



●明天出版社●

山东省出版科学 论文选

山东省出版工作者协会——编

SHANDONGSHENG
CHUBAN
KEXUEIUNWENXUAN

●第三辑●

前 言

1991年8月山东省出版工作者协会在烟台召开了第三届出版科学理论研讨会。我们从这次会议的论文中选择了48篇，编入《山东省出版科学论文选》第三辑。这次入选的理论研究文章，有相当的实践性和理论性，涉及面较广，有书刊编辑出版导向的论述，有编辑工作方方面面的见解，有出版管理的探讨，也有图书发行的论证。这是近几年来我省出版界理论研究的又一批成果，比较全面地反映了我省出版理论研究的状况和水平。我们希望通过本书的编辑出版，对我省的出版改革和出版理论研究起到有益的促进作用。

这本论文选的出版，得到明天出版社的大力支持，在此表示衷心的感谢。

编 者

1991年12月

目 录

大冲击大震动之后的反思

——漫议出版队伍的思想建设

.....山东省出版总社	王克迅(1)
试论图书的整体效应.....山东大学出版社	李凤玲(8)
浅议图书质量的优劣.....山东省出版总社	慕方进(14)
何谓优秀图书?.....山东教育出版社	胡钢泰(20)
责任编辑的使命.....山东省出版总社	山曰比(25)
我对编辑工作的几点体会.....山东教育出版社	胡钢泰(32)
谈编辑在图书出版中的主导作用	
.....山东人民出版社	祁秀生(38)
漫议复审.....山东教育出版社	马惠敏(46)
论优化选题问题.....山东大学出版社	张永恩(54)
试论选题的构思方式.....山东友谊书社	姚文瑞(60)
怎样拟定科技书稿的编写提纲	
.....山东科学技术出版社	聂方熙(65)
低幼读物美术工作刍议.....明天出版社	赵镇琬(73)
引文标点符号的规范化用法浅探.....青岛出版社	李忠东(78)
试论书评对读者的导向作用.....山东大学出版社	张华芳(89)
论编辑与印刷、发行的关系.....山东大学	刘光裕(94)

出版集团的形态与组织建设初探

..... 山东省出版总社 赵建军 董力平(108)

关于出版社扩大再生产的思考

..... 山东科学技术出版社 聂方熙(116)

浅议出版社人员的管理..... 山东大学出版社 李凤玲(122)

现代管理方法在出版业的应用..... 山东友谊书社 王虹(128)

编辑管理学导论..... 山东省出版总社 山田比(139)

试论期刊编辑主体的文化战略观

.....《山东经济》编辑部 朱崇珩文曼青(163)

论创造良好的期刊形象

.....《医学科普》杂志社 赵金凤王海勇(172)

试论专业期刊的导向作用

.....《山东职工教育》编辑部 卞文阳(178)

贯彻“双百”方针 繁荣学术研究

——《文史哲》杂志贯彻“双百”方针的一点体会

.....《文史哲》编辑部 陈绍燕(185)

综合服务 总体经营是实现“双效”的重要途径

..... 山东农业知识杂志社 崔光彩(195)

办好综合性农业期刊的实践与思考

.....《山东农业》编辑部 徐波(204)

科技期刊的文风及编辑如何把关

.....《落叶果树》编辑部 丁少华(214)

试谈科技书刊编辑的素质和修养

.....《海洋地质与第四纪地质》编辑部 梁名胜(221)

期刊编辑工作的一点体会..... 山东省出版总社 许平(228)

试论编者和作者、读者的关系

.....《山东医药》编辑部 徐娟英孙昭水(234)

谈文学期刊编辑的读者意识..... 山东文学社 袁 风(242)

论读者心理对科学作品影响力的损益

.....《齐鲁渔业》杂志社 薛鸿瀛(250)

浅谈科技期刊的信息工作

..... 中学数学杂志编辑部 李正银(257)

期刊广告设计刍议..... 山东农业知识杂志社 王德深(261)

“为人作嫁”与人类文明.....《东岳论丛》编辑部 郭墨兰(267)

论图书发行企业的全面质量管理

..... 山东省新华书店 徐彭声(271)

刍议图书发行社会效益的量化分析

..... 烟台市新华书店 许 旭(281)

试论一般图书市场的开发..... 潍坊市新华书店 李超一(291)

浅谈县书店加强一般图书发行

..... 栖霞县新华书店 王克艾(301)

试论图书发行导向..... 青岛市新华书店 崔 平(307)

浅议图书发行的导向

..... 淄博市新华书店 张学惠宫元勋(318)

新华书店在农村图书发行中的主渠道地位和作用

..... 惠民地区新华书店 刘训芝(324)

试谈书店经理如何抓好进货

..... 泰安市新华书店 高建功(331)

谈零售和零售为主销货店的图书进货工作

..... 济宁市新华书店 谢永清(339)

为人民提供精神食粮是我们的神圣职责

——浅谈图书发行工作者的职业道德

..... 山东省新华书店 王淑欣(349)

谈提高图书发行队伍的素质

..... 菏泽地区新华书店 李海祥(355)

试论基层书店的企业管理与公共关系

..... 烟台市新华书店 王书山(362)

讲好大道理增强思想政治工作的实效性

..... 泰安市新华书店 孙志刚(370)

大冲击大震动之后的反思

——漫议出版队伍的思想建设

山东省出版总社 王克迅

几年来，出版战线并不是风平浪静的，而是存在着激烈的斗争，其中最震撼人心的是两次大的冲击：一是资产阶级自由化思潮泛滥；二是图书市场上黄潮成灾。两次大冲击，也是两次大考验。考验的结果表明：在斗争风浪中，大多数出版工作者思想是清醒的，立场是坚定的，他们坚持四项基本原则，反对资产阶级自由化；坚持社会主义方向和“两为”方针，一手抓扫黄，一手抓繁荣，做出了显著成绩。但是勿庸讳言，也暴露出一些严重问题。在一段时间里，有的出版单位思想乱了，队伍散了，阵地丢了，发生了政治方向错误。在这种情况下，不得不进行整顿，全国500余家出版社中，有40余家被撤销、停办和合并；1000多种书刊被查禁。

这是建国以来前所未有的。在严酷的事实面前，人们迷惘了，震惊了。大冲击引起了大震动，也引起了人们的反思：应当怎样看待这个问题？我们的教训在哪里？在这一斗争中我们应当采取什么对策？

本文试图就此谈几点粗浅的认识。

两个不可低估

首先，应当充分认识和正视这两次大冲击对出版界产生的影响及其危害。我认为有两个不可低估：

一、不可低估资产阶级自由化思潮对出版队伍的严重影响。这种影响一度造成了部分人不同程度的思想混乱，以至是非颠倒，良莠不分。例如，坚持出版工作的党性原则，被讥之为“思想僵化”，而鼓吹资产阶级自由化，则被认为是“思想解放”。有的人对马列主义、社会主义和党的领导发生了怀疑动摇，发出了“马列主义还灵不灵，社会主义还行不行，党的领导还能不能”的怪论。有的赞赏西方资产阶级的政治观、人生观、价值观，以至出现了马列主义被贬低，被否定，而西方资产阶级的一套成为时髦的怪现象。有的否定民族优秀传统文化，对西方文明则顶礼膜拜。更为严重的是，有的人卷入了1989年春夏之交的动乱甚至暴乱，犯了严重错误。在这种情况下，有些阵地被资产阶级自由化思潮侵入以至占领了。例如：

——一些资产阶级自由化的所谓“精英”们，成为某些出版单位欣尝、追求，甚至争夺的“热门”，他们的著作成为抢手货，在客观上为他们提供了阵地。

——有的出版单位，以宣传“新思想”、介绍“新观点”为标榜，不加鉴别、不加分析批判地“引进”了西方资产阶级的政治观、历史观、艺术观、伦理观、价值观和其它思想文化垃圾，传播了资产阶级自由化思潮。

——有的用民族虚无主义和历史虚无主义的态度对待我们的优秀传统文化和光荣历史，甚至出版了丑化共产党，贬低马

列主义，否定社会主义的图书。

上述种种说明，处于意识形态领域的出版战线，是资产阶级自由化进攻的主要目标之一；也说明，在出版战线反对资产阶级自由化的任务是非常艰巨的。

二、不可低估在商品经济条件下，资产阶级腐朽思想，尤其是拜金主义对出版队伍的侵蚀和影响。这方面的主要表现是“一切向钱看”和把精神产品商品化。例如：

——不是把出版单位作为社会主义的思想文化阵地，而是看作单纯追求利润的机构；出书不讲社会效益，而是作为小集团或个人牟利的手段。为了赚钱，不惜迎合某些读者的低级趣味，出了一些格调低下甚至黄色的图书。有些是“既非黄色又有黄味”的所谓“擦边球”。

——出版社同作者的关系，成了赤裸裸的金钱交易：有钱就能出书，无钱望书兴叹。这就使一些有较高水平的学术著作不能出版，一些平庸之作却大量印行（人们称之为“不好不坏，又多又快”）。有的甚至出卖书号，进行变相的权（出版权）钱交易，不少有问题的书就是这样出来的。

——编书、印书、卖书都以金钱为驱动力，经济手段成了唯一手段，利润指标支配了全部活动。评价工作不是看出了多少好书，而是单纯地以营利与否定优劣，从赚钱多少看贡献。

上述种种有很大的危害性，有的出版单位就是因此而背离“两为”方针，偏离社会主义方向的。

上述种种也有很大的腐蚀性，有的人为了钱，不顾社会责任，不讲职业道德，甚至堕落成唯利是图的投机书商，走上犯罪的道路。

一条深刻教训

资产阶级自由化同四项基本原则的对立和斗争，是我国现阶段阶级斗争的集中表现，这一斗争是不可避免的。在改革开放和发展商品经济的环境中，资本主义的腐朽思想会乘隙而入，也是不可避免的。这并不可怕，可怕的是我们丧失了警惕，从思想上政治上解除了武装。“思想宣传阵地，社会主义思想不去占领，资本主义思想就必然会去占领”，我们的失误，我们的主要教训也正是在这里。

应当说，我们出版战线是有重视思想政治工作的传统的，这是我们的优势之一。但是，前几年在“淡化”、“改造”思想政治工作，“一手硬、一手软”的大背景下，这一优良传统被丢掉了，思想工作被严重忽视、削弱，在有的单位实际上被取消了。例如，片面强调以经济手段办好出版社，而忽视了思想政治工作的导向作用和保证作用。在这样一种工作方针指导下，有的单位只抓业务，不抓思想；只抓工作，不抓学习；对工作人员只使用，不教育。有的只靠奖金去调动积极性，而忽视了提高人们的政治觉悟。有的单位党的生活被“淡化”了，一些好的思想政治工作制度被取消了，出现了意识形态工作部门不抓思想政治工作，马列主义宣传工作者不学习马列这样一种“灯下黑”的怪现象。于是，在出版队伍中发生的大量思想问题，得不到及时解决，一些错误的东西受不到抵制和批判，致使正气不扬，歪风不刹，以至造成思想混乱的局面。

一方面是资产阶级自由化思潮和资本主义腐朽思想在不断地进行侵袭；而另一方面，我们则解除了武装，撤除了防线，丧

失了抵御能力。问题很清楚，队伍散了，阵地丢了，首先是因为思想乱了。我们千万不能忘记这一沉痛的教训。

占领出版阵地，首先要占领出版队伍的思想阵地。越是在资产阶级自由化同四项基本原则的激烈斗争中，越要重视思想建设。越是在商品经济条件下，越要加强思想工作。越是在意识形态工作部门，越要把自身的意识形态工作抓好，真正建立起一支具有较高的政治觉悟，能够经受各种考验的出版队伍。

“求木之长者，必固其根本。欲流之远者，必浚其泉源”。本不固，枝不荣；源不浚，流不远。思想建设，可以说就是“固根本，浚泉源”的工作。关键在于提高认识，首先又是担负出版单位领导工作的同志的认识。领导领导，有个领向那儿，导向何方的问题。作为一个出版单位的领导者，一定要有长远眼光，不要目光短浅；一定要坚持社会主义物质文明和精神文明一起抓的方针，克服“一手硬，一手软”的偏向，切切实实地把思想工作放到重要日程，用主要精力抓紧抓好。

一项基本对策

前几年的斗争实践说明，思想上的混乱，根本在于理论上的混乱。当前出版队伍思想建设的迫切任务，就是要组织全体出版工作者认真学习马克思主义理论，划清马克思主义与反马克思主义、社会主义与资本主义、无产阶级思想体系与资产阶级思想体系的界限，正本清源，把被资产阶级自由化搞乱了一些思想理论问题，重新纠正过来。

出版工作的实践也说明，要宣传马克思主义，应用马克思主义，首先要学习马克思主义。在出版单位，要普遍深入持久

地进行马列主义、毛泽东思想的教育。无论是编辑工作者、发行工作者，还是出版管理工作，都要把学习马列作为必修课和基本功，认真地学，系统地学，弄通它的基本理论，掌握它的立场、观点、方法。

学是为了用，首先要用于改造世界观。应当指出的是，这些年“改造”这个词很少讲了，有的则讳莫如深。过去有一段时间，我们犯过阶级斗争扩大化的“左”的错误，曾经在“思想改造”的名义下错整了一些人，这是令人痛心的，是应当改正的。但是，不能因噎废食，甚至连“改造”这个词也不要讲了。其实，改造思想，就是要使我们的主观世界符合客观世界，进而去改造客观世界。从这个意义上讲，人人需要改造，不要一讲改造就以为要整人，谈虎色变。人人需要改造，作为思想工作工作者更需要改造，道理很简单：“灵魂工程师”要首先净化自己的灵魂。

从当前斗争形势的需要和出版队伍的实际状况看，现阶段思想建设的主要目标和要求应当是：用马列主义、毛泽东思想武装头脑，提高广大出版工作者坚持四项基本原则，反对资产阶级自由化的自觉性和坚定性，增强抵御资产阶级思想侵蚀的能力。具体地说，我认为，应当着重解决好这样几个方面的问题：

——坚定马列主义信仰和共产主义理想。这是作为马克思主义宣传工作者的基本条件。很难设想，一个没有共产主义理想，对马列主义怀疑动摇的人，会成为宣传、捍卫马列主义、毛泽东思想的坚强战士。

——坚持出版事业的社会主义方向和“两为”方针。当前尤应划清两种改革开放观，即坚持四项基本原则的改革开放，同

资产阶级自由化所主张的实质上是资本主义化的“改革开放”的界限。在出版战线的改革开放中，坚持社会主义方向，坚持为人民服务、为社会主义服务的方针，坚持社会效益第一的原则。反对精神产品商品化，反对种种偏离社会主义方向、违反出版方针的做法。

——树立正确的人生观和价值观。核心是解决为什么人的问题，也就是为谁出书，为谁辛苦为谁忙的问题。要坚持为人民服务的宗旨，提倡奉献精神，发扬社会主义出版事业的优良传统，反对极端个人主义、拜金主义和各种腐朽的价值观。

——培养高尚的职业道德。当前要强调树立高度的责任感和清正廉洁的作风。应当制定出版工作者的道德规范，纠正行业不正之风。

总之，切实加强思想建设，培养一大批方向明、路子正、业务精、作风好、品德优的人材，建立起一支自觉地坚持四项基本原则，坚定地抵制和反对资产阶级自由化的出版队伍，这应当是我们的基本对策。

（1991年8月）

试论图书的整体效应

山东大学出版社 李凤玲

在商品经济兴盛的今天，商品图书的社会效果是要以它的社会与经济的综合效益来体现的。当然，图书的社会效果最终还是应表现在图书内容的传播对于社会生产力的发展所起的作用上。如果书稿的内容比较符合客观事物发展变化的规律，据此进行的活动，一般能够直接或间接地推动社会生产力的发展和社会关系的进步；如果书稿的内容违背事物运动变化规律，其内容传播后则会污染人们的思想，使人们对事物真相的认识发生严重的歪曲，据此进行的活动就直接间接地阻碍社会生产力的发展和社会关系的进步。在这里，图书对政治统治力量的作用是人们所首先关注的社会效果。在销售市场上，对于购书读者来说，一般是对图书内容的需要，即对图书运载的知识需求是他购书的第一动机。而今人们又热衷于追求商品硬件与软件的结合，作为图书来说，在精彩内容的基础上给予精美的设计装帧，就会增加它的竞争力，因为美感的追求已成为当代一种重要的消费趋势。对于精美的图书，不少读者会怦然心动，慷慨解囊。因此，图书的形式美也会成为读者购书的第二动机。当然，在一定条件下，二者也是可以相互转化的。一本内容虽好但外形欠美的图书，往往使读者购书时犹豫不决，有时内容一般但外形很美的书则可使读者爱不释手，作为艺术珍

品或馈赠礼品而买下来。所以，既有完善的内容、又有完美的外形的图书，才能赢得最广泛的读者，才能实现最高的社会效益。我们把图书所运载的知识与其装帧设计（即内容与形式）对其社会效益和经济效益产生的作用，称之为图书的整体效应。影响图书整体效应的要素有两点：第一要素为完善的内容，即指正文内容、目录、前言及运载知识的时间（即出版日期）；第二要素为完美的外形，即指封面、版式、插图、装帧。要提高图书的双效益，就要增大图书的整体效应。图书的整体效应又要受到各要素的制约。因此，本文就各要素对图书整体效应的影响谈点粗浅的看法。

按照系统论的观点，图书的整体效应并不仅是这些要素的简单加合，正如萨多夫斯基在《一般系统论原理》中谈到的，“作为一个整体的事物，他的属性不仅是由某个别元素的属性决定的，而且与其说是由个别元素的属性决定的，还不如说是由其结构的属性，由所考察客体的特性的综合性的联系决定的。”即各种客体对象的属性，不是其各个组成元素性质的简单迭加，而是由其整体结构的方式方法决定的。因此，要想增大图书的整体效应，就必须考虑如何实现各要素自身的完美，各要素之间应以怎样的形式组合、优化、互补，才能使图书产生较大的整体效应。这就要重视整体中各要素的性质、特点及实现自身完美的标准，并从整体着眼去理解每个要素在整体中的地位和作用。只有从整体考虑，进行整体研究、整体设计，并正确运用整体与部分的辩证关系，才能实现整体的完美。

内容是否完善，是要从其政治价值、学术价值、理论价值、实用价值及包含信息的新旧多少来判断的。一本好的图书，首先是它的基本观点必须是坚持四项基本原则的，是与党

中央的路线、方针、政策保持一致的。当它被人民群众接受后，真正起到宣传人民、教育人民、鼓舞人民奋发上进、提高人民政治素质的作用。如果能达到上述目的，可以说它具有较高的政治价值。如果属于纯理论研究，它应总结、概括现实的东西，经抽象、提炼后，创立出新学科、新理论、新观点，或在某学科研究领域处于领先地位。人们从中可以学习、了解、掌握新知识，有的放矢地去研究、开拓这一新领域，并且用于指导生产和社会实践，这可以说，它有着较高的理论价值。有些图书是面向实际的，它引导人们去思索、研究、解决现实生活与生产中的问题，直接为人们现实生活服务，为科学实验服务，为实现社会的进步提供必要的食粮。这种实用价值较大的图书，具有极大的普及性，深受广大群众喜爱。图书的学术价值大小，要看它是否介绍了学科发展的新特点、新动态、新成就，它所提出的学术研究的历史、现状、发展趋势以及学术争鸣的不同观点是否是读者和社会舆论所关注的热点、难点，是否在本学科理论体系中有着重要的位置，对本学科的发展有着敏锐的启示。读者不但要看书的内容的政治性、思想性、理论性、学术性、实用性，还要看书中知识信息的多少。读者喜欢从一本书中获取现实社会本学科领域中最多的知识信息，也就是说，读者希望该书能囊括古今中外最新、最准确、最渊博的知识，希望从这本书中得到的知识信息量大于社会已流通的同类书中的信息量。

读者为了迅速而准确地判断出图书内容的各种价值及信息量的大小，要从书的内容简介、目录和前言中找到答案。编著者在书的前言中阐述编著书的目的要求、书的特色及实用性等，在内容简介中表述书的中心思想、基本内容和基本观点。

读者从中了解到该书的基本观点和要点后，再通过目录详细地了解内容的知识性、科学性、现实性、逻辑性以及知识的渊博程度和掌握信息量的大小，由此，读者掌握了书的主体。如果以上几项能满足读者的要求，这就激起了读者购书的愿望。

图书的外形美通常构成读者购书的第二动机，是实现图书整体效应的第二要素。不管是封面设计、版式处理，还是装帧的质量、开本大小，只要努力体现书的内容，体现书的灵魂，体现书的编辑思想，只要能与大多数读者的审美心态、求美欲望相共鸣，就能起到实现书的价值、增大图书效应的作用，就能更进一步激起读者购书的愿望。

书的封面设计必须服从于书的内容，表现书的主题，直观地或含蓄地表达书的基本内容、基本理论、基本观点，起到宣传书籍内容的作用。一幅优秀的封面是一件艺术品。作为创作者来说，他要在理解书的内容的同时，经过精心构思，然后充分运用色彩、图案、字体等表现手法来揭示书的内涵。封面设计者不仅要从事书的内容和书的价值来考虑，还要适应读者的需要。根据读者的阅读心态和购买力考虑选用封面的材料、工艺加工的程度及装帧要求等，以达到让读者爱不释手，又适合读者购买力水平的最佳状态。封面的图案设计和色彩使用及封面的整体布局都要以突出书名为主，选用优美的字体字号，并安排在封面的显著位置，使读者在书海中第一眼就能看到它。当然，要达到这种先声夺人的效果，色彩与图案的有机配合是很重要的。图案的设计要体现图书的基本内容和基本观点。色彩要适度，可以浓艳华丽，也可以淡装素裹、高雅清秀，只要与图案互补，有机地配合，就能使读者通过对封面的艺术欣赏，达到认识图书，增强购买图书的欲望。