

传统文化类主题出版图书研究

牛雅楠

北京印刷学院出版学院，北京

收稿日期：2023年9月5日；录用日期：2023年11月28日；发布日期：2023年12月6日

摘要

中华民族在漫长的历史发展中，积累了博大精深的中华文化，为中华民族的发展提供了丰厚的文化滋养和精神支撑。传统文化类主题出版物近年来成为推动文化强国建设，弘扬文化自信的新方向，各出版单位进行了多种尝试，本文从其发展现状、存在问题、发展策略等角度对传统文化类主题出版物进行了总结分析，以期对今后的主题出版实践有所帮助。

关键词

主题出版，文化自信，中华优秀传统文化

Research on Books Published on the Theme of Traditional Culture

Yanan Niu

School of Publishing, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Sep. 5th, 2023; accepted: Nov. 28th, 2023; published: Dec. 6th, 2023

Abstract

In the long historical development of the Chinese nation, it has accumulated a vast and profound Chinese culture, which provides abundant cultural nourishment and spiritual support for the development of the Chinese nation. Traditional culture theme publications have become a new direction in recent years to promote the construction of a strong cultural country and carry forward cultural self-confidence, and various publishing units have made a variety of attempts. This paper summarises and analyses traditional culture theme publications from the perspectives of their development status, existing problems, development strategies, etc., with a view to contributing to the future practice of thematic publishing.

Keywords

Thematic Publishing, Cultural Confidence, Chinese Excellent Traditional Culture

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 传统文化类主题出版图书发展现状

1.1. 发展机遇

1.1.1. 政策支持

近些年来，主题出版的热度越来越高，原因就是党和国家出台了许多政策，宣传和促使出版单位积极投身到主题出版的阵营中来。政策方针的制定带来了许多国家专有的基金项目和出版工程，资助出版单位进行弘扬传统文化的主题出版尝试。2021年四月，中央宣传部正式通过了《中华优秀传统文化传承发展工程“十四五”重点项目规划》，国家古籍保护及数字化工程、中华经典诵读工程等多个专门用来资助和倡导传统文化类主题出版图书的工程被正式设立[1]，政策的支持和保护，给了传统文化类主题出版图书最好的发展机遇。

1.1.2. 选题开阔

中华民族有五千年的悠久历史，蕴含着丰富的文化典故、历史故事。可以说，中华优秀传统文化给予了后世取之不尽用之不竭的出版选题资源。但是主题出版强调“主题”二字，为了弘扬文化自信的传统文化类主题出版读物，就不能仅仅是单纯地呈现历史故事、翻译古书典籍、总结文化成果，更应该贴合中国当代的先进文化内涵，结合社会现实，见微知著，从小处着手，从人民群众的兴趣爱好着手，打造和推广精品的主题图书。市场上传统文化类图书琳琅满目，主题出版图书如何在其中打造出自己的声势，归根结底靠的还是优质的内容，而内容的源头就是有创新的选题。内容和装帧要齐头并进，这样的精品图书还不够多，出版单位应该坚持原创，努力创新，用开阔的视野进行选题策划，挖掘全新的选题，贴合时代主题，助力提升全民族的文化软实力。

1.1.3. 市场前景

十八大以来，随着习近平总书记在多个场合强调对中华传统文化的重视，对树立文化自信的重视，社会各界对中国优秀传统文化的关注度在不断提升，人民群众对传统文化的兴趣也在不断加深。分析近10年的传统文化类图书的市场销售情况我们可以得出，该类型的出版物以大众市场为主攻市场，大多数图书并非学术专著，而是贴合人民群众的大众读物，既弘扬中华优秀的传统文化，又展现好中国故事。可以说是将知识性和趣味性有效结合，取得了比较不错的经济效益，市场前景广阔。与此同时，主题出版物正处在发展期，党和国家提供了大量支持，市场远没有达到饱和程度，各个出版单位应该抓住机遇，精准细分市场，找准受众，将传统文化与主题出版相结合，讲好中国故事，展现优秀文化，扩大该类出版物的市场影响力和传播力。

1.2. 优秀例书

1.2.1. 弘扬家风文化：《名人家风丛书》

该套丛书是大象出版社打造的传统文化类主题出版物。自2016年出版第一辑，第一辑有十本，分别

展现了曾国藩、谢安、严复等十位大家的家风家训以及治家理念，是一套不可多得的精品出版物。该套丛书一经推出便斩获多项大奖，被多家媒体争相报道，这和当时市场上“家风家训”类传统文化主题图书的空缺也有很大关系，但不得不承认，这套丛书无论从选题方向、装帧设计还是内容塑造上，都是首屈一指的精品，和习近平总书记倡导的家风建设很好地契合起来，展现了中华优秀家风文化的底蕴，得到了广大人民群众的喜爱和支持——一套丛书的每个单本销量都超过了四万册。

该套丛书成功之后，大象出版社又于2018年出版了第二辑，该套丛书包含九本书，分别介绍了梁启超、王阳明、陈寅恪、苏轼等九位大家的门风、家风，以及他们的个人生活经历、家族事迹，以及重视用其生活实践来体现他们对家风的落实。可以说这两套丛书都是将学术性和趣味性巧妙结合的读物，既展现了优秀严谨的家风文化，对读者起到启迪的作用，又通俗易懂，能够被大众读者所接受，助力了全社会的思想道德建设，可以说是非常成功的传统文化主题出版物。

1.2.2. 弘扬社会主义核心价值观：《中国价值：图说社会主义核心价值观的根与源》

这本书是由中国青年出版社和江苏人民出版社于2017年联合推出的，旨在通过连环画的形式，将中华民族优秀的传统文化、民族精神，融入进社会主义核心价值观的教育里，通俗易懂地展现出来。这本书汇集了三十位文史专家和绘画家，精选了六十个历史故事和三百幅插画，既有文化底蕴，又做到了雅俗共赏，很好地做到了古为今用，弘扬了民族精神与时代精神。传统文化类主题出版物正是需要这种工匠精神，用心打造精品，创新形式，既要有优质的内容，还要选择为人民群众所喜爱的方式，寓教于乐，真正让主题出版物走进人民的生活里。

1.2.3. 弘扬民族团结、促进祖国统一：《四海之内：民族的形成与变迁》

这本图书是江苏人民出版社于2017年出版的，收录于“中国文化二十四品”系列图书中，是大型中国传统类主题出版图书，邀请了兰州大学教授、同时也是民族政治专家的高永久教授主笔。这个系列图书是“向党的十九大献礼”系列的重点出版物，足以见得背后的用心。《四海之内》这本书的主旨就是介绍中华民族的形成过程，描绘和展示了古代各个民族之间，既有分歧、斗争又有交流、融合，经过数千年的共同发展，到如今的文化共同体，正是体现了“四海之内皆兄弟”的情怀，体现了中华民族强大的精神凝聚力。

1.2.4. 弘扬人类命运共同体：《丝绸之路》

《丝绸之路》是一本非常权威的学术著作，由江苏人民出版社于2014年出版。本书邀请了南京大学教授、国际知名历史学者刘迎胜撰写。全书描绘了“草原”“海上”两条丝绸之路的发展过程，展现了丝绸之路沿线各个文明之间的交流和碰撞，拥有开阔的视角和丰富的历史资料，以中华优秀的历史文化为养料，弘扬了人类命运共同体精神，是精品主题出版图书。

1.2.5. 弘扬法治精神：《中国古代监察法制史》

“依法治国”是党的十八大做出的重要战略布局，而中华优秀传统文化中蕴含丰富的经验可供参考。中国古代选拔官员、监察吏治的制度中，有许多仍然对今天我们党和国家的治理体制有借鉴意义的精华。江苏人民出版社在2017年打造的这本主题出版图书，就很好地以史为鉴，为当时开展的法制改革提供了借鉴和启示。可见优秀的主题出版物，就是要从中华优秀文化中汲取营养，塑造对今天有用的内容。

1.3. 发展特点

作为主题出版的一种，传统文化类主题出版物虽然在时效性上没有其他种类那样紧迫，但是依旧在导向性、主题性和公益性上表现显著。这也是主题出版与一般出版的显著区别，主题出版更加注重社会

效益而非经济效益，而如果要弘扬文化自信，打造出精品主题出版图书，就更需要坚持导向性，积极引导人民群众，向着优质的文化内容贴合，丰富人民群众的精神世界，提高全民族的思想道德和文化水平。而主题性就体现了当下的社会需要，紧跟时事，出版顺应时代主题的传统文化主题出版图书，助力文化强国建设。

1.4. 发展趋势

随着主题出版的不断发展，传统文化类主题图书也体现出了新的发展趋向。例如从一开始由政府牵头主办，到如今的出版社主动策划选题参与市场，经过细致的调查分析和准备，出版的主题图书越来越贴近实际生活，贴近人民群众，获得了越来越多的经济效益，实现了社会效益和经济效益的双效统一。主题出版物的受众也从一开始的政府单位人员扩大到了全体人民群众，销售方式也从一开始的团体购买到如今地积极投放市场，参与市场竞争。随着数字技术的发展，出版业也开始了数字化转型升级，传统文化类主题出版图书也开始尝试加入数字运营技术，打造全媒体运营平台，增加图书的可读性和附加价值。

2. 传统文化类主题出版图书存在问题

2.1. 优秀作品较少，传统文化类别占每年主题出版类型比例小

随着近些年主题出版的发展，越来越多的出版单位投身于这个工程中来，但是相较于其他诸如党政宣传，重大节庆之类的选题占比而言，传统文化类主题图书的占比相对较小，优秀的出版物还不够充足。这既是问题，也是机遇，说明还有充分的市场空间给出版单位进行拓展。但是优秀作品的不足，大量同质化内容的重复出版，体现了出版单位的选题水平还需要提高，出版物内容的专业程度和精品程度还需要加强。例如上文提到的家风丛书就是很好的优秀选题 + 优质内容代表，主题出版不能仅仅是传统文化的展览，更需要转换表达方式，嵌合时代主题，真正走入百姓心中才是发挥了主题出版的作用。

2.2. 图书内容不能很好地接地气

随着主题出版的不断发展，这个问题已经被越来越多的出版社注意到。许多编辑人员和作者也都进行了一定地改变，但是主题出版图书的内容“不接地气”的问题还是大量存在的。主题出版物不单单是一种“政治宣传物”，不应该是高高在上注重说教的，它更需要贴合实际、贴近群众生活。正如习近平总书记时常强调的那样，“从群众中来到群众中去”，主题出版物更要以人民群众为中心，内容要联系具体实际，传统文化类主题图书更是如此，既要有高屋建瓴的学术专著，也要有通俗易懂的大众读物，这样才能真正地传播思想、启发民智，弘扬民族自信心和凝聚力。

2.3. 过于依赖系统渠道销售

唯物辩证法要求我们一分为二的看待问题，这恰好体现在主题出版的销售方向上。由于主题出版被国家大力扶持，拥有多种资金资源和社会团体销售方向，这项发展机遇同时也带来了一定地隐患。出版单位过于依赖系统提供的发行销售渠道，就很容易忽略市场的需求，造成生产的出版产品和人民群众的需要脱节的后果。一些真正有质量有水平的产品可能因为“渠道”带来的销量而被挤出市场，或者出版单位因为没有发行资源而放弃一些选题。传统文化主题图书更需要走进人民群众家中，更需要积极参与市场竞争，多渠道分销，这样才是图书的有益发展。

2.4. 未能很好地“走出去”“走进去”

弘扬中华传统文化，树立文化自信，提高国家文化软实力，提升中国文化的世界传播力，这就需要

传统文化主题出版物“走出去”面向世界读者，更要“走进去”让外国友人接受，在这方面的实践上还有很长的路要走。走出去的路上更需要好的选题，寻找中华文化出版交流的契合点，也需要有优秀的翻译家，构建自身的话语权。我国在出版物走出去的过程中已经有了不少成功的案例，需要不断总结经验，运用到传统文化主题出版物走出去上，更好地向世界传播中国文化，讲好中国故事。

3. 如何打造精品传统文化主题出版图书，弘扬文化自信

3.1. 选题策划

坚定文化自信，立足中华优秀传统文化，深耕细作，从小处着眼，结合实际，贴近人民群众的生活，让理论变成故事，让宣传走进人心。首先出版单位进行选题的时候，要兼顾主题导向和自身特色以及发展战略，例如江苏人民出版社就打造了《江苏历史文化览胜》一书，立足于自身地域优势，又极好地展现了江苏地区的历史文化，是适合自身发展的选题。其次要在选题策划之前进行深入细致的市场分析，发掘出版潜力，掌握市场信息，才能更好地找准受众，创造出版效益。例如大象出版社在出版“家风”系列丛书之前，仔细调查了市场状况，发现这一领域的空白，又恰逢党中央号召家风建设，抓住出版机遇，一举成功。

3.2. 内容设计

3.2.1. 建立专业的编辑制作团队和寻找优质作者

出版物终究是内容为王，想要有精品的内容，首先从源头抓起。一个专业的编辑团队是保证图书生产制作全流程质量的关键，团队专业能力越强，相关学术素养越高，越容易制作出精品出版物。同时，也要寻找权威优秀的作者，传统文化类主题出版图书更是如此，“越来越多的出版社开始从源头抓主题出版，重视对主题出版物作者的挖掘与培养，主题出版物的作家群正在兴起。”^[2]

3.2.2. 内容优质且贴合实际，有自己的特色

传统文化类主题出版图书，需要有更多的时间来打磨内容，更需要作者、编辑等出版人员有足够的耐心、细心和精心，倾注心血才会有精品呈现。例如大象出版社的“家风”丛书，内容都是精选自人民群众熟知的名家故事，积极向上，且文言和白话文并行，既不会丢失传统文化的韵味，也不会让大众读者难以接受。图书始终都是“内容为王”，出版团队要秉持“工匠精神”才会塑造出不朽的经典。

3.2.3. 装帧设计有美感，打动人心

一本图书想要称之为精品，打动受众的心，不能仅仅关注“内在”，“外在”形象同样重要。以传统文化为卖点的图书，装帧设计必定会偏向古风古韵。做书籍的装帧设计既要考虑美观，又不能忽略成本，过高的价格会损失许多读者，想做畅销书或者常销书，平装或者简精装会是更好的选择。例如上文所言的“家风”系列图书，装帧设计上花费了大量精力，低调谦和的颜色搭配传统画作，古色古香中又有人文情怀。多次设计之后又推翻重来，字体字号、章节标题，每一处设计都独具匠心。所以这样的图书才会成为精品。

3.2.4. 创新内容表达形式，融合出版

主题出版物的目的就是宣传主流文化，树立文化自信和提升全民族的文化软实力，但是主题出版物往往因为其“体制优势”而显得高高在上，在人民群众中，尤其是年轻的阅读群体中传播力不高。这就要求出版团队与时俱进，不仅在内容上适应时事，更要在形式上与时代同步。当前出版业正在数字化转型升级，传统文化类主题出版也可以进行数字化尝试，运用多种形式，全媒体宣传图书、运营图书，音视频结合的方式，更贴近年轻受众的喜好，提高主题出版物的传播力。

3.3. 营销方式

身为主题出版物的一类，传统文化类主题图书应该积极争取系统发行渠道，借助体制优势提高图书的知名度。与此同时，也不能忽略传统和新兴的市场销售方向，积极投入市场竞争，运用线上线下相结合的方式进行营销。

线上营销方式主要就是各大主流电商平台，微信公众号或者短视频平台，都是很好的展示渠道，多频率长时间地投放可以有效加深图书在读者心中的印象。例如大象出版社，就在“当当网、京东、天猫等网站的首页做良好的页面展示，用行话来说就是占据良好坑位，循环播放，以吸引读者，让其产生购买欲望。”^[3]线下营销方式就可以运用传统的分销渠道，例如各大书店进行展览、举办新书发布活动、读书沙龙、文化展览、作者签售会等等，面对面与读者进行沟通，有效地产生直接购买力。

3.4. 走出去

传统文化类主题出版图书，不仅要在国内打响名气、提高传播度，更要走出国门、走进外国读者的心中。阐释中国理念，唱响中国主旋律，讲好中国故事，传播好中国声音，用中华优秀的文化力量，打击国外反华势力散播的谣言，破除偏见和刻板印象，描绘中国时代风貌，塑造良好的国际形象，弘扬文化自信，建设出版强国。这都需要主题出版“走出去”，更需要“走进去”。

这需要出版单位做许多工作，首先就是翻译。寻找优秀的翻译人员，才能保证图书有效地输出。其次是考虑图书内容的表达方式，“着眼海外读者阅读习惯，提升对外话语表达能力。”^[4]由于文化背景和风俗习惯等差异，图书在走出去的过程中势必要进行内容的增删，加上注释，调整角度，让走出去的出版物更适合外国读者的口味。最后是需要有主题出版物对外交流的平台。可以参加国外的大型书展，在书展上寻找合作的出版商，宣传自己的图书，或者如五洲传播出版社，搭建自己的对外交流云平台，打造品牌“THAT'SBOOKS”，直接在自己的网站上对外输出，更加方便快捷，是出版物走出去进程中非常成功的探索。

4. 结论

主题出版图书，尤其是传统文化类主题图书，依旧处在发展的上升期，需要不断总结经验，为以后的出版实践进行理论指导。目前的传统文化类主题出版物仍然存在不少问题，例如缺少足够的精品，内容需要更加贴近人民，没有很好地走出去等，可以通过细致的选题策划、组建专业的编辑制作团队、创新内容和表达形式、积极寻找对外交流出版的方式进行提升。

我们党已经实现了第一个一百年的奋斗目标，正自信昂扬地踏上新征程，全体出版从业者都应该参与进全面建设社会主义文化强国中来，发挥编辑的把关能力、创造能力，推动中华优秀传统文化创新发展，增强中华优秀传统文化的生命力、影响力，大力弘扬文化自信，打造精品传统文化类主题出版物，提高全民族的文化软实力，向世界讲好中国故事，传播中国声音。“用马克思主义的立场、观点和方法进行创造性转化和创新性发展，出版无愧于新时代的优秀主题读物，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量。”^[5]

参考文献

- [1] 郜军涛. 试论地方出版社做好中华优秀传统文化主题出版物的策略[J]. 出版广角, 2021(11): 33-36.
- [2] 韩建民. 今天我们怎样重新看待主题出版? [N]. 中华读书报, 2019-05-01(06).
- [3] 贲晓娜.“名人家风丛书”: 传统文化主题出版的成功案例[J]. 科技传播, 2019, 11(20): 168-169.
- [4] 王为松. 坚定文化自信打造传世精品[J]. 中国编辑, 2017(3): 4-9.
- [5] 徐海. 如何从传统文化中挖掘主题出版选题[J]. 出版广角, 2021(10): 6-9.