

数字经济时代图书编辑更应秉持 “匠心精神”

张晓丽

中国财政经济出版社，北京

收稿日期：2022年2月8日；录用日期：2022年3月11日；发布日期：2022年3月18日

摘要

数字经济时代，世界出版业正在经历语词、逻辑思维、价值观和技术手段大幅度变迁的过程。传统图书出版业在寻求突破的过程中，作为精神世界“架构师”的图书编辑工作同样面临机遇和现实困境。数字经济时代下图书编辑更应该不忘“初心”秉持“匠心”，立足自身，在理念和实践中摸索、改变、突围，这是新时代图书编辑成长的必经之途。

关键词

数字经济时代，编辑，匠心精神

Book Editors Should Uphold “Ingenuity Spirit” in Digital Economy Era

Xiaoli Zhang

Chinese Financial & Economic Publishing House, Beijing

Received: Feb. 8th, 2022; accepted: Mar. 11th, 2022; published: Mar. 18th, 2022

Abstract

In the era of digital economy, the world publishing industry is undergoing a process of great changes in terms of language, logical thinking, values and technological means. In the process of seeking a breakthrough in the traditional book publishing industry, the book editing work as the “architect” of the spiritual world also faces opportunities and practical difficulties. In the era of

digital economy, book editors should not forget the original intention, uphold the originality, base on their own, explore, change and break through in the concept and practice, which is the only way for book editors to grow up in the new era.

Keywords

Digital Economy Era, Editors, Ingenuity Spirit

Copyright © 2022 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. 引言

新中国成立 70 余年, 光辉岁月弹指挥间, 改革开放 40 余华载, 中华大地沧桑巨变, 图书出版业在我国改革开放的潮流中焕发生机, 发挥了重要价值, 也获得了快速发展。万物恒流, 无物常驻, 伴随着移动互联网和出版数字化时代的到来, 传统图书出版行业受到了越来越明显的冲击。作为出版业核心的图书编辑工作同样经历着数字化转型的艰难蜕变。网络技术的更新换代、读者与作者的多样化诉求、出版行业的激烈竞争等, 对图书编辑工作提出了诸多新的挑战, 也提供了新的发展机遇。图书编辑是精神世界的“架构师”, 是出版业的关键资产、第一生产力和核心竞争力[1], 而应对时代与行业巨变, 新时代的图书编辑更应该静下心来做“匠人”, 秉持“文化传承、思想传播”的初心, 发扬“精益求精、追求卓越”的匠心, 深耕专业, 顺势而为, 主动适应社会需求, 做复合型融媒体人才, 推动新闻出版业的全面转型升级, 助力我国文化事业和文化产业的共同繁荣。

2. 时代困境: 数字经济时代图书编辑的尴尬境况

新中国成立至今, 我国出版业大致经历了初级发展阶段(新中国成立至改革开放前)、出版业大发展阶段(改革开放至 20 世纪八九十年代)以及出版业转型阶段(21 世纪初至今)。经过 70 多年的发展, 中国图书出版业也逐步实现了由“封闭型”体制向“开放型”体制的转变。伴随着互联网的渗透以及网络技术的迅猛发展, 新的图书业务形态、新的商业模式、新的产品和服务不断涌现, 图书出版产业发展面临着全面转型压力。那么, 在图书出版业转型升级期, 作为图书出版业关键环节的图书编辑工作面临哪些困境呢?

第一, 市场化浪潮冲击, 图书编辑管理之制度困境。 转企改制后的出版社, 对编辑实行单一的经济考核指标, 考核的压力使编辑再也不能专心埋头书稿而忽略经济效益, 经济指标就像无形的绳索紧紧束缚着编辑的手脚, 从而导致出版社选题中各类包销书、合作书占据了绝大部分选题。在传统编辑制度中, 正常的图书编辑工作应该像所有项目立项流程一样, 必须对立项对象开展深入调研, 如调研书市、书店等书籍销售场所, 还要调研读者, 最终整合分析海量数据、信息, 得出可靠结论, 作为立项的重要依据。但目前现实是, 调研往往被虚化, 或成为文字游戏, 或成为走过场环节, 既缺乏实质性调研, 也没有参考性依据, 不完全明白书籍的出版是否符合市场需求, 内容是否受读者喜爱。古人云: “居利思义, 在约思纯。”(《左传·昭公二十年》)意思是说, 人们追逐利益最大化并没有错, 但占据利益的时候要想到“道义”, 即使面临困境, 也要保持思想纯正。在市场经济大潮的裹挟下, 书斋不再是一方净土, 浮躁的人心再也承受不起“经典”的重量, 无形的市场之手在催生图书数量几何级井喷时, 也抑制了优质图

书的诞生。“曲高和寡”与“阳春白雪”始终是一对矛盾。久而久之，出版社的专业优势逐渐消弭。

第二，数字出版产业兴起，市场竞争之资源配置困境。数字经济时代的到来，多种图书出版业态如雨后春笋般兴起，尤其是数字出版产业，极大地丰富了出版物的内容和形式。这就要求在文化与科技融合的时代背景下，图书编辑应具备更多的基本技能，较强的创新意识和洞察思维，做到困中求变。但目前我国很多出版社并没有意识到数字化转型升级的重要性，行动滞后，多数出版社只是将数字化转型升级作为一种概念，并未上升到执行层面，导致经济资源和政策倾斜度不够充分，尤其是对数字化人才培养和扶持力度方面较保守[2]。因此，面对当前出版社的数字化转型，怎样实现出版社资源的合理配置，补弱项、锻长板，为出版社创造经济效益，是图书编辑面临的一个新课题和新挑战。

第三，社会人心浮躁，图书编辑人员之素养提升困境。工欲善其事，必先利其器。图书编辑职业能力与专业素养，正是出版竞争之利器。目前，受不同职业选择、社会化盈利之影响，从业编辑的职业素养不足日益成为图书出版行业的一大困境。图书编辑的核心在于编辑的综合素养，是出版发行的第一生产力，是图书内容资源整合链条上的关键要素。但就实际情况而言，目前受知识结构、能力结构和年龄结构的影响，部分新图书编辑工作者的思想认知水平、专业知识能力、对文字的敬畏以及敬业精神都有待提高，甚至还出现部分编辑责任心不强、功利心较强，职业角色错位、角色意识不强的现象，无法心无旁骛的干好编辑工作，对图书编辑工作产生了较大的负面影响[3]。

第四，机遇与挑战并存，图书编辑发展之职业困境。数字经济的特点之一是高度依赖科技创新。相较于传统出版方式，新的出版业态创新频率更高、覆盖范围更广、影响效应更大。在数字经济中，技术创新突变点更多，颠覆性创新不断涌现，且技术、商业的发展模式和方向不易预测，在数字经济领域“换道超车”情况普遍，很多初创的新型出版企业可以依靠新产品和新商业模式而发展壮大。面对来势汹汹的数字时代，对编辑提出了更高的职业要求，必须能快速接受新鲜事物，同时还要快速转化、踏实肯干，编辑的职业发展也陷入了一定的困境。此外，财经类编辑以及专业书籍编辑还必须具备扎实的专业背景和丰富的知识储备。

3. 应对之策：不忘“初心” 秉持“匠心”

当今世界百年未有之大变局正在加速演变，中国经济发展在“十四五”期间可能呈现前低后高、逐渐上升的势头，文化产业也会随大的趋势而波动，图书出版行业面临重大发展机遇。行业变革无论是发源于外部环境变化的倒逼还是行业整体发展的需求，都是人在起着关键性的作用。习近平总书记提出的“增强脚力、眼力、脑力、笔力”的要求，指出了编辑出版工作的本质和初心。应对新的环境和转型挑战，培养出更多高素质图书编辑人才是出版行业面临的挑战所在，也是根本出路之所归。

第一，不忘初心——“甘为他人作嫁衣”。所有伟大的出版家(或者自己愿望成为一个伟大的出版家)都是自幼就“嫁”给或“娶”了书这个行当。打开中国近代出版文化史，举凡张元济、夏粹方、高梦旦、胡俞之、邹韬奋、叶圣陶、徐伯昕、黄洛峰、华应申以及章锡琛、陆费伯鸿、汪原放、张静庐等优秀的编辑、出版家无不是书迷、与书相伴一生。这与他们的良好的职业操守、强烈的道德责任感无不相关。数字经济时代，图书的产品形态、传播方式、消费方式不断变化和更新换代，但出版行业传承文明、记录历史、留住记忆、化育人类、弘扬真理的使命只会随着时代的变迁而更加坚定，那么与书为伴、与学者交往、与读者相连的编辑工作所承担的文化使命和社会责任就不能有任何动摇。“甘为他人作嫁衣”的编辑工作者在新时代新要求下，在顺应数字产业化和产业数字化发展趋势的同时，应不忘传播社会主义先进文化的初心和使命，坚守出版质量，做好人类精神文明的铸造者。当然，出版社应始终坚持人才是企业发展的根本保证，着力加强人才培养、人才引进和团队建设，健全人才评价体系、培养体系、选拔任用和激励考核机制，充分释放人才活力。

第二，擦亮慧心——竭力发掘优秀作品。清郑板桥云：“作诗非难，命题为难，题高则诗高，题矮则诗矮，不可不慎也。”的确相同的门类，相同层次的出版物，由于编辑群体选题立意的高度不同而不同。选题立意高，即从高层面的选题价值出发进行编辑活动，是展示出版社风格的基础，关系到出版社的整体形象、经营战略和策略、出书的结构和价值取向。我国出版业面临的现实窘况：一是，每年出版的图书数量激增，但图书行业的销量却在持续下滑；二是，虽然我国已从“书荒”到“书海”，成为出版大国，但无论什么主题，在众多类别的图书中都已呈饱和状态，一本书只有不到1%的机会被陈列在一个普通书店的书架上；三是，大多数的图书营销靠的是作者，而非出版商，突飞猛进的电子书销量亦不足以掩盖图书出版整体上的萎缩态势，等等。而在浩如烟海的知识与信息爆炸的时代，编辑的眼光、慧心比知识更加稀缺，必须做到又“博”又“专”。数字经济时代，伴随着选题途径和方式的增多，稿件质量也变得层次不齐，如何挖掘高质量的作品，就要求编辑既要有开阔的知识视野、丰富的专业知识储备和良好的知识结构，又能在某一学科领域具有专长，能以专业眼光、判断力与洞察力与作者交流，并提出建设性意见和建议。编辑可通过学习培训增长知识、增强技能、提高工作效能，更好地实现自身价值；同时，出版社也应聚焦核心技能加大培训力度，建设线上线下、开放互动的“员工学习课堂”，组织新员工培训班、骨干员工培训班，提高员工业务技能。

第三，秉持匠心——全部才华献给作品。新时代的编辑既要坐得住，又要走出去；既要想得细，又要想得深。天才编辑罗伯特·戈特利布说：“……我其实只做了一件事，那就是保护和培育一个艺术家的才华。”每一本新书都是一个新生命，都需要经过收购、完善、改写、设计、制作、命名、加工、包装、定价、介绍、营销、上架、出售等环节，才能面世。而编辑是躲在荣誉之后的、不被注意的艺术家，编辑工作就是要读懂书、理解书、并消化吸收，再经一番深化、挖掘与提炼，进而转化为对其精神与信念的感悟与思索。编校功夫是传统出版的重要优势，面对新形势新挑战，图书编辑要秉持匠心精神，这就要求编辑既要时刻保持工作的主动性、创新性和创造性，又要在编辑工作中发扬工匠精神、坚持以读者为中心，增加优质内容策划，打造自身核心竞争力，不断增强自身文化自信和职业自信，这既是提高编辑工作水平的方向和着力点，也提高出版物质量、建设出版强国的内在要求。

第四，永葆进取心——主动学习拥抱转型。随着科技发展带来的数字出版时代的来临，出版全球化的问题已经来到中国出版界必须破题的时候了。对图书编辑工作而言，保持一颗上进心、学习心，主动求变，拥抱转型，才是唯一出路。要做好几方面学习：一是，在选题策划上，图书编辑要有信息意识，敏锐捕捉市场需求点，立足读者多层次的精神文化需求，在选题策划时通过多维度考察，保持精品意识，进行综合性选题，把握阅读消费潮流。二是，必须加强用户思维，要增强对市场敏锐的观察力，站在读者角度，聚焦当下热门话题或者热门事件，去开展选题、策划、编辑等系列工作。三是，在出版方式上，图书编辑应坚持文化与科技深度融合，将网络、移动终端等出版方式考虑在内，以点带面，积厚成势，积极探索数字出版改革的时代诉求，实现纸媒与数字媒体的有机结合[4]。四是，在营销宣传方面，图书编辑应积极迎合数字经济的特征，打破传统习惯、传统思维，加快确立市场意识思想观念，做到线上线下两手抓，加快由内容提供向知识服务的意识转型，基于多平台广覆盖的新媒体矩阵和成系列成品牌的线下活动，开展社群运营；收集自建应用平台的内容数据、用户特征数据、产品使用数据、产品价值数据、选题热度数据等，形成数据分析报告，生成用户画像，为业务运营提供依据。

4. 总结

编辑工匠精神是社会精神文明进步的重要尺度，站在新的历史起点上，编辑必须以新理念引领新发展，把握百年历程的文化使命，更加自觉地用建设文化强国的担当奋斗新征程；编辑工作在追求科技创新，技术进步的同时，还要保证高水准的专业素养、保持一丝不苟的严谨态度以及精益求精的优良作风。

不经一番寒彻骨，怎得梅花扑鼻香。诚然，没有哪个职业能够想当然地培养出具有工匠精神的大家。站在新的历史起点上，在当前出版业数字化转型升级的背景下，图书编辑必须以新理念引领新发展，图书编辑工作者只有适应市场经济和出版活动的规律，不忘初心、擦亮慧心、秉持匠心、永葆进取心，才能不断进步，有所发展，成为一名合格的编辑，才能成就无愧于文字、无憾于时代的文化艺术人生。

参考文献

- [1] 陈爱梅. 出版产业化背景下科普图书编辑面临的挑战与对策[J]. 科技传播, 2016(9): 30-31.
- [2] 马金曲. 当代图书编辑工作的困境及对策探究[J]. 新闻研究导刊, 2018(1): 221-222.
- [3] 吴亚芬, 谭丽莎. 高质量出版时期编辑的策划力提升策略[J]. 传播力研究, 2019(6): 179.
- [4] 周正兵. 文化领域的“社会效益”概念及其应用[J]. 中国出版, 2017(19): 5.