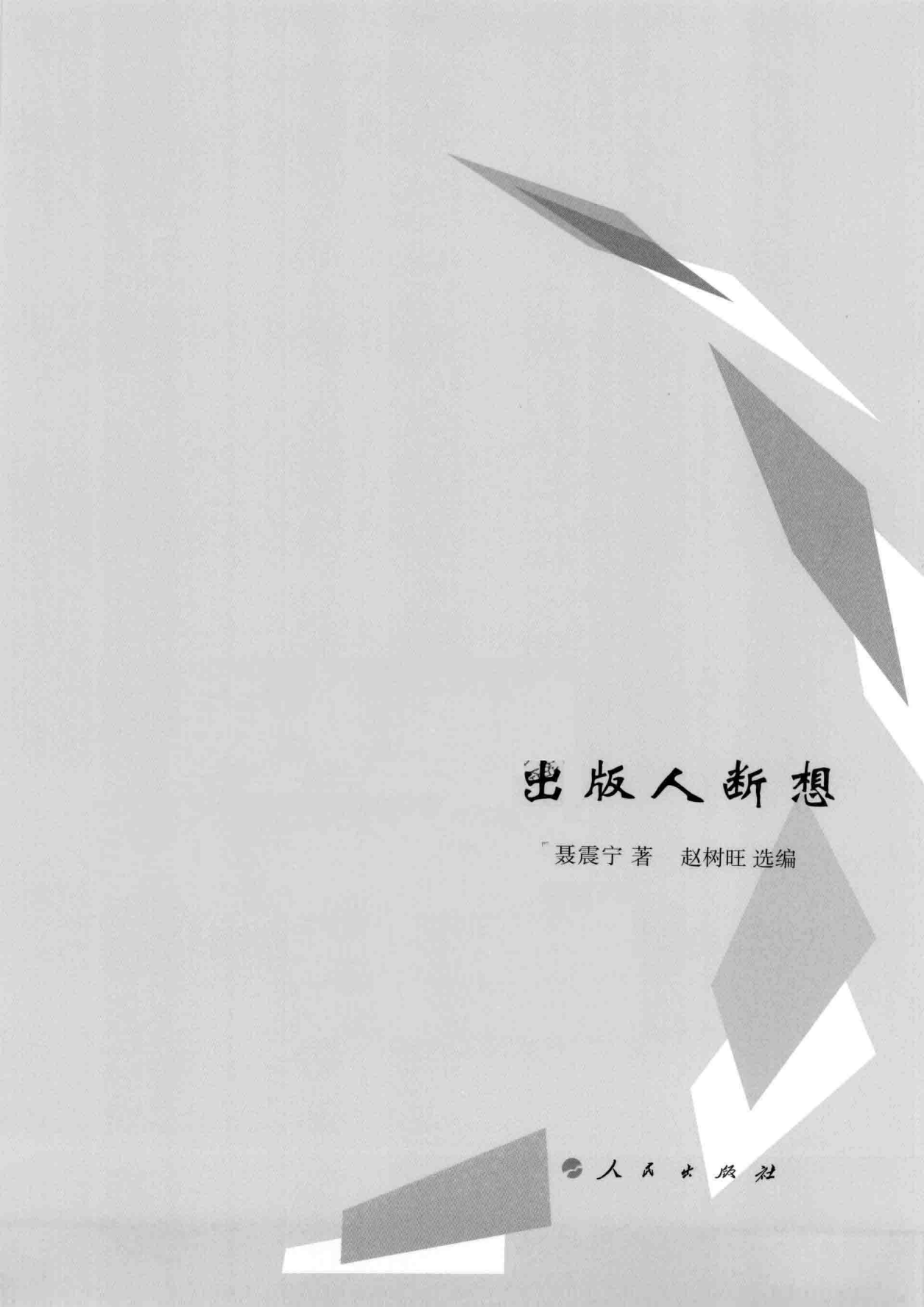


出版人断想

聂震宁 著

人民出版社



出版人断想

■ 聂震宁 著 赵树旺 选编

● 人民出版社

责任编辑：朱云河

版式设计：周方亚

封面设计：薛宇

责任校对：张红霞

图书在版编目（CIP）数据

出版人断想 / 聂震宁 著. —北京：人民出版社，2015.5

ISBN 978-7-01-014762-8

I. ①出… II. ①聂… III. ①出版事业—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 075220 号

出版人断想

CHUBANREN DUANXIANG

聂震宁 著

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店经销

2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：20.25

字数：233 千字 印数：0,001—5,000 册

ISBN 978-7-01-014762-8 定价：48.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话：（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

作者说明



首先要作说明的是，这部书并不是我的故意之作，无论是书中语录体形式，还是内容的编选，都不是我有意而为之。这部书的出版策划者、编选者都是赵树旺博士。他在中国传媒大学攻读博士学位时，学校聘我做他的导师。他在阅读了我的一些文章之后，提出了编选《聂震宁出版语录》的出版创意。这一创意让我大大地吃惊，当时就表示万万不可。我之所以吃惊和反对，乃是因为我从来没有想过会出版自己的语录。在稍微年长一些的中国人的记忆里，30多年前，语录乃是一位领袖的专属，神圣有加。可是，赵博士很坚持自己的意见，他立刻列举了一大批当代人耳熟能详的语录体出版物，譬如《鲁迅箴言》、《林语堂妙语》、《王蒙蠢话》以及《于丹〈论语〉心得》等等，说明以人命名以及语录书早已不再是什么神圣的专属。这一列举只能令我哑然一笑。鲁迅、林语堂、王蒙等一干大师与我何干，即便他们的语录书如许，也并不就此表明我有理由和他们一样出版自己的语录书。也许是出于尊重，赵博士不再辩驳，只是轻声说道“再看看吧”。我以为这个事情就此过去。不曾想，轻声表

示“再看看吧”的赵博士，大约事过近一年，一天，告诉我，语录书编选初稿已经发到我的邮箱。这一下，我就不只是大大地吃惊，更是大大地感动了。打开邮件，一番展读，尽管都是出自于自己笔下的文字，经过筛选编辑，竟然也有了不少新鲜感觉，忽然想到，闻一多先生曾有过诗歌有建筑感的见解，看来所有文字编排都是有其建筑感在的。一时间，我也有点儿喜欢自己的这部书稿了，算是敝帚自珍吧。但对于用我的名字与语录连缀起来的做法，我是坚决地否决。其坚决程度不亚于联合国常任理事国在安理会上行使否决权。赵博士辩驳多次，只好听命于导师。20世纪90年代我曾以“聂震宁断想”在《出版广角》上开过专栏，似乎有点儿影响，遂为此书设计了《出版人断想》的书名。尽管赵博士还在自言自语，说叫《聂震宁断想》有什么不可？然而师命难违，终归无用。我知道他是好意，可我不想到火炉上去烤。

还要加以说明的是关于这些文字的写作。我关于出版学方面的写作，一直都是出版理论与实务相随而行。从事编辑出版工作30多年，基本上是在实务中有了感悟和思考，顺手写下若干文字，以作为自己从业经历的记录，亦可用作行业内交流，也算是为行业发展提出一点建议，基本上不曾有过纯粹理论研究的专业写作。也许正因为如此，我在出版学方面的文章，理论构架从来比较随意，倘若拿去给大学论文指导老师评判，一定是不合格的；可反过来，则是随感、断想式的表达比较常见，随感、断想稍加凝练，就有点儿警句格言的味道，这大约就是赵博士产生编选创意的原委吧。可以肯定的是，我从来没有过从事语录体写作的打算，像英国人培根那样。还有德国人尼采，他的哲学作品通常由许多警句连缀而成，让人感到玄奥费解，也让人读了觉得文采斐然。尼采说过这样一段

话：“我的奢望就是，把别人要用多少部书才能说的话，仅仅用十个句子表达出来——甚至连别人在那许多部书中没有说到的话也说出来。”我也绝对不曾有过类似这位大哲学家一样的奢望。可现在竟然也能从我百余万字的出版学文章中辑录出十余万字的语录来，却是先前不曾预料到的。自然，这些语录，算不得什么格言警句，只是对出版学及其相关学科一些问题的观点、感想、评价、意见，顶多也就是思想火花一样的东西。想来，可能是自己对于出版业太过上心、太过着迷、太过投入、太过动情，总之，我是把生命中的30多年时间投入到了出版实务之中，绝大多数时间都保持着一种投入的张力（就是在观看电视转播美国篮球职业联赛的年度“球迷大会”时，我也会忽然产生创办中国出版业“读者大会”的创意），这才能在实践和思考中擦出如许思想火花来。在我逐渐退出出版实务的时候，能够把这些星星点点的火花集合起来，也聚合而成些微光与热，堪可聊以自慰吧。

最后就全书的目录分类作说明。全书分为十大类，实在也是勉强而为。分类过于宽阔，导致有些门类收录内容有些包罗万象。譬如第二大类“出版创新”，里面辑录了出版创新的许多方面，甚至还包括了社会效益评价、产业评价等内容，这些方面的工作确也需要创新，但似乎又有点儿包罗万象。又譬如第七大类“人力资源”，有不少选段因讲业务需要而提到人才，这也显得有点儿跑偏。可是，这也是没有办法的事情。分类是科学研究的基础，可是学科交叉又是一个基本趋势，现实事物通常又是你中有我、我中有你，难以截然分开。现在这个分法，只能算是一个大体的安排，供读者翻检时有一个大概的路径。好在这些语录并不是什么玄妙深奥的东西，一看就懂，放在哪儿并不重要，请诸位专家和读者鉴谅并海

涵吧。

在本书出版之际，特别要感谢赵树旺博士，没有他的创意和坚持，没有他做大量艰苦的搜集编选工作，就不会有这部书的诞生。感谢人民出版社各位领导和责任编辑。黄书元社长第一次听我说起此书选题，立刻表示要安排出版，打消了我一直以来的忐忑和顾虑。编辑部主任张振明先生和责任编辑朱云河先生都以很高的热情迎接书稿，他们的热情和很具专业水准的编辑工作使得我对此书的出版面世增添了信心。

聂震宁

2014年12月13日

目 录



	作者说明	1
1	出版理想	1
	CHUBAN LIXIANG	
2	出版创新	9
	CHUBAN CHUANGXIN	
3	经营智慧	49
	JINGYING ZHIHUI	
4	编辑艺术	111
	BIANJI YISHU	
5	数字出版	139
	SHUZI CHUBAN	
6	国际视野	169
	GUOJI SHIYE	

7	人力资源.....	203
	RENLI ZIYUAN	
8	阅读情怀.....	233
	YUEDU QINGHUAI	
9	写作理念.....	263
	XIEZUO LINIAN	
10	研究思维.....	295
	YANJIU SIWEI	
	编选后记.....	311

▶▶▶ 1



出版理想

CHUBAN LIXIANG



CHUBAN LIXIANG

爱我们的读者。

《文学季刊〈漓江〉刊前语》，1988 年

敬惜字纸，敬重读者，敬畏历史。

《〈我们的出版文化观〉自序》，2008 年 3 月

我们要有为天下人做出版、替万世人留文章的责任感和使命感。

《读者将有嘉年华》，2008 年 4 月

出版业积的是社会公德、文化道德，积的是人类文明的道德良知，第一件好事还是多出好书。

要一直坚持多出好书。好书顺应时代潮流，承担历史使命，满足社会需要，体现了一个出版机构的职业道德、文化自觉和历史使命感。

《积文化道德 出百年好书》，2007年6月

书籍的价值和作用，有的功在当代，有的则利在千秋，最理想的结果是既功在当代又利在千秋。

《〈书林漫步〉自序》，2009年7月

一个出版人的文化追求应该是：能够出版不仅当时受读者欢迎也能够传承下去的优秀出版物。

《写中国出版集团这部长篇小说是我最大的快乐》，2008年11月

多做一些有长久保留价值的图书，为国家的文化建设做一点有长久价值的贡献，应当成为我们的职业追求。

《一本书主义与一本书运动》，2006年7月

以文化为本和以人为本，乃是出版业之本。

出版物不仅是文化商品，更是承载文化、亲近大众精神的载体。出版的本质正是如此，出版的终极目标也必须如此。

整个出版产业，关涉社会，关乎世道人心，要想得到健康发展，就不能不提倡共同的理想，不能不提倡正确的价值观，不能没有崇高的终极目标。

《书市归来说价值》，2007年5月

出版的本质及其终极目标都是文化活动，在文化活动的过程中同时产生经济效益，更重要的是，推动一个民族整体状态的提升。

《进取在俗与不俗之间》，2008年4月

出版的终极目标是文化，是传承知识、创造文化、创新文化、发展文化。

文化贡献是出版人首先要考虑的内核，即便因此要承受经济压力，要承受担心、紧张的精神压力，对出版人来说也是幸福的。

追求顾客价值和社会责任，给人类创造更多的物质文明和精神财富，就是以人为本，是人类在物质文明和精神文明进程中的终极目标。

《文化：出版的本质与终极目标》，2007年6月

一个坚持文化至上的出版机构，势必要追求文化的积累和创新，爱惜文化人才，看重铁肩道义，珍视文章千古之事。

记住我们的文化使命，记住自己的文化身份，记住并且确定我们追求的文化价值，记住并且用现代出版文化理念去做好企业和产品的经营管理，记住并且最终实现文化的传播以及获取良好的社会效益和经济效益。

《记住你是谁》，2006年5月

出版从来就是一项具有文化普惠价值的公益性事业，公益精神应当是出版事业的宗旨和旗帜。

办出版与办教育，不仅事业相关联，而且精神相一致，都以昌明教育、造福社会为宗旨。

《出版与公益精神》，2008年5月

文化的奉献和社会的服务，我们出版人须臾不可忘记，多出精品好书须臾不可忘记。

《光荣与创新——寄语中华书局》，2007年11月

出版业真正的核心，是挖掘震撼人心灵的作品，并用最有效的营销手段实现最大范围的传播。

《提升文化软实力 中国出版“走出去”》，2007年10月

出版人既要坚持文化理想，又要保持商业理性；既要保有不俗的精神气度，又要灵活运用市场手段推送优秀图书；既要拒绝贩卖文化垃圾，绝不赚昧心黑钱，又要避免做亏本生意，更不能使出版机构难以为继，导致美好的文化理想成为文化空想。总之，出版的逻辑是，既要有“批判的武器”，又要有“武器的批判”，让崇高的文化理想成为社会生活的文化现实。

《多出好书应是出版业的终极目标》，2013年11月

图书要适应读者的需求，这是我们事业的基本点；引导读者进入一个崭新、高尚而有丰富文化价值的阅读境界，这是我们事业的辉煌之处。

热中求新，是我们的准则；新中求深，是我们的追求。通过新和深，形成属于我们的热点，成为读者优质的精神食粮，更是我们的理想。

冷有可能变热，热也还会转冷，这是事物发展的普遍规律。当一个热点转冷之后，我们的图书仍然被高尚的读者珍藏，这将是一个出版者永久的幸福。

《出版热点面面观》，1994年10月

出版工作要积极、主动地提供精神动力和智力支持，广泛传播现代科学文化知识，帮助人们消除愚昧和落后，战胜迷信和谬误，

解放生产力，发展生产力。

《出版工作与先进文化》，2001年6月

功不可以虚成。每一个出版行动都应当是一件实事，每一本图书的出版都要想到人民的利益、国家的需要和社会的进步。

《1999，一位新社长的几点感想》，1999年4月

出版工作以追求真理和进步为天职，以弘扬学术和文化为己任。

坚持出版追求和出版精神。无论何时何地，始终都以积极认真的思考把握时代的大方向，以坚韧无畏的精神追求知识和真理，以深刻庄重的人文关怀关注现实世界和人类未来。

出版的理想是超越空间的阻隔，用一种独特而共有的精神，为不同地域、不同背景的读者奉献同样精美的精神文化产品，并在宏观出版格局中形成独特的企业品牌。

《在2010京沪港三联书店高层年会上的讲话》，2010年10月