

# 浅谈策划编辑和文字编辑的合作与分工

暴蕾

《中学生学习报》社有限公司

**[摘要]**如今随着新媒体时代的来临,出版行业面临着转型升级的挑战,只有不断加强文字编辑与策划编辑之间的联系与合作,才能够帮助出版行业的可持续发展,然而经过调查发现,一些出版公司的文字编辑以及策划编辑在分工合作的过程中依然存在着一些不容忽视的问题,只有将这些问题一一解决,才能够提高编辑的工作质量以及工作效率。本研究首先对这些常见问题进行分析与阐述,其次说明了两种编辑岗位分工合作的必要性,最终提出具体的优化措施。

**[关键词]**新媒体时代;编辑岗位;分工协作

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.789

## 引言

实际上,在出版社发展的进程中,文字编辑以及策划编辑均发挥着至关重要的作用。虽然二者在工作内容方面存在着较大的差异,但是他们的工作目标是一致的,那就是保障出版书籍的内容质量。因此,要想获得一本成功的书籍,就需要文字编辑与策划编辑之间相互配合,共同协作,只有通过这样的方式才能够保障书籍的出版质量。

## 一、策划编辑和文字编辑工作分工后存在的问题分析

通过对文字编辑以及策划编辑的字面意思进行分析后就可以发现,二者对编辑内容的工作重点不同。一般情况下,出版公司的策划编辑需要具备敏锐的思维,能够对事物的发展进行分析,并具备完善的社交能力;而文字编辑则主要在文字编辑方面,其需要拥有深厚的文字功底,并具有较高水准的文化素养。由于两种编辑岗位存在着较大的工作差异,因此二者在分工合作的过程中容易出现一些问题,具体包括两个方面,分别为:第一,两种编辑的职责划分不明确;第二,稿件的质量会受到两种编辑工作的影响。以下将对这两个方面进行详细的阐述与分析:

### (一) 职责划分不明确

一些出版社对于文字编辑和策划编辑的职责方面没有明确的界定,还有一些出版社虽然在这方面有一定的界定,但是在实际的操作中却没有按照规章制度执行。由于策划编辑在市场调研以及营销宣传方面比较重视,往往会忽略审稿方面的问题。在具体的工作中,文字编辑对于策划编辑的意图无法深入的领会,通常只是改改稿件中的错别字或者是病句等,然后草草收稿。由于职责不明,两者之间互相依赖等问题的出现,导致图书的质量无法满足出版的要求。

### (二) 对稿件的质量会造成影响

在出版过程中,策划编辑的主要工作内容包括两个方面,分别为:第一,开展选题组稿活动;第二,开展营销活动。由于策划编辑的工作跨度大,任务内容重,这就导致其在审核稿件的过程中没有时间对稿件的内容进行细致审查,一般只是大致对内容进行审核后就交给了编辑部,再由编辑部的工作者对稿件的细节进行把关。但是编辑部的工作者没有时间对稿件的科学性以及政治性进行审查,这样的分工合作方式就很有可能导致过审的稿件存在逻辑漏洞以及错误的政治观念。因此,为

了避免此类事件的发生,文字编辑以及策划编辑在分工合作过程中就需要对此引起足够的重视。

## 二、策划编辑和文字编辑合作的重要性

值得注意的是,虽然新时代下出版公司的文字编辑以及策划编辑在合作过程中存在着较大的问题,但是只要将这些问题解决,就可以将两种编辑的工作效率发挥着最大值,从而保障出版书籍的质量。笔者认为,文字编辑以及策划编辑在分工合作的过程中具有三大优势,分别为:第一,二者的分工合作能够有效提升出版书籍的质量;第二,二者的分工合作大大提高了出版公司的运营能力;第三,二者的分工合作有利于提升出版书籍的销售水平。以下将对这三个方面进行详细的阐述与分析:

### (一) 有利于提升整体书稿质量

通过协调出版社中文字编辑与策划编辑之间的工作内容,不仅可以建立更加全面、完善的审核机制,更是能够形成有效的整体把控意识,从根源处保障出版书籍的质量。通过查阅相关文献资料能够发现,要想出版一本成功的书稿,就需要不同岗位的编辑反复审核来把关书稿质量,具体需要进行以下流程:第一,在选题阶段,稿件作者就需要对自己写的文字内容负责,由作者进行初级审核;第二,出版社的策划编辑需要考察当前出版市场的具体发展情况,并据此制定详尽的策划方案,才能够找到能够写出满意稿件的作者。通过上述过程中,策划编辑就能够大致理清当前受众群体的阅读需求以及自己策划方案的内容。由此可见,策划编辑只有做好充分的前期准备工作,才能够进一步保障出版书籍的经济收益以及社会效益。不仅如此,在与作者沟通与交流的过程中,文字编辑也发挥着至关重要的作用,其不仅需要定期与作者进行协商,也需要帮助作者修改文稿中的常见问题,通过这样的方式能够防止书稿中出现严重的政治问题等。

### (二) 有利于增强出版社的运作能力

通过查阅相关文献知识还能够发现,文字编辑与策划编辑之间的分工合作还能够大大提升出版单位的运作效率。这就要求两个岗位的编辑工作者不仅具备丰富的知识素养以及职业素养,更是需要建立成熟的营销方式等。值得注意的是,如果出版社中的策划编辑仅仅知道如何策划选题还不会对文稿内容进行审核,而出版社中的文字编辑也只是懂得如何进行文字润

色还对营销策划一无所知,那么就会无法有效对接合作工作,最终导致两个岗位编辑在沟通的过程中浪费大量的人力物力成本,进而无法保障出版社的运作能力。

### (三) 有利于提升书籍的销售水平

研究发现,通过加强出版社中文字编辑以及策划编辑两个岗位工作人员之间的联系,还有利于建立良性的市场反馈机制,该机制能够大大提升出版书籍的销售水平。由于出版书籍的最终受众群体为读者,因此,编辑不能够仅仅对书稿内容进行编辑与整理,更是需要了解当前我国市场中读者的阅读审美以及阅读需求,只有通过这样的方式才能够受到读者的喜爱。因此,当出版社中的一本图书出版之后,文字编辑以及策划编辑就需要积极开展售后服务,利用互联网渠道来与读者进行互动与交流,了解读者对这本书籍的具体看法,最终将这些建议进行整理与汇总,总结出影响书籍销售水平的根本因素,并进行改进与优化。

### 三、加强策划编辑和文字编辑有效分工合作的策略

通过上述的分析能够发现,新时代下通过加强出版社中文字编辑与策划编辑之间的分工与合作,能够对出版社的发展起到促进作用。虽然当前越来越多的出版社意识到两个岗位编辑开展分工合作的重要性,但是在实际运作过程中却依然存在着一些不容忽视的问题,最终导致运作效果不甚理想。笔者将自身多年的工作实践经验进行总结,最终汇总至四大分工合作策略,分别为:第一,明晰两个岗位编辑的工作职责;第二,出版社中需要建立完善的管理运行模式;第三,严格遵循编辑加工流程;第四,建立科学的出版模式。以下将对这四个方面进行详细的阐述与分析:

#### (一) 明确划分策划编辑和文字编辑的职责

经过调查发现,由于很多出版社的管理者无法有效清晰文字编辑以及策划编辑之间的岗位职责,最终造成书稿审核过程中存在人员浪费的现象发生。因此,为了避免此类事件的发生,提高出版社审核工作的效率,管理者应当为文字编辑以及策划编辑制定详细的工作职责,并督促两个岗位的编辑人员按照制度进行职责划分。例如,出版社内的策划编辑需要做好以下工作内容:第一、前期的策划准备工作;第二,书稿的初期审核工作,站在宏观的角度对书稿的质量进行评析,筛除质量较差的作品;第三,设计科学的图书出版样式,并就稿件加工过程中可能存在的问题与文字编辑进行交流。出版社内的文字编辑则需要做好以下工作内容,分别为:第一,就稿件中存在的细节问题与作者进行沟通与交流;第二,在稿件加工过程中加强与策划编辑的联系。

#### (二) 建立健全有效的管理模式

值得注意的是,出版社需要建立良好的管理运行模式,只有通过这样的方式才能够保障各岗位工作人员各司其职,防止工作混乱现象的发生。实际上,只有有效提升文字编辑对稿件的加工审核能力,才能够保障出版书籍的质量,进而使得出版

书籍受到更多读者的认可。因此,在出版社中需要建立详细的制度条例来对文字编辑的工作质量进行管理与监督,从而将文字编辑的工作质量与最终出版书籍的经济效益之间建立联系。同样,出版社也需要采用同样的方式与策划编辑的工作质量建立联系。这样的管理模式能够有效调动起两个编辑工作者的工作积极性,并发挥自身最大的能力进行加工与审核。

#### (三) 严格规范编辑加工流程

在图书出版的过程中,需要经历加工与审核两个工作流程,只有把握好这两个工作流程的质量,才能够有效提升图书质量。因此,出版社需要制定严格的编辑加工流程,从而引导文字编辑与策划编辑在加工过程中发挥出最大的作用。本研究认为策划编辑在稿件加工过程中需要站在宏观角度对文章进行审核,如果稿件中存在较大的逻辑漏洞或者明显的政治错误,那么就需要进行筛除;而文字编辑则是对通过的稿件进行二次加工,对稿件中的每一个细节进行审核,并积极与作者进行沟通。由此可见,两种岗位的编辑工作者虽然从事着不同的内容,但是最终的目的却是一样的,那就是选出最优的稿件内容。

#### (四) 建构合理的出版模式

虽然在编辑出版的过程中,需要有效明晰文字编辑与策划编辑之间的工作职责,但是这并不意味着文字编辑与策划编辑之间存在着较大的鸿沟无法跨越。因此,出版社还需要建立科学的出版模式,防止一刀切。例如,出版社可以在选题策划环节中,加强两个编辑岗位工作人员的互动,使得二者能够进行积极交流,探索出能够提升图书出版质量的最优工作形式,最终使得文字编辑以及策划编辑能够充分发挥自身潜力,做好后续的分工合作工作,最终保障图书质量。

### 结语

通过上述的分析能够发现,出版社要想成功出版一本获得读者认可的书籍,就需要有效提升社内文字编辑以及策划编辑之间的分工合作效率,通过这样的方式能够有效明晰二者之间的工作职责,从而使二者对自己的工作内容全力以赴,更是能够有效弥补二者在岗位工作中的劣势,从而大大提升稿件的质量。

### 参考文献

- [1] 褚蔚. 对图书策划编辑和文字编辑分工合作的思考[J]. 出版参考, 2020(2): 3.
- [2] 褚蔚. 上下同欲, 合作互动, 有效提高图书质量——图书策划编辑和文字编辑分工的问题和对策[J]. 科技传播, 2020(01): 206-208.
- [3] 孙楠. 试论教辅图书策划和编辑加工存在的问题[J]. 新闻研究导刊, 2020(10): 2.
- [4] 唐璐. 浅议传统图书编辑提升策划能力的路径[J]. 教育研究, 2021(5): 85-88.