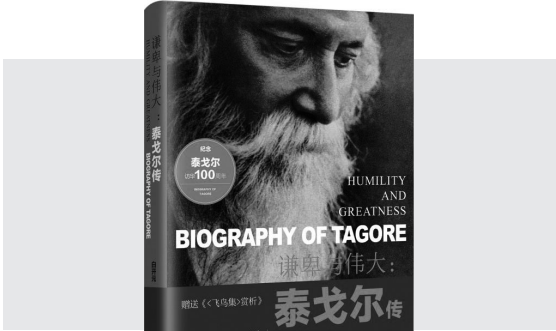


■ 责编手记

在热爱中坚持
在编辑中成熟

□ 丁晓花



“这本书做得很像畅销书。”简单的评价令我们乐开了花。河南文艺出版社推出的《谦卑与伟大：泰戈尔传》，是一本由我国本土作家创作的全面展现近代享誉世界的诗人、亚洲首位诺贝尔文学奖得主泰戈尔一生的传记作品。在泰戈尔访华100周年前夕新书面世，意义非凡。作为责任编辑，我有幸参与这样一个项目。两年多的时间，我们在热爱中坚持，在编辑中成熟。

初出茅庐 勇于尝试与实践

2021年11月，我收到老朋友、孟加拉语翻译家白开元的书稿《一代伟人——泰戈尔传》，彼时我从事传记图书编辑工作还不足一年。我首先对书稿做了全面、大致的了解，约45万字，图片近400帧，初步判断，内容完整、资料占有丰富。同时，调研同类书，我发现有几种泰戈尔传记，但以译者居多，本版书多为轻薄本“小书”。我隐隐感觉到这本书的出版具有补充市场空白的价值。在汇报后，有幸得到领导们的肯定，非常快地签下了这部书稿。

一审工作中，我发现书稿存在一个重要问题：资料性较强，但在主次分明、故事性叙述和逻辑性方面较弱。这主要体现在书稿结构与标题等的设置以及行文等方面。我意识到，需要和作者一起努力，弥补其作为译者在创作中的短板。

2022年第二季度，我为作者提供了两本参考的传记和已编辑完成的一章纸稿，以及从书稿整体结构到具体每一章如何修改的建议，还通过电子邮件与语音电话与作者多次沟通。白开元对年轻人很包容，且耐心、配合，在非常短的时间内就反馈了修改后的目录，补充了我建议的“主要人物”和“泰戈尔生平年表”等内容，也同意我删除关于泰戈尔前期、中期、后期文学创作及舞台艺术创作的4章内容，并在出版后将这4章内容以电子附件随书赠给读者的建议。关于调整框架、添加小标题、修改行文部分，白开元也尝试做了调整，但我们俩依然没能达成一致意见。考虑再三，我大胆建议：编辑动手改，作者负责把关。白开元表示同意。就这样，在沮丧后，我找到了解决问题的办法。

修改书稿的过程比较漫长，一章一章地，逐字逐句地，往返多次沟通，前后历经近半年，新《泰戈尔传》初稿诞生，被缩至36章，约25万字、100张图。这时，距离最早收到白开元的书稿已有一年时间。

不断研究 探索编辑艺术

从前期修改书稿开始，我就一直在思索如何做好产品定位与设计。我还有幸参加了传记类图书的交流会，从经典案例中获得了一些启发。

关于定位与书名。基于本书故事性强，且资料性丰富、有一定专业性的特点，我们将这本传记定位为具有一定专业性的普及类“大书”。读者定位为少年、普通成人，以及印度文学研究者、孟加拉语学习与研究者等。因此，编辑时，需注意对故事性叙述和专业内容呈现的平衡，考虑大众读者和专业读者需求的差异性。为进一步传达传主的精神特质，我们从传主著作《飞鸟集》中“我们最谦卑的时候，离伟大最近”取关键词“谦卑”“伟大”，命名为“谦卑与伟大：泰戈尔传”。

关于产品特色与附加值。我们首先以电子附件赠送泰戈尔文学创作等内容，又将作者的另一本学术价值高、首次发表的书稿《〈飞鸟集〉赏析》作为本传记的赠品赠送给读者，还通过印制工艺的设计，邀请读者互动，用腰封制作书签，以获得更好的阅读体验。

关于书籍设计，主要从核心内容与传主的精神特质出发。泰戈尔与中国的交往是重中之重，因此，设计插图时，先将这部分图片放在书稿最前面。想到泰戈尔，他是热情、乐观、博大、沉稳、厚重、谦卑的。经多个平台，我们找到一张适合做封面的泰戈尔脸部特写照片；他正微微低着头，专注于思考，白须飘逸；从特写照中提取棕、褐的专色设计插图，传达泰戈尔的稳重、深刻；选择视觉冲击力强的亮橙色设计封面书名，字体上尤其突出“泰戈尔”，与封面其他部分形成鲜明对比，也传达了泰戈尔的热烈与阳光。

精诚所至 致敬文学巨匠

外审更好保障书稿质量。我们特邀北京外国语大学孟加拉语教授、泰戈尔文学研究专家曾琼作为外审，着重对《泰戈尔传》中涉及孟加拉语翻译、南亚历史与文化等内容进行把关。

文案传达价值，更好与读者建立链接。从众多评语中，我们挑选了季羡林先生这句——“泰戈尔既是慈眉善目的菩萨，又是威猛怒目的金刚”，还站在读者的角度，表达心声：像泰戈尔一样，去微笑，去满足，去创造，在人生的旅途成熟起来。

用精诚致敬文学巨匠。除国内多家媒体和高校平台外，《泰戈尔传》还在中国国际广播电台孟加拉语、印度语平台以外语形式发布新书公告，获得了来自专家、读者的诸多好评。外国专家桑达在孟加拉国媒体上报道新书《泰戈尔传》，称其为伟大的工程。

（作者单位：河南文艺出版社）

2024 开明出版传媒上海论坛专家共议人工智能与未来出版

出版业如何依托技术披荆斩棘

□ 本报记者 商小舟 李婧璇

2024年5月，电子工业出版社打造了国内第一本由小学生和人工智能联手打造的科普小说《AI少年——火星生存大挑战》；在中信出版集团“‘血与锈’经典科幻系列”策划出版过程中，人工智能技术参与了文本翻译、插图生成等多方面的工作……出版业与人工智能紧密交织的情境，提醒着我们“未来已来”。

8月16日，在由民进中央主办，民进中央出版和传媒委员会、民进上海市委承办的2024开明出版传媒上海论坛上，众多专家学者聚焦“人工智能与未来出版”这一备受业内关注的热点话题，探讨在新技术浪潮强势到来的背景下，出版业转型发展与生态构建的难点与路径。

现状：
人工智能改变出版业生态

随着人工智能技术的广泛应用，出版行业从选题策划到内容创作、从编辑加工到出版传播的每一个环节，都能够看到人工智能技术的影响。

“出版业是内容的传播者，而人工智能的出现改变了内容创作与传播的界限。”中国版权协会理事长阎晓宏说，从创作角度而言，人工智能技术的普及使得知识生产不再局限于专业作家。从传播方面来讲，人工智能生成书评、推荐语等，以低成本、大基数的内容输出，加速出版传播的效率。在内容获取方式上，人工智能技术能够根据读者的阅读习惯和偏好，提供个性化的内容推荐。通过大数据分析，出版业能够更精准地定位市场和读者群体，实现内容的定制化生产。

内容生产与传播的变革，也影响着产品属性、编辑角色与出版流程等要素。北京印刷学院副院长陈丹总结了人工智能为出版生态带来的改变，即产品重塑、角色重塑、流程重塑、边界重塑。“通过搭建综合资源管理平台，出版机构深度整合现有资源，构建自主知识库，可以实现数据的自动关联、新知识的自动发现与高效获取。同时，内容数据化、数据知识化、知识服务化的闭环体系，提升了出版产品的深度与专业性，也极大地增强了出版产品的系统性与应用性”。

人工智能不仅改变了传统出版流程，还催生了新的出版形态和服务模



2024 开明出版传媒上海论坛现场。

本报记者 李婧璇 摄

式。如中国人民公安出版社打造的中国警察智识数据库，面向垂直用户提供公安专业知识服务，建立了领域本体知识体系、勾画了公安专业知识图谱的概貌、实现了对1.6万余条知识元的梳理和关联，并逐步增添了公安法律法规、案例文书等多种资源类型。中华书局下属古联（北京）数字传媒科技有限公司负责建设和运营的籍合网，是古籍整理与数字化综合服务平台，整合了多种古籍类数字产品，已成为专业领域权威的古籍数据库之一。面对技术发展，出版单位勇于实践，展示了当前出版机构在产品的结构化和专业化方面能够实现的效果，也为出版转型升级迈出关键一步。

破局：
妥善处理技术应用难题

“一项技术如果因为担心不良后果而过早实施控制，那么技术很可能就难以爆发。反之，如果控制过晚，已经成为整个经济和社会结构的一部分，就可能走向失控，治理的成本也将难以估量。”陈丹指出，出版业在积极应用人工智能技术的同时，也要提前建立相应的制度与规范，预判技术带来的潜在风险。

“生成式人工智能在作品创作和传播方面引发了数据加工使用的法律许可问题，以及生成内容是否构成作品的界

定问题。”对于如何合理使用数据，阎晓宏建议，在技术许可的前提下公布数据使用信息，同时在进入使用环节后向文本所有者支付报酬，并明确相关支付原则。

“当前，以概率为基础的大模型内容生成原理与人类的知识生产规律并不匹配。”武汉大学信息管理学院副院长王晓光指出，认识人工智能技术对内容生态改变的基本逻辑，要超越纸电业务融合的表层逻辑，迈向深层逻辑，即认识到大模型技术支持下的多模态数据统一建模的根底，“从数据生产的角度来看，现阶段人工智能的底层逻辑对齐的是西方文化的价值观，用高质量的中文语料来训练、修正这些模型以及建立我们自己的模型极其重要。”

上海市法学会专职副会长施伟东说，大语言模型的出现提高了文本生成的效率，也造成了一定的困境，如普通读者对于人类作品与人工智能生成内容的分辨会逐渐模糊，因此亟须建立规范的内容生产机制，对人工智能生成内容进行区分、标注和识别，同时避免人工智能的生成物成为技术自我迭代后的语料，导致模型的崩溃和偏离。

路径：
人工智能赋能产业升级

多位专家指出，出版业应自觉转变

拉近科学与日常生活的距离

——译林出版社“天际线”的品牌运营

□ 杨雅婷

天际线，是天空与大地、自然与文明的交汇。译林出版社的科普图书品牌以“天际线”为名，取其广阔、辽远之意，表达人类望远而知新的渴望。自2018年创立以来，“天际线”致力于打造在细分领域精耕细作的自然、科普、博物类图书。这些图书均以自然界的某一个侧面为切入点，使看似平凡的事物成为联系自然世界与人类文明各个层面的纽带。“天际线”的图书讲究文笔考究、视野开阔，专业性和趣味性兼备，以帮助读者了解并关注这个世界充满生机的另一面。截至2024年8月，“天际线”已出版25本图书，平均销量达2万册以上，荣获科技部、自然资源部、国家图书馆、中国科普作家协会等颁发的60余次年度好书奖。

近年来，随着市场风向的变化，国内科普出版品牌不断涌现。面对激烈的竞争，我们一直在积极思考，如何有效提炼“天际线”的差异化优势，在塑造品牌个性的同时，切实回应读者提升自然科学素养的需求和对生态环境问题的关切。

坚持科学与人文并举的品牌定位。作为译林出版社的科普品牌，“天际线”在秉持严谨求真的科学态度之余，也呈现了丰富的文化内涵、隽永的审美趣味和深切的人文关怀，从而在国内科普图书市场上塑造出别具一格的品牌调性。

科学传播的有效性，往往取决于表达手法与受众趣味的匹配度。为了满足大众读者的阅读需求，“天际线”致力于遴选一批以小见大、见微知著的作品，通过一个个清新隽永、饶有趣味的主题，拉近科学与日常生活的距离，使科普与生活美学融为一体。与此同时，这些图书也打破了人类中心主义视角的局限性，引导读者关注气候变化、生物多样性是整个生态系统。

“天际线”图书的作者既包括大卫·

爱登堡、理查德·梅比等英美名家，也包括山水自然保护区等优秀的本土生态保护机构，他们凭借令人信服的专业背景、对自然的敏锐感受力和深厚的叙事功力，把主题放到科学、历史、政治、经济、科技等大背景中进行观察，为读者提供了全面而深入的视角。如《望向星空深处》，作者蒂莫西·费里斯巧妙地将天文知识、个人经历和众多观星者的故事编织在一起，其笔触从天文延伸到历史、文学、文化等多个层面，穿插着他对宇宙和人生的哲学思考。这些作品代表了科普图书的一个重要创作方向，为原创写作提供了具有参考意义的范本。

结合分众传播时代的轻阅读取向，“天际线”自2023年开始规划精品图书产品线，推出了《果园小史》《野草：野性之美》等作品。这些精美的图书将科学内涵与艺术表达连接起来，通过内容衔接的节奏与章法、文本的空间处理，栩栩如生地展示了自然界的宏观尺度与微观细节，凸显了“天际线”不拘一格、简洁雅致、艺术性与功能性兼容并蓄的总体格调。

以追求卓越的专业精神优化产品内容。“天际线”独特的品牌风格背后，是一个具有多学科背景的、开放而灵活的编辑团队。每位编辑对细分领域的密切关注和专业眼光，为品牌捕捉新的选题增长点、优化产品线奠定了坚实的基础。

在日常工作中，“天际线”的编辑深入从选题策划到图书印制的每一个环节。我们先是根据内容的科学性、趣味性、时效性和行文风格，遴选出符合品牌气质的选题，然后约请国内有影响力的中青年学者和科普工作者担任作译者。针对“天际线”图书专业性强、文字考究、体例复杂的特点，我们会对稿件进行深入而细致的加工，逐字逐句对照原文，核查专业术语和科学表述，与

译者、专家深入讨论，提出详尽的审稿意见，确保书稿内容的科学性和专业性，以及语言的流畅性和可读性。与此同时，我们也从核心读者的阅读习惯和审美特点出发，与设计师、插画师、印制单位密切合作，反复打磨每一本书的装帧设计方案。“天际线”还积极探索融合出版，全面整合了纸书、电子书、音频等不同形态，以此丰富科普图书的阅读体验。

《三江源国家公园自然图鉴》是“天际线”的第一个原创选题。这本书的编著团队——三江源国家公园管理局和山水自然保护区中长期在三江源地区开展保护工作，积累了大量的第一手数据、图片资料和案例。在拿到样稿后，我们综合考虑生态环境、林业、公安等系统的工作人员及国家公园生态管护员、科研工作者、牧民群众、游客的阅读需求，明确了图书的定位，帮助编著团队确定编写方向、优化书稿结构，保障了项目的有序推进。在编校过程中，我们多方查找资料，就图书体例、物种名称、插图选用等方面存在的问题，提供了全面而细致的审稿意见。我们还与编著团队邀请动物学、植物学、保护生物学等领域的专家全面审订书稿，确保每个类目都有两位以上的专家进行两至三轮交叉审读。多方充分、密切、高效的沟通，有力地提升了图书的科学性与准确性。这本书在出版后不仅摘得多项年度好书奖，还成功输出日文版、法文版、俄文版版权，使中国国家公园体制建设和生态保护成就在海外得到了更有效的传播。

用图书推广架起通往自然的桥梁。面对读者日益增长的博物探索热情，“天际线”将品牌推广与科普教育有机结合，在译林出版社传统的文学社科图书营销模式上实现了突破。几年来，我们与多家科普单位和生态保护机构建立

发展思路，主动拥抱新兴技术，深入挖掘人工智能与出版传媒业融合发展的潜力，积极探索以人工智能赋能产业升级的新发展路径。

面对技术应用的浪潮，出版业首先需要做到坚守正确的价值理念，坚持高质量内容的供给，发挥“定海神针”的功能。“人工智能技术在出版行业的应用，如果不能巩固和加强出版人的社会地位、维护出版业在社会知识与文化生产中的权威地位，那将是错误的应用。”王晓光指出，出版业追求的是连续性发展，必须坚持我们历史悠久的理想和信念，“新型数字出版物要坚持以便利‘人’的阅读、理解和学习为核心，坚持以人为创作主体，在内容生产方面始终坚持长期主义”。

出版业应增强融合发展能力，开拓以人工智能为引擎的出版新路径。“随着多模态出版产品的日益精进与出版机构自主知识体系的牢固构建，出版业正在打破产业间壁垒，促进深度融合发展，共同开创IP化多元衍生新生态。”陈丹认为，未来出版业不再仅仅是知识的载体，更是知识与智慧的孵化器。同时，在人工智能技术的加持下，出版业可承担更多促进社会知识共享、激发创新意识、增强公众媒介素养的重要使命，成为推动社会进步与文明发展的重要力量。

推动出版业向智能化知识服务模式转型，这一发展目标已在业内形成共识。中国科信数智技术（北京）有限公司总经理许若华表示，人工智能与大模型的发展是出版业向知识服务新范式转型的重要机遇。“未来出版，要将生成内容的模型转变或服务逻辑的模型，把‘替代人工’的模型变为‘以人为本’的模型。这就需要出版业建立高质量数据的桥梁，不断提升数据生成的效率和专业服务的知识库；要扩大业务的服务范围，从提供内容到提供解决方案等，再到提供真正触达读者与用户的业务”。

为迎接新型出版样态，行业也需要开拓新的商业模式，探讨利益如何配置。“未来的出版业拥有大量的数字资源，我们应该进行联合和整合，形成谈判优势，与生成式人工智能相关大模型建立贸易关系。”阎晓宏认为，出版机构需要加强版权保护和贸易，推动出版业在新时代持续发展。

“天际线”的开山之作是《云彩收集者手册》，2017年我们购得该书版权时，“观云”这个概念对大众来说还比较陌生，国内相关题材的科普图书寥寥可数。然而这本书出版当月即加印，目前累计印刷29次。这本书由小众趣味科普一跃而成为现象级畅销书，离不开垂直领域的长期深度营销。为了推广这本书，作者、译者、责编、营销编辑全员上阵，制作含有气象知识的图书宣传视频，发起4届线上“译林赏云大赛”，通过讲座、科普文章、在线答疑和密集的线上互动，向读者普及关于云彩的种种知识。在“天际线”精准找到核心读者之后，发行与新媒体部门通过渠道重点推荐、代人带货等途径，将这本书推向了更广阔的市场。《云彩收集者手册》一步步“破圈”，最终在科普图书销量榜上占据了稳固地位。这本书的畅销不仅引发了大众在社交媒体分享天空之美的热潮，也带动了国内气象科普书的出版。现在每年都有关于云彩的新书上市，读者有了更多机会深入这个领域。

与“天际线”初创之时相比，如今的市场环境和行业格局已迥然不同。面对风云变幻的外部世界，“天际线”不断调整产品结构，对选题的价值、编辑的专业契合度及市场周期保持冷静的判断，力求将每本书做深、做透，使整个书系在持续优化的过程中保持相对稳定的水准。编辑们经常自嘲，为了做这些关于自然的书，失去了很多亲近自然的机会。然而，对自然万物的敬畏，对书籍传播新知的信念，早已成为大家心中不灭的火焰，引领着我们朝更远的天际线走去。

（作者系译林出版社编审）