

编辑出版业务实操技巧研究

毛旭林

中国轻工业出版社 北京市 100040

摘 要：编辑出版业务开展的过程，既是一种整合资源、对接需求、实现共赢的工作过程，也是从业者们突破局限、克服困难、提升自我的成长过程。这不是一个疾风骤雨、速战速决的过程，从业者们对出版资源的梳理和维护、作者队伍的建设，都是润物细无声、细水长流的过程。在这一过程中对业务实操技巧的深入钻研和掌握，是编辑实现沟内容传播者和内容生产者业务目标的基础。

关键词：编辑出版；业务实操；技巧

1. 作为内容传播者的实操技巧

从出版社的立场来看，编辑要做评判者、主导者、生产者。从出版机构的角度而言，编辑必须充分发挥评判、主导、生产的作用。在这个过程中，就要从以下几个方面来把握实操技巧。

1.1 不卑不亢，有礼有节

当下的图书市场和出版环境中，大家都有比较明晰的甲方、乙方的心理定位：作者是甲方，出版社是乙方，出版社会主动挖掘作者资源，尤其是优质的作者资源，会让各个出版社呈现出竞争的势态。所以编辑，尤其是工作时间不长的新编辑，在与作者资源对接的时候难免会把握不好对接尺度。

但理性分析的结论是：在合作推进的事务中，双方互为依托，目标是共赢，所以合作双方本质上是平等的，作为资源挖掘方和内容传播者，除了首先要真诚地推进合作以外，我们的另一个关键点就是要平和、自信，不卑不亢：出版社是有质量标准 and 流程规范的，出版法规如何、质量标准如何，工作流程、业务规范有哪些，生产进度受哪些因素影响，编辑会对书稿予以怎样的对接和处理……这些我们都要与作者方充分沟通好，确保作者方对我们工作的专业性和规范性予以知晓、理解和配合。

如作者提交的书稿质量情况与出版标准还有一定差距时，我们就要从专业性和规范性出发，从出版者的角度与作者理性探讨，给出中肯、具有可行性的修改意见，协助作者完善书稿；再如，有些作者或者作者单位的法务，出于他们个人的立场、理解的偏差或法务工作形式的需要，会对出版合同中的相关条款提出修改的要求，这样一来不仅会徒增出

版方的工作量，同时也会给整个出版事务带来相关风险。这时编辑就要坚持原则，向作者表明：出版合同既有一般商务合同的属性，也要遵循相关的行业法规。出版合同是在国家相关主管部门的指导和监督下制定的，条款也是我国出版行业通用的制式条款，无法就制式条款进行修改，若有其他约定，都统一在最后的补充条款中予以呈现。在整个业务过程中，编辑要始终有主导意识，该配合、能配合作者的，全力配合；该坚持、需要坚持的就必须坚持。

除了不卑不亢，还要有礼有节，对作者一定要谦逊有礼。作者老师都是各个专业领域的从业者，无论他们的书稿有什么样的问题，需要怎样调整和完善，我们都要在充分尊重他们的前提下进行沟通，站在作者的角度充分为作者考虑，以做好服务的心态与作者一起推动编辑出版业务进程。

1.2 先谋后动，勇于创新

凡事预则立，不预则废。这句话用在编辑出版业务上，尤其合适。编辑出版业务开展的过程，就是一个主导图书产品生产的过程，选题策划的核心要求就是要有规划、有条理，讲究技巧，要善于在沙子里淘金，其一系列工作流程都是环环相扣的，既要符合出版社的社会效益和经济效益要求，又要能真正生产和广泛传播优质的图书产品，不断夯实和提升专业出版品牌。所以，做好充分的前期调研、考察、测算和相关协商沟通工作，把每一个环节有可能出现的多种复杂情况都予以充分考量，提前规避问题或做好相关预案，再有所准备地予以执行和实施，才能帮助我们更顺利地实施具体工作。

在遵循事物发展规律、做好案头工作和策划工作的基

基础上,我们还要勇于创新。编辑工作既要处理各类不同的书稿,也需要与各种不同的人打交道,面对多样、不断变化的外部环境,因此总是会遇到新的问题,这就需要我们不断开动脑筋、充分发挥预见性和创造性。

比如,面对高等院校对教材出版重视程度和工作量考核标准的相关变化,我们要怎样调整和合作模式;面对书稿质量问题,如何更高效、顺畅地与作者沟通,使作者更加接受我们从出版者角度提出的专业意见和建议;面对图书市场竞争越来越激烈的现状,我们如何从图书形式和与阅读行为、阅读需求的结合度上去做创新,提升其竞争优势;面对品种越来越同质化、营销渠道越来越多样化的外部环境,我们如何充分突出我们的图书特点、充分挖掘作者资源而把握更精准的营销资源……

另外,从无到有是创新,把已有的做更好也是创新。所以,强调创新并不是一个口号,也不是形式主义,更不是为了标新立异,而是真正地发挥创造性地工作。编辑工作中的创新,绝大部分就是踏踏实实地去做深入的研究和分析,充分运用我们已有的资源和经验进行多重思考,并重视对以往工作的复盘,发现原来未曾发现的问题,找到新的、更完善的解决方案,提升图书产品的市场竞争力或的整体工作效率……这就要求我们秉持创新的精神,并对工作倾注热情、投入充分的精力和时间。

总的来说,先谋后动、勇于创新,是一个有机整体,也就是我们常说的“有勇有谋”,这个要点也是编辑出版人员作为编辑业务开展的主导者所必须具备的素质。

1.3 顾全大局,创造价值

编辑工作,既是一个需要充分发挥主观能动性的创造性工作,也是一个需要遵循严格的质量标准、行业规范、管理要求的流程性工作,同时还要担负起在意识形态导向方面把关的责任。所以,我们在开展工作时,首先要树立全局观、大局观:什么样的选题该做、能做,什么样的选题需要研判、调整;什么样的选题要慎重、甚至否定,一定要以大局为出发点,以大局为落脚点。

其次,在具体的工作过程中,我们要充分考虑各个工作流程和环节的各项因素,与各个环节友善沟通,多站在其他环节的立场上考虑问题,乐于分担,互相理解和支持。只有得到各个工作流程的恰当配合和无缝衔接,编辑出版工作才能顺畅推进。

总之,只有顾全大局,乐于分担,不吝付出,编辑出版工作越做越顺畅,越做越有起色,才能为作者创造价值,而只有为作者创造价值,才能持续地、长期地为出版社创造价值,最终也是为从业者自身和社会创造价值。

2. 作为图书生产者的实操要则

编辑出版从业者是图书的生产者,从作者的立场看,编辑要做服务者、推动者、协调者,帮助作者将内容更好地呈现。在发挥服务、推动、协调等作用的过程中,编辑需要遵守以下实操要则。

2.1 真诚守信,用心沟通

真诚守信是合作共赢的基础。如果我们能有诚意地、投入地、勤奋地工作,在工作中投入充分的时间和精力,认真思考,积极主动地对待工作中的每一项实务和流程,真实地展现个人能力,在这个基础上,与我们的工作环环相扣的其他流程和对接人,无论是对同事还是对合作方,我们肯定是能守信履约的。而流于表面地工作,也就是“表演型”工作,为自己营造虚幻的形象,那既是浪费时间,荒废自己,也很难达到对各方的守信履约。

用心沟通对于我们编辑的工作尤其重要,因为编辑工作内容的的一个重要方面就是做很多沟通与协调性工作:不仅自己要与作者、复审终审、校对、质检、出版、发行以及财务、融媒体等职能部门沟通,还要在出版社与作者、设计师与作者、作者与读者之间做好相关协调工作。如此多样的沟通工作,肯定不全是简单的信息传达,必然有相关的技巧。这些信息怎样才能更顺畅、有效地传达,并推动事件高效地、正向发展,就需要我们抱着服务者、推动者、协调者的心态来用心思考、全面衡量、有效落实。

简单讲就是:不真诚和不细心的工作,就是懒于思考和未经选择地机械化操作,只是让自己显得在做事情,其实是懒惰的一种形式,避免陷入这样一种状态,真诚、用心,是一个根本要则。

2.2 科学严谨,担当责任

作者把书稿和项目交给我们,是对我们专业底蕴和行业资质的信任。所以在整个业务流程中,我们就要本着科学严谨的态度,以强烈的责任心把事情办妥当。

就案头工作而言:既要运用专业知识耐心细致地编辑加工书稿,帮作者进一步完善书稿内容,又要充分运用所掌握的行业规范,帮助作者规避相关风险,把书稿以更规范、

更具有格调的形式呈现出来。

稿酬支付务必规范及时,只有实事求是地向作者支付稿酬,并在财务将稿酬汇出后及时告知作者、将稿酬支付明细(每次支付多少、什么时候支付的)发给作者,请作者核查,一方面让作者心中有数,充分保障作者的知情权,另一方面也让作者感受到出版社和编辑的严谨、负责。这也是出版社的口碑形成、品牌建设的重要方面。

图书产品生产完成,并不代表我们的工作就终结了,此时恰恰正处于关键阶段,那就是营销传播。这个时候一定要把握住图书刚刚出版、作者还处于相对关注的这样一个实际,趁热打铁,以十分的责任心投入到营销配合工作中:充分与作者沟通,将可以从作者方面获取的营销资源和渠道进行梳理整合,无缝对接给营销部门的同事,请他们后续充分利用作者提供的这些资源和信息,去做具体的营销工作。

图书生产工作中,“责任编辑”是主要生产者之一。“责任”这两个字意味着责任和担当:虽说选题策划和案头工作是我们的核心工作,但从选题策划,到最终的营销推广,编辑人员尤其是责任编辑都有相应的责任,没有一个环节是与责任编辑无关的,所以在工作过程中,编辑都要有强烈的“责任”意识,也要时刻以这种“担当责任”的态度来与作者和社内其他工作环节对接。

2.3 灵活应变,高效务实

编辑出版业务具有计划性强、周期性长、规则严格、环节多样、要求细化等众多特点,可以说是牵一发而动全身。而在工作过程中,总是免不了会遇到各种突发情况或非常规甲方,那为了保障整个出版业务的正常、高效运转,就应该恰当地做到随机应变,高效务实地推进业务。

与作者对接时尤其要注意:作者是编辑出版业务的核心资源,是业务开展的基础。作者在整个图书出版过程中的体验和感受、作者在与出版社的合作中的收获(包括社会效益和经济效益)、作者对编辑工作的评价,都会影响作者对出版社的好感和信任度,可以说直接关系到出版业务资源的拓展和积累。

以科教图书为例,作者在第一次与出版社合作、还没有充分信任度的时候,最关注的、经常提要求的一些点,如

出版合同中的补充条款具体要如何表述,纸张要选用哪种效果更好、加怎样的特种工艺更合适、怎样才能让出版周期更短,能不能给作者更多样书,作者的购书折扣能不能更低、能不能提前给做出样书来……都是一些非常细节性的要求,而且他们可能还会不断改变想法,不断提出新的要求……那这个过程中,怎样在这些问题的沟通和处理中,既能够解除作者的各种疑问和担心,真正地帮助他们落实种种要求,让他们更信任编辑、对编辑的安排更理解、接受、满意,又不至于让编辑和出版社自身陷入两难的境地。这就需要我们在遵守规范、充分耐心的前提下,随机应变,以达到高效务实的业务状态。

3. 小结

从整体上而言,编辑出版工作是一个看似门槛不高、但实际上要做好门槛很高的行业:需要有专业教育背景和通识文化底蕴,需要长期积累;需要掌握诸多技巧、遵循一系列规范;更需要投入相当的热情和精力,只有努力做,才能做好。

编辑业务开展的过程,既是一种整合资源、对接需求、实现共赢的工作过程,也是突破局限、克服困难、锻炼自我、提升自我的成长过程。这不是一个疾风骤雨、速战速决的工作,对出版资源的梳理和维护、作者队伍的建设,都是润物细无声、细水长流的过程。编辑个人的成长也不是一蹴而就的,需要秉持正向的职业价值观、长期的职业规划、积极投入的职业态度和对自身的理性认知,充分运用专业教育经历和个人智慧去认真做成事情、做好事情,成长为一名优秀的出版人。

参考文献:

- [1] 隗静秋.新文科建设背景下我国出版人才培养:以出版学科建设为契机[J].编辑之友,2024(8)
- [2] 肖东发,于文.出版学概论(第三版)[M].北京:中国人民大学出版社,2015.
- [3] 吴永贵,李明杰.中国出版史[M].长沙:湖南大学出版社,2008.
- [4] 张养志,王娟熔,马莺子.理论自信是当代出版人情怀培育的关键[J].科技与出版,2024,43(12):94-103