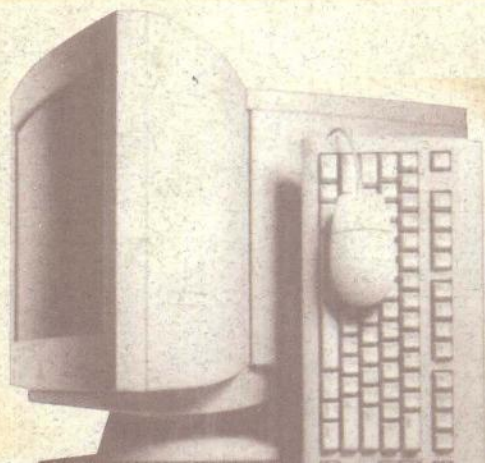




为了明天的思考

任慧英/主编



—— 辽宁省出版行业岗位培训优秀论文集

为了明天的思考

任慧英 / 主编

辽宁人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

为了明天的思考:辽宁省出版行业岗位培训优秀论文集/任慧英主编. —沈阳:辽宁人民出版社, 1999. 4

ISBN 7-205-04453-7

I. 为… II. 任… III. 出版工作—岗位培训—辽宁—文集

IV. G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 40130 号

辽宁人民出版社出版、发行

(沈阳市和平区北一马路 108 号 邮政编码 110001)

沈阳新华印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 字数:340 千字 印张:15% 插页:5

1999 年 4 月第 1 版 1999 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑:李英健 蔡文祥 版式设计:王玉菲

封面设计:刘冰宇 责任校对:吴向前

定价:30.00 元

主 编	任慧英	
副主编	刘俊泉	王 秋
编 委	任慧英	刘俊泉
	王 秋	夏 炎
	湛 艾	关书璋
	孟金山	董 闯
	何 涓	赵庆祥
	黄凤香	

前 言

《为了明天的思考》即将与广大读者见面了。它是辽宁省出版工作者辛勤耕耘、努力探索和勇于实践的结晶，是我省出版工作者总结过去、面向新世纪的倡议书。

知识经济化赋予出版工作者以时代的重任。2000 年的到来，一切都意味着过去。出版工作者只有面向未来，才有可能不愧于时代，勇敢地迎接知识经济的挑战。知识经济的激流对作为信息载体和传播手段的出版行业形成了巨大的冲击：知识功能、知识价值、知识凝聚力以信息化和产业化的形式支配着经济形态，知识经济化和产业化的形态成为衡量社会经济形态的标准。怎样将知识经济结合于出版，怎样应用信息化引导出版，这是出版业立足于新世纪的基础，而这种结合与应用又成为出版业生存的杀手剑。出版业与信息产业本来就有着血缘关系，出版参与着知识和信息的开发、创新、生产、收集、加工、积累和利用的整个过程，从这个意义上来说，出版业是信息产业化的组成部分，也正是由于信息高速公路的形成，出版工艺流程逐渐电子化、网络化，步入了电子时代：读者通过信息网络在微机上读书、购书成为现实。

出版时代化、生活化是新世纪的特点。知识经济时代的到来，为文化繁荣创造了新契机。如果说 20 世纪的出版业处于转轨、转制的阶段，而 21 世纪将是出版业繁荣与发展

和迎接新挑战的时期。这种挑战源于两个方面：一是出版业的从属性质、产品结构、管理体制、运行机制将产生重大变化，出版业也将由事业型向产业型、传统型向现代型、计划型向市场型、单媒质型向多媒质型变革。这种变革是世纪性的。理性化的出版理念逐步向时代化、生活消费化的出版理念过渡。二是灵活多变的出版方式不再局限于以纸张为主的固定型的出版物，电子出版物将充斥市场，并占有相当的份额，它更易于永久化和生活化。在新世纪，电子出版物与纸张出版物将平分天下。这样，就不难看出，出版业一方面面临着发展的机遇，另一方面面临着电子新技术的巨大压力。因此，出版工作者应根据时代化、生活消费化的趋势，从知识经济的角度思考工作的出发点，树立新的时代观和生活观。

高质量的出版物是出版业立足新世纪的生存基础，也是出版工作者所肩负的首要职责。出版物的功能是：“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人。”因此，为了提高出版物的质量，必须加强出版工作者的素质建设。作为出版工作者，一应具有灵敏的政治嗅觉。出版工作者在政治上必须坚持以邓小平理论为指导，坚持为人民服务、为社会主义服务、为全国工作大局服务的方针，坚持党和国家关于出版工作的各项方针、政策和各项法律、法规。这是出版工作的基础；二应具有扎实的业务能力。它包括业务知识和专业知识两个方面。业务知识包括出版工艺和出版规律的知识；专业知识是指相应学科的基础知识。出版工作者只有在两种知识结合的基础上形成扎实的业务能力，并努力学习新知识，掌握新技术，才能运用现代化的管理手段，实现出版业与世纪的同步发

展。三应具有适应市场竞争和开拓未来的能力。随着出版业走向集团化和集约化经营步伐的加快,信息竞争、人才竞争和着眼未来的开拓能力的竞争将构成出版市场的主要竞争方式,并日趋激烈,出版工作者就将在这样一个竞争的出版时代中求生存、图发展。掌握提取信息的能力、选题策划的能力和着眼未来的能力将决定出版工作者的命运。由此可见,出版工作者的素质建设是出版工作的重中之重。

基于上述理由,辽宁省新闻出版局根据国家新闻出版署等四部委联合颁发的《关于在出版行业开展岗位培训实施持证上岗的规定》和国家新闻出版署的统一部署,从1996年开始,先后举办了出版社编辑室主任、社会科学期刊社总(主)编、新华书店经理和印刷企业厂长四个岗位的培训班,共培训了500余名学员。

《为了明天的思考》正是在选取了其中70余篇文章的基础上编辑成书的。这本文集全面细致地反映了我省出版行业岗位培训的成果,以及学员对社会主义市场经济条件下的出版发展规律把握的能力。文集包括了期刊的文化定位、编辑素质建设、选题策划、出版工艺流程、质量管理、印刷及发行等方面的内容,深刻地体现了岗位培训的价值和意义。这部文集之所以命名为《为了明天的思考》,是真诚希望我省出版工作者以跨世纪的眼光,从信息化和产业化的高度来定位出版工作的属性、功能及其价值,从而增强自己的责任感、使命感和紧迫感,促进出版业的改革,实现跨世纪发展的辉煌。

目 录

前 言	1
-----------	---

图 书 篇

刘铁柱	试论编辑室的角色定位	3
赵庆环	编辑如何适应市场经济	9
董晋骞	论“编辑室主任意识”	16
周广东	全面质量管理是编辑室主任的重要 职责	22
吴长勇	编辑室经营管理方式探析	28
张剑宇	市场条件下图书出版诸环节整体协 调问题	35
姜艳波	关于编辑业务管理的几点思考	42
段扬华	量化管理是出版社生存发展的需要	50
张东平	文艺出版著作权纠纷的新特点及其 思考	57
栾世禄	出版社的市场定位	64
范文南	“美”是美术图书出版的一贯原则	70
阎义春	市场空间与编辑运作	76
孙世奇	略论编辑部介入发行工作的重要意 义	83
于世涛	浅谈编辑实践中“整体意识”的把握	89

黄锦莉	市场经济条件下编辑体制改革当议	96
曾福志	谈编辑的精品意识	101
李应福	破除深化“阶段性转移”的思想障碍 推进新时期出版事业改革	108
高虹	论守土	115
	——略谈图书编辑的责任意识	
魏运佳	论编辑的职业习惯	123
郭爱民	选题策划方略谈	130
赵炬	开发和设计图书选题之我见	139
王佳玉	编辑的信息意识	145
潘晓明	谈选题策划中的编辑意识	155
乔平	论名牌图书及名牌效应	162
邹君文	协调整体关系 增强服务意识	167
李克峻	浅谈书脊设计	172

期 刊 篇

孙继国	主编与期刊质量的若干关系	181
高翔	市场经济条件下社科学术期刊的生存 与发展	189
初国卿	刊如其人	196
	——总编辑自我修养随感	

傅立强	省级机关刊物面临的问题及发展趋势	203
任鹏飞	工作指导性刊物在市场经济中如何取向	208
李志勇	办好教育期刊的思考	216
逢吉庆	专业期刊意识二题	223
范凤杰	试论政治理论期刊“上大船”	230
张佳生	坚持弘扬民族优秀文化	238
	——关于《满族研究》的办刊体会	
李有光	工作指导类期刊的困惑和选择	246
王广忠	对期刊特色的再认识与期刊特色的炼铸	254
孙秀民	适应社会主义市场经济要求 努力发展期刊经济	263
张 莉	试论党刊面向市场的“变与不变”	268
乔 杨	体现特色 强调服务 优化手段	274
	——面向 21 世纪的专业性报刊的发展趋向	
高 贤	论学术期刊编辑亟待增强的三种意识	280
	从《图书馆学刊》办刊实践谈起	
杨宝树	浅论期刊版面设计的意义与作用	287
刘俊荣	关于公安法制类期刊进入市场的几点思考	293
李可可	论按语的运用和写作	301

关秉达	求新 求异	308
	——期刊发展的永恒主题	
马国柱	论高校学报的学术质量管理	313
于捷年	提高公安学术理论类期刊的质量	319
	——谈版本记录的标准化问题	

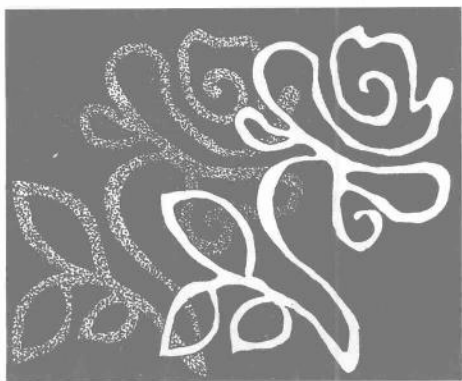
印刷篇

宋晓莉	加强企业管理 适应市场竞争	327
张宏凯	论现代化印刷企业管理工作的重点	332
马惠莉	提高质量意识 强化质量管理	338
袁克勇	企业技术改造过程的管理与研究	344
周伟伟	彩色桌面系统使印刷工业出现新格局	349
刘书成	机关印刷厂在市场竞争中生存发展的 思考与决策	354
王 勇	乡镇印刷企业降低成本的途径	358
刘长志	略论报社印刷厂的经营管理	365

发行篇

李 明	谈提高门市服务质量的新途径	375
白树高	正确认识买方市场	382

陈佰祥	加强和改进农村图书发行工作的思考	388
刘静侠	实现进销平衡 争创最佳效益	393
杨忠民	关于加强辽版图书发行的思考	398
王延延	当好书店经理的思考	404
许志昌	提高新华书店员工素质刍议	411
金淑芳	关于图书市场需求弹性规律的探讨	417
林跃家	谈信息在图书发行工作中的作用	422
李铁峰	浅谈零售门市部“无库存”经营	426
刘 坤	谈图书促销及其方法	430
刘 琨	向科学管理要效益	436
赵庆国	从北京图书订货会看图书期货交易 的发展走势	446
田日海	关于图书发行质量的探索	452
金晓霞	浅谈市场经济条件下重塑新华书店新 形象的几点举措	456
肖玉贵	农村图书发行亟待加强	466
叶兴民	农村图书发行的现状与思考	473



图书篇

■ TU SHU PIAN

试论编辑室的角色定位

○ 刘铁柱

编辑室是编辑业务人员按一定方式组成的集合体,是出版社最基层的组织部门,是整个出版工作的重要基础。一个出版社工作的好坏,“两个效益”的好坏,编辑室的工作往往起着决定的作用。尽管不同的出版社,不同的编辑室,有很大的差异,但作为编辑室的基本特点和职责是相同的。伴随出版事业几十年的发展,特别是近十多年的出版改革实践,编辑室工作形成了新的模式,取得了不少有益的经验。但是我们也应该看到,在当前市场经济条件下,编辑室工作还存在许多问题,有时还很不适应新形势的发展。特别是一些编辑室,角色往往游离,定位把握不准,在时间和空间上处于不均衡发展状态,难以胜任出版社赋予的职责。因此,研究编辑室的角色定位,既有理论意义,又有现实意义。

一、编辑室工作存在的突出问题

1. 职能模糊

曾几何时,出版社为摆脱长期以来计划经济体制下形成的

旧的管理模式的束缚,调动编辑的积极性和主动性,促进“两个效益”的提高,试行了承包责任制、优化组合制、“一条龙”经营制、目标责任制等改革举措。实践证明,这些措施虽然在某些方面具有积极意义,但消极作用也是十分明显的,只是权宜之计,难以持久发展。编辑室的工作繁杂了,而主要职能却模糊了、淡化了。编辑室过多地参与了经营管理等活动,削弱了优化选题、提高图书质量的力度,在一定程度上形成了小出版社的格局,导致了短期行为和平庸之作的增长。

2. 管理方法落后

长期以来,编辑室的管理体制和管理观念处于高度集中的计划经济时期的管理模式,习惯于党政领导部门式的直接管理、具体管理,管理方法较为落后,手段较为单一,其惯性一时还很难摆脱。不论是上情下达还是下情上达,不论是对外交流还是对内管理,往往无章可循,缺乏一套严谨的工作程序,造成上下沟通不畅,工作出现脱节,容易产生突发性问题。这几年一些影响很坏的图书的出版,大多是编辑室管理不善、力度不够所致。

3. 实力匮乏

目前,不少编辑室不适应图书市场的变化,或难以改变坐家等稿、闭门设计选题和只在本室熟悉的作者圈子里转悠的习惯,或一味迎合市场,被一些暂时的不良现象所迷惑,片面追求经济效益,难以组织品位高、有创新、有针对性、“两个效益”俱佳的精品读物,缺乏应变能力和市场竞争能力。

二、编辑室工作存在问题的原因

1. 理论研究滞后

虽然编辑室的重要地位是有目共睹的,但工作如何开

展、加强和完善，还缺乏科学的、理性的和深入系统的研究和概括。查遍建国以来制订的诸多国家级出版规章制度，对编辑室工作论述比较集中、具体的，仅见出版总署 1952 年 10 月《关于国营出版社编辑机构及工作制度的规定》。该文件称：“中央和大行政区出版社的编辑部，应逐步建立专业的编辑室（科），每一编辑室（科）设编辑主任（科长）一人，编辑若干人。编辑人员中应包括：编辑、文字编辑（从事语文修辞工作）、资料编辑（从事资料、数据和引证的核对工作）、美术编辑、技术编辑和校对编辑。”随着年代的推移，这些要求与现在编辑室的状况已明显不适应。近十多年来，出版理论研究十分活跃，但对编辑室工作这一环节却很少涉猎，有关成果不多。理论研究的严重滞后，在很大程度上影响了编辑室工作的规范化、制度化建设。

2. 机构不健全

科学、合理地建立和健全相应的编辑室机构，是一个出版社开展正常编辑出版工作的基础。但是，编辑室如何设置、人员如何调配，却存在较大的人为因素和随意性。因人制岗、“拉郎配”组合的现象还十分普遍，致使编辑室或重复设置，业务产生交叉，造成内耗，或设置遗漏，业务畸形发展，形成空白领域；室内编辑人员学科、专业技术职务和年龄结构的配套也十分不合理，这在很大程度上影响了编辑工作的顺利开展。

3. 队伍素质不高

编辑人员素质的高低直接影响着图书的选题质量、书稿写作质量、编辑加工质量和图书发行质量，也直接制约着编辑室的工作。近十多年来，出版事业迅猛发展，编辑队伍急剧扩大，来自不同行业的人加入到编辑行列，编辑人员素质