

# 浅谈互联网时代文史类图书编辑职业能力的提升

李利霞

(崇文书局有限公司, 湖北 武汉 430070)

**【摘要】**互联网时代, 文史类图书出版面临着新的机遇和挑战, 这也对文史类图书编辑的职业能力提出了新的要求。提升文史类图书编辑的职业能力, 不仅能提升编辑自身的软实力, 更能助力文史类图书实现优质出版, 这也是提升文史类图书编辑职业能力的意义所在。本文从出版全流程角度, 提出互联网时代文史类图书编辑职业能力提升的着力点: 要坚持正确导向, 与时俱进提升政治理论素养; 培养互联网思维, 加强文史图书的策划创新能力; 拓宽文史知识面, 夯实编辑加工能力; 配合图书营销, 锻炼文史类图书文案撰写能力等。

**【关键词】**互联网时代; 文史类图书编辑; 职业能力; 提升

互联网时代, 随着科技的创新与进步, 人们的生活和生产发生了颠覆式的变化, 方方面面被赋予“智能”属性。互联网时代下, 图书出版行业也面临着新的迭代和升级。从图书内容来划分, 文史类图书是其中一个重要的划分门类, 也同样面临着新的机遇和挑战。近年来, 全民阅读活动在全国各地开展。其中, 一大批有口碑、影响广泛的历史类图书受到大众的青睐和喜爱, 成为热门的枕边书。在这一时代背景下, 实现文史类图书的优质出版, 提升文史类图书编辑的职业能力, 就显得尤为重要。在日常编辑出版工作中, 文史类图书编辑需要加强编辑技能、信息处理等能力, 以满足网络时代发展对文史类图书编辑的新要求。

## 一、互联网时代文史类图书编辑职业能力提升的意义

图书出版属于传统行业, 以往的历史类图书往往选题不够新颖、不能满足读者的阅读需求。在互联网时代下, 文史类图书需要寻求破圈发展, 追求经济效益和社会效益的“双效”发展。基于此, 提升文史类图书编辑的职业能力具有现实的意义。

### (一) 推动文化传承和创新

文史类图书, 其中的“文史”二字, 就凸显了它独特的文化功能: 文化传承。中华优秀传统文化源远流长, 是中华文明的智慧结晶和精华所在。在新时代传承和弘扬中华优秀传统文化, 让其焕发出新的活力和生机, 是文史类图书编辑的职责所在。过去, 文史类图书编辑的职业定位更多是故纸堆里的静静整理者和默默耕耘者。互联网新时代, 文史类图书编辑不仅要关注中华优秀传统文化的传承, 更要关注其创新, 让文史类图书兼具古典和现代魅力, 活力和亲和力并举。笔者所在的崇文书局, 是一家专业的文史古籍出版社, 立社宗旨为“筑百年基业, 出传世精品”。

### (二) 提升编辑的软实力

唐代著名史学家刘知幾认为, 史家必须兼有“史才”“史学”“史识”三长。“史才”指的是考核史料、叙述史事的能力, “史学”指的是拥有广博的史学知识及相关知识, “史识”指的是正确的见识和观点。而文和史向来不分家, 用这个标准来衡量当今文史类图书编辑的专业素养, 亦可体悟出文史编辑这一职业的深度及广度。提升文史类图书编辑的职业能力, 能大大提升编辑的软实力, 帮助编辑更好地进行职业规划, 提升编辑从事这一行业的信心, 促进文史类图书出版的良性发展。

### (三) 为图书赋能增强吸引力

互联网时代, 随着技术发展以及各学科间的不断交叉融合, 文史类图书被赋予了更多新价值, 图书的吸引力得到增强。在过去, 图书只是单一的纸质书呈现, 为图书赋能的音频和视频, 随着二维码技术的进步, 都得到了实现。读者用手机扫一扫图书封底的二维码, 可以链接到图书提供的专属附加值。此外, 各学科间知识的交融, 也让文史类图书焕发无限活力。陈磊的半小时漫画团队实现了“漫画科普+文史”的奇妙组合, “半小时漫画系列”图书将文学、国学、历史中的知识点, 用大家喜闻乐见的漫画形式讲出来, 轻松好读又涨知识。提升文史类图书编辑的职业能力, 能助力编辑从过去单一的思维跳脱出来, 充分运用新技术和新角度, 赋予图书更多附加值。

### (四) 重视读者需求提升阅读体验

过去, 文史类图书更多强调理论性和学术性, 忽略了一般读者的需求, 变得曲高和寡。事实上, 互联网时代下, 大众对文史类图书的阅读需求在持续增长, 文史类图书除了兼顾学术, 也要兼顾大众阅读口味。笔者参与的《民国时期中国文学史著作整理丛刊》

丛书就很好地兼顾了“学术著作、大众阅读”的宗旨。这套丛书入选了“十四五”国家重点出版物出版规划项目、2024年度国家出版基金资助项目。丛书在编辑过程中，选取了民国时期20种中国文学史代表性著作，邀请专家学者对之进行整理考订，保证了该丛书的学术性和科学性。这套丛书完整呈现了中国文学史著作的整体面貌，可读性很高。由此来看，提升文史类图书编辑的职业能力，能帮助编辑拥有用户思维，更多重视读者的需求，提升图书的市场竞争力。

## 二、互联网时代提升文史类图书编辑职业能力的策略

（一）坚持正确的政治导向，与时俱进提升政治理论素养

坚持正确的政治导向，不断提升政治理论素养，是文史类图书编辑的必修功课之一。尤其在互联网时代，信息传播更便捷，各类思想层出不穷，文史类图书编辑更应该守好出版的底线和红线，坚定正确的政治立场，与党和国家保持一致。我国很多历史作品都有着鲜明的意识形态，在编辑这类作品时，要忠于事实，反对历史虚无主义，坚守正确的价值观。

文史类图书编辑可以从以下几个方面提升政治理论素养：一是自觉加强对党的理论体系的学习。只有不断学习，才能做到与时俱进、实时更新理论知识体系，从而指导编辑工作，确保文史类图书导向和内容不出偏差。二是提升对理论的理解和洞察能力，拥有正确的见识和观点，更好地履行文史类图书编辑的社会责任。

（二）培养互联网思维，加强文史图书的策划创新能力

文史图书的策划创新能力，是文史类图书编辑的核心竞争力之一。互联网时代，加强文史图书的策划创新能力，一定要培养互联网思维。思维好比电脑的操作系统，一台电脑只有搭载了最新的操作系统，才能保准运行速度。同样，对文史类图书编辑而言，思维方式的更新和迭代，也是职业能力提升的重要一环。

互联网思维最核心的是用户思维。移动互联网时代和工业出版时代最大的一个区别就是用户思维。在工业出版时代，文史类图书的出版更多像是出版社说了算，编辑说了算，读者只是被动的接受者。读者的喜好是什么，读者的需求是什么，读者的反馈又是什么，这些问题在过去或许是悬而未决的问题，但在互联网时代都有了答案可循。大量的用户在互联网上留下了对图书的评价痕迹以及对作者的评价痕迹。“以用户为中心”的思维方式，就是要求文史类图书编辑在策划选题时，时刻要回到用户的逻辑，击中用

户的痛点。策划的选题在调研阶段，还要特别注意杜绝以自我视角和身边视角来思考问题的思维定势。

文史类图书编辑在策划选题时，还要培养热点思维，这也是互联网思维方式之一。移动互联网时代，热门的历史话题、人物和事件，很容易聚焦大众的目光，文史类图书编辑要提高自己的敏锐性，从中捕捉有价值的选题。

（三）拓宽文史知识面，夯实编辑加工文史类稿件的能力

拓宽文史知识面，夯实编辑加工文史类稿件的能力，是文史类图书编辑永远都不能松懈的一项能力。文史知识的深度和广度，需要文史编辑不断拓宽自己的知识面，提升文史类稿件的编辑加工能力，可以从以下几个方面着手。

第一，在编辑实战中积累经验。文史类图书编辑要沉下心来，认真细致审读每一本书稿，在做中学，在做中积累。文史类书稿很容易出现人名、地名、职官名等问题，遇到问题，要善于存疑查证，并及时归纳整理。比如人名中的桢、祯，很容易弄混。名字中带“桢”的有：刘桢（？—217），字公幹，汉末文学家，“建安七子”之一；邓廷桢（1775—1846），清嘉庆年间进士，曾率军击退进犯厦门的英国舰队；沈葆桢（1820—1886），道光年间进士，与李鸿章同年，晚清海军主要创始人之一。名字中带“祯”的有：司马承祯，唐代著名道士；王祯（1271—1368），元代农学家，活字版印刷术改进者；徐祯卿（1479—1511），明代“吴中四才子”之一；王士禛（1634—1711），清顺治年间进士，书法家、诗人，乾隆帝时为了避雍正（胤禛）讳，改为“士禛”。今人所著之书，一般用本名“士禛”；王世贞（1526—1590），明代文学家、历史学家，不能混同于王士禛（祯）。再比如地名问题，求证时可以借助《中国古今地名对照表》一书，或者微信小程序“中国国家地名信息库”。文史编辑在日常编辑工作中做到勤于收集、整理，建立自己的文史语料库，能大大提升书稿的编校质量。与此同时，编辑加工的能力也得到了大幅提升。

第二，多读书，将各学科知识融会贯通。文史类图书编辑更像一个“杂家”，除了文史方面的专业书籍，其他学科的书籍也要广泛涉猎。笔者曾审读了《苏轼诗词品汇》《苏轼词全集》两本苏东坡的稿件，在审稿之余，阅读了《苏东坡新传》，从人物传记的视角了解了苏轼的一生。再研读苏轼写于不同时期的诗词作品，对文稿中的点评、鉴赏等内容就更加得心应手。

第三，熟练使用各种工具书及线上资源。遇到不懂的字词，勤查最新版的《现代汉语词典》；遇上编

校规范问题，参考出版行业“黑皮书”《图书编辑校对使用手册》。互联网时代，文史类图书编辑还要学会借力线上资源。如《辞海》有网络版，搜索更便捷。文史类稿件中出现的引自古代典籍的诗文，可搜索中华经典古籍库和搜韵。关注编校知识类的微信公众号，如木铎书声、编辑校对、图书编校启示录等。

（四）重视教育培训，稳步提升文史编辑专业素养

编辑从业人员每年都有一定时长的教育培训要求，一个是全国性的网络面授培训，全国宣传干部学院网站上提供了诸多与出版相关的课程。一个是由各省新闻出版广电局组织的培训。文史类图书编辑要重视每年的教育培训，充分利用好全国宣传干部学院这个网络平台，通过课程学习，逐年稳步提升专业素养。

出版单位也要重视教育培训，可以根据文史类图书编辑的具体需求，提供更有针对性的培训方案，比如邀请文史专家就某个话题举办讲座或研讨会。还可以定期组织文史类知识竞赛或编校竞赛等活动，加强文史编辑的自主学习能力。

（五）配合图书营销锻炼文案撰写能力，培养文史语感

在工业出版时代，文史类图书编辑把图书交付印刷后，接力棒就转交给发行部了。而互联网时代，文史类图书编辑需要配合图书营销，提供各种营销物料，否则，一本内容再好的文史类图书，没有营销的加持，也会被埋没。营销物料，包括内容简介、作者简介、一句话广告语、图书的卖点提炼，等等。对普通读者而言，阅读文史类图书有一定的门槛，文史类图书编辑如何把文案写得亲和又有趣，非常考验功底。为配合图书营销，文史编辑要有意识地锻炼自己的文案撰写能力，平日里多学、多看，多练、多写，多琢磨，培养文史语感，做到厚积薄发。

笔者责编了《韬略平天下》丛书，从春秋到清代，按朝代分为八本。光看书名，只能给读者传递这是一本写谋略的书。笔者从四个角度提炼了丛书的卖点：1. 以史为鉴，找到自己的成事秘诀。2. 从春秋到明清，一口气看懂中华民族独有的谋略智慧。3. 每一本既是韬略，也是简明的断代史。4. 内容取材于正史，像读小说一样停不下来。笔者负责运营“文小史”微信公众号，这是笔者所在编辑部自建的图书营销新阵地。笔者创作了《湖心亭看雪：古人赏雪的至高境界》《不过“三八”女神节的古代女子，春天都在玩什么？》等贴合大众阅读趣味的文史推文。

互联网时代，图书营销这一环节对文史编辑提出了更高的要求。文史类图书编辑可以通过勤练“笔

杆子”，勤动脑子，培养自己的文史语感，丰富自己的文史表达，锻炼提升自己的文案撰写能力。

（六）瞄准定位和细分，提高文史编辑的资源整合能力

在图书出版领域，文史类图书是其中的一个细分市场，在这个细分市场分类后还有更多的二级细分市场。互联网时代，文史类图书编辑瞄准定位和细分，提高自己的资源整合能力也是基本功之一。只有精准定位，才能为之匹配相应的内容资源、作者资源、渠道资源和营销资源。笔者所在的大众文史编辑部，就将细分市场定位于古典诗词的普及，出版了《中国古典诗词校注评》《中国古典诗词品汇》《小磨诗坊》《中华诗文鉴赏典丛》等丛书，潜心在诗词普及领域深耕细作，收获了不错的市场口碑，聚拢了一大批优质的作者资源。此外，提升文史编辑的资源整合能力，还可以通过和其他媒介合作来实现，如电视、电影、广播、报刊、网络平台等，将其他媒介的优质文史类节目或作品转化为高质量的文史类图书，将其他媒介的优质作者转化为自身的作者资源。

### 三、结语

在互联网时代背景下，如何成长为一名优秀的文史类图书编辑，适应新时代新形势的要求，值得文史编辑从业人员深入思考。面对新的机遇和挑战，文史类图书编辑需要站在文化自信的高度，清晰出版工作的地位和重要性，切实体会到提升职业能力的意义。在日常的编辑出版工作中，不惧困难和挑战，实践互联网时代提升文史类图书编辑职业能力的各项策略，打造文史精品力作，履行图书编辑的文化自信与使命担当。

### 参考文献：

- [1] 常松.“互联网+”时代下出版社编辑工作的转型升级[J]. 采写编, 2020(6): 129-130.
- [2] 杜莎莎. 文史类图书编辑加工刍议[J]. 出版参考, 2019(2): 85-87.
- [3] 牛炜征. 编辑加工文史类稿件需要注意的问题[J]. 新闻研究导刊, 2021(3): 228-229.
- [4] 武鸿儒. 新时代编辑出版人才的社会需求与职业能力培养探究[J]. 新闻文化建设, 2020(3): 75-76.
- [5] 王莉香. 互联网思维下数字出版发展新趋向探索[J]. 中国传媒科技, 2020(5): 27-29.

### 作者简介：

李利霞（1981—），女，汉族，湖北洪湖人，本科，崇文书局大众文史编辑部。