



《手艺里的中国》寻访指尖上的华夏文明之美

中国出版传媒商报讯 手艺，凝聚着中华文明与先人智慧，于世代相传中，塑造华夏子孙特有的文化素养和民族气质。制瓷、剪纸、竹编、木雕……这些承载着千百年历史与情感的手艺，是中国人对绵延数千年文化的自信，反映着中国人与古为新的生存智慧和生命力。近日，北京联合出版公司出版的《手艺里的中国：指尖上的华夏文明之美》带领读者走进历史长廊，用手艺描摹中国，

寻访指尖上的华夏文明之美。该书由汪涵作序，百位匠人联袂推荐。

在书中，读者会从105件文物瑰宝中，穿过22种古老手艺的历史记忆；了解150余道工序细节，读懂中国传统文化的美学精髓和终极浪漫；体悟24位匠人的“守艺”人生，感受独属于中国人的精神内核与处世哲学。

手艺里的中国，质朴、坚韧、广博、灵性，有着无穷的生命张力。（穆）
《手艺里的中国》李武望著/北京联合出版公司2022年8月版/98.00元/
ISBN:9787559662859

短视频时代，如何借势寻求渠道突破

关键词 短视频 渠道 古典诗词

○李利霞

近年，崇文书局一直在诗词领域深耕。和以往出版的“一家之言”型诗词鉴赏类图书不同，今年4月出版上市的《中国古典诗词品汇》则以“集评”为特色，汇聚历代名家的不同评论，作者融通众说，犹如呈现一面棱镜，帮读者多角度、多层次去理解诗歌，直抵背后的诗义。

鉴于目前的疫情态势，线下铺货已面临重重阻力。为了让《中国古典诗词品汇》触达更广的人群，我们迎难而上，努力寻求线上发力。图书上市后，与各大诗词国学类微信公众号进行联合推广，取得了一定曝光率和口碑后，我们继续在短视频赛道持续发力，制作推广了一系列视频，获得不俗表现。

借助短视频，推广古诗词有奇效

古诗词的美，大家都知道，但并非人人一读就能读懂。如何帮助读者跨过这道“门槛”？辛苦写就的千字推文，点击率未必高。读者即使点开，也未必能读完；即使读完了，也未必就懂了。相较于文字解读，短视频这一媒介方式，就表现出了它独特的优越性：直观、好理解、传播速度快。

5月20日，我们推出了题为《古诗词里的爱情谐音》视频。在这个由特殊数字组成的美丽日子里，你可知道，古人的表白有多浪漫？视频时长2分钟，先来看部分文字。

你知道，520=我爱你。

那你知道，在浪漫的古诗词里，诗人如何用谐音脉脉传情么？

先秦时代，在召南地区，每逢仲春之时，当地的媒官便组织大龄未婚青年男女外出郊游，寻觅伴侣。一位姑娘眼看着梅子成熟，纷纷坠落，而自己青春流逝，却嫁娶无期，便不禁以梅子兴比，唱起了歌谣：“摋有梅，其实七兮！求我庶士，迨其吉兮！”

女子借一首热烈而大胆的歌谣，机智地用梅子催促小伙子，快去请个媒官提亲吧。

……

不到500字，转换为视频字幕，在主播的娓娓道来下，一下子就吸引了读者的眼球。崇文书局抖音平台数据显示，

该视频上线后，不到1小时点击量2.4万。这条短视频在私域流量池的引爆，也带动了图书曝光率，加大了读者在其他平台对《中国古典诗词品汇》图书的搜索，进而向公域流量转化。

贴近大众需求，找准选题持续产出

出版业内一直有个共识：内容为王。在短视频这个新的营销赛道，一条视频要吸引读者，依然是内容为王。

继《古诗词里的爱情谐音》短视频之后，我们贴合时令，推出了《芍药季，静待花开终有时》《从苏轼词看端午习俗》《夏至已至，愿所有美好如约而至》等视频。《梦华录》热播期间，我们以“东京城的繁华”“宋人喝茶带‘拉花’”“倾盖如故”“冰饮”等角度，制作了一系列视频，既介绍了相应的文史知识，又向读者普及了相应的诗词。

诗词描绘的世界，是古人曾经生活过的鲜活世界。经由一个有趣的文史知识点，再来欣赏诗词，就很容易建立起读者和古诗词间的情感共鸣。后期我们继续围绕《中国古典诗词品汇》所收录的诗词，精准选题，拍摄产出内容，给读者一个持续的印象，积累用户。

美女主播加持，视频制作精良

短视频的类型，我们采用的呈现形式是人物讲述型，美女主播小嘉还有另外一个身份——《中国古典诗词品汇》这套书的责任编辑之一。小嘉多年深耕诗词领域，对古诗词的理解早已内化于心，腹有诗书气自华的温婉，加上甜美的外形，端坐在镜头前，为我们娓娓道来这些美丽的诗词，是最合适不过的主播人选。

有了“美女主播”的加持，视频制作也更加精益求精。根据前期视频播放的反馈，我们在制作上做了相应探索和调整，拍摄手法和剪辑也做了迭代升级。比如剪辑，根据文稿插入相应的诗词、书法作品、馆藏作品等，丰富视频画面。

在疫情冲击下，传统出版业正处在思变、转型、盈利模式转变的十字路口。我们错过了短视频飞速成长的黄金时期，但好在，我们依然保持着一份出版人的冷静和自觉，争取赶上短视频这个浪潮，助力《中国古典诗词品汇》，帮它走得远些，再远些。

编辑，要做个有原则的人

○张运运

通读《原则：生活和工作》一书，本人感触颇深。古人云：四十不惑，这是一个消磨了梦想和精力的年龄，是一个易失去激情与冲劲的年龄，也是一个懂得了牵绊和责任的年龄，是一个刚开始归纳和总结的年龄。讷于言而敏于行，把人生中散落如珠子的、零零散散的观点捡起来、串起来，仔细打磨，形成自己思考和行为的原则，真正做个有原则的人。

原则一：为自己做主

有两层思考：一是掌握主动权，在心态上让自己处于主动位置，做任何事都是为自己而做，而不是被迫去做。生活上为自己的选择拥有了负责任的勇气，可以品味选择带来的惊喜。工作上站位高一点，领导的指示更多的是从他所在的角度给你提供的参考建议，你才是工作的负责人，掌握主动做事的心态，打开格局。

二是己所不欲勿施于人，尤其面对新一代90后、00后同事们和10后的子女们，不要打着爱的名义要求他们，不要用老习惯、老方法要求他们，一代人有一代人的责任和解决方法，聚焦在思考更好的方法，来实现目标，遇到冲突和纠结懂得调整 and 转变，懂得放弃和拒绝。

原则二：独立思考

独立思考的意识更倾向于从众，这是我们从小所受教育的一个负面影响。比如每次策划选题都是把思考的过程替换成生搬硬套标准答案的过程，多以跟风、模仿为主，并以此作为评判所有类似问题的依据。再比如员工遇

到问题就问中层领导怎么办，中层领导不敢下决定就说听社领导指示，层层往上递交问题，却没有从源头上分析问题原因、分析解决措施、提出解决方案供社领导决策。

在领导的大局观和集体决策的良好制度下，出版社要营造一种敢于担当、勇于实践、允许犯错，但不能罔顾教训一错再错的企业文化。鼓励员工独立思考、敢于质疑、大胆创新解决问题、寻找出版社特色的经营策略，风物长宜放眼量，培养员工独立性、行动力和越挫越勇的品质。

于个人而言，多读一些训练逻辑思维的书籍，学会分析、解决问题的思维；培养经常问自己“怎么办”的习惯；记录自己对事情的思考、判断和解决过程，逐渐学会独立思考。另外，独立思考的同时，要善于、充分利用团队的力量。

原则三：与时俱进

学会让自己“保鲜”，倡导终身学习，能力超前可以创业，能力与时俱进方能维持工作，否则终将被淘汰出局。只有不断追逐新的目标，或在原有事物中追寻新的深度，才能实现一次次的升华与提升。出版事业是大家共同实现理想价值的平台，出版社需要搭建好不同层次的平台，构建平台深度，员工也要不断学习才能有能力不断追逐新的目标，这是一种互相实现价值的关系。

“学而不思则罔，思而不学则殆。”自我学习和独立思考是螺旋式自我提升的方法。而当逐渐学会独立思考，也更懂得为自己做主了，两者相互促进。

与君共勉。

○李中锋

几天前的一个傍晚，正在吃晚饭的时候，突然接到一位朋友电话。他说，刚刚读过最新出版的《走进新中国水利期刊》一书，有两个问题想与作为该书主编的我商榷一下。

闻听此言，心里既高兴，又不安。高兴的是这书面市一个多月来，终于接到了一位读者打过来的电话，说明这本书还是有读者感兴趣。不安的是，这位朋友新近从一家行业报的副总编职位上退休，他在报社任职时，向来以眼光独到、善于发现问题而著称，号称是该报“最有学问的人”。出版界最近对出版质量抓得很紧，盯得很严，他专门打来电话，莫非是在这本书里发现了什么重大问题？

此念一闪，心中不免有所忐忑。

他的第一个问题是，书中说《水利建设与管理》这一期刊的前身是《水利管理技术》杂志，这话虽然不算错，但不能算完整。他认为，《水利建设与管理》这一期刊的前身还应该包括《水利建设》杂志。

听他这么一说，很快引起我对《水利建设与管理》杂志为《走进新中国水利期刊》供稿的回忆。记得征集稿件时，《水利建设与管理》的稿子迟迟提供不出来，后经多次催促其主办单位领导，终于也提供了稿子。稿子篇幅不长，但其中几处机构名称却明显存在问题，即以水利部现在的局局名称来指代过去不同时期《水利管理技术》杂志的主办单位。为了确保相关机构名称在不同年代存在不同表述的准确性，我花了不少时间，多方查找资料，对不同时期水利部的机构名称进行比对分析，从而对稿件相应之处进行修改，并将修改结果向作者和了解情况的人士征求意见，也得到了他们的认可。这些机构名称混乱的问题如果不解决，一旦印行，肯定会引起很多知情人士的不满。作为编辑出版人员，自我感觉对这篇稿子的审

改也算尽心尽力了。

但偏偏没想到，居然有读者会给《水利建设与管理》这个刊物又找出一个“新爹”！

这对于该刊来说，不能不说是一个重大发现。

对此，我回复这位朋友说，十分感谢仁兄打来电话，所表达的观点和认识虽与该刊编辑部不尽相同，但想想也有道理。水利行业历史上长期呈现重建轻管的特点，在出版刊物的布局上，只有《水利管理技术》而没有《水利建设》，似乎也不太可能，且目前刊物的名称上也是“建设”居前。但问题是编辑部提供的稿件中，并没有提及《水利建设》杂志，作为编辑出版方的我及单位同事，当时也没有人想到过这个问题。我可以将仁兄的意见转告给该刊编辑部，请编辑部就其期刊发源问题再作斟酌和研商。

这位仁兄不愧为发现问题的高手，不仅为《水利建设与管理》杂志推荐了一个“新爹”，而且还为一份新中国成立初期创办的水利杂志推荐了一个“新儿”。

他说，书中说《水利水电技术》创刊于1959年，他认为这个时间太晚了，这个刊物的创刊时间应该与《中国水利》杂志一样，都可以追溯到1950年8月创刊的《人民水利》杂志。

对此，我更是备感吃惊。《水利水电技术》也发源于《人民水利》，我以前可是闻所未闻。

在我近年对《人民水利》的追溯考证中，形成的印象一直都是单线传承，即《人民水利》（1950~1953）——《水利工作通讯》（1953~1955）——《中国水利》（1956~1958）——《水利与电力》（1958~1966）——文革停刊——《中国水利》（1981至今）。

我问他有什么证据能支撑《水利水电技术》也发源于《人民水利》这一观点，他说这个观点也不是他说的，而是以前读过的某一期《水利水电技术》上的文章里说的，说《人民水利》改刊后，涉及到水利政策及水利工作方面的文章登载于

《中国水利》杂志，涉及到水利水电工程与技术方面的文章则登载于《水利水电技术》。他这么一说，好像也十分符合《中国水利》和《水利水电技术》各自的功能定位和载文风格。

记得《水利水电技术》编辑部当时给出版社提供的稿件中，内容篇幅也不长，其中既没有提到《人民水利》杂志，也没有介绍《水利水电技术》当年创刊的背景与过程，开篇的第一句话就说其创刊于1959年。该刊编辑部2009年曾出版过创刊50周年、2019年又出版过创刊60周年的纪念刊，其对创刊于1959年的认定，看来也不是最近才发生的事。而这位从报社刚退休的仁兄，电话里说的这个情况，确实让我感觉到新锐又新奇。

听他这么一说，我说观点通常要有证据作支撑，如果仅凭记忆或印象，那反身还是需要去求证的。作为出版方，我们有责任更正作者在逻辑表达、文字使用等方面的错误或问题，但对于作者提出的基本观点、基本事实，我们则不能随意修改。否则，我们编辑出版人，就不是做“嫁衣”、而是穿“嫁衣”了。当然，对杂志源与流的问题进行历史的和学术的探讨，这个事本身还是很有纪念意义和传承价值的。我回头也会与《水利水电技术》编辑部联系，看编辑部对自身期刊的起源问题怎么看、怎么办。

晚餐中的电话探讨，虽然为时不长，但感觉却很有意思。这位仁兄发现问题和提出问题的角度，确实十分独特。他所关心的问题，归纳起来，一个是一刊双源问题，另一个则是一刊双流问题。

《走进新中国水利期刊》作为多年以来第一本记述和展现新中国水利期刊诞生及发展的故事书、资料书，虽然回答和解决了不少历史问题，但没有搞清的期刊发展脉络演变问题、多种多样的具体历史问题等，也依然为数不少。这位仁兄打来的电话，就是一个生动的例证。

放下电话，晚餐里又多了一份咀嚼和品味。

智媒时代关于编辑出版专业教育的几点思考

关键词 智媒时代 编辑出版专业教育 招聘条件

○李莎莎

在随时随地可以获取信息、表达观点、分享互动、生产消费的智媒时代，知识与信息成为重要的消耗品，如何筛选正确的知识与信息，不仅考验受众辨别信息的能力，也取决编辑的素养。纵览许多出版单位的招聘条件，具备政治思想理论素养、人文素养和写作能力、数字技术思维和能力以及新媒体营销素养等成为主要考量标准。

编辑素养的形成与编辑出版专业教育密不可分。基于技术发展、社会变迁与受众需求等多重因素，笔者认为智媒时代，编辑出版专业教育应从加强政治素养、注重通识教育、提升信息技术素养、培养终身学习理念等几方面树立编辑出版专业学生正确的价值观、全面发展的通才观、运用技术的思维观以及不断学习的进取观，以培养引领时代发展的新时代编辑。

加强政治素养教育。编辑出版专业作为高等教育的重要组成部分，“为人民服务，为社会主义服务”一直是社会主义出版事业的根本遵循和行动指引，从未改变。可以说，任何时候我国的出版事业都是在中国共产党的正确领导下进行运转和发展的。编辑作为知识内容的把关者，其素养决定出版产品及信息的质量及价值取向。拥有良好政治素养的编辑，不会编辑错误倾向的产品与信息；相反，如果编辑的政治素养不强，那么他（或她）经手的知识与信息就可能存在谬误，进而误导受众，造成不良影响。

因此，编辑出版专业教育需要强化政治素养。将政治思想教育贯穿于学生的学习和生活中，在学习过程中，要用积

极向上的内容教育人、正确的价值观引导人、错误的行为警醒人，培养出有国家情怀、大局意识和责任心强的编辑出版人才。

注重通识教育。自上个世纪90年代以来，我国编辑出版专业一直是既“专”又“杂”的宽口径、厚基础的培养模式，目标是培养出多门学科知识背景的复合型人才，以适应出版产业发展需求。新世纪以来，我国大力提倡通识教育，其目标就是培养熟悉人文学科、社会科学、自然科学等多领域的复合型人才。通识教育在国内发展已逾20年，形成了以院校为特色的发展模式，如北京大学、复旦大学、武汉大学等。其通识教育课程依托所在大学的专业课程和优势学科资源，打通相关学科壁垒，借助通识教育让学生了解多个学科知识，成为自由而全面发展的通才。

以武汉大学通识教育为例，其课程分为中华文化与世界文明、科学精神生命关怀、社会科学与现代社会、艺术体验与审美鉴赏四个模块。不同专业的学生需要修与本学科领域不同的课程。如物理专业的学生需要修人文社科类的课程，文学专业的学生要修计算机等方面的课程，其根本目的就是为了培养既通古今、又通中外，既通文理、又通知行的高素质人才。注重通识教育是编辑出版专业教育变革发展的应有之意。

提升信息技术素养。2020年11月，新文科建设工作会议召开并发布了《新文科建设宣言》。新文科概念的提出在一定程度上说明了信息技术对当前高等教育的重要性。就出版业来讲，以人工智能技术为代表的信息技术更是应用于编辑出版流程的各个环节，影响深远。编辑出版教育应吸纳新兴技术进

课堂（如人工智能、大数据、云计算、区块链和5G等），布局合理的学科体系建设，培养与时俱进、符合出版业发展的新文科人才。梳理一些高等院校开设编辑出版专业（编辑出版、编辑出版学、出版发行学等）的培养方案，仅武汉大学、南京大学几所高校开设与信息技术有关的课程，整体开设比例偏低，提升编辑出版专业学生的信息技术素养势在必行。

因此，编辑出版专业教育应提高信息技术类课程占比，满足新时代编辑发展要求。通过增加数字信息技术实践课程，制订相应的培养方案，包括系列化的课程安排、专业性的教学资源提供和科学化的实践环节设置，提升学生运用信息技术解决问题的能力和水平，培育学生的信息技术素养和新媒体营销思维。

培养终身学习理念。终身学习理念强调学习的持续性和不间断性，提倡根据个人实际采用灵活和实用的教育方式与方法，使自身的知识系统不断得到更新、知识结构更趋合理，并为其创造力的发挥提供优质的资源和知识推动力，成为高水平、高素质、强能力的创新型编辑出版人才。

编辑出版本科教育只有4年时间，不能把所有的知识都教授给学生，即使在校期间把所有最新信息技术和专业知识传授给学生，按照技术迭代更新的速度，学生毕业之后也不一定适应产业的发展。因此，“授人以鱼不如授人以渔”，培养学生终身学习的理念是提升核心竞争力的根本办法。培养终身学习的理念需要教师转变教学方式、教学角色和教学评价，全面培养学生的阅读能力、思考能力和创新能力，从而帮助学生树立终身学习理念。