

# 出版专业分工： 从行政约束到主动追求

蒋东明



**摘要**：独具中国特色的出版专业分工，在管理过程中时而强制约束时而淡出放任，人们对此褒贬不一。我国出版专业分工有其历史渊源和现实选择过程。剖析当今出版分工现状，专业化依然是一条可取的发展道路。

**关键词**：出版专业分工；市场经济；专业化发展

## 一、我国出版专业分工的源起和独特性

我国大陆出版单位实行专业分工的行政约束由来已久。早在新中国成立之初，新中国出版界领导人就提出，出版部门应“各专一类”。1950年，政务院发布《政务院关于改进和发展全国出版事业的指示》明确规定：“为了便于提高出版物的质量，专营出版工作的出版社，首先是国营出版社，应当按出版物的性质而逐步实行大致的分工……以克服出版工作中的盲目竞争和重复浪费现象。”1983年，中共中央、国务院颁发《关于加强出版工作的决定》要求：“抓好各类出版单位的合理分工和统筹安排的工作。”“不同性质的出版社，要按照各自的分工和特点，确定出书范围。”1997年，国家将解决超专业分工范围出书列为出版业治散、治滥的重要内容之一，也曾处罚过一些超分工范围出书且情节严重的出版单位。即使在完成体制改革后的今天，出版社在年检、营业执照的经营范围确定、选题申报中，基本上也还是执行了这一规定。

笔者曾接待了台湾“行政院政府出版品管理处”的几名官员。交谈中，笔者介绍了大陆出版社的专业分工特点，不料，台湾客人对此十分感兴趣。我们知道，在海外，出版社出书没有选题申报、专业分工这一做法。一般的商业出版社完全根据市场需求自我调节，而有些大学、社会团体或财团所办的出版社，在保证充裕的资金前提下，会专心做某一专业的出版

物。对于大陆出版社的专业分工政策，台湾客人虽不是首次听说，但经过双方系统地交流后，他们还是对这一举措的积极作用产生极大的兴趣。

事实上，60多年来，独具中国特色的出版专业分工，因其时而强制约束，时而淡出放任的管理，一直是人们热衷讨论的话题。

## 二、出版专业分工由被动实施到主动追求的认知过程

我国专业分工是计划经济体制下的产物。现有的出版社，一大批是近30年来按照某一部门、某一学科领域的需要创办的。这些出版社成立之初，恰逢市场经济大潮来临之际，他们大多从主办单位获得少许的开办费后，即面临如何应对市场竞争，如何生存下去的问题。笔者也亲身经历了出版社初创阶段的艰难，那种缺钱的窘境、内心的挣扎，是旁人很难体会的。此时要求出版社坚持“专业分工”，对许多出版社而言，是“饱汉不知饿汉饥”的叫喊。为了生存，他们是一定要想尽办法打“擦边球”，千方百计逾越红线。

从中外出版的历史看，专业分工是社会化大生产的必然结果，是生产力高度发展和竞争日益激烈的必然结果。而我国的出版专业分工是与新中国出版框架同时建立的，并随之同步扩大。也就是说，我国实行的出版社专业分工并不是在社会主义出版事业高度发展

之后,通过行业竞争逐步实现的,而是与生俱来的。这种专业分工的约束在一定程度上是为了管理的方便,客观上对其实施带来极大的阻力。

经过30多年的有序或无序的竞争,我国各家出版社都不同程度获得发展,取得了辉煌的成就。在有一定经济能力的基础上,出版人也在不断地探索并基本达成共识,即出版社的发展之路应按专业化的方向,建立一支有自己专业优势的编辑队伍,培养和吸引一批有关专业的作者队伍,从而逐步形成自己的出书特色。坚持专业化办社方针,把出版社办得更具特色和权威。这是繁荣出版的有效途径,是中国出版业的主要成长之路。

笔者认为,出版社从被动地受专业分工约束到主动追求专业化发展,是一个不可逾越的认知过程,符合出版发展的客观规律。值得一提的是,在这一转变过程中,出版人的责任意识 and 使命感起到关键作用。

### 三、出版社要想脱颖而出,就必须坚持走专业化的发展道路

纵观我国出版专业分工形成的历史与客观条件,我们可以看出,出版社专业分工的行政约束,虽然有先天不足之处,却是我国出版工作实行宏观管理的一项行之有效的制度。出版是专业性很强的行业,尤其是读者在面对海量信息不知所措时,编辑能给他们提供相对准确、科学的信息,这就是出版的价值。因为其专业才不易为其他行业取代。

近几年,随着出版业改革的深入,特别是鼓励出版社实行兼并、联营、合资、重组以后,虽然未见明文废止专业分工,但各家出版社似乎都认为,只要图书内容不出问题,好像出什么书不再会受到限制。有的出版社改制后,开始经营房地产、金融、教育培训或艺术品等其他领域,对此,笔者不禁感慨良多。

在中国这样一个年出新书量达到40多万种的出版大国,没有专业优势和出版特色,是很难在市场上立足的。目前,专业分工有所淡出,但并不表明出版社出书就可以不要章法了。那种见什么书畅销,就一窝蜂

都跟风去抢出同类书的做法,不仅短视,而且绝非都能尝到甜头。至于涉猎出版业外资源的经营行为,将终因非己所长而难有持久后劲。笔者以为,围绕主业谋发展,不过多涉足自己不熟悉的行业,应是企业经营的普遍规律。房地产、金融行业虽然看上去很美,但凡是相对成熟的行业,都有一大批经验丰富的专业人士在那里开拓逐利,外行进入,往往成为行家的垫脚石。

作为有追求的出版社,为长久生存计,还是要努力营造和积累自己的出版特色,在自己所长之处用足优势,追求你无我有、你弱我强,有了这样的特色,才能立于不败之地。笔者一直以为,对于大多数中小型出版社,所谓“做大做强”,就是在某个专业领域,你的产品最齐全、最权威、最有影响力。厦门大学出版社长期以来在台湾问题研究、南洋问题研究等优势学科不断耕耘,形成了品牌产品,得到学界的认可,对此我们是深有体会。我国众多发展成熟的出版社,在这方面都有太多的实例,值得我们研究和学习。

透过出版专业分工的发展历史分析,我们再来关注目前数字出版的风起云涌之现象,可以断定,在数字出版发展的前期,千军万马竞相厮杀,互相倾轧的乱象,虽是可以理解的,却是不能长久的。数字出版要得到健康发展,一定会呼唤其产业链的专业化分工。如有专家呼吁,电子书不要求“高大全”,把过多内容放进去,“交互性适当就好”,这就是对专业化的要求。对于期望发展数字出版的有识之士来说,寻找自己的专业定位,尤其是利用传统出版社的专业优势来发展数字出版,应该是一条可取的发展之路。

(蒋东明,厦门大学出版社社长)

#### 参考文献:

- [1] 杨牧之. 37万种与专业分工[N]. 中国新闻出版报, 2013-7-15.
- [2] 陆本瑞. 出版社的专业分工问题[J]. 中国出版, 1995(7).
- [3] 李大星. 关于出版社专业分工[J]. 编辑之友, 1999(5).
- [4] 潘俊桐, 张凤瑞. 关于出版社专业分工的思考[J]. 出版发行研究, 1993(6).