

思考与再思考

关于出版的一



杨牧之 / 著

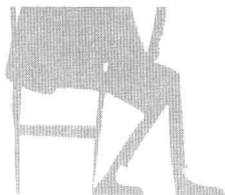


人民出版社

思考与再思考

关于出版的一

杨牧之 / 著



人 民 出 版 社

责任编辑:王 萍

封面设计:徐 晖

图书在版编目(CIP)数据

关于出版的思考与再思考/杨牧之 著. -北京:人民出版社,2012. 10

ISBN 978-7-01-011158-2

I. ①关… II. ①杨… III. ①出版工作-中国-文集 IV. ①G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 199749 号

关于出版的思考与再思考

GUANYU CHUBAN DE SIKAO YU ZAI SIKAO

杨牧之 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

2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:38.75

字数:540 千字

ISBN 978-7-01-011158-2 定价:79.00 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

前 言

想来想去我把这本书定名为“关于出版的思考与再思考”。“思考”是指我参加出版工作以来写的一些有关出版工作的文章。“再思考”则是这两年对过去文章，即当年“思考”的新的认识。“再思考”都放在一篇文章的前面，几百字，一两千字，谈谈我今天的认识，以“按语”的形式出现。

我一生只做了这一件事，当编辑、搞出版。倏忽间四五十年过去，自问之，整天想的是出版，干的是出版，高兴的是出版，焦急的是出版，希望能多编几本好书，将来高尚的人们回忆起我们会充满敬意。从1967年到中华书局做编辑（本来1966年大学毕业，因为“文化大革命”的缘故，1967年才分配），参加出版工作，至今辗转了四个单位：中华书局（20年）、新闻出版署（总署，17年）、中国出版集团（7年）、中国大百科全书（到现在已有3年），不论是当编辑、搞管理，还是从事经营，总之都是做出版工作。

几十年来，写过一些文章。今天，这些文章已都是旧文、都是历史了。承蒙人民出版社厚爱，让我编辑成册，是我的光荣。我想，我总得特别用心，尽量有点创造，以求对读者有所帮助。我就在我认为是记述重大事件的文章前加上“按语”：讲文章背景，讲今天我怎么

看，这就是“再思考”吧，容或对大家有些参考价值。

书中每篇文章前的“按语”，多为就事论事，这里，我借用“前言”这块版面，总的谈谈我怎样认识今天的出版改革。我思考很久了，也和一些朋友讨论过，切磋过。党的十一届三中全会以来，特别是最近十多年来，出版业进步很大。从出版业观念的转变，到出版体制和机制的巨大变革，极大地解放和发展了出版生产力，中国出版业正经历着广泛而深刻的变化，值得认真回顾和总结。

对于中国出版业的改革，我把我的观点概括为这样几点：第一，中国出版业必须改革，否则我们没有办法大步前进。我们已经落后于国际出版大的潮流，我们必须赶上去，超过去。只有深化改革，我们出版业才能为建设社会主义先进文化作出我们应作的贡献。第二，怎样改革？有三点应该首先明确：一要转为企业；二是文化企业；三是中国的文化企业。第三，按市场经济规律办事，实事求是，多加实验，不要自己给自己设定框框，也不要自以为是，实践是检验真理的唯一标准。第四，是否出版了好的出版物。这是检验改革成功与否最重要的标准。没有好书，没有好书的持续出版，赚一百个亿也不算成功。

“要转为企业”。原来我们的出版社是事业性质。在计划经济体制下，全国各地一个样：每个省（直辖市）都有一批同样的出版社：人民、文学、少儿、美术、科技或古籍、音乐等等，北京、上海是这样，新疆、青海、宁夏也是这样。也就是大家比方的，没有金矿，也要有个黄金加工厂。出版社赚了钱上交国家，赔了钱也没大关系，工资照发。这是由出版社的国有事业性质决定的。转为企业就得自负盈亏、自主经营、自我发展了。

所谓“文化企业”。“文化”是讲“内容”的，就是这两年大家说的“内容产业”。这个内容是以马克思主义为指导的，是坚持社会主义先进文化前进方向的。“文化企业”不是生产暖水瓶、自行车的工厂，只要质量合格，生产得越多越好。出版单位的产品是有“精

神”的，是有“灵魂”的，这就要求产品的内容高尚、健康、有益，讲究建设核心价值体系，这很要“文化企业”的“技术人员和工人们”下些工夫、动些脑筋。而且，它还很有特殊性。有的出版物确实有价值，有一定的认识价值，有特别的保存价值，或者对特定人的参考价值，此类东西可以出，但也并不是越多越好。这个道理搞出版的人都懂。再一点，“内容”的增长是有其特定规律的，它是累积的、渐进的，很难“跨越式发展”。我们见哪个作家一出道就打造出《红楼梦》、《静静的顿河》？见哪个学者几个月、一二年就完成其学术思想、构建出学术体系来？作家、学者出不来东西，出版社怎能做无米之炊？不弄明白这一点，一着急就去与金融、房地产搭钩，冒个险、投个机，也可能“跨越式”了，但那也只是赚几个投机的钱罢了，何况十有八九你也做不过房地产商。

“中国的文化企业”。中国有 13 亿人口，中国有五千年历史的文化积淀，中国几百年来积贫积弱，中华民族有千百年来孔孟之道的深刻影响，中国有社会主义先进文化的要求，要符合中国社会的审美要求、道德取向、民族特色，讲求核心价值体系和政治方向。

“企业”是什么？企业要“追求利润最大化”，企业要“自主经营”。企业只要不违背宪法，不违背出版法（现在还只是“出版管理条例”），不偷税漏税，就很难再管它什么。中国的文化企业，完全照这两条做得到吗？我们能公开提倡出版社“追求利润最大化”吗？我们要坚持社会效益放在首位，坚持社会效益和经济效益的有机统一。哪家出版社敢于说我又没犯法，谁也别干涉我，我要“自主经营、自我发展”？而且，一家出版社出了格调低下的书怎么办？格调低下的书你可以要求它不要出，但要求是要求，犯法是犯法。格调低下被人瞧不起，但并不触犯法律。偏有一些人喜欢，他要买，怎么办？何况上了市就要听“股东”的，股东就有发言权，决定权，股东要求多赚钱，到那时又怎么办？我还听说，有的上市公司，经营很困难，国家每年要给它补贴支撑着前行。这家出版公司何以到了这种

地步，要不要认真总结一下？

又要叫企业，甚至得上市，又不能“追求利润最大化”，不能真正做到“自主经营”，我总在想，这不是矛盾吗？

很多人说，如果真的建立现代企业制度，就应该放开审批制改为注册、登记制，任它在市场上打拼，“自主经营、自我发展、自负盈亏”。两个法管着，一宪法（当然还有出版行业的法规），二国税法。违背宪法及有关出版法规的政治要求，就撤社长职务；偷税漏税就罚它个倾家荡产，直至破产，让它没法子再办下去。至于出什么，不出什么，什么多了，什么少了，让市场去调剂。白菜种多了，烂在地里，明年就少种了。种少后白菜又贵了，后年就会聪明地调剂好——这才是企业。有人会担心，都自主经营了，有些国家需要的出版物出不来怎么办？我想，请尽管放心，我们的编辑有很高的政治觉悟。党和国家利益永远是第一位；再者，国家需要的书，一定有市场，为什么不出？至于形式主义、假大空的东西，出少了，不出了，不是最好吗？而且，我们还可设一个“国家印务中心”，国家急需的东西请国家印务中心承印。

这样放开我们做得到吗？如果一时乱了套，能承受吗？有实施的气魄，暂时出了问题，各方都能够承受，就去做。如果一时做不到，就不要一刀切、一窝蜂，可以先试点，试试，总结一下再推广。分阶段，分步骤，分类型实施，让出版社改革逐渐取得成果，让改革方案逐渐完善，让舆论逐渐适应。

党的十七届六中全会决定指出：要科学界定文化单位的性质和功能，区别对待、分类指导，循序渐进、逐步推开。“区别”、“分类”、“渐进”、“逐步”这些用词都是十分谨慎，十分讲究的。所以，我们不能要求齐步走，要求都要“转企”、“集团化”、“上市”，弄不好或者会流于形式，或者会挫伤大家改革的积极性。

有些事光有良好的愿望不行，在贯彻的过程中一时真的做不到。比如，成立集团不能捆绑，很对，但我看至今没有一家做到了，甚至

经济企业也做不到。因为资产所有权是国家的，进不进集团我都不会破产，不下命令“捆”我，谁愿意被人捆绑、被人兼并，做二把手呢？何况，现在的出版社大体上还是属于垄断行业，还不许随便成立，垄断之下岂有竞争，靠卖书号也能混下去。

又比如，既然是企业、上市公司，最终得落实到营业额、利润指标上，要看股票的行市，出好书就落到第二位了。因为大部分图书都属薄利多销，畅销书一年能有几本呢？出书赚不了大钱，就去做金融、房地产，经营其他产品，甚至投资煤炭产业，好书就出不来了。三十几万种近四十万种，能给读者留下深刻印象，放在书架上常读常新的作品能有多少？百分之十？千分之十？

上述的议论可能不失偏颇，但这是我长期思考的问题，我看也是很多同行议论的问题，写出来，供大家讨论。

谨以此文作为本书的“按语”，放在书前。

杨牧之

2012年7月4日初稿，7月30日五稿改定，北京

目 录

前言	(1)
----------	-------

上 编

“我们的事业并不显赫一时”	(3)
——谈精品图书与精品战略	
创新的激情源自远大的抱负	(10)
——在首届“香山论坛”上的致辞	
国家首次大型重点图书出版计划缘起和设计	(16)
——国家“八五”重点图书选题、出版计划述评	
对出版形势的看法和出版改革的意见	(39)
1994 年全国图书选题评析	(53)
关于国家图书奖的构想和实践	(67)
国家图书奖十年回顾	(77)
审读是出版管理工作中一项最基础工作	(82)
——在全国审读工作会议上的讲话	
新形势下全国图书审读工作的要点	(95)

“两减两增”说明了什么	(107)
制约出版事业发展的问題及对策	(111)
图书发行体制改革的历史回顾和改革的设想	(128)
——在 1998 年全国新闻出版局长会议上的发言 (部分)	
出版业要以自己的特色和优势支持西部大开发	(143)
农村图书发行工作是一项系统工作	(148)
非国有书业是书刊发行业重要组成部分	(156)
愿心有所想,店有其书	(164)
——庆贺第十二届全国书市胜利开幕	
我们都要“咬文嚼字”	(169)
——《咬文嚼字》2001 年合订本序言	
对中国出版业改革的探索与思考	(173)
关于加快建设中国出版集团的意见	(195)
——在中国出版集团工作会议上的讲话	
中国出版改革的动因及应警惕的误区	(212)
加强出版物发行网点建设,提高出版物传播水平	(231)

中 编

崛起,在祖国丰饶的土地上	(245)
——《文史知识文库》前言	
从获奖图书谈我国的少儿读物	(248)
辞书出版关键是提高质量	(261)
关于外国文学出版的思考	(272)
超越前人,无愧于后人	(285)
——古籍出版 40 年概论	
关于加强地图出版管理问题答记者问	(305)

科技出版要为“科教兴国”服务	(309)
迎接新世纪文明的太阳	(312)
——《大中华文库》总序	
向世界介绍中国	(320)
——在“《大中华文库》出版工程表彰大会”上的发言	
中小学教材出版发行招标(试点)是一项重大改革	(330)
五十本书和一个时代	(336)
当前古籍整理出版工作的十项任务	(340)
波澜壮阔的九十年	(349)
——在中华书局成立九十周年大会上的讲话	
古籍整理出版工作要推陈出新	(352)
——在中华书局出版工作会议上的讲话	
《北京图书馆藏敦煌遗书》出版的意义	(362)
美丽的通天塔	(365)
——祝贺《英语世界》200期	
关于优秀图书的编辑含量	(368)
——从中国出版集团图书奖说起	
对三联书店选题策划的建议	(379)
传统文化的立足点与着眼点	(390)
上善若水	(396)
——纪念中华书局总经理王春同志	

下 编

把编辑工作作为一门艺术去追求	(411)
编辑事业是立言、存史、资政、育人的事业	(414)
编辑要有辨别的水平和坚持的勇气	(425)

鉴赏能力与审美情趣是编辑的基本素养	(431)
编辑的文化修养和提高的途径	(441)
政策修养是编辑的根本	(454)
编辑也应该懂点装帧艺术	(461)
今天的编辑要有经营意识	(470)
新的时代要求我们具有新的本事	(481)
编辑要有国际视野	(492)
编辑应该注意的十件小事	(505)
“雅”、“俗”与“雅俗共赏”	(516)
办刊物就是要请“专门家”撰文	(523)
刊物要处理好“系统”与“零散”的关系	(530)
稿件整理的几点体会	(536)
标题·目录·要目	(545)
杂志办“专号”的价值	(553)
杂志是主编身影的伸长	(562)
要有什么样的编委会	(570)
编辑部的活力与凝聚力	(577)
编辑部里的年轻人	(586)
后记	(602)

上 编

这一部分主要是我在新闻出版署（总署）做出版管理的工作记录。包括两个方面：一是我的编辑出版理念和追求，如编辑出版工作是一门艺术，要追求精品、要创新、要继承弘扬民族精神，要“咬文嚼字”讲求质量，要做到读者要的书书店里都能找到，要面向世界面向未来等方面的问题与思考。二是我对当时新闻出版署（总署）出版方面一些重要工作的建议和意见，也包括对一些重要工作的实施体验。比如社会主义初级阶段出版工作的特点和问题、国家出版规划的制定与实施、审读工作的重点和意义、图书选题总量、结构的宏观调控、“国家图书奖”的设立和导向作用、出版工作如何支持“西部开发”政策、发行改革构想以及出版集团公司的试点工作等等。我的想法很不成熟，但涉及的多是那个时期比较重要的问题，对今天了解那一段出版工作历史也许有帮助。

“我们的事业并不显赫一时”

——谈精品图书与精品战略

(1997年11月12日)

按语：我把这篇文章作为本书的第一篇，是有所考虑的。文章中我从两个方面界定了“精品”的意义。从国家层面来说，“精品反映一个国家的文化水平、代表着一个国家文化发展的方向”；从编辑个人或一家出版社来说，“精品意识，就是战略意识，体现了对事业的追求和奋斗”。从这两段话可以看出来，我是把打造精品看做一个编辑、一家出版社的追求和奋斗目标的。

我感到，目前对“精品”的概念并不很清晰。有的人说，“精品”高不可攀；有的人说，什么精品，我们社出的书都是精品！还有的人说，这事与我无关，绞尽脑汁，费那么大劲，那么长时间，我不用干别的了。

这篇文章，最早发表于1997年的《出版科学》杂志，后来《光明日报》和《新华文摘》都转载了，我当然感到光荣。但从那时我就认为，这主要不是我的文章写得好，而是我用了马克思的一句话作为标题。马克思鼓励人们为一个伟大的目标去奋斗。他启迪人们不要为眼前的“一点点自私而可怜的欢乐”所迷惑。



欢送石宗源署长赴贵州荣任新职。右起：龙新民、桂晓风、石宗源、于友先、宋木文、杜导正、刘果、杨牧之。

前人为我们创造了多少震撼心灵的巨制，创造了多少让我们愉悦享受的杰作，我们要无愧于前人，像前人那样，造福于后代。

“树立精品意识，实施精品战略”，这个口号在出版界已经深入人心。每个出版社都在热烈地谈论精品计划，不少出版社在报刊上大力宣传自己出了多少精品。这都说明了出版工作形势很好。“实施精品战略”已经为出版界广泛接受。但是，什么叫“精品”？我们心目中的图书“精品”，是否就是精品？我感到，在今天，在出版界为了提高图书质量，大力实施精品战略的时候，有必要就这个问题进行讨论。

一、精品图书的最基本标准

在出版论坛上，被普遍认同的观点就是对优秀作品的共识。这个观点认为：优秀作品是一个国家、一个民族时代精神的集中体现；在整个精神产品的创作和生产过程中，具有重要的示范和影响作用。

这个观点有两层意思，一是从内容上看，优秀作品应该反映一个

国家、一个民族的时代精神；二是从客观效果来看，优秀作品的创作和生产过程，应该对整个精神产品的创作和生产产生榜样作用。

党的十四届六中全会《关于加强社会主义精神文明建设若干重要问题的决议》在提出要“树立精品意识，实施精品战略”之后，指出：要努力创作出一批思想性、艺术性统一，具有强烈吸引力、感染力，深受广大群众欢迎的优秀作品，带动社会主义文艺事业的全面繁荣。

这段话主要也有两层意思，一是优秀作品应该思想性、艺术性统一，具有强烈感染力；二是这样的优秀作品能带动社会主义文艺事业的繁荣。

从上述两段话我们可以概括出这样几点：优秀作品，从内容上，它应该反映时代精神，思想性、艺术性统一，有强烈的感染力并深受群众欢迎；从效果来看，它们是榜样，可以起带动作用。精品的涌现，可以带动文化的繁荣和发展。

从字面上看，“精品”无疑地比“优秀”更进一层。精品都应该是优秀的，但优秀的并不一直都是精品。在这里，我之所以把“精品图书”与“优秀图书”分开来说，我是希望，我们的图书都是优秀图书；同时期盼着，在这大量的优秀图书中能够产生一批精品，代表我们的民族，光彩我们的时代。

二、精品应该超越时代，具有传承性

从上述的分析中我们是否可以这样认为：

精品反映一个国家的文化水平，代表着一个国家文化发展的方向；

精品意识，就是战略意识，体现了对事业的追求和奋斗；

精品的本质是创造，是创新与突破，精品应该是前所未有的。

大量的优秀图书、精品图书必将使社会主义文化群星灿烂，精彩