

BK 中国 编客

发现思想 传播智慧

投稿邮箱:4818208@qq.com 联系人:孙珏 微信:kinkimonkey

特别策划

- 我在出版社修古籍(上) P13
- 新派古籍人的出版生活 P14
- 人物
- 夏顺华:图书大盘微增2%,再不数字化转型就晚了! P15
- 专栏
- 重返法兰克福书展,版权编辑的真实体验是? P16

本期导读

我在出版社修古籍(上)

中国出版传媒商报记者 孙珏

古籍编辑是编辑群体里很特别的存在。人人都在为互联网流量焦虑的时候,他们在静心编古书,同时积极吸纳先进玩法,为古籍出版注入新的生命力和影响力。从此次访谈的情况看,如果非要给古籍编辑打一些标签,“为热爱而驻守”“安静却不闭塞”“新派古籍人”……或许更为妥帖。本期《中国编客》邀约了多位古籍社、学术社或资深或新锐的编辑,听他们讲讲自己的出版生活。下期,我们将继续呈现“古籍市场的新变化”等话题。

我为什么成了古籍编辑? ——我所做的,就是我所爱的

◎**程鲁洁**(国家图书馆出版社古籍编辑室副主任):2011年,我到国家图书馆出版社工作。因为我是古代文学专业毕业的博士,所以到国图社后,被分配在古籍编辑室从事古籍出版工作。到国图社前,我在日本居住了几年,其间虽然也去日本大学的图书馆借书,但接触中国古籍的机会较少。来到国图社古籍编辑室工作,每天接触古籍稿件,尤其是看到那些优美的古籍刻本、稿本的电子版和打印稿,一种熟悉、喜悦的感觉扑面而来,好像又回到了读书时期去图书馆借书、研究文献的时光,这时我才明白对古籍的喜爱已融入我的生命,也坚定了我将古籍出版作为毕生事业的信念。

◎**孔伟伟**(广西师范大学出版社北京文献出版中心古籍编辑):我是34岁“大龄”转行的出版人,这个月是我从事古籍出版工作的第7个月。转行前,在演出行业做了近8年的品牌宣传。疫情开始,演出行业迎来大萧条,我也开始思考自己的人生选择,常常看着自己朋友圈的签名“居陋室,在尺牍间,于故纸堆,寻唐风宋雨,著族科第之大观”无限怅然。2021年下定决心离职,准备用两年时间去实现几个积攒已久的愿望,其中一个便是创作完成一本书。这本书和古籍有关,是一本地域性的科举研究作品。科举类的古籍文献,我大概关注了10年,创作完成这本书,算是对自己的潜心热爱做了阶段性总结,也弥补了未能读研读博的遗憾。创作这本书的过程中,我还顺手建了两个简单的科举文献专题数据库,学习动手做了几本线装书。大概托了朋友圈那句签名的福,座右铭不仅仅鼓舞着自己坚持对古籍的热爱,也给自己带来了好运,被老师叫荐加入广西师范大学出版社北京文献出版中心。出版工作真的很辛苦,几乎每晚都有同事主动加班到很晚才走,我曾打趣“原来大家每天加班,是因为可以欣赏到日落和晚霞”。出版行业薪资真的很低,与上一份工作相比,我的年收入大概少了近三分之二。

◎**刘玉林**(齐鲁书社副总编辑):我是2006年从山东大学硕士毕业后来到齐鲁书社工作的。在校读书时,正好和导师做“明清小说传播研究”项目。书籍完成后交由山东大学出版社出版,我负责与出版社打交道,一来二去,对出版社有了大致了解。毕业后,也有留校做辅导员、去驻济高校任教职的机会,但因为做了一点出版实务,所以对出版跃跃欲试。导师说,你是学古代文学的,最好去古籍社,就推荐我到了齐鲁书社。可以说就算是“误打误撞”“歪打正着”,也算是“一饮一啄,莫非前定”。入职后先到一编室工作,从助理编辑做起,主要做文学类,参与的第一本书是《二十四卷抄本聊斋志异》;后来调到二编室工作,做了不少古文字、历史类图书,如《陶文字典》《海岱古族古国吉金文集》《开国六十年》等;再后来又调到四编室工作,参与古籍影印项目,如《宣统山东省志》《山东省历代府州志》《孟府档案全编》《历代丛书汇纂(第一辑)》等。担任副总编辑后,就侧重选题策划方面了,如《曹贞吉全集笺注》《录鬼簿及续编校订笺释》《王梵荣书札辑释》《陈介祺研究》等。

◎**胡宝亮**(岳麓书社重点项目和学术著作编辑部编辑):我其实不是一名严格意义上的古籍编辑,因为除了编古籍,也编历史类学术著作与人物传记,但学术著作与人物传记也会引用很多古籍,所以基本上每天都会和古籍打交道。我在上大学之前,对历史学就很感兴趣。大学期间,阅读历史专业教材时已能发现一些错字和知识性错误。比如“丞相李希烈投降安禄山”“参将袁崇焕”等。第一个李希烈,应该是陈希烈;第二个参将,应该是参政。那时候我朦朦胧胧地觉得找书里的错是个有意义也有意思的事情,但当时还没有想过以后会做给书稿改错的工作。

经过大学期间的权衡,我觉得我最喜欢明清史,于是就报考了南开大学中国古代史研究生。2005年10月,在读研究生期间,接受了导师交办的一项工作,录入《康熙朝汉文朱批奏折汇编》,把清朝大臣和康熙帝的手写字,改为横排简体字录入word文档。我非常喜欢这项工作,将其视为贴近古人、贴近第一手史料的绝佳机会。通过录入,我熟悉了很多繁体字的写法,也和字典日益亲近。从那时起,我就和古籍结下了不解之缘。2006年2月,导师让我核对一本专著中的引文,我在图书馆里找了《朱批谕旨》《雍正朝汉文朱批奏折汇编》等书,在核对引文期间,我逐渐对编辑这个职业产生了兴趣。

2006年11月下旬,湖南出版投资控股集团在北京大学召开宣讲会,我从天津南开大学赶到北京大学,投了简历,职位是岳麓书社编辑。次日,我参加了笔试和面试。后来就得到了岳麓书社的录取通知。2007年7月,我从南开大学毕业后,回家小住了几天,就来长沙报到了。从当年7月12日起,我开始了编辑古籍的职业生涯,至今一晃17年了。

◎**梁瑞霞**(中州古籍出版社第二编辑室主任):我研究生专业读的是古典文献学,当时跟着导师做过一些古籍整理类的图书,接触过几位古籍出版社编辑,于是认定到古籍类出版社做编辑是理想职业。2008年毕业时,主要就业目标是到出版社,也是天遂人愿,到了家乡的中州古籍出版社做编辑,如今已经15年。我一直认为,最大的幸福和幸运是所从事的工作是自己想要做的工作,做书能满足我的爱好,发挥我的特长,成为人生成就感的来源,虽然也经历艰辛煎熬,但是真的是永远热爱,永远热泪盈眶的那种感觉。

◎**王李**(化名,天津古籍出版社):小编团队成员分别来自中国古代文学、中国古典文献学、历史文献学专业,大家差不多都有过在校期间帮助导师整理文稿和毕业前夕到出版社实习的经历,一毕业也就自然而然踏上了古籍类图书编辑岗位。值得一提的是在编辑力量比较紧缺的情况下,我们人社并没有进行严格轮岗,而是直接跟随老编辑参与项目,由编务实习进而上手书稿,在干中学。(下转第14版)

潮书发布

李尚龙新书鼓励年轻人拥抱AI写作

中国出版传媒商报讯 11月5日,国家开放大学出版传媒集团、橙啦教育联合“抖音知识大V进校园”在京举办“AI时代年轻人的选择”专题活动暨李尚龙新作《年轻人会用的AI写作》新书发布会。发布会采取线上线下同步形式,线上直播吸引超54万人观看,曝光访问量超412万。

国家开放大学出版传媒集团总经理冯立国在致辞中表示,此次活动让年轻人重新思考人的本质,思考如何探索和创造,鼓励年轻人运用AI实现“让学习更有效”的愿景,引领带动AI写作新风尚,助力建设全民终身学习的学习型社会。橙啦考研英语名师石雷鹏用幽默风趣的语言讲述了自己利用AI工具进行工作的经历,带来了围绕“AI时代下,年轻人的成长和选择”的主题发言。橙啦教育创始人张爱志在主题为“科技赋能教育,AI助力梦想”的分享中,从企业管理的角度深度解析了AI时代下,企业应对社会变化的思路,即“AI不是未来,而是今天。顺势而为是企业的基本起点,也是个人在这个时

代最重要的素质。”
“对待AI,我的态度是接受新事物。”李尚龙分享了自己对AI技术的认识与收获,向大家展示了会使用自己语气和大家对答如流的“虚拟人”,并结合该书的创作历程传达了积极面对技术、勇敢抓住机遇的观点。李尚龙提到,虽然AI可以应用在各个领域,但仍然无法完全代替人。以AI写作为例,他相信在未来的文学创作领域,人类和AI将共同发展、相互促进。正是AI让他开始思考写作的意义和目的。

圆桌会谈环节,李尚龙、石雷鹏、星座女神莫小奇与线上线下读者一同探讨AI时代带给年轻人的机遇和挑战,以及年轻人该如何选择。嘉宾围绕“如何通过AI进行学习”“AI将如何影响教育”“AI如何影响表演和艺术”等展开对话,并表示AI具有强大能力,但面对未来我们不能恐惧,而是应该拥抱与学习。据悉,《年轻人会用的AI写作》内容涵盖职场、学习、社交领域各类场景,解决读者“写不出”“写不好”的难题。(沈西)

古书新做

我开了视频号介绍自编的古籍书

王荣鑫 浙江大学出版社人文与艺术出版中心副主任

我2015年从山东大学古典文献学专业毕业,这个专业毕业以后仍然从事跟专业相关工作的,除了拿博士学位进高校和文博机构,就是从事出版工作。我当初选择古典文献学专业,也是因为喜欢读书,尤其喜欢读古书,而古典文献学是读原典较多的一个专业。毕业后,正好浙江大学出版社招聘人文方向编辑,我对杭州非常熟悉,就应聘到了浙大社。

浙大社是综合性出版社,出版社的立足点是学术出版,既包括人文社科学术出版,也包括自然科学学术出版。我所在的这个部门其实不做古籍出版,产品更多是人文方向学术著作,通常认为古籍整理也是人文出版方向。因为有学术出版基础,一些古籍社还没照顾到的领域,我们可以填补一下空缺。比如这几年立足浙大出版了一些浙大老先生的手稿,诸如沈文倬先生的《礼记简异文释》《沈文倬批注仪礼郑注句读》,吴熊和先生的《吴熊和批校全宋词》等。再比如《语石》这种小书,不能成系列往往不太好看,但它是金石学的入门著作,非常重要,我们就单品种推出,市场反响还不错。

古籍出版普遍面临的困难是市场小、受众少、发行量少,这样的结果是单册成本高。浙大社有些部门的书,起印这几万册,而古籍书往往起印几百册。最开始发行部门的同事也表示销售古籍书很困难:一是不知道受众在哪里;二是他们很难了解我们的产品,不知道该怎么做宣传。综合性出版社的发行不像古籍社的发行,专门钻研古籍产品,卖好一个品类就可以。

这个问题的解决方法是,编辑下场营销。编辑可以直接跟小圈子里的人对话,也更了解产品。所以我最开始给发行部提供简单文案,到后来做图、做海报,再到最后干脆自己做公众号、播客、视频号。我有两个公众号:一个叫“密州司典府”,不定期发咨询、书评等文章;一个叫“编辑的日常”,基本做到日更,每天以日记形式说说自己正在做的书的进度,也聊聊自己获得的书和在读的书。还在喜马拉雅有个播客,也叫“编辑的日常”,基本做到每周,平时在电台里聊一些我们这个行业的事儿,谈轻型纸啊、编辑的基本素养之类的,有时也聊聊编辑过程中看到的趣事。产品出来了,就谈谈新产品。因为播客节奏比较慢,可以像闲聊一样,说说书出版背后的故事。我的视频号是跟公众号绑定的,也叫“编辑的日常”,视频制作比较麻烦,有重点产品时才做一期,3分钟左右,抓住书的亮点。3分钟成品,连录加剪,需要2小时左右的制作时间。我们部门也有自己的自媒体,也会宣传一些古籍类图书。很多读者都是从我这里掌握书讯,去买书的。今年“双11”快到了,不少人来问我们的某某书参加不参加大促。

古籍类的书营销策略跟其他书也不大一样。很多大众书读者在摇摆中,可买可不买。古籍比较专业,需要它的人一定会买,不需要它的人怎么说他也不买。所以古籍书的营销,最主要的是消息送达。要让需要书的人知道,书已经出版了。

