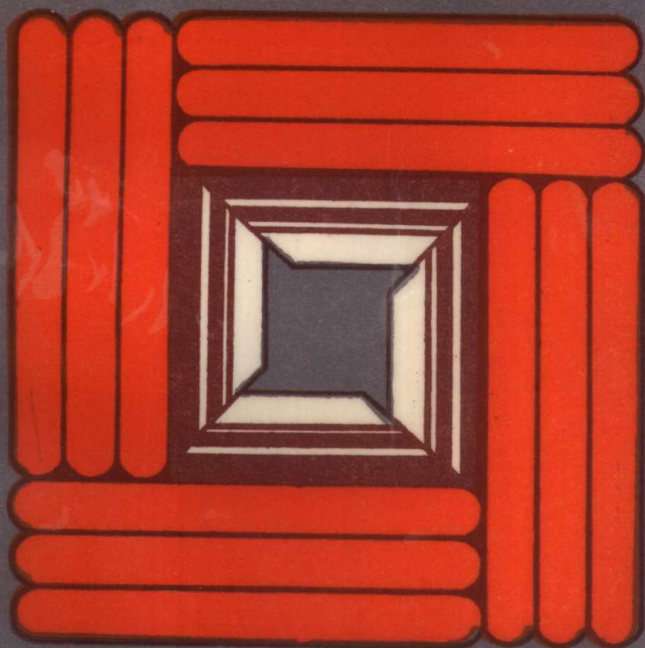


# 书和书籍出版

何云峰  
王晓明

编译

BÜCHER UND



BÜCHERMACHER

同济大学出版社



2 030 9566 7

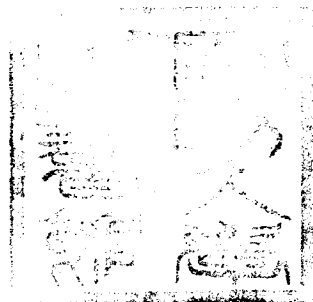
60410/13

# 书和书籍出版

出版社和出版者必须懂得  
——任务、作用、市场、职业和生产

【联邦德国】埃尔哈德·海诺德 原著

何云峰 王晓明 编译



同济大学出版社

## 内 容 提 要

《书和书籍出版》一书是根据德国作家 Ehrhardt Heinold 的《Bilcher und Büchermacher》编译的。全书共分五章，深入浅出，细致全面地介绍了联邦德国出版业的情况以及西欧一些国家的出版情况。通过该书可以清楚地让我国同行了解和借鉴先进国家出版业的各个科学管理过程。也能使读者了解出版社的工作及其在社会生活中所起的作用。

责任编辑 沈 恬  
封面设计

## 书 和 书 籍 出 版

何云峰 王晓明 编译

同济大学出版社出版

(上海四平路 1239 号)

新华书店上海发行所发行

崇明永南印刷厂印刷

开本：787×1092 1/32 印张：4.125 字数：99千字

1991年10月第1版 1991年10月第1次印刷

印数：1-1800 定价：1.50元

ISBN 7-5608-0785-2/G·83

# 目 录

<b>第一章 作者和读者的中间人</b>	
<b>出版社作为幻想、构思和信息的转运中心</b> .....	<b>1</b>
1.0 出版社是什么? .....	1
1.1 出版社的工作方式 .....	3
1.2 出版事业的历史 .....	5
1.3 文化任务和目前情况 .....	10
1.4 出版社的销售策略 .....	14
1.5 出版社的方向和类型 .....	15
<b>第二章 选择、组织、经费和传播</b> .....	<b>25</b>
2.0 出版社的工作 .....	25
2.1 著作权和版权 .....	26
2.2 合同 .....	29
2.3 原稿 .....	31
2.4 审校部和编辑部 .....	33
2.5 制作 .....	34
2.6 推销 .....	36
2.7 广告 .....	40
2.8 公关工作 .....	41
2.9 出版许可证和协作出书 .....	42
2.10 廉价书店 .....	43
2.11 出版社的企业经济学 .....	43

2.12	合理的定价	44
<b>第三章</b>	<b>出版业组织系统</b>	<b>47</b>
3.0	图书市场是怎样运行的?	47
3.1	经济数据和事实	48
3.2	出版业中的集团化	51
3.3	出版业中的大公司	52
3.4	图书销售和供应部门	59
3.5	德国书市的计算中心	61
3.6	读书俱乐部	62
3.7	在其他德语国家中的出版社	66
3.8	图书的进出口	71
3.9	国内外的图书交易会	73
3.10	德国书市交易协会和他的职能	74
3.11	读书促进会	77
3.12	图书促进会	79
3.13	出版业的行报	81
<b>第四章</b>	<b>印刷术的魅力 图书行业中的人和职业</b>	<b>83</b>
4.0	图书职业为什么富有吸引力?	84
4.1	作者和编者	85
4.2	翻译家	87
4.3	出版代理商	88
4.4	出版者	88
4.5	出版社里的职业	90
4.6	妇女在出版业中的作用	93

4.7	出版社以外的合作者	95
4.8	图片社里的职业	96
4.9	出版社代理人	97
4.10	图书交易中的职业	98
4.11	图书管理员	100
4.12	评论家	101
4.13	职业培训和业务进修	101
4.14	职业进修	105
<b>第五章 有形体的智慧 书作为媒介物</b>		<b>106</b>
5.0	图书的特点	106
5.1	古滕贝格及其影响	107
5.2	排字术	108
5.3	插图和绘画	109
5.4	复制工艺	111
5.5	印刷工艺	111
5.6	造纸和购纸	112
5.7	装订工艺	113
5.8	属于图书的其他部分	114
5.9	图书的美学	116
5.10	阅读在心理和精神上的作用	117
5.11	图书与现代化传播媒介的竞争	119

# 第一章 作者和读者的中间人 出版社作为幻想、构思和信息的运转中心

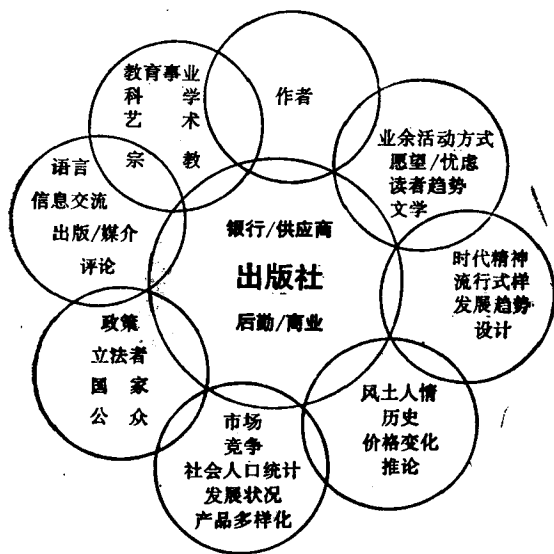


图 1

本章论述的问题：出版社是什么？

## 1.0 出版社是什么？

- 出版社出版书籍、活页文献、杂志、报纸、录像带以及

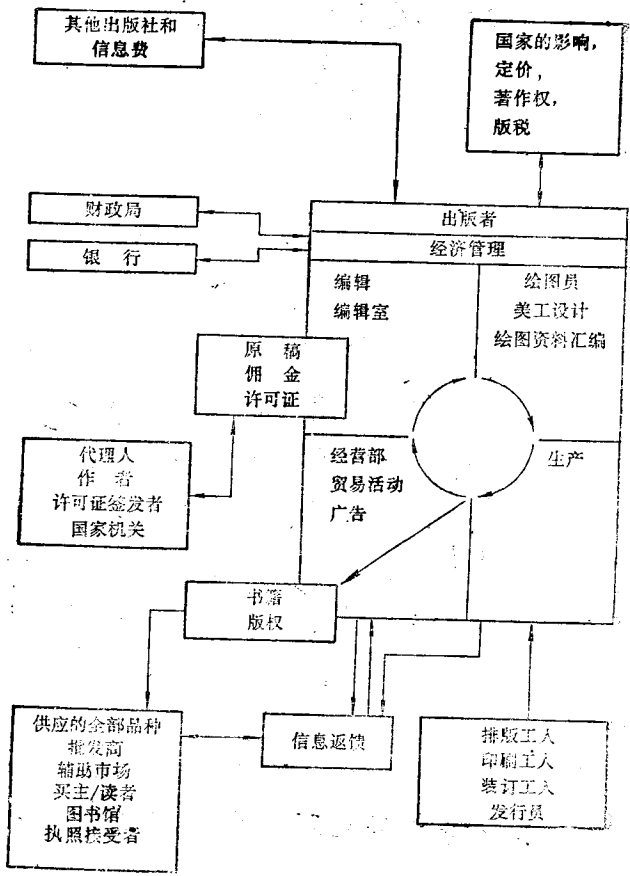


图 2 出版社的内外界联系



乐谱、明信片、画册和其他出版物。

- 出版意味着书面文字、图画、音像作品的公开发表。
- 这些出版物分别在图书出版社、杂志社、报社以及专业出版社中完成。
- 书籍、报纸、杂志和活页文献今天被认定为印刷媒介。清楚明了的表达方式，或者说它们的良好状态使它们几百年来成为唯一的交流媒介。
- 书和其他媒介涉及人类经验和发现力的每个领域——如精神世界，感觉和爱情，抽象理论，灵感和幻想，艺术和科学，人类的总体知识几乎每个有兴趣的领域，不同的时代和各种教育程度首先是在书本中获得整理。
- 出版社选择符合自己的选题方向和书目，出版书籍、杂志等，并把它们输送给读者。
- 出版社再此协调作者和编者、编辑和主编、美工和生产者、排字工人和印刷工人以及销售专家和商人之间的复杂过程中，作为创造性的思想转换中心的出版社同时也是一个重要的精神文化阵地。
- 出版社过滤来自多渠道的信息需求和娱乐要求，给他们披上适当的“外衣”，为每个读者提供明确的情况。
- 出版社通过传统和出版者的个性为自身确立了鲜明的特征，这种特征建立在体现个性的选题方针的基础上，并传递给特定的读者群。

## 1.1 出版社的工作方式

因为书是一种复杂的商品，18世纪作为劳动分工的结

果出现了出版社。15~17世纪早期的出版者融印刷者、出版者和书商于一体，三者同时服务于作者。他们赋予作者的精神产品以一个载体，他们使它可以买卖。三者都为读者服务。他们为读者发现作者和书的主题。在所有可能的销售渠道上，他们向读者提出建议。在一个内外部复杂的环境中出版社扮演了一个适当的角色。图2清楚地表明了多方面的关系。

贝特曼词典(Die Bertelsmann Lexikothek)定义如下：“书籍出版业是经济领域的一个分支，它根据承担的风险和有特色的选题从事文字著作、音乐、连环画、图画、摄影、地图等作品的复制(生产)和销售(出版经营)”。出版家贝特霍德·斯巴恩贝克(Berthold Spangenberg)(1916—1986)更为简明地定义：“出版社是一个从事创造性劳动的人们的组合，他们相互协作生产书籍并把它推荐给读者”。

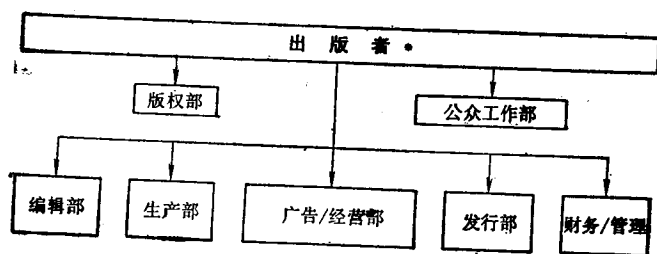


图3 一个出版社的典型的机构模式

• 译者注：此处的出版者相当于我国的出版社社长

相对于流行的书籍业习惯上也常称书籍制造业，在此两个名称指的是共同的根源。

书籍产品既有独特的个性，又有丰富多彩的形式。出版社的组织机构相应也是复杂的。他们或多或少以一个典型的组织机构为基础(见图3)。

出版社的主要部门有编辑部、生产部、广告/经营部、发行部和财务/管理部。出版者(家)处于各部门之上，制订目标并协调各部门的工作。版权、许可证和公众工作部常常直接附属于出版者。

优良的服务效率和与外界合作者的良好配合是出版社的特征。由出版者(家)组成的出版社一再表明除不动产外各部门的功能都是高效的。然而出版者保留两个典型的基本职能：

- 首先应选出哪些书籍会造成麻烦，这是选题的职能。出版者规定出版方针，确定出版物包括选择作者。
- 出版者第二个典型职能是提供资金或改善出版物的预投资金。通常，出版者预付作者部分版税，在书籍销售前支付给印刷者费用并给书店提供赊欠。所以，出版者的职业标志是由出版社的功能引出的。

## 1.2 出版事业的历史

由民间传说出现了文字记载，又从文字记载产生了排版和印刷。在这基础上发展了商业性的设在市场上的书籍销售点。

自从人类学会了记载会话的文字以来，人们掌握了复写的方法，扩大了信息的传播。著作的流通在古代通过作者公

开讲授来实现，或者宣布一个地点，在那里作者出卖他的作品。但是，也有一些传播专家，即口头传播原著的徒步旅游者。

在雅典自公元前5世纪起已经有了誊写社。誊写员完成在书店出售的原稿的抄写工作。近中世纪末期出现了手工业誊写社。誊写、绘图和出版分工进行。所以，已经显示出工艺作用和商业职能分工专业化的苗子。

随着印刷术的发明大多数书商能适应新工艺的要求。许多德国和英国的书籍印刷商是原来誊写社的老板。通过古腾贝格(Gutenberg)活字印刷的发明，当时已可能使扩大到民众阶层的书写品达到价廉物美的程度。古腾贝格发明的结果，在15世纪后半叶和16世纪前半叶出版业有了发展。当时的出版者称为印刷出版商(博学的印刷商)。印刷、出版和销售由一人承担。书籍以固定的价格在市场上出售。

文艺复兴，人文主义，宗教改革和反改革作为思想运动与文字印刷有密切的联系，借助于文字印刷科学论著直接传播到人民手中，大大影响了历史的进程。丰富多采的精神生活也带来了印刷业的繁荣昌盛。新建的工厂要求巨大的投资，并且要求保持最大的效能。因此，印刷出版商必须致力于提高原稿的质量，原来的生产过程从出版业中分离出来，使出版社主要承担精神产品的加工，而印刷商从事生产活动。复制的经济风险转到出版商身上。

从印刷出版商成为目前我们都熟悉的出版商。在博览会中以物易物时期出版商开始是以别的出版商的产品交换自己的出版物。他因此成为书籍零售出版商，除了还陌生的出版物外，销售可以减轻他承担的经济风险。这种经济形式的直

要经营地从 16 世纪中叶到 18 世纪中叶在美茵河畔的法兰克福，直到 18 世纪后半叶由于有利的质量与经济评价，莱比锡发展成为主要的书籍成交地，莱比锡博览会取代了法兰克福博览会成为书籍业的主要转运中心。

随着书籍的传播出现了未经许可的重版。通过君主特权赋予的反对重版的保护没有获得有效的结果。

作者也要求他们的权利。“Honorar”一词说明它本来只是一种荣誉酬谢，并不表示所作工作的报酬。

随着作者稿费的提高以及由于排版、纸张和印刷方面的质量差别得出书籍的制作费用也不同。因此，出版社之间按照印张对印张的简单交换方式换算为结算价。这种交换价，单价或者说常规价登记在彼此的户头上，在这件事上相互让出 33.33% 的零售折扣，结算价或交换价变成零售价，即顾客缴纳的价格。

1765 年从以物易物发展成商业性质。出版商向书商提供他的产品，不必预先或收到货物后付款。更多的是在莱比锡博览会期间一年中相互结算两次。

在 18 世纪出版社和书籍零售业相互分开。除了这两种专业外又出现了第三者：所谓中间商或称书籍批发商，他们在莱比锡中心广场代理外国出版商和书商的利益。1825 年在莱比锡成立了德国书商交易协会，协会成为莱比锡书商交易所的基地，书商们在那里互相结算。

交易协会从一开始起就注意把出版商、书籍批发商和零售商联合到自己的队伍里。不仅民主德国的莱比锡，而且联邦德国美茵河畔的法兰克福，交易协会至今还在继续组织这种活动。它的任务过去是，现在还是保护行业的共同利益，

也许当时它还没有接受卡特尔的性质。

现巴查明大约自 1770 年起给书籍业注入了继续发展的活力。书的生产 and 销售都飞跃增长，开发了新的读者群。本来的综合出版社以不同的知识领域作为自己的专门业务：出现了“专业出版社”。

蒸汽机的发明和 19 世纪开始的工业化使出版界的经济实力随之继续增长。手工业制作的产品——书，现在用机器成批地生产。排版、印刷和装帧的质量随着大量生产有所降低。随着销售价格的降低，销售量的扩大，出现了非法重版现象。

交易协会对巩固经济关系作出了决定性贡献。弗里德里希·克里斯托夫·佩泰斯 (Friedrich Christoph Perthes, 1772—1843) 要求保护著作权和出版权导致了 1835 年在德意志联盟地区范围内禁止非法翻印。1870 年德意志帝国建立以后，在交易协会的催促下颁布了《著作、图片、乐曲和剧作版权法》，这一项法律构成了颁布今天版权法的基础。随之 1886 年伯尔尼协议形成了国际版权法。斯图加特的出版商阿道夫·克勒纳 (Adolf Kroner 1836—1911) 对交易协会进行改革。根据一项新的章程，1880 年改革赋予交易协会确定固定的零售价格、颁布《销售商交易准则》的权力，《准则》调节销售商之间的交往。1909 年，在《准则》之外，又有了《销售规则》。《规则》涉及销售商与顾主之间的关系，有助于保证 19 世纪初重新出现有争议的固定零售书价。

1912 年莱比锡德意志图书馆作为交易协会机构成立了。作为收集所有德语文献的中心，出版商必须向其献书，为此，莱比锡德意志图书馆发展成了统计德语文献书目

的中心机构。

随着第一次世界大战，政治、社会、军事和文化出现了混乱，这种局面影响了德国直至本世纪后半期的命运。混乱局面出现时书籍业已有坚实的支柱：即国内和国际版权、莱比锡书商的订货、供货组织；出版商和销售商之间以及他们与读者之间有规则的交往；固定的零售价以及收集、统计和登记德语文献的中心。

书籍行业中的许多公司在后来的几十年中堕入了严重的困境或者消失。如果说有效能的书籍业得以保存并在第二次世界大战后短短的几年就出现经济兴旺的话，那就是那些有远见、对公众负有责任的出版商和销售商在19世纪打下的坚实基础的一个结果。

纳粹统治对整个书籍行业带来了灾难性的后果。1933年5月所谓的夺权后几个月的焚书就是清晰的信号，同样还有1937年臭名昭著的慕尼黑“败坏艺术”展，它使造型艺术出现了空白地带。

出于种族主义和政治的原因，德国的作家中的杰出人物不得不离开德国，许多犹太人拥有的出版社和书店被没收，书籍行业中的犹太人不得不流亡国外或被关押或被杀害。

交易协会被变成所有销售商都得参加的组织，并被归属于1933年成立的帝国文化协会。除了逃亡的和被没收财产的书商，那些留在德国的书籍商当时是如何遵从当局的，这是历史上不光彩的一页，尽管也有他们反抗的见证。

很多书画、出版和书贸企业在第二次世界大战的轰炸中被全部或部分地毁灭。1943年12月的空袭使莱比锡市中很多企业被摧毁，从而使得书贸中心市场完全瘫痪。

二次大战后开始几年的境况是印刷机器被拆卸、盟国限制出版特许证的发放、原材料短缺以及缺少生产资料。当1945年美国占领军不久从被占领的西萨克森以及莱比锡撤出，并将该地区让给苏联占领军时，美军用军车带走了一批敢于在美占区重新开始的出版商。这批出版商住进莱茵—美茵地带，在那儿，在美占军的促进下，作为出版社和书店的职业组织——交易协会的工作又重新开始了。

1948年货币改革以后，当经济奇迹慢慢开始时，书籍行业得到了迅猛的发展。

书贸和出版业每年都有很高的增长率。书籍行业从袖珍书找到了新层次的读者，减少了民众中认为书店是深奥莫测的形象的忧虑。以19世纪读者和民众教育协会的思想为基础，出版社在20年代就发展成了为廉价书而奋斗的先驱者。在重建家园的年代里，他们在联邦德国，而后又在西欧德语地区国家里找到了广泛的活动范围。他们又将他们的计划卓有成就地转用到其他语言地区和其他洲。

如今，争取顾客的竞争越来越激烈。市场常有变化、买主的态度也不断变化，贸易企业也在随之变化。出版业以及图书贸易的垄断标志着经济的动态。图书市场不仅在同画报、日报、广播、电视这些媒介在竞争，同时又向所有经济部门提供在业余时间、消遣、信息和教育方面的竞争实力。

## 1.3 文化任务和目前的情况

书籍行业不象戏剧和歌剧那样得到国家资助，要自己承



担经济风险，这就表明了书籍业对精神和文化生活的参与。因此，书籍行业依赖于市场，对文化的贡献必须既经济又有意义、有成效地进行。

1816年弗里德里希·佩泰斯在一篇广泛引证的论文里将德国的书贸称作为德意志文学的基础。事实是从古滕贝格以来，出版界和书贸界对所在时代的精神产生起着重要作用。思想史上重大的改革都首先在书籍里反映出来的。

卡尔·绍滕洛雷(1871—1954)在他1951/52年第一次出版的两册书里论证了“书能推动世界”。还有约翰·卡特(1905—1975)以及珀西·缪尔(1894—1979)以他们的书名《改变世界的书》论证了这一点。

出版社的任务是打开读者通往作者独自在他们的探索和工作室里想出和写下的成果之通道。出版社不仅仅是读者的铺路人，也是作者的朋友、激励人和支持者。出版社的真正艺术在于，在准确的时候将合适的作者的合格的书推到恰当的市场。出版社为作家获取足够的酬金，保证他们能从事研究、思考和出书。

表明出版社作用的这一简明雏型是置于现代经济生活的复杂的现实中的。悲观的文学评论家认为是书籍文化“美国化”，对文化持乐观态度的观察家认为是几十年来书籍“民主化”，特别是通过出版量多、价廉的袖珍书籍。

对于出版商来说，每年新版许多书是一个主要问题。目前每年有6万种新版，其中有4—5万的首版，因而常常说到“生产过剩”。对于某些书、某些作者来说，要在这种情况下受到注视就越来越困难了。使自由精神生活得到实现的还是市场经济。书籍生产的多种化和混乱局面是因为不可束缚的