

出版工作研究

1995



CHUBAN GONGZUO YANJIU

出版工作研究

(1995)

人民交通出版社

出版工作研究

(1995)

本社总编室 编

人民交通出版社出版发行

(100013 北京和平里东街10号)

本社发行

北京市云浩印刷厂印刷

开本:787×1092 1/32 印张:6.825 字数:148千

1996年7月 第1版 第1次印刷

印数:001—500册 定价:8.00元

ISBN 7-114-02421-5

G·00073

序

如何提高科技出版队伍的整体素质是当前科技出版工作改革的关键问题。我们组织编辑出版这本《出版工作研究》，在所涉及的专业技术领域内，就理论与实践两个方面为大家所关心的问题开辟论坛，目的在于通过交流与切磋，提高专业人员理论水平和业务能力；通过研究与讨论，提倡励精图治的敬业精神和严谨求实的科学态度。《出版工作研究》准备不定期地再编辑几本，鼓励专业人员勤于思考、勤于写作，希望能对编辑出版队伍整体素质的提高起到积极的推动作用。

从总体上讲，交通科技出版工作还不能满足我国交通事业发展的需要，主要表现在出版物的品种、层次、质量以及出版发行等方面，迫切需要有所改进，有所发展。本文集中论及编前工作，提高编辑素质，质量因素分析，质量控制方法等多篇论文的选题是重要的，只有重视编辑自身的问题，并且认真地分析解决，才能从根本上改进我们的出版物；文集中论及技术编辑和美术编辑设计工作的论文概要地总结了几篇关于市场、机制、管理、改革的文章，提出了当前出版改革中尚需进一步探讨的问题，文中一些论点和建议很有参考价值。科技期刊相互间工作交流，为今后共同满足交通事业发展的需要，迈出可喜的一步。

《出版工作研究》是在专业人员结合工作自由选题的基础上选编而成的文集，论文联系实际，针对性强。但是，文集的议题较分散，不要把工作停止在文集的出版上，要善于穿针引

线,抓住热点问题,发挥文集的引导作用,开展专题研讨,体现出出版文集的真正价值。

1996年是我国“九五”计划的第一年,面对国家发展的宏伟蓝图,科技出版工作者任重而道远。这本文集中的作者,除去我社原总编辑金如霆和我之外,都是出版队伍中年富力强的骨干力量,他们代表了出版界的未来,希望在他们身上。为此,我要藉《出版工作研究》出版之机,向文集的编辑和论文作者表示衷心地祝贺,同时也诚恳地希望大家再接再厉,共同为繁荣交通科技出版工作作出新贡献。

李永年

目 录

如何规范和加强科技图书编辑室主任工作·····	李家本(1)
科技图书编辑的素质及能力结构分析 ·····	王振军(13)
新编辑的知与行之浅见 ·····	张 斌(20)
新编辑提高审读和编辑加工质量浅析 ·····	沈鸿雁(26)
如何做好选题组稿工作 ·····	韩 敏(31)
加强编前工作 提高图书质量 ·····	夏平飞(38)
科技图书质量影响因素浅析 ·····	曲建国(42)
图书质量控制方法研究 ·····	梁恩忠(47)
论图书的校对与图书出版质量的关系 ·····	王淑琴(55)
图书编纂的总体设计与实施 ·····	杨 真(58)
电子出版物概述 ·····	蒋明耀(63)
科技电子出版物发展浅见 ·····	刘照华(72)
浅谈策划编辑制的建立 ·····	乔文平(77)
贯彻《条例》 搞好专业地图出版 ·····	毛宝兴(81)
浅谈科技图书中立体图的描绘方法 ·····	高静芳(87)
科技图书封面的计算机设计 ·····	彭小秋(93)
浅谈电脑美术与装帧设计 ·····	孙立宁(97)
计算机排版的技术管理·····	蔡 健(101)
对目前我国图书市场特性的几点认识·····	马小奇(108)
漫谈机制转换·····	金如霆(114)
浅谈出版社的激励机制·····	阎东坡(119)
市场经济与出版改革·····	梁恩忠(124)
改革人事制度 提高校对质量·····	张新文(130)

我社资料室馆藏文献的调查分析·····	刘永芬	(135)
关于出版社资料室藏书建设问题初探·····	李京新	(142)
浅析图书成本管理要点·····	赵瑞琴	(150)
科技期刊广告设计的构成与要点·····	陈 静	(156)
科技期刊广告的特点与作用·····	陈 静 张新荣	(160)
科技期刊发展战略研究·····	杨 琦 孙守增	(165)
编辑工作中的作者与编者·····	杨彬智	(169)
出版业改革的焦点话题·····	陈志和 李维维	(172)
市场经济体制下的出版业改革·····	李维维 陈志和	(177)
科技期刊编辑与知识素养·····	王振山	(187)
学报审稿意见书在审稿中的重要作用与 计量测评·····	孙守增 郭庆健	(193)
科技编辑促进科技发展和科技成果转化 的作用与职责·····	郭庆健 孙守增	(199)

如何规范和加强科技图书编辑室 主任工作

李 家 本

提 要

本文围绕如何规范和加强编辑室主任工作这个议题,选择三个当前为出版界所关注的问题进行讨论:一是关于深化改革与规范职责;二是关于找准位置与强化管理;三是关于适应市场与优质高效。文中的讨论着重于联系工作实际,目的在于使室主任这个岗位的工作在不断深化的出版改革中得到更广泛的重视。

编辑室主任的工作,随着各社改革方向和进程的不同,差异很大。时至今日,仍完全按照计划经济时期的方式进行工作的室主任,大概不会再有。历经十七八年的改革,各项工作都根据党的工作中心转移而发生巨大变化,出版界也被推向改革的大潮中,一切工作都要由计划经济向市场经济转轨。编辑室主任的工作为适应市场经济的需要,从观念、内容、方式、方法都要改变。本文准备从出版界或出版社的改革大局出发,围绕如何规范和加强室主任的工作,谈几点体会和认识。

一、关于“深化改革与规范职责”的问题

编辑室是出版社的基本生产单元之一,是图书生产的前期工作部门,同社的出版部、发行部共同构成了图书产供销的

全过程。在改革开放的形势下,编辑室是一个积极、活跃的单位。一个出版社的体制改革,大多是由编辑室开始的,编辑室是关键。编辑室活跃起来了,出版社的改革就大有希望。

近十年来出版界的改革历程,是一段艰辛的探索过程,既取得了繁荣出版的成果,也得到了很多的教训,付出了很大的代价。直到1994年,出版署署长于友先同志提出“出版工作要进行阶段性转移……要在优质高效的前提下求得新的繁荣和发展”,才给前阶段的出版改革作出了一个阶段性的总结,并且号召开始一个新的历史阶段,1995年元月中央政治局常委听取出版署的工作汇报,专题研究了我国的出版工作,既肯定了广大出版工作者在改革开放以来所取得的成绩,也指出了存在的原则性问题,特别是明确指出:“出版物是特殊商品”,“出版工作不能完全交给市场去调节”。这两点指示是非常深刻的,可以说给我们新的历史阶段继续深化改革指明了方向。我体会只有反复领会这两句话的深刻含义,才能正确地总结前段工作的经验和问题以及正确地制定今后继续深化改革的方案和各项措施。我们可以联系几个具体问题进行讨论:

(一)关于“图书的属性”

我们每个出版工作者,对于图书的属性应该建立起正确的认识,这是个基本问题。

图书,特别是科技图书虽然以“商品”的形式进入流通领域,但它不同于一般的商品。一般商品的功能、作用虽然也各不相同,但都具有物质产品的共同属性。简言之,都经历“材料—加工—中间产品—再加工—最终产品”这个过程,通过这个过程为社会提供了生产工具、生活用品及其他消耗品等物质产品。当然这些“商品”对于社会生活也是非常重要的。而出版物,从一开始就是要为人们提供食粮而编著的。在社会生活中,出版物起着“引导”、“教育”、“传播”和“积累”等四大作用,

是人类文明的一个重要组成部分。尽管一个出版物的产生也有类似于前述的物化劳动的过程,但是它的最终目的不是以书的形态,而是由书的内容去完成的。因此,不能认为图书是一般商品,其质量和价值也不能按一般商品的标准去评定,否则图书的社会效能会遭到严重破坏。

“引导”、“传播”、“教育”、“积累”等作用决定了图书只能认作是“特殊”商品。一本书产生的效果,不仅仅作用于阅读者,而是会通过阅读者传播开去,产生无法估量的社会影响,一本好的科技图书可以推动一个行业的生产水平提高,一本粗制滥造的科技图书,可能在生产中造成重大损失。

一本好的科普读物,可以影响一代人养成爱好科学的良好风气;一本宣传封建迷信的读物,可以毒化缺乏科学知识的人们使之误入歧途。如此大的社会影响,要求我们出版工作者必须保持清醒的头脑,虽然图书进入市场,那只是为了借助流通渠道进行销售行为,尽快送到读者手中,但它的“特殊性”却要求我们对社会负责,为社会把关。凡是不符合“四项基本原则”,不符合办社宗旨的书稿,就不能让其成书,更不能以市场需要为名,专以赚钱为目的,粗制滥造,贻误社会。

当前国内外出版界的学术著作中,也都将出版业视为一种特殊的产业,它生产的是精神产品。美国学者(J. P. 德奈尔《出版学概论》)曾说过,“把图书生产说成是一种文化工业是恰当的”。“书籍是思想的载体,教育的工具,文学的容器”。出版者的作用“不仅体现在图书市场上,而且体现在包括出版业在内的文化和文明之中,为文化洪流注入具有生命活力的股股清泉”。英国《出版概论》的作者斯坦利·昂温曾告诫人们:“如果赚钱是你的首要目的,那就不要从事出版业。出版业的报偿远不是金钱”。从上述的言论中可以看到,西方的出版商目标的双重性,我们社会主义制度下的出版业就更应看重商

品中的特殊性,以及通过图书出版所应尽到的社会职责,这是责无旁贷的,不容忽视的。有了这些认识,对于前时期社会上,包括出版行业内部所说的“图书是商品,应由市场去调节”、“合算就出,不合算就不出”等等说法就可以有个正确的分析,不应该再让这种说法混淆视听,从而端正我们的出版方向,提高出版质量,促进出版业健康发展。这些也可认为是我们讨论如何加强室主任工作的前提,不先统一认识,就不会有共同的语言。

(二)关于图书编辑室主任同社的关系

为改变过去计划经济下的编辑室管理方式,各社在深化改革中都在讨论新的机制,以便更好地适应社会主义市场经济的需要,这就涉及到室主任如何履行职责的问题。

回顾前一段的改革情况,编辑室同社的关系可以分成两类:一类是实行以经济目标为中心的承包责任制;一类是实行综合目标责任制。两类责任制的责任人都是室主任,但是通过责任书对室主任的要求却相差甚远。

推行经济承包责任制,或者实行更广泛意义的“编辑人员所得同经济效益挂钩”的分配制度,由于“承包”、“挂钩”,即使责任书中列有多项考核指标,“经济效益”一项很自然成为第一考核指标。社对室的要求,室对个人的要求,编辑们对室主任的要求,出于“切身利益”都无法回避对“经济效益”的追求。实施的结果,编辑室之间分配的差距产生了,导致效益差的室主任进一步把经济责任承包到个人,虽然也知道搞个人承包不符合要求,但效益差的现实迫使他们把希望寄托在承包上。这种以经济效益为中心的承包结果,主要是使图书结构失衡与品位降低,同时图书质量大滑坡。

另一种责任制是以综合目标为内容的责任制。基本做法是将社会效益、经济效益和精神文明建设等管理目标进行量

化并逐级分解,严格考核制度。在分配上做到,职工要想取得较高的津贴就必须:一要关心自己的一贯表现;二要关心自己的年度考核的表现;三要关心自己所在部室年度考核状况;四要关心全社的经营状况,同时重奖有重大贡献的人员。这样做的结果,有利于形成出好书的机制,同时可调动全社职工积极性,增强向心力、凝聚力和综合实力。

结合近六七年出版界的改革实践,分析两种责任制可以看到,前一种经济承包责任制的要害问题是把图书等同于一般商品,完全采用了工商企业的承包做法,必然导致图书的出版完全由市场去调节。

出版署副署长桂晓凤在《大力加强科技出版工作》这篇文章中明确提出,所谓科技出版社的深化改革,是指宏观上要加快建立适应社会主义市场经济需要,符合社会主义精神文明建设要求,体现出版业自身规律的新出版体制。她还强调,出版社改革的出发点和归宿点是出好书,所以不能简单地套用工业企业的承包形式。用来考核出版社的指标应该是一个综合指标体系,其中,社会效益居于中心位置。为此,要进一步解决社会效益指标的“量化”和“硬化”问题。

这段对于出版改革的论述很精辟。沿着这个方向去深化改革,才能获得既体现行业自身规律又符合社会需要的新出版体制。有了新的出版体制,室主任工作才得以规范。

(三)室主任职责规范的主要内容

在新的体制下,规范室主任的职责,应该包括以下几个方面:

1. 带领全室研究市场,组织书稿的策化、组稿、审读、加工;
2. 加强管理,落实责任制,贯彻“三审制”;
3. 创造特色,发挥优势(集体优势、个人优势);

4. 抓紧队伍建设。

上述四点在新的形势下有新的内容：

第1点：这是室的基本性任务，在策划组稿方面，可以体现经营思想。其中包括对市场调查的综合分析，寻找突破点，对选定项目的经济分析，以及确定最合理的装帧设计等等。

第2点：为保证质量必需的管理制度，是全社质量保证系统的基本环节。

第3点：在新的形势下，能否“发挥优势”是涉及自身生存的大问题，在这点上同其他国有企业一样。“优势”是显示特色和能力，特别是在当前图书市场尚处于初级阶段，存在着许多异化现象，我们正确的对策应该是依靠自己的优势去参与竞争，竞争中体现出自己的实力和特色。有的室主任会感到很难，看到一些不法书商从非法出版中获取暴利，而自己却受到种种约束，在不平等的竞争中难以为计。但是在这个看法中有个原则性误解，即我们同不法书商之间不是竞争关系，因为他们是必须取缔的。真正的手是在我们同行之间，但是，由于我们搞的是社会主义市场经济，我们同行之间的竞争，绝不同于资本主义条件下的“不择手段”、“弱肉强食”的竞争，而是在国家的宏观调控下，在一系列出版改革政策的约束下（如出版范围的分工、不许买卖书号、不准收费约稿等），大家可以各显其能。并且在竞争中，还可以相互交流，共同提高。这种竞争是平等的，积极的，当大家都能各显优势时，可以获得共同的发展和繁荣。

第4点：室主任必须重视不断提高编辑队伍的素质，跟上形势的需要。

当前需要做到：1)转变观念，2)提高业务能力，3)培养开拓精神，4)知法、懂法，学会依法经营（包括法律、法规及行业政策）。

二、关于“找准位置与强化管理”的问题

在市场经济的条件下,室主任工作应注意到如何“找准位置”和“强化管理”,这是能否使室主任工作得到加强的另一个关键问题。

(一)找准位置:简言之,就是作为室主任应该在出版专业分工范围内,找到能充分发挥本室专业编辑优势,形成特色,在行业管理中发挥服务作用的位置。

找准位置才能明确社会职责,摆正和坚持正确的出书方向。从所处的位置去研究、调查市场(掌握读者的需要)才能制定合理的出书结构,解决单一追求经济效益或盲目低层次重复出书的问题。所以“找准位置”是繁荣出版事业和办好出版社的基础,也是室主任积极主动开展各项工作的依据。

回顾近些年科技出版活动中的一些不良现象,如中小學生读物泛滥、编书求大求“全”、超范围出书、宣传封建迷信的图书比比皆是等等,从根本上讲就是这些单位只知进入市场,不知自己的正确“位置”,或者这些出版单位错误地把自己定在了只知“抓钱”的位置上,以致于造成图书市场的混乱。

我们国家人口多,图书市场大,读者群、作者群也不是哪几家出版单位能全包下来的。因此,只要室主任肯于去寻找,一定可以找到适合自己的位置,从根本上端正自己的出书方向。

(二)强化管理:这是在“找准位置”的前提下,如何组织好全室人员有效地开展工作的问題。前几年还有这样一些舆论,“已经推向市场就应该给编辑人员更大的自主权”、“已经实行责任制应废除计划管理”、“市场需求变化万千,原有的三审制成为阻碍”等等,此外,还有人主张学习个体书商,个人对出版过程“一包到底”(个人“一条龙”)等等。经过几年的实践,今天可以认识到,为适应外部的社会主义市场经济的需要,在内部

必须强化管理工作。通过强化内部管理工作,去保证出书方向和完成专业出版社的社会职责。

为实现“强化管理”,应主要处理好下列几方面工作:

1. 选题与经营:作为室主任在选题工作中如何体现一种经营思想是值得认真思考的。一般地说,要对市场调查研究,寻找突破点,开展经济分析以及确定适当的“包装”形式等,但是,还要研究一些新的问题:

(1)在新的形势下,策划编辑队伍如何组织。

(2)如何组织和管理社外的兼职编辑队伍。

(3)如何组织较稳定的作者群。

(4)如何形成信息渠道——选题信息、市场销售信息、本版图书质量信息、本专业学术界和工程界的动态等。

如此,可以把“选题”这项工作从组织和方法方面给予全面落实,并且走出一条新的路子。所谓新路子,新在编辑室通过策划、组编工作,同作者完全融合在一起。形成这样的局面,既不是过去的等作者送稿上门,也不是出高价收购稿件,而是专业编辑在作者群体中充当了组织人员的角色,甚至参与编写大纲的研究,资金的筹集和编写计划的制定。同时将自己的编辑加工计划也纳入其中,大大缩减编辑加工周期。通过如此组稿,编辑与作者之间可建立起新的合作关系,对于提高书稿质量和提高编辑的业务水平也有明显的效果。这种管理工作应该说是很好地体现了一种经营思想——既务实,又有利于今后的发展;既有社会效益,又有经济效益。

2. 市场与计划:市场是外部环境,计划是内部条件。凡是内部计划管理好的单位,各工序工作才能协调,工作秩序才能稳定;缩短周期,提高质量才有基础。内部计划管理得好,在满足市场需求方面才能调度有方。这里所谈的计划也不是以前的“计划”概念,而是要求计划管理本身就要具有对市场需求

变化的适应和调整能力。因此,计划的制定、审核、实施、调整,同室内人员的工作安排必须密切配合,“出版合同”应作为制定计划的依据。对于前期工作不抓紧,后期又赶时间出书的现象必须制止,对于工作散漫的同志必须用计划管理去约束。

3. 质量与效益:质量与效益本不应该对立起来,但是目前在室主任的工作中实际上是存在矛盾。主要表现为:

(1)明知编辑无法在指定的时间内完成如此大字数的手稿加工工作,因为已答应作者,还是要求编辑按时完成,至于是如何完成的就不闻不问了。

(2)每年为完成经济指标,加工书稿总量明知已超过全体编辑人员的加工能力,也还是硬行安排,而不去考虑其他解决办法。

(3)遇到市场急需、效益大的书,就想走个人“一条龙”,减免审核手续,达到快印、快出、快赚钱的目的。

(4)重印书效益好,但是重印前作者的样书返还和编辑人员的通查马马虎虎。

(5)发现错误舍不得改,怕自己受损失(忘掉读者的损失)。

如果仔细分析一下,所谓的矛盾大多是管理工作不当造成的,应该可以通过改进管理办法,推广一些新的措施加以解决的。但关键问题是,室主任自己必须端正认识,质量要抓,效益也要抓,不能以牺牲质量去求得眼前的效益,在质量问题严重时,还要执行质量一票否决权。

4. 规范与开拓:在当前的市场条件下,室主任的业务活动范围已经远远扩大,在最主要的书稿组稿活动中,也要涉及有关法律、政策、经济等方面的问题。如果考虑到要接触方方面面的人物,问题就更复杂。因此,新形势下,室主任应该认识到学习有关法律、法规、政策并以此来规范自己的经营行为。

树立“依法经营”思想的重要性。

如何“依法经营”这是出版界进入市场后遇到的新问题，如“出版合同”至今仍有室主任不以为然；作者方为达到参与出版过程的目的，会提出种种理由，室主任常常是“被迫”同意；开展策划编辑工作之后，或者组编大型书稿时，在主编、参编之间关于著作权问题如何处理，也还没有引起足够的重视等等。前时期，有个错误的舆论，似乎“越是敢于越轨赚钱，才越有开拓精神”。这是非常错误的，已有过不少沉痛的教训。我们的室主任处于生产经营的第一线，遇到的情况难以预料，只有认认真真要求自己按照国家法律、法规、政策规范自己的经营行为，“依法经营”，才能避开各种干扰，找到真正的机会，去开拓新的出版领域，而不会误把陷井当“机缘”。

总之，从上述分析看出，“找准位置，强化管理”是寻求双效益的必由之路。室主任应给予足够重视。

三、关于“适应市场与优质高效”的问题

“优质高效”，这是为创造双效益必须达到的工作目标。出版界适应市场，就是要满足众多的各种文化层次的，各行各业的读者需求。由于前一段在特定的条件下，我国出版界出现了“数量增长，质量滑坡”的局面，因此必须引起普遍的重视，并且采取有效的措施加以解决。

我国出版界，在计划经济体制下，长期是“部室按部就班地出书，编辑按定额字数发稿”。大家可以有充裕的时间“精雕细刻”，而不讲究效率。新形势下，外界条件变了“按部就班”变成“市场需求”了，“定额加工”变成“越快越好”了，而且都同经济效益挂钩，因此，质量与效率就出现如何摆平的问题。

读者对当前的图书质量仍然不是很满意的，批评意见随时可以听到。特别是有的书，完全违背“质高价廉”的要求，而是“质不高，价不廉”，不能怪读者意见多。