

创新:时代对编辑主体的能力要求

曾毅生

(武汉理工大学 学报社会科学版编辑部,湖北 武汉 430063)

摘要:随着现代科学技术的发展,创新成为时代的主题。编辑创新是一项系统工程,是包括观念、技术、知识、环境、组织、制度、管理、文化等一系列创新的综合体。时代创新主题对编辑主体提出具备创新的品格和创造性的思维能力,迅速了解掌握利用最新技术的能力,善于学习敏于洞察的能力,组织、协调、社交能力是时代创新主题对编辑主体提出的能力要求。编辑主体要在理论的学习中,在编辑的实践中,有意识地培养和提高自己的各方面的能力,主动迎接时代的新挑战。

关键词:创新;编辑;能力

中图分类号:G232 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-5831(2003)01-0139-03

Innovation: The Age's Demands on the Body of Editors' Abilities

ZENG Yi-sheng

(Editorial Department of Journal of Social Sciences Edition, Wuhan University of Technology, Wuhan 430063, China)

Abstract: Innovation has become the age's theme along with the development of contemporary science and technology. Editorial innovation is a system engineering and complexity that includes a series of innovative requirements such as idea, skill, learning, circumstance, organization, system, management, culture and etc. The age's demands on the editor's innovative capacities cover the ability to think creatively, understand quickly and master the newest technology, the ability to be good at learning and to see clearly and quickly, the ability to organize, coordinate and to make social contact. In the course of theory-learning and editing practice, the body of editors should consciously train and improve all sorts of their abilities, meet actively the challenges of the age.

Key words: innovation; editor; ability

创新是知识的创造、转换和应用的过程,是解放思想,实事求是的必然结晶。其突出特征是首创性、新颖性、变革性、超首性。其实质是推陈出新,创造出新观念、新思想、新思路、新作法、新技术、新产品、新管理。因此,创新的内容十分广泛。既有思想理论的创新,又有科学技术的创新,还有机制创新、管理创新、组织创新和服务领域的创新等等。随着知识经济在经济活动中重要性的迅速上升,参与知识经济生产、传播的机构的种类和数量不断增加,创新过程变得越来越复杂。人们对创新活动及其过程的认识正不断深入。知识成为创新的核心,它是所有创新活动的共同实质,促进和引导知识的流动将是竞争成功的关键。因此,作为促进和引导知识流动的重要中介之一,编辑出版业的创新在促进知识创新、推动知识经济发展中将起到非常重要的作用。编辑是编辑出版业的主体,时代的创新要求,也就赋

予了编辑主体创新能力的要求。

一、编辑观念的创新要求编辑具有创新的品格和创造性的思维能力

人类社会的每一次重大变革,总是以思想的进步和观念的更新为先导的。目前我们正处于一个非常重要的变化时期,即从工业经济向知识经济转化的时期。在这一场深刻的经济革命中,思想观念的转变和创新将是取胜的关键,没有观念的创新,其他的创新都不可能实现。只有及时地转变思想观念,才能在竞争中抓住宝贵的机遇,迎接挑战。观念是在长期的学习生活中产生的,一经形成便会十分顽固地盘踞在人们的思想中,很难改变。而观念的创新就是要否定自我,要打破原有的利益格局,要面向未来重新定位。由于人们往往习惯于旧有的思维定势,安于现状,满足于既得利益,新的思想、新的观念的建立必然要受到旧思想、旧观念的干扰和反抗,因

收稿日期:2002-08-15

作者简介:曾毅生(1952-),女,重庆云阳人,武汉理工大学学报社科版执行主编,副编审,主要从事期刊编辑以及编辑理论研究。

而观念的创新是一个非常艰难痛苦而复杂的过程。作为编辑的主体,观念的创新就要求编辑要具有创新的品格,具有敢于突破利益格局的勇气和风险意识,具备创造性思维的能力。要敢于摒弃旧的思维定势,居安思危,不满足于现有的成就,为了长远利益,甘冒风险,甚至不惜牺牲已有的利益关系,敢于超越现有的事物,勇于打破现有的平衡,以达到新的更高层次的平衡。只有具备了创新的品格和创造性的思维能力,才能接受新事物、新信息、新动态、新变化,才能在纷繁复杂的事物中,根据个体、单位以及外部环境的特点和优势,发现和抓住机遇,找准定位,作出创新性的决断,在竞争中立于不败之地。从某种意义上说,创新的品格和创造性的思维能力是编辑主体的最重要的素质和能力。当然,创新的品格和创造性思维能力不可能自觉产生,它需要足够的创新知识的储备,要有一定的理论与实践作基础,并且是一个不断学习和积累的过程。

二、编辑技术创新要求编辑主体具有迅速了解掌握利用最新技术的能力

技术创新包括出版物创新、编辑过程创新、开发创新等技术领域的创新,它贯穿于编辑技术转化为出版物商品并实现其价值的全过程。

随着科学技术的不断发展,编辑出版业也出现了新的变化。十多年前,编辑出版业已打破了印刷品一统天下的格局,印刷出版、电子出版、音像出版三分天下,各领风骚。近年来,随着电脑的普及,互联网迅速发展,网络报纸、网络杂志纷纷亮相,并以传播速度快、时效性强、信息量大而得到受众的青睐。大量的科学专业信息、工商企业信息以及涉及到社会生活方方面面的信息,也都是运用高技术手段编辑制作出来的。技术创新在编辑出版的全过程中越来越发挥着重要的作用,它将成为推动编辑出版事业成为新经济增长点的根本动力,也是编辑出版业生存和发展的基础。随着编辑技术的不断创新,伏案审读、纸笔修编的方式,越来越多地被荧屏扫描、键盘操作所代替;符号代表了往日可以直观的文字手稿;缓慢的手工编辑作业,转变为快速的编辑显示;用笔增删修画的技术被电脑的自动程序所取代;编辑的技术性劳作,在数量上将日益缩减,等等。这一切在有的出版社、期刊社、编辑部已经成为了现实,每个编辑都配有电脑设备,编辑的工作由书面编辑转化为屏幕编辑,从封闭设计到开放设计,从候时校对转变成即时校对,从文本检索到磁盘检索,编辑

排版进一步自由化,编辑工作的内容更加集中在审稿和组稿决策上。面对编辑出版业发展的新形势,编辑主体必须及时了解和掌握最新的技术动向,学会利用最新的技术手段开展编辑工作。在选题之初,除了传统的“走出去”调研,将作者读者“请进来”座谈外,可以通过互联网进行调查研究,利用网络的交互性特点,及时掌握和反馈各方面的信息。在编辑过程中,编辑主体可以通过电子信箱审稿、校对,在电脑上进行编辑加工,编完校完,就可以付之印刷、制作。在发行销售过程中,可以通过互联网以最快捷、简便、准确的方式达成各种交易。

这一切都要求编辑主体尽快地了解、掌握和利用新技术,如编辑系统软件、校对系统软件、影像软件的使用,互联网的操作等等,都应该成为编辑主体所要掌握的基本功。要摒弃电脑编辑、打字、作图是“工人”的事,编辑只是满足于传统的书面改稿的观念和做法,认识到技术创新的重要性。

三、编辑知识创新要求编辑主体具有善于学习、敏于洞察的能力

知识创新包括两个方面的内容,一是编辑学本身的理论创新,二是编辑主体的知识创新。随着科学技术的不断进步,编辑学本身也在不断发展。传统的编辑学一般是以传统的纸质印刷出版物为研究对象的,对编辑出版工作的研究往往只限于图书和文字期刊。随着计算机技术和通信技术的迅猛发展,一方面出现了音像出版物、电子出版物、网络出版物,这些出版物较之纸质出版物具有周期短、制作简单、修订再版方便、体积小、存储量大、成本低、检索能力强,图文声并茂,传递速度快等优势;另一方面,在编辑工作中各环节之间的界线变得模糊,甚至会逐渐消失,编辑、印刷、出版、发行等工作融为一体。由于编辑出版工作的市场化运作,编辑出版工作的管理、制度等等都在发生根本性的变化。因而编辑出版的一些基本概念需要重新界定,一些编辑理论上的问题需要深层次的研究,编辑理论需要创新,才能跟上时代发展的步伐,从而指导编辑出版的实践。编辑理论的创新要求编辑主体要在具体的实践中,在编辑理论的探索中,善于观察,勤于思考,勇于思辨,不断学习,总结经验,在理论上有所发现,有所突破,有所创造。古语说:知者不惑。也就是说有知识、有见识的人,才是聪明的人,才是没有疑惑不糊涂的人。作为组织、审读、选择、加工整理著作文稿的编辑主体,如果没有学识,不具备各个方面知

识,就不可能胜任自己的工作,不能很好地完成出版任务。虽然由于工作的分工,许多编辑对自己曾经学习过或经常接触的某一方面的知识比较熟悉,但这并不意味着编辑主体不需要进一步学习。因为知识虽然不会因消费而折旧,但知识本身会陈旧、老化。特别是当今人们处在一个知识信息爆炸的时代,各学科自身都在飞速地发展着,许多新的学科、边缘学科、新技术、新方法也如雨后春笋层出不穷。编辑主体要在众多纷繁的各种信息中获取最重要最有效的信息,做出正确的选择,做到“知而不惑”,就必须学习,学习,再学习。

编辑知识创新对编辑主体提出了善于学习敏于洞察的能力要求。在信息社会,疏于学习是不可能适应社会发展的。随着知识与信息社会的来临与发展,人们对不断学习的重要性有了进一步的认识。知识的陈旧与信息单一化,会使人“扁平化”,变成“单向度的人”。编辑主体应该通过外部及内部的各种相互依赖关系,以及在与作者、读者、科研机构和相关主体包括竞争者之间信息的高速流动中,向书本学习,向实践学习,向同行学习,向专家学习。不仅要学习编辑学的基础知识,还应掌握其他学科的知识,甚至可以成为某一学科的专家,做到“一专多能”,以专为主,“专”“博”兼备,同时,随着进一步的开放与信息全球化的发展,还要学习外语、计算机、网络技术方面的知识,使自己成为一个“立体知识人”。在学习过程中,要善于总结,勤于思考,提高洞察能力。

四、编辑组织、管理、市场的创新要求编辑主体具有组织、协调和社交能力

编辑组织是知识的载体者、生产者,编辑组织的创新就是使编辑群体成为最能接受新观念、新知识、新方法的不断学习和创新型组织。编辑管理创新就是不断根据市场和社会发展变化,重新调整人才、资本和科技要素,以知识创新适应市场,满足市场需求,以达到提高社会效益和经济效益的目标的过程。现代化编辑管理注重的是效率和速度,编辑管理形式为平面型的,编辑组织的结构呈网状,管理者与普通编辑人员直接打交道,管理者是服务者、是创新者,普通编辑人员是知识工作者,只有分享知识,才能互动,并创造出最佳编辑效果。在编辑组织和管理的创新中,编辑主体之间的思维、理念、态度和行为更新、转变,编辑主体的相互沟通、交互作用和建立个人发展和组织发展目标的高度一致性,对编

辑组织发展起着非常重要的作用。这里就有一个编辑主体的组织能力和协调能力的发挥问题。如果编辑群体从结构、形态、政策的设计和营运,到每个成员个体的思维、理念、态度和行为,都具有强烈的自我调适、适应和驾驭组织任务、技术特质和外部环境变化的能力,编辑主体的潜能得到极大的激发,并成为编辑组织发展的动力。

编辑创新的效果由市场检验。因此,编辑市场创新是编辑创新的归宿。编辑市场创新包括开发新出版物产品、出版物审美创新、市场创新、品牌创新等。随着市场经济的发展,知识经济时代的到来,随着编辑出版技术的创新和新出版物产品的开发,随着过剩经济的出现与买方市场的形成,必然带来编辑出版部门对新的出版物市场的开拓与占领。这就要求编辑主体要与外界保持广泛的联系,了解社会形势、学术信息、科研动态、民众的精神文化需求和审美情趣的变化,了解作者心理、读者心理发展趋势。这一切都离不开编辑主体社会交往的能力发挥。那种“闭门造车”,关起门来编稿的“纯编辑工具型”人才已经不适应社会发展的需要了。

总之,编辑创新是一项系统工程,是包括观念、技术、知识、环境、组织、制度、管理、文化等一系列创新的综合体。它不仅对编辑主体提出了具备创新的品格和创造性的思维能力,迅速了解掌握利用最新技术的能力,善于学习敏于洞察的能力,组织、协调和社交能力要求,而且其内涵更加丰富,外延更加宽泛。这些能力之间的关系是相辅相成互为依托的。其中创新的品格和创造性思维是创新的先导,善于学习敏于洞察是创新的基础,了解掌握利用最新的技术是创新的动力,社交、组织、协调能力是创新的要件。各种能力都具备并不断提高,才能适应社会的发展,才能在激烈的竞争中永远立于不败之地。因此,编辑主体要充分认识到提高各方面能力的重要性,要有危机感和紧迫感,在理论的学习中,在编辑的实践中,有意识地培养和提高自己的各方面的能力,主动迎接时代的新挑战。

参考文献:

- [1]王继长.湖北省科技期刊研究[M].武汉:武汉工业大学出版社,2000.
- [2]任火.编辑创造论[J].编辑之友,1997,(2).
- [3]张志华.期刊要应对“入世”的挑战[J].武汉理工大学学报社会科学版,2001,(4):394-397.