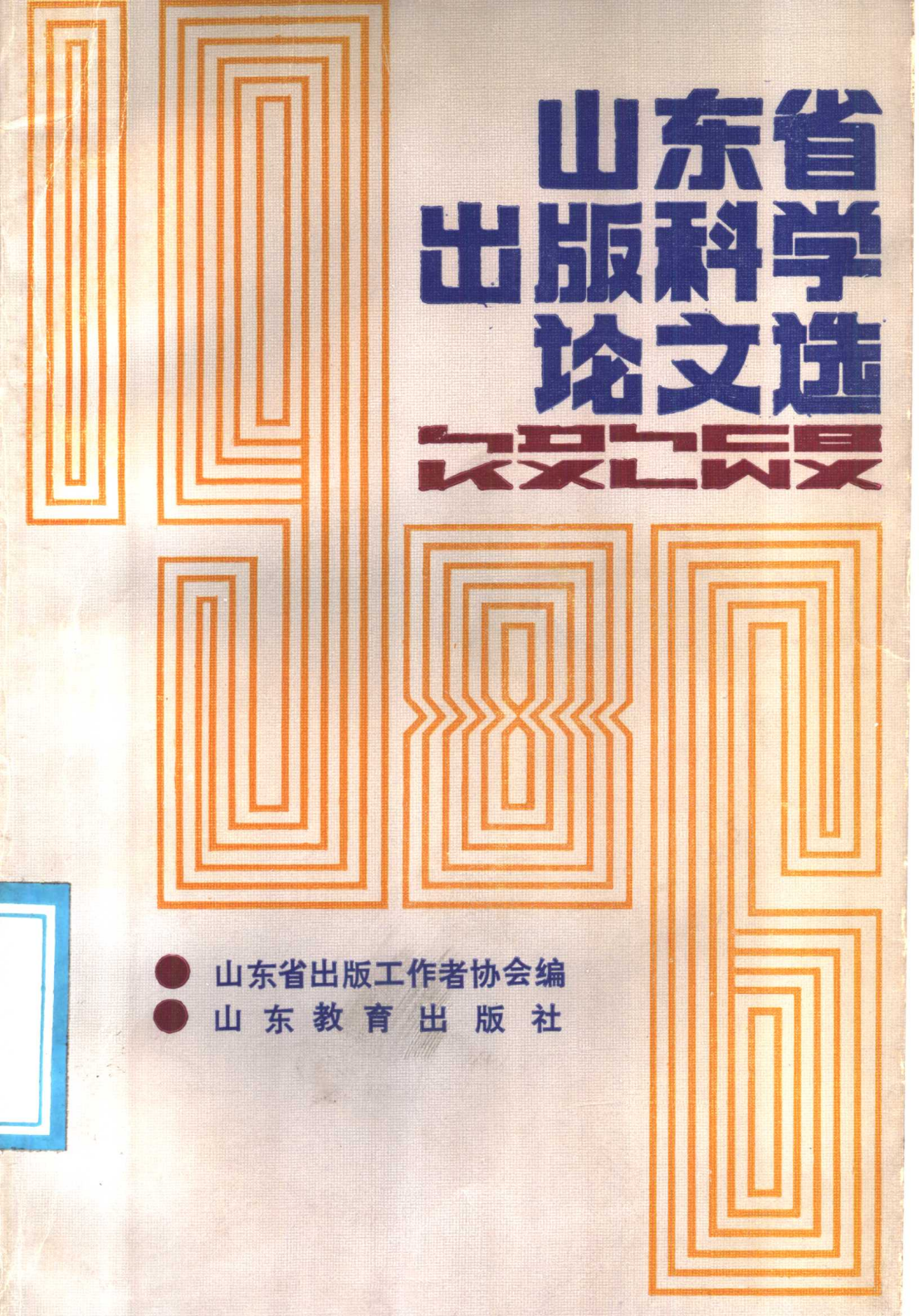




山东省 出版科学 论文选

论及之

● 山东省出版工作者协会编
● 山东教育出版社

山东省出版科学论文选

山东省出版工作者协会

山东教育出版社

一九八七年·济南

山东省出版科学论文选

山东省出版工作者协会编

*

山东教育出版社出版

(济南经九路胜利大街)

山东省新华书店发行 山东莱芜市印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开本 6.5印张 146千字

1987年7月第1版 1987年7月第1次印刷

印数1—2,000

ISBN 7-5328-0032-2

Z·12

书号17275·35 定价1.20元

写在前面

奉献在读者面前的，是山东省1986年的出版科学研究论文选。

几年来，山东省出版工作者协会在全省出版系统逐步开展了出版科学理论研究活动，1986年春季开始，又有组织地发动撰写和征集论文。仅半年多的时间，就征集到55篇，并于10月份在青岛召开了全省首届出版科学理论研讨会。会后，我们从这些论文中选出22篇，汇编出版。

这些论文，紧紧围绕如何建设具有中国特色的社会主义出版事业这一主题，从出版、编辑、发行和出版管理等各个方面进行了一些有益的探讨。尽管这些探讨还是初步的，但却是一个良好的开端，对于我们深入研究这些问题，会有一定的启发和帮助。

青岛研讨会的召开和这本论文选的出版，标志着我省的出版科学研究工作进入了一个新的阶段。我们希望这本论文选，对这项活动能起到一些促进的作用，希望在我省出版界有更多的、质量更好的论文涌现出来。

感谢山东教育出版社的大力支持，使该书得以早日问世。对该书在编辑工作中的不足，请读者批评指正。

编 者

1987年3月

目 录

试论精神产品的特性及其功能	
.....山东省出版总社	山曰比 (1)
论社会主义的图书出版必须把社会效益	
放在第一位的质的规定性	
.....山东人民出版社	金明善 (19)
期刊编辑简论	
.....《文史哲》编辑部	韩凌轩 (31)
试谈医学期刊编辑的基本功	
.....《山东医药》编辑部	徐娟英 (42)
科技期刊特点及编辑素质	
.....《落叶果树》编辑部	丁少华 (49)
编辑智能的培养	
.....山东省出版总社	山曰比 (56)
怎样才能做到出书对路	
.....山东科学技术出版社	原式溶 (63)
试论地方文学刊物的位置和优势	
.....山东文学社	袁 风 (71)
科技期刊的选题决策	
.....《锻压机械》编辑部	姚兆迪 (78)
中级农业科技期刊质量评价标准的探讨	
.....《山东农业科学》编辑部	冠 冰 (84)
紧紧依靠党委领导是开拓发行工作新局	

面的根本保证	德州地区新华书店	杨 鑫 (91)
关于图书市场几个问题的研究	青岛市新华书店	朱 柏 (100)
农村图书发行网建设初探	平度县新华书店	侯成烈 (109)
读者心理学刍议	青岛市新华书店	崔 平 (118)
试论口头宣传图书的艺术	青州市新华书店	邵武修 (134)
浅谈四大平衡	烟台市新华书店	许 旭 (143)
把好进货关是做好发行工作的重要保证	泰安市新华书店	高建功 (153)
图书的社会需要与进货的总量控制	清 仁 菏泽地区新华书店	鲁 民 (160)
	玉 岐	
论图书库存结构的合理性	青州市新华书店	邵武修 (171)
订进资料必须科学管理	莒南县新华书店	孙运章 (179)
坚持改革 加强管理	山东省出版总社	木 公 (183)
浅谈会计在图书发行体制改革中的 地位和作用	山东省新华书店	王 敏 (192)

试论精神产品的特性及其功能

山东省出版总社 山日比

我国现代化建设总体布局中的“一个中心”、“三个坚定不移”，犹如鼎身及其三足，缺一不可，密不可分。社会主义精神文明建设已提到了战略地位的高度，随之精神产品的地位也更加突出起来了。物质生产和精神生产这两个大部类的产品，都是为满足人们生产、生活和精神不断增长的需要所必需的，是社会主义基本规律所决定的，这已是人们所熟悉的常识。然而什么是精神产品、精神产品的功能、精神产品如何与社会发展相适应，在进行社会主义精神文明建设中，是一个重要的理论问题。本文试想从这几方面做点探索。

一、精神产品的定义、特性

精神产品这个词什么时候出现的，我没有进行具体考证。而我国现代出版的词典，包括《辞海》、《辞源》、《现代汉语词典》等较大型的辞书，到目前为止，还没有将这个词条收入进去，而“精神产品”这个词，却在社会上已广为使用和流传了。那么如何确切的概括“精神产品”的定义，它的内涵和外延，广义性和狭义性等，从精神文明建设的实践指导意义上来说，具有迫切性和必要性。

什么是精神产品，说法也极不一致。一种说法从哲学上给

予了概括，把“精神产品”概括为人的意识、思维活动和一般心理状态，认为它是物质的最高产物。这种说法对“精神”明白的作了唯物主义的解释，突出了“精神”一词，但“产品”一词却没有涉及，作为“精神产品”这个完整的词，却使人捉摸不定，甚至使人产生误解。

一种说法则从经济学上给予了概括，把“精神产品”概括为是人们有目的的劳动产品，满足人们某种需要的物品，创造物质的或精神的财富，在商品经济条件下，具有商品的形式。无疑，这种说法，突出了“产品”一词，偏重了“产品”这个概念，与一般“产品”混同了起来，对“精神产品”这个完整的特殊概念，也没有明确的揭示出来。

精神产品，顾名思义，既是精神的，又是物质的，精神是产品的内容，产品是精神的形式。它与物质产品既有共性，又有特殊性，具有两重性。共性在哪里？它的产出都是通过劳动（包括脑力的体力的）创造出来的物品，都有使用价值和价值（包括生产、生活、精神的需要）。在商品经济条件下，都具有商品的外壳，通过货币进行交换。物质产品的产出主要是人的活劳动使用劳动资料、改变劳动对象，有目的的创造出一定的物品满足人们生产资料 and 消费资料的需要，经过消耗，物质产品的过程也就完结了。而精神产品的产出则要经过两个生产过程：一是精神生产过程，一是物质生产过程。前者主要是人脑对客观存在的实践和知识经过感受、储存、想象、分析、判断、推理、综合等思维活动，创造性地、系统地构思、设计、加工转化为文字的、造型的、音响的、综合的书稿或脚本，然后通过不同形式的载体表达出来，后者就是物质生产过程。例如文字的有报纸、刊物、图书、缩微胶片等；造型的有绘画、摄影、雕塑、戏剧等；音响的有广播、讲演、录音磁带、唱片

等；综合的有电视、电影、盒式录象带、软件读物等。这些物态化的精神产品，作用于人们不同的感官（眼、耳、鼻、舌或皮肤神经），满足人们知识的、思想的、审美的等精神上的需要，这种需要一经人们享受，则长期储留在人们的脑海中，继续增长着或加强着人的思想信念，包括观念（世界观、人生观）、理想、政治思想、价值准则、伦理道德、精神面貌、心理状态、思维方式，以及影响人们的行为和生活方式等，可见，精神产品在它的产生过程上、使用价值和消费上，区别于物质产品。

精神产品有明显的以下几个特性：

（一）多目标、多因素、多层次

精神产品的目标是多方面的，有政治的、经济的、文化的、科技的、教育的……，而每种精神产品，都有它特定的目标，使人们得到某种精神的享受。例如现代学科已达到二千六百种之多，而这些学科都有特定的研究领域和目标。精神产品标志着一个国家、一个民族精神文明的发展水平，它的多样性和广泛性，表示着一个国家、民族的古老和现代化发展，表示着它的精神目标及其价值判定。它的目标影响着人们的思想信念及其感情，它的价值实现在于人们对精神产品的理解和受益的深浅。

一种精神产品的产出，是由多种因素构成的，既有历史的渊源，又有现实社会的主客观条件。它的生命力，不仅决定于作者智能水平和创造才能，而且包括社会的因素，例如社会群体认识水平、地域和环境的影响、资源信息的流通等多种因素。精神产品的消费，也受着多因素的影响，例如人们的文化素养、志趣爱好等。还受着一定社会风气的影响，一定时期的招生、招工、智力竞赛、学习活动，对某些精神产品的畅销也

起着决定的因素。有时社会上自发的精神消费倾向，在一定程度上也自发地调节着精神产品的生产，特别是文学艺术方面的精神产品，表现的更突出些。社会主义的精神产品，如何引导人们向健康的消费倾向发展，不仅是精神产品单位的神圣职责，而且与党风、社会风气的好转，都有着千丝万缕的联系和影响。所以精神产品因受着社会多因素的影响，精神文明建设的综合治理，不能不是一个重要前提。

精神产品要满足各方面人们的精神消费，是多层次的，不同阶级、不同阶层、不同文化程度、不同年龄、不同性别、不同信仰、不同学派的人，对精神产品的需要是有差异的。知识需要、伦理道德、理想境界、志趣爱好也是有层次的。教育就分幼儿、初、中、高等教育、职业教育等，需要的教材、内容的深浅要求就不同，层次之间又有一定的衔接和联系。伦理道德、理想境界也有高、中、低不同的层次，高的可以是共产主义的道德理想，中的可以是社会道德和社会责任，低的可以是做人的起码道德和责任。这一点，在《中共中央关于社会主义精神文明建设指导方针的决议》中，根据人们觉悟，提出了不同层次循序渐进的要求。专业的需要、个人的志趣爱好，层次就更多了。有“下里巴人”，有“阳春白雪”，三百六十行，各有所需，这就决定了精神产品的多层次性。

（二）整体性、系列性、倾向性

精神产品是个结构复杂、层次繁多的观念形态。从宏观上看都带有时代的烙印，离不开一定社会的政治、经济、科技、文化、教育等方面发展的水平，是一定社会形态的反映，什么样的社会形态，就必然产生什么样的精神产品。反之，如果没有相应的精神产品，社会各方面的发展，就必然受到一定的限制。例如教育的发展，没有与其相适应的课本教材，学校教育

就很难进行下去；没有一定的文学艺术的各类产品，就谈不到人们精神生活的丰富；没有相适应的政治经济理论的指导，就不可能有健全的政治制度和经济的高度发展。《中共中央关于社会主义精神文明建设指导方针的决议》中指出：“在社会主义时期，物质文明为精神文明的发展提供物质条件和实践经验，精神文明又为物质文明的发展提供精神动力和智力支持，为它的正确发展方向提供有力的思想保证。”科学地阐述了物质文明和精神文明的辩证关系，又明确说明了精神产品的整体性。“没有革命的理论，就没有革命的行动。”马列主义经典作家的理论，对革命起着巨大的指导作用，这是人所共知的。一个社会要保持动态平衡的环境，既需要有物质，也需要有精神，既要有科学，也要有文艺，精神生活失调，也会影响物质生活正常的发展。随着人们物质生活的发展，也必须辅之以人们文化素养的提高和高尚的精神，可见，精神产品是整个社会发展的一个组成部分。从微观上看，一种具体的精神产品，有它本身的完整性，小至一篇文章、小品，总有头有尾、段章结构，有它的主题和内容，与其它方面有着密切的联系。

精神产品是一项系统工程。系统是普遍存在的，是相互作用着的若干元素的复合体，有大系统、小系统，也有母系统、子系统，它与自然界和社会相辅相行，纵横宏微，各成系统。纵的方面上可以追溯到几千年甚至更久远的历史，下可以预测到遥远的未来；横的方面可以涉及到事物的各个领域，自然领域、社会领域、思维领域等；宏观的方面可大至太阳和九大行星组成的太阳系、银河系，甚至宇宙宏观、宇宙膨胀；微观方面可小至分子、原子、质子、中子、夸克，甚至比微还渺小的渺观。有直接反映物质生产的精神产品，也有反映人本身心

理、情感、兴趣、道德情操等的精神世界。各个方面都有大大小小的不同系统，特别处在“知识激增”、电子的新时代，精神产品包罗万象，浩如烟海，它的丰盛不仅与物质产品相媲美，而且渗透在各个领域，自成系列。

任何精神产品都代表着一种观点，都有它一定的倾向性，无论是社会科学、自然科学、思维科学、哲学等，都有其历史的渊源、继承性、局限性，这就不可避免的产生了不同的学派、流派，百家争鸣、百花齐放是必然的趋势。各种学派、流派又互相补充、渗透，随着科学技术、文化教育的发展，学科不断地分化和综合，学科群正在光彩夺目的诞生着，这种局面也必然为精神产品带来繁荣兴旺，向多边型、多维型发展，不可能停留在一个水平上，这是推动历史前进不可忽视的一个重要因素。

（三）正效应、无效应、负效应

任何精神产品，对社会都起着一定的效应，大体上有三种情况：即正效应、无效应、负效应。无效应不属正也不属负，但还是一种效应，它既不能给人以知识，也不能给人以精神的感受，它给社会增加了财力、物力、时间的浪费，也是一种效应，有的在短时间内看，正效应可能不大，随着时间的转移，历史的作用会逐渐显示出来。可见，无者实际有也，不可能既偏正，又偏负，要经过历史地检验才能表现出来。社会主义精神产品的生产，以社会效益为最高准则，多出好的精神产品，尽最大努力发挥正效应，坚决不出对社会有害的精神产品，减少负效应的作用，尽力避免无效应的产品。

精神产品的正效应，很难做定量分析，需要经过历史实践的考验，一曲贝多芬的《英雄交响曲》，让人想起了法国大革命汹涌澎湃的战斗场合，从而获得美的享受；一幅《清明上河

图》，栩栩如生地展现出北宋都城的繁荣景象；一出《天鹅湖》芭蕾舞剧，以其强烈的艺术感染力，歌颂善与美，鞭挞丑与恶，虽历一个世纪而经久不衰；《资治通鉴》是我国著名的古典编年史，虽有其历史的局限性，但鉴于往事，善可为法，恶可为戒，是一部不朽的著作，元朝著名学者胡三省在其为《新注资治通鉴序》中写道：“为人君而不知‘通鉴’，则欲治而不知自治之源，恶乱而不知防乱之术。为人臣而不知‘通鉴’，则上无以事君，下无以治民。为人子而不知‘通鉴’，谋身必至于辱先，作事不足以垂后，乃如用兵行师，创法立制，而不知述古人之所以得，鉴古人之所以失，则求胜而败，图利而害，此必然也。”这些话虽有夸张的成分，但对社会确有正效应的作用。至于马列主义的经典著作，指导着无产阶级革命的运动，对社会进步起的巨大历史作用，那就更不待言。

负效应，也可说是反效应，对社会起着毒害作用。有的是精神鸦片，使人慢性中毒；有的是直接教唆，教人犯罪。据香港报纸报道，法国出版名为《自杀方法大全》一书，发行十万册，不仅在法国发行，而且发行到世界上八个国家。两名作者1985年在巴黎被捕，被指控犯有“教唆杀人罪”。法国警方透露，在几起自杀案件的现场，都发现有《自杀方法大全》这本书。他们非常可能在绝望的情况下，阅读了这本书，从而产生了一死了之的念头，并且按照书中教给的方法服毒，于是造成惨案。这种精神产品，就是在资本主义国家里，不仅受到了谴责，而且负有刑事责任，何况在社会主义制度下，更要绝对禁止生产。

还有一种精神产品，因人们的心理、道德修养、文化素质不同，产生的效应也有所不同。《金瓶梅》就是一例。鲁迅对《金瓶梅》作了正确的评价，在文学史上占有一定的位置。但

是不同的人读了可能产生不同的效应。东吴弄珠客在《金瓶梅序》中有一段说的很好：“读《金瓶梅》生怜悯心者，菩萨也；生畏惧心者，君子也；生欢喜心者，小人也；生效法心者，乃禽兽耳。……若有人认得此意，方许他读《金瓶梅》也。不然，石公几为导淫宣欲之尤矣。奉劝世人，勿为西门之后车可也”。人民文学出版社在出版此书时，对那些诲淫诲盗的东西，作了删节，而且只在一部分人中发行，这是根据现实情况，采取的必要措施。

正、负效应有其相对性，由于某些阶级的偏见、历史的局限，认识的倾向等，对精神产品效应的反响也是不同的。这方面历史上不乏其例。哥白尼的日心学说，被当时神学宗教判罚为歪门邪说，而历史科学却证明哥白尼是正确的。我国许多优秀的著作，在十年动乱期间，被判为“毒草”，而历史却证明是香花。所以效应问题，不能以个人意识偏见来作价值判定，而应以历史的客观的实践考验来作价值判定。

二、精神产品的功能

物质变精神，精神变物质，马克思主义的著名论断，为精神产品的社会功能，打下了坚实的理论基础。分析和研究精神产品的功能，对尊重知识、尊重人才，对提高精神产品的质量，加强精神文明建设，都有现实意义和深远的影响。现就个人的认识，挂一漏万，归纳以下几条：

（一）时代的标志

精神产品与时代同步，无论是文学艺术类还是科学技术类，都带有一定时代的烙印，更不用说思想信念、政治理论、史经子集之类的书刊，更是时代的记载了。

大自然也有时间的记载，山川、矿藏、化石、林木等，用科学方法可以测量出它的年代纪元，但这种记载是天然的，不属于社会的范畴。社会时代是人类独有的，而精神产品是时代的标志，并不是很久远的事情，从原始文字开始，考古学家认为也不过只有七、八千年的时间，精神产品与物质产品的发展是相辅相成同步进行的。从石器、骨器、铜器、铁器、陶器、竹简、缣帛上的花纹图案、雕刻，到甲骨文、金文、文字等，都是历史的考证。但由于生产水平、物质条件的限制，不可能广泛的传播和应用，更不能与现代的精神产品相比较，只有在生产力发展到一定水平，特别是在纸、印刷术出现之后，精神产品才真正名副其实的成为社会时代的标志了。十九世纪俄国伟大的作家和思想家赫尔岑曾这样描述过：“人类的全部生活，会在书本上有条不紊地留下印记，种族、人群、国家消失了，而书却留存下去，书是和人类一起成长起来的，一切震撼智慧的学说，一切打动心灵的热情，都在书里结晶成形；在书本中记述了人类狂激生活的宏大规模的自白，记述了叫作世界史的宏伟自传。”

我国历代图书浩瀚，根据《中国丛书综录》、《四库全书总目提要》、《四库全书未收书目》以及近人的《贩书偶记》正续篇记载，采用经、史、子、集分类法，大约收录了六万三千种，此外加上补编著录的清人著作，有两万种，还有不少的不在这些书目之内，把古籍下限到清末（1911年），古籍图书大约有八到十万种之多，据西方学者研究认为，公元1500年以前，中国著作出版的数量，比世界上全部书籍的总和还多，我国不愧为文明古国之称。这些历史的巨著，具有很高的史学价值和文学价值，是我国的宝贵财富，是历史发展的标志和见证。

我国正处在历史发展的新时期，带来了精神产品的更加繁荣，这是时代的需要，历史的必然。

（二）进步的阶梯

精神产品是人类智慧的结晶，知识海洋是一滴一滴汇集而成的。一个人在短暂的生命中，为知识海洋多汇集几滴水，就是很大的贡献。人类的进步是沿着阶梯前进的，精神产品就是这些阶梯的基石。高尔基有一句名言：“书是人类进步的阶梯。”他说：“每一本书是一级小阶梯，我每爬上一级，就要脱离畜牲上升到人类，更接近美好生活的观念……”。人类的进步是依靠着这些阶梯，一步一步向上攀登的。伟大的科学家、文学家、思想家等，就是在这些阶梯上，筑起更高一级的阶梯。牛顿曾说过：“如果我所看到的，我所发现的要比笛卡儿和培根远大一点的话，那是因为我站在巨人肩上的缘故。”

科学技术的发展，离不开精神产品，每项科学技术成果的总结、推广和应用，都必然体现在一定的原理、模式、图型、论文等上，一句话，必须变为精神产品，才能成为人类的真正财富。人类科学技术历史的发展，经历了火的发明、农业技术、工业革命和信息技术，越是向高阶阶段的发展，精神产品的阶梯作用更显得突出和重要。工业革命发展了机械、材料、能源等科学技术，延长了人的手脚，增长了力量。信息科学技术的发展，延长了感官、神经和大脑的功能。从造纸、印刷到电机、电影、电视，直到信息方法的问世，每一次科学技术的革命都使精神产品进入了更文明的时代。

在科学、文学艺术、文化教育等社会形态的所有因素中，科学技术发展的程度，一般总是代表着、决定着一个时代的智力水平，在现代信息社会的发展中，重要的特点表现花在精神产品上的钱的比重越来越多。从事知识创造积累、传播利用的

人越来越多，精神产品在信息系数中所占的比例越来越大，各门学科知识越来越互相渗透，人的优势，越来越变成智力的优势、知识的优势、学术的优势。精神产品是人类进步的阶梯，必将显示它更大的作用。

（三）启迪智慧的资源

时至今日，精神产品已经成为高度发展的由各种学科组成的涵蓄一切的庞大体系。作为社会的集体财富，它蕴藏在劳动产品和劳动工具中，蕴藏在各种学科里，通过书刊、报纸、电视、电影、艺术等多种载体，一代一代的继承下来，由少到多，由浅入深、由低到高、由零散到系统，永无止境的积累着，并且在更新中不断发展，精神产品的丰富，是人类文明发展的主要秘密之一，是启迪智慧的重要资源。从本质上说，它反映人类认识的积极成果，是改造旧世界，建设新世界实践活动的火把、指南、工具和武器。

精神产品的内涵主要是知识、信息。可以帮助人们从实践中总结经验，寻求客观规律，它的外延可以直接形成人的观察力、分析力、识别力、判断力、预见力和创造力。知识总是能力的坚实基础。马克思《资本论》这一伟大巨著，是他读完了一千多卷私人藏书之后，又到大英博物馆博览群书，大约经历了二十五年的知识积累，前后把准备和写作的时间加在一起，足足花了四十年之久才写出来的。在创造发明的广阔宏伟规模上更显示出知识的力量。大发明家爱迪生，家境贫困，只上了三个月的学，但是他自幼勤奋学习，刻苦钻研。为了改善灯泡、灯丝的研制，他摘写了四万页资料，试验过一千六百多种矿物和六千多种植物，终于使灯泡更加完善。大数学家高斯曾说：

“任何人付出和他同样的努力，都会有他那样的智力，都会有他那样的贡献。”可见，精神产品是一种资源、工具。能不能