

33 年的編輯理念與藝術

——記作為出版人的趙昌平

高克勤

趙昌平特別重視普及讀物的出版，並身體力行。他曾這樣闡述自己對普及讀物的認識：“必須走出以學術為社會效益（雅），以普及為經濟效益（俗）的認識誤區。雖然學術與普及的量的比例會有時代性的調整，但與一切學科一樣，基礎資料（古籍整理）與基礎理論（學術研究），永遠是專業社的核心。只有保持學術優勢，方能確立品牌優勢，方能高屋建瓴處理普及讀物，使之具有較久的市場獨占性。”

趙昌平先生去世後不久，我應《文匯讀書週報》之約，寫了《良師益友趙昌平》一文，回顧了與昌平先生相識 30 多年來的歷程，敘述了他留給我的深刻印象，主要是他作為一個學者型出版人對學術和出版事業的執著追求和清晰認識。當時正值治喪期間，諸事繁冗，無暇對他的業績作細緻的梳理。關於趙昌平在學術上尤其是在唐詩學等領域的貢獻，已有學者專文評述，不再贅言；茲應《文匯學人》之約，着重評述他的出版理念和編輯藝術。

趙昌平是一位有豐碩成果的學者，但他更是一位有眾多建樹的出版人，出版人是他的職業身份。自從研究生畢業後，他就開始了長達 33 年的出版生涯。在長期的出版生涯中，憑藉著好學深思的特性，紮實深厚的功底，日積月累的实践，趙昌平形成了清晰的出版理念，提出了一系列有關編輯出版的觀點，策劃出版了一大批至今仍為讀者所歡迎的具有很高學術質量和很大影響力的圖書，成為一位有思想、有實踐、有業績的出版人。

作為一位從事古籍出版的专业出版人，趙昌平的出版理念和實踐無疑聚焦於“找準傳統文化與當代社會的契合點”，做到古今相通、中西相容，即做好傳統文化的傳承與傳播；而致力於策劃出版高品質、系列化、精品化的普及讀物是做好傳承與傳播的有效途徑。這一理念，隨著他思考的深入和實踐的積累，日益清晰和豐富。

早在 1991 年，趙昌平策劃了《中國古代生活文化叢書》，包括中國交際文化、服飾文化、酒文化、茶文化、饌食文化、書具文化、養植文化、裝飾文化、遊覽文化、博奕文化 10 種。他在叢書的《出版說明》中寫道：

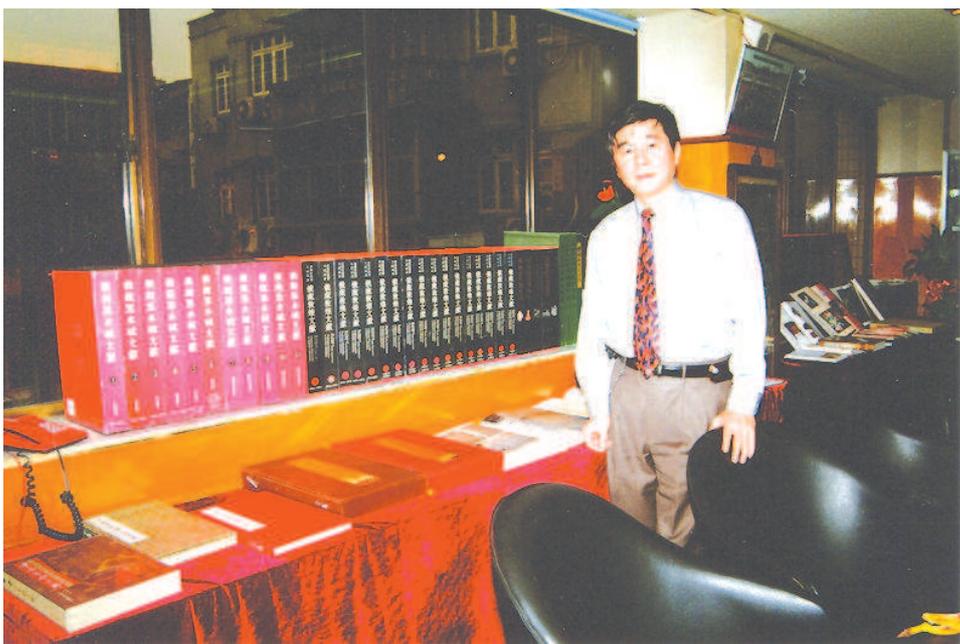
《中國古代生活文化叢

書》的編寫目的，就是向具有一般文化水平的讀者，介紹中國古代、近代生活的情狀；從文化角度，對生活習俗、方式作審視，分辨雅俗；從而使讀者對民族傳統、心理有一個大體而生動的印象，潛移默化，提高生活情趣。

他還寫道：

叢書充分注意到知識性、民族性與實用性、開放性的結合。考慮到現代人的審美觀念，開放的時代特點，各書雖以介紹中國古、近代生活文化精髓為主，卻又縱橫古今，馳騁中外，或隨處引發，或專節漫談，以幫助讀者思考：如何在生活中發揚民族文化的同時，有機地吸取域外文化的營養，而避免東施效顰的遺憾。

2004 年，中共中央、國務院明確了一項重大的文化戰略：“對未成年人進行以愛國主義為核心的偉大民族精神的教肅”，要求通過中華民族優良傳統和悠久歷史的教育學習，引導廣大青少年“從小樹立民族自尊心、自信心和自豪感”。作為全國政協委員，趙昌平提交了《關於將高質量、規模化的未成年人民族精神教育叢書納入全國古籍整理出版的“十一·五”規劃》的提案，他又策劃了《文史中國》叢書，由中華書局和上海古籍出版社聯合出版，首批共 38 本，分為四個系列：輝煌時代、世界的中國、文化簡史、中華意象。其中“輝煌時代”系列 10 本介紹與分析中國歷史上十個輝煌的時代，以顯示開放心態和創新精神是中華民族發展振興的主體精神。“世界的中國”系列 10 本集中表現中華文化與世界各民族文化的交流與融合，強調中國與世界的開放共榮、和諧共處是中華文化的固有精神。“文化簡史”系列包括中國音樂文化、中國古代繪畫、中國書法篆刻、中國飲食文化、中國服飾、中國建築文化、中國圖書文化、中國古代體育、中國書院文化和京昆簡史 10 本。“中華意象”系列 8 本選取最能夠體現中華民族主體思



出版人是趙昌平的職業身份，在長達 33 年的出版生涯中，他形成了清晰的出版理念，策劃出版了一大批至今仍為讀者所歡迎的具有很高學術質量和很大影響力的圖書。

想的、具有象征意味的如“龍鳳”“金玉”“山水”“花木”等意象進行深入的解析，展示中國人特有的精神世界。他在《文史中國》叢書的《出版緣起》中寫道：

有別於以往的传统文化讀物，《文史中國》的宗旨可概括為一句話：題材是傳統的，眼界是當代的。因此除了科學性與可讀性相統一的常規標準外，叢書從選目到撰寫，更要求以一種世界性的文化視域來透析中華文化的深刻意蘊。而“中華”與“上古”深厚的學術底氣與近十年來的創新精神，正是踐行這一宗旨的可靠保證。

無疑這套叢書的範圍和內涵較《中國古代生活文化叢書》都有了擴大和深化，這也反映出趙昌平出版理念的發展和成熟。

正因為有這樣的出版理念，趙昌平特別重視普及讀物的出版，並身體力行。他曾這樣闡述自己對普及讀物的認識：“必須走出以學術為社會效益（雅），以普及為經濟效益（俗）的認識誤區。雖然學術與普及的量的比例會有時代性的調整，但與一切學科一樣，基礎資

料（古籍整理）與基礎理論（學術研究），永遠是專業社的核心。只有保持學術優勢，方能確立品牌優勢，方能高屋建瓴處理普及讀物，使之具有較久的市場獨占性。”“普及讀物，從本質上看是學術思想成果的社會化延展，所謂‘提高指導下的普及’，應是這些成果與民眾心理與閱讀習慣的結合。因此必須確立‘普及讀物要精品’的意識。”（《傳統文化與當代出版》，《編輯學刊》2000 年第 6 期）

2001 年，他以“開拓進取，加快發展”為主題，撰寫了《堅持專業優勢，將“上古”品牌拓展到各個層次》一文，圍繞圖書結構調整研究問題並解決問題，提出：“堅持專業優勢與學術骨幹，將上海古籍出版社品牌拓展到各個層次，這是本社今年乃至今後數年內選題工作的中心任務：我們必須堅持發揚建社 44 年來積澱的專業優勢，保持並擴大本專業的學術優勢，但是又不能固步自封，在古籍出版資源十分有限的情況下畫地為牢。將‘上古’品牌由學術領域拓展到各個讀者層次，是當前中國文化發展趨勢在出版業的必然體現，

也因此是本社持續發展的必由之路。”（《古籍整理出版情況簡報》2001 年第 3 期）在他的主導下，上海古籍出版社的普及讀物一度出現了“遍地開花”的局面，除了傳統的選本、譯注之外，引人注目的是出版了一批高品質的的畫冊和圖文本，如《戴敦邦新繪全本紅樓夢》等名家繪畫“四大名著”、《唐詩三百首》（圖文本）等詩詞曲圖文本系列、《紅樓夢》（圖文本）等古典小說名著圖文本系列等；還“試水”少兒讀物，編輯出版了“經典拼音背誦讀本”、“拼音小名著”等圖書，也取得了一時的成功。雖然由於圖書市場的細分和閱讀習慣的變化，這類普及讀物已盛況不再，但其探索和努力值得肯定，其得失和經驗值得總結。

二

趙昌平的出版理念植根於上海古籍出版社的出版傳