马克思主义新闻观的教学与研究当作重中之重,让马克思主义新闻观引领新闻传播人才培养全过程。坚持以习近平总书记关于党的新闻舆论工作重要论述作为新时代马克思主义新闻观教育的根本遵循。立足中国大地践行马克思主义新闻观教育,打通课堂内外,建立新闻实践“亲水”平台,建立学界与业界“旋转门”。研读经典,重返历史现场;锚定新时代,勾连经典与实践;聚焦个案,理论联系实际。学、思、践、悟全面贯通创新马克思主义新闻观教学模式。心怀“国之大者”,将国情教育与马新观教育紧密结合起来,让马新观教育扎根在中国大地上;以马新观课程为圆心,打造新闻教育课程矩阵;从大学课堂走向时代大课堂,让课堂直接对接实践案例;重返历史现场,从现实回归“初心”;全力参与社会服务,从理论走向实践。

不忘曾担任中国记协主席的邵华泽同志教诲:坚持马克思主义新闻观,在实践中贯彻落实并发展马克思主义新闻观,不断实现马克思主义新闻观的中国化当代化,是新时代中国特色社会主义新闻事业的需要,也是中国共产党和全体新闻工作者的责任。

(本文系教育部哲学社会科学专项“全国教育大会精神研究”阶段性成果,作者系湖北第二师范学院新闻与传播学院副教授)

用马克思主义新闻观增强思政引领力

邓涛

历史记忆的文化重构 从吴大澂纪念馆看文化单位融合创新之路

王婧娅

习近平总书记强调:“各族人民都要把中华民族共同体意识牢记心间、融入血液,共守祖国疆土、共建美好家园,让民族团结进步之花越开越绚烂。”在节节败退、割城丧地的中国近代史上,吴大澂与俄方据理力争勘定边界、夺回黑顶子地方、争回图们江出海权,并加强边防、练兵屯边的事迹,是维护国家统一和领土完整过程中的一抹亮光,是万马齐喑中的一声呼喊。在前不久中国出版集团组织的赴吉林省展开调研培训的过程中,我们参观了吴大澂收复国土纪念馆(以下简称“纪念馆”)的建立与运营,不仅是对晚清爱国将领吴大澂保疆功绩的纪念,也是一次文化资源的深度挖掘与创造性转化,更是贯彻落实铸牢中华民族共同体意识的生动实践。纪念馆于2025年4月25日开馆后就迎来了参观热潮,“五一”期间累计接待游客近4000人次,可以说实现了“叫好又叫座”。纪念馆的建设运营有以下几点值得出版业同人借鉴和延伸思考:

内容深耕:文化资源的破壁整合与质量提升。历史上,吴大澂在拜春勘界过程中展现的爱国精神和外交智慧长期被忽视,相关史料散落于各地档案馆和私人收藏中。纪念馆的建设者们搜集了大量一手资料,包括吴大澂的奏折、书信、勘界地图等珍贵文物,并运用现代考古技术复原了当时的谈判场景。纪念馆布展构思精巧,展板内容制作精良,陈列物力求多元与真实。纪念馆选址于复建的拜春副都统衙门,仿清代五进院落的设计,不仅呼应历史背景,更通过建筑语言强化文化认同感。这种空间重构将历史场景与现代展陈技术结合,形成“可触可感”的文化场域。展示内容并未以塞满空间为目的敷衍了事,多幅几乎与墙面同高的地图清晰度、精确度令人惊叹,边角处有“审图号(GS吉(2025)××号)”字样,说明布展者不畏艰难与烦琐,力求让参观者直观了解历史情境和吴大澂的担当与智慧。陈列物大到室外的克虏伯重炮、与展厅同高的纪念铜柱,小到指节大小的

铅弹、吴大澂手书《皇华纪程》、手绘炮台图式等文物,尤其是“土”字界牌实物展示,令人直观感受到“寸土必争”的艰难与决心。

这种对历史记忆的系统梳理与重构,使分散的文化碎片得以聚合成具有完整叙事的文化产品。更重要的是,纪念馆突破了传统历史叙事的局限,将吴大澂的形象从单纯的“历史人物”转化为“文化符号”——他代表的不仅是个人功绩,更是中华民族维护领土完整的坚定意志。这种文化再生产,为后续的传播奠定了坚实基础。

技术赋能:数字时代的文化传播创新。初进入纪念馆,就有风雪呼啸的环境音,配合投影展示车马在积雪上留下的车辙印记,以及蜡像复原谈判场景,一下子就把参观者带入了历史场景中。通过全息投影、虚拟现实(VR)等技术,纪念馆将吴大澂的边疆勘界路线、界碑设立过程以动态地图形式呈现。参观者可借助AR设备“穿越”至晚清拜春,见证黑顶子山收复的历史瞬间,这种沉浸式体验极大地增强了文化传播的感染力。通过丰富的文物和翔实的史料,结合现代化陈列手段,生动展现民族英雄事迹,吸引市民游客,使其迅速成为拜春市新晋旅游“打卡地”。

纪念馆没有局限于传统的展览模式,而是构建了“线下实体空间+线上数字平台+跨界合作”的全方位传播体系。在线上,开发了虚拟展厅、AR导览和短视频内容,使文化资源突破物理限制触达更广泛受众。还开发个性化导览服务。例如,针对青少年群体推出互动答题模块,学者则可通过平台调取高精度文献扫描件,实现资源众文化供给。

生态共建:文旅融合与教育联动。纪念馆的成功运营,得益于其与政府部门、旅游业、教育业等多方主体的深度合作,形成“文化+”生态网络。纪念馆与当地学校、旅行社开展深度合作,将历史文化教育融入研学、旅行等实践中,提供多种场景体验,深化青少年对边疆开发、祖国统一的理解和共鸣。除此之外,地图拼图、历

史人物盲盒、龙虎石刻等文创产品的开发,深受参观者的喜爱和认可,既传播了历史文化知识,又带动了地方经济发展,实现文化价值与经济收益的双向转化。

在新时代文化强国建设的背景下,如何通过融合发展实现优质文化资源的高效传播,成为提升国家文化软实力的重要课题。吴大澂收复国土纪念馆的成功实践揭示了文化单位融合发展的内在逻辑,主要有以下三点:

第一,锚定需求。其展设非常注重内容质量与当下需求的结合,实现“需求驱动”的可持续发展。出版也承担着筛选、甄别、整理及优质资源再传播职责,使传统文化以符合当代审美的形式焕发新生。

第二,融合联动。它打破了文化机构之间的壁垒,实现了博物馆、档案馆、研究机构等多方资源的整合。出版人也要主动“走出去”,特别是在数字化时代,需要打破“各自为政”的传统思维,通过资源共享、优势互补,形成文化传播的合力。

第三,功能创新。它超越了单一的文化保存功能,构建了教育、旅游、文创等多元价值链条,并从传统的“信息服务”向“以人为中心”的“知识服务”和“智慧服务”转型。图书产品如今面临形式单一、客单价低的实际困难,打造立体的产品供给和盈利模式,或许能使我们的产品走得更远。

这些经验对于出版业发展转型具有重要启示。文化单位的融合发展,不仅是资源的简单叠加,更是价值传递、技术革新与社会协同的系统工程。纪念馆以其多维度的实践,以更开放的姿态、更先进的技术、更丰富的内容,讲好中国故事,凝聚民族精神,证明了文化资源传播的无限可能——从历史深处走来,向未来广阔处延伸,在融合与创新中铸就民族精神的永恒丰碑,汇聚铸牢中华民族共同体意识与构建人类命运共同体更为磅礴的文化力量。

(作者单位:生活·读书·新知三联书店)