

论社会主义市场经济条件下 图书编辑的职业意识

张 俊 超

(武汉大学出版社,湖北 武汉 430072)

[作者简介] 张俊超(1955-),男,湖北红安人,武汉大学出版社副教授,主要从事编辑学研究。

[内容提要] 在社会主义市场经济体制下,图书出版业作为一种产业面临着激烈的市场竞争,传统的图书编辑职业意识和工作方法受到了严峻的挑战,图书编辑必须适应图书市场竞争的需要,转换职业意识,迎接挑战。新形势下图书编辑的职业意识应该包括:导向意识、服务意识、策划意识、创新意识、市场意识、责任意识。

[关键词] 图书编辑;职业意识;图书市场

[中图分类号]G 232 [文献标识码]A [文章编号]1000-5374(1999)06-0142-04

图书编辑作为一种社会职业,产生于19世纪末20世纪初叶,它是社会化大生产的必然产物,是精神文化生产领域内的一个具有自身特点的新兴职业。伴随着现代出版机构的建立和现代出版业的发展,图书编辑的职责明确地界定为制定选题、进行组稿、审读书稿、修改加工等。在计划经济体制下,由于我国的图书出版机构既缺乏外在市场的压力,也缺乏内部管理的活力,以致图书编辑的职责更多的是强调审读书稿、修改加工的功能,而忽略了策划制定选题、进行组稿的功能。在这种状态下,图书编辑缺乏主动性创造性工作的热情,更淡漠图书面向市场后的销售情况和读者反映。随着社会主义市场经济体制的建立,我国图书出版机构由单纯的事业性单位转变成事业性的企业经营部门,图书出版机构不仅要更好地为社会主义政治服务,而且要更好地为社会主义经济文化建设服务,为人民群众服务,要编辑出版更多更好的图书,以满足人民群众对精神食粮的需要。与此同时,图书出版机构还应争取较好的经济效益,以发展和壮大自己,以利于图书的再生产。社会主义市场经济的客观要求,需要图书编辑转换职业意识,以适应新形势对图书编辑的素质要求。

一、导向意识

社会主义图书出版工作的性质要求我们必须提供科学、健康、积极向上的科学文化知识给广大人民群众,以解决他们在实际工作和生活中所遇到的问题和困难,鼓舞和团结全体人民精神焕发地去从事社会主义建设事业。

图书编辑策划选题的过程,实质上是酝酿和确定图书内容导向的过程。社会存在决定社会意识。由于我国各地区经济发展水平不平衡,人民群众受文化教育的机会和程度有很大的差异,这就决定了他们对精神文化产品存在着不同层次的需求。有的追求高层次的精神文化生活,希望丰富和提高自身素质;有的则需要掌握一定的专门科学文化知识,谋生立命。当然也不排除部分人则受封建主义、资本主义腐朽没落文化的毒害和影响,追逐庸俗、落后的文化。尽量满足人们健康、科学、积极向上的文化需求,是图书编辑的重要职责,也是我们策划选题时应选取的主要方向,而对于那些消极、颓废、落后的文化需求,则要加以劝诫;对于那些有悖于社会伦理道德,传播封建迷信和伪科学,阻碍社会发展和社会主

义建设事业的反动文化需求,则要采取坚决批判的态度,予以彻底揭露和坚决抵制。

图书编辑加工的过程,是一个对科学文化进行再论证和甄别的过程。一部好的作品,通过编辑的加工润色,会达到更加完美的境界。一部不太好的作品,经过编辑的修补、润色,可以使原作的水平得到提高,以达到出版水准。而对于那些立意不健康、观点错误,会给社会造成不良影响的作品,编辑则可以通过审读予以发现,拒绝出版。

一部优秀的作品问世,如《青春之歌》、《钢铁是怎样炼成的》,会塑造一代甚至几代人的思想情操。而一部坏作品出笼,却会毒害人们的心灵,甚至影响社会的政治稳定。这方面的经验教训古来有之,尤其近些年伴随开放搞活在思想文教领域的深入,作品良莠不齐的现象更是在所难免。因此,图书编辑一定要具备健康、正确的导向意识,仔细甄别筛选作品。惟其如此,我们才能在繁纷复杂的文化现象面前,不至于迷失方向,永远把握住时代的主旋律。

二、服务意识

图书编辑工作是一个服务性质的工作,属于第三产业。我国的出版根本方针就是:为人民服务,为社会主义服务。这是编辑工作者必须确立的角色意识。有了这种意识,才能把握好出版工作的大方向,才能组织编辑更多更好的图书。

一是为作者服务。作者散处于社会的各个领域和地区,他们会根据自己的特长和优势,选择各自的研究方向,写出各种各样的作品。作为编辑,应积极主动地去接近他们,发现他们,充分发掘他们的创作积极性,把好的作品及时推向社会。如有可能,还要采取一些必要的措施,为作者提供一些必要的创作条件和服务。对于作者的作品,要十分珍惜,认真审读加工。需要修改的部分,要充分尊重作者的意见,切不可武断地删改。为了提高书稿的质量,编辑人员有时还要做艰苦细致的工作,反复进行修改和补正,这就需要有耐心细致的工作态度和“为人作嫁”的奉献精神。

二是为读者服务。读者的需要是一个动态的文化现象。充分地满足读者的需要,既是出版商的社会责任,也是出版商事业发展的立足点。作为编辑,应该时刻关心读者的需求,要经常深入读者,作调查研究工作,及时掌握图书市场动态,捕捉图书市场中有价值的信息,并迅速地反馈给作者,组织好选题,及时地推出读者急需的图书,以满足各种层次读者的

需要。

作者和读者,是编辑工作的两个着眼点,架设作者与读者之间的桥梁,是编辑工作者应尽的社会责任,也是编辑工作得以延伸和发展的力量源泉。做好这项工作,需要编辑工作者付出艰辛的劳动。只有把工作做细、做深入、做到位,充分满足了作者和读者的需要,我们的事业才能得到长足的发展,编辑工作者的人生价值才能得到最充分的体现。

三、策划意识

在计划经济条件下,图书编辑工作的重点往往多集中于审稿加工,很少有人去关心读者是否需要,也很少有人去担心出版社的生存发展问题。现在的情况就不同了。自从我国实行社会主义市场经济体制之后,出版社已由纯事业性单位转变成事业性的企业经营单位。出版社不仅要完成国家和各级领导部门下达的图书生产任务,同时,作为企业,还要养活自己,还要上缴国家的利税。加之改革开放后,新成立的出版单位不断涌现,出版业的竞争也日趋激烈,每个出版单位都必须考虑自己的生存和发展问题。过去的那种收稿、审稿、发稿的编辑工作方式,已远远不能适应社会主义市场经济对编辑工作所提出的要求。编辑人员必须走出去,深入到作者、读者、图书市场中,作调查研究,寻找图书与读者、作者之间的最佳结合点,策划设计适合读者口味、适合图书市场的选题,并及时组织作者创作,及时推向市场,这样才能使出版社保持旺盛的生命力。与传统图书编辑相比,现代图书编辑则便具备强烈的策划意识和较强的策划能力。

搞策划,需要编辑人员具备丰富的知识和活跃的思维。策划,说通俗一点就是出点子。而对图书的策划,相较于出日常其他工作和生活中的策划,则需要更多的知识和智慧。因此,编辑人员除应有强烈的策划意识之外,还应有扎实的理论功底、广阔的知识面。这就要求我们的编辑人员,不仅要有最少一门的专业知识,还要有其他相关的理论知识,即一专多能。这样,才有可能想出好的点子,策划出更多有新意的图书选题来。

搞策划,需要编辑人员具备较强的组织能力和社会活动能力。个人的能量是有限的,个人的知识更是有限的。编辑人员要善于借脑,即多向专家请教,向读者请教,善于组织和收集他们的意见,以开拓自己的思维。这里,向专家请教尤为重要。专家是对其研究领域有较深研究的人员,他们的意见往往代表

着这个领域里的新观点、新动向,因此,要经常与他们接触,虚心向他们请教,把他们的好点子收集起来,然后作相应的市场论证工作,即向读者请教,这样,我们就很有可能找到适销对路的好选题。

营造一种良好的人际关系,是图书编辑在与专家和读者交往过程中应特别注意的。对于图书编辑而言,专家既是老师,更是服务的对象,要善于向他们请教,充分尊重他们、信赖他们,他们才有可能把你当朋友,愿意为你出谋划策;读者既是服务对象,也是老师,因为你策划编写的图书,适不适应市场的需要,最后的发言权还是读者。

图书的策划工作,不仅包括图书选题的策划,还应包括图书装帧设计、印刷工艺和营销工作的策划。一部图书以什么样的外观形式与读者见面,这也是一门很值得研究的学问。随着生活水平的提高,读者的审美情趣也上了一个新的台阶,人们在追求货有所值的同时,更加追求形式和内容的和谐与统一。一部好的作品,如果没有与之相配的包装形式,同样难以激起读者的购买欲。因此,图书编辑应与美术设计人员、印刷人员密切配合,在图书的装帧设计、印刷工艺上做到精心设计,精心施工,精益求精,力争达到最佳的效果。营销策划是图书编辑策划过程的重要环节,应该引起图书编辑的高度重视。图书编辑人员应发挥自己对作者、对图书内容熟悉的长处,密切配合图书宣传,发行人员,认真研究,缜密规划图书的宣传和发行工作,利用最佳的时机,采取最佳的形式和方法,使图书及时通畅地送到需要的读者手中去,实现图书策划的最终目的。

四、创新意识

衡量一个图书编辑的工作是否成功,往往要看他所策划的选题或组织编辑的图书,是否有新意,即是否具有创新意识。目前,国内有出版社600余家,年出新书多达7~8万种,其中不乏重复之作,但也有不少具有新意的作品:它们或选题角度新,或内容材料新,或理论观点新,或设计创意新,给人一种春风扑面之感,容易激发起读者的购买欲。

创新需要有强烈的创新意识。没有创新,就没有社会的进步,没有创新,就没有图书编辑事业发展的空间和活力。尤其在社会主义市场经济条件下,图书市场永远是一个动态的文化现象,图书读者的需求和兴趣总是处于不断的变化之中,这就要求我们的图书编辑,要敢于超越传统的图书编辑工作方法,既不能简单地被作者牵着鼻子走,也不能一味从流,而

是应该科学地分析市场,针对广大读者群,寻找图书市场的热点,捕捉学科研究的重点,设计选题,组织稿源,力争做到人无我有,人有我优。对作者自投的稿件,也要根据读者的需要,提出高质量的修改意见,使原书稿更具新意,更适应读者需要。

创新需要有扎实的理论知识功底和坚韧不拔的意志力,其中,知识是创造力的源泉。目前图书编辑一般具有的一两门专业知识,离胜任创新型的编辑工作,还远远不够。我们必须在加强专业知识训练的同时,扩充和拓宽自己的知识面,夯实理论基础,充分发挥我们的想象力构建合理的知识结构,才能具备丰富而无限的创造。创新是一件艰苦的工作,超越他人,战胜自己,都不是一件容易的事,这还需要我们有坚强的意志力,坚持不懈地做下去。

五、市场意识

随着社会主义市场经济体制的建立,图书出版业作为一种文化产业,已参与了图书市场的竞争,市场经济的法则是优胜劣汰,适者生存。当前,我国图书出版业正面临着从数量增长型向优质高效型转移的阶段,各出版社都在围绕着两个效益做文章,相继制定了发挥各自特色和优势的竞争方略。各出版社均加强了内部管理,实行了不同形式的经营目标责任制。对于图书编辑来说,每年不仅有完成看稿字数的指标。而且还有所编图书实现利润的指标,衡量编辑工作的客观依据也多元化了,它既有社会效益的概念;也有经济效益的概念,既有超额完成工作量的概念,也有确保图书内容质量的概念。客观形势要求我们的图书编辑必须转变观念,走出书斋,花更多的时间和精力,关注图书市场情况的变化,设计策划、组织编写更多更好的适应读者需要,适应图书市场变化需要的图书,以实现两个效益的统一。那种只顾埋头看稿,不关心图书销售情况的编辑,在图书业竞争日益激烈的今天,是难于立足的。

现代的图书编辑必须抛弃过去那种编辑只管组稿、编稿的观念,要积极地参与图书的宣传和销售工作,因为编辑最了解作品的写作背景、思想内容和所具有的特色、优势,也比较了解社会和读者的需求(这一点在策划选题过程中就应考虑),从而对出版物的宣传最有发言权,对出版物的发行规律和销售前景具有一定的把握和预见,在发行的方式、范围、数量、时机等方面就可能提出比较有价值的意见。此外,在图书的发行过程中,编辑还能从市场中、读者中收集到更有价值的信息,以利于图书的修订再版

工作,以利于新选题的酝酿和诞生。

六、责任意识

从人类社会发展的全过程考察,文化可以划分为两种类型,一种是文明进步的文化,一种是消极颓废的文化。前者符合或接近人类对自然和自身的科学认识,后者则违反或远离人类对自然或自身的科学认识。在社会主义市场经济条件下,这两种文化现象同时并存,在文化市场上进行着激烈的斗争。我们的图书编辑必须在繁纷的文化市场中擦亮眼睛,站稳脚跟,牢牢把握图书出版工作的大方向,为发展繁荣文明进步的文化服务,自觉地抵制庸俗的、落后的、野蛮的甚至反动的文化,切不可为金钱所蒙蔽,编发宣传暴力、凶杀、淫秽,以及其他低级庸俗的书稿,贻误子孙后代;更不能在诸如国家机密、民族尊严、宗教信仰等重大敏感问题上,丧失政治警惕性,让居心不良的坏人钻了空子,给国家和社会主义建设事业造成不良影响。

图书编辑的责任意识,还表现在敬业爱岗,对工作一丝不苟,努力提高图书编辑加工的质量上。质量是图书的生命,质量好的图书才能发挥推动社会进步和提高人们思想文化素质的积极作用。

图书的质量,一般包括政治性、思想性、知识性、学术性、艺术性、文字和装帧印刷方面的质量。政治性、思想性,是图书编辑工作的灵魂,也是衡量图书质量的首要条件,我们在本文的前面部分已作过一

些讨论,在此不赘。装帧印刷质量是编辑与设计、生产部门配合完成的工作,我们也暂置不论,而重点讨论一下图书的知识性、学术性、艺术性和文字加工方面的问题。知识性、学术性和艺术性是评判图书质量的重要标准。哲学社会科学图书和科学技术图书担负着向读者提供科学、准确的知识,传播、积累人类文化成果的大任,尤其强调知识的完整、准确以及前沿性。理论专著还要有学术性,即理论观点的独创性,其所得出的结论要能经得住实践的检验,并对实践活动有指导作用和应用价值。文艺作品要有一定的艺术性,即对读者要有艺术感染力。文字质量是图书质量的要素之一。文字质量包括逻辑、结构、语法、修辞等。一部优秀的图书应该结构完整,条理清晰,层次分明;文字准确、鲜明、生动,符合语法和修辞的要术;用字规范,除古籍和境外发行的图书外,一律使用国家公布的现代汉语简化字;标点符号、名词术语、计量单位、数字用法符合规范要求;文体格式前后一致,等等。图书的内容质量和文字质量取决于作者专业水平和文字修养的水平,但与编辑加工质量的高低有着十分重要的关系。一部优秀图书的问世,其中包含着作者和编辑的共同心血,反之,一部粗制滥造、错漏百出的图书的出笼,则是编辑缺乏责任意识、丧失编辑职业道德的表现。前几年,此类例子可谓多矣,我们应该牢牢记住这些教训。

(责任编辑 张琳)

Editor's Professional Consciousness in Socialist Market Economy

Zhang Junchao

(Wuhan University Press, Wuhan 430072, China)

Author: Zhang Junchao (1955-), male, Associate professor, Wuhan University Press, majoring in book editing.

Abstract: With the establishment of market economy in China, competition in China's book publishing industry is getting more and more intense, book editor's traditional professional consciousness and working methods are meeting severe challenges. Book editors must meet these challenges and adopt themselves to competition in book industry by changing their former professional consciousness. Book editor's professional consciousness under the new conditions includes the following: the consciousness of political orientation, the consciousness of serving the readers, the consciousness of planning, the consciousness of origination, the consciousness of market, and the consciousness of responsibility.

Key words: book editing; professional consciousness; book market