

山东省 出版科学 论文选

第二辑

- 山东省出版工作者协会编
- 山东人民出版社

山东省出版科学论文选

第 二 辑

山东省出版工作者协会编

山东人民出版社

一九八九年·济南

山东省出版科学论文选

第二辑

山东省出版工作者协会编

*

山东人民出版社出版

(济南经九路胜利大街)

山东省新华书店发行 山东新华印刷厂印刷

*

850×1168毫米32开本 9印张 212千字

1988年12月第1版 1988年12月第1次印刷

印数1—2,000

ISBN 7—209—00563—3

C·61 定价: 3.60 元

卷 首 语

《山东省出版科学论文选》第二辑同读者见面了。这是继1987年7月第一辑论文选出版之后，两年来我省出版科学论文的又一结集。

1988年12月，省出版工作者协会在曲阜召开了我省第二届出版科学理论研讨会。会上，90位作者提交了92篇论文，本辑从中选刊了38篇，其中有编辑学（包括图书和期刊编辑）方面的16篇，出版经营学方面的5篇，图书发行学方面的17篇。这些论文紧密结合出版改革的新形势，提出了一些值得探讨的新问题，新观点，新经验，可以说各具特色，各有千秋，达到了一定的水平。这说明，1986年在青岛召开的第一届出版科学理论研讨会之后，我省的出版科研工作又取得了新的成绩，迈出了新的步伐。毫无疑问，这批论文的发表，对我省的出版改革和科研工作，必将起到促进的作用。

出版理论建设，是出版事业各项建设当中最基本的建设。在马列主义、毛泽东思想的指导下，加强理论研究，建立具有中国特色的社会主义出版学，是我们面临的一项迫切而艰巨的任务。出版界的同志们和热心于出版事业的朋友们，让我们共同努力吧！

这本论文选的出版，得到山东人民出版社的大力支持，在此表示衷心的感谢！

编 者

1989年8月

目 录

卷首语.....(1)

在“总”字上作文章.....山东省出版总社 山日比(1)
谈选题工作中的几个关系

.....山东科学技术出版社 聂方熙(11)

责任编辑与编辑责任

——编辑岗位责任制初论.....山东人民出版社 金明善(17)

编辑自我完善问题的一点思考

.....山东省出版总社 宋协周(29)

论编辑业务观念.....山东大学 刘光裕(37)

试论强化图书出版的商品经济观念及其经营机制的确立

.....山东科学技术出版社 姜 智(48)

杂家刍议

——试论新时期编辑的素质修养

.....山东大学出版社 李凤玲(59)

试论小学读物编辑的素养.....山东教育出版社 马惠敏(66)

浅谈出版物上的错别字.....山东科学技术出版社 宋增艺(73)

浅谈图书审读工作的性质及作用

.....山东省出版总社 慕方进(78)

试谈期刊的非相关类和相关类特点

.....《山东经济》杂志编辑部 朱崇珩 文曼青(83)

略论地方画报的特点·····	山东画报社	韩颖千(93)
试论科技期刊的审稿系统		
·····《山东医药》编辑部		徐娟英(101)
论科普杂志作者队伍的建设问题		
·····《医学科普》编辑部	吕懿德	刘龙云(108)
期刊美术编辑业务素质论·····	山东农业知识社	王德深(114)
关于社会科学期刊编辑体例规范化的意见		
·····《文史哲》编辑部		顾琴芬(127)
论出版竞争·····	山东省出版总社	山曰比(135)
学会在商品经济环境中办画报·····	山东画报社	郭焕芳(145)
浅谈图书市场研究·····	山东省出版总社	管文斌(153)
试论建立图书推销员制度		
——出版社经营体制完善的一个重要环节		
·····	齐鲁书社	李 新(159)
出版事业承包经营责任制探讨		
·····	山东省出版总社	王殿文(167)
论新华书店的主导作用·····	济南市新华书店	吕长源(174)
论在竞争中如何增强国营书店的凝聚力		
·····	山东省新华书店	徐彭声(182)
新华书店是图书发行的主渠道		
·····	惠民地区新华书店	王凤溪(189)
充分发挥思想政治工作在图书发行中的保证作用		
·····	宁阳县新华书店	孔宪寅(193)
图书发行体制改革的中心问题及改革设想		
·····	枣庄市新华书店	祝梅生(200)

关于深化图书发行体制改革中几个问题的探讨	泰安市新华书店 高建功(206)
新华书店横向联合是社会主义商品经济发展的必然趋势	临沂地区新华书店 朱 干(213)
图书经营竞争浅论.....	济宁市新华书店 谢永清(218)
坚定不移地走改革开放之路....	夏津县新华书店 霍连达(225)
谈谈如何完善书店的承包经营责任制	德州地区新华书店 刘 强(235)
谈谈农村图书发行的形势及对策	淄博市新华书店 张尔深(240)
试论图书出版前的宣传征订工作	山东省新华书店 李 峰(246)
谈谈全方位进货.....	烟台市新华书店 庞鲁阁 张声惠(251)
一个值得重视的新课题	——谈谈柜组图书订备货的合理性
.....	菏泽地区新华书店 玉岐 吕品 邢枫 马瑞(258)
谈国外书刊的引进发行工作	山东省外文书店 王同泉 秦明治(266)
谈学术著作的发行.....	济南市新华书店 尤全禧(271)
关于加强图书商品流转问题的探讨	淄博市新华书店 张学惠 张道斋 刘玉琴(276)

在“总”字上作文章

山东省出版总社 山田比

总编辑与编辑只一字之差，文章就在这“总”字上。“总”者概括全部、为首、领导的意思，取其后者，即领导编辑之谓也。办好一个出版社或一个杂志社，要靠集体的力量，整体大于部分之和。整体的能量不是加法，而是倍数的增长。如果各要素的组成彼此冲突，相互内耗，力量抵销，整体反而成为负数。“三个和尚没水吃”，就是这个道理。功能的发挥在于团结、组织、协调、凝聚力。而总编辑在其中发挥着重要的作用。总编辑在作“总”字的文章，各有各的思路和诀窍，由于角度、观察、思路不一样，同工异曲，各领风骚。仅就怎样做总编辑提出点个人的体会与看法，请行家们指正。

一、有所不为才有所为

每个总编辑都思考着一个问题，在自己的任期内，能有点什么作为。为社会贡献什么样的出版物，为时代留下什么印记，积累些什么文化财富，为出版社创出什么名牌……这些愿望十分宝贵，将其作为奋斗目标，使之变为现实，就是作为的开端。

理想究竟不是现实，需要艰苦的努力和科学的方法才能变为现实。总编辑有乐趣，也有苦衷，当自己参与组织规划的图

书，贡献于社会，发生了反响，真是乐不可言，但是这种时运，一年有几次，也就很可庆幸了。更多的是苦衷，天天埋头于堆积如山的书稿，加上文山会海，审不完的书稿，看不完的文件，开不完的会，许多事都要总编辑点头拍板，搞得总编辑眼花缭乱，食不甘味，寝不安枕，压得喘不过气来，长此下去，路子越走越窄，美好的愿望也就渐渐地淡薄了。

摆脱这种苦衷的困境，要有勇气和魄力。习惯势力的干扰，三审体制的束缚，更主要是总编辑本人能拨冗简繁，放权给别人去做，把主要精力用在抓“西瓜”的重点上，只有抓住重点，才能有所建树。一个人的精力总是有限度的，事无巨细，往往会抓了“芝麻”，丢了“西瓜”。

总编辑的“西瓜”是什么，一般地说，抓重点是用战略的观点，抓带有全局性的、长期性的、层次性的选题规划。规划是出版社、杂志社的蓝图，奋斗的方向，工作实施的纲领，也是凝聚编辑的动力。战略选题规划，不是一蹴而就的，要费很大的心血和劳动，要有真知灼见，要对大量信息进行筛选，要对形势发展进行预测，要对读者需要作出分析，要对选题进行评估，然后才能决策出行之有效的战略选题规划。战略蓝图确定之后，还要有实施步骤和落实措施，确定责任编辑、选择作者、组织稿件、审读加工，在实施过程中，根据情况变化和信息反馈，不断地修订规划，使其完善。而且还要捕捉新的信息，制定新的战略重点，如此循环往复，使出版社持续不断地进行生产。总编辑以战略家的姿态，运筹帷幄，指挥自如，这样抓下去，增加了主动，减少了被动，主动和被动是两种局面，掌握了主动就有了自觉性、创造性，乐趣就在其中了。当战略目标实现的时候，就体会到有所不为才有所为的真正乐趣。

二、博采众人之长

一个人的能力和智慧总是有限的，如果只相信自己，不相信别人，事必躬亲，再大的本事也办不好事，毛泽东同志曾说过，领导的责任，是出主意，用干部。总编辑当然也必须遵循这条原则。一个出版社有没有活力、效率，就在于编辑的积极性，几十位编辑的智慧和创造性发挥出来了，何愁工作做不好呢？要看到别人的长处，向别人学习。总编辑不可能门门学问都懂，事事都比别人强。现在很时兴协商、对话，我觉得在出版社也是行之有效的民主做法。总编辑经常与编辑推心置腹地交谈，将自己的想法、困难向编辑交底，取得编辑的理解和信任；编辑也将自己的看法、意见谈出来，总编辑给予理解和信任。集中大家的智慧，博采众人之长，编辑心情舒畅，感到有用武之地，将自己的聪明才智毫无保留地贡献出来，“士为知己者死”，有了这个劲头，可以肯定地说，出版社的编辑工作不会搞不好。

总编辑不是全才，编辑也不是全才。每个人有每个人的长处。有的编辑思想解放，对新鲜事物特别敏感，擅长开拓选题；有的社会活动能力强，能够组到别人组不到的稿件；有的语言文字水平高，审读加工有硬功底；有的精通某种专业，熟习某专业的书稿；有的信息灵通，了解读者的脉搏……。总编辑应对这些情况了如指掌，一方面向他们请教，以便集思广益；另一方面在决策和分配任务时，考虑到每个编辑的特长，知人善任。

不能埋怨编辑的素质不高，首先要问帮助编辑提高了多少。素质的高低，只是相对而言，问题是总编辑要把提高编辑的素质作为经常的任务，通过学习、实践、交流、总结，编辑的素质

是可以逐步提高的。严师出高徒，培养编辑要严要求，一丝不苟。对马虎草率、错误百出的稿件要退回重来。这可能伤点情面，经过几次，严肃认真的作风就培养出来了。如果敷衍了事，可能纵容了坏作风的流行，扬其长，避其短，避不是消极的躲避，而是严肃的纠正。素质的提高，就是一步一点培养出来的。

总之，办好出版社靠群体的智慧。总编辑的领导艺术在于吸收、综合、升华群体的智慧。

三、创自己的个性风格

一个出版社要赢得信誉，创出名牌，就要在众家之林中，创出自己的个性和特色。

个性特色不是凭空而来的，是从上下、左右、纵横的比较中得来的。有比较才有鉴别，从鉴别中找出自己的优势和劣势。我国军事学上有句名言：“你打你的，我打我的。”“知己知彼，百战不殆。”各家出版社都有自己天时、地利、人才的长处，都有明确的出书范围、读者层次以及作者、编者、社会群体等的不同条件，还有传统的经验等，应从这些条件当中，发挥优势，避免劣势，既不墨守陈规，又能在动态发展中，开拓新领域、新路子，创出自己独有的个性、风格、特色。

出版社的招牌就是表露个性特色的。明显的有从服务对象上表露个性的，如少儿、青年、妇女、工人等；有从职业分工上表露的，如科技、教育、文艺、美术等；有从知识范围表露的，如辞书、大百科、文物等；有从所属单位来表露的，如大学、国防、军事、农业、工业、电子、建筑、环保等，总之，出版社的招牌标出了自己的个性、特色。如果出版的图书，与自己的社牌相背离，那就是名不符实。所以，总编辑在

规划选题时，不要忘记自己的社牌，在自己的范围内，大显神通。

有了社标并不等于个性特色就突出了，它要靠出版物去体现，我国一些名牌出版社，是由于出版了大量具有特色的图书而赢得信誉的。世界上一些出版社也是由于个性突出而知名，如英国剑桥大学出版社，以圣经、教材取胜；牛津大学出版社以大字典闻名；皇家出版社以豪华本扬名；巴黎大学出版社以世界文学名著和科学家专著闻名等。

个性特色靠挖掘寻找，一般可从三方面去努力：

（1）抓时代的“热点”。任何出版物都具有时代的标记。大众传播中的受传者不是被动的“靶子”，而是在动态变化中对信息知识不断地有新的选择，由于人们在年龄、种族、性别、收入、教育、职业、宗教、信仰和地位等方面的千差万别，在一定时期内，形成了大体相同的某些群体的心理需要、选择信息和知识特征，这也就构成了某个时期需要的“热点”。总编辑要了解全局，审时度势，抓住时代信息、知识的新度、深度、广度，拿出具有时代特色的出版物来。

（2）抓区域文化的个性。人类在一定区域内休养生息，创造了一定的生活环境，与此相适应的也创造了一定的生产条件、语言、教育、科学技术、文学、艺术、风俗、习惯、道德、宗教等具有连续的、独立的、稳定的文化整体，这就是文化区域。各区域的文化遗产，一代接一代地传递、积累，保留着种族的、民族的、国家的特色，并且不断地吸收融合新的文化，继承和发扬。抓住这些特色，出版独具风格的图书，丰富知识宝库。

（3）注重品种的特色。抓独树一帜、标新立异的新观点、新学科；或某个专业为某个层次读者需要，从内容到形式喜闻乐见的；或填补了文化空白的；或失而复显、佚而复现

的；或文坛、科技新秀脱颖而出的等等。

四、抓住质量不放

图书质量是出版社的生命线。“一步丢失满盘棋”，在战争中是常有的事。出版一本不好的图书，有可能将出版社的名誉毁掉。总编辑兢兢业业、始终抓住质量不放，特别是有关政治性、政策性和危害人们身心健康的图书，更要严格把关。西方国家的大众传播学中，把编辑称为“把关人”，总编辑为“总把关人”，他们非常重视“过滤作用”。美国著名大众传播学的创建者韦尔伯·施拉姆曾说过：“在信息传播网上布满了把关人。在这把关人中，记者对某次法庭审讯、某次突发事件或某次政治示威，报道哪些事实；编辑决定从电讯稿中选用哪些消息、摒弃哪些消息；作家决定写什么样的人物和事件，表现什么样的人生观；出版编辑决定出版哪些作家的作品，对他们的手稿作哪些删节；……”（韦尔伯·施拉姆《人，信息和媒介：人类传播概观》）作为“总把关人”的总编辑，要经常指导、监督和检查编辑的“过滤作用”，及时指出一些倾向性的东西，把错误消灭在萌芽之中。

总编辑在抓质量上，不能把精力放在消极的防范上，而是应放在积极地引导开拓，主要应集中在以下几点：（1）每年推出几种能经得起实践检验的保留书目，经过几年努力，创出一批可观的“看家书”，既有个性特色，又在读者中赢得了信誉，日积月累，年年再版，有了“铁饭碗”。（2）选题宁肯少些，但要好些。有魄力、决心和狠心砍去那些经过论证不咸不淡的“平庸书”、“关系书”、“一版定终身的书”。（3）经过科学论证，看准了的重点图书工程，要坚定不移、锲而不舍地抓到底。好的图书不是一日之功，需要埋头苦干、艰苦奋斗几年

才能成功。

五、把竞争机制引入编辑工作

在图书市场激烈竞争的情况下，时刻感到有压力感危机感和紧迫感，这并不是一件坏事，而是求进步、求发展、开拓新局面的动力。优胜劣汰，不仅是经济改革的趋势，也是出版编辑面临的挑战。谁能在竞争中赢得读者。赢得信誉，谁就赢得成功和胜利。在这种趋势面前，及早转变思想，革新观念，发挥竞争机制，改变工作方法，变封闭型为开放型，变单功能为多功能，就能争取主动。

图书进入市场后，读者选择是很严格的，品种、优质和速度是赢得读者的重要手段，品种多样才能适应多层次读者的需要，优质是立足的根本，速度是争夺市场的条件。

出版社的内外都要发挥竞争机制。在编辑部内部要鼓励编辑的竞争、好胜心理，创造条件，使他们多了解国内外图书出版的动态，在众书之林中，多出新点子，创造内容新颖、质量上乘、形式多样的好书，使他们能以良好的竞技状态，超水平的发挥能力。出版社应大胆实行奖优罚劣，对好书，排除非议，敢于重奖，鼓励编辑的创造性和优胜感。

对外竞争机制上有几点要注意：

(1) 抓住“热点”，先声夺人。读者、社会群体受国内外环境、信息传播和思潮的影响，一定时期内总有“热点”。在图书市场上经常出现这样或那样的“热”，就是证明。有些“热”是党和政府根据不同时期客观形势发展的需要，主动倡导，出版社的编辑要积极主动的跟上去；有些“热”是自发的，有不健康的因素，既不可助其发展，又不能消极的堵塞，应采取积极的措施，及时拿出健康向上，喜闻乐见的读物，把读者引导到正

确轨道上。对某种“热”的到来，总编辑应及时捕捉到信息，见微知著，预测到“热”的趋势，赶在“热”的前面，及时拿出产品，先期占领市场，可能取得社会效益和经济效益的重大成果。“热”总有“冷”的时候，如果“热”已处在低谷阶段，仍去赶时髦，不仅“马后炮”，销路萎缩，而且出版社信誉要受到影响。

（2）选择空白，后来居上。在信息、知识大众传播领域里总是有空白的，有的是某群体读者层次知识的渴求，有的是某种职业的需求，有的是形势发展的需要，有的是某种新科学、新技术的普及等……，尽管目前图书品种繁多，市场充滞，但总是有空白可找的，买书难就说明了这个问题。总编辑要善于引导编辑在信息海洋里，进行比较筛选，选准角度，在实用性、工具性、信息量、图书质量和“新”字上取胜，即使在时机上可能错过了，但由于掌握了这方面的优势，也可能后来居上。

（3）把握时机，雪中送炭。在图书市场中，有许多时机是可以抓取的。有时读者对某种图书急如星火，欲求而前往，竭其力，以谋取之。这种情况常常见于招生、招工、考评、职称评定或工程建设等方面，在读者急需的时候，将这种图书出在点子上，解救其燃眉之急，真是雪中送炭。

六、要有“靠山”

这里说的“靠山”，不是指社会上流行的投门子、找后台，而是泛指作者和读者。作者是出版的生产力，读者是出版物的消费者，生产和消费互为依存，编辑是作者和读者的中间桥梁。没有大量作者的供稿，编辑将成为无源之水，无本之木。从某种意义上说，作者是出版编辑的尊神。有造诣、水平高、靠得住的作者，才能生产出优质、名牌的出版物。团结一批得

心应手的作者，源源不断的供给优秀作品，是出版社取得信誉的重要条件。读者是出版编辑的服务对象，离开读者，出版物也就没有存在的价值。大众传播认为，受传者并不是被牵着鼻子走或者随风倒的芸芸众生，而是非常自信、非常主动并有成见的。“在可以获得大量（传播）内容中，受传者中的每个成员特别注意选择那些同他的兴趣有关、同他的立场一致、同他的信仰吻合、并且支持他的价值观念的信息。”受传者是千差万别的，“仁者见仁，智者见智”。每个群体都有选择信息、知识的趋向。出版社有自己稳定的服务对象，应研究服务对象心理上的选择性和信息、知识的需要，提供可信赖的出版物，成为一批忠诚的读者“靠山”。

总编辑在检查、监督和考核编辑的工作时，不仅要注重书稿的质量，而且一定要看到编辑在作者和读者这两方面的活动。看他们是否团结了一批成名的作者，而且总编辑要直接与一批作者建立友谊，经常了解他们的创作活动、心声、困难、建议，以及和编辑的关系，成为决策的顾问和参谋，经常知寒问暖、过年过节要拜访，建立深厚的友谊。千万不要把他们当“过路客”，用着就请，不用就丢，人一走茶就凉。

读者是信息反馈的重要来源，读者群对图书价值的判定，社会效益的评价，对图书的检验是最有资格的。总编辑要重点联系一批读者，通过各种渠道（发行、图书馆、阅览室、专业读者来信、征求意见书等），建立必要的信息网络，经常听到对图书的反响、批评和建议，耳朵里经常听到正反两方面的声音，可保持清醒的头脑。

作者和读者是“靠山”，生产者和消费者经常处于双向流动的过程中，编辑才能起到桥梁和中介作用，才能改变那种封闭型、单功能的被动局面。

当我在结束本文的时候，想起了耗散结构理论创始人普利

高津(比利时人),他在研究耗散结构理论的过程中,总结了一套独特的思维方法:第一,剖析——剖析旧理论,打破突破口;第二,提问——不断提问题,寻求要害;第三,博采——广收博采,为我所用;第四,思考——反复思考,分析综合,抽象概括;第五,立案——提出方案,严格论证;第六,求解——切实求解,升华理论;第七,应用——应用实际,以求验证。这是普利高津在科学研究上成功的主要秘诀。我想,在做总编辑的时候,借鉴这些思维方法,对事业的成功可能会有帮助。