

编辑工作与 编辑学研究

中国编辑学会二届年会
全国编辑学理论研究会 论文选

○主编/喻建章

BIANJI GONGZUO YU BIANJI XUE YANJIU



江西教育出版社

目 录

刘 泉	关于编辑学研究的一些看法(代序)	1
邵益文	编辑出版工作者重大的历史使命	3
阙道隆	市场经济对图书出版的双重效应	9
齐文学	出版事业愈繁荣发展 坚持正确的编辑出版工作方向 愈不可忽视	14
曹维琼	关于建构编辑系统工程的思考	19
孙五川	出版特色与发行	25
王 健	试论专业出版社的特色优势与编辑的价值取向	29
苏彩桃	论编辑的市场意识	34
唐允昌	编辑工作与市场经济	39
李建明	试析新形势下编辑与图书市场的关系	44
闻 洁	论竞争中的图书市场定位	50
段展样	社会主义市场经济条件下的图书编辑工作	56
杨晓红	谈编辑工作运行机制与市场经济体制接轨	60
韩任伟	建立与市场经济相适应的编辑工作机制势在必行	65
喻德文	论经济目标责任制机制下编辑室的几个关系	70
吕卫真	整体大于部分之和 ——试论少儿科普工作中“编辑群体”的作用	76
顾传菁	特色:成熟的标志	81
刘冠军	论出版选择	86
俞建华	选题的优化应立足在专业的强化上	92
骆振龙	从系统工程的高度来看待选题的优化	96

张养年	跨越学科优势通往出书优势之途的栅栏 ——关于高校出版社选题策划的思考之一	100
李晓晶	关于选题工作的三点建议	103
郑长利	试论编辑的选题意识及其学者化	108
郑永安	试论选题策划中的规模效应	115
李福海	论主编意识	119
张海潮	论市场经济条件下的编辑意识	123
沈晓蕾	论新时期的编辑出版意识	132
孙鲁燕	编辑的精品图书意识	138
蒋才喜	论市场经济下的编辑角色	141
李大星	编辑:专家? 专门家?	149
严麟书	市场经济条件下编辑的主要职责	154
杨昭茂	大学出版社的作者更新与编辑应变	160
陈乃祥	对提高编辑素质问题的几点浅见	165
谭鸣鸿	编辑素质与市场竞争	173
陈天昌	贾祖璋先生的编辑思想	178
杨家宽	认真学习《毛泽东选集》的编辑经验	183
喻建章	谈谈策划编辑	186
周伟元	试论编辑工作与著作权法	193
张沛泓	把好审稿环节 提高图书质量	202
黎强	论图书质量问题及其对策	206
张国旺	图书质量与编辑	212
祝国华	图书质量与编辑素质	218
邢海鹰	图书质量与编辑工作	224
杨小岩	图书质量与编辑工作	228
王军	编辑利润奖评议	236

曾勇新	让生力军焕发出更大的活力与生机 ——我国地方科技出版工作初探	240
陈利	我国科技出版业在经济转轨中的发展取向	247
汪季贤 董巍	编辑现代化的认识与实践	256
杨惠龙	计算机在编辑工作中的应用前景	261
赵宏	对编辑手段现代化的思考	265
王壮	信息与出版决策	269
金兼斌 傅明珠	浅析图书的供求弹性 谈版面设计的艺术美 ——对九年义务教育教材版式特点的分析	274 280
蒋振邦	论期刊个性特征的把握与拓展	284
倪集裘	科技期刊面向市场经济的思考	290
钟天明	关于期刊定位问题的思考	293
林穗芳	做好编辑学理论研究的奠基工作	297
丁亚秋	编辑定义思辨	305
王振铎	编辑、出版与编辑学、出版学	310
王华良	“人类编辑学”评析	318
徐庆凯	编辑学的研究对象	327
刘光裕	关于出版概念	336
蔡学俭	编辑与出版	343
任定华	再论编辑学的学科性质问题	348
邵益文	论编辑学与出版学、传播学的关系	357
顾荣佳	论编辑与文化传播	363

陈景春	编辑的基本功能是文化选择	373
王大达	编辑学——一门亟须进化的潜科学	378
胡光清	编辑的本位意识与出版物的创意	382
陈仲雍	关于“编辑”概念及其他的随想	389
李 频	要加强编辑学范畴史的研究	395
喻建章	编后记	400

关于编辑学研究的一些看法(代序)

● 刘果

一个时期以来,我接触过一些同志研究编辑学的论著,受益甚多。这里我谈谈个人的一点想法,或者说是我所赞成的一些同志的看法,供参考。

编辑学研究要坚持为有中国特色的社会主义出版事业服务,这是正确的方向。研究活动应当各具特色,自成体系,异彩纷呈,但又都不离开这条贯穿的红线。这既是共同的目标,又是共同的尺度。

编辑学属于应用科学。它来自对编辑实践经验的概括,又用于指导编辑的实践活动。作为应用科学,包括编辑的应用理论和编辑的应用技术。这两个部分都是编辑学研究的内容。

编辑学的研究从图书编辑入手,对很多同志来讲,可能条件比较成熟。向外还有报纸、期刊、广播、电视、音像制品和电子出版物等多方面的编辑学研究。向内还可再分为辞书、科技图书等不同图书的编辑学研究。在此基础上,概括形成普通编辑学。这是从具体到抽象,从个性到共性的方法。

编辑史的研究是编辑学研究不可缺少的部分。因为编辑学所总结和概括的还应包括编辑实践的历史经验。编辑史的研究有必要加强对近百年编辑史的研究。因为这是伴随社会的巨大变革,中国的现代出版业发生和发展的历史。

编辑学研究要面对现实,社会主义市场经济体制的逐步建立,向编辑学研究提出了许多要求回答的问题。当前突出的引人注意

的,如编辑承包的问题、策划编辑的问题,很需要从编辑学的角度,在理论上给以科学的分析。

编辑学研究应当包括对培养编辑人才的研究。因为编辑活动是一种创造性的精神劳动,编辑的主观能动性起着重要作用。编辑个人素养的深浅,对编辑活动成效的高低有着密切的关系。

以上这些看法,我虽然赞成,但是我同时认为这些看法又都是可以讨论的。“精神文明重在建设”,我希望多有建设性的意见发表。

(本文摘自刘杲同志给'95全国编辑学理论研讨会的信,标题为编者所加。)

编辑出版工作者重大的历史使命

邵益文

在党的十四届五中全会上,江泽民同志作了重要讲话,全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标的建议》,李鹏同志作了关于制定《建议》的《说明》。这是指导全党全国人民建设有中国特色的社会主义的纲领性文件,也是指导我们出版工作不断前进的指针。

我国的改革开放和现代化建设已经进入新的发展阶段,今后15年又是承前启后,继往开来的重要时期。在建设有中国特色社会主义的道路上,在整个新的历史时期,中国的编辑出版工作正面临着前所未有的机遇和重大的历史使命。

首先,中国出版业的地位正在大大提高。全会通过的文件要求把社会主义精神文明建设提到更加突出的地位,并指出:“在建立社会主义市场经济体制过程中,在世界范围各种思想文化互相激荡的条件下,能否搞好社会主义精神文明建设,关系到我国社会主义的兴衰成败,关系到把一个什么样的中国带入21世纪。要形成有利于改革开放和社会主义现代化建设健康发展的舆论力量、价值观念、道德规范和文化条件,有力地抵制资本主义和封建主义腐朽思想的侵蚀,激发全国各族人民建设祖国的巨大热情,振奋艰苦创业精神。”精神文明建设的根本任务是要培育“四有”的社会主义公民,提高全民族的思想道德素质和科学文化素质。特别要把提高青少年素质作为工作重点。全会明确指出:要加强新闻、出版、广播、电视等方面的工作。坚持一手抓繁荣,一手抓管理,促进

文化市场的健康发展,要继承和弘扬优良的传统文化,加强中外文化交流。同时注意防止腐朽思想文化的渗透。

很明显,五中全会审议通过的文件在强调突出社会主义精神文明建设地位的同时,已经把出版作为必须加强精神文明建设的重要组成部分,当然也是整个社会主义建设事业的重要组成部分,从而把出版与我国社会主义的兴衰成败,和新世纪中国应有什么样的形象联系起来。这里,五中全会已经把出版推到空前重要的地位。出版社搞得怎么样,不仅是出几本书,赚不赚钱问题,而且关系到社会主义的兴衰成败和国家的形象问题。可见,出版的地位已经大大提高。1983年6月《中共中央国务院关于加强出版工作的决定》中明确指出:“社会主义现代化建设的新形势,把出版工作推到我党历史上前所未有的重要地位。”今天,我们对这个指示的理解,已经在实践中变得越来越具体,我们的体会已越来越深刻了。

二,出版工作地位的提高,反映了党和国家对出版物的要求大大提高。出版地位的提高,必须以优秀的出版物作为支柱,如果没有优秀出版物,或优秀出版物不多,平庸的东西不少,那么出版的地位越高,负面效益也就越大,搞不好还会拖社会主义现代化和社会主义精神文明建设的后腿,到头来,出版社地位非但不能提高,而且会降低。把出版事业作为建设有中国特色社会主义事业的重要组成部分,作为社会主义精神文明建设的重要内容,必须要求我们的出版物要有很高的质量,要有利于社会主义精神文明建设。是不是有利于社会主义精神文明建设,已经成为衡量我们每一种出版物好坏的最重要的标准。

改革开放十多年来,我国出版业经历了一个大的飞跃,规模数量和出版物品种跃居世界前列,出版物的总体质量和过去相比也有很大的提高。但和实现现代化的要求相比,和实现社会主义精神文明建设的需要相比,还存在着相当的差距。中国出版要成为

建设有中国特色社会主义事业的组成部分,有成效地为两个文明建设服务,成为社会主义精神文明建设的一个重要方面,就必须在整体质量和效益上得到新的飞跃。在党的十四大和全国宣传思想工作会议精神的指引下,出版领导部门制定了通过建立适应社会主义市场经济体制和精神文明建设需要,符合出版规律的管理体制和运行机制,推动整个出版业的发展从以规模数量增长为主要特征的阶段向以优质高效为主要特征的阶段转移。“阶段性转移”的战略方针提出以来,时间不长,已经取得了明显的成效。这说明这个方针非常符合国家建设的需要,完全符合出版的实际情况。

“阶段性转移”的实质是要促进出版的改革和发展。即深化出版体制改革,实现出版业优质高效的发展。这是和五中全会所关注的整个经济发展要实现两个有全局意义的根本转变完全相一致的,这两个转变就是经济体制从计划经济向社会主义市场经济转变,经济增长方式从粗放型向集约型的转变,以求得经济增长方式的转变和整体素质、效益的显著提高。江泽民同志说:“我国现代化建设必须遵循速度和效益相统一的原则,正确处理好两者之间的关系”,强调这是我们今后工作中需要认真解决的关键问题,它关系到全面实现我国社会主义现代化建设第二个战略目标,并向第三个战略目标迈出重大步伐,为下世纪中叶基本实现现代化奠定坚实基础的重大问题。编辑出版工作者必须把我们的出版物放到这样一个大局上来考虑。作为有12亿人口的大国,我们的出版要有一定的数量和规模,这是不言而喻的。首先要积极提高图书的平均印数和再版率,尤其是优秀图书的印数,尤为大家所关心的。这也是和“阶段性转移”的要求是一致的。“阶段性转移”的目标是实现优质高效。真正做到出好书,出精品,出效益,使我们的出版物真正能够符合社会主义精神文明建设的要求,促进我国社会主义现代化的建设事业。

第三,出版地位的提高,对出版物要求的提高,归根到底是对

每个编辑出版工作者要求的大大提高,对编辑队伍建设要求的大大提高,任何一种出版物,都是作者和编辑共同创造的,其中编辑又起着“催生”和“把关”的作用。任何一部原稿要复制成为出版物,实际上都需要得到编辑的推动、促进和认可。所以,编辑的政治素质、思想境界、文化知识结构、业务素质、作风与职业道德修养,起着重大的作用。高瞻才能远瞩,有栋有梁才能建成广厦千万。我们不能相信,一个政治方向不明,思想境界不高,文化知识不多,职业道德不佳的编辑,能够编出助人向上,催人奋进的优秀书刊来。现在图书市场上尤其是街头巷尾书摊上,色情、凶杀和封建迷信的东西随处可见,政治倾向不好的书也时有出现,那些文化品位不高、格调低下的平庸书,更是或多或少地不绝于市。至于编校质量滑坡,问题就更多一些。有一个出版社出了一本《全党要加强党性教育》的书,应该是一本品位很高的书,结果校对失误,把后面一个“党”字丢了,变成“全党要加强性教育”,造成严重差错。以上问题,要说原因,除了有些出版者受到经济利益驱动,不重视图书质量以外,不能不说和编辑队伍的素质有密切关系。再说片面追求经济利益,本身就反映了这些编辑出版者认识的偏差。在市场经济条件下搞出版,要注意经济效益,无可厚非。问题是经济效益要服从社会效益,精神生产尤其如此。我们的出版物要体现社会主义精神文明建设的要 求,有利于读者的教育和提高,有利于青少年的健康成长,这是一个任何时候都不可动摇的原则。李鹏同志在谈到精神文明建设时说:“从现实情况看,这些年来,社会主义精神文明建设取得一定的成绩,面临的问题也是严重的。一些腐朽思想在滋长蔓延,一些丑恶的东西在死灰复燃,既毒害人们特别是青少年的思想,也败坏社会主义风气。这些东西如果不解决,势必严重影响经济发展和社会进步。”为了搞好社会主义精神文明,《建议》提出了许多重要意见,强调要坚持不懈地用邓小平同志建设有中国特色社会主义理论武装全党,教育干部和人民,树立正

确的世界观、人生观和价值观,而且特别强调要加强科学教育文化事业的队伍建设,这真是切中要害,也完全符合编辑出版队伍的实际。

我们的编辑出版队伍总体素质是好的,在这个队伍中人才荟萃,不少人只讲耕耘,不计收获,默默地为出版事业奉献自己的心力,是令人钦佩的。但是另一方面,从出版物暴露出来的情况看,问题也不少,有的还相当严重。编辑工作说到底是一种教育工作,编辑也是人类灵魂的工程师,教育者先受教育,灵魂工程师更要有纯洁的灵魂。所以加强编辑出版的队伍建设十分重要,在社会主义市场经济条件下,这个问题就显得更加突出。每一个编辑出版工作者更要自爱、自重、自律,严格地按照党和人民的要求来塑造自己。是不是具备一个合格编辑的条件,经手的出版物是不是有利于社会主义精神文明建设,不是我们个人的问题,也不是一个出版社的问题,是社会主义的兴衰成败,国家民族的形象问题。新的世纪正在向我们走来,历史赋予我们神圣的职责,我们不能犹豫,不能图侥幸,只有扎扎实实地努力工作,才能不辜负国家、民族对我们的期望。

为了不辜负党和人民的委托,我们一定要认真研究编辑和编辑工作,既要研究新时期编辑工作的外部环境,内部关系,编辑工作的特点和规律,也要研究作为一个编辑究竟应该具有什么样的思想、知识、道德和业务素质。两者都是编辑理论和编辑学需要关注的问题。

中国出版走过漫长的道路,有许多成功的经验,也有不少受挫折的教训,我们要认真总结经验,探索规律,既要总结近百年来的经验,也要总结建国以来40多年的经验,更要总结改革开放十多年来的经验。我们要学习和继承优良的编辑出版传统,但要善于“察今”,不墨守成规;我们要学习和吸取各国出版的先进经验,但要看到中国有中国的情况,不能盲目照搬西方国家的一套。我们

既然下决心走有中国特色的社会主义道路,就要勇于改革、勇于创新。对于过去形成的编辑出版工作的原则、制度和办法,要进行分析,要敢于摒弃那些已经过时的东西,也要勇于坚持那些符合客观规律,有利于两个文明建设,有利于社会主义出版发展的原则、制度和办法。对于社会主义市场经济中出现的新情况和新问题,也要进行分析,既要看到市场经济的勃勃生机和巨大活力,也要看到它有盲目滞后的一面。总之,我们要在邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的指导下,积极开拓,总结新鲜经验,掌握新时期编辑工作的特点和规律,多出好书,促进出版事业向优质高效发展,在社会主义精神文明建设中发挥应有的作用,为社会主义现代化建设服务,才能无愧于自己的历史使命。

是的,编辑是我们的职业,但不仅仅是职业,更重要的是我们的奉献,是我们在实现社会主义现代化建设中应该交出的一份试卷,祝贺大家在这场严肃的考试中都取得很好的成绩。

市场经济对图书出版的双重效应

阙道隆

一、引言

在当今社会,市场经济的大潮已席卷整个世界,商品化、产业化成为时代的特征。无论是物质产品还是精神产品,都已纳入商品生产、商品流通的轨道,出版业也在很大程度上成为一种按市场规律运作的、以市场大众为主要消费对象的文化产业。它所生产的流行小说、生活实用书、漫画书等,和流行音乐、卡通片、娱乐片一起,构成现代大众文化的基本内容。现代大众文化利用现代复制技术和传播手段迅速占领市场,使高雅文化受到严重冲击。

中国实行改革开放政策以后,出版业也发生了类似的变化。一方面市场经济推动了经济的发展,人民的生活水平提高了,有了较好的经济条件和更多的闲暇时间,产生了消遣娱乐的需要,另一方面,出版社实行企业经营管理,市场机制驱使他们把注意力转向满足大众消遣娱乐需要的图书。因此,惊险小说、武侠小说和其他畅销书频频成为出版热点,而学术著作和高雅的文艺作品因为没有广泛的读者,印数不断下降。面临这种情况,如何认识市场经济对图书出版的影响,就成为一个值得研究的重要课题。

二、巨大的推动力

毫无疑问,市场经济对图书出版起了巨大的推动作用。市场经济体制建立以后,人类社会结束了缓慢发展的历史。经济和科学技术的飞跃发展,给图书出版事业提供了强大的物质技术基础。

市场经济体制确认了出版者在市场上的主体地位,又激发了他们的积极性和创造性,图书出版业获得了蓬勃的生机和活力。图书数量成倍增长。据《联合国教科文组织统计年鉴》等有关资料的不完全统计,世界图书出版总数 18 世纪为 200 万种,本世纪初至 1989 年为 3001 万种。除图书数量迅速增长以外,图书的类型和传播媒体也不断增多,图书的印制周期大大缩短,图书的市场和经营规模日益扩大,图书出版业已经成为社会的一个重要产业部门。

中国的情况也是如此。图书总数民国时期(1911—1949)为 10 余万种,中华人民共和国成立(1949)至 1992 年为 84 万余种。特别是中国实行改革开放政策以后,图书出版业发展更加迅猛。1979 年,全国有出版社 105 家,1994 年发展到 549 家,增加 4.2 倍。1979 年全国出书 14987 种,1994 年全国出书 103836 种,增加 5.9 倍。此外,还有 300 多家音像出版社和近 8000 种刊物。15 年来中国出版业的大发展,也证明了改革开放和市场经济是图书出版的巨大推动力。

市场经济创造的大众文化是一种社会共享的文化。它打破了图书仅仅在少数知识分子中流传的局面,使图书进入寻常百姓家。这些进入寻常百姓家的图书反映了城乡大众的生活追求和欣赏趣味,注重务实的文化精神,追求新奇变化的内容和轻松活泼的表现形式。这些特点和市场经济的利益原则、效率原则是一致的,对于保守的文化精神、文化观念、文化体制是有力的冲击。因为大众文化也是适应时代要求应运而生的,给社会文化注入了新的内容和活力。中国的诗歌、小说、戏曲,最初多是民众的文学艺术,后来才成为文人的创作。现代大众文化的兴起,也将成为现代高雅文化发展的福音。

市场经济开辟了世界市场,使图书传播的范围突破国家、民族的界限,达到全世界。现代的复制技术和通讯、交通设施,又为图书的广泛传播提供了物质条件。现在,任何一种有普遍价值的图

书,只要能克服语言障碍,都可以成为全人类共享的精神财富。通过图书出版的国际合作与交流,传播先进的思想和科学技术知识,将会加速人类社会发展的进程。图书的国际交流又是沟通各国人民心灵的重要桥梁,有利于促进各国人民的了解信任和国际局势的稳定。这对于解决当前世界所面临的和平与发展问题,也将产生积极的作用。

三、负面效应

上面说的是市场经济对图书出版的正面的积极效应。不过,我们还要看到:市场经济对图书生产也会产生负面的消极效应。就业已存在的事实来看,这种负面效应至少有以下三个方面:

由于市场机制的作用,一些图书出版者强烈地追求经济效益,可能导致图书文化价值的失落。前面谈到:许多出版者热衷于出版供大众娱乐消遣的读物,冷落学术著作和高雅的文学艺术读物,就是经济利益驱动的结果,因为前一类读物读者多,销量大,有显著的经济效益,后一类读物读者群很小,往往投入大而收益少。

消遣娱乐本是人们的合理需要,出版健康有益的消遣娱乐读物,也是出版者的社会责任。但是,如果把图书的消遣娱乐功能片面地扩张,就会导致读者和图书的平庸化。从图书的创作和出版来说,只迎合大众消遣娱乐的需要,追求瞬间的轰动效应,图书就不再是富有个性的创造成果和严肃精致的文化产品,而成为快速的、批量的复制品,成为一次性消费的“快餐文化”,这样,图书的文化价值、理性力量、崇高品格和文化积累功能就淡化了,失落了。这种图书只能获得读者一时的认同,缺乏长期吸引读者的魅力,更无世代流传的价值。对读者来说,阅读书籍不是对真、善、美的追求,不是理性的文化享受,而是盲目地追逐流行文化,寻求非理性的感官刺激。其结果,将会从消遣娱乐发展到追求物欲和享乐主义,导致理想道德的失落。平庸的图书败坏读者的欣赏趣味,创造出平庸的读

者,平庸的读者又为平庸的图书提供滋生的土壤,两者互为因果。

图书的商品化,可能导致出版者灵魂的商品化——唯利是图,完全放弃对社会和读者的责任。其结果不仅是图书的平庸化,还会走向反文化,使图书成为污染社会的文化垃圾。现在,图书中宣扬暴力和色情已是相当普遍的现象。还有一些图书把封建迷信思想经过包装或者赤裸裸地推销给读者。这类图书不能使人高尚,使人充实,使人聪明,只能使人野蛮,使人愚昧,使人堕落。它的读者又主要是缺乏分辨能力的青少年,其危害程度不可低估。

市场作用具有盲目性和自发性,图书生产完全由市场调节,会导致图书结构失衡和文化萎缩衰落。文化不仅受经济的制约,还有自身的发展规律。任何一个时代的文化都有历史的延续性,都要继承前人的文化成果。在文化系统内部,应用技术和基础理论,俗文学和雅文学,大众读物和研究性著作,都是互相补充、互相吸收的,破坏这种共生共荣的关系,社会文化就会因畸形发展而衰败枯萎。市场的自发作用往往只有利于实用书籍、俗文学和其他大众读物的繁荣,基础理论读物和高雅文学常常陷于举步维艰的困境。然而从文化和社会发展来说,基础理论和高雅文学是不可缺少的。社会需要精神导向和理论指导,需要文化的传承和积累。图书出版如果完全受市场规律支配,只出版消遣娱乐读物,只出版畅销书,拒绝继承和积累文化成果的读物,那么,就会使经济和文化失衡,就会在经济繁荣的同时,出现一片文化沙漠,正如一位西方历史学家所说的,“其结果对于人类是灾难性的,——这就是重新野蛮化。”

四、对策

既然市场经济对图书出版有积极作用,又有消极作用,我们就要采取正确的方针,发挥它的积极作用,限制它的消极作用。

对消遣娱乐读物要积极引导,不断提高它们的文化品位,消遣