

图书选题策划六讲

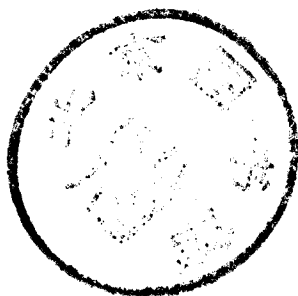
王宗峰

西南交通大学出版社

104

图书选题策划六讲

王宗峰 编著



西南交通大学出版社

6. 21

内 容 简 介

本书以马克思主义的哲学观点和逻辑思维的方法为指导,着重从理性上阐述图书选题策划的若干宏观问题,以期达到使图书选题策划工作者改进思想方法与工作方法,提高工作效率的目的。主要内容有:图书选题策划的哲学思考、思维方法、疑难问诊、运作模式,图书选题的框架结构和策划编辑的基本素质等。

本书适于青年编辑工作者阅读,并可供各专业的出版工作者参考。

图书选题策划六讲

王宗峰 编著

*

西南交通大学出版社出版发行

(成都 二环路北一段 610031)

成都飞机工业公司印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/32 印张: 4.75

字数: 95千字 印数: 1—1000册

1996年10月第1版 1996年10月第1次印刷

ISBN 7—81057—018—8/Z·069

定价: 5.00元

写在前面

凡做一件事，不仅知道去做什么，该怎么做，还应该研究为什么去做，怎样做得更好。

学习一点哲学知识，运用哲学的观点和方法，从宏观上多研究一些问题，从理性上多探讨一些问题，从全局上多分析一些问题，从整体上多思考一些问题，对于改进思想方法，树立正确的思维方式，去抓好大事是颇为有益的。

每个人在自己的工作中，都有大事和小事，大事和小事是相对而言的。

我在出版社总编辑的工作岗位上，在实践中，归纳总结出的抓大事是抓：出版方向，选题策划，队伍建设，质量效益。这四个方面，分开来看都是很重要的，但是，这四者是有内在有机联系的整体。

图书选题对于出版社来说是涉及到生存与发展的基础，没有好的选题，就不会产生好的社会效益与经济效益。怎样才能有好的图书选题，关键在于策划。

本书就是以策划选题为主线，来讲述有关问题。本书着力于从哲学的观点和方法，去试图归纳、总结选题策划实践中的理论问题和实际问题，从中找出规律，以进一步指导选题策划工作。全书包括：选题策划的哲学思考，图书选题的框架结构，选题策划的思维方法，策划编辑的基本素质，选

题策划的疑难问诊，组织选题的运作模式等六个部分。

全书是我在社内给青年编辑讲课所写的讲稿的基础上整理的，因此，从形式上还保留着讲稿提纲的模式。

本书所涉及的“图书”是狭义的概念，即泛指书籍，不包括报纸和期刊；广义的图书是指书籍、报纸、期刊、画册、图片等各类出版物。

由于本人水平所限，加之无暇以顾，难免有片面、不当、谬误之处，恳请批评指正。

王宗峰

1996年5月

目 录

第一讲 图书选题策划的哲学思考 1

一、关于图书选题的几个一般概念..... 3

1. 选题概念和选题意义 3
2. 选题范畴和选题优化 4
3. 选题规划和选题决策 5
4. 选题规律和选题评价 7

二、图书选题策划中运用的若干哲学概念..... 8

1. 空间和时间 8
2. 宏观和微观 9
3. 内容和形式 10
4. 本质和现象 11
5. 个别和一般 12
6. 感性和理性 12
7. 偶然和必然 13
8. 可能和现实 14

三、图书选题策划三要素 14

1. 人文要素 15
2. 物化要素 16
3. 思维要素 16

四、图书选题策划的哲学思考 17

思考 1	“无”与“有”	17
思考 2	“多”与“少”	19
思考 3	“分”与“合”	19
思考 4	“早”与“晚”	21
思考 5	“优”与“劣”	23
思考 6	“入”与“出”	24
思考 7	“滞”与“畅”	26
思考 8	“人”与“物”	27

第二讲 图书选题的框架结构 29

一、图书选题框架结构的意义和作用	29
1. 选题框架结构是选题总体构思的立意	30
2. 选题框架结构是宏观管理的需要	31
3. 图书选题框架具有导向和规范作用	31
二、图书选题框架结构例释	32
1. 学术专著系列	32
2. 应用技术系列	36
3. 普及读物系列	60
4. 教材系列	63
5. 法规类出版物系列	65
6. 工具书、手册系列	65
7. 翻译图书系列	66
8. 挂图系列	67
9. 综合图书系列	68
10. 其他系列	69

第三讲 图书选题策划的思维方法 71

- 一、追溯·推移法 71
- 二、分段·凝固法 73
- 三、剥离·叠加法 75
- 四、分解·合成法 76
- 五、聚焦·扩散法 78
- 六、筛选·嫁接法 79
- 七、升华·寓意法 81
- 八、点线·系统法 82

第四讲 图书策划编辑的基本素质 84

- 一、要有大局意识、全局观念 85
- 二、要有营销意识，重视培育市场 87
- 三、应提倡编辑人员学者化 90
- 四、编辑的嗅觉、灵感与构思 93
- 五、要善于搞调查研究 96
- 六、要有自己的艺术风格 99

第五讲 图书选题策划的疑难问诊 102

- 一、关于选题周期..... 103
 - 1. 问题：怎样把握选题周期？ 103
 - 2. 例示 1：18 年磨一剑 103
 - 3. 例示 2：10 天出一本书 104

4. 综述：把握选题周期要点 5 则	105
二、关于选择书稿	106
1. 问题：策划选题怎样选择切入口？	106
2. 例示 1：寻找抗日战争选题的突破口	106
3. 例示 2：介绍西方艺术的切入口	107
4. 综述：选择书稿的“三维切入法”	108
三、关于书稿篇幅	109
1. 问题：怎样把握书稿的篇幅？	109
2. 例示 1：一本 87 页的畅销书	109
3. 例示 2：5000 万字的《二十六史》白文本	110
4. 综述：适度调整书稿篇幅的几点看法	110
四、关于决策“风险”	111
1. 问题：怎样避免选题决策带来的“风险”？	112
2. 例示 1：“借鸡生蛋”有“风险”乎？	112
3. 例示 2：选题重复，也是“风险”！	112
4. 综述：选题策划的“风险”观	113
五、关于立意创新	114
1. 问题：能做到策划选题形式的多样化吗？	115
2. 例示 1：要拿出敢吃第一只螃蟹的精神！	115
3. 例示 2：“挂图”系列选题，大有文章可作	116
4. 综述：选题立意创新并无秘诀	117
六、关于作者队伍	118
1. 问题：怎样发现作者？怎样培育作者群？	119
2. 例示 1：十年拭目待作者，功夫不负有心人	119
3. 例示 2：巧逢作者，偶然中见必然	120
4. 综述：联系作者的 8 项方法	121

第六讲 组织图书选题的运作模式	130
一、指令法	130
二、协作法	133
三、招标法	136
四、委托法	137
五、联合法	139
六、单一法	140
参考文献	142

第一讲 图书选题策划的哲学思考

哲学是社会意识形态之一，是关于世界观的学说，是人们对于整个世界（包括自然界、社会和思维）的根本观点的体系。

哲学的根本问题是思维对存在、精神对物质的关系问题。古今中外所有的哲学派别都根据对这一问题的不同回答而分成两大阵营：凡断定精神是世界本原的是第一性的属于唯心主义阵营；凡认为物质是世界本原的是第一性的则属于唯物主义阵营。

19世纪40年代，马克思、恩格斯亲自参加并总结了无产阶级的对资产阶级的斗争，概括了自然科学的新成就，批判地继承了人类文化科学的优秀成果，革命地改造了德国古典哲学，创立了马克思主义哲学——辩证唯物主义和历史唯物主义。

马克思主义哲学的产生是哲学上的伟大革命，它与过去一切旧的哲学有根本性质的不同，这是最科学、最革命的哲学，是无产阶级的世界观和方法论，是无产阶级认识世界和改造世界的锐利武器。

马克思主义认为人类的生产活动是最基本的实践活动，是决定其他一切活动的东西。马克思主义者认为人类社会的

生产活动，是一步又一步地由低级向高级发展，因此，人们的认识，不论对于自然界方面，对于社会方面，也都是一步一步地由低级向高级发展，即由浅入深，由片面到更多的方面。

由此看来，认识的过程，第一步是开始接触外界事情，属于感觉的阶段；第二步是对综合感觉的材料加以整理和改造，属于概念、判断和推理的阶段。也就是说，理性认识依赖于感性认识，感性认识有待于发展到理性认识。任何事物，都有其发生、发展的过程，有其内在的规律性的属性，所谓从感性到理性的认识过程，就是寻求事物内在发展规律的过程，掌握了这种内在的规律性的属性，则就更便于去促进事物的进一步发展。即从感性认识而能动地发展到理性认识，又从理性认识而能动地指导实践活动。

策划图书选题，乃是认识、实现选题的一种选择性活动，是出版社生产过程中的重要环节。面对竞争激烈的图书市场，面对广大读者的不同口味的需求，在茫茫的选题海洋之中，如何驾驭策划之舟驶向理想的海湾，是摆在出版工作者面前的必须认真对待和解决的课题。

策划图书选题的过程，是优化图书选题的过程。

在保证社会效益第一的前提下，实现社会效益与经济效益统一的良性循环，是选题策划的准则。优化选题是个实践的过程，是个认识的过程，实践、认识、再实践、再认识，而实践和认识的每一个循环往复，都比较地进到了高一级的程度。也就是说，在策划图书选题的实践过程中，深化了认识，了解和掌握了规律，进而运用这种规律性的东西，去进一步指导选题策划活动。出版工作者策划图书选题，优化图书选

题结构，要具有正确的思想观点，要运用正确的思想方法和工作方法，才能奏效。换句话说，策划图书选题，优化图书选题结构，需要找到一把“金钥匙”，显而易见，这把“金钥匙”就是哲学观点和思维方法。

运用哲学观点和思维方法来指导图书选题策划，就可以思路明确，目标清晰，少走弯路或不走弯路，达到实现优化选题的目的。

本书第一讲，图书选题策划的哲学思考，其内容就是引导大家从哲学角度研究、思考和解决选题策划中的若干宏观问题。

第一讲的主要内容有关于图书选题的几个一般概念，图书选题策划三要素和选题策划运用的若干哲学概念以及选题策划的哲学思考。

一、关于图书选题的几个一般概念

1. 选题概念和选题意义

选题概念也就是选题的定义，在主观上是指对图书题目的选择，在宏观上是指被选择了的图书的题目。选题概念可以泛指，也可以有确定的含义，或确定的文字表述。例如，为迎接和庆祝伟大的中华人民共和国建国五十周年，我们主观上运筹策划出版以建国五十周年为题材的图书，这个选题概念就是具有确定含义的没确定具体内容的泛指的选题概念。其确定含义是指要围绕建国五十周年这一主题来策划图书选

题，其泛指是说没确定是画册、小说、科学专著、科普读物还是别的什么出版物。当策划完毕，确定出版《新中国五十年铁路桥梁画册》一书时，图书的题目已经被选定了，这个选题概念在客观上就有了确定的文字表述。

选题意义也就是选题的作用。选题是编辑人员从事编辑活动的基础，是出版社维系生产、赖以生存的资本和源泉，是出版社实现社会效益与经济效益统一良性循环的前提条件。选题对出版物是一个绝对的因素，在编辑出版工作中，选题的重要性、根本性和普遍意义是不言而喻的，无论怎样强调也不过分。出版社若没有图书选题，似无米之炊，无水之源，无本之木。显然，没有选题，没有书稿，则编辑人员无以加工，校对人员无从校对，发行人员无法销售，整个出版社就会停摆。若没有高质量的优化之图书选题，出版社的编辑人员虽忙于加工书稿，校对人员虽埋头专心校对，所出版之图书平平庸庸，不受读者欢迎，难于销售，既没有社会效益，又不产生经济效益。因此，策划选题，优化选题是至关重要的。选题概念是策划选题活动的内涵。选题意义是策划选题活动的外延。

2. 选题范畴和选题优化

范畴是一个哲学概念。马克思主义哲学认为范畴是反映客观事物的本质联系的思维形式，是各个知识领域中的基本概念。选题范畴是指图书选题的类型和范畴。选题范畴是对选题活动的定向和定位。

各出版社必须根据出版方针确定自己的选题范畴，对自己的选题活动定向和定位，发挥自身的优势，形成各自的风

格和特色。编辑人员策划选题时，一般情况下，都应遵循本社的选题范畴去运作。

各出版社的选题范畴都有其相对性和绝对性。大学出版社以出版高校教材为本，社会科学类出版社以出版社会科学读物为主，科学技术类出版社以出版科技图书为己任，这就是选题范畴的相对性。无论哪种类型出版社，都必须坚持为人民服务，为社会主义服务，为党和国家的大局服务，这就是选题范畴的绝对性。

选题优化是图书选题活动的方针。选题优化是以寻求最佳社会效益与经济效益为目标的编辑行为的渐进过程。

出版社的图书选题，一是宏观方面，一是微观方面，两者均需优化。出版社的图书选题要做到整体优化，单本书的选题也要力求优化。“优”字本身包含着美好、充足、协调之意，此意对出版物也应该是适用的。选题的优化与否，与出版社的整体实力息息相关，是一项系统工程。就选题活动而言，选题范畴具有相对性，选题优化则具有绝对性。

3. 选题规划和选题决策

选题规划是实现图书选题目标的设计方案。一般来说，规划分为长期、短期两种。长期规划是编辑出版工作的战略性计划，如五年规划、十年规划、十二年规划等。短期规划是长期规划科学性、连续性和稳定性的切实保证，有一年规划、二年规划、三年规划等，一年规划也称为计划。通常，我国的出版社都制订五年规划。

制订图书选题规划工作是一项很重要的工作，各出版社应在社长、总编辑亲自领导下组织落实。组织制订选题的基

本程序是：第一，要制定一个计划，包括指导思想、基本原则、规划目标、保证措施、人员安排、日程要求等等，形成文字材料。第二，调查研究，多方论证，明确思路，保证重点，形成规划的文稿。第三，组织落实规划。根据年度分段实施规划的这个特点，有针对性地按照年度滚动实施规划，尤其要注意保证规划中重点图书的出版。编辑人员要自觉地遵照选题规划来组织落实选题。

决策泛指首脑部门或领导人员的一种决定政策和策略的行为。在军事上常有战略决策、战役决策和战斗决策之分。但是，决策一词往往还被用于生产、经营、生活等各个领域。选题决策是认识、实现图书选题的一种高效率的选择活动，是对图书选题规划的实施。选题决策是否得当，直接关系到图书选题的质量，进而影响着出版物的社会效益与经济效益。

制订图书选题规划是一个选题决策的过程。然而，除严格执行选题规划组织落实图书选题之外，尚有大量的，约占选题规划数量的三分之一的选题数量需要进行调整。调整的过程就是个决策的过程。由于面对日常对选题取舍的抉择，不可能像制订选题规划那样有较为充足的时间，所以，客观上对这样的决策提出了更高的要求。无论是责任编辑、编辑部室主任、还是副总编辑、总编辑，甚至社长，都要进入角色，要权衡被决策的选题本身、该选题与其他相关选题的区别与联系、该选题与兄弟出版社的关系等等，然后，做出判断，进行决策，拍板定案。

如果说，选题规划是目标，选题决策则是个过程；规划制订以后视其为静态，决策过程则为一种动态行为。

4. 选题规律和选题评价

选题规律是人们在认识、实现图书选题过程中，寻找策划选题活动本身固有的本质联系和必然趋势，选题规律是客观存在的。

规律是客观存在的，反复起作用的法则。任何事物都有其产生、发展的内在的本质的联系，即规律。在实践的基础上寻找并掌握有关规律是从感性到理性的不断深化的认识过程，选题规律也是如此。

平日我们常讲，要善于总结经验，经验，就是规律性的东西。编辑人员在谈到自己如何策划组织落实选题时，都会讲出自己的一套办法或体会，哪怕是点滴体会，这都可以说是经验，是规律，只不过不同的人员所处的位置和视野不同而已。责任编辑、编辑部室主任、副总编辑和总编辑，对于策划选题的总体目标是相同的，但是，由于分工的不同和职责各异，考虑问题的角度和处理问题的方法必然不尽相同。然而，却有其共性，即均可以总结概括出各自的选题规律。

编辑人员，特别是青年编辑工作者，要注意从各自的宏观与微观视野的角度出发思考问题，总结经验，寻找规律，以做到事半功倍，不断策划出优秀的选题。

选题评价是对选题价值论定的一种方法。选题评价是一个过程，包括选题决策前的评估，编辑审稿后的评价，出版物出版后的评论。选题评价是促使出版物实现理想的社会效益与经济效益的手段和过程。选题评价是选题决策系统自我调节，实现选题优化，实现出版系统优化的调控方法，也是出版社与社会联系的桥梁。