

什么是编辑？编辑应具备哪些基本素质？责任编辑有哪些责任？怎样策划选题、组稿、加工书稿、处理来稿、校对通读？为什么要审稿审读？如何对图书进行整体设计？怎样打造畅销书并塑造品牌图书？如何认识并做好图书的再版重印、印刷和营销？如何进行版权贸易……

青年**编辑**实用 读本

主编 / 周殿富 郭俊峰



吉林出版集团有限责任公司

青年编辑实用读本

QINGNIANBIANJISHIYONGDUBEN

周殿富 郭俊峰 主编

吉林出版集团有限责任公司

图书在版编目 (C I P) 数据

青年编辑实用读本/周殿富, 郭俊峰 主编. —长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2009. 3

ISBN 978 - 7 - 80762 - 525 - 4

I. 青... II. ①周... ②郭... III. 编辑工作—基本知识
IV. G 232

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 020702 号

青年编辑实用读本

QINGNIANBIANJISHIYONGDUBEN

主 编: 周殿富、郭俊峰

责任编辑: 周 岚、安 静

装帧设计: 亚力设计工作室

出 版 者: 吉林出版集团有限责任公司

地 址: 长春市人民大街 4646 号

邮 编: 130021

发 行 者: 吉林出版集团有限责任公司

电 话: 0431 - 85618706

网 址: [www. jlpg. cn](http://www.jlpg.cn)

印 刷: 长春新华印刷有限公司

开 本: 880 × 1230 毫米 1/32

字 数: 470 千

印 张: 19.375

印 次: 2009 年 3 月第 1 版, 2009 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80762 - 525 - 4

定 价: 39.80 元

寄语青年编辑（代序）

周殿富

大概是三四年前的事了，我考虑到当时许多老编辑已经或即将陆续退休，新编辑大量进入，为了保持优良编辑传统的承续，也使新进入的青年编辑们有所遵循有所参照，便委托俊峰同志组织业内有资深编辑经历或曾经长期从事培训讲课工作的同志们，为青年编辑编写一本实用的书。在书稿付梓之际，编委会委托我为本书写一篇序言，说什么呢？还是结合自己出版生涯与编辑工作的实际，用闲谈散论的方式谈一谈自己对图书的认识与编辑、出版工作方面的体悟吧，来与青年编辑们做一点有限的交流，也许比讲一些空话套话更有用处。

我常与社长、总编和编辑们讲：出版人最大的禁忌是“我喜欢”、“我认为”——也就是微观经济学所批评的那种“计划者偏好”。但在这里，我可以讲“我认为”了，因为现在讲话是著作人，而不是出版人，所以可以自由一些地姑妄说之，但文责自负。一旦有人来读，还希望有自己的独立思考。因为出版工作、编辑工作实在是一门创意性、操作性的实践，因而也只有在实践中才能获得关于图书、编辑、出版工作的科学认知。更何况时代在前进，出版业正处在改革之中，市场也总在不断变化，总有新的东西需要我们不断探索。

书海杂俎

什么是书？对于出版人而言，这似乎是一个不成其为话题的话题，其实不然。至少它曾经是我认真思考过的一个话题。这个话题似乎应该是一个出版人入门的起点话题，而且我很自信自己有资格来谈论这个意不甚深的起点话题。因为我至少读过书、抄过书、写过书，编辑策划过许多图书，也直接组织过图书的推广销售。尽管如此，尽管我自认为很懂图书，可是一旦要用准确的语言把它表述出来，还是不得不去认真地思考，去搜索几十年来大脑中关于书的记忆，关于书的感知，甚至还要查阅许多资料来验证自己的认知。

书首先是给人看的一种文化产品，是一种公开出版物。没有公开出版的是稿，而不是书。尽管蒙田先生曾经讲过：“我的论点不是写给别人看的，而是写给自己看的。”但所有的书无一不是写给别人看的，所以它又是一种公众读物。既然是公众读物，那么除了表述作者自我的思想、观点、创见与感情倾向外，还不能不考虑到读者的接受。既要写清客观事物，又要表明自己的见解。正如王国维先生在论述诗词的意境时所说的，既要有自我之境，又要有无我之境。就像我自己尽管已经声称我写的东西只是“我认为”的“姑妄说之”，但在写这些东西时仍不能不考虑如何让大家接受认同一样。所有的书都是作者与读者间的一种思想互动，一种交流，至少是一种传达性的信息表述。所以，这似乎应是编辑们在判断一部书稿市场价值的第一个起点。所以说，一部书稿有没有出版价值，也是编辑必须做出的第一个判断。这个出版价值就是作者的真知灼见、思想的创新、社会的认同、读者的接受。是的，有的书稿可能没有社会的认同，没有受众，也可能有它的学术价值，但这只是学术价值，而不具备商业价值。而我

们是经营者，因而必须把文化学术价值与商业价值、市场价值放到一起去考虑。

书的物质形态的演变。自古以来，书的物质形式就是文字与书写刻印材料的组合。最早的书应为甲骨文，把文字写在龟甲、兽骨上，这是一种文字，但也应称之为那个时代的“书”，虽然都是一块一块的。后来人们又把文字刻在长条竹板上，这就是后人命名的竹简。人们所说的书简、简书的“简”就来源于此。人们又用牛皮条把这些一块块的竹板串在一起卷起来，这一卷大概就是后来所称之为“卷”的由来。而牛皮条则被称为“编”。所谓“韦编三绝”的“韦编”就是那皮条子，而“编”字最古老的由来大概也在于此。而断简残编的词也源于这种书装形式。后来人们又把文字写在一种薄薄的称为缣帛的丝布上，写在纸上，然后把这布与纸固定于一个木轴上卷起来，这似乎就是一册书。展开则像一幅画、一幅挂图。再后来人们又把这布与纸订在木板上，这板被称为册页，也可能这就是我们今天所说的“版”与“页”的由来。由于印刷术与造纸术的发明，后来才有了古代的线装书与今天的纸介质图书的出现。这就是我们今天称之为书的形式演变。这些知识多是郑振铎先生在他的《文学史纲》中告诉我们的，但解释上如果有舛误则责任在笔者，既不能掠美于人，也不能文过于己。

现代书装形式的缺憾。任何一种产品的形态总得不断创新才更有生命力。但目前现代书装一方面形式单调，一方面又缺少宜人性，不照顾读者的阅读方便。精装过分的，页码过厚的，开本过大的，怎么摆放？怎么阅读？版面设计得过分花哨，形成了一种阅读干扰和视觉污染。而偏偏最重要的页码要么放到不适当的位置，要么字号太小，要么糊版，有时用放大镜都看不清找不到，甚至我还见到过一种没有页码的精装书。一个编辑与出版单位竟然可以可恶到如此地步吗？只考虑花样而根本不考虑读者的

阅读方便。古人就很讲究宜人性，所以书装形式总在不断地改变。而且考虑到阅读的方便都是一小册一小册的。而可悲的是许多出书人已经本身就不读书，所以他根本就不懂也不重视书应该怎么做。而那些古人凡著书者本人就是编校者或出版人，都是专家学者。现代出版人真当反思。书装形式上的缺憾在本质上乃是出版者与编辑自身的缺憾。

书的本质与价值所在。书的形式虽然是文字与材料的组合，但书的本质却不在于此，而在于它的内容。读者购买的是内容，而不是印刷品。这内容才是书的真正价值。所以说读者购买的又是一种价值。书这种文化产品从一开始就是由于它的价值才得以诞生成长流延至今的。最原初的书无非是一种思想感情、历史事件、发明创造的记录。《尚书》被后人称为一种“傅书”，就是记录历史事件的图书；《诗经》被后人称为一种“诗书”，就是记录诗歌的一种图书。古人称“诗言志”，这“志”便是一种思想感情。在印刷术与造纸术发明以前，人们把文字刻在甲骨上，写在竹简、布帛、兽皮上，甚至还有骇人听闻的人皮书出现，何其艰难不易。但为什么人们还要不遗余力而为之呢？因为需要，因为有用。人类所有的行为似乎都可以用“需要”二字来解释，世间万物的存在似乎都可以用“有用”二字来说明。因而，我们在制订选题、组织书稿时，一定要首先考虑到是否符合读者的需要，内容是否能够提供给读者一种有用的价值。

书的使命与功用。尽管书是一种历史文化、思想感情、学术成果的记录，但正因为有了这“记”与“录”，从此，书便被当然地赋予了积累传承文化的使命，赋予了它影响社会、教化人类、服务社会生活的功能。文字与图书的发明也许是我们祖先对后人最大的贡献。文字与书的诞生在原初就几乎具备了它的社会功能：为政治服务，为生活服务，为提高人类自身的生存质量服务，为文化的传承服务。《国语·周语》中说：“为川者决之使

导，为民者宣之使言。故天子听政，使公卿至于烈士献诗、瞽献曲、史献书、师箴、瞍赋、矇诵、百工谏、庶人使语、近臣尽规、亲戚补察、瞽史教诲、耆艾修之，而后王斟酌焉，是以事行而不悖。”显然这一段是说，把诗、史、歌、赋、谏言这些东西记录下来无非是为了广开言路、补益王政。先秦的《尚书》则说：“言必当理，事必当务。诗书礼乐，归于百王之道。诗言志，书言事，礼言行，乐言和，春秋言其微。”明确指出各类书典都有它各自的社会功用。而《汉书·艺文志》则称古代专设采诗官，无非是“令王者所以观风俗，知得失，自考正”。而《诗经》后来不仅成为王者为政的镜鉴，而且成为了社会教化的工具。而前人们把自己创作的诗歌、发明的生产劳动技术记录下来，无非是为了生存的需要，社会发展的需要。这也正是书这种产品能够陪伴着人类一直走到今天而不泯灭的根本原因。因为人们需要它，它对人类的生存发展有用。所以我们出书人所应遵循的出书法则是“需要”。

仔细想来，人世间的所有发明创造，各种产品的诞生，乃至社会发展的根本动力，溯其本源无不由于“需要”二字。图书更是如此，没有需要就没有市场。所以西方人说就是鸚鵡懂得了供求二字也就懂得了经济学。

书是人类沟通交流的桥梁。也许正因为书有了以上的功用，也许正由于有了书的存在，所以才能让今人了解古人，后人了解今人。由此把历史与现在未来编为一体。书又像那些跨越区域、跨越国界的江河一样川流不息地把整个人类文明联结在一起。使中国人了解外国，使外国人了解中国。郑振铎先生曾经讲过：“文学是没有国界的”，“是没有古今界的”，那么，图书也当然是没有国界与古今界的。如果没有四书五经的传承，我们就无以知道两千年以前的事情；如果没有荷马史诗、圣经与古希腊思想文化艺术著述的成书，我们就无以了解西方文明的创世纪源头。正

因为有了书，我们在今天即使足不出户，也可以倾听荷马动人的吟唱与苏格拉底在雅典街头的演讲，以及他在法庭上充满激情而又坦然面对死亡的最后陈述。我们可以去倾听柏拉图的哲学家王的理想，也可以欣赏亚里士多德讲他的城邦政治学；正因为有了书，我们可以看见我们的祖先怎样从远古洪荒中一步步走来。可以看见在古罗马台伯河边流淌着的格拉古兄弟与恺撒的鲜血，也可以看见克伦威尔怎样指挥他的铁骑踏平了英格兰的皇权和英伦三岛，并用他的宝剑挑开了人类近代史的第一章。可以看见在塞纳河两岸飘浮着的法国大革命的火烟，也可以看见美利坚在列克星顿的枪声中怎样独立和崛起；也正因为有了书，虽然已时隔两千多年，我们仍旧可以听到孔夫子的教诲，也可以与先秦诸子去交谈。可以听见屈原在荒野上的倚耒号天与泽畔行吟，也可以沿着楚辞汉赋唐诗宋词元曲明清小说戏剧的文化长廊去忘情地浏览饕餮一番……书是让人类在今天去了解远古瞻望未来，在斗室中去了解宇宙万层空间，在有限中去认识无限的历史与时空的望远镜。而且也正因为有了书，各民族之间国际间才有了思想文化的交流，而且在不同质文化的交流碰撞整合中，人类文明才有共同的发展进步。所以郑振铎先生又说：“无论世界上说哪一种语言的人们，他们都有他们自己的文学，也同时有别的人们的最好的文学，就是同时把自己的文学贡献给别人，同时也把别人的文学介绍来给自己。世界文学的连锁，就是人们的最高精神的连锁了。”但这种“最高连锁”离开了书是无法完成的。书的国际间沟通作用也同样在于此。因此说书是值得我们为其奉献的。也许只有对书的奉献才是对全人类、对后人、对未来不可或缺的奉献。所以古人以立言为不朽。而我们能有机会去从事出版事业，向社会提供优质的文化养料精神食粮，当是一种自豪和骄傲。这不是故作妄言，而是一种亲身感受。当我在少年时代没有书读的条件下，自己借书日夜不舍地手抄《辞海》辞条和数百首唐诗宋

词几百首歌曲，又亲手把那些册页分别用最原始的方式和材料装订成“精装书”时，那是一种怎样的欣慰、怎样的成就感啊！一个出版人若能从自己的事业中去寻找到欣慰和成就感，就一定会有所成就。

书籍是载着人类向上的车轮。苏联的高尔基曾经这样告诉过我们。而我国的郑振铎先生则认为文学书是人的改造的“原动力”，是“人生的镜子”，“是人们的最高精神与情绪的流通的介绍者”。书真有这样大的魔力吗？有。书不但可以影响政治，造福社会，参与生活，而且书可以令人改变自己的命运。这就是为什么有书的流传，从古至今未有不重视读书的时代。正为此，秦始皇才会去焚书坑儒，正为此，也许“刘项原来不读书”的刘邦在夺取天下后，被他的部下一句以“马上得天下，不可以马上治之”的当头棒喝，才有了儒学在中国两千年的兴盛。美利坚第十六任总统林肯也正因为他爱书如命半生苦读，才从一个连小学都没有读过的农民的儿子、小杂工成为了一个国家的主宰者。所以，我们出书人更应该自觉地去读书，更认真地去出书。哪怕是不能改变自己的命运，但我们既然进入了这个行业，如果能用自己的辛苦劳动去为改变他人的命运而努力，不也是一件功德无量的事吗！

书的市场命运在于有用性。书是一种文化产品，更是一种商品。举凡商品无不以使用价值为成立的基础。而且图书的商品属性即使不是与生俱来的，也至少有两千多年的历史。因为图书的本质并不是书的本身，也不单纯是一种文化产品，而是一种价值和使用价值。因而在两千多年前，无论是中国还是雅典，还是泛希腊化时代的埃及，都有人以卖书为业。不过他们要艰辛得多，因为那个时代没有印刷术，只能照原稿一部一部地抄来卖，由此更足见书的价值之大。那么，书的价值在何处呢？在它的内容，所以今人称图书当以“内容为王”。

决定一本书命运的不在于你的装帧设计如何精美，而在于它内容的文化知识含金量与有用性。中国先秦时代的墨子就已经认识到这一点，认为书中所言至少应该有两种用处：其一，实施为政治、法制；其二，其中应有国家百姓人民之利。现代出版人就更应该认识到这一点。就像蚕那种东西看上去让人发麻打怵，但人们还是要养它，费尽千辛万苦也不让它绝种，关键在于它对人类有用；罂粟花那么美，但却遭到全球性的通缉铲除，因为它有害。所以，“有用性”应该是书的价值全部之所在，也应该成为所有著作人、出版人立言、立业不易之圭臬。

孔、孟、老、庄之言逾两千余年而不泯，甚至连西方人都说21世纪是孔子的世纪，关键在于他们的学说对于修身、齐家、治国、平天下有着传统的社会教化作用。《诗经》自先秦以来一直流传到如今，因为“诗可以兴，可以观，可以群，可以怨”（孔子语），也就是说诗有四种用处：其一，兴。可以有感而发抒情咏志；其二，观。有借鉴作用，可以从中考见得失，观风俗盛衰；其三，群。大家可以互相切磋琢磨交流沟通；其四，怨。可以发牢骚，针砭时弊，讽喻世风品行，影响时政风俗。也正因为这些图书有如此的用处，所以才能成为传世之作，逾千年而不泯。因而，今人若希望一种图书有较长的市场生命周期，有较好的市场表现，还是要把功夫下在内容上，下在有用性上。要耐得寂寞，切忌浮躁。欲速则短命，无用则见弃。万物之理莫不如此，当深思之。

努力去寻找职业的精神支点。书是神圣的，至少在我们的先人那里。“焚香读周易，开怀唱大风”不是文人的夸张。我们的先人读书时是要先洗手的，还要焚香的，所以又有“红袖添香夜读书”之说。读书人如此，不读书人更是对书礼拜有加。即使是不识字的父母，一旦看见子女把书或有文字的纸用来垫在座下是绝对不允许的，并告知那是有罪的。中国人如此，外国人也如

此。马基雅维里被难之时，整日在乡间劳作谋生，晚上写书的时候，也一定要先洗手，然后换上朝服才行。也许正为此，我们也当以能够从事于出版业而引为神圣的吧！这样讲也许有夸张之嫌，但人是需要一种精神信念的梁柱来支撑的，我们从事任何一种职业都要首先寻找到它的精神支点。否则你有多大的物质杠杆，也无法撬动起职业的地球。这就是每一个行业都有精英出现，每一个岗位都有平庸与失败者的分水岭所在。

编辑感言

什么是编辑？编辑是一个裁缝，一个“为他人做嫁衣裳”的裁缝。虽然是为他人做嫁衣裳，但谁见哪个裁缝自己的衣服不合体了？你见哪一个厨子自己骨瘦如柴了？但裁缝与厨子不同，首先要有好手艺。你既要会裁又要会缝，这才称得上裁缝，才会有顾客，才会有衣穿有饭吃。而在裁缝之前，首先又要学会使剪刀，否则“未能操刀而使之割”，不但会伤了手指，而且剪坏了还要赔人家的布料。绝非笑谈，就有作者在报上声明自己的书不是自己的奇闻发生，因为那书错别字太多，印装太差，作者觉得丢脸。

什么是编辑的“剪刀”？功夫——文化素养、文字功夫、编校功夫，这是编辑必备的三把“剪刀”。这仍不过是最基本的、最基础的功夫。没有广博而又有所精专的文化素养，你怎么样去和各类作者交流？不谈还好，一谈作者害怕了，不给你稿子，怕弄坏了。没有文字功夫，逻辑层次谋篇布局篇章结构都不懂，稿子到手了，你怎么加工？没有编校功夫，连编次都不懂，卷首语放到目录的后面，后记放到了附录的前面，做了一本书没有扉页，开门见山，如此编辑还有人敢让你去编去辑吗？不改还好，一动笔就笑话百出，二叠纪给改成了二世纪，相差何止十万八千

年？乌桓本在许昌邺城的北方，曹操北征乌桓硬给改成了南征，真真是南辕北辙，翁仲变成仲翁了。还有人再敢找你出书吗？以上种种，无一杜撰，都是我在出版生涯中亲知亲见的事。编辑生涯无论长短，不用心思永远只能是一块废料。反之，如果你肯去“百炼”，就会成为奥斯特洛夫斯基的又一部名著。读书吧，去学习，去努力，人没有生而知之的，更没有生而能之的。人一能之，我十能之；人十能之，我百能之，你就一定能行，你就一定会成为出版业的能人。前面不是讲过林肯的故事吗，他不过用四本书便奠定了自己一生的基础，他可能有天赋，那我们就去读四十部、四百部。

编辑的职业态度。一个员工向他的酒店老板陈述自己的志向，老板问他你准备怎样去实现自己的目标呢？员工讲了很多很多，如学会厨艺，学会管理，学会公关礼仪……但老板的回答却是：这些都是必须的，但对一个年轻人来说，更重要的是一种职业热情与认真的态度。编辑工作的职业态度最基本的要求就是认真，而且要一个字一个字地去认真，一本书一本书地去认真。一字不慎一书不慎，就会出问题。只有具备了这种职业态度才会成为一个好编辑。这种认真态度还不止于案头文字工作，编辑工作的各个环节都需要一种认真的态度，才会有卓越的业绩成就。古今中外，所有成功者没有一个是缺少职业热情与认真态度的。

编辑必备的两种能力。郑振铎先生曾经讲过编辑一本好书的工作是伟大而又艰难的。伟大于何处姑且不论，先说说它难在何处。一个好编辑首先要有策划选题的能力，这是一个好编辑必须具备的职业要求。所谓选题策划能力就是你能独立设计制作选题，具有最基本的选题思想。其次应具备较强的组稿能力。这两项是最基本的要求。但这两种能力绝非一日之功，一蹴而就。必须从一本书一本书做起，编辑工作是一种操作性职业，因而必须得有经验，经验必须要靠亲历的积累。不要怕细微的小事，要从

最基础之处做起。正所谓善亲历者知深，能积微者速成。

什么是选题？选题的表面不过是一本书的题目与按规定必须明确的项目、程序。而本质上选题是一种产品的母壤和模具，是进入市场的先锋。选题是一种创意，是一种编辑思想出版理念，是对市场感觉的理性具象，是一种比较中的选择。没有选择便无所谓选题。对于编辑而言，选题是在众多方向、题目中所最后选定的图书“沙盘模型”。在这个“选”的过程中你所淘汰的比率越大，质量便越高，正所谓“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金”。选题的过程真就是一个沙里淘金的过程，在这方面谁下的推敲功夫深，吃得反复颠扑之苦，谁的收获便越大。选题之难还在于必须依据市场需求，而不是“我喜欢”、“我认为”，这是编辑工作选题过程中的最大误区。所以编辑首先必须熟悉市场需求，有一种经验性、职业性的市场感觉，你的选题才会有希望。而选题的设计制作不能靠一个人闭门造车，冥思苦想，要有“群策群力”借助外脑的科学方法，一定要学会借助，要集思广益才会出好选题。

怎样组稿。选题不管怎么重要，在操作执行之前仍是一种“纸上谈兵”，关键在于如何组到合于创意与预期的稿子。如果说选题设计与制作的质量要靠编辑的思想与学养，那么组稿就要靠编辑的公关交际与操作能力。你首先要知道去何处找谁才能理想地完成这个选题。其次你得有说动作者来为你完成这个选题的办法，这需要一种方法与艺术，需要有一流的与作者交流的学养与能力。选择一个什么样的作者至关重要，二流作者的一流作品常常不如一流作者的二流作品，名人在市场上的晕轮效应是不可漠视的。房地产业的箴言是：第一是地段，第二是地段，第三还是地段。一个选题成功的箴言似乎应该是：第一是作者，第二是作者，第三还是作者。一个编辑如果有一个较为稳定的作者群，事情就好办了。而选择作者最好选有较稳定读者群的作者，成本虽

然高但收益也会不错。

编辑的“过五关”。《三国演义》中的关云长有了“过五关斩六将”的经历便成为了英雄。仔细想来人的一生似乎都在闯关斩将中得到不断的升华，在打破艰难局限中获得自由。一个成熟的、成功的编辑也要闯过“五关”，才能从必然王国进入出版业的自由王国。当然这需要毫不吝惜地付出。第一关：编校关。这是编辑的基础功夫，如果连校对关都过不了，连编次都不懂，是称不上编辑的，前面已讲过的不再赘述。第二关：选题关。你不仅要有选题的策划、设计、制作能力，而且你应具备征服选题决策程序、决策者的能力。要获得一个选题的通过，自己首先要有底气，要有把握，要有信心，要有说服他人的能力。而只有自我感觉良好是没用的，怨天尤人更不解决问题。第三关：成本关。你必须学会一般的前期制作常识，熟悉印制工序与材料、价格，否则你就没有话语权，你就失去了对自己的单书成本的控制权。第四关：核算关。你必须自己学会单书核算，掌握单书所支付的前期费用、所有成本，能够大体计算出印量多大才能够形成利润。第五关：市场关。选题变成了图书，便同时生长出两个胚芽，一个是盈利，一个是亏损。并不是所有的好书都赚钱，在市场面前桃子的命运不只取决于自身的好坏，关键取决于你的图书怎样进入市场。因而，编辑的责任并不是在图书印出来就算完结，而在于它的市场销售结束，你的责任才算完结。因而，从选题策划开始的每一个环节，每一个程序，你必须都要有市场意识，要有促销措施在跟进。尽管有专门的部门与人员负责各个环节的工作，但作为一个编辑，只有对以上五个方面都有把握能力时，你才有话语权、主动权。在各个方面，即便不需要成为专家，也要粗知大略。当然编辑的主业还是要放到编辑业务上，放到选题与内容上。须知无花果与无果花都是不尽如人意的。所以西方人说如果只顾目标而不顾其他，最后连目标都会失去。

编辑的“斩六将”。所谓责任编辑的责任是建立在权利基础之上的。责任编辑拥有约稿权、审稿权、改稿权、定稿权、发稿权，那么你就有了相应的责任。在处理稿件时，第一，要负起政治责任，不能出政治的、思想的、政策的、方向的事故。第二，要负起学术责任，不能出现常识的、科学上的错误。第三，要负起文字责任，最低要达到出版水平，至少要文通字顺，没有逻辑、语言、句式、文法上的错误。第四，要负起质量责任，尤其是错别字不容许超标，这是最基本的职业道德与敬业精神问题。第五，要负起编辑责任，除了稿件的齐、清、定外，一定要把好编次关，这是最基本的编辑规范。环衬、前插页、插图、扉页、序言、前言、体例说明、目录、正文、附录、后记等在书籍中的排列都有固定位次，不可随意编排。这是责任编辑一项基本而又基本的常识性规范性的职责，必须搞清，来不得半点含糊。因为它标志着一个出版单位与责任编辑的整体业务素质与出版专业水平。第六，要负起统一体例的责任。全书体例一定要统一，要规范。如一、二、三级目录的设置，各种形式的注释，各章节版式样式等，都要全书统一。一个编辑如果具备了“过五关斩六将”的本事，就是一个成熟的、能够独立操作的优秀编辑了。

编辑的职业兴趣。一个编辑的责任感十分重要，但凡事如果只从责任出发便会越来越沉重，终有一天会有乏味枯燥的感觉。因为责任是一个准强制履行的概念，而非人的本性使然。所以编辑人员应努力从职业生涯中去培养一种职业兴趣，对于所有工作环节，不只是当任务去完成，而是当成一种创造，一种兴之所在去进行。要学会从中寻找到一种满足感、成就感，就会轻松多了。这也是符合生命本质的一种人生态度。著名的创造进化论者柏格森就认为人类生命的本质冲动在于创造，在于向前。如果把任何事情都当成负担，都看成是职责和任务就会缺少创意，也缺少激情，从而就会缺少活力和耐力。有人说工作着是美丽的，但

工作着是愉悦的似乎更应该成为我们理想的职业心态。一个好的编辑应该具有一种优越的职业美感。

“编辑墙”的打破。编辑生涯中最困难的时段既不是入门，也不是深造，而是职业生涯中途必得遇到的一堵“墙”。这堵“墙”来临的早晚因人而异。什么是“编辑墙”呢？就是当你走过了许多路程后，似乎什么都熟悉了，可是却再也没有力气走过去，仿佛面前遇到了一堵再也无法逾越的高墙。不仅失去了早年的锐气，而且似乎连选题也找不到，不知所为，不知所措。因而便想改行或者换一个岗位，甚至到处去寻找避风港。这种现象的出现有两种原因：一种是缺少恒定的职业兴趣、职业坚守，是一种心态使然；一种是由于先天不足与后天业务素质不到位，因而发展到一定程度，再也没有打破个人职业发展瓶颈的能力，无法实现新的突破。

这种“编辑墙”的打破，一要靠自己心理的突破力：既然已经走过来了，一定可以走过去。许多情况下并不是走不过去，而是一种职业惰性使然，是不想向前走了。其实只要做下去，一定会比过去更好。如果只听从自己滋生的惰性的召唤而放弃，那么就是一种生命资源的浪费。因为你放弃的是一种生命的投入，而不是一个行业、一个岗位。你已经在这个行业、这个岗位投入了几年、十几年的精力和时间，既有了经历也有了经验，正是该出成就的时候，为什么要放弃呢？只因为难吗？这个世界上有不难的事吗？农民种了一年地，付出了自己血汗后，没有一个人会因为难不去收获的；商贾投资一个项目许久，在接近回报的时候，没有一个人会因为难而把钱白扔了走人的。人贵有一种耐力、韧性，遇难而退的人一生也只能是平庸而已。有一种蓑羽鹤，每年迁徙都要飞越珠穆朗玛峰。但这飞越却要付出昂贵的代价。它们不断提升自己飞行的高度，费尽千辛万苦，刚超过峰顶就被对面强大的洋流风像吹风筝一样地把它们卷落。但它们从不放弃，一