

# 文化大发展大繁荣背景下 研究型编辑的培养

殷欢



**摘要：**文化的发展离不开出版业的繁荣和出版人才的支持。研究型编辑，既能更好地服务广大读者，又有利于自身专业化发展，能促进形成出版品牌，顺应文化大发展大繁荣的要求。研究型编辑的培养，前提是编辑自身的成长自觉和发展自信，关键是出版单位的平台支持，根本是主管单位的政策导向。

**关键词：**文化发展；研究型编辑；培养机制

中国共产党第十七届六中全会认真总结了我国文化改革发展的丰富实践和宝贵经验，推动了社会主义文化大发展大繁荣。文化的发展离不开出版业的繁荣，出版业的繁荣离不开出版人才的支持。在与文化息息相关的工作中，编辑有着举足轻重

的作用。他们在繁荣、丰富文化交往，传承、弘扬优秀文化，引领阅读、打造精品之间辛勤耕耘，为促进文化大发展大繁荣添砖加瓦。

## 一、文化大发展大繁荣背景下的研究型编辑

### 1. 研究型编辑的内涵

“研究”是主动寻求根本性原因与更可靠依据，利用有计划、有系统的资料收集、分析和解释的方法，实现问题解决的过程。而“研究型编辑”不同于学术期刊编辑对学术科研能力的要求和广大科研工作者利用科学的实验步骤和严谨的工具测试对某一问题进行深入而长远的分析，它强调的是能认识“研究”对于“编辑工作”的重要性，懂得在工作中应用“研究”的方法解决问题，具有研究意识，掌握研究能力，拥有研究的思维方式。

在实际工作中，研究型编辑的研究重点包括：研究时代背景；研究国家政策；研究出版和学科专业的相关知识；研究作者创作；研究其他出版单位的出版计划；研究图书排行榜中的学问；研究图书宣传材料中的亮点；研究读者群体的需求；研究营销策略的关键点；等等。

### 2. 研究型编辑的优势

一是能更好地服务广大读者。新时期的编辑，不能只是“出书匠”，更应该承担“服务商”的角色，在提供图书产品的同时，奉上更多优质的、读者需要的产品附加服务。研究型编辑在日积月累的调查研究中更能了解图书市场走向，更能准确洞悉读者需求，更能精准把握成功的营销策略，从而清晰定位服务对象、选择服务策略，以更好的服务回报读者。

二是更有利于自身专业化发展，促进形成出版品牌。研究型编辑能在参加书展、逛书店、阅读书评、与专家学者沟通、调研分析读者需求的过程中，能通过总结分析不断提升自己的专业水准，促进自己的专业化发展。研究型编辑通过坚持对某一学科领域的知识加以研究，持续关注其发展动态和热点问题，及时更新和丰富自己的知识结构，培养

对书稿的专业认识和掌控能力，能在日积月累的持续关注中寻找新的选题机会。这种研究的积累让编辑在评价已有书稿、策划新选题时更有发言权，更能在以后的组稿改稿和与作者的沟通中提出专业化建议，从而有效提升图书质量；能在作者圈中形成一定的威望，策划出受读者欢迎的图书，在业界可形成属于自己的品牌效应，提升自身乃至整个出版单位的竞争力。

### 3.文化大发展大繁荣呼唤研究型编辑

文化大发展大繁荣要求有更多优秀文化力作出现，要求能不断引领读者迈向更高层次的阅读水平，要求能继续传承和发展我国的优秀文化精髓，要求能大踏步实现中国文化“走出去”，要求彻底摒弃内容低俗、不科学、不健康的精神毒瘤。这一切都有赖于编辑队伍的壮大和素质提升。可以想象，一个只埋头于修改书稿而不具备文化担当和服务大众、不具有创新精神和研究意识的编辑难以担此重任。

文化大发展大繁荣呼唤新的编辑培养方式和新的编辑人才队伍——研究型编辑。做一名研究型编辑，在研究中编辑，在编辑中研究，以研助编，以研促编，用研究的态度领悟国家政策和文化导向，用研究的思维分析读者需求和图书市场，用研究的视角处理日常的图书加工，在研究中促进自身专业发展，使其具备更广阔的视野和更强的工作能力，更善于发掘好的作品，满足和引领读者需求，以促进整个出版行业更好更快地发展。

## 二、研究型编辑的培养

研究型编辑的培养离不开自上而下的重视、配合和相应的政策、平台支持。从出版行政管理部门到每个编辑自身都要充分意识到编辑素质水平和业务能力的提升对出版繁荣和文化发展的重要意义；领会编辑人才发展对提高出版单位竞争力的价值；以人为本，因材施教“助”，促进每一个编辑实现专业化成长。

### 1. 培养研究型编辑的前提是编辑自身的成

### 长自觉和发展自信

热爱编辑职业，希望并有信心在编辑岗位上以努力获得成长是成为一名研究型编辑的前提。因此，编辑首先要增强职业荣誉感和成就感，深刻体会编辑对于服务读者、传承精品、繁荣文化的关键作用，认识到只有自身获得提升，才能组织策划出读者喜爱的高质量作品，从而影响读者、引导读者，满足其对精神文化产品的需求。其次，制定适合自身的成长计划，坚定不移地贯彻执行。如参与科研课题，提升研究能力和专业认识水平；积极逛书店、写书评、想选题，做一个对生活、工作有心之人。

### 2.培养研究型编辑的关键是出版单位的平台支持

要培养研究型编辑，出版单位领导在工作中既要交代任务，又要教授方法；既要大胆放手，又要及时提醒；既要热情鼓励，又要严格要求；既要在思想上引起重视，又要制定恰当的编辑人才培养计划。如为新编辑配备有经验的老编辑做“导师”，对其进行细致的辅导和严格的考核。具体方法有：组织定期的读书活动，让编辑总结交流近段时间阅读的好书，一方面提高其学识素养，一方面挖掘好书中值得编辑工作借鉴的地方；开展不定期选题策划讨论活动，结合当下国家政策、时代热点和出版方向，确定某个选题，并集体论证选题的可行性；养成关注图书排行榜的习惯，从榜单变化中读出读者的阅读心理，这其间需要编辑自己辨别出版商炒作的部分，去伪存真；市场部门员工和编辑一起到书店，观察读者的购买特点，探讨影响图书销售的关键因素；创设激励机制，鼓励编辑撰写研究论文，使其达到一定程度的“术业有专攻”；等等。总之，研究型编辑的培养，离不开出版单位创设的平台和给予的鼓励。

### 3.培养研究型编辑的根本是主管单位的政策导向

从思想到行动，从政策到指导，我们需要激励出版人才，培养出版人才，挖掘出版人才，培养新时代具有韬奋精神的出版人才，紧抓出版人才队

伍建设。从上到下，关注广大编辑的工作和思想动态，及时了解编辑工作中的重点、难点，据此完善编辑人才培养机制。除了定期组织编辑技能培训，还可举办“我身边的出版家”等活动，大力宣扬我国优秀出版人才的光辉业绩和奋斗历程，组织年轻编辑向老一辈出版家学习，让榜样的力量继续在年轻编辑队伍中绽放光芒。为促进互相学习，也可组织全国或地方性的编辑思想交流活动，使创造力和

智慧的火花在碰撞中变成编辑工作的源泉。此外，还应加强编辑的业务学习，向广大编辑推荐精品好书，组织开展全国编辑读书活动，提升编辑的文化素养、思想境界和审美情趣，感受文化、图书给人带来的美好，让他们在学习美、欣赏美的同时，更能创造美，并引领更多的人追求美。

（作者系教育科学出版社编辑）

## 资讯频道

### 新闻集团下属出版业务2012财年巨亏21亿美元

由于业务重组、销售收入下滑及英国业务陷入丑闻等一系列不利因素，美国传媒巨头新闻集团下属的出版业务在2012财年中巨亏了21亿美元。根据计划，新闻集团将在2013年单独拆分出版业务成立一家新公司。

新闻集团表示，出版业务在2012财年的经营中出现亏损，而在2011财年还实现了高达6.78亿美元的利润。同时，出版业务在报告期内实现营业收入86.5亿美元，较2011财年的91亿美元有所下滑。

扣除非经常性项目影响，出版业务在2012财年实现息税、折旧及摊销前利润7.82亿美元，同比下滑36%。

受到来自于投资者的压力，新闻集团于2012年6月份同意将低增长的出版业务从更具价值的福克斯影视业务中进行拆分。分析人士指出，出版业务最新的巨额亏损对于即将担任新公司首席执行官的罗伯特·汤姆森（Robert Thomson）而言将是巨大挑战。

RBC Capital Markets LLC传媒行业分析师大卫·邦克（David Bank）指出：“出版业务的财务状况在一定程度上证明了拆分该业务是一个正确的决定。”

对于汤姆森而言，窃听丑闻的影响尚未完全消去，而这也对公司盈利产生了影响。为了抚平公众的不满情绪，新闻集团于2011年7月份宣布关闭旗下《世界报》。在此事件的发酵作用下，最终有超过80人被逮捕。

（摘编自百道网）