

# 从编常悟出版名言

陶 范

《湖北警官学院学报》编辑部,430034,武汉

名言是简短精炼、意味深长的著名语句,广泛存在于社会生活中。它简短有力,便于记诵,传播力强,容易深入人心,其作用非同小可。编辑出版界有没有公认的出版名言,我不知道。依区区愚见,我们是不是可以把一些短小精悍、意味深长的言论说成是出版名言。若准此,笔者不揣浅陋,试选几则出版言论,乱悟一气,当然不值识者一笑。

## 1 不出版即死亡

不出版即死亡(publish or perish)是欧美学术界流传已久的名言<sup>[1]</sup>,不限于学术界,对出版界也是一个启示。这句话可以指学者,也可以指作品。对学者来说,不发表论著,学术生涯就会完结,因而你得赶紧出版、不断出版,万不能“藏之名山,留待后世”。“板凳甘坐十年冷,文章不写一句空”只能是一种精神,不会是写实,好几年不发表成果,对于一名学者的生存来说,教他如何吃得消。对作品来说,得设法让它发表,科技发展日新月异,一项成果不马上出版,转眼之间,说不定就成了明日黄花,失去了它应有的价值。即使不能正式出版,也要上网发布。当然,手稿也可以参与学术评价,但这只能是个案,而且手稿不利于争夺科学发现的优先权。在不出版即死亡的压力面前,快快出版成为每一位学者的热望。体会到这一点,作为编辑就应该善待每一位作者、每一篇稿件,虽然,“此处不养爷,自有养爷处”,但对作者来说,毕竟是错过了一次机会,少一次机会,就意味着少一分希望,而且也浪费了时间,某些时效性很强,需要争夺科学发现权的成果,误了时间就意味着丧失发表机会,丧失科学发现的优先权,这对国家、单位、期刊和个人都是一种损失。

## 2 无错不成书,无错不成刊

“无错不成书,无错不成刊”,是前些年流行的一句名言,现在好像也还没有“绝版”。它不仅是编辑出版界的名言,也是流传于学界甚至整个社会的名言,是学界和社会对一些书刊编校错误层出不穷的真实写照和辛辣讽刺。受社会不良风气的冲击和自身功利的考虑,少数编辑心理难免浮躁,功利心理得到强化,编校工作马马虎虎,以致一些书刊的错误多得触目惊心。无错不成书、无错不成刊是读者和作者的无奈,也是对编辑人员的警醒。作为一名编辑,应该把这句名言牢记在

心,警钟长鸣,时时刻刻警示自己,杜绝那些不耐烦、想当然、差不多的不良心理,一丝不苟地做好编校工作。编辑工作,白纸黑字,只有细节,没有小事,编辑万不可想当然,成为差不多先生。文章千古事,哪能不当心!

## 3 对科研工作来讲,科技期刊工作既是龙尾,又是龙头

“对科研工作来讲,科技期刊工作既是龙尾,又是龙头。”<sup>[2]</sup>中国科学院前院长卢嘉锡院士在1995年4月20日的一次题词中高度评价了科技期刊的作用。15年来,只要版面允许,《中国科技期刊研究》编辑部就将卢院士的题词印在该刊的封底上,其意自然在于与期刊界同行共勉,提醒大家:我们重任在肩。这句话频频被引用而见之于报刊,可以说已成为名言。卢院士的这句话精辟地概括了科技期刊在学术发展中的重要地位和巨大作用,值得我们细细品味。体会这句话,作为编辑,我们就没有理由妄自菲薄,怨天尤人<sup>[3]</sup>,不能小化、弱化编辑的责任和作用,而应该充分认识到自身的角色和使命,满怀责任感、自豪感和荣誉感,努力担负起促进学术发展的重任。

## 4 一切为了读者

“一切为了读者”<sup>[4]</sup>,历来为老编辑家们所重视,但凡有成就的编辑家,无不是“一切为了读者”;因为他们深知,读者是期刊的命脉,“期刊兴衰,根系读者”<sup>[5]</sup>。邵益文先生曾指出:“编辑活动的根本目的是为了读者”<sup>[6]</sup>,这是贯穿编辑活动始终的根本指导思想。为读者,就要尊重读者、熟悉读者、研究读者,不能糊弄读者,就要为读者的利益着想,竭诚为读者服务。时至今日,读者的重要性恐怕已经成为无须证明的公理,为了读者似乎已成为老生常谈;但老生须常谈,一不小心,我们就会以市场代替读者,一些养生图书占有了市场却误导了读者,造成了极坏的影响,就是一个明证,占有了市场并不意味着一定有益于读者。对于学术期刊,容易陷入误区的则是只见作者不见读者,以作者本位代替读者本位。心中有读者,编辑工作才会有恒心,与作者交流才会耐心,服务读者才会热心,不懂的地方才会虚心,编校之时才会细心。

## 5 退稿不退人

“退稿不退人”<sup>[7]</sup>,读编辑学论文时,经常会看到

这句话,很难考证这句话最先出自谁之口。编辑如何对待投稿,这句话可谓一语中的,不妨把它看作是一句善待作者的名言。退稿不退人已是编辑界的共识,这其实是老一辈编辑的优良传统。那个时代,通信不发达,仍然能做到来稿必复,不用即退,退有建议,实在令人敬佩;然而,在通信异常发达的今天,许多刊物却懒得回复作者了,更不用说提出审稿意见和建议了。不回复作者,不管列出多少条理由,背后显现出的其实是编辑权力的傲慢。编辑不能将心比心,没有换位思考,服务作者的意识还有待于强化。编辑不仅需要有良好的服务意识,也需要有广博的知识、深厚的学养和宽广的胸襟,否则,满眼的陋见和偏见,那就铁定会不退稿光退人。

## 6 做好编辑匠,争当编辑家、出版商

“做好编辑匠,争当编辑家、出版商。”<sup>[8]</sup>陈浩元先生在勉励青年编辑时曾经如是说。这句名言折射出新中国60年来编辑观念的深刻变化,昭示出编辑“前台”意识的觉醒和个人追求的激发<sup>[9]</sup>。在前30年,我们要做的是编辑匠,开始还提编辑家,后来,运动接连不断,成名成家的都被打倒了,谁还敢提编辑家,何必自找苦吃。当然,更不用说出版商了,那是资本主义尾巴,危险之极,打倒了还要踩在脚下,永世不得翻身。现在好了,我们迎来了出版时代,科技期刊数量已仅次于美国,位居世界第二,实现社会效益和经济效益双丰收已成为上上下下追求的目标。游苏宁先生<sup>[10]</sup>进一步提出:“‘双效’‘双爱’期刊:办刊人的最高追求”,“不仅要使期刊办成社会效益与经济效益完美结合的‘双效’期刊,而且要使期刊成为读者和作者都喜爱的‘双爱’期刊”。要办成“双效”“双爱”期刊,非编辑家和出版商不能;因此,有志于献身编辑事业的同人,不能满足于编辑匠的角色定位,应该豪情满怀,努力成为编辑家和出版商。

## 7 发现一小点

“发现一小点”,这是我杜撰的一句“名言”,不过也是其来有据。美国诺贝尔经济学奖得主科斯曾经当过编辑,科斯的选稿唯新是从。有一次,他对经济学家张五常说:“这篇文章写得一塌糊涂,但文内有一小点我以前不知道的新意,所以我就决定把它发表了。”<sup>[11]</sup>连经济学大师都不知道,这“一小点”当然有发表之必要了。其实,“发现一小点”,是中外编辑家的共同编辑理念。叶圣陶先生曾说:“编辑同志在审稿子的时候,既要严格,又不宜求全责备,不要错过一篇有希望的作品,不要错过一个有希望的作者……要不拘一格,打破框框,哪怕作品只有一点儿长处,一点儿新东西,就要想方设法帮助把它改好。”<sup>[12]</sup>对于学术期刊,“发现一小点”

当是编辑选稿的至理名言。编辑在审稿选稿时,要力求“发现一小点”,杜绝那些四平八稳、面面俱到、了无新意的论文八股。

## 8 结束语

出版名言是出版精神的高度概括,凝聚了一代人以至几代人的出版磨练和编辑理念。从编者要成长为优秀的编辑乃至编辑家,除了接受培养教育之外,也有赖于自身的琢磨和领悟。时常感悟一些出版名言,体会深了,才能更好地提高编辑境界,辉煌出版人生。领悟出版名言,须得从编辑实践中去感受。对一个道理,我们容易知道,但不容易体会,“知道了”和“体会到”并非一回事。“知道了”只是一种浅层次的认识,纸上得来终觉浅;“体会到”则是一种内心的感悟,历经血泪方知深。经过实践体会,方才“原来如此”,而刻骨铭心。悟是一种个体体验,道理好讲,体验不易,道理不在书本上,而是在每个人的“自觉自悟”中。靠外在的督促驱动,指点迷津,虽有必要,但终非根本的办法。只有通过体会而悟出存在着的深刻之理,才能在领悟中完成自我超越。在编辑工作中,最可怕的莫过于麻木不仁!

## 9 参考文献

- [1] 诺布尔. 不出版即死亡:来自23位期刊编辑的忠告[J]. 薛蓉,译. 编辑学报,1995(6):34
- [2] 卢嘉锡. 题词[J]. 中国科技期刊研究,1995,6(2):1
- [3] 赵大良. 高校学报不要妄自菲薄[J]. 编辑学报,2002,14(6):404
- [4] 孙五川. 一切为了读者是编辑工作的基本规律[J]. 出版发行研究,1988(2):9-11
- [5] 徐军,段金弟,彭位增. 期刊兴衰 根系读者[J]. 中国科技期刊研究,2008,19(2):273
- [6] 邵益文. 编辑活动的根本目的是为了读者[J]. 中国出版,2003(5):53-55
- [7] 胡风琴. 真诚与艺术:谈谈期刊编辑退稿[J]. 编辑之友,2000(3):42
- [8] 中国科学技术期刊编辑学会. 第五届中国科技期刊青年编辑学术研讨会纪要. 会讯,2005(3/4)[EB/OL]. (2005-12-30)[2009-10-27]. [http://www.cessp.org.cn/xhxx/2005\\_3\\_4\\_hy17.htm](http://www.cessp.org.cn/xhxx/2005_3_4_hy17.htm)
- [9] 王银平. 近30年我国科技期刊编辑办刊理念的变化与启示[J]. 编辑学报,2009,21(4):289
- [10] 游苏宁. “双效”“双爱”期刊:办刊人的最高追求[J]. 编辑学报,2005,17(2):79-80
- [11] 张五常. 学术文章[G]. 随意集. 北京:社会科学文献出版社,2001:54
- [12] 徐登明. 编辑出版家叶圣陶[M]. 北京:中国书籍出版社,1994:32