



1983

出版研究 年会文集

中国出版工作者协会编

山西人民出版社

1 9 8 3

出版研究年会文集

中国出版工作者协会 编

山西人民出版社

1983

出版研究年会文集

中国出版工作者协会编

•

山西人民出版社出版 (太原井州北路十一号)

山西省新华书店发行 山西新华印刷厂印刷

•

开本850×1168 1/32 印张: 16 字数: 380千字

1984年10月第1版 1984年10月太原第1次印刷

印数: 1—2,800册

•

书号: 17088·6 定价: 2.60元

目 录

-
- 1 上海辞书出版社 巢 峰
出版物的特殊性
- 14 人民文学出版社 韦君宜
关于出版物的经济效益问题
- 27 人民出版社 陶 膺
浅谈出版社的计划管理
-
- 35 湖北科技出版社 冯方华
图书、编辑与信息
- 46 上海文艺出版社 郝铭鉴
图书信息传递断想
- 58 湖北人民出版社 蔡学俭 汪 诚
图书质量三论
- 67 湖北人民出版社 胡光清
试论编辑的专业化与学者化
- 75 国防工业出版社 刘先曙
合同式编辑培养体制可行性的探讨

- 83 人民出版社 袁淑娟
我对编辑职责的认识
- 94 人民出版社 周文熙
关于编辑必须熟悉出版业务之管见
- 103 人民出版社 邓蜀生
青年编辑培养问题浅论
- 108 人民文学出版社 岳洪治
关于如何提高青年编辑业务能力的几点感想
- 116 农业出版社 石 础
编辑三功
- 125 文物出版社 孙培镜
试析“编辑特有的写作”
- 134 中国青年出版社 阙道隆
新时期的青年读物出版工作
- 144 中国青年出版社 孟庆远 王世义
为青年出好通俗政治理论读物
- 151 中国青年出版社 蔡 云
青年读物的共性和个性问题
- 160 中国青年出版社 胡守文
对宣传典型的思考
- 171 上海人民出版社 夏 画
努力把刊物办得更具特色
- 180 人民文学出版社 陈 新
古籍整理刍议

- 190 商务印书馆 刘叶秋
 略谈辞书体例的创新
 ——《辞源》修订例话
- 199 中国大百科全书出版社 王伯恭
 试论百科全书的文体与风格
- 214 中国大百科全书出版社 金常政
 试论“百科意识”
- 226 安徽科技出版社 孙述庆
 科普编辑的基本修养
- 242 科学普及出版社 祝修恒
 科普读物的编辑工作
- 255 科学出版社 黄宗甄
 关于科学技术书刊的编辑工作
- 268 湖南科技出版社 贺晓兴
 适用·及时·配套
 ——浅谈发挥地方优势,出好农村科普读物
- 276 黑龙江科技出版社 常瀛莲
 试论农业科普读物重在面向农民
- 286 机械工业出版社 姚洪朴
 组织编写大型综合性技术手册的一些体会
- 298 少年儿童出版社 包启新
 少儿品德读物的说理方法和形式
- 307 陕西少年儿童出版社 郭 臻
 试论少儿科普读物的科学性和艺术性
- 313 人民出版社 赵木斋

翻译书稿的编辑工作

323 百花文艺出版社 陈 新

同其他艺术比较中探讨装帧语言特征

334 人民出版社 张嘉瑞

关于书籍的开本和版面设计

341 湖南美术出版社 张进贤 张小平

书籍整体设计的核心——版式编排

351 吉林人民出版社 章桂征

足迹虽到路未成

——关于封面设计风格的一点体会

362 云南人民出版社 刘绍荟

似与不似和齐而不齐

——谈封面设计中艺术表现的两条基本规律

373 上海人民美术出版社 钱兴凤

开拓连环画新领域 为智力开发作贡献

380 人民出版社 智福和

略论校对技术及其管理

386 人民出版社 吴道弘

书籍宣传在出版工作中的意义和作用

396 上海文艺出版社 武杰华

试论加强图书宣传评论工作

404 人民出版社 金敏之

关于出版社的资料工作问题

414 湖北省来凤县新华书店 张小平

试论“图书发行学”

423 福建省出版发行学校 杨昌全

试论价值规律对图书商品流通的调节作用

434 江苏省东台县新华书店 张辉冠

图书市场的构成及其影响和制约它的诸因素

454 福建省新华书店 张有能

关于读者对图书需求规律性的初步研究

465 浙江省新华书店 周一苇

论社店联合寄销

473 黑龙江省新华书店 庄 严

营业员心理学初探

481 辽宁省新华书店 王 庚

谈谈新华书店营业人员的职业道德

493 新疆维吾尔自治区新华书店 时 光

浅谈少数民族文字图书发行工作

501 编后记

出版物的特殊性

上海辞书出版社 巢 峰

世界上的事物千差万别，各有其特殊性质。图书、报纸、杂志等出版物当然也有它的特殊性质。只有弄清出版物的特殊性，才能确定它与其他事物的区别，弄清出版工作^①的运动发展的特殊原因和内在规律，才能运用正确的方法，处理和解决出版工作的矛盾，促进出版事业^②的发展。

精神产品与物质产品的统一

出版物是随着纸张和印刷术的产生而产生的，但在前资本主义，不论它的品种或印数都极其有限。人类社会进入资本主义后，出版物象许多产品一样获得了普遍的发展。出版物与一般商品相比，既有区别的一面，又有同一的一面。出版物作为精神产品，是与一般商品相区别的；而作为物质产品，是与一般商品相同一的。

手表、自行车、缝纫机等一般商品，都有一定的物质内容和形式，两者不可分割，是在同一生产过程中完成的；此外，再无其他的内容和形式，再无其他的生产过程。出版物等精神产品则

① 即出版图书、报纸、杂志等出版物的工作。

② 即出版图书、报纸、杂志等出版物的事业。

不然，它除了物质内容和形式外，还有思想内容及其表现形式。以尚未成为物质产品的文艺作品（稿件）而言，通过塑造形象能动地再现在作品中的现实生活，及其所体现的思想感情，是它的内容，而体裁、结构、语言、表现手法等则是它的表现形式。

出版物的思想内容和形式，一般先于物质生产过程，不是通过体力劳动而是通过脑力劳动来完成的。这一生产过程是精神生产过程。出版物有精神和物质两个生产过程，前一个过程生产产品的思想内容及其表现形式，后一个过程生产产品的物质内容及其表现形式，这是它不同于一般商品生产的特殊性。马克思说：“资本主义生产方式的特点，恰恰在于它把各种不同的劳动，因而也把脑力劳动和体力劳动，或者说，把以脑力劳动为主或者以体力劳动为主的各种劳动分离开来，分配给不同的人。但是，这一点，并不妨碍物质产品是所有这些人的共同劳动的产品，或者说，并不妨碍他们的共同劳动的产品体现在物质财富中”（《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅰ第444页）。出版物就是脑力劳动者和体力劳动者经过两个生产过程而共同生产的产品。

与精神生产和物质生产这两个生产过程相适应，出版物就有编辑出版与印刷两个基本生产环节。出版社、报社、杂志社（均不含印刷）等是前一个环节，即出版物的脑力劳动的承担者，担负精神生产的任务；印刷厂等是后一个环节，即出版物的体力劳动的承担者，担负物质生产的任务。

脑力劳动并不是不消耗体力，画家作画，教师教书，作者和编者体验生活、调查研究、翻阅资料等，都要消耗一定的体力，但它与脑力消耗相比是微乎其微的。我们在研究精神产品的性质时，是把这种体力消耗作为脑力消耗的附属物而抽象了。

教育等脑力劳动，一般不凝结为劳动产品，而直接物化在劳动力中。与此不同，从事写作和编辑出版等的脑力劳动，则直接物

化在产品中，成为物质生产劳动的组成部分；而在物质产品消费时，才转移到劳动力中去。但无论前者或后者，都是提高劳动力素质的必要条件。

出版物的精神生产过程固然也要笔墨纸张、书籍、仪器等工具，但这些东西与脑力耗费相比，几乎不成比例。所以说，出版物作为精神产品，它的基本生产力就是脑力劳动者，就是知识分子，就是作者和编辑这两支队伍。

作者和编者的科学知识水平、思想境界、艺术修养和业务能力的_{高低}，直接决定出版物的质量水平。没有掌握先进科学技术的_{编创者}，决不可能传授先进科学技术；没有树立无产阶级世界观的人，决不可能宣传无产阶级世界观；没有相当艺术修养的人，也不可能创造出精湛的艺术；没有写作和编辑加工能力的人，自然不可能编创出作品来。这些几乎是不言而喻的。如果说，思想内容及其表现形式是出版物的灵魂，那末，作者、编者就是灵魂的塑造者，灵魂的工程师。与此同时，作者、编者的劳动积极性，又直接影响出版物的数量和质量。

象一般物质产品的扩大再生产一样，出版物等精神生产，也可以用外延和内涵两种方式进行。但在现代化条件下，无论哪种方式，一般物质产品主要着重于增加或改革生产力的物的因素，而出版物等的精神产品，则着重于增加或提高生产力的人的因素。例如扩大作者、编者队伍，从而增加出版物的品种，是外延扩大再生产；提高作者和编者的素质和劳动积极性，从而不仅发展出版物的数量，而且更重要的通过改进出版物的思想内容来扩大出版物的效果，是内涵扩大再生产。加强作者队伍与编者队伍的建设，是发展出版事业的前提条件。

生产力在进入机器时代后，一般物质产品的扩大再生产过程，就是排斥个体生产劳动的过程。与此相异，从事出版物等的精神

生产过程则是建立在个人劳动的基础上的。此点，恰恰与伴随着隆隆机器声的工厂工人的集体劳动形成鲜明对照。工厂的产品，一般都是集体劳动产品。钢铁工人甲，决不会说某吨钢是他个人生产的；纺织工人乙，也决不会说某尺布是他个人生产的。但作者、编者等脑力劳动者却能明确辨认自己的劳动产品，即使在一部大辞典中，他也能正确指出某一条目是他编写的。象一般物质生产必须了解和掌握每部机器性能一样，精神生产的组织者，也必须了解和掌握每个作者、编者的专业特长，并使其人尽其才，才尽其用。与此同时积极为作者编者创造条件，使他们在时间上、物质上、经济上得到充分保证，不断进行知识更新，从而不断提高劳动力的素质，是维持和扩大精神产品再生产的关键。

现在，我们再从出版物的思想内容及其表现形式进入它的物质内容和形式。一旦抛开出版物的思想内容和形式，我们的考察对象就失去了特殊产品的标志，还原为一般物质产品。从而，出版物生产中通行的规律，就与物质生产中通行的一般规律没有区别。例如书籍从排字进入印刷，从印刷进入装订等的整个生产过程，与一般商品生产一样，都是劳动者使用生产工具作用于劳动对象的过程。生产三要素缺一不可。

印刷工人是这一物质产品的基本劳动力，纸张、油墨是出版物的主要劳动对象，印刷机械、厂房设施是出版物的主要劳动资料。它们相互制约、相互依存，对出版物的物质内容和形式起决定作用。无论出版物的思想内容及其表现形式如何美好，如果没有物质内容和形式，就不可能成为出版物；虽有物质内容和形式而不美好，也会大大降低出版物的实际效果。所以说，印刷工业、造纸、油墨和印刷机械等工业，是出版物的物质基础。物质基础的状况如何，同样直接影响出版物的数量和质量。加强出版物的物质基础的建设，才能保证出版事业的发展。

总之，出版物的思想内容和形式与物质内容和形式是矛盾的统一体，它们相互依存，相互制约。从前者说，出版物是精神产品；从后者说，出版物是物质产品。前后两者的统一，表现为物质产品与精神产品的统一。但思想内容和形式决定出版物的本质，精神产品是矛盾的主要方面。在日常生活中，人们常常把出版物仅称为精神产品，就是就其本质而言的。

使用价值与价值的统一

在商品生产条件下，出版物在生产过程结束后，就穿上了商品的外衣进入流通渠道。出版物既然是商品，就同其他商品一样，具有使用价值和价值。

出版物的使用价值也是一种效用，但这种效用既不具有满足生产消费需要的功能，也不具有满足人们的物质生活消费需要的功能。书籍、报刊既不能吃，也不能穿，但在人们日常生活中却越来越不可缺少。如果说，物质生活的消费资料主要在于满足劳动力的生理需要；那末，也可以说，文化生活的消费资料，主要在于满足人们的精神需要。把出版物等文化产品称之为“精神食粮”，是十分贴切的形象化的说法。当然，这只是就其基本性质而言的，并不排斥出版物还有其他效用。例如某些科学技术工具书，能直接用于生产上的需要。那末，具体地说，出版物究竟具有哪些效用呢？

第一，出版物是传播知识的基本工具。在传播知识的工具中，出版物占有重要地位。学校离开课本，就会给传授知识带来难以想象的困难。仅靠言传身教，不但不可能普及初等教育和中等教育事业，而且也不可能大力发展高等教育事业。比在校学生更多的读者，需要掌握基本知识、专业知识或解决学习、科研中的疑难杂

症,也必须有适应他们需要的各种出版物,如教科书、辞书等等。

第二,出版物是宣传思想的有力武器。传播知识也是宣传思想,但宣传思想的范围并不局限于科学知识,它还涉及人们的立场、观点、理想、道德、情操等世界观问题。出版物是宣传思想的有力武器,任何阶级、学派、团体、宗教,无不利用这一武器来宣传自己的思想。毛泽东同志说:“十月革命一声炮响,给我们送来了马克思列宁主义。”那末,这一新的思想是通过什么形式送来的呢?主要是出版物。

第三,出版物是表现艺术的一种良好形式。随着现代印刷技术的发展,出版物日益成为表现艺术的良好形式。绘画、乐曲、杂技、舞蹈等等,都可以成为出版物。它们既可供人们学习,也可供人们欣赏,它日益成为人们生活的一个组成部分。

第四,出版物是百家争鸣的主要园地。不同理论见解和学术流派,只有用报纸、杂志和图书等出版物作为园地,才能相互交流,相互切磋,相互争鸣,从而,在真理的长河中发展真理,推动科学前进。

第五,出版物是交流信息的重要手段。在科学技术日新月异,政治经济形势瞬息万变的今天,信息具有十分重要的作用。出版物是传播和贮存信息的重要手段。人们借助于不同的信息,为科学技术、经济、政治和思想的各种需要服务。

第六,出版物是积累文化的主要方法。文化积累有多种多样的形式和方法,而以出版物为主。我国数千年古老文化得以不间断地延续,是与各种经典、著述分不开的。

出版物的使用价值是由作者、编者和印刷工人的特殊的具体劳动创造的。在出版物的精神生产过程中,已经创造出使用价值的内核。但如果仅仅停留在这一过程,使用价值就不能得到充分发挥。一部稿件虽然也能传授知识或宣传思想,但范围极其有

限，效果微乎其微。只有经过物质生产过程，即把稿件变成出版物，才能使使用价值得到充分发挥。由于脑力劳动者的素质、修养千差万别，而这一劳动并无固定的工艺流程和模具机械，因此编创者与工厂工人的具体劳动所创造的使用价值不同。工厂产品的效果、作用等整齐划一，而编创者产品的使用价值从效果来看有好有坏，从作用来看有大有小，从作用时间来看有长有短，从作用范围来看有宽有窄，这是它不同于一般商品的特殊性。

出版物的价值是死劳动和活劳动的结晶。出版物的新价值是作者、编者和印刷工人所耗费的无差别的人类劳动形成的，换句话说，就是凝结在出版物中的活的脑力和体力的耗费量。

在资本主义条件下，精神生产过程，就是价值增殖过程，就是剩余价值生产过程。它使精神生产者沦为雇佣劳动者。马克思说：“教师对学生来说虽然不是生产工人，但是对雇佣他们的老板来说却是生产工人。老板用他的资本交换教师的劳动能力，通过这个过程使自己发财。戏院、娱乐场所等等的老板也是用这种办法发财致富。在这里，演员对观众来说，是艺术家，但是对自己的企业主来说，是生产工人。”“作家所以是生产劳动者，并不是因为他生产出观念，而是因为他使出版他的著作的书商发财，也就是说，只有在他作为某一资本家的雇佣劳动者的时候，他才是生产的。”（《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅰ第443、149页）因此，在资本主义社会里，一切所谓最高尚的劳动——脑力劳动、艺术劳动等都变成了交易的对象，并因此失去了从前的荣誉；以编创为生的作者、编者等脑力劳动者和工厂工人一样，都是被剥削者。他们本身也有价值和使用价值。他们的使用价值能创造出更大的剩余价值。在社会主义条件下，由于社会主义公有制的建立，作者、编者等脑力劳动者也与工厂工人一样，都是生产资料和社会的主人，都是社会主义劳动者，同时摆脱了受剥削的屈

辱地位。

作者、编者的劳动，都属于复杂劳动。因为培养具有独立工作能力的作者和编者，需要较大的智力投资，一般都要有高等文化程度，并经过相当时间的实习过程。在工作过程中，为了防止知识老化，还要不断学习，进行新的智力投资。因此，在资本主义条件下他们的劳动力价格是较高的；在社会主义条件下，他们的劳动也是倍加的简单劳动。作品稿酬制度的根据，就在于此。唯有如此，才能使这一劳动耗费得到相应的补偿，不致使劳动力在萎缩的状态下发挥。

这里要特别谈一谈编辑劳动。编辑在出版物的精神生产过程中是一道不可缺少的再加工工序，报纸、刊物、通俗读物、辞书等尤其如此。有人针对相当一部分出版物的情况，把作者比成玉石矿藏的开发者，而把编辑比成玉石的雕琢者。没有开发玉石的劳动，固然谈不上玉石的雕琢；但没有玉石的雕琢者，也不能使玉石彻底改变自己的本来面貌，成为价值较高的艺术品。编辑在作者稿件上凝结着无数汗水和心血，投放了艰苦、细致的创造性劳动，是毋庸置疑的。至于他们那种点燃自己、照亮别人的精神，尤其应当受到人们的尊重。但我国的编辑，除在职工资外，却没有类似作者稿费（在我国基本没有以写作为生的专业作家，一般都有在职工资）的编辑加工费，而有些地区的编辑工资，又不执行国家统一规定的编辑工资标准，是不符合按劳分配原则的。这对于维持和扩大编辑这一劳动力的再生产是不利的。

从广义来说，编辑劳动还包括资料、校对、编务、出版等的劳动。它们围绕着出版工作的中心环节——编辑工作——展开，都是出版物不可缺少的劳动。

出版物的价值除了新价值外，还有劳动对象（纸张、油墨等）和劳动资料（机器、厂房等的磨损）的价值。这部分死劳动

的价值，是通过印刷工人的具体劳动转移到新产品中去的。

具体劳动创造使用价值，抽象劳动创造价值；具体劳动与抽象劳动的统一，表现为使用价值与价值的统一。使用价值是价值的承担者，没有使用价值的出版物，不可能有价值；但使用价值又随着价值的实现而实现，否则出版物就会永远沉睡在仓库中，或站立在书店的橱窗里，得不到社会的承认。

社会效果与经济效果的统一

一般物质产品只要有使用价值，尽管使用寿命有长有短，使用功能有大有小，大都能收到一定效用，一般不致发生相反的作用。霉烂的粮食，完全失去使用价值，就不能成为价值的承担者，从而，也就变成不能交换的废品。如果把它拿到市场上去，任凭销售者如何叫卖，也是无人问津的。而一本荒诞、淫秽的书，从表面观察，似乎类似霉烂的粮食，其实不然，它同样具有使用价值，能够满足某些人们某种精神生活的需要，如果进入市场，还可能成为一部分读者竞相购买的热门商品。但这种使用价值是人们灵魂的腐蚀剂，对于消费者不起好的作用，只起坏的作用。由此可见，精神产品的使用价值与一般物质产品的使用价值是不同的。手表的使用价值，有利于社会掌握时间；拖拉机的使用价值，有利于社会生产；一般商品的使用价值，大都与社会效果相同一，成正比例发展。与社会效果相对立的情况，只能作为特殊现象存在，在成千上万种商品中所占比例是极其有限的。而精神产品的使用价值或者与社会效果相同一，成正比例发展；或者与社会效果相背离，成反比例发展。两者都是大量的、经常的、普遍的现象。

一般商品生产，只要价值实现，那末，投放的生产资料价值