

精品图书:青年不可或缺的教育载体

■ 李小燕

(中央编译出版社 总编室 北京 100044)

【摘要】长期以来,精品图书一直发挥着启迪思想、传播知识,引导青年坚定政治立场、树立社会主义核心价值观等教育功能。互联网的出现改变了青年的阅读习惯,他们更青睐上网浏览新闻、进行交流,阅读呈碎片化和娱乐化特征,图书逐渐式微。但网络信息内容品质整体不高,且存在大量蓄意“西化”青年的信息,青年沉迷于网络,导致部分青年无法通过阅读精品图书夯实知识、增长智慧、培养思辨能力,甚至部分青年的政治立场和社会主义核心价值观也因此而出现了偏差。精品图书内容品质高,致力于弘扬主流意识形态和价值观,是青年不可或缺的教育载体。为充分发挥精品图书教育青年的功能,出版社要多策划主题出版类图书,优化图书的编排方式,主动进行社会主义核心价值观培育和舆论引导,加大图书宣传力度;学校和社会要营造良好的读书氛围,政府要出台政策,扶持实体书店,推进高校向社会开放图书资源等政策落地,给青年创造更多的读书渠道。

【关键词】精品图书 青年 教育载体

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2020.03.011

一、图书出版事业的发展以及精品图书对青年的深刻影响

新中国成立70多年,我国的图书出版事业经历了四个发展阶段,每个阶段出版的图书均深受当时的政治需要、社会发展状况、人民阅读需求的影响,具有很鲜明的时代特点。这些图书中的精品图书,思想内涵深刻,能满足人民精神文化需要,具有极高的社会效益,对青年发挥着重要的政治引导、价值观引导、舆论引导和知识引导等教育功能。

我国图书出版事业发展的第一个阶段为新中国成立至1965年。此期经过十几年的积累,图书出版事业初具规模。1965年,全国出版图书20143种,是1950年的1.66倍,总印数21.71亿余册,是1950年的7.9倍^[1]。这一时期出版了大量具有时代特色的精品理论读物和文学作品,前者以《马克思恩格斯全集》《毛泽东选集》等为代表,系统介绍和宣传马克思主义理论和毛泽东思想;后者以《钢铁是怎样炼成的》《青春之歌》等为代表,分别弘扬了以保尔为代表的进步青年历经磨难,为党的事业无私奉献的精神,描述了进步青年林道静从知识分子成长为无产阶

收稿日期:2020-03-20

作者简介:李小燕,中央编译出版社总编室主任,副编审,主要研究青年问题。

级革命战士的成长历程。这一时期,青年通过阅读精品图书,坚定了马克思主义信仰和共产主义道路,精品图书中主人公不畏牺牲、爱党奉献的拼搏精神,鼓舞着他们不计回报、积极投身于社会主义建设的大潮。

第二个阶段为1966-1977年。此期受政治环境影响,我国图书出版事业进入低潮期,图书出版品种锐减,除了毛泽东著作外,这一时期出版的少量图书一般都是为了配合当时的政治学习需要,精品图书极少。

第三个阶段为1978年至党的十八大以前。此期图书出版事业蓬勃发展,图书品种猛增。2012年全国共出版图书41.4万种^[2]。这一时期出版了一大批反映时代变迁的文学作品、马克思主义中国化研究成果、引进版学术经典、阐释中央重大战略部署的图书,比如茅盾文学奖作品《平凡的世界》描写了改革开放初期中国城市和农村发生的巨大变化,其中“人生就是永不休止的奋斗”的精神,引导青年解放思想,在学习和工作中发扬积极进取的拼搏精神。《汉译世界学术名著丛书》集中翻译了国外政治哲学等领域有代表性的学术著作,以开阔青年的视野,培养青年的学术品位,推动学术界探索社会主义现代化建设道路。《科学发展观若干重要问题解读》等图书全面介绍了科学发展观的各个问题的内涵和意义,指导青年学习和理解党中央提出的重大战略思想。这一时期,青年通过阅读精品图书,解放了思想,开阔了视野,同步了解了中央重大战略思想的深刻内涵,进一步坚定了社会主义信念,激励着他们积极参加建设中国特色社会主义的伟大实践。

第四个阶段为党的十八大以来。这段时间,图书出版事业从高速发展逐渐向高质量发展转变。图书出版管理部门出台一系列意见、政策,要求出版单位将社会效益放在首位,并采取逐步缩减书号的方式,控制图书总品种,引导出版社出版精品图书。这一时期,阐释中国发展道路、解读中国政治文化理念、弘扬社会主义核心价值观的主题出版类图书的比重逐渐增加,比如《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》,系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、丰富内涵、实践要求等。《习近平谈治国理政》集中反映以习近平同志为核心的党中央治国理政的中国智慧和中国经济经验。《中国共产党的九十年》记录了中国共产党九十多年的艰苦奋斗历程和取得的伟大成就。这一时期,青年通过阅读精品图书,全面了解了当前国家政治生活和社会生活的根本指针,党和国家的治国理念,中国共产党伟大的奋斗史和光辉成就,青年由此更加坚定了中国特色社会主义道路自信,积极贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,培育和践行社会主义核心价值观,为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力拼搏。

二、当代青年阅读图书的现状其原因

中国新闻出版研究院组织实施的第十六次全国国民阅读调查显示:2018年我国成年国民包括书报刊和数字出版物在内的各种媒介的综合阅读率为80.8%,较2017年有所提升,数字化阅读方式(网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、iPad阅读等)的接触率为76.2%,较2017年上升了3.2个百分点。我国成年国民人均每天手机接触时长为84.87分钟,人均每天互联网接触时长为65.12分钟。在传统纸质媒介中,我国成年国民人均每天读书时间最长,为19.81分钟。从成年国民对各类出版物阅读量的考察看,2018年我国成年国民人均纸质图书阅读量为4.67本,与2017年的4.66本基本持平。我国成年国民网上活动行为中,以阅读新闻、社交和观看视频为主,娱乐化和碎片化特征明显,深度图书阅读行为的占比偏低^[3]。

这项调查虽不是完全针对青年的,但也能反映当代青年的阅读现状,即青睐娱乐化和碎片化的数字化阅读方式,使用手机和互联网的总时长高,深度图书阅读量少。目前这一现状已产

生了不良后果。青年正处于学习知识、确立政治立场和价值观的黄金时期,但网络信息的知识含量和质量较低,青年沉迷于网络,无法通过阅读精品图书获得系统知识,培养独立思考的能力,导致部分青年的知识功底不扎实,对各类信息缺乏辨别力,理想信念容易被动摇;网络上大量宣扬西方意识形态和价值观的内容,侵蚀了部分青年的思想,这些青年的政治立场和价值观与我国主流意识形态和主流价值观存在偏差;部分网民通过网络宣泄情绪、恶意散布不实新闻,尤其在西方国家故意抹黑中国的舆论战背景下,许多网络热点消息背后都有炒作推手,青年社会阅历浅,容易被误导,容易导致部分青年动摇了对我国社会主义制度的信念。与之相比,精品图书的作者专业素养高,他们撰写的图书内容品质好,知识性更强、更有深度,能反复品读,是青年系统学习某领域知识、提升个人素质、进行思维训练的最优工具。精品图书还注重在有限的篇幅内集中宣传国家意志,弘扬主流价值观,增强社会凝聚力,引领青年对国家的认同感和自豪感。总之,青年本应多阅读精品图书,但实际情况却恰恰相反,原因有以下几方面。

1. 网络信息抢占青年注意力

随着互联网的快速发展,智能手机的普及,我国网民的规模逐年增高,这是青年不再对图书感兴趣的最重要原因。有关数据显示,截至2019年6月,我国网民规模达8.54亿,互联网普及率达61.2%;手机网民规模达8.47亿,网民使用手机上网的比例达99.1%^[4]。网络信息丰富多彩,随时可以浏览,休闲娱乐性强,深受青年喜爱,比如通过视频终端可以观看电影和小视频,通过微信、微博可以与朋友实时互动,通过各类新闻客户端能够实时获得最新资讯,通过购物平台可以随时购买各类商品,而阅读图书是艰苦的脑力劳动,需要相对完整的时间沉静下来思考,理解作者的思想,记忆书中的知识,因此青年主观上不愿意投入阅读图书这项相对辛苦的工作。

2. 适合青年阅读的精品图书少

我国可谓图书出版大国,但目前市面上的图书中原创图书比重低,跟风图书、重复出版类图书、书商编纂的内容粗制滥造的图书充斥市场;原创图书中还包含很多灵鸡汤类、成功学类、快餐式等养分不高的图书,精品图书的占比不高,采取青年感兴趣的方式编写,能将高深的内容讲通俗的精品图书更是少之又少。青年即使想读书,也很难在海量的图书资源中筛选出适合自己的图书,久而久之,青年对读书的兴趣逐渐降低,而且越不读书就越不爱读书。近年来,针对以上问题,出版管理部门已经开始有意识地压缩出版社每年的新书品种,倡导出版社走特色精品出版之路,但这需要一个过程。

3. 图书的宣传推广力度不够

出版社宣传图书的方式陈旧,力度不够。目前,图书宣传大多还是采用在报纸上发表书评、书讯,召开新书发布会,在京东、当当网图书页面重点展示,在图书大厦重点码放,利用出版社微信公众号和官网进行推荐等方式,缺乏针对性,属于无差别宣传,宣传效果不好。如果青年不阅读报纸,不去逛图书大厦,没有关注出版社公众号,日常生活中很难接触到图书资讯,适合青年阅读的精品图书依然被埋在书海中。下一步出版社要探索更多的图书推广手段,尤其是针对青年喜欢使用各种新媒体平台的特点,探索利用新媒体平台进行精准推广的模式。

4. 青年缺乏读书氛围

2018年,某出版社编辑在一年多的时间里,拍摄了数百位在地铁上看书的人,在社会上引起很大反响,引发青年对“不读书现象”的反思。由于“手机控”多,读书人少,读书人反而成为小众。但在国外,读书是稀疏平常的事,在公共场所经常能够看到阅读图书的青年,读书氛围很浓,图书可谓青年的生活必需品。此外,国外公共图书馆、特色书店数量很多,青年很容易就能接触到图书。当前我国的读书氛围不浓,公共图书馆数量也少,实体书店本可以作为有益补充,但由于近年来房租和人员工资压力大,民营实体书店纷纷倒闭,如此一来,除非有目的地主动购

买,青年在日常生活中很少能接触到图书,这也是青年不爱读书的原因。

三、充分发挥精品图书对青年的教育功能

引导青年阅读精品图书,可以使青年免受网络不良信息的影响,并充分发挥精品图书的教育功能。为此,出版社首先要从内容出发,增加主题出版图书的比重,并采用青年喜爱的方式编排内容,吸引青年回归图书阅读,同时,还要主动加强舆论引导和价值观引导,积极探索宣传推广精品图书的方式,学校和社会各界也要积极营造阅读精品图书的氛围,政府要保护并增加青年接触精品图书的渠道。

1. 增加主题出版图书比重

图书作为文化产品,有文化属性,同时也带有很强的政治属性,发挥着政治引导的作用。《图书出版管理规定》总则第三条要求:图书出版必须坚持为人民服务、为社会主义服务的方向^[5]。近年来,出版管理部门通过多种方式指导出版社加大精品图书的政治引导作用,很有代表性的是每年一次的“主题出版重点出版物”评选,它要求各出版单位围绕国家工作大局,就党和国家发生的重大事件、重大活动、重大题材等主题进行选题策划,推出唱响主旋律、传播正能量的图书。为教育青年、培养青年,出版社要在选题策划中增加主题出版图书的比重,从不同角度讲好中国故事,阐释好中国特色社会主义理论、治国理政方略,反映我国政治、经济、社会等领域取得的新成就,坚定青年的社会主义信仰,做好对青年的政治引领。以前在出版界一直存在一个误区,认为主题出版图书“又红又专”,读者少,没有经济效益,因此很多出版社都不愿意涉足。但是,只要认真策划,找好角度,主题出版图书照样能够被读者喜爱,获得社会效益和经济效益双丰收。比如,人民日报出版社出版的《习近平用典》,对习近平总书记近年来的重要讲话中引用的典故进行深刻解读,抓住了青年的兴趣点,一出版就获得青年追捧。其他类型的主题出版图书,即使本身的内容决定了它阅读起来不够生动,但对宣传主流意识形态、引导青年坚定社会主义信念有重要作用,出版价值依然很高。因此,各出版社要提高政治站位,提高主题出版图书比重,以主题出版图书为载体,加大对青年的政治引导。

2. 优化图书编写方式

青年思维活跃,很有求知欲,他们也深知读书的益处,但由于习惯了阅读网络信息这种轻松阅读方式,再让他们回归阅读内容艰深枯燥的图书,主观上就会有抵触和畏难情绪。因此,图书要扭转青年的固定印象,改变传统的编写方式,用解读、对话等方式传播知识,阐述价值观,吸引青年的阅读兴趣。马克思主义是我们党和国家的指导思想,青年作为党和国家的未来和希望,应以马克思主义理论为工具,指导生活和学习,但马克思主义理论类的知识给青年的印象是高深的,需要有很强的理论水平才能看得懂。高校开设的马克思主义理论相关课程,学生经常反映内容太理论化,学起来枯燥,因此课程开设的效果不尽如人意。东方出版社出版的《青年们,读马克思吧!》,以两位学者书信往来和对话的方式,对马克思的经典理论进行阐释,两位学者对同一问题的解读方式和角度不尽相同,但都言之有据,这种形式增强了阅读的趣味性、可读性,能使青年以轻松自由的阅读方式多角度品读马克思,深受青年喜爱,也成为中纪委推荐的图书之一。因此,图书要想得到青年青睐、发挥教育作用,需要从青年的特点和兴趣点上下功夫,改变编排方式,将深奥或难读的内容转化为青年容易理解的内容。

3. 通过精品图书加强舆论引导

舆论环境对青年的政治态度、价值观影响很大。图书出版周期长,对于舆论引导虽然无法像报纸、电视台这类时效性强的媒体一样迅速,但图书体量大、内容厚重,通过议程设置以及深

刻解读的方式,也可以实现舆论引导。阚道隆在《编辑学理论纲要》中谈道“编辑活动通过对信息、知识的选择、解释和评论,可以引导社会舆论、制造社会舆论。”^[6]比如,2019年中华人民共和国成立70周年,各家出版社提前规划,从各自的专业优势出发,出版了一大批反映新中国70年成就的图书,对于展现我国的制度优越性、激发青年的爱国热情发挥了极大的舆论引导作用。加强舆论引导,在当前网络时代更有现实紧迫性。舆论场堪比战场,在动摇青年政治立场、危害国家安全的大是大非面前,精品图书要勇于积极发声,抢夺话语权,激浊扬清。比如近年来网络上出现了抹黑狼牙山五壮士等革命先烈的不实言论,引起热议,在一定程度上影响、动摇了青年对国史党史的认知、对国家的情感。为了反击历史虚无主义,各大出版社在几年间陆续策划出版了大量批判历史虚无主义的图书,如中国社会科学出版社出版的《中国社会科学院历史虚无主义批判文选》,学习出版社出版的《怎样才能做到历史清醒》,中共党史出版社出版的《反对历史虚无主义》和《反对历史虚无主义论丛》,从各种角度剖析历史虚无主义的根源和本质,澄清了谬误,教育了青年,扭转了舆论风向。

4. 通过精品图书加强价值观引导

图书呈现的内容,都是出版社精心选取的,体现着图书的价值导向。青年正处于价值观形成和稳定期,有很强的可塑性,图书可以通过内容传递出的价值导向,对青年进行价值观培育。长期以来,出版社主动策划大量宣传爱国、敬业、勤奋、自立自强等传统价值观的图书,教育了一代又一代青年人。但由于目前网络信息监管尚存在困难,价值观导向严重错误的信息不时出现在网上,比如,某头条甚至在搜索引擎广告投放中出现对英烈不敬的内容,某短视频平台散播未成年人怀孕视频,以未成年生子为噱头,吸引观众眼球,虽然两家公司后来都及时进行整顿,但负面影响难以消除。与之相比,图书中基本不会出现这种价值观严重错误的信息,图书传递出的价值观更正向、更稳定。党的十八大报告首次用12个词概括了社会主义核心价值观,明确了社会主义核心价值观的组成部分,为出版社策划选题指明了方向。2019年的主题出版重点方向中,一个重点方向更是对青年的价值观引领要求,明确提出要深化理想信念教育,牢牢扭住培养担当民族复兴大任的时代新人这一重要职责,深化社会主义核心价值观宣传阐释^[7]。近年来,各大出版社推出了一批相关图书,比如北京大学出版社出版的《铸魂:社会主义核心价值观十二讲》,由12位知名专家学者对社会主义核心价值观进行深入解读,深受青年喜爱。下一步出版社要加大相关图书的策划,主动引导青年树立正确的价值观。

5. 加强对精品图书的宣传推广

目前出版社对精品图书宣传推广的力度还不够,宣传推广的形式还不够新颖。出版社要创新宣传推广方式,主动通过各种途径增加精品图书的曝光度和与青年的亲近度。比如,全国各地每年都举办大量书展、书会,展示最新出版、品质最优的图书,现场还会组织丰富的新书发布会、读者见面会等活动,基本全部对普通读者开放,但由于宣传不够,很多青年平时接触不到这类资讯,下一步出版机构应加强对图书展会的宣传。具体到单本图书的推广,除传统的发表书评、书城重点展示等模式外,出版社还应学习新的营销推广模式,充分利用新媒体平台。比如,有些出版社尝试与网络大V、娱乐明星合作,他们动辄有百万级的粉丝量,且粉丝的忠诚度高,购买力强,由他们在微博上向粉丝推荐书单、分享读书心得,或利用短视频推荐好书、导读好书,效果显著。针对青年热衷于网络的特点,出版社要进一步探索图书推广的新方式,尤其是新媒体平台与图书推广的结合点,比如最近流行起来的直播带货,在直播平台上现场销售商品,就很受青年喜爱,出版社可以对此做有益的尝试。对于内容特别优质、理论价值和指导意义特别大的专业读物和理论读物,出版社还可以积极联系相关单位,采取团购的方式推广,甚至可以向上级管理部门、省市宣传部门推荐,将精品图书列入党员干部必读书单、青年干部必读书单,以此

最大限度扩大精品图书的知名度和影响力。

6. 营造阅读精品图书的氛围

图书的出现使传承知识、青年普遍接受知识教育成为可能。即使青年已经离开校园,依然可以通过阅读精品图书进行自我教育。青年钟爱的网络虽然也有一些知识类信息,但很多都是碎片化的,且需要提前辨别真伪。相比之下精品图书呈现的知识准确性高且内容系统,便于青年获取知识。要充分发挥精品图书的作用,良好的阅读图书的氛围必不可少。在这方面日本的做法很值得我们学习,日本通过立法形式鼓励全民阅读,阅读图书从小抓起,图书出版机构会特意印制便于携带的小开本图书,各类书店数量繁多,买书方便,整个社会读书氛围浓厚。近年来,我国在政府的主导下也开展了全民阅读活动,比如每年一次的北京阅读季、深圳读书月等,每次活动都会掀起一阵读书风,但并不持久,今后还要在各个层面多开展此类活动,形成持久的读书风气;家长要从小培养孩子的阅读习惯;出版社也要从读者角度出发,多制作便于携带的图书。

学校是重要的教育机构,要积极营造读精品图书的氛围,各学科教师要多向青年推荐本专业必读图书以及经典读物,增加学生的阅读量。很多大学的图书馆都建设得非常好,是在校学生阅读图书的最佳去处,图书馆在进行采购时,要把好关,以教育青年为原则,优中选优。学校还要引导学生成立各类读书小组,定期开办读书沙龙,交流读书心得。对于理论性强或不易理解的精品图书,可以与相关领域的专家学者建立联系,邀请他们进入校园,开办讲座,进行专门解读,帮助学生理解掌握。企业事业以及机关单位,尤其是研究性质的单位,可以根据自身特点成立青年读书小组、青年理论学习组,充分利用本单位的专家资源,带动和指导青年进行精品阅读,在此过程中提高青年的素质,培养青年的专业水平。

7. 拓展青年接触精品图书的渠道

民营实体书店是青年接触图书的重要途径,但由于房租和人员工资压力较大,很多书店经营困难,对此,政府要给予政策扶持,帮助实体书店度过经营寒冬。北京市的做法就很值得其他城市学习。2019年,北京市实体书店共计239家获得2019年度实体书店项目扶持,扶持资金近1亿元^[8]。相比城市,农村地区青年接触图书的渠道更加有限,为此,2007年新闻出版总署会同中央文明办等机构联合发出《关于印发〈农家书屋工程实施意见〉的通知》,在全国范围内实施“农家书屋”工程,以解决广大农民群众“买书难、借书难、看书难”的问题,取得了较好的效果,对于此项工程,政府应继续加大支持力度。

近年来,政府还出台了多项政策,让青年有更多机会接触精品图书、阅读精品图书,包括建议开放高校图书馆资源、支持高校开办实体书店等,出台政策的初衷很好,但目前还未大面积实施,需要进一步探索。根据2019年印发的《教育部办公厅关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》,各高校应至少建一个与本校特点相适应的校园实体书店。但是,校园实体书店如何经营,如何健康发展,目前还没有能大范围推广的成功经验,下一步还要积极探索经营模式。

[参 考 文 献]

- [1]《中国出版年鉴2000》,北京:中国出版年鉴社2000年版,第36页。
- [2]张贺《我国出版图书逾四十一万种》,载《人民日报》2013年7月10日。
- [3]刘彬《数字化阅读方式的接触率为76.2% 纸质阅读率增长放缓》,载《光明日报》2019年4月19日。
- [4]中国互联网络信息中心《第44次中国互联网络发展状况统计报告》2019年8月30日。
- [5]新闻出版总署出版管理司《图书 音像 电子出版物出版管理手册》,北京:中国法制出版社2013年版,第136页。
- [6]阙道隆《编辑学理论纲要(上)》,载《出版科学》2001年第3期。
- [7]孙海悦《中宣部明确2019年主题出版五方面重点》,载《中国新闻出版广电报》2019年3月5日。
- [8]陈雪《北京239家实体书店获扶持资金1亿元》,载《光明日报》2019年11月24日。

(责任编辑:任天成)