

BIAN JI CHU BAN XI TONG LUN

编辑出版系统论

主 编：苏 镇

副主编：吴石忠



首都师范大学出版社

编辑出版系统论

主 编 苏 镇
副主编 吴石忠
编写者 马雁如

首都师范大学出版社

(京) 新 208 号

编辑出版系统论

主编 苏 镇 副主编 吴石忠
出版发行 首都师范大学出版社
社 址 北京西三环北路 105 号 (邮政编码 100037)
经 销 全国新华书店
印 刷 北京工业大学印刷厂
开 本 850×1168 1/32 印数 1-1000 册
字 数 180 千字 印张 7
版 本 1993 年 6 月 第 1 版
1993 年 6 月 第 1 次印刷
书 号 ISBN7-81039-015-5/ G·13
定 价 4.80 元

DM26/07
内 容 提 要

编辑学的研究对象是编辑活动，编辑活动是一种特殊的社会文化活动。《编辑出版系统论》以编辑活动为主线，从不同层面、不同视角划分系统，认为系统中的主客体要素都是通过“活动”这个中介实现相互作用、相互影响，而构成各种关系系统。其功能是为社会选择有价值、有意义的文化要素；生产文化、积淀文化和传播文化。通过编辑出版系统的终极产品——出版物，转换人的认识和行为，使社会文化得以保存、延续和发展。

全书共分八章，即编辑活动概论；编辑系统结构；文化大系统与编辑出版系统；编辑出版系统功能；编辑出版系统中信息传递过程；编辑系统的控制及其机制；编辑出版系统工程设计基础；编辑出版系统职能分系统。本书内容为建立编辑学的逻辑体系和框架，提供了基本概念、基础理论和编辑出版工程设计。并且按照编辑活动规律分析了为实现编辑出版目标，寻求最佳运行方案，以获取最优的社会效益和经济效益。

序

由苏镇、吴石忠先生主编的《编辑出版系统论》今天与读者见面了。这是出版科研领域里新近取得的一个成果，是这个花园里的一支新葩，是一本具有特色的出版研究读物。

特色在哪里？

特就特在它是一本用新的方法论来研究编辑出版工作的读物。它以编辑活动为对象，用系统论的原理进行多角度、多层次的 analysis 探讨，并且构成了自己的体系。尽管全书字数不多，在有些问题的议论上，正如目前学术中常见的那样，可能会引起不同的看法。但这是所有学术著作不可避免的，而且是正常的。不同意见的争鸣，是学术发展的动力所在，重要的是提出见解。科学只向勇士开门，在学术问题上，不去涉及，不去闯练，是不能前进的。正像学游泳一样，不下水，永远只能望洋兴叹、隔岸观火而已。在学术问题上，或者说在出版研究上，也要像奥林匹克运动所提倡的口号那样，“贵在参与”；也要像地质队员的口头禅那样，“重在发掘”。

人们过去总是说，用系统论研究编辑出版工作是可行的，应该试试。遗憾的是没有拿出东西来。近几年来，人们发现已经有人试图用系统论等方法论来研究编辑出版工作，有见之于文章，有反映在一些书籍的某些篇章中，引起人们的注意。但是，作为一种专著，恕我孤陋寡闻，尚不多见。今天，《编辑出版系统论》出版了，可以说，是在这方面迈出新的一步。我们希望有第二步、第三步……，而且越走越矫健。

江泽民同志最近号召大家学习唯物辩证法，他说：“要做好工作，学习和掌握唯物辩证法十分重要”。应该认真理解马克思主义理论与实践的深刻联系，理解科学的世界观和方法论对于搞好改革和建设的巨大作用。可见，方法论对于实际工作的重要性。对于研究工作，方法论的重要意义就更突出了。

唯物辩证法认为：自然界和人类社会都是一个复杂的大系统，其内部构成和外部环境都处在相互联系和互相作用之中，不可能绝对孤立，完全封闭地自我存在。这个论断也有助于运用系统论来观察和研究事物。

出版工作、编辑活动、印刷生产、图书发行……，都是各种大大小小的系统。我们应该用唯物辩证法去观察它们，研究它们，认识它们，这是我们根本的研究方法。同时，我们也可以用在自然科学研究方面已经证明行之有效的那些方法，来研究编辑出版工作，运用得好，可以相辅相成，从不同侧面印证研究成果。真理不怕重复，不怕磨练。

写书是一桩苦差使，有许多人为它付出了代价，在不同环境里，也许还会引起某种冷落和非议。前几年，有人还说，在日本的出版社内，是不容许编辑业余写书的，似乎在中国也应回到过去的年代，编辑写书写稿就应予以“批判”。为此，笔者曾向几位日本朋友作调查。他们的回答是：日本的出版社一般不让编辑写与作者同一选题的书稿，目的是避嫌。但他们又说：近几年这类状况已经不强调了。在我国出版界经过几年的提倡，出版研究写作的环境和条件，已经有了很大的改善，“引起非议”之类的事已很少见。高等学校当然比出版界要好得多，因为高等学府本身就有科研的任务。高校学报的许多编辑人员都在研究编辑出版理论，并且已经取得了许多成果，就是一个最好的证明。当然，有了条件，并不等于就能出成果。因为条件毕竟是客观的，还需要

主观的努力，还要抓住一些可以抓住的时间，像鲁迅那样，把别人喝咖啡的时间都用上，也就是还要下苦工夫。

出版研究近几年有了一些收获，出了一些成果。但离开出版科学理论体系的形成还很远。还需要有志于此道的人作出艰苦的努力。十年、二十年……的搞下去，而且特别要抓住九十年代，因为现在是科学技术突飞猛进，信息瞬息万变的年代，不进则退，迟滞就会落后。何况，在八十年代，我们已经走了开头的几步，有了一点基础，为我们提供了一跃的可能性。只要努力，这种可能性是可以变为现实的。

有人认为，写一本出版研究的小册子，印数不大，稿费不多，弄不好还要倒贴，无名无利，是干傻事，冒傻劲。其实，许多学科的建立，许多发明创造的成功，离不开许多人为它付出心血和汗水。在编辑出版研究领域，只要持之以恒，乐此不疲，就一定能够攀登新的高峰！

航道已经打开，船舶已经启动。相信出版界内外会有更多的人，为它冒更多的“傻劲”，付出更多的辛劳，同时取得更多的硕果。

中国出版科学研究所 邵益文

1992年12月26日于北京

前 言

编辑学是一门社会科学、自然科学和思维科学相互交叉的新兴学科，它的建立需要几代人为之努力，是一项难度很大的系统工程。

编辑学的研究对象是编辑活动，纵观人类文明和文化发展的历史，不难看出，编辑活动和出版活动始终活跃在人的认识活动和实践活动中。它为社会选择有价值的、有意义的文化要素，积淀人类文化财富，构建世界文化宝库，延续和发展学术文化。具体来说，通过编辑出版活动的终极产品——出版物，转换人的认识和行为，使社会文明得以保存、延续和发展。所以，编辑出版活动是一种社会文化活动，在社会文化活动中起着其他任何活动所不能替代的作用。

任何新学科的产生，都是以新的概念为要素，组成新的文化结构。本书试图用系统科学的观点、思想和方法，对编辑学的基础理论和编辑出版工程进行系统分析，这可能是打开这扇尚且陌生的大门，寻找编辑活动规律的钥匙。

《编辑出版系统论》是以编辑活动为主线，从不同层面，不同视角划分系统，认为系统中的主体与客体要素都是通过“活动”这个中介实现相互作用、相互影响，而构成了各种关系系统。从上述主线出发，作者研究了构成系统的要素与要素，要素与整体的结构关系；整体与环境的功能关系；系统中信息的传递规律及

控制机理；编辑出版系统工程设计与实施等。其目的是揭示编辑活动的规律，并按照客观规律分析了为实现出版目标寻求最佳的运行方案，以获取最优的社会效益和经济效益。

本书特点：(1) 用系统科学的观点、思想和方法，围绕系统、要素、结构和功能，研究了编辑活动自身的特点和规律，以及编辑活动与社会文化的结构、功能关系；(2) 贯彻了理论联系实际的原则。编辑学是一门实践性很强的学科，本书的研究工作紧密结合了编辑出版的实践活动；(3) 在探索编辑学与相关科学的结合点上，提出了一些新观点、新思考。

本书撰稿分工：

苏 镇	第一章	第五章
苏 镇 杜进富	第二章	
马雁如	第三章	第四章
吴石忠	第六章	第七章
吴石忠 杜进富	第八章	

限于我们水平，在书中一定会存在某些不足之处，衷心希望出版界、编辑界的前辈和同仁给予批评指正。

作 者

目 录

第一章 编辑活动概论	(1)
1.1 编辑活动的主体要素	(3)
1.1.1 编辑活动的主体概念	(3)
1.1.2 编辑活动的主体类型	(4)
1.1.3 编辑主体的主体性	(7)
1.2 编辑活动的客体要素	(13)
1.2.1 编辑活动的客体概念	(13)
1.2.2 编辑活动的客体类型	(14)
1.2.3 编辑客体的客体性	(23)
1.3 编辑活动界说	(24)
1.3.1 编辑活动的几种界说	(24)
1.3.2 编辑活动的涵义	(26)
1.3.3 编辑活动定义	(28)
1.4 编辑活动的本质属性和特征	(29)
第二章 编辑系统结构	(33)
2.1 编辑系统结构模型	(33)
2.1.1 研究编辑系统的思路	(33)
2.1.2 编辑系统阶层型结构模型	(34)
2.2 编辑系统结构特征	(37)
2.2.1 层次性	(37)

2.2.2 关联性	(38)
2.2.3 整体性	(39)
2.3 编辑系统的边界与环境	(41)
2.3.1 确定编辑系统边界的条件	(41)
2.3.2 社会环境对编辑系统的影响和制约	(43)
2.3.3 编辑系统、要素与环境的统一	(51)
第三章 文化大系统与编辑出版系统	(54)
3.1 文化大系统	(54)
3.1.1 文化大系统概念的提出	(54)
3.1.2 文化大系统的结构	(57)
3.1.3 文化大系统与编辑出版系统的关系	(60)
3.2 编辑出版系统对文化大系统结构的转换本质	(63)
3.2.1 转换人的认识	(63)
3.2.2 转换人的行为	(67)
3.3 编辑出版系统对文化大系统的影响和作用	(70)
3.3.1 生产文化	(71)
3.3.2 积淀文化	(73)
3.3.3 传播文化	(76)
第四章 编辑出版系统功能	(80)
4.1 编辑出版系统整体性功能概念	(80)
4.1.1 编辑出版系统的功能	(80)
4.1.2 编辑出版系统子系统与分系统的划分	(81)
4.1.3 编辑出版系统功能的产生	(84)
4.2 编辑出版系统功能与结构的关系	(90)

4.2.1	系统结构要素决定系统功能	(90)
4.2.2	系统要素的组合方式影响系统功能	(92)
4.2.3	系统功能比结构有更大的可变性	(93)
4.2.4	决定系统功能的中心要素	(96)
4.3	编辑出版系统的运动	(98)
4.3.1	物流运动	(98)
4.3.2	信息流运动	(102)
4.3.3	能流运动	(106)
第五章 编辑出版系统中信息传递过程		(112)
5.1	编辑信息	(113)
5.1.1	编辑信息的定义	(113)
5.1.2	编辑信息的分类	(116)
5.1.3	编辑信息系统的功能	(117)
5.2	编辑系统中信息传递概述	(118)
5.3	编辑信息的选择	(121)
5.3.1	编辑信息选择的基本原则	(122)
5.3.2	编辑信息域及约束条件	(124)
5.3.3	编辑信息的选择方法	(127)
5.4	编辑信息的评价	(128)
5.4.1	评价标准体系	(129)
5.4.2	评价过程	(132)
5.5	编辑信息的转换	(134)
5.5.1	编辑信息转换原则	(135)
5.5.2	编辑信息转换过程	(137)
第六章 编辑系统的控制及其机制		(140)

6.1	编辑系统的控制概念	(141)
6.1.1	控制的含义	(141)
6.1.2	控制的意义	(142)
6.2	环境控制与编辑系统自控制	(144)
6.2.1	环境控制	(144)
6.2.2	编辑系统自控制	(147)
6.3	编辑系统控制方式	(152)
6.3.1	反馈控制	(152)
6.3.2	前馈控制	(153)
6.3.3	程序控制	(153)
6.3.4	目标控制	(154)
6.3.5	优化控制	(155)
6.4	编辑系统控制机制和模式	(155)
6.4.1	编辑系统控制机制的提出	(155)
6.4.2	反馈—耦合机制	(156)
6.4.3	编辑系统控制模式	(161)
第七章	编辑出版系统工程设计基础	(168)
7.1	系统分析的基本概念	(168)
7.1.1	系统分析的特点	(169)
7.1.2	系统分析的主要内容	(170)
7.1.3	系统分析的原则	(171)
7.2	系统分析的基本要素和分析程序	(173)
7.2.1	基本要素	(173)
7.2.2	系统分析程序	(175)
7.3	编辑出版系统分析	(177)

7.3.1	编辑出版系统目标设计	(177)
7.3.2	收集和分析信息	(181)
7.3.3	编辑出版系统规划与决策	(186)
7.3.4	综合评价	(191)
第八章	编辑出版系统职能分系统	(195)
8.1	编辑出版系统决策分系统	(196)
8.1.1	决策层的功能	(196)
8.1.2	决策层人才的素质	(198)
8.2	编辑出版系统编辑分系统	(201)
8.2.1	编辑分系统人才素质	(202)
8.2.2	编辑分系统的职能	(207)
8.3	编辑出版系统营销分系统	(211)
8.3.1	书刊营销的作用与现实	(211)
8.3.2	营销分系统的职能	(213)
8.3.3	营销人才的素质	(219)

第一章

编辑活动概论

编辑活动随着人类文明和社会进步已成为一个不断发展的概念。

古代，编辑活动是与著述活动交融在一起的。人们为达到广泛收集传说、民谣等口头材料，收集文字及龟甲等不同载体，经加工整理汇编成书，用于积累和传播知识。当时的编辑活动用现在的语言描述，是著、编、校、装（订）、发（行）为一体的出版文化活动。

近代，随着生产的发展和社会分工的细化，出现了独立的出版机构。不仅有以印刷为媒介的书刊、报纸业，还有以电子为媒介的广播业和电影业。对于书刊出版业来说，编辑活动与著作活动、印刷活动、发行活动，逐步分离。

现代，发展了电视业、音像业和电子缩微出版物。其中，电子缩微出版物主要有缩微胶卷、缩微卡片、缩微胶片和超缩微胶片等。超缩微胶片的缩微率已达到原文字的 210:1，这种超缩微出版物必须使用一种阅读机，将字体放大后才能阅读。

以上这些行业，自然使编辑活动变得丰富多彩，“中国的编辑事业和中国学术文化一样源远流长，正因为有了精湛的编辑活动，灿烂的学术文化才得以保存和发展”^①。成为社会文化、人民精神生活中不可缺少的一种社会文化活动。可见，编辑活动源远流长，它的缘起、演变和发展在不同的历史时期，应赋予不同

^①载文森：《中国大百科全书（新闻出版）》，中国大百科全书出版社 1992 年，第 36 页。

的内涵，它随着人的认识和实践的深化而变化发展。作为现代历史发展阶段，对编辑活动客观的、完整的描述，或者说，对编辑活动给予科学的界定是极为重要的。因为编辑界很多学者、研究者认为，编辑活动是编辑学的研究对象。所以，统一对概念的认识是开展学科研究的前提。

我们认为，概括来说，编辑活动是组织出版物生产的一种社会文化活动，是满足社会和各层次读者精神生活而进行的有目的的活动。

纵观人类文明和文化发展的历史，不难看出，编辑活动始终活跃在人的认识活动和实践活动中，它为社会选择文化要素，积淀人类文化财富，构建文化宝库，延续和发展人类文化，起着其他任何活动所不能替代的作用。毋庸置疑，人类世世代代文化的演变，不同文化层面的沉积，乃是不同历史时期编辑活动和出版活动的历史缩影。正因为如此，今天，编辑活动和出版活动可以称为编辑出版活动，它在文化大系统中的地位和作用，越来越被编辑界、出版界所关注和研究。

众所周知，编辑活动是出版活动的前提和基础，编辑工作是出版工作的中心环节。但目前对编辑活动的内涵，编辑活动的构成要素，要素与要素之间的关系，编辑活动作为整体与环境的关联，尚缺乏深入分析，在对编辑活动规律还缺乏深入揭示的时候，用系统思想和系统分析方法，可能是打开这扇尚且陌生的大门，寻找编辑活动规律的钥匙，这确实是件有意义的工作。

编辑和编辑工作，一般都有具体的内容。但引入编辑活动，首先遇到的问题是“活动”这个概念。“活动”或“人的活动”是表征人的存在状态的最一般性的概念。认识活动和实践活动是人的两种活动形式，被称为主观活动和客观活动，其实质是精神活动和物质活动。这样，对活动一般意义的认识，已经涉及到对人的活

动的哲学考察。依照这种思路来考察编辑活动，就需要研究编辑的认识活动和实践活动。而编辑认识活动和实践活动都离不开活动的主体与客体问题。本章就以构成编辑活动的主客体要素及其相互关系展开讨论。

1.1 编辑活动的主体要素

1.1.1 编辑活动的主体概念

马克思主义哲学认识论中指出：“主体是人，客体是自然。”这是马克思对主体的界定。主体是人，是指有意识、能思维的社会人，是能动的认识世界和改造世界的人，而不是生物学意义的人。

所谓编辑活动的主体，指具有思维能力和专业知识，从事编辑认识活动和实践活动的社会化的人。而社会化即是一种社会规范在编辑主体心中的内化，它是靠社会环境作用于个人而形成的。当人们从事着社会认识活动和实践活动，学会并掌握了文化知识和技能，接受了道德、习俗、法律、制度以及各种社会规范，把握了一定的活动方式，个体的人从内心适应、接受这样或那样文化规范，变成了社会化的人。

那么，哪些是从事编辑认识活动和实践活动社会化的人呢？这就要考察编辑活动的主体要素。王振铎认为，“人类的编辑活动，是缔构社会文化的活动……它所缔构的文化世界主要包括六大要素：原文化、创作者、创作稿、编辑者、编定稿或出版物、接受者。”“创作者、编辑者、接受者是文化缔构活动的三个主体。”^①该出特别提出从文化知识缔构的视角考察人类的编辑活

①王振铎、司锡明：《编辑学通论》，河南大学出版社1989年，第32页。