

李福钟

编海循踪

——金融宣传、编辑工作概说

中国金融出版社

谨以此书纪念

《中国金融》杂志创刊 45 周年

中国金融出版社成立 39 周年

前 言

我1951年大学毕业,分配到人民银行总行从事宣传出版工作,由一名普通的编辑,逐步成为一家出版社的主要负责人,并主编一本全国性金融杂志。在长期的编辑实践中,深深感到宣传、编辑工作是一门学问,要做好宣传、编辑工作,说起来不难,要真正做好却并不容易。在金融系统,出版图书,编刊物,办报纸,搞宣传,是向读者提供精神食粮,是做引导、启发和教育人的工作,大至宣传党的金融方针政策,小至介绍一些具体的业务做法,都会对社会有很大的影响,牵动千千万万人的心。做得好有益于社会公众,做得不好,或者出了毛病,就会对党的事业造成损失,所以宣传、编辑人员的责任是非常重大的。四十多年来,特别是党的十一届三中全会以后的十多年来,实行改革开放的政策,我国的经济建设突飞猛进,金融事业也有了很大的发展,做好金融宣传和书、刊、报的编辑工作,对于进一步传播金融知识,提高金融干部职工素质,推动金融事业的发展,至关重要。我在从事宣传、编辑工作中,有做得比较顺利的时候,也遭受过不少挫折和有失误,很自然地逐步积累了一些经验和教训。长期以来,我一直想把它记下来,作为自己工作的一份小结,但苦于工作很忙,无暇顾及。前几年我告老退休,虽然承出版社领导的关心、爱护,仍担任一些书稿的终审及书刊检查等工作,但毕竟得以摆脱不少行政事务,有了一点空隙的时间,得以回忆和检讨我前一段工作的成败得失。

我看到现在一些搞金融宣传、编辑工作的年轻同志,工作兢兢业业,在自己的岗位上辛勤耕耘,做出了不少成绩;但是可以看出,他(她)们在工作中也并不是那样得心应手,挥洒自如的,在工作中

经常碰到不少的困难和麻烦,当前金融宣传和书刊编辑任务十分繁重,他们也深感有不断改进和需要的需要。现在社会上已经出了不少有关宣传和编辑方面的图书,可供大家学习、参考,但结合金融宣传、编辑工作来写的书却不多见,我,作为宣传、编辑战线上的一名老兵,不自觉地萌发了一种责任,把自己几十年来的工作实践写出来,看看究竟有没有什么可供吸取之处,这就是我撰写这本小册子的缘由和初衷。

我把这个想法与几位已经退下来的老同志商议,得到了他们的赞同,更加增强了我的勇气。不过想写是一回事,真正动起笔来,却又感到难度很大,力不从心。我的这本小册子,谈不上是什么著述,只不过是把我多年来在宣传、编辑工作中学习党和国家的宣传方针政策,金融方针政策,联系自己的实际工作,与平时在编稿、审稿中积累起来的一些资料,加以综合、归纳、整理,谈一点自己的认识体会,介绍一些宣传、编辑工作的程序和方法,并没有什么独到的见解。书成以后感到十分粗浅,很难出手。我请中国金融出版社的几位负责同志和其他有关同志审阅,得到了他(她)们的鼓励和支持。但限于自己的水平,书中一定有不少欠妥甚或错误的地方,衷心地希望得到读者的指正。

本书定名为《编海循踪》,取在编辑工作的海洋中遵循其已有的轨迹或规律之意,副题为《金融宣传、编辑工作概说》,内分3篇,共20章。第一篇为金融宣传工作,6章;第二篇为金融编辑工作,10章;第三篇为金融宣传、编辑队伍建设,4章。宣传工作和书、刊、报的编辑工作,其一般原理和基本的工作方法等,金融和其他部门并没有什么特别的不同,本书之所以界定为“金融”,主要是书中的叙述,注意了与金融工作的结合,较多地引用了一些金融方面的材料和实例,体现了金融宣传和编辑上的某些特点。全书注意理论与实际结合,特别注重于实际,其中举实例数十处,均系我平时改稿、审稿中经常发现、逐渐积累起来的一些问题。书中讲金融

图书和刊物方面的比较多,讲报纸方面的比较少。其中谈到新时期金融宣传工作的基本任务等方面,援引了中国人民银行行长戴相龙同志 1994 年在全国金融宣传工作会议上讲话的材料。

本书在编写过程中得到冯春林、吴公浦、张天祥、王治民等几位老同志的大力支持;人民银行总行宣传信息处韩玉亭同志给予了热情帮助;李紫林同志仔细地订正了全书;中国金融出版社的赵华、尹小平、朱丽亚同志在审读、编排、设计等方面,以及出版、发行部门的同志在本书出版过程中都付出了辛勤的劳动,在此一并表示衷心的感谢。

作 者

1995 年 5 月

目 录

第一篇 金融宣传工作

第一章 党的宣传工作的历史使命和金融宣传工作的	
地位、作用	(3)
第一节 党的宣传工作的历史使命	(3)
第二节 金融宣传工作的地位和作用	(8)
第二章 金融宣传工作的指导思想和基本任务	(14)
第一节 金融宣传工作的指导思想	(14)
第二节 金融宣传工作的基本任务	(15)
第三节 努力完成金融宣传工作任务	(19)
第三章 金融宣传的形式、特点	(23)
第一节 金融宣传的形式	(23)
第二节 金融宣传的特点	(29)
第四章 坚持正确的宣传方针、原则	(35)
第一节 坚持“双为”方向和“双百”方针	(35)
第二节 坚持正面宣传为主的方针	(37)
第三节 坚持实事求是,反对假大虚空	(39)
第四节 坚持正确的表扬与批评	(41)
第五节 坚持从大局出发,不搞本位主义	(43)

第五章 金融宣传工作的方法、技巧	(45)
第一节 深入实际,调查研究	(45)
第二节 总结提高,以理服人	(47)
第三节 典型引路,点面结合	(49)
第四节 围绕金融中心工作开展宣传	(50)
第六章 加强党对金融宣传工作的领导和管理	(53)
第一节 主要领导同志要亲自抓宣传	(53)
第二节 建立宣传机构,落实宣传任务	(54)
第三节 定期订出宣传报道计划	(55)
第四节 建立健全宣传工作制度	(56)
第五节 加强金融宣传纪律	(57)
第六节 建立一支好的宣传队伍	(59)

第二篇 金融编辑工作

第七章 编辑和金融书刊编辑工作	(63)
第一节 编辑工作的内涵	(63)
第二节 编辑工作的本质特征	(65)
第三节 编辑工作是一项系统工程	(70)
第四节 金融书刊的编辑工作	(73)
第五节 编辑工作的价值观	(76)
第八章 制订选题计划	(80)
第一节 制订选题计划的必要性和重要性	(80)
第二节 选题计划的种类与内容	(82)
第三节 编制选题计划的依据	(85)

第四节	如何制订选题计划	(88)
第五节	选题计划应体现的几个特点	(92)
第六节	制订选题计划时要注意几点	(95)
第九章	组织稿件	(98)
第一节	为什么要组稿	(98)
第二节	组稿的对象	(100)
第三节	组稿前的准备工作	(103)
第四节	组稿的方式	(104)
第五节	对组稿工作的要求	(108)
第十章	审稿工作	(111)
第一节	审稿的作用和任务	(111)
第二节	审稿就是把关	(113)
第三节	审稿的方法——六字(读、记、查、问、评、定) 审稿法	(117)
第四节	审稿的程序——三审制	(120)
第五节	怎样写审读报告	(125)
第六节	如何评价审稿能力	(127)
第十一章	加工修改	(130)
第一节	编辑加工修改的必要性	(130)
第二节	编辑加工的步骤	(133)
第三节	哪些不改,哪些要改	(136)
第四节	加工修改三要诀——严、细、勤	(139)
第五节	加工修改实例简析	(141)

第十二章	版面设计	(154)
第一节	稿件配置	(154)
第二节	内文编排	(157)
第三节	编排方法	(159)
第四节	版面安排要注意的几个问题	(162)
第五节	关于四封	(164)
第十三章	编写言论	(169)
第一节	报刊必须发言	(169)
第二节	报刊言论的几种形式	(170)
第三节	报刊言论的写法	(174)
第四节	撰写言论的选题来源	(177)
第五节	几个注意之点	(179)
第十四章	采访工作	(183)
第一节	为什么要采访	(183)
第二节	采访的类别	(186)
第三节	采访前的准备工作	(188)
第四节	采访的方法	(191)
第五节	采访者的态度、作风	(193)
第十五章	检查、评议	(195)
第一节	检查、评议十分必要	(195)
第二节	检查、评议的内容	(196)
第三节	检查、评议的方法	(198)
第四节	需要注意的几点	(201)
第五节	迫切需要提高编校质量	(203)

第六节	报刊要办得有特色·····	(205)
第十六章	通联、校对 ·····	(212)
第一节	通联工作的性质、作用·····	(212)
第二节	通联工作的组织形式·····	(215)
第三节	怎样开展通联工作·····	(217)
第四节	通讯员的职责任务·····	(220)
第五节	对通联工作几个问题的认识·····	(221)
第六节	重视资料工作·····	(226)
第七节	做好校对工作·····	(227)

第三篇 金融宣传、编辑队伍建设

第十七章	金融宣传、编辑工作的发展和队伍建设 ·····	(237)
第一节	金融宣传、编辑工作有了长足发展·····	(237)
第二节	金融宣传、编辑工作硕果累累·····	(239)
第三节	金融宣传、编辑人员的现状·····	(242)
第四节	培训金融宣传、编辑人员的渠道·····	(244)
第十八章	金融宣传、编辑人员应是“复合型”人才 ·····	(247)
第一节	既要博,又要专·····	(247)
第二节	既要政治好,又要工作好·····	(248)
第三节	既要懂编辑业务,又要懂金融业务·····	(248)
第四节	既要有理论,又要有实践·····	(249)
第五节	既要会编辑,又要会写作·····	(250)
第六节	既要有市场经济观念,又要讲职业道德·····	(251)

第十九章	提高金融宣传、编辑人员的素养	(253)
第一节	提高政治思想品德素养	(253)
第二节	提高政策业务理论素养	(254)
第三节	提高宣传、编辑专业素养	(257)
第四节	提高鉴别稿件优劣的素养	(260)
第二十章	金融宣传写作的方法	(263)
第一节	学习、掌握宣传、写作的要领	(263)
第二节	提高阅读、欣赏、分析作品的能力	(270)

后 记

第 一 篇

金融宣传工作



第一章 党的宣传工作的历史使命和 金融宣传工作的地位、作用

第一节 党的宣传工作的历史使命

一、党的宣传工作的重要意义

党的宣传工作是党的工作的重要组成部分。宣传工作实际上就是一项思想政治工作,有很强的政治性、政策性和科学性,是最大限度地调动全党和全国人民的积极性,以完成各项工作任务的有效武器和重要工具。

我们党历来十分重视宣传工作。毛泽东同志早就指出:“善于把党的政策变为群众的行动,善于使我们的每一个运动,每一个斗争,不但领导干部懂得,而且广大的群众都能懂得,都能掌握,这是一项马克思列宁主义的领导艺术。”“群众知道了真理,有了共同的目的,就会齐心来做。”“群众齐心了,一切事情就好办了。”这可以说是从根本意义上来阐明宣传工作的实质和重要性。邓小平同志也强调指出:“拿笔杆是实行领导的主要方法”,“出报纸、办广播、出刊物和小册子”,“在贯彻实现领导意图上,就比其他方法更有效、更广泛,作用大得多”。这也是讲的宣传工作的重要意义。我们党几十年的历史经验证明,无论是革命还是建设,要取得成功,都离不开正确的宣传;而宣传上的错误和偏差,像在“文化大革命”时期那样,犹如助纣为虐,就必然导致革命和建设事业的挫折甚至失败。所以,宣传工作在很大程度上与革命和建设的成败攸关。努力做好宣传工作,充分发挥宣传工作的作用,是我们党的一大政治优势,优良传统。

党的十一届三中全会以后,实行改革开放的方针;十四大确立了向社会主义市场经济目标迈进的步骤,全党全国人民为实现建设有中国特色的社会主义的宏伟目标而奋斗,我国的经济建设进入了一个新时期。新的形势对宣传工作提出了新的更高的要求;党的理论、路线、方针、政策需要进行更广泛深入的宣传,以便为广大群众所理解和接受;党和政府所采取的一系列新的改革措施,需要向群众进行解释和传播;人民群众创造的新经验、新做法,需要不断地总结、提高和推广;各条战线涌现出来的英雄模范人物的事迹和崇高精神,需要表彰和推广;群众日益增长的精神文化需求,需要尽可能地给予满足;在实践中提出的许多新情况、新问题,需要认真地研究和回答;在改革中由于利益关系的调整而出现的各种思想认识问题,需要进行协调和解决;社会生活中存在的一些消极现象,需要对之进行正确的引导和克服;推进改革开放和进行现代化建设,需要进行更多的国际交流,学习和借鉴外国的有益经验,同时也要使世界了解中国。凡此等等,都是在新形势下宣传工作的任务,宣传战线肩负着重要的历史使命。

二、新形势下的宣传思想工作

——一个根本指针和四项主要任务

为了在新形势下统一思想,提高认识,励精图治,积极进取,进一步做好宣传思想工作,中共中央 1994 年 1 月召开了全国宣传思想工作会议,江泽民总书记在会上作了重要讲话。会议明确了新时期宣传思想工作的指导方针是要牢牢把握邓小平同志建设有中国特色社会主义理论这一根本指针,紧紧围绕经济建设这个中心,服从和服务于全党工作的大局,全面落实宣传思想战线的任务,为加强建立社会主义市场经济体制,促进国民经济持续、快速、健康发展,维护政治稳定,推动社会全面进步,提供有力的思想保证和良好的舆论环境。为此,要动员全党和整个宣传思想战线的力量,

解放思想,实事求是,切实改进和加强宣传思想工作。要大力进行四项基本原则的宣传,反对资产阶级自由化;要准确地、全面地宣传党的基本路线和方针政策,在政治上与中央保持一致;要理直气壮地宣传社会主义建设中的伟大成就,弘扬新时代的主旋律,不搞“噪音”、“添乱”、“帮倒忙”;要大张旗鼓地宣传社会主义精神文明,坚持两手都要抓,两手都要硬。以此来指导自己的全部工作。

江泽民同志在会议的讲话中提出了宣传思想工作要“以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”的四项主要任务或四大工程,不断培养和造就一代又一代的“四有”新人,开创前所未有的、社会主义的壮丽事业。

“用科学的理论武装人”。理论一旦为群众掌握就成为行动的指南。邓小平同志建设有中国特色社会主义的理论,是长期实践经验的总结和提高。宣传工作要紧紧抓住邓小平同志提出的解放思想、实事求是这一精髓,运用马克思主义的世界观和方法论,把小平同志的战略思想、理论观点和他的科学态度、求实精神、创造精神,很好地结合起来,认真学习,广泛宣传,坚决贯彻执行,在实践中进一步理解邓小平同志这一理论的科学依据和精神实质,正确处理建设中遇到的各方面的理论问题和实际问题,增强走建设有中国特色社会主义道路的信念,坚持走改革开放之路。

“以正确的舆论引导人”。宣传工作必须坚持贯彻党的基本路线、政策方针,坚持团结、稳定、鼓励的基本原则,坚持正面宣传为主的方针,把人民群众各方面的积极性引导好、保护好、发挥好。“水能载舟,亦能覆舟”。正确的舆论导向,能够凝聚人心,振奋精神,激励斗志,促进团结;而错误的舆论导向,则会混淆视听,涣散人心,瓦解斗志,造成政治上、经济上的重大损失,产生社会不稳定的严重后果。要正确处理好搞活舆论与把握导向之间的关系,宣传工作既要搞得活,又不能乱提口号,要把握好宣传的“度”,即掌握好分寸。要保持一定时期内宣传基调的连续性和稳定性;大力

提倡办实事、讲实话、鼓实劲，求实效，防止片面性，始终不渝地引导人们沿着党所指引的道路前进。

“以高尚的精神塑造人”。宣传工作者应该是人类灵魂的工程师，这就是说，他应当通过自己的宣传工作，以高尚的精神塑造人，同时也塑造自己。社会主义物质文明建设，归根结底是要由一支有高尚精神面貌的人来进行的，所谓的“高尚精神”，就是毛泽东同志倡导的全心全意为人民服务的精神；就是邓小平同志强调的“有理想、有道德、有文化、有纪律”的四有精神；就是江泽民同志概括的64个字的精神，即：“解放思想、实事求是，积极探索、勇于创新，艰苦奋斗、知难而进，学习外国、自强不息，谦虚谨慎、不骄不躁，同心同德、顾全大局，勤俭节约、清正廉洁，励精图治、无私奉献”。这些精神既体现了共产党人的优良品质，又继承了我国民族传统的美德，也是建设有中国特色社会主义的职工、干部所应当具备的。宣传工作者要强有力地开展以爱国主义、集体主义、社会主义为核心的思想道德宣传教育，引导人们特别是青少年树立正确的理想、信念、世界观、人生观和价值观、道德观，反对拜金主义、享乐主义、极端个人主义，抵御资本主义和封建主义腐朽思想的侵蚀，坚持走正确的人生道路，使我国的社会主义建设健康发展。作为宣传工作者本身，也要以高尚的精神塑造自己，以身作则，言行一致，廉洁奉公，尽到作为“人类灵魂工程师”的责任。

“以优秀的作品鼓舞人”。宣传思想战线肩负着繁荣社会主义文化的艰巨任务，主要是抓好文艺精品的创作，群众文化活动和文化市场的管理等方面。宣传部门要和理论、文化、新闻、出版等部门通力合作，发挥“各方面军”的优势和特点，着力组织和促进反映社会主义主旋律的精神产品的生产，并要注意多样化，以满足人民群众多方面多层次的精神文化的需要。要在社会效益为主的前提下，力求实现经济效益和社会效益的统一。要强调职业道德，注意社会影响，加强对文化市场的管理，坚决杜绝各种有害人民群众特