



编辑学

BIANJI XUE

21世纪新闻传播学丛书

21世纪新闻传播学丛书

21世纪新闻传播学丛书

21世纪新闻传播学

潘树广 编著

◆ 苏州大学出版社

1175279

台记



21世纪新闻传播学丛书

编辑学

潘树广 编著

◆ 苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

编辑学/潘树广编著. —苏州: 苏州大学出版社,
1997. 5(2008. 4 重印)

(21 世纪新闻传播学丛书)

ISBN 978-7-81037-307-4

I. 编… II. 潘… III. 编辑学 IV. G232

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 09195 号

编 辑 学

潘树广 编著

责任编辑 朱坤泉

苏州大学出版社出版发行

(地址: 苏州市干将东路 200 号 邮编: 215021)

丹阳市教育印刷厂印装

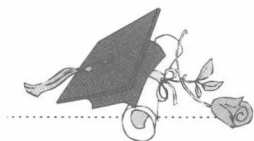
(地址: 丹阳市西门外 邮编: 212300)

开本 787×960 1/32 印张 21.5 字数 360 千

1997 年 5 月第 1 版 2008 年 4 月第 7 次印刷

ISBN 978-7-81037-307-4 定价: 30.00 元

苏州大学版图书若有印装错误, 本社负责调换
苏州大学出版社营销部 电话: 0512--67258835



“21世纪新闻传播学丛书”编委会

总 策 划：吴培华

编委会主任：吴培华 陈 龙

编委会成员：（以姓氏笔画为序）

马中红 王伟明 王军元 李寿春

杨新敏 吴培华 张 健 陈 龙

陈 霖 程 洁 倪祥保 钱锡生

徐国源

执 行 编 委：李寿春

目录

contents



第一章 编辑与编辑学

第一节	编辑与编辑工作	3
第二节	编辑学	6
第三节	编辑与文献生产	12
第四节	编辑活动的历史进程与编辑学的建立	15



第二章 编辑的思想素质和业务素质

第一节	正确的政治方向	27
第二节	高尚的职业道德	32
第三节	良好的业务素质	38
第四节	自觉的编辑意识	46



第三章 编辑的几项基本技能

第一节	把握原稿的技术规范	53
第二节	善于查找文献资料	64
第三节	熟悉字体与字号	71
第四节	掌握校对技术	76



第四章 图书的基本结构

第一节 书衣部分	85
第二节 书芯部分	87
第三节 版权页	91
第四节 图书在版编目(CIP)数据	95



第五章 图书编辑出版流程

第一节 选题与组稿	105
第二节 审稿	111
第三节 编辑加工	115
第四节 发稿	120
第五节 设计、发排、校对、印刷与发行	122
第六节 审读与抽查	123



第六章 图书装帧设计

第一节 开本	129
第二节 版式	130
第三节 插图	138
第四节 封面	141
第五节 装订形式	143



第七章 报纸编辑概说

第一节 报纸的分类和报纸编辑的特点	149
第二节 报纸的编辑方针与实施方案	151
第三节 稿件的组织、选择和修改	154



第四节 稿件的配置	160
-----------	-----



第八章 报纸的版面与标题

第一节 版面与版面语言	167
第二节 版面空间与编排手段	170
第三节 新闻标题的作用、类别与结构	173
第四节 制作新闻标题的要领	181
第五节 新闻标题的排列形式	185



第九章 报纸版面设计

第一节 版面设计的基本原则	197
第二节 版面的类型	204
第三节 版面的美化	208
第四节 版面设计的程序	213



第十章 期刊编辑概说

第一节 期刊的特点与种类	221
第二节 期刊的栏目	227
第三节 期刊的风格	229
第四节 期刊编排的规范化问题	235



第十一章 期刊的装帧设计

第一节 期刊封面设计	243
第二节 期刊的开本与目录	248
第三节 期刊版面设计	250



第十二章 计算机与编辑出版

第一节	写稿投稿与编辑工作方式的变化	259
第二节	报纸的电子排版与采编网络化	261
第三节	电子出版物	266
第四节	利用网络查询出版信息与其他资料	280
第五节	网络出版	291

【附录】

中华人民共和国著作权法	301
中国标准书号(中华人民共和国国家标准)	311
校对符号及其用法(中华人民共和国专业标准)	319
出版物上数字用法的规定(中华人民共和国国家标准)	322
北大方正字体样张(简体)	328

参考文献	331
修订后记	334

1

第一章 编辑与编辑学

内容提要:

本章解释编辑的涵义,阐述编辑工作与编辑学的基本概念;回顾编辑活动的历史进程和编辑学的建立;并从文献学的角度,论述编辑在文献生产、加工、交流这一动态系统中的枢纽地位。



第一节

编辑与编辑工作

一、编辑

“编”和“辑”，在古代原是两个独立的单音节词。

编，是古代用来穿联竹简的皮条或绳子。上古无纸，文字写在竹简上，把这些竹简按顺序联起来便是简册，这就是古代的书籍。《史记·孔子世家》记载，“（孔子）读《易》，韦编三绝”，是说孔子攻读《易经》，反复翻阅，竟致皮绳多次扯断。《史记》又说孔子“上纪唐、虞之际，下至秦缪，编次其事”，这里“编”用作动词，是依次排列的意思。

辑，是聚合、搜集之意，又引申为补合、整修之意。^①

编、辑二字连缀为双音节词“编辑”，在唐代文献中已多处出现。其基本意义是，搜集材料，整理成书。如唐颜元孙《干禄字书序》：“不揆庸虚，久思编辑。”有时也写成“编缉”，如范传正在唐元和十二年（817）写的《李公（李白）新墓碑》说：“文集二十卷，或得之于时之文士，或得之于公之宗族，编辑断简，以行于代。”这是指编辑整理李白的文集。可见“编辑”一词在唐代的意义和用法，与现代已相去不远。

以上说的是“编辑”的古代意义。

今人使用“编辑”一词，已注入专业性的内涵，其意义和用法当然比古代复杂多了。当今的“编辑”，在不同的语言环境中，涵义有所不同。

一是作及物动词使用的“编辑”（edit），指的是编辑行为。比如说：“他年轻时编辑过三种杂志。”

^① 参见汉书·朱云传



二是作名词使用的“编辑”,有三种涵义:

(1) 指从事编辑工作的人,即编辑工作者(editor)。《中国大百科全书·新闻出版》的解释是:“使用物质文明设施和手段,从事组织、采录、收集、整理、纂修、审定各式精神产品及其他文献资料等工作,使之传播展示于社会公众者。”

(2) 指一种业务或社会职业,即编辑工作(editorship)。

(3) 指出版系列的中级职务(专业职称)。我国1986年3月30日颁发的《出版专业人员职务试行条例》规定,编辑职务(含美术编辑)设编审、副编审、编辑、助理编辑四种。编辑为中级职务,相当于讲师、工程师。

上述不同涵义,在具体语言环境(口头或书面)中不难辨别。这里我们着重讨论的是编辑工作。

二、编辑工作

根据一定的目的,从事精神产品的征集、选择、整理、加工,促成其发表或出版,使之有效传播的工作,就是编辑工作。

编辑工作总是受一定的目的支配的。各家出版社、报社、杂志社都有自己的办社宗旨和编辑方针,从总体上指导各项编辑工作的开展。在不同的时期,编辑人员又要根据本社的性质、特点和社会需求,有针对性地开展组稿、审稿等工作。编辑工作的主要对象是精神产品——书稿、文稿、图稿等等,这些精神产品是初始形态的,未必符合出版或发表的要求。编辑人员需要通过审改、整理、加工等一系列劳动,才能把它们转化为出版物——具有更完善的形态、能广泛传播的精神产品。这些精神产品投向社会后,编辑人员要及时获取反馈信息,不断改进工作,引导新的精神产品的产生。

编辑工作的主要特点,是导向性、中介性和隐匿性。

编辑工作的导向性,首先体现在稿件的选择和组织的环节中。编辑部每天都收到大量自发来稿,采用哪些来稿,不用哪些来稿,都反映了编辑人员的政治倾向或学术取向,并影响着广大读者注意力的投向。同时,自发来稿往往处于分散、无序和质量参差不齐的状态,要求编辑人员精心确定选题,主动组稿,引导精神产品的生产,以此影响广大的作者和读者。此外,编辑工作的导向性,还体现在稿件的加工、编者按语的撰写、图片资料和文字资料的配发,乃至编排次序、版面设计等工作环节中。



编辑工作的中介性主要体现在两个方面。第一,编辑是原始文稿向出版物转化过程中的中介。在这个过程中,编辑是加工者,是把关人。编辑的重要职责,就是对原稿的内容和形式进行加工,使之优化,把初始文稿转化为出版用稿,促成其出版。第二,编辑是作者和读者的中介。编辑根据读者的需要,向作者组稿(在报社中,编辑还有组织记者采访的任务);作者写出稿件后,编辑将作者的劳动继续和升华,介绍给广大读者,又把读者的意见反馈给作者。通过编辑的居间联系作用,精神产品的生产与消费这两个方面互相促进,协调发展。

编辑工作的隐匿性,或称潜隐性,是指编辑掩身于作者身后的这一特点。编辑工作是艰辛的,但当作品发表或出版时,读者只知道该作品是谁写的,却不知道是谁编辑的。即使现在不少出版物注出责任编辑的名字,但读者极少过问。如果问读者喜欢哪些作家或者学者,读者会报出一串名字;如果问他钦佩哪些编辑,说不定他一个名字也说不上来。但是,如果询问已经成名的作家和学者是否还记得编辑的名字,他会满怀深情地说出曾经给予他帮助的编辑的名字,并具体讲述这些编辑如何发现人才、培养人才,如何为作品的修改加工付出艰苦的劳动。这说明,编辑的大量心血是投向他人的作品,这一点,只有作者最清楚。而作品一旦出版,编辑即隐身而去,读者无法区分出编辑人员追加给作品的劳动究竟有哪些,因为编辑的劳动已融化在他人的作品中了。

人们常说的编辑是无名英雄,编辑工作是“为他人作嫁衣裳”,正道出了编辑工作隐匿性的特点。作家茹志鹃在《我献给编辑的话》中写道:

你的成功,
消亡在别人的成功之中;
别人的失误,
你却要分担惩罚。
掌声和鲜花,
只属于作者;
你只在无声无息的后台,
完成自己的价值。^①

这是对编辑工作特点的艺术概括,也是对编辑奉献精神的热情歌颂。

① 转引自彭建炎·出版学概论·吉林:吉林大学出版社,1992.124~125



第二节

编辑学

一、编辑学的涵义、对象和任务

编辑学是研究编辑基础理论、编辑工作的规律和方法的学科。该学科以编辑工作实践为基础,以研究编辑理论为导向,探讨编辑工作的一般规律和特殊规律。它是编辑实践的总结、概括和理论的升华,属于人文社会科学范畴,但又与自然科学、思维科学、管理科学等多种学科密切相关,是多种学科相互交叉的边缘学科,所涉及的学科知识十分广泛。

编辑学作为学科建构,既是意识形态,又是精神产品,是精神文明和科学文化知识的一个组成部分。如同其他精神产品一样,编辑学在人类精神文明建设和科学文化知识的进步与繁荣的历程中占有十分重要的地位,能够在许多方面发挥巨大作用。编辑学的理论框架建立起来后,不仅能够指导编辑工作实践,推动编辑出版事业向前发展,而且能够促进其他各门学科的发展,促进整个国家的物质文明和精神文明建设。

有关编辑学的研究对象问题,自20世纪80年代以来,学术界提出了许多观点和主张。其中,比较有代表性的观点和主张有以下几种:

其一,编辑学的研究对象是各类出版物从稿件的规划、征求、选择、鉴定、校核、加工整理,直至投入印制生产之前的一系列工序中附加于作品本身的精神活动。

其二,编辑学的研究对象是指由他人创作的(不是编辑自己的)、以原稿形式出现的精神产品。

其三,编辑学的研究对象是编辑活动与文化的关系,即整个社会文化知识产品的结构设计、组织生产、审定加工并传播给读者等活动的一系列编辑



现象。

其四,编辑学的研究对象是制约编辑活动的各种内部和外部关系,特别是编者与读者、编者与作者的关系。^①

上述观点和主张不尽一致,甚至有重大的差异和一定的对立:有的侧重于研究编辑活动的性质、作用和发展规律,有的则侧重于研究编辑活动与社会的联系,还有的侧重于研究编辑活动的原理和方法。但是,这些观点和主张又不是绝对对立的,可以互相阐发和补充。并且,至少有一点是共同的,即这些观点和主张都把编辑活动作为编辑学的研究对象。我们既要从微观的角度研究编辑活动自身,又要从宏观的角度研究编辑活动的外部环境及其相互联系。如果把编辑活动局限于选题、组稿、审稿、加工等编辑过程,对编辑学的理解就会显得过于狭窄;但如果把编辑学等同于文化、写作、传播等学科,脱离编辑活动的特点,去一般地研究文化的创造和传播,则又显得过于宽泛而缺乏特性。

我们认为,编辑学的主要研究对象是编辑工作。应当明确的是,“编辑工作的对象”和“编辑学的研究对象”不是等同的概念。编辑工作的对象(客体)是初始文稿及其作者、出版物及其读者,而编辑学把编辑工作的主体(编者)也纳入研究对象,而且是重要的研究对象。也就是说,编辑学不仅研究编辑客体,也研究编辑主体以及主客体间的相互关系。

编辑学的任务,是逐步把握编辑工作的规律,指导编辑工作者按规律性的要求合理地组织各项编辑活动,不断提高思想素质和业务素质,繁荣新闻出版事业,为精神文明建设服务。同时,还要加强编辑学的自身建设,不断完善编辑学的理论体系。

因此,我们要在理论与实践的结合上对编辑学的研究对象及其相关问题进行理论阐发和深入的探讨、总结,从而使编辑学能够真正地对编辑工作发挥理论先导作用。具体地说,编辑学的任务可以概括为以下几个主要方面:

第一,研究编辑工作产生、演变和发展的一般规律。任何一门学科的出现,都是人们的实践不断发展的需要,编辑学的产生也不例外。从广义上说,人们社会的、经济的、政治的和科学文化的实践活动决定着编辑学的发展方向,对编辑学的产生起着深刻的影响。同时,从微观上看,编辑工作的

^① 参见阙道隆等. 书籍编辑学概论. 沈阳: 辽宁教育出版社, 1995. 15



实践活动及其发展又是产生编辑学的内在因素,呼唤着编辑学的创立和构建。因此,编辑学要探讨编辑工作同社会、经济、政治以及科学文化诸因素的相互关系,探讨编辑工作与创建编辑学的关系及对创建编辑学的作用,解决编辑工作在产生、演变过程中,特别是现实的实践活动中提出的各种问题,研究这些问题对建设编辑学的作用。

第二,研究党和政府的有关文化工作,特别是有关编辑出版工作的方针、政策,论析编辑工作的指导思想和指导方针,阐明编辑工作的目的和服务对象。在我国,编辑工作是社会主义出版事业的中心环节,是整个社会主义文化事业的重要组成部分。编辑工作者组编和审阅的文稿、书稿必须是健康有益的精神食粮,能够促进社会主义精神文明和物质文明建设,提高整个民族的文化素质。深入探讨和论析这些问题,才能使编辑工作沿着社会主义的正确方向向前发展,从而更有效地为社会主义的物质文明和精神文明建设提供服务,贡献力量。

第三,研究编辑工作流程的规律和特点,探讨编辑工作的性质和特征,分析编辑劳动和劳动产品的特点与价值。编辑工作的每个环节是有差异的,每个环节的地位和作用也各不相同,各个门类、各个专业的编辑工作既有共同规律,又有自己的特殊规律。研究这些规律和特点,甚而将不同地区、不同国家的编辑工作进行理性的分析和比较,能拓宽编辑学的研究领域,深化编辑学的研究层面,丰富编辑学的研究内容。编辑工作是一种特殊的社会文化活动,编辑学研究并真正解决这些问题,将有助于我们在编辑工作中认识、掌握和运用这些规律,取得编辑工作的主动权。

第四,研究编辑人员的素养以及对编辑人员素养进行培育和提高了的途径。编辑工作必须具有前瞻性和开拓性,编辑人员必须有新思维和新意识,勇于创新,善于求索,无论其政治素质和业务素质,都应该适应新形势和新要求。编辑工作的活动来源于社会实践,也来源于作者和读者以及其他社会力量,编者同读者以及其他社会力量的关系和影响都在不断地发展和变化,那种只会伏案审稿、等稿上门的编辑意识已经无法同今天的社会现实相吻合。因此,编辑学要始终站在时代的前列,对不断变化的新情况、新观念进行深入研究,并不断地予以新的概括,给年轻的编辑学以扎扎实实的理论支撑。



二、编辑学的研究内容

编辑学研究的内容,有理论研究、应用研究和历史研究三个方面。

理论研究,包括编辑与编辑学的基本概念的界定,编辑学的学科性质的论证,编辑学的研究对象、内容和任务的论述,编辑学基本原理的概括,编辑人才的思想素质和知识结构的分析等。

应用研究,即研究选题、组稿、审稿、加工、发稿、读样等工作环节的工作原则和操作方法,研究编辑管理的规范化和现代化等。

历史研究,即中外编辑史的研究,包括历代编辑工作与编辑理论发展的研究,历代编辑学家、编辑成果的研究等。

上述三个部分的研究虽各有不同的侧重面,但又是相互联系、相互促进的。实践是理论概括的基础,脱离丰富多样的编辑工作实践而奢谈理论,必然是空论,对编辑工作没有实际指导意义。应用研究又要以科学的理论为指导,否则就会变成零碎的办事细则,缺乏普遍指导意义。历史研究既可以为应用研究提供历史经验,又有助于理论研究者对编辑行为进行历时性的考察,探索其发展规律。

对编辑学研究者来说,研究的内容往往有不同的侧重面,从而形成不同的研究方向,他们的成果也就体现出不同的研究类型。如方集理主编的《编辑学基础》(杭州大学出版社1992年版),侧重于基础理论的研究,所论以期刊为主。阙道隆主编的《实用编辑学》(中国书籍出版社1986年版)和张子让的《标题制作与版面设计》(复旦大学出版社1991年版),都以应用研究为主,前者论图书编辑,后者论报纸编辑的基本功。姚福申的《中国编辑史》(复旦大学出版社1990年版),是书刊编辑的历史研究。

当然,以上只是大体的区分。侧重于某一方面,不等于排斥其他方面。相反,研究者总是以理论、应用、历史的结合为追求目标。我们要提倡的治学风气是:洞视八极,有师承而无门户之见;博采众长,有胆识而无浮华之风。目前出版的编辑学著作已有数十种,各种著作都有自身的特点。我们学习编辑学课程,应根据自己的实际情况,选择一些书籍来阅读,博采众长,扩大知识面,并加深对某些问题的理解。