

[编辑的意识]

一种思想

一种信念

一种目标

一种操守

李锦雯 编著

云南大学出版社

[编辑的意识]

一种思想 一种信念 一种目标 一种操守

李锦雯 编著

云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

编辑的意识/李锦雯编著. —昆明: 云南大学出版社,
2009

ISBN 978 - 7 - 81112 - 838 - 3

I. 编… II. 李… III. 编辑学—研究 IV. G232

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 048500 号

编辑的意识

李锦雯 编著

责任编辑: 刘 苹 熊晓霞

封面设计: 李锦雯

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 云南科技印刷厂

开 本: 889 × 1194 1/32

印 张: 6

字 数: 130 千

版 次: 2009 年 3 月第 1 版

印 次: 2009 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 81112 - 838 - 3

定 价: 18.00 元

地 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华
园内 (650091)

网 址: <http://www.ynup.com>

E - mail: market @ ynup.com

目录

CONTENTS

1	写在前面的话
7	第一章 略论编辑的理论意识
7	第一节 编辑的政治素养
16	第二节 编辑的社会活动能力
21	第三节 编辑要具备更新知识的能力
25	第四节 编辑要具有专业业务知识素养
31	第二章 略论编辑的法律意识
31	第一节 出版法律中严禁出版的选题
33	第二节 编辑的职业操守
40	第三章 略论编辑的质量意识
40	第一节 编辑保证图书出版质量的意义
42	第二节 图书出版质量的现状
46	第四章 略论编辑的审美意识
46	第一节 图书的审美艺术
48	第二节 编辑提高审美意识的途径和方式
55	第五章 略论编辑的创新意识
55	第一节 编辑创新意识的重要性
57	第二节 编辑培养创新意识的途径





64	第六章 略论编辑的审稿意识
64	第一节 编辑审稿意识的意义和作用
67	第二节 审稿的原则
73	第七章 略论编辑的策划意识
73	第一节 策划意识及其意义
75	第二节 编辑如何具有良好的策划意识
87	第八章 略论编辑的选题意识
87	第一节 选题的定义和作用
89	第二节 成功选题的原则和定位
96	第九章 略论编辑的营销意识
96	第一节 编辑营销意识的重要性
98	第二节 图书营销要求编辑具备的素质
101	第三节 图书营销的方式与卖点
107	第四节 我国的图书市场现状
128	第十章 略论编辑的细节意识
128	第一节 编辑细节意识的重要性
130	第二节 把细节进行到底
137	第十一章 略论编辑的作者意识
137	第一节 作者和编辑相互依存的关系
141	第二节 编辑和作者矛盾统一的关系



143	第十二章 略论编辑的人脉意识
143	第一节 编辑建立人脉资源的重要性
147	第二节 编辑建立人脉资源的途径和方式
150	第三节 编辑对人脉资源的管理和统筹
152	第十三章 略论编辑的多维发展意识
152	第一节 建立多维发展意识的必要性
156	第二节 编辑应对数字化出版的途径和方法
160	第三节 数字化出版时代的书评
165	第十四章 略论编辑的品牌意识
165	第一节 编辑品牌的重要性
168	第二节 编辑品牌是图书市场的需要
170	第三节 打造编辑品牌的途径和方式
175	第十五章 略论编辑的情意意识
175	第一节 编辑情意意识的重要性
177	第二节 培养情意意识的途径
180	第十六章 略论编辑的环保意识
180	第一节 树立环保出版意识的重要性
182	第二节 倡导环保的出版方式
186	后 记



写在前面的话

编辑的古称，叫“编纂”、“编撰”或叫“编次”、“编修”等，是顺其次第，编列简策而成书的意思。现在编辑的字面意义，是指用物质文明设施和手段，组织、采录、收集、整理、纂修、审定各式精神产品，使之传播展示于社会公众的工作和从事这项工作的人员。

编辑是出版工作中的中心环节，起着关乎全局的关键性作用和影响。这是由编辑出版工作具有对社会发展能动作用的功效所决定的。

编辑是出版工作中的重要环节，其工作质量直接影响着出版物的质量，并决定了出版物的市场销量。

编辑的修养是搞好出版工作的前提和保证。同理，编辑的人品、思想、觉悟、知识、水平、倾向、信仰、习惯、准则等都会在编辑的个人行为中体现出来。编辑个人的思维路径和行为意识影响并制约着出版。正确的编辑思维路径及行为，会对社会产生巨大的推动作用，与之相反，便会产生破坏或负面结果。这些，无论是正面的或是负面的行为，我们都可以统称为编辑的意识。



因此，编辑的意识是一种思想，是一种信念，是一种目标，是一种操守。

从字意上来理解，意识是“注意”和“认识”事物的意思，自然界里万事万物都有意识的存在，事物总是先有“本质”和“规律”的作用，才会有“意识”指导我们在各种复杂环境中适应生存。我们的情感世界好似一种特有的汽车方向盘，它牵引着我们好的情感和坏的情感，引导我们不能做某件事情或者以另一种方式去做某件事情等等。可以这样认为，意识主导了我们更好的存在。

在哲学的定义里，意识是具体事物的组成部分，是人脑对世界和万物具体事物中思维抽象的反映，是具体事物的存在、运动和行为表现出来的普遍性规定和本质，是每个具体事物普遍具有的自主、自新、自律的主体性质和能力。

世界万物的存在、运动和变化是意识的表现形式，意识是发现世界和万物的一般规定、一般规律和隐藏的那部分。意识是存在、运动、变化、行为的本质、统帅、指挥者。没有意识就没有存在、运动、变化和行为。人的意识行为是在人脑的指挥下发生和进行的。人的意识是人的组成部分，是人体行为表现出来的规定和本质，是人脑产生和发出的指挥人体行为的意向、意念、欲望、理想、方案和命令。人的行为意识是通过人脑的作用，对内部和外部环境或具体事物的反映，这些作用和影响，



对人生来具有的意识本能，通过同感和认知进行有机结合、进行分析处理，便产生指挥人体行为的意向、命令、计划、方法和方案，产生成为人的行为结果。

意识是人脑的机能和属性。

人在社会生活、社会行为和社会运动中表现出来的意向、理想、思想、主义、观念、路线、方针、政策、精神、法则、意志、道德、制度等，是人的社会意识。

人的社会知识，是社会意识形成和建立的基础，正确的社会意识是建立在正确的社会知识基础上的，错误的社会意识是建立在错误的社会知识基础上的。

错误的社会意识对社会和人的生存发展具有负面的破坏作用，而正确的社会意识对社会和人的生存发展具有重要的意义和价值。意识是人脑对客观存在的反映，首先，正确的意识与错误的意识都是人脑中客观存在的反映；其次，无论是具体的感觉还是抽象的思维，都是人脑对客观事物的反映。

因而，认清了编辑是如何一回事，认清了意识是什么，就能指导我们如何顺应形势的发展和需要，做一名称职的编辑。

近三四年来的中国出版业的发展变化突飞猛进，出版改制的步伐迅速加快，出版航母正日益做大做强，出版产业迈向集团化发展成为主流话题，这是中国出版未来发展的战略规划，同时也是出版业要彻底根除传统出版中固有的、不适合新形势发展的框框套套的大势所趋。





出版的集团化、市场化发展，经营模式由事业单位转为企业等诸如此类的变化，是中国出版自改革开放以来翻天覆地的巨大“变身”，它带来的海啸般的震动和冲击像旋风一样波及和冲撞着每一个出版人。面对如此强劲的改革浪潮，反对声，赞扬声，人声鼎沸。但是，无论我们持何种态度，顺应改革的潮流才是明智之举！国家对出版业对外开放的步伐在加快，未来的中国出版之路肯定不是一帆风顺的，我们的出版产业市场化运作能力如何？我们的竞争能力、抗衡能力又如何？我们应该清楚地认识到，自改革开放以来，出版产业虽然取得了由计划经济向市场化运作转变的部分成效，但与世界先进的发达国家相比，我们的差距实在是太大了，尤其是对于出版市场化运作，我们在机制上、在人才储备上、在管理上、在观念上、在市场意识上、在经营预警上等诸多方面都不能与国外发达的出版业相提并论。我们所处的环境是经济全球化的时代，同时又是知识经济时代、信息时代和网络时代，随着我国加入 WTO，中国经济要与世界经济一道腾飞，中国新闻出版业面临的是更大范围和更深层次的国际市场竞争。在这些纷繁复杂的背景下，中国的出版产业面临着前所未有的残酷挑战，这种挑战考验着我们的出版机制对出版人才的培养和造就能力。没有人才，就没有竞争力；没有竞争力，就没有市场地位；没有市场地位，出版社就不能生存下去。

综合地看，中国出版产业的发展是不平衡的。虽然



同处在社会主义特色经济的大旗下，但是中国的强势出版主要分布在北京、上海和江浙地区，并大致占了出版业的半壁江山；与这三地相比，其他地区的发展也有很大的差别。这种发展的不均衡，主要集中体现在三个方面：一是地理位置的优势，决定了出版社占有人才资源、出版资源、信息资源上的强势；二是观念和意识更新迅速的优势，北京、上海和江浙地区是中国政治、经济、文化的发达区域，人才济济，思想观念、意识观念更新较快，传统思维束缚少；三是竞争意识强的优势，这体现在上述区域的出版社普遍在人才使用上不拘一格，注重个人能力的发挥和发展。所以在中国的北京、上海和江浙等经济和文化发达地区，已经形成了初步的市场竞争力。但是，中国还有相当多的地区出版产业没有形成自己的竞争力，因此更不可能抗衡国外出版的竞争。这些出版社之所以还没有形成可以抗衡的竞争力，主要是它们在从计划经济向市场经济转型的过渡期，没有及时调整运作机制，没有从根本上完全与市场接轨，从而造成了编辑从业意识差，编辑“只当和尚不撞钟”或者只愿做“剃头和尚”等不良现象。甚至有的编辑计划经济的烙印相当深，等稿上门的思想根深蒂固。当然，这样的状况在发达地区的出版社也还存在，但在欠发达地区的出版社就更为普遍了。以上这些情况，都是与现实格格不入的。

我从事编辑已经 14 个年头了，编辑过期刊，策划出





版过不少名家的作品，也曾和多位全国著名作家交流过；我从他们的观念和思想中明白了一个道理，那就是编辑对市场的把握程度和编辑水准是作家们最看重的。可以说，如果编辑没有过硬的“金刚钻”是揽不到“瓷器活”的。那么，什么才是编辑的“金刚钻”呢？新闻出版的核心竞争力——编辑如何才能应对发展如此迅猛的新形势、新格局呢？当今的新闻出版事业，已经不再需要仅仅只会埋头编书的编书匠了，需要的是深谙策划组稿、长于案头编辑、精通市场营销、善于经营管理的、具有现代意识的复合型编辑。那么如何成为符合新形势需要的复合型编辑呢？我依据自己的掌握和学习，梳理了编辑应当具有的十六个方面的意识，算是自己的一点从业感受。

2009年3月1日于文林苑



第一章 概论编辑的理论意识

编辑的理论意识是其他所有意识的基础，可以说，没有理论意识，其他的意识也就无从谈起。

第一节 编辑的政治素养

一、编辑政治素养的必要性

(一) 是图书的精神文化产品的性质决定的

编辑是精神文化产品的引导者、设计者、生产者和传播者，必须具备较高的政治素养和理论修养，要能正确处理好社会效益和经济效益之间的关系。

图书作为一种精神文化产品，是传承、发展和宣传先进文化的载体，是为满足消费者的需要而生产的，反过来说，不是读者需要什么就生产什么，对社会、对读者自身有害无益的图书，即便有销路也不应当生产。编辑要有政治观，也就是要有政治家的头脑，要认真履行书稿内容的把关、把握好书稿导向的职责。出版社一再地强调，衡量一个编辑的业绩不仅要看他出版了什么图书，还要看他



出版什么图书。

(二) 是编辑政治素养与弘扬先进文化相统一的结果

编辑的政治素养是编辑的政治倾向性与弘扬先进文化相统一的基础，是社会主义意识形态与先进文化内在的契合点。强调编辑的政治素养和政治倾向性，实际上主要是指编辑要坚守社会主义的意识形态性。社会主义文化，是以马克思主义理论为指导的、代表着人类社会发展的总趋势的、以实现绝大多数个人的自由和全面发展为价值目标的文化。同时，社会主义文化克服了资本主义文化的弊端，克服了资本主义文化的缺陷，吸收了符合人类社会发展的需要的新文化成分。社会主义文化是无产阶级政党执政的文化前提，是其执政合理性的价值源泉和执政的理论指导，这就使我们的意识形态性、社会主义文化的意识形态性与先进文化能有机地统一起来。因此，要求编辑的政治倾向性与弘扬先进文化具有内在的统一性，并完全能够依据它们内在的契合点而合二为一。

(三) 是编辑的社会职责、文化使命与文化发展规律的统一性决定的

一定的文化是一定的政治、经济在观念形态上的反映。在特定的历史时期，文化总有最能反映、最能表现、最能代表这个时期的政治和经济的文化主潮，它在这个历史时期占据统治地位，支配着其他的思想文化意识，并相应主导着其他思想文化意识的或兴或衰，或生或灭。这就是文化发展的规律。

编辑的社会职责就是整理文化、创造文化、传播文化。它所肩负的是一项文化交流、文化积累、文化传承和发展的重要使命，并在创造当今社会文化氛围和影响后世文化



氛围中扮演着重要的角色。编辑必须深刻地懂得文化发展的规律，并要遵循文化发展的规律。作为编辑，我们要自觉地、理性地代表先进文化，宣传先进文化，这是由文化发展规律与编辑的社会职责文化使命的统一性所决定的。

（四）是由社会主义先进文化的科学思想、科学精神和科学方法所决定的

社会发展的进步和知识经济的来临，以及编辑在文化传播中的枢纽作用、导向作用，把编辑们推向了知识信息创新和科学发展的前沿阵地，要求他们自觉地表现、承载和传播先进文化。先进文化中的科学知识、科学思想、科学精神和科学方法是先进文化的重要源泉之一，在我国建设先进文化就是要提高我国人民的科学文化素质，培养大众的科学理性和科学精神。不断提升广大人民群众的科学思维能力和科学理性精神，从而不断提升全民族的科学文化素质。科学文化素质的高低，直接决定民族素质的优劣。因此，为推进编辑肩负起身上的文化使命，编辑们应该大力普及科技知识，尤其要传播科学思想，弘扬科学精神，提倡科学方法，用科学精神铸就我们的先进文化。

科学思想是先进文化的根基。在全社会大力传播科学思想是一项十分紧迫而艰巨的任务。科学精神是科学文化素质的灵魂，是先进文化的重要组成部分。它不仅可以激励人们不断在科学的道路上攀登前进，而且对树立正确的世界观、人生观、价值观具有重要的现实意义。编辑们要通过自己的努力在全国范围内使全体民众增强科技意识和科学思想，提高全民族的科学文化素质，使全体民众都具有高尚的风格、情操，使全体民众都得到自由的、充分的、全面的发展。



（五）是编辑的价值定位决定的

我们现在的编辑从事的已不再是“整理成册，合刻诸书”的简单工作，社会发展的要求，使编辑已不可能仅限于其通过传统的搜集、整理、考证、编订等工作方式，来完成编辑传播文化、承续文化的使命。现在的编辑必须通过找寻新与旧、今与昔、推陈与出新、民族与世界之间的契合点，才能为人类文化的薪火相传、生生不息做出应有的贡献，并还要为现在的人们提高生活质量、营造精神的乐园。所以说，编辑不仅仅是意识形态下的工具。按现在的要求，作为编辑还要代表先进的文化，不仅要代表，还要弘扬，并且，还要具备表达、代表、承载先进文化的自觉性。所以我们说，编辑的价值定位还应当是弘扬先进文化的文化人，而不仅仅是意识形态的工具。

二、编辑如何在理论上加强政治素养

（一）编辑要懂政治、讲政治，并在出版的各个环节贯穿始终

编辑要认真学习党的路线、方针、政策，了解和把握图书出版工作的大政方针，坚持正确的出版方向，在信息收集、选题策划、内容设计、编辑加工、营销发行各个环节都要有敏锐的政治嗅觉，严格遵守出版政治纪律，担负起宣传党和国家路线、方针、政策的责任和义务，坚持图书社会效益和经济效益相统一的原则，多出精品，服务于社会，服务于广大读者。只有做到这些，编辑才有所为。

（二）编辑要有基本的理论素养

编辑要具有正确的政治观点，能分清什么是社会主义、



什么是资本主义、什么是唯物史观、什么是唯心史观，什么是科学、什么是迷信，而且要能联系编辑工作的实际，做好政治把关。对涉及政治原则的问题，一定要保持高度警觉，善于及时发现和防止错误的政治内容在出版物中出现，推出更多思想性、艺术性、可读性相统一的精品力作，为经济社会又好又快的发展提供有力的智力支持。

三、编辑如何在实际工作中真正做到把好政治关

（一）从选题策划做起

编辑在选题策划时就要注意政治意识、大局意识和责任意识，无论是书稿的基本立意，还是书稿的主要内容，都应该要有传播先进文化，弘扬社会正气，引人积极向上、奋发进取，本着既为读者服务又为读者负责的原则，坚持中央要求和倡导的“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人”的宗旨，以准确分析读者的阅读取向、阅读兴趣、消费心理、消费习惯、消费能力，有针对性、有目的地策划选题和设计产品，要扶正祛邪、择优汰劣。目前，我们只要细心观察，便会发现，社会上涌现出的各种阅读热点和一些文化思潮，除了作者的立场、观点和眼光外，还与编辑有着密切的关系。比如，《狼图腾》、《货币战争》、《求医不如求己》、《杜拉拉升职记》、《哈利·波特》、《魔戒》、《明朝那些事儿》（1~5）、《培养了了不起的男孩的100个细节》、《培养了了不起的女孩的100个细节》等图书莫不如此。

（二）在编辑三审过程中严格把关

编辑的具体工作主要包括初审、复审、终审以及编辑加工等。除此之外，重大选题还要请专家审读。其中，初

