

“看家”图书——塑造出版社文化形象的基石

出版社是文化传播的重要媒介。近现代意义上的出版社出现后，基本以纸质作为出版材质生产出版物并延续至今。改革开放以后，电子出版物的生产规模越来越大，目前已占据出版领域很大一部分。从文化积累角度而言，无论纸质出版物还是电子出版物，对一个出版社都起着夯实其文化基础的作用。尤其是其“看家”图书，始终对一个出版社的文化积累起着无可替代的作用。新疆人民出版社作为一个“公益性”事业单位，其社会职责和作用无可置疑地应表现在文化传播和文化积累这个基点上。因而，“看家”图书更是表现其社会效益和文化价值的根本。对此，社会各方面尤其是出版社内部应有深刻而清醒的认识。

（一）

文化传播的途径多种多样，形式不一。但在现代传播媒体（包括广播电视、通讯等）欠发达时期，文化传播的途径显得比较单一，除了报刊，出版社的出版活动是其中最重要的途径之一。无可否认，目前绝大多数干部群众和文化人都是伴随出版社的各类文化读物一起成长和积累知识的。过去的几代知识分子，都不会忘记已盛名百年或近百年的我国现代出版业先锋——商务印书馆和中华书局。它们是中国出版文化的象征。它们之所以盛名不朽，就是因为在文化传播方面和巨大贡献打造了其盛名。我们从这两家出版单位的历史可以看到出版在文化传播方面的巨大社会功能。出版社在文化传播方面所起的社会功能往往表现为有形的和无形的两方面。有形方面的界定，我们可以把出版社将各类出版物推向社会、与诸多读者见面后所起的功能视为无形的一面。从文化传播的效果上讲，出版社在文化传播方面无形的一面，是出版社实现其自身社会价值和效益的关键。所以说，并非每一出版社都能够自然而然地实现自己的社会价值，体现其文化传播方面的社会功能。如果在自己的出版实践中不注意打造文化知识含量较高的出版物，而是一味地媚俗趋时，仅仅为经济效益从事出版活动，那么它在经济上无论积累多么丰厚，也不可能文化传播领域为社会所公认，也难以分享文化传播的美名。

文化积累是社会发展进步的重要体现之一；文化积累也是知识的积累过程；从文化积累上可以看出一个国家或一个民族的进步与发展的程度；文化积累是自然的过程，但其中社会推动的作用不可忽视。作为出版社，对文化积累方面的功能如同对文化传播方面的功能一样，也是显而易见的。而且，文化传播过程也是文化积累的过程。作为一个出版社，只要它在文化传播方面作出了成绩，那么，它也为文化积累立下了汗马功劳。

文化积累过程有一定的规律，它要受社会政治、经济、文化发展规律的影响，而且还要受人为因素的深刻影响。在通常情况下，社会经济越发展，文化越受到人们的重视，结果也带动文化产业的发展；而在政治环境不顺畅的情况下，文化的发展会受到很大的影响，甚至遭到人为的破坏。作为文化产业重要部门的出版社，它们也是社会文化发展变化的晴雨表，从其发展史上也一览无余地反映出社会文化发展的阶段性、快慢以及存在的问题。

出版社在文化传播和文化积累方面是否有成就，其中作为参照的重要一点就

是要看它在打造“看家”图书方面的成绩。商务印书馆和中华书局的出版历史反映出，“看家”图书是塑造一个出版社文化形象的基石。因为出版“看家”图书是出版社文化传播和文化积累的最重要方面。如果一个出版社不重视打造“看家”图书，那么要想树立自己的文化形象是不可能的。

（二）

“看家”图书顾名思义就是一个出版社的精品书或“拳头”产品，其中多为历史、地理、民族、宗教、政治、文学、艺术、语言文字、文化等方面的读物，形式有专著、文集、图集、辞书以及通俗读物等。这些图书的共同特点是，不会因时间的推移削弱或失去其价值，其文化传播和文化积累价值始终为社会所公认。

“看家”图书不一定是畅销书，但是，它们基本为长销书。“看家”图书在各自学科领域往往起导向作用，人们对它们的认知、阅读和使用始终是一代传一代，最终成为丰厚的文化积累。

作为文化产品的生产者—每一家出版社都积累有自己的“看家”图书，都对文化传播和积累作出了一定的贡献。但是，在社会效果上，各出版机构的情况不尽相同，甚至差距很大，这就是各个出版社由于分工的不同、编辑力量和领导水平的不一、资金投入的差异以及作者队伍培养方面的差异等，“看家”图书表现出厚此薄彼，或厚彼薄此，有的出版机构甚至没有“看家”图书流传。在新疆十余家出版机构中，上述问题表现也很明显。新疆人民出版社作为成立最早、图书门类比较齐全的综合型出版社，在“看家”图书的积累方面可谓首屈一指，形成了自己丰厚的出版文化。

第一，新疆人民出版社成立伊始便被新疆党政部门所重视，成为代表新疆党政的综合性出版社。并且，成立伊始它就具有公益性质，并受到国家资金的持续支持。在编辑人才问题上，20世纪50年代初刚成立，新疆党政部门便从发展新疆民族文化的角度考虑，配备当时仅有的维吾尔、汉、哈萨克、蒙古等民族优秀知识分子，开展多种文字的出版工作，及时为新疆社会改革服务。1954年和1956年该社出版文字已增加到六种文字，编辑队伍更为壮大。这是该社在往后的出版实践中打造“看家”图书的重要条件。第二，在50余年中，新疆人民出版社的各届领导和总编辑基本都重视培养和提高编辑队伍业务素质，使该社涌现出诸多忠实于出版业、不断力求提高自身业务素质的编辑人员。这是本社出精品、得以文化积累的基础。第三，新疆人民出版社把培养作者队伍工作当作一件大事，始终不放松，使区内外诸多高水平的专家学者都成为该社忠实的合作者。这是新疆人民出版社不断推出“看家”图书的关键因素。第四，50余年来，新疆人民出版社造就了相当规模的读者群，他们反过来又促进了该社打造“看家”图书的工作。正是上述四方面的条件和因素，才使新疆人民出版社在打造精品（“看家”图书）方面取得了显著成绩，积累了自己丰厚的出版文化，塑造了本社鲜明的文化形象。纵观新疆人民出版社多年来推出的“看家”图书及其出版实践，可以得出如下认识：第一，作为“人民社”，始终抓住打造“看家”图书不放松，为文化传播和积累作出贡献是其首要职责，忽视和放弃该职责就会失去“人民社”的地位和自己的文化形象。第二，“看家”图书主要表现在历史、地理、文化、文学、艺术、民族、宗教、语言文字等门类。新疆人民出版社的“看家”图书在这些门类中已形成了自己的系列，尤其是辞书系列已被社会所公认。第三，立足本地区出版资源，发掘地域文化宝藏，弘扬各民族先进文化是打造“看家”图书并被一代一代读者所认可的根本。新疆人民出版社在历史系列、民族系列、语言文

字系列、文学艺术系列、丝绸之路文化系列、西域探险系列、古籍资料系列、辞书系列等方面无不以上述资源为立足点，故上述系列的读物均已成为本社的“看家”图书。第四，打造“看家”图书是一项难度较大的工作。对这项工作，并非所有的领导（包括业务领导）和编辑人员都能看得清其文化意义和价值的。因而，本社出版“看家”图书最多的时期，也就是总编辑等社领导对该项工作引起足够重视的时期。第五，一个出版社的文化形象与其打造的“看家”图书成正比，“看家”图书越丰厚，其文化形象越鲜明。“人民社”的社会形象在于其文化价值，作为文化出版机构，其社会形象即为文化形象，而其文化形象是自身文化积累的直接表现。所以，出版社不在文化积累上下工夫，不打造自己的“看家”图书，而是一味地追求经济效益，净出平庸附时的产品，那么不可能真正实现其社会效益，也无从谈起其文化形象。尤其是对公益性的“人民社”来说，更是如此。

（作者：新疆人民出版社副编审）