

责任编辑工作论坛

倪嘉寒 主编

中国铁道出版社

2000年·北京

(京)新登字 063 号

内 容 简 介

本书针对当前国内形势的发展,改革的不断深化,社会主义市场经济体制的逐步建立,出版界的编辑工作,特别是责任编辑的工作问题进行论述。编者遴选了“谈谈责任编辑的工作”、“责任编辑是什么”等 25 篇论文,供出版界的同仁阅读,并研究探讨。

图书在版编目(CIP)数据

责任编辑工作论坛/倪嘉寒主编. —北京:中国铁道出版社, 2000.12
ISBN 7-113-03978-2

. 责... . 倪... . 编辑工作-文集
. G232-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 58330 号

书 名: 责任编辑工作论坛

作 者: 倪嘉寒 主编

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

责任编辑: 林瑞耕

封面设计: 陈东山

印 刷: 北京市燕山印刷厂

开 本: 850× 1168 1/32 印张: 4.5 字数: 112 千

版 本: 2000 年 12 月第 1 版 2000 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 1~500 册

书 号: ISBN 7-113-03978-2/Z · 532

定 价: 8.00 元

版权所有 盗印必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

编 者 的 话

近年来常常听出版界的编辑说“编辑工作难干，责任编辑难当”。我社的编辑们也疾呼“一年几百万字的发稿，既要保证质量，又要做到盈利，从选题、组稿、加工……一直到封面、印制、销售，编辑样样要管，压力太大。”确实，从过去习惯了的计划经济体制下的出版工作要转到市场经济体制下运作，不是说变就能变的，在方方面面都需要改革，变有个过程，适应也有个过程。作为编辑如何在当前改革的大潮中适应形势，主动出击，占领出版市场，为社会主义物质文明和精神文明建设，促进社会发展进步，作出自己应有的努力，一直成为当前编辑工作研讨的中心议题。

今年八月，中国编辑学会在呼和浩特市召开的第五届年会上，就社会主义市场经济条件下责任编辑的工作问题组织了论文研讨会。我们选择了会议中发表的部分论文及我社几位编辑的论文编辑成册，供编辑及出版工作的领导结合自己工作实践学习研究及互相交流、探讨。

2000 年 10 月

目 录

谈谈责任编辑的工作问题	邵益文 (1)
责任编辑是什么	蔡学俭 (17)
责任编辑制度五题	杨中岳 (21)
尊重作者的著作权是责任编辑的责任 ... 史梦熊	牛慧兰 (30)
谈谈做优秀责任编辑的努力方向	魏京燕 (34)
谈编辑的作为 (之一: 组稿)	黄 燕 (39)
责任编辑应当担负图书重印与再版的责任	薛 淳 (43)
试论责任编辑的责任	金维克 (47)
论编辑人格的重构	杨晓鸣 (52)
试论面向市场图书责任编辑的赢利性思路	郑行栋 (58)
倾注心血 策划选题 洞悉学界	
物色作者	张惠芝 杨子江 (64)
科技书刊责任编辑应提高政治素质	任源博 (70)
责任编辑的“责任”三议	杨陵康 (73)
责任编辑的责任	庄 梅 (81)
谈谈新形势下责任编辑如何出色地工作	喻建章 (87)
论责任编辑的形象塑造	卞 葆 (93)
责任编辑应有的思想素质、知识结构、职业	
道德和工作作风	岳灵玉 (99)
论责任编辑的责任意识	熊穆葛 (105)
谈“铁路运输企业会计岗位丛书”的策划和运作 ...	李小军 (110)
信息是图书选题策划的不竭源泉	田京芬 (114)
整理“加工档案”, 填好发稿审读表.....	赵 静 (117)
浅谈编辑加工	金 锋 (119)
制订科技图书选题计划要处理好的几个关系	黄 燕 (124)
选题策划应把握的几个原则	聂清立 (129)
装帧设计主题论	王翠云 (134)

谈谈责任编辑的工作问题

中国编辑学会 邵益文

一、为什么要研究责任编辑的工作问题

也许有人会问，目前出版工作中需要讨论和可以讨论的问题很多，为什么偏偏要在现在来研究责任编辑的工作问题。首先，当然是因为实际工作的需要。常常听到有人说，现在编辑工作难做，责任编辑难当。一方面要求快出书，以对付激烈的市场竞争，一方面又要求出精品，实在太难；有的还要求责任编辑什么都要管，做这做那，忙个没完，等等。责任编辑究竟应该怎么办，应该做什么，确定是现实工作中的重要问题，有必要发动大家来讨论，以提高认识，交流经验，做好工作；其次，是编辑学学科建设的需要。编辑学研究是为编辑工作服务的，它离不开编辑工作的实践，特别离不开编辑工作中居于重要地位的责任编辑工作的实践，用他们的经验来验证和丰富编辑学的理论。编辑学只有不断研究新问题，从实践中吸收新经验，进一步探索编辑规律的表现形态，才能使自己不断地得到充实和发展。才能使理论进一步结合实践，把理论和实践的结合提高到崭新的水平上来，才能更好地指导编辑实践。理论来源于实践，理论的发展也必须符合实践。符合实践的理论，才能推动实践的发展，才是实践需要的有生命力的理论。

二、我国编辑出版工作者面临的形势和任务

当前，我国出版界正在认真学习和掌握江泽民总书记关于“三个代表”的重要思想，坚持正确的出版方向，加强出版阵地和出版队伍的建设，高度重视出版物的质量，更好地为人民服务，为社会主义服务，为全党全国工作的大局服务。为深化改革，加强

社会主义物质文明和精神文明建设，提高全民族科学文化水平和思想道德素质，为促进社会发展，作出自己应有的努力。

我国出版业的发展正面临着复杂的局面。从国际上说，西方敌对势力妄想“西化”、“分化”我们的阴谋，从来没有停止过。再说，如果一旦我们“入世”以后，西方的思想和价值观念对我们的渗透必将更为加剧；从国内说，随着改革的深化，社会主义市场经济体制的逐步建立，人们的思想观念也会发生不同程度的变化。在这种形势下，巩固和发展马克思主义在意识形态领域的指导地位，增强民族的凝聚力，就比以往任何时候都更加重要。出版作为重要的思想文化阵地，在弘扬和传播优秀文化，帮助读者树立正确的世界观、人生观和价值观，进一步建立远大理想、崇高信念，提高文化科学素质等方面，有着十分重要的作用。所以，编辑出版工作者一定要加强政治意识和质量意识，一定要有高度的政治敏锐性和是非鉴别力，认真生产优秀的精神产品，多出好书，真正为读者服务。

中国出版，几十年来，尤其是改革开放以来，无论是在质量和规模上，都有空前的发展。目前，我国每年出书品种都在13万种左右，图书销售量约在73亿册上下。这和改革开放前的1978年（品种：14987种，印数：37.7亿册张）相比，是极大的进步。但是，如果按人均计算，我国人均的图书占有率只有五六本。若除去课本，人均占有图书只有2.5本。这个数字不要说无法和发达国家相比，甚至不及有的发展中国家。这说明我们当前的出版工作，很难满足提高全民族文化科学知识的需要。

如果再看我国出版的对外贸易，情况同样不能令人满意。我国的出版对外贸易，主要是版权贸易。据统计这几年由引进版权出版的图书总量是不断上升的，到1998年已达5800多种，核算一下，引进版权出版的图书总量，约为我国年出版图书总量的4.5%（占新书总量的8%），实际的总印数和销售份额的比例还会更大。1999年大陆各出版社输出版权的图书总数是418种（其中输向港、澳、台的280种），真正输向国外的只有130余种（这里

主要有文字障碍问题)。

以上情况说明，中国出版不适应国内外需要的情况是何等的突出。在这种形势下，在国际国内矛盾错综复杂的情况下，可以想象，中国的出版工作者，中国的编辑人员，尤其是在出版社独当一面的责任编辑，任务是何等的艰巨，责任是何等的重大。

三、责任编辑是一本书能够出版和出好的关键人物

说到责任编辑，大家知道它是编辑队伍中最活跃的细胞，是出版工作的基础，也是出版工作的重要组成部分。他们既联系作者，又接触读者，是出版社和作者、读者打交道的主要的、直接的渠道，他们的工作状况是这个出版社编辑工作的水平、服务精神和工作作风的全面体现。在读者和作者的心目中，他就是出版社，出版社就是他。换句话说，在读者和作者那里，责任编辑就是出版社的具体代表，也是出版社的具体形象，这是一方面。从另一方面说，责任编辑由于工作的关系，他要审读、选择取舍稿件，加工、修改、整理稿件。所以，他又是代表社会、代表读者的，尽管他在工作中可以创新、可以形成自己特有的风格，但是他不能背离社会的意愿，不能违反一般读者的基本要求，也不能改变作品原有的思想和风格。对各种各样的稿件，他有权根据出版方针、政策、原则，该放行的大胆放行，该把关的坚决卡住，该修改的则必须修改。这说明，责任编辑工作的重要性，他掌握着稿件生杀予夺的大权；同时，他的工作和其它各行各业的生产者一样，又是受到制约的，不能信马由缰，为所欲为。如果说，编辑工作是整个出版工作的中心环节的话，那么，责任编辑就是中心环节中的中心人物，是出版社工作中的主要角色，是一本书得以出版和出版得好与不好的关键人物。没有他，最好、最重要的稿件也无法按部就班地出版。

正因为责任编辑的地位和作用，十分重要。所以，他对整个出版社的工作，对中国出版业的发展，具有十分重要的意义。各级领导，尤其是出版社领导，各个部门，要高度重视责任编辑和

他们的工作，积极支持他们的工作，了解他们的疾苦，帮助他们解决工作中的困难，改善他们的工作环境和条件，帮助他们加强管理，使他们便于工作。有的社领导对责任编辑的工作，不重视或者不够重视，或者支持不够，就是没有做好基础工作。基础不扎实，不稳固，那么一切工作都会受影响，或者事倍而功半，效果是不可能好的。

四、社会主义市场经济条件下责任编辑的工作范围和职责

在社会主义市场经济条件下，出版面向市场，每个出版社都在市场经济的大潮中颠簸甩打，有的闲庭信步，有的随波逐浪，有的苦苦挣扎。各个出版社做法也不一样，有的还在搞部门承包，有的搞“一条龙”核算，名目不同，其中不少还是利润指标到人，或者按书号计价；有的搞“项目责任制”、“目标责任制”，还有其他各种做法。其中，有的是管理部门明确否定了的，有的是在实践中碰了壁的，有的是尚待实践检验的。由于出版社的工作情况不同，有的打乱了原来的编辑部、室，按具体任务成立了许多临时性小组，而这些小组实际上也就变成了一个一个小出版社，甚至有的责任编辑一个人就是一个出版社。这些小组一般人员不多，有的只有一二个人。但从编辑、校对……直到印制成本，发行折扣，印数分配、奖金、税收，等等，什么都管。一个一个都成了社长、总编辑，而且从早到晚忙得一塌糊涂。其结果在不少地方实际上削弱了包括组稿、审稿、加工整理等在内的编辑工作，造成图书质量滑坡，差错增多，退货率增加，社会效益和经济效益都不理想。而另一方面，弄得编辑，尤其是责任编辑，深感压力很大。为了完成经济指标，不得不追加发稿品种，加大了发稿字数，有的年发稿字数好几百万，甚至一二千万，这么多字数，就是数一遍也不容易，更不要说审读、加工了。后果可想而知，造成平庸书增加，无错不成书的状况加剧。有的还主张责编的职责不再是对稿件内容负责，而是对经济指标负责，等等。这种状况，使一些责任编辑感到困惑和苦闷，甚至提出：责任编辑的工作范

围和职责究竟是什么？下面我们就来谈谈有关“责任编辑”的一些规定和界说。

五、有关“责任编辑”的一些规定和界说

1. “责任编辑”的由来

在出版工作中实行责任编辑制度，是在中华人民共和国成立以后，从前苏联引进的。

十月革命胜利之初，当时俄国的出版状况十分混乱，出版物内容乌七八糟，列宁曾提出“建立负责人登记制度”，“使每一种出版物都有专人负责”。1920年12月11日，列宁写信给国家出版局，要求在出版每本书和小册子时，一律作下列书面记录：“一、负责审查这本书的国家出版局编辑部委员的签字；二、责任编辑的签字；三、责任校对、出版者或发行者的签字。”这样就有了“责任编辑”这个词。

2. 我国政府有关文件涉及“责任编辑”的有关规定和说明

中华人民共和国成立以后，各行各业曾一度掀起学习苏联热潮，出版也不例外。1950年10月国家出版总署曾作出《关于国营出版社编辑机构及工作制度的规定》，其中第五条说：“每种书籍版权页上必须注明该书的著作人、编辑、美术编辑、出版者和印刷者，以明责任”。第六条又规定“编辑部对某一书稿都应负政治上与技术上的责任”。这个规定，虽未提出“责任编辑”一词，但强调编辑的责任是十分明确的。后来，由此演变为“责任编辑”的工作制度，也是顺理成章的。

1954年4月，出版总署公布了《关于图书版本纪录的规定》，提出图书的版本纪录，“除作者、编辑者、翻译者姓名外，需要时可以载明负责的校对者，责任编辑，优秀的装帧设计者，插图者及校对者的姓名”。可见“责任编辑”在那时已成为我国出版工作中的术语。

1978年7月18日，“文革”以后恢复工作时，国务院批转了《国家出版局关于加强和改进出版工作的报告》，提出要“恢复总

编辑、主任编辑、责任编辑三级审稿制”，“恢复编辑人员的职称”。

1980年4月20日，中宣部、国家出版局发布《出版社工作暂行条例》（以下简称《条例》）第14条规定：“对决定采用的书稿，责任编辑要认真做好编辑加工整理工作，如有违背国家现行法律和政策，或泄露党和国家机密的问题，以及其他内容上，论点上的疏漏缺陷，应向作者提出意见，或同作者磋商修改。属于学术思想，论点、考证以及风格的差异和是非，不强求作者修改……”这里对责任编辑的工作范围以及他的工作职责的规定是十分明确的。《条例》把责任编辑的工作范围定在“对决定采用的书稿”上，这说明它突出了责任编辑的工作范围在“编辑加工和整理工作”；也就是在即将出版的书稿的内容上。这样的规定决定了编辑对书稿必将精编细作，有利于图书质量的提高。反之，决定不采用的书稿，当然也就不存在责任编辑的问题。至于书稿采用前编辑所做的选题、组稿和审读等一系列工作，在这里只能理解为责任编辑所做的准备工作。由于目前，进入策划、组稿和审稿的稿件，大部分都可以决定采用，所以，这些工序也可以看作是责编的前期工作。在以后一些工具书的界说中，都已经把它列入为责任编辑的工作范围。

《条例》第13条还规定：“凡采用的书稿出版时，作者、编著者、译者以及集体编著书稿的主编或执笔者都应署名。出版社的责任编辑、装帧设计也可以署名”。

1997年1月2日，国务院颁布《出版条例》，其中第24条规定：“出版单位实行责任编辑制度，保障出版物刊载的内容符合本条例的规定”。这里强调的也是出版物的内容。

1997年6月26日，新闻出版署颁布《图书质量保障体系》，第九条规定：“坚持责任编辑制度”。“图书责任编辑由出版社指定，一般由初审者担任。除负责初审工作外，还要负责稿件的编辑加工整理和付印样的通读工作，使稿件的内容更完善，体例更严谨，材料更准确，语言文字更通达，逻辑更严密，消除一般技术性差

错，防止出现原则错误；并负责对编辑、设计、排版、校对、印刷等出版环节的质量进行监督。为保证图书质量，也可根据稿件情况，适当增加责任编辑人数”。从以上各项规定看，对责任编辑职责的规定，是相当具体明确的。

3. 几种工具书对“责任编辑”的界说

在一些工具书中，对责任编辑的定性定位，也作过一些界说和解释。

最早谈到“责任编辑”的是《出版词典》(边春光主编，上海辞书出版社1992年12月出版)，对责任编辑的界说是：“对稿件内容、文字，以及书刊的装帧、版式设计，报纸的版面安排等方面工作，负主要责任的编辑。一般由职务在编辑以上的人员担任”。

《编辑实用百科全书》(边春光主编，中国书籍出版社1994年12月版)说责任编辑是：“承担某部书稿的组织、审读、加工整理，对稿件负全面责任的编辑人员。”又指出：“责任编辑不是专业职称，而是一部书稿的具体实施者。”它的职责是：“应对从选题到出书的每个环节认真负责，从书稿内容的政治思想性、学术性到稿件的文字水平和语言规范都要严格把关。”对书籍的开本，版本设计、装帧等提出建议，组织或撰写书评。责任编辑一般由编辑室指定，并应在书上署名，“以示负责”。

《现代汉语词典》(中国社会科学院语言研究所词典编辑室编，商务印书馆1996年9月版)说：“出版部门负责对某一稿件进行审读、整理、加工等工作的编辑人员，简称责编。”

《中国出版百科全书》(许力以主编，书海出版社1997年12月版)说责任编辑是：“指全面负责某部书稿从选题、组稿、审读、加工整理到发排、读样全过程而具有独立发稿能力的编辑人员。通常由编辑室主任指定”。它的职责是：一提出选题，二选题批准后开展组稿，三处理责任范围的来信来稿，四负责发稿，对开本、版式、封面、装帧设计等提出建议，五撰写内容介绍，组织书评或编者的话等，六通读校样，七检查样书，八搜集读者反映和图书市场信息。

以上各种规定和界说，繁简不一，但总起来说，不外这样四点，即：一、对被指定经手责编的稿件的内容负全责；二、撰写有关辅文并负责全书的组合；三、对开本、版式和装帧设计等提出建议并监督其实施；四、评价书刊，进行宣传。

这就是说，责任编辑的责任是重大的，但他的责任是具体的，规范的，不是松紧带，不是无限止的。社长、总编辑、编辑室主任有他们各自应该负的责任，因为我们这里讨论的是责任编辑的工作，就不涉及它了。但也说明：一个出版社有各种各样的部门，彼此各有职责，这里的许多工作，不能都压到责任编辑一个人的身上。不然神仙也是做不好的。

六、责任编辑工作的核心是什么

什么是编辑工作核心，这个问题争论很久，现在已形成一种倾向性看法，就是创意和把关。何谓“创意”，创意就是立意。就是一种构思，一种设想。也有人称之为“开发”，或者“策划”、“设计”。总之，他是在调查研究、掌握信息的基础上，或者是在生产和生活中形成的一种意向、想法……。这种创意是每一本书，每一期杂志，在问世以前，萌发于编辑头脑中的一种潜在活动，逐步形成为方案、计划等，它从无到有，从无形到有形，是逐步发展，逐步充实，逐步形成，逐步成熟的。说到“把关”，可以说编辑工作自始至终都贯穿着把关。如选题（选这个不选那个）、找合适的作者组稿，都需要把关。至于审稿、加工当然更是把关，直至最后检查样书，也是把关。所以创意和把关，是编辑工作的客观规律，也是编辑本质特征的集中表现。责任编辑的工作既然是编辑工作的基础，他是出版、出好书的关键人物，而且他的工作职责就是对稿件的内容负责，就是要有好的立意，严格的把关。上面讲的责编的各项具体工作，尽管有的是直接的，有的是间接的，目的都是为了创意和把关，都是为了保证稿件的内容。所以，它是责任编辑工作的核心。责任编辑的一切工作都离不开这个核心，也不应该离这个核心。现在有些地方的有些做法，使我们的责任

编辑感到困惑的，有可能就是离开了这个核心，这是不符合或者违反客观规律的。

七、要学习和掌握现代化编辑技术和手段

现在高新科技发展很快，20年前彩色电视在中国还是不多见的，现在在城市里几乎已经普及，而且有的一家不止一个，复印、传真也一样，短短几年，从无到有，成为普及的东西。现在对编辑工作有直接关系，或者说关系很大的是电脑和网络。有人说，编辑工作是信息和知识有序化、载体化与社会化的学术业务，在信息时代，编辑工作要充分地、合理地利用信息是不言而喻的，而电脑和网络是当前获取信息最迅速的渠道，也是毋庸置疑的。所谓“信息隧道”，使你取之不绝，用之不尽。所以，当编辑的，特别是中青年编辑要学习和掌握这方面新的技术和手段，使我们的编辑工作紧紧地与时代发展同步，富有时代气息。

当然，这和网络能不能、会不会代替纸介质出版物，是两回事。当电视和光盘出版的时候，国外一些传播学、新闻学和出版学学者曾经议论纷纷，有的说要代替纸质书刊，有的说不会，各执一词，可是争到后来，多数人认为不可能代替，而且已被后来的实践所证明：在相当长的时期里是不可能被代替的。今天，电脑和网络也一样，我们希望它不断发展，但要真正代替纸介质出版物，恐怕还要：一看生产的发展水平，二看科技普及程度，三看群众阅读习惯演变的进程，还有网络本身的问题，如公信度不高，由于网络的开放性，任何人都可以成为信息源，反而使它的公信度受到影响。但这不等于说我们不要学习和掌握先进的技术手段。不然，我们就跟不上时代的发展，也不利于我们熟悉它、掌握它，使它更好地为编辑出版工作服务。但是现在就过多地去争论会不会代替，何时代替，像算命先生那样，似乎也没有必要。因为担心纸介质出版物的消灭，使编辑无事可做，这似乎过于超前了。

最近根据初步的实践证明：网络和报刊可以互相合作，互相

融合。报刊可以借助网络扩大和延伸自己的社会影响和功能。网络传播的信息，也可以通过报刊深入到社会的各个角落（至少在网络普及以前是这样）；报刊还可以对网络的信息进行鉴别和判断，使它更具有权威性。这样发展下去，很可能如电视、光盘出现时那样，取得双赢的局面。

八、责任编辑既要有市场意识，又要有质量意识

市场意识和质量意识，本来是统一的，不矛盾的。在市场经济条件下，特别是在买方市场的环境中，一定要有市场意识，必须非常讲究质量。因为只有高质量的产品，才能受到消费者的欢迎，才能得到市场的承认。因而市场意识强的人也一定是有很好的质量意识的人。所以说两者是统一的。但是，现在在有些人的脑袋里，市场意识和质量意识是对立的。他们认为市场竞争非常激烈，质量差一点无关紧要，质量再好，出得晚了，市场被别人占领也是白搭。他们特别担心，我国加入世贸组织以后，和国际市场进一步接轨，一切按市场经济的原则办事，使自己吃亏。所以，他们在出版社内部，也来一个按市场经济原则办事，把每一个责任编辑都变成了一个核算单位或者是经济指标到人，如编审 10 万元，副编审 7 万元，编辑 5 万元，等等。其实这 and 现代企业要搞规模经营，恰恰是背道而驰的。我国加入世贸组织要按照世贸组织统一的游戏规则办事，这是事实。但这里还有各国不同的情况，全世界加入世贸组织的国家有好几百个，真正开放出版的只有 20 多个，我们也不至于今天“入世”，明天就请外国人到中国来办出版，甚至把教科书的出版权也拱手让给外国人，这是不可能的。但是我们既然加入了世贸组织，就要按统一的规则和双方同意的条件办事，所以要逐步熟悉这些规则，努力使它适合于中国的情况，并对我有利，这才是我们应该做的事情。

在市场经济条件下，如何实现两个效益的结合，这是一门很大的学问。江泽民同志最近指出：“思想文化单位生产和传播精神产品，必须把社会效益放在第一位，努力做到社会效益和经济效益

益的正确结合。”这当然包括出版在内。如何正确结合，在一个出版社，对社长、总编辑来说，就要统筹安排，哪些书可以赚钱，哪些书要持平，哪些书要亏一点，才能在总体上实现只赚不亏，做到略有盈余，那就不错了。不能要求每个责任编辑都赚很多钱，每一本书都赚钱，亏本书一律不出。那么，学术著作怎么办，很有价值的专业书怎么办？如果要求每一本书都赚钱，那还有什么两个效益的结合，干脆经济效益第一就算了。这次江泽民同志讲话，强调的是“正确结合”，改变了人们原来说的“最佳结合”。这一点我认为很重要，最佳结合，容易理解为社会效益好，经济效益也好，那就是最佳。但这个最佳，可以有不同标准，你认为好的，我认为不一定好。所以，有人就认为只要经济效益好，打擦边球也可以；只要不违反四项基本原则，不犯法就可以；甚至以为质量差一点，有点小错误也照样可以出书；迎合一些读者的低级趣味也可以出书。又比如说，要求每一本书都赚很多钱，把每个责任编辑都作为一个核算单位，到年底算钱，也可以理解为最佳。现在说正确结合，就比较科学。所谓正确，至少要坚持正确的出版方向，一本书的出版必须是社会效益第一，首先要考虑的是社会效益。社会效益和经济效益有一个“奇怪”的现象，即就经济效益而言，不可能要求每本书都赚钱，就是说，有的书亏本是可行的、合乎出版经济规律的；就社会效益而言，每一本都是必须保证的，坏书一本也不能出，出一本也不行，否则就会对全部、甚至整个出版社的社会效益一票否决，这就是社会效益第一，丝毫没有商量的余地。要在出版工作中具体地落实江泽民同志关于“三个代表”的重要思想，牢牢把握出版导向，高度重视精神产品的质量，才能真正做到两个效益的正确结合。作为一个出版社的领导人，如果心中无数，一味追求经济利益，并且把社长应该负担的经营责任，一股脑儿地转嫁到每个责任编辑身上，让每个责任编辑各自去“经营”，那还有什么出版社的发展战略、出书特色、品牌效益，不是完全成了一句空话了吗。

社长要有经营意识，这个经营既包括经济效益，又包括社会

效益，而且首先是社会效益。现在有的同志，一谈经营，就讲盈利，偏到经济一端，是不全面的。这就是说社长要有通盘考虑的发展战略。每个责任编辑要从编辑工作的角度领会和贯彻社领导的经营意图，主要就是从读者利益考虑，要有市场意识，要熟悉自己的读者，在选题、物色作者、加工整理等编辑工作中，要考虑读者的接受程度，使书刊适销对路，多印多销，用高质量的出版物去满足读者的要求，而不是像社长、发行部经理那样，去算成本利润，谈销售折扣等等。这就是既要有市场意识，又要有质量意识。

九、加强编辑出版队伍建设是当务之急

我国的编辑出版队伍，毫无疑问，大多数是好的和比较好的。他们努力学习理论、不断充实新的知识，始终坚持正确的出版方向，努力团结作者，了解读者，勤勤恳恳，精编细作，不骄不躁，积极提供优秀的精神食粮，为社会主义精神文明和物质文明建设，默默贡献自己的力量。他们是我国出版事业的中坚，是我们的希望所在。但是，另一方面，编辑出版队伍中，也有一些人，在不同程度上存在这样那样的问题。比如有的人，不是不想做好工作，但发稿任务太重，压力太大，不得不降低标准，在“把关”时松松手，加工上打折扣，或者该退修的不退修，该提出的问题不吭声，明知不对，但有苦难言；有的觉得现在编辑工作不好做，选题创新很困难，自己想到的，人家已经出书了……；大的点子找不到投资，小的点子没有意思；有的想抢占市场，整天东奔西跑，坐不下来，看不了稿，心态浮躁，遇事毛糙；有的人一脚门里，一脚门外，既在出版社吃粮，又为外单位或个体书商干活，美其名曰：反正一样当编辑，都是“为读者服务”；有的人一心二用，既当编辑，又“炒”股票，称之为：“一手抓经济，一手抓文化”；也有的不安心编辑工作，寻思找一个压力小一点，赚钱多一点的地方，想跳槽转行；也有的觉得科技发展，社会进步，知识更新很快，自己跟不上形势，很吃力；等等。这些情况说明，编辑出版

工作者要在新的形势下，完成前面提到的艰巨而伟大的任务，必须抓紧编辑队伍的继续教育，进一步建立一支“政治强、业务精、纪律严、作风正”的队伍。应该说，这已经成为当前进一步做好编辑出版工作的当务之急。

十、责编的学习和培训不可忽视

一个出版社，特别是一个小型的出版社，怎么能办起来，有人说首先要有资金，资金当然重要，一定的资金是需要的。但说到底，办出版社最重要的不是靠资金，因为办一个小社本身不需要太多资金。众所周知，鹭江出版社在80年代开创时，只有5万元开办费，解放前许多书店都是白手起家的。那么，办出版社最重要的是什么呢？是人材。现在搞规模经营，不是强调资源配置吗？最大的出版资源是什么，一是人材，二是信息，信息也靠人材去掌握。所以，人材是最重要的出版资源。一个出版社的社长，总编辑，首先要把人材资源张罗好。既要思贤若渴，广揽人材，又要把已有的人材使用好，但每个人的知识都是有限的，所以不能光使用，不培养。特别是现在社会发展很快，高新科技突飞猛进，知识更新的周期已大大缩短。作为责任编辑个人，在这种情况下，一定要加强学习，不要在卡拉OK厅、保龄球场、股票市场混日子。要像鲁迅那样，把别人喝咖啡的时间都用在工作上、学习上，不断吸收新的知识，努力跟上时代的发展。从社领导来说，要加强对责任编辑的培养，应该看到这是新形势的需要。说到培养，首先是在实际工作中培养，要妥善地解决责任编辑的责权利问题，做到责权利的一致。这是充分调动积极性的重要一环。其次，要给他们提供一定的学习机会，如学习班、培训班、党校、研究生班等，要尽可能地让他们参加。这种智力投资，只会对工作有好处，一般不会有什么坏处。再次，要支持他们参加学术活动、社会活动。关起门来培训，效果不一定很好。应该让他们多参加一些活动，至少可以增长见闻，有的编辑参加社会上的学术活动，获了奖，取得了很好的成绩，这对出版社也有好处。对人材的使用，要