

本书策划：蒋 宏

选题策划概论

XUANTI CEHUA GAILUN

刘永东 著

探索前沿理念

总结实战经验

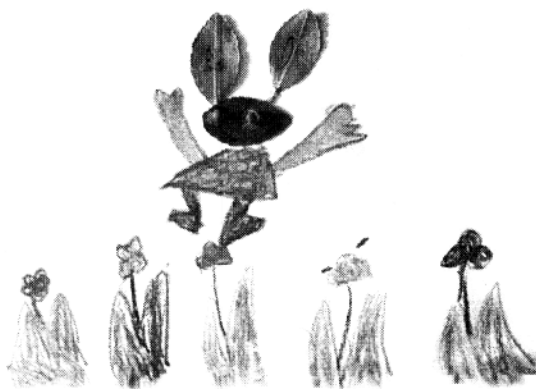
全面介绍选题策划

为你开启通往成功策划之门

知识产权出版社

选题策划概论

刘永东 著



知识产权出版社

本书策划:蒋 宏

责任出版:杨宝林

责任编辑:王 俊

装帧设计:段维东

图书在版编目(CIP)数据

选题策划概论/刘永东著—北京:知识产权出版社,2006.10

ISBN 7-80198-627-X

I. 选… II. 刘… III. 图书—选题策划—概论 IV. G232.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第001325号

选题策划概论

刘永东 著

出版发行:知识产权出版社

社 址:北京市海淀区马甸南村1号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:bjb@cnipr.com

发行电话:010-82000893 82000860 转 8101

传 真:010-82000893

责编电话:010-82000860 转 8026

责编邮箱:wangjun341@gmail.com

印 刷:知识产权出版社电子制印中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:640mm×960mm 1/16

印 张:13

版 次:2006年11月第1版

印 次:2006年11月第1次印刷

字 数:208千字

定 价:30.00元

ISBN 7-80198-627-X

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

序

选题策划犹如一块石头、一棵树、一朵花、一盆水,这些在人们眼里看似平常的东西,经过创意的过程,它可能会有奇迹出现。正如一些平凡的石头,变成一座雄伟的金字塔后,发生了质的变化,成为了人类文明的经典之作。

一个优秀的选题策划工作者应该具备头脑活、嗅觉灵、眼光准、会操作的素质和能力。

头脑活,是指选题策划者的思维一定要活跃,一件事能从社会政治、经济、文化、科学等多方面去分析。同时做策划一定要有超前意识,如同下围棋,走了这一步能考虑到下一步甚至以下好几步。同质化的价值定位必然使选题缺少市场竞争力。所以,我们在做选题策划时不能固定在一个点上,需要打开思路,求新求变,顺应社会发展趋势和读者需求发展趋势,具有一定的超前意识。

嗅觉灵,是指选题策划者要有敏锐的洞察力,嗅觉要灵敏,能够嗅到读者市场的丝丝变化,根据变化及时调整自己的选题

策划思路。

眼光准,是指选题策划者在做策划时一定要把眼光放准,有其独到的见识。能够准确地看到社会的发展变化和读者的心理需求,综合考虑多方面的因素,不断推出符合市场需求的好选题。选题策划者眼光准最首要的是选题定位一定要准,定位是选题策划的灵魂,成功的定位可以使我们在竞争中大获全胜。

会操作,是指选题策划工作者对自己策划的选题要有实际操作能力。没有操作能力,再好的策划方案也仅仅只能停留在纸上。良好的实际操作能力能够减少选题操作中的失误,提高选题的成功率。

作为一个选题策划工作者,要具备头脑活、嗅觉灵、眼光准、会操作的素质和能力并非一朝一夕之功。本书从理论到实践对选题策划工作进行了比较全面和深入的论述,旨在对提高选题策划工作者的素质和能力有所帮助。

本书分为五章,大致可分为三个部分。

第一部分梳理了出版、选题、策划、选题策划等最基本的一些概念。

第二部分阐述了选题策划的思维方式、素质要求及其培养途径等内容。

第三部分总结了选题策划的操作方法,汇集了作者本人及其他从事选题策划工作者在长期的选题策划实践中,获得的一些不见于书本的一线经验,具有很强的实用性和针对性,是全书的一大亮点。

值得一提的是,本书还选取了作者5篇选题策划心得,涵盖了教育出版、专业出版、大众出版三大领域。既有单个选题的策划,也有系列选题的策划;既有单一媒体的策划,也有多媒体互动的策划。如果读者能从中得到一点点启发,我将感到无比的欣慰。

限于作者的理论水平和实践经验,本书难免还有很多疏漏和错误,在此谨向读者表示深深的歉意。

原以为写一本书并不是一件很难的事情,但从酝酿该书到付梓出版的过程中,确实走得很艰苦,甚至有过放弃的想法,这主要缘于作者的策划素养及功力不够使然。现在回过头来想想,写作这段时间的特殊体验使我真切地感受到了一种自我生命的被触动、被激扬、被宣泄,而这种内心的深层体验,是在日常生活中感受不到的。

本书的出版,要感谢我的合作伙伴蒋宏先生对本书所付出的大量心血,还要感谢我的家人及关心此书出版的朋友同事们,是他们给了我温暖,给了我信心,给了我动力。最后,我还要特别感谢在写作过程中一直陪伴着我的《赢在中国》主题歌——“在路上”：

那一天
我不得已上路
为不安分的心
为自尊的生存
为自我的证明

路上的辛酸已融进我的眼睛
心灵的困境已化作我的坚定

在路上 用我心灵的呼声
在路上 只为伴着我的人
在路上 是我生命的远行
在路上 只为温暖我的人
温暖我的人

.....

是为序。

刘永东

2006. 10. 26

目 录

序

第一章 选题策划概述

1.1 出版	1
1.2 选题	6
1.3 策划	9
1.4 选题策划	17

第二章 选题策划的作用、特性及原则

2.1 选题策划的作用	20
2.2 选题策划的特性	23
2.3 选题策划的原则	26
2.4 选题策划的总体要求	35

第三章 选题策划的创造性思维

3.1 什么是创造性思维	39
3.2 创造性思维的特点	40
3.3 创造性思维的构成	43

3.4 选题策划的思维方法	46
---------------------	----

第四章 选题策划的素质要求

4.1 选题策划的素质要求	52
4.2 选题策划的素质培养途径	64

第五章 选题策划的方法

5.1 关键点一:了解读者	81
5.2 关键点二:搜集选题信息	93
5.3 关键点三:市场定位	96
5.4 关键点四:编辑制作	112
5.5 关键点五:营销方法	137

亲历策划

亲历策划案例1	155
亲历策划案例2	167
亲历策划案例3	180
亲历策划案例4	188
亲历策划案例5	194

第一章 选题策划概述

选题策划是出版活动的起点,也是出版活动的终点。选题策划是出版业市场化的必然结果。激烈的市场竞争不断赋予选题策划新的内涵。成功的选题策划应包括选题构思、组稿、编辑、甚至营销等整个出版过程。选题策划是围绕出版活动而展开的,因此,在本书中我们首先要简要介绍出版、选题、策划、选题策划几个基本概念及与之相关联的一些内容。

1.1 出版

1.1.1 什么是出版

出版一词,英语为 publication,来源于古拉丁语 publicatus。据考证,出版一词在中国出现于近代。虽然出版一词在中国出现于近代,但书籍出版在中国有悠久的历史。原始书籍的产生,即帛书的出现,可以追溯到春秋战国时期,《墨子·明

鬼》有“书之竹帛,传遗后世子孙”的记载。中国古代书籍的流传,最初是由人们辗转抄录。以后有人抄书出卖,书籍开始成为商品。据记载,西汉时就出现了书肆。公元2世纪初,中国发明了纸张,使文字载体发生了巨大变化,为书籍出版的发展提供了重要的物质条件。公元7世纪,中国发明了雕版印刷术,有了印本书,开创了书籍出版的新时代,正式的出版业开始出现了。公元11世纪,毕昇发明了活字印刷术,书籍出版业又出现了一次突破性飞跃。公元15世纪50年代,德国人J. 谷登堡发明了以机械的方法用铅活字印刷图书,使出版业朝着工业化的方向发展。公元19世纪初,这种先进的印刷术逐渐传入中国,中国的现代出版业也随之逐步形成。什么是出版?《辞海》(2002年版)中的解释是:将作品编辑加工后,经过复制向公众发行。狭义的仅指书刊的出版,而且不包括印刷和发行。在印刷术发明以前,书籍主要是人工抄写流传,印刷术发明以后,开始雕版印书。我国唐代中叶,民间已盛行刻印售卖历书、诗歌、小学字书和阴阳迷信等书籍。随着现代科学技术的进步,出版正在向多媒体、网络方向迅速发展;“出版”在《中华人民共和国著作权法实施条例》中的解释是:将作品编辑加工后,经过复制向公众发行;“出版”在《世界版权公约》1971年修订版第六条中的解释是:本条约所用“出版”一词,系指作品以有形形式复制,并把复制件向公众发行,使作品能阅读或观赏。

随着出版形式的多样化,特别是数字出版的诞生,复制和

发行不是出版的本质特征越来越明显,首先网络出版无须复制,其次有的出版也不一定具有像发行一样的纯经济行为,它可以是某种机构为了达到某一目的而对受众的免费提供,也可以是一种个人性情和观点的抒发(如博客 Blog)。

综上所述,笔者认为,出版是指为了适应社会受众的需要,通过一定的载体,将著作、图画、声频、视频、符号等经过编辑加工后公之于众,以传播科学、文化、信息和进行思想交流、发表见解的一种社会活动。

1.1.2 出版活动的功能

出版活动是人类社会经济、政治、文化发展到一定阶段的产物。出版物凝聚着人类的思想和智慧,汇集了科学技术的发展和人类社会实践活动的经验与成果,反映了社会生活的各个侧面。出版活动所具有的功能,使其在推动人类社会文明的前进和发展中扮演着非常重要的角色。关于出版活动的功能有非常多的诠释,比如说,提供知识、提供休闲娱乐、传播信息、文化缔构与传承等。其实,出版活动的最本质的功能是大众传播功能。下面从政治、文化、经济、社会四个方面对出版活动的功能进行论述。

1. 政治功能

关于出版活动的政治功能,巢峰在《出版物的特殊性》一文中指出:“出版物是宣传思想的有力武器,任何阶级、学派、团体、宗教,无不利用这一武器来宣传自己的思想。”宋本文也

认为：“出版是人类精神活动的重要传播媒介，科学的进步、思想文化的积累离不开出版。……特别是报刊和图书对于政治宣传、思想教育的巨大作用尤其不可忽视。”

从传播学的角度对出版活动政治功能的另一方面舆论导向进行理论分析，出版物作为一种重要的传播媒介，能够从五个方面影响广大读者的立场、观点和行为：一是可以为读者提供支持固有立场、观点和行为的有关情况，从而增强受传者的固有观念；二是在争议不大且没有外部因素干扰的问题上，重复传播内容能直接改变读者的行为；三是只要善于把一种新观点同读者的原有价值 and 需要联系起来，就可以使读者在不改变原有立场的情况下接受新观点；四是为读者提供证明他基于某些需要和固有观念而采取行为的正确性的材料，支持读者业已采取的行动；五是提供与读者固有观念相联系的新情况，对读者的思想注意力起一种引导作用。

2. 文化功能

出版的文化功能包括文化选择功能、文化生产功能、文化传播功能、文化积累功能。

文化选择功能，是通过出版活动中的编辑工作环节来履行的。不论是对出版物的选题，还是对某一部作品进行的具体编辑加工，都是一种去劣存优的文化选择过程。

文化生产功能，是出版物生产的性质所决定的。出版活动的文化生产功能不仅表现为自身直接参与文化创造活动，而且表现为出版能为其他文化创造活动，如科技、文学、艺术，

以及服饰、建筑等物质文化的发展提供条件。所以,一个国家的出版业发达状况,可以作为衡量一国文化发展水平的标志。

文化传播功能,是通过出版活动中的批量生产及出版物的广泛传播过程来实现的。批量生产为出版物的流通创造条件,而流通则直接使蕴含于出版物中的知识信息得到广泛的传播。

文化积累功能,是通过出版物为旧文化的保存与新文化的增长创造条件来实现的。在人类文化发展的历史上,出版物的产生、印刷术的发明、出版技术的改进以及图书流通的发展,都对旧文化的保存和新文化的增长起了巨大的推动作用。

出版活动正是通过其文化选择、文化生产、文化传播及文化积累功能的发挥,才对人类文明的进步和社会文化的发展产生了巨大的推动作用。

3. 经济功能

出版活动的经济功能可以概括为三个方面:一是产值构成功能,出版活动能向社会提供出版物或出售版权,直接创造产值,构成国民经济总产值的重要部分;二是经济促进功能,出版活动能传播知识,提高劳动素质,促进社会生产力的发展;三是经济服务功能,出版活动能传播信息,为经济决策与管理提供信息服务。

4. 社会功能

出版活动的社会功能主要集中在社会交流、社会教育、消遣娱乐三个方面。

出版活动的社会交流功能,主要表现为出版物作为一种重要的信息媒介,能在社会成员之间进行广泛的信息交流与沟通。

至于出版活动的教育功能和消遣娱乐功能则非常易于理解,在此不想赘述。

1.2 选题

1.2.1 什么是选题

什么是选题?《辞海》(2002年版)中的解释是:出版社为准备出版的书籍预先拟定的题目和有关事项,提出的选题是编辑工作的基础和首要环节。内容一般包括:书稿名称、内容设想、读者对象、估计字数、交稿时间等。可由编辑提出亦可由著译者自荐或他人推荐。期刊、报纸专栏和创作、研究部门亦往往拟定选题,以便组稿;《选题论》一书中提供了“选题”的三种解释:“选题,是一种创造”、“选题,是一种创意、一个‘点子’、一种知识与信息的综合,是一种判断、一种决策、一种在诸多问题面前提出来的解决办法,也可以是一种可行的设计方案,总之,是从创意到设计到实施的系列构想。”、“是一本或一套书的主题思想、主要内容和书名的总体设计。”《选题论》一书中的这三种解释,第一种过于笼统、第二种比较完整,但似乎又没有突出要义、第三种则局限于图书。

笔者认为,选题是编辑在对采集到的信息作综合研究的

基础上,为适应社会、读者需要而提出的精神生产课题。

1.2.2 选题的构成要素

选题的构成至少包括以下三个方面的要素。

1. 有创意

所谓创意,就是独特性,就是新意。创意可以有大有小,但不能完全没有。一般的新闻报道一类的题目不叫选题,因为他们毫无创意可言,只不过是一种记录而已。

2. 有价值

这里说的价值也可以理解为卖点。有创意并不一定有价值,或者说有很大的价值。

3. 有合适的匹配性

这里所说的匹配性包括选题与出版结构的匹配,也包括选题与载体的匹配。选题与出版结构的匹配主要指选题是否符合出版单位的选题方向,能不能成为出版单位选题板块的有机组成部分。比如一个有关养鱼的选题肯定是不适应在商务印书馆出版的。关于选题与载体的匹配问题,举一个例子:《怎样识别假人民币》是否可以形成图书选题?显然不行,这个题目的含量不足以成为一本书,最多写一篇文章就够了。

以上是综合抽象各种载体选题的一些共性,对选题的构成要素进行的总结,如果微观到某一个具体的图书选题,它的构成要素应包括以下几个方面的内容。

1. 稿件名称

它和正式出版时所用的名称可能不一样。

2. 作者

酝酿选题时,应该有作者对象的具体设想,包括作者的学术观点、学术水平、行文风格等。在这一阶段能有具体的约稿对象和作者人选则是最理想的状况。

3. 稿件内容的说明

即所要创作的稿件涉及的知识门类、范围、层次和写作的角度等。

4. 出版意图

即出版的目的和宗旨。

5. 提出选题的理由

包括选题的特点,对选题社会效益和经济效益的估计,国内外有无类似内容的作品,国内外学者对这类选题的研究状况等。

6. 读者对象

7. 写作要求

既包括对内容的要求,也包括对表现形式的要求。此外,篇幅大小、装帧设计、完稿要求等也要在选题中一并加以反映。

1.2.3 选题的基本类型

选题的分类可以依照不同的标准来进行,有的按学科来分类,有的按专业来分类,有的按题材来分类,我们在日常工作中最常见的是按题材进行分类——少儿、教育、经济、生活、