

中信出版集团引进两部日本著作

中国出版传媒商报讯 无论是职场谈判还是日常沟通,无论是线下汇报还是线上沟通,能把观点清晰精准地表达出来,是提高工作效率和社交质量的必要技能。近日,中信出版集团出版《概括力》,教会读者三步学会精准表达。

该书作者山口拓朗是一名记者,他与日本各个阶层人士进行过深度访谈,深谙沟通之道。书中将概括力的锻炼过程分成三步——收集信息;收集足够的有效信息;整理信息;分门、排序整理信息;传达信息;简明扼要地将信息传达给对方。在讲解过程中列举了概括力强

者和概括力弱者表达方式的对比,更突显概括力的重要性。在此基础上,书中给出了精准表达的“标准答案”,读者可以举一反三,运用到工作生活中。

又讯 中信出版集团出版的引进版图书《善终守护者》细腻记录生命谢幕现场,呈现临终真相与生死真谛。

“善终守护者”一职由该书作者柴田久美子创设,她一度选择自杀、两度婚姻破碎、三度罹癌,人生的急转弯引她走上守护临终者的道路。在书中,作者细腻而感性地记录了众多感人至深的临终现场,展现由生向死时的人性尊严,希望读者能在其中找到关于生命终章的答案。
(邛 远)

编辑减负与出版高质量发展

关键词 多品种与大文字量 考核科学化 编辑素质

○何欣

出版高质量发展是新时代要求,也是产业发展的必然趋势。迫于尚有改善空间的经济考核指标等原因导致的出版产能过剩,出版业表现为品种过多,客观上产生了海量文字,很大程度上超出了编辑的承受力,严重影响了编辑综合素质的提高。编辑工作是出版的中心环节。为编辑减负,才有提高编辑综合素质可能,也才能实现出版高质量发展。

出版需要高质量发展

各行各业都有一个从粗放式发展到高质量发展的过程。与社会发展同步,出版业也经历了从复苏到全面发展的过程。据《中国出版年鉴》显示,从出版机构数量看,1980年全国有出版社192家,2010年增至581家;从出书品种看,1980年出书2.1621万种,2016年增至49.9884万种。在相当长的一段时间里,全国年出书总量都在50万种左右,导致重复出版、跟风出版、同质化出版的现象比较严重,有数量、缺质量,有高原、缺高峰,没有生命力的“翻过即扔”的图书比比皆是,书多好多,图书总量严重过剩。

党的十九大报告明确提出:“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期……必须坚持质量第一、效益优先,以供给侧结构性改革为主线,推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革,提

浅谈行业发展报告出版与营销推广

以《中国建设教育发展报告》为例

关键词 行业 发展报告 出版 营销推广

○赵云波

行业发展报告在出版物中占据重要地位,对于行业发展趋势和规划有一定的参考价值。中国建设教育协会适时组织建设教育领域专家从高校建设教育、行业继续教育和职业培训等多方面,进行了建设领域的发展研究,从2015年开始编制《中国建设教育发展报告》系列年度丛书,这也是我国最早编写发布的关于建设教育领域发展研究报告。行业发展报告不仅有利于行业从业者更好地了解行业现状,更有利于行业查漏补缺,提升行业的发展潜力和竞争水准,从出版意义上讲,也是对行业知识产权的一种记录和传承。

把握新形势,立足当下,全面了解行业发展趋势。

行业发展报告突出的特点是权威性。行业发展报告的作者必须是该行业深耕数十年乃至在该行业中认可度较高的专家,在该领域拥有一支较为强大的研究团队,该研究团队要对行业政策有敏锐洞察力,有较为深入的剖析与研讨。《中国建设教育发展报告》由中国建设教育协会组织行业专家,在制定编写方案、收集建筑企业、建设类学校专业设置等方面进行了详细的规划方案。

紧握行业热点方向。行业发展具有高度的时效性,要紧密结合新形势下国家对该领域的相关指导性政策或文件的解读与阐释,理清行业发展最新脉络,进而把握行业发展动向。

多角度构架内容。撰写行业发展报告,不仅要由编者角度着手,同时也要站在读者角度构思与策划。当前图书出版行业竞争日趋激烈,想要凸显行业发展报告在市场竞争中的优势,就要发挥读者对图书市场的重要指导作用,搞清读者对发展报告最关切的点在哪里。

创新版式风格,融入出版元素,突出主题内容。

在出版行业竞争日益加剧的时代背景下,出版物的装帧与版式设计已成为出版者获取竞争优势的重要因素,从业者投入更多的人力、物力、财力在装帧与版式设计上,使装帧设计成为一种集艺术性、显著性、装饰性等多种属性于一体的智力成果。行业发展报告除在内容上吸引读者眼球之外,在出版方面也要下功夫,不断创新版式设计风格,让其以更新颖的设计理念区别于一般图书,从而更好展现行业发展特色。

活泼灵活的版式设计。《中国建设教育发展报告》一改排版紧凑的风格,做到每面的字数适中,充分利用标题化、粗体等方式,凸显主干内容,尽量做到不“顶天立地”,行间距要适度加大,以最大程度减少读者的视觉疲劳感。

图文并茂,增强可视性。行业报告的精髓是数据,版式设计的重头戏应该围绕如何更好地挖掘和展现数据的价值进行。如《中国建设教育发展报告》在介绍全国土建类博士生培训情况时,采取柱状图

高全要素生产率。”原国家新闻出版署署长于友先在《高质量发展是新时代出版的必由之路》一文中指出:“我们号称出版大国,有世界上规模最大的出版业,近些年每年出版图书产品50万种……但是能够成为经典的作品相对较少。中国在为国际社会提供智慧、思想和精神产品这方面还远远不够,每年影响世界的100本图书或25本图书,至今没有中国出版的图书……中国出版在国际上的真正影响力是远远不够的。在这样的背景下,我们必须以全新的意识对出版发展谋篇布局,使之成为高质量发展中的重要支撑点和发力点,为人民群众提供丰富的精神食粮。”一切事物发展到一定阶段,都会寻求超越自我的路径,这是大趋势,每一次升级就是一次程度不同的进步。

编辑成了“编稿机器”

出版的低质量状态,表现在方方面面,这里略举几例:

有的地方出版社对教材教辅依赖度较高,教材教辅甚至占总收入的百分之六七十,离开了教材教辅,立刻面临生存危机。

有的出版社做太多合作出版的书,或与单位合作,或与个人合作。因为出书者同时又是投资方,有时出版社不得不降低出版标准,迁就合作方的要求。这样的图书,有的是行业用书,有的读者面非常窄小,根本没有市场潜力和销售空间。其中很多图书,出版之日就是消亡之时。

有的出版社广种薄收,以品种谋优势。但大多品种读者认可度偏低,重印率不高。

上述造成的直接后果是,图书品种与文字总量大大超过了编辑的承受力。有的出版社,从编到编审20个人左右,可是一年出书要五六百种;有的编辑一人一年责编六七百万字的图书。海量文字极大地消耗了编辑的精力。为了完成海量文字的编辑任务,许多编辑加班加点是常态。现在的工作量多到让编辑喘不过气,上班看稿,下班看稿,常常要忙到夜里十一二点,累得头昏眼花,第二天又是奋战的一天。真正是“白加黑、五加二”。长年累月地加班加点,严重影响了编辑的身体健康。在编辑岗位上的同志,十之七八,都有不同程度的颈椎病。对编辑人力资源的过度使用,造成编辑因过度劳累而降低了工作质量,或是转岗,或是提早退出职业队伍,这是对编辑生产力的损害。编辑只是、只能做“技工”的工作,出版物的质量可想而知;只有“技工”,是支撑不起高质量的出版大厦的。没有时间和精力打磨精品。没有时间学习、充电,以致不少编辑不会策划选题、不会审稿、不会把关,做优质、精品图书更是找不到北。这种状态下,不仅文字质量无法保障,内容质量更无从谈起。

最近,国家采取强有力的措施为中小學生减负。为了实现出版高质量发展,也有必要为出版主体的编辑减负。

对经济考核指标应重新审视

给编辑减负,要从源头上解决问题,应该是真正的经济指标上的减负。是否要根据不断变化的出版大环境或增或减不断调整考核指标?要求出版社利润逐年增长,有的甚至要求两位数增长,这不是科学的和可行的?所有这一切,都应该重新审视。

出版是赚不了大钱的。现在,有的出版单位为了强调社会效益,在考核指标上增加社会效益所占的百分比。这当然有一定的积极意义。但是,对经济效益的总收入、利润要求不变,甚至依然逐年增加。这样的所谓增加社会效益的百分比的调整,并没有实质性变化,没有压力没有减轻。

考核指标是指挥棒,指标要有科学性和可行性。如果对出版社和编辑的考核是建立在编辑总量之生产能力的可承受范围,图书品种总量应该调整到合理的区位,编辑的文字量也应减少到可承受的范围。如此,各级出版管理部门对出书品种与文字量的科学掌控,将成为可能;编辑的解放,也有了基本前提,从而有了提升综合素质的空间与可能性。作为精神产品的生产者,作为意识形态的承载体,我们应该在推行出版产业化的过程中,更大程度地关

教材出版中不容小觑的初审

关键词 质量 初审 教材出版

○李彦玲

保证图书出版质量,是出版工作的永恒主题,是出版工作者的神圣职责,更是教材策划编辑一直追寻的目标。一本教材质量的好坏,能否被师生所认可和欢迎,很大程度上取决于策划编辑在整个教材出版过程中所发挥的作用。而这个过程一个关键的环节,即三审制中的第一级审稿——初审,却是最容易被编辑所忽视的。教材的初审,需要对稿件的政治导向、思想倾向、价值(社会价值、科学价值、文化艺术价值)以及稿件的具体内容进行全面审查和把关,这个环节工作量大,任务繁重,初审到位与否直接决定了书稿后续的所有工作。笔者结合工作实际,分享一些在教材初审工作中的注意事项和经验。

作为教材策划编辑,要明确责任,加强培训,提高素养,逐渐练就“火眼金睛”和“浪里淘沙”的真功夫,以确保书稿的内容质量合格。作者将编写好的书稿交到策划编辑手里时,首先是要检查书稿的“齐、清、定”,即稿件齐全(包含前言、目录、图稿文件等);稿面整洁,符合版面要求;按照约定的编写提纲、样稿等进行编写,并已对书稿内容进行了最终的确认。此外,要重点检查书稿与原定内容和篇幅的相符性,要对书稿的政治倾向、思想道德进行把关,做好初审工作和后续的书稿处理工作要求。具体来说,要做到六个“严把”。

严把政治关。策划编辑始终要胸怀全局、忠诚于祖国和人民的职业操守,时刻保持清醒的政治头脑,提高政治敏感度,以保证教材的内容健康、积极向上,不出政治差错,弘扬正能量和时代精神,并要勇于发扬中华文化传承与民族自信。

严把政策关。作为一名策划编辑,要时刻学习并熟知党和国家关于出版工作的方针、政策及相关的法律法规,比如,《出版管理条例》《中华人民共和国著作权法》《图书质量管理规定》和重大选题备案办法等,

注其非产业的精神属性。

为编辑减负才能培养高素质编辑

出版高质量发展是一个系统工程,需要政策层面的引导,需要顶层设计以及出版单位的总体规划等等。但是,出版的核心工作是编辑工作,编辑是出版工作的主体,人的因素是第一要素,要实现出版的高质量发展,首先要有高素质的编辑。

从图书出版的基本程序可以看出提高编辑综合素质的重要性。选题的发现、挖掘、创新、完善,对书稿内容的把握与提升,编校水平的不断提高,新技术运用能力、宣传推介能力、内容资源的全面开发、多平台传送等等,均高度依赖能不断学习、与时俱进,与新时代同步的高精尖的编辑人才队伍,从而保障出版物的内容质量、编校质量、印装质量和传播质量。

互联网时代是信息爆炸时代,这要求编辑每时每刻都要处在自我充电的状态。要学习新思想,了解新观点,掌握新信息,知晓新趋势,运用新技术。这一切,都要通过读书学习才能获得。古人云,“三日不读书,面目可憎”。一个编辑,三日不学习,将面临被淘汰的境地。

做好编辑工作,需要在三方面下功夫。第一,编辑需要有时间思考,没有思考,怎么会有好的选题?第二,编辑需要调研,现在工作排得满满的,甚至没有出差的机会,怎么接触作者?编辑如果都没有时间出去与作者务虚、聊聊天,探讨一些问题,实实在在的选题会从天上掉下来?除了作者以外,编辑还要调研市场,我们做的产品往哪里去?没有准确的市场信息,我们做什么与往哪里去都成了问题。第三,编辑需要阅读。编辑不读书或是没有时间读书,就好比运动员没有时间训练。编辑阅读要求是全方位、多领域的,既要政治学习,又要业务充电;既要研究固有与潜在作者的著述情况,更要了解出版界的最新动态;既要不断提高人文素养,还要掌握大数据、人工智能等日新月异、不断更新的技能与技术……总而言之,与出版社要升级,要高质量发展一样,编辑的知识也需要不断升级,要不断接受新思想、新观念,要有新思维、新思路,掌握新技能、学习新方法。

编辑工作与作者著书立说有共同之处,都是复杂的精神活动。编辑是精神产品的设计师和工程师。我们固然要讲经济效益,但对于精神产品的生产者来说,我们出的书可以少一点,但要好一点。与其出版一堆只印一版的没有生命力的书,不如精心打磨几种能不断重印的有长远生命力的书。

只有为编辑减负了,编辑有了相对闲暇的时间,才能激活头脑,才有思想的灵光,也才有可能与作者互动,了解图书市场的真实情况,从而开发出优质选题,出版优质图书。

出版高质量发展,不就是多出好书、多出无愧于新时代的精品图书吗?没有编辑的全面发展,没有编辑综合素质的提升,就不可能有出版的高质量发展。出版单位要树立“人才引领发展”理念,不断提升文化企业的核心竞争力。

并在实际工作中认真贯彻落实,确保负责的图书,符合党和国家对精神文化产品的要求,适应人民群众日益增长的文化需求。

严把标准关。前面已提到,教材的出版要贴合教育部发布的教学标准,重点突出,要符合现代的教育理念和教学实际,做到与时俱进。

严把内容关。出版领域思想活跃,百花齐放,异彩纷呈,但是也有红线和禁区。凡是涉及民族、宗教、军事、外交等方面的教材,务必从严把关,不出任何差错,遇到相关问题都要严格按照国家有关法规条例和中央文件精神编辑处理。

严把文字关。对于重要的时间、地点、人物、事件、典故、数据、引文等,要认真核对,做到准确无误。同时要保证书稿文通字畅,语言精练,标点符号正确,没有语法、修辞、逻辑上的差错。

严把图片关。书稿中的图片、插图,包括文字说明,要内容健康,准确无误,力求图文并茂,内容与形式完美统一;对于地图类图片,要慎重对待,报备核查;所有的图片要确认版权问题和可能涉及的肖像权问题;要检查图片的清晰度和美的表达。

总的来说,策划编辑收稿后,不一定要自己做文字编辑工作,但是要做好书稿的初审工作,严守质量关,如果发现书稿总体上有出版价值,但存在内容、结构等问题,或者文字、体例问题比较多,必须由作者修改的稿件,要尽快与作者沟通,退给作者进行修改,达到修改要求后再正式收稿。不让任何带有问题的书稿发出去,带“病”加工;更不要抱着侥幸心理,希望“先天不足”的书稿通过加工编辑的加工能出落得“亭亭玉立”,一定要当机立断,经过多方论证,做好与作者的沟通,反复打磨,最终让作者交上一份满意的书稿。

作为教材策划编辑,对于出版要有敬畏的态度,树立强烈的责任意识,对任何一个环节都不要掉以轻心。端正态度,从初审工作开始,有效提升和保证书稿质量。