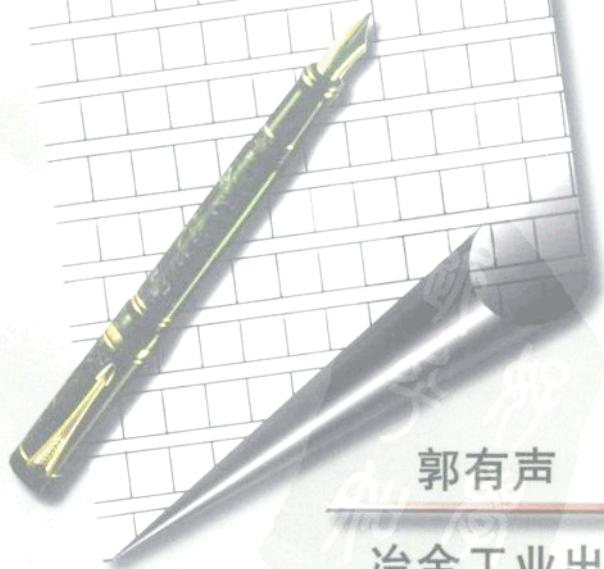


科技编辑工作

随笔



郭有声 著

冶金工业出版社

前 言

我大学毕业后,在中国医科大学当过内科、外科医师和临床教师,在教育部做过全国高等医药院校管理工作。走上科技编辑工作岗位后,是从头学起的:从助理编辑、编辑,到副编审、编审;从编辑室主任、总编室主任,到副社长兼副总编辑。现在已20多个春秋。我热爱编辑工作,始终没有脱离过编辑业务。我的主要业余爱好是:读书和写作。白天抓紧时间工作,晚上读、写到深夜。写什么呢?干什么,学什么,写什么。近十几年来,我结合自己的编辑工作实践,写了一些编辑工作方面的文章,发表在全国有关杂志上,曾收到许多读者来信,说有些教益。有的读者还建议我将这些文章编辑成册。近年来,我受聘为国家新闻出版署举办的全国社长、总编辑岗位培训班和编辑室主任岗位培训班及新编辑培训班等讲授编辑业务,学员普遍反映有所启发,也希望我把讲稿整理一下,出本书。我迟疑了好长时间,后来在一些社长、总编辑的鼓励下,在读者的期盼下,我整理成这本小书。本书中的文章大多数是发表过的,有的是讲课提纲,也有少量新作。由于考虑到认识是对当时客观实际的反映,故每篇文章后面都注明了发表或写作的时间,以便于读者分析和借鉴。有些文章因已在不同刊物上发表过,有的观点和例子重复,为了保持文章的原貌,没有删节,请读者见谅。

本书内容主要包括四个方面:(1)出版工作体会;(2)编辑基本功漫谈;(3)怎样做一个好编辑;(4)外国及台湾地区出版经验。本书可供编辑人员阅读,也可作为对编辑

进行业务培训的参考资料。

由于本人水平所限,书中不当之处在所难免,真诚地期望读者赐教。

郭有声

一九九七年七月一日于北京

目 录

· 出版工作体会 ·

坚持社会主义的出版方向 繁荣和发展科技出版事业

——在第五届全国优秀科技图书奖发奖大会上的发言…… 3

搞好规划,苦练内功

——当前科技出版社深化改革的关键…………… 5

加强协调,形成合力

——谈谈出版社内部协调问题…………… 8

谈谈科技出版社经营管理十大目标体系…………… 10

出版社出书结构初探…………… 14

对当前科技出版社几个深层次问题的认识与对策…………… 18

抓重点医学图书选题,在图书品位上争高低…………… 22

关于建立“策划编辑制”的八种议论…………… 27

· 编辑基本功漫谈 ·

选题是编辑出版工作的第一道工序…………… 33

图书选题工作正误谈…………… 39

谈谈组稿工作和著译者队伍建设…………… 42

编辑应重视读者与市场…………… 48

谈谈在市场经济条件下对图书质量的认识和管理…………… 60

功夫更应下在“审稿”之前…………… 65

终审琐谈…………… 66

编辑加工是保证书刊质量的重要环节…………… 69

谈“雕虫小技”…………… 74

细微之处有学问

——致年轻的编辑同志…………… 77

非科技专业字词正误琐谈	80
医学科技书刊中常见错别字小议	82
谈年龄代称	84
关于性知识图书出版之我见	85

· 怎样做一个好编辑 ·

谈谈编辑的职责与修养	89
做个好编辑的一二三四	96
编辑要做学问	
——谈谈跨世纪编辑业务素质修养	99
编辑应知的写作知识和技巧	103
文字编辑也应学点装帧艺术知识	109

· 外国及台湾地区出版经验 ·

中国科技出版代表团访美掠影	113
参加第九届莫斯科国际书展的体会	118
访问日本讲谈社随笔	120
访问新加坡出版业随笔	124
赴台参加首次大陆书展印象记	127

出版工作

体会

坚持社会主义的出版方向 繁荣和发展科技出版事业

——在第五届全国优秀科技图书奖发奖大会上的发言

各位领导、各位专家、各位作者、各位编辑、各位来宾：

首先，我代表获奖的出版社，向大会表示热烈地祝贺！向为优秀科技图书得以问世而付出辛勤劳动的各位专家、各位作者、各位编辑，表示衷心地感谢！向为评选全国优秀科技图书而进行了卓有成效工作的评选委员会委员和审读组成员，表示崇高敬意！

图书是人类文明和进步的阶梯，而质量是图书的生命。一本高质量的优秀科技图书，像一艘乘风破浪的航船，带领人们驶向无限广阔的知识海洋。本届有 84 种图书获得全国优秀科技图书奖，这是科技出版界值得庆贺的一件大事。我们相信，这次评选活动将激励科技工作者和出版工作者共同努力，写出、编出更多更好的科技图书，为繁荣和发展科技出版事业作出更大的贡献。我代表获奖的出版社表示：

第一，一定坚持社会主义的出版方向。这是我们出版社和出版工作者的神圣职责和历史使命。前几年，我们科技出版社困难重重，原因是多方面的，但一个重要原因是色情、淫秽、低级趣味的书刊充斥了图书市场，加上“看书的买不起书，能买起书的不看书”等因素，导致科技图书的印数大大萎缩，使科技出版社陷入困境，落入低谷，而且总也爬不出来。去年下半年以来，党中央果断地抓了“扫黄”和清理书刊市场工作，改变了书刊出版发行的混乱局面，科技出版社的同志非常高兴，大家说：“扫黄，扫黄，人心舒畅”。党中央对出版事业是非常关心的，中央政治局党委、书记处书记李瑞环同志，在与参加全国新闻出版局长会议代表座谈时指出：“国家要求出版部门把社会效益放在首位，就不能把出版事业的收入作为

财政收入的来源,要在体制上做些调整,不能把出版社赚的钱都拿走,要返还一部分用于补助好书的出版。”科技出版社的同志听了非常高兴,大家说:“如果财政部把这一条落实了,我们就有希望走出低谷。但无论多么困难,我们出版工作者都要坚决执行为人民服务、为社会主义服务的基本方针,始终把社会效益放在首位。”

第二,一定多出好书,繁荣科技出版事业。多出好书是我们出版社和出版工作者的一项根本任务和出版繁荣的主要标志。“多出好书”,就是出的书既多又好,向广大读者提供多方面、多层次的科技图书。要努力扶植高层次、高水平、高学术价值的科技学术专著的出版,以促进我国学术水平的提高(这类图书只要确有水平,即使赔钱也要出,就我们人民卫生出版社来说,每年都拿出70万~80万元人民币来补贴出版此类书的亏损);要多出高质量的、有生命力的、具有实用价值的科技参考书和工具书,更好地为生产、科研第一线服务;要保证各类科技教材的出版,满足各级各类院校的教学需要;要抓好有质量、有水平、通俗易懂的科普读物的出版,向广大人民群众普及科技知识等等,从而使科技出版事业真正繁荣起来。

第三,一定加强队伍建设,提高编辑人员素质。这是坚持正确方向、多出好书的重要保证。从某种意义上说,出版社水平的高低,出书质量的好坏,关键在于编辑队伍素质的优劣。目前编辑队伍正处在“新老交替”、“青黄不接”的阶段,要提高图书质量,关键要把人才培养出来,这是出版社一项基本的、长远的建设。我们一定抓好出版队伍的培训和教育,使科技出版事业后继有人,繁荣昌盛。

最后,祝大会圆满成功!各位领导和同志身体健康!谢谢大家。

(1990年12月11日于人民大会堂)

搞好规划,苦练内功

——当前科技出版社深化改革的关键

科技出版社的改革如何深入?重点抓什么?笔者认为,抓住机遇,规划“九五”,苦练内功,再上台阶,这是当前科技出版社深化改革的关键。

一、确立奋斗目标,构筑系统工程

确立“九五”期间奋斗目标和发展规划,使编辑出版工作再上一个新的台阶,就要努力建设好几大系统工程。因为编辑出版工作本身是一个系统工程,必须有长远规划,进行长期奋斗。笔者归纳为六大“工程”,可供参考。

(1)重点图书工程:要强化精品意识和名牌战略,根据本社出书的整体优势和特色,规划出几大系列的重点图书工程;要“有所为,有所不为”,要“量力而行,突出重点”,要“着眼长远,立足当前”,并且抓住不放,一抓到底。

(2)图书市场建设工程:要加大自我发行工作的力度,形成本社图书的市场体系,占领一方市场。

(3)信息建设工程:当今时代是信息时代,没有高科技手段来掌握信息,就没有后劲儿,因此要实现编辑手段、管理手段、办公手段等现代化,逐步达到社内、国内、国际三级联网。

(4)外向型图书工程:包括输出和引进,加快与国际图书市场接轨的步伐。引进图书的原则为:1)水平先进;2)内容实用且符合国情;3)最新版本;4)能够及时引进、出版。

(5)人才建设工程:这是一项带有根本性质的长远建设。要引进、培养、提高人才,抓好队伍建设和培训工作,制订出一个切实可行的、长远的培训计划,并切实实施。

(6)印刷技术改造工程:主要是更新设备,改进工艺,提高印制

水平和能力。

二、苦练内功，促进优质高效

出版社属于国有企业的范畴，要改革的主要是经营管理机制，而不是所有制。有人认为出版社改成“私人有限公司”效率会更高，这在当前是不可能的。我们的主要精力应用在探索社会主义市场经济条件下，作为全民所有制的出版社的最佳经营管理机制和运作方式，焕发生机与活力，逐步建立起现代企业制度。今后改革工作的基本点应该是苦练内功，转变内部经营管理机制，促进优质高效。内功练得怎样，体现在以下“六个能力”上。

(1)市场开拓能力。要适应市场，开拓市场，提高市场占有率；要“把合适作者的合适书稿，经合适编辑的合适加工，在合适时间送到合适市场”。所以，开拓市场不只是发行部门的事，而是全社各个部门、各个环节的事，是一个出版社的大事。

(2)选题策划能力。要通过选题策划，不断推出适应市场需求变化的、有竞争力的新书。根据许多出版社的经验，选题策划有3个要点：1)占领制高点，居高声自远，即要使本社专业范围内的重要专著达到“四个一流”(即一流作家、一流水平、一流质量、一流装帧设计)；2)巩固根据地，占住一方市场，即要对本社原有的出版资源进行再开发，再策划，不断推陈出新，从而提高再版率；3)寻找突破口，开发新选题。

(3)质量监控能力。质量是出版物的生命，质量是在市场竞争中取胜的根本，这一点在出版界已形成共识。现在的关键是要有符合本社实际的、切实可行的质量管理制度、机构和可操作的监督机制，以提高监控能力，不能“说起来重要，做起来不重要；都说要抓，实际上没抓”。

(4)利用高科技手段能力。利用新技术、高科技手段，是提高质量、缩短出书周期、提高工作效率和竞争力的关键，也是出版社发展是否有后劲儿的关键。增加高科技的投入，是一个出版社领导的有远见之举。

(5)科学管理能力。要努力实现企业管理科学化、制度化、规范化、程序化、电脑化,向管理要效率,向管理要效益。内部管理要严格有序,要高度集中统一;不能散,不能滥。在出版社内部管理上,要保证社长作为法人代表集中行使职权和统一指挥。这不是个人行为,是为了整体事业和整体利益。

(6)领导决策能力。要由感觉决策、经验决策转向科学决策。科学决策是指在调查研究,掌握大量准确可靠的信息的基础上,进行综合分析和论证而作出的决策。社领导和处室主任都应提高科学决策能力,决不能不做调查研究就“拍脑门”,不进行认真分析就“拍胸脯”,出了问题再“拍大腿”。

(科技与出版杂志,1996,6:7)

加强协调,形成合力

——谈谈出版社内部协调问题

随着出版社改革的深入,出版社内部编、印、发等部门之间的协调问题愈来愈突出。下面就谈谈对这个问题的认识 and 对策。

一、增强协调意识,提高整体效益

出版社为适应社会主义市场经济体制的需要,进行了多年的探索。从总体上来看,这些探索使出版社增强了市场意识、竞争意识和经营意识,给出版社带来了生机和活力,这是应该充分肯定的,但也使出版社吞过失误的苦果。比如,有的出版社为了“快出书、抢市场”,曾一度搞过编、印、发“一条龙”,实际是把一个大社“分割成若干个小社”,结果分散了力量,造成“群龙”乱舞的现象,宏观失控,引发了不少弊端。通过实践,多数出版社认识到,只有增强整体意识,加强宏观调控,编、印、发等部门分工协作,密切配合,形成有机的整体,才能真正实现社会效益和经济效益的最佳结合。为此要做到:注意整体策划,形成整体规模,提高整体效益,树立整体形象。这一点对中央级出版社来说尤为重要。

鉴于上述认识,要对当前出版社内部编、印、发等部门之间的协调问题给予足够的重视。在实际工作中,有关部门之间存在着许多矛盾和问题,尤其是部门间的工作衔接上尚有不少薄弱环节。编辑部、出版部、发行部、印刷厂等生产部门之间,生产部门与职能部门之间,各个环节之间,还存在着不协调、不连贯、相互脱节,甚至相互推诿、相互扯皮的现象。为了整体利益,必须高度重视和认真解决这个问题。出版工作本身就是一个“系统工程”,一道工序接着一道工序,一环扣着一环,谁也离不开谁,如果协调不好,效率就很难提高,出书周期就很难缩短,编校质量就很难保证,整体效益就很难增长。道理很简单:“步调一致才能得胜利”。

二、制定协调制度,理顺协调程序

经验证明,制度不健全,责任不分明,是产生部门间扯皮现象的重要原因。因此,必须在明确各自责任的基础上,制定切实可行、便于操作的协调制度和程序,以便于共同遵循,分工协作,严格按程序操作,从而形成整体合力。

一般来说,目前需要制定以下几项制度:(1)急件书稿标准、归口、审定和管理程序;(2)24小时样书审查制度;(3)重印书审批和协调制度;(4)清样校对和审核制度;(5)封面设计管理和审查程序;(6)书刊插图要求和管理办法;(7)均衡发稿协调制度;(8)出书周期要求和管理制度;(9)书刊材料的应用规定和管理制度;(10)定价的确定和调整制度;(11)新版书印数的确定制度等。这些制度均应符合本社实际情况,并在实践中不断完善。

三、建立协调机构,保证协调实施

一项制度能够得以实施,并持之以恒,必须有必要的组织机构予以保证。否则,谁都管谁都不管,时间久了很容易流于形式。

在这方面,许多出版社都有较好的做法,可供借鉴。如有的出版社由社领导负责,成立由总编室、出版部、发行部及计划财务部等主要负责人参加的“编印发协调领导小组”,每月召开一次协调工作会议,及时解决问题;有的出版社设立“总调度室”,专门负责生产协调工作;有的出版社将此项工作落实到总编室,由主管社领导亲自抓,并配备专职干部具体负责。

(1997年4月25日)

谈谈科技出版社经营管理十大目标体系

现代企业经营机制转换的目标是“自主经营，自负盈亏，自我发展，自我约束”。笔者认为，目前科技出版社应该确立符合自己特点的目标体系，加强经营管理，逐步地向建立现代企业制度过渡。

科技出版社经营管理的目标体系，是为了多出好书，更好地为人类积累和传播科学文化知识、培育人才，而建立的一个由多种相关目标构成的整体。笔者将它归纳成十大目标体系。

一曰：“社会效益目标”，是指出版物影响人们精神世界和指导人们社会实践的效果。其判定标准有两个方面：(1)定性评估，以出版物进入市场后在读者群中的影响和反响为主，以及被社会书评所肯定和被其他作者所引用的情况等；(2)定量评估，可统计出版物的优秀率、错误率，即本年度出版的优秀出版物(如“国优”、“部优”或“省优”、“社优”等)或有重要错误的出版物同本年度出版的出版物总和的百分比。

二曰：“经济效益目标”，即投入与产出的比较，可采用人均利润、流动资金周转率、固定资产、定价和成本利润等项指标来衡量。

三曰：“品种目标”，可用总品种数、人均品种数等来衡量。它是衡量出版社生产能力的参数。

四曰：“成本目标”，可用平均单位成本，即每印张成本的平均值来衡量。它是衡量出版社物化管理水平的参数。

五曰：“产量目标”，可用总印数、总印张和平均印数、平均印张来衡量。它是衡量出版物质量和效益的参数。

六曰：“出版周期目标”，有广义和狭义之分。广义的出版周期是指一种出版物从批准选题之日起，到出版物全部印制装订完毕并开始发行之日止的时间间隔。它的长短反映了出版社全部编辑出版工作效率的高低。而狭义的出版周期是指印制周期。因此，按照工序的原则，可以把出版周期分解为：(1)编辑周期，即从选题批

准之日,至书稿经总编辑签发送到出版部之日的时间间隔,确立编辑周期这一概念,对于加强编辑的责任心和调动著译者的积极性,都具有重要意义;(2)印制周期,即从总编辑签发的书稿送到出版部之日,至出版物全部印制装订完毕并开始发行之日的时间间隔,它是缩短出版周期的重要阶段。另外,从目标管理的角度来看,由于每种出版物的字数、图数和印制要求等不同,其周期也不可能完全相同。因此,需要确定平均周期的目标。平均周期是指当年出版的各种出版物出版周期的平均值。还可以统计最短周期和最长周期。最短周期往往是出版社的最佳效率,最长周期则说明可能潜伏着某种故障,应及时总结教训,予以改进。

七曰:“出书结构目标”,指出版社根据出版工作方针和本社出书范围,以及科学文化事业发展、读者需求和图书市场情况,所确定的各类图书的合理比例和构成。完善出书结构,对于实现各类图书协调发展,满足各方面、各层次读者需求和图书市场的需要,争取最佳的效益,最大限度地发挥图书的社会功能,都具有重要意义。所以,出书结构的合理配置,是出版社经营管理工作科学化的具体体现。由于各出版社的历史情况和现实条件的不同,应结合本社的实际情况确定出书结构,扬长避短,发挥自己的优势,突出自己的特色,逐步形成鲜明的风格和个性。出书结构一般应包括以下几项:(1)重点图书比例。在确定重点图书的比例时,既要考虑其内容确属先进和质量确实高的品种,又要顾及在规模和难度上经过努力可以达到的,以保证重点图书计划的实现;(2)优秀图书比例。优秀著作并不等于优秀图书。优秀图书不仅要求著作的内容好、水平高,而且要求图书的编辑加工、装帧设计、印制装订质量也好、水平也高;(3)图书的学科、层次结构。由于各出版社专业分工不同,其图书的学科结构也不相同。一般来说,应用学科类的比例应大一些,但基础学科类也应占有一定的比重,还要重视交叉、边缘、新兴学科类的图书。目前已经提出“大科学”的概念,如传统的数、理、化、天、地、生等学科已逐渐被融合,并向分支化、综合化的方向发展。新兴、交叉、综合的科学前沿最有生命力;集多种科学于一身最

有成功的可能。调整出书结构也应超前考虑到这种趋势。图书可以分为低层次、中间层次和高层次三档。一般而言,图书层次结构应与读者层次结构相适应;(4)图书的门类结构。出版社应根据各自的历史、性质、任务和出书范围等,来确定本社图书门类的合理比例,以适应图书市场的变化和社会读者的需要;(5)图书的盈亏结构,也称利润结构,是出版社经营状况的一个具体标志。应在每年全部出版的图书中确定一个符合本社实际的盈亏比例,并经常分析利润结构是否合理,作为调整内部经营机制的一个依据。如果本社主体性图书,既有良好的社会效益,又有显著的经济效益,说明利润结构是合理的、科学的,具有较大的稳定性,而且有发展后劲;如果只靠一两种图书或主体以外的图书盈利,则说明利润结构不够合理、不够科学,带有较大的盲目性,后劲不足;(6)重印书比例。出版业发达的国家,图书重印率一般在70%~90%。因此,出版社一定要努力提高出书质量,并根据图书内容和市场情况,有计划地安排重印,逐步积累本社的保留书目,形成自己的特色,不断提高出版工作的水平和效益。

八曰:“出版物销售目标”,是指出版物通过宣传发行活动,在一定时期内所要达到的销售总额。可用金额或册数为计量单位。图书销售的目的,主要是努力介绍和推销各种有价值的图书,使它能够在及时地被提供给其所需要的读者,从而为建设社会主义的物质文明和精神文明作出贡献。为了实现这个目标,出版社一定要加强发行工作,努力做到:(1)品种对路;(2)数量恰当;(3)库存适宜;(4)分配合理;(5)供应及时;(6)渠道畅通;(7)服务周到;(8)方便读者。

九曰:“图书市场占有率”,是指图书实际销售量与图书市场最大可能销售量的百分比。图书市场占有率的大小,反映图书在市场上的竞争情况和满足读者需要的程度,是出版社发行水平的一个重要标志,因而它是目标管理的一个非常重要的方面。制订图书市场占有率的目标,需要认真地进行调查研究,除了市场变化情况外,尤其是要掌握读者对象构成的基本情况。图书的读者对象一般