

刘环城 李建国 / 著

SHI YONG BIAN JI XUE

实用编辑学

新探

中华出版社

刘江编 李成刚，著

SHI YONG BIAN JI XUE

实 用 编 辑 学



中国出版

实用编辑学新探/刘环城 李建国著
中华出版社, 2002. 6

ISBN 99937 - 28 - 28 - 4

I. 实…

II. 刘…

III. 编辑学

责任编辑: 陈 宁 装帧设计: 刘 三

出版: 中华出版社 (澳门南湾大马路 50 号中华广场)

组稿: 海口市龙昆北路 38 号华银大厦 2310 室

电话: (0898) 66735255 66735256

发行: 中华出版社图书发行中心

印刷: 海口新明印刷厂

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 印张: 12

版次: 2002 年 6 月第 1 版 第 1 次印刷

字数: 300 千字 印数: 1—3000 册

国际标准书号: ISBN 99937 - 28 - 28 - 4

定价: 29. 80 元

【版权所有 盗版必究】

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前 言

刘环城

一九九八年八月，我在郑州出席中国文章学研究会第十五次年会时，曾在会上提出了主持文章编辑学课题的想法。现在，我与李建国先生合作多年，写成了这部专著。

我俩都长期从事编辑工作。实践证明：编辑工作已形成一门有规律可循的学科，应当建立自己的学科体系。俗话说：“定体则无”，“大体有之”。在这个意义上，某些规矩方圆之“套”，不可不“落”之。而既为规律，当包含个中学问诸多重要内容，编辑学只有掌握其中的种种辩证关系，才能来自实践，又转过来指导和服务于实践。编辑学是一门专业学科，它是以编辑工作为主要研究对象的。该学科实践性强，不能作学院式的研究。编辑工作的实践不断提出一系列重要问题，诸如编辑工作的主导思想和指导方针，编辑工作中的各项工作的原理和方法，编辑人员的素质和培养途径，以及编辑和作者、读者的关系等。从整体上说，所有社会上

的出版物，包括书籍、期刊、报纸、图画，以及广播、影视等，都纳入它的范围之内，它是研究编发社会上利用文字、声音和图象等手段进行宣传的学问。编辑工作特别着重选题、组稿、审核、修改、加工整理及美术、出版等环节。

《实用编辑学新探》一书，是在吸收前人的编辑学、文章学、写作学、大众传播学、汉语言文学等诸多学科研究成果的基础上写成的。在写作过程中，我们不受条条框框的限制，全书各章既相对独立，又有内在联系，以文章编辑学为切入点，涵盖了实用编辑学的方方面面。

该书力求科学论证普通文章编辑工作中的主导思想，编辑的职责，编辑学的形成和发展，编辑系统工程中涉及到的专业知识、编辑人员素质以及编辑和受众（作者、读者、听众、观众）的关系，等等。各章所论都是编辑人员应当掌握的专业知识。书中，对编辑工作既有宏观的构想，又有微观的运作。全书从实用角度写的章节较多。作为实用编辑学新探，我们在简略介绍各类文体的编辑工作之后，又介绍了有关的科技方法，提到电脑软盘运用与网络媒体等。由于编辑学学科的实践性强，需要解决的问题多，我们不仅要研究编辑工作的一般规律，也要研究各类编辑工作的特殊规律，拓展领域，以扩大编辑学的实用范围。

在目前编辑学著作较少的情况下，这本小书或许能为今后建筑编辑学科的大厦添些砖瓦。因是一种全新的尝试，疏漏和缺陷在所难免，还望读者诸君批评指正。

目 录

编辑的职责 1

(一) 编辑的主导思想

- 1、编辑工作的性质
- 2、编辑工作的任务
- 3、编辑工作的意义

(二) 编辑的职责

- 1、编辑的中介作用
- 2、编辑的社会职责
- 3、附：编辑干部业务职称暂行规定

(三) 编辑工作的系统工程

- 1、编辑工作的计划安排
- 2、加强与作者的联系
- 3、编辑工作的管理
- 4、编辑的体例和使用符号举要

附一：原稿十忌

附二：新华社关于新闻报道中数目字改用阿拉伯字的规定

第二章	编辑学的形成 21
	(一) 编辑学是一门专业学科
	(二) 最初的编辑
	(三) 附：历史上著名的编辑家
第三章	文章学的发展进程 41
	(一) 文章学的发展概况
	(二) 文章与文学
	(三) 文章发展的几个阶段
	(四) 文章的演变规律
第四章	文体分类 61
	(一) 文体的产生与发展
	1、文体的含义
	2、文体的源流
	3、文体发展与编辑
	(二) 文体的分类
	1、文体分类的原则
	2、现代文体分类
	3、边缘文体
	(三) 文体的特征
	1、文学文体的特征
	2、应用文体的特征
	3、文学文体与应用文体的比较
第五章	文章的修改 87
	(一) 修改的必要性
	(二) 修改的几个方面
	(三) 修改要实事求是

现代汉语语法简介…………… 113

- (一) 词类
- (二) 词组
- (三) 句子成分
- (四) 复句

古汉语语法简介…………… 141

- (一) 古汉语的词类
- (二) 古汉语词的活用
- (三) 词的本义和引伸义
- (四) 古汉语语法举隅
 - 1、古汉语的判断句
 - 2、古汉语的被动句
 - 3、古汉语宾语的位置
- (五) 古汉语的修辞

逻辑与修辞…………… 181

- (一) 文章的修辞
 - 1、词语
 - 2、句式
 - 3、语体和风格
- (二) 文章的逻辑
 - 1、写文章要讲逻辑
 - 2、逻辑在文章中的运用
 - 3、逻辑思维与写作能力

第九章	中国文章理论 209 (一) 中国文章理论概述 (二) 中国文论代表作选析 1、孔丘的文论与《论语》 2、刘勰的《文心雕龙》 3、韩愈、柳宗元的散文理论 4、金圣叹的评点《水浒传》 5、李渔的《闲情偶寄》
第十章	外国文章理论 269 (一) 外国文章论理概述 (二) 外国文论代表作选析： 1、柏拉图的《理想国》 2、亚里斯多德的《诗学》 3、狄德罗的《百科全书》 4、黑格尔的《美学》 5、车尔尼雪夫斯基的《艺术与现实的审美关系》
第十一章	各类文体的编辑工作 311 (一) 报纸期刊编辑 (二) 广播电视编辑 (三) 图书编辑
第十二章	引进新的科技方法 363 (一) 信息时代与出版事业 (二) 电脑运用与编辑工作 (三) 网络媒体与传统媒体

第一章 编辑的职责

(一) 编辑的主导思想

1、编辑工作的性质

编辑工作主要有两个方面，一是对来稿的加工，一是对来稿的审处。通过编辑的工作，向社会推出合格的作品。编辑作为一种职业要求，主要服务于他人的作品。在编辑工作中，也可看到，他（她）所要进行的工作，主要通过其中的一项，即审处，就可以向社会交出合格作品，但在一般情况下，加工与审处都是缺一不可的。

我们这里先以文章编辑工作为例。

文章编辑学是由文章学学科体系决定的，就是说，其编辑工作是在文章学学科范围之内进行，这样，它有别于其他工作与其他编辑工作。

文章编辑所工作的对象是文章，并由文章结构成文章学体系。文章编辑的性质决定于文章体系及其所进行的编辑工作，来决定编辑的性质。文章学体系反映了存在于一定时空里的文章，具有一个生产、传播和接受的过程。

如我国古代文章学所概括的“物 - 意 - 文”和“文 - 意

-物”的写作和阅读的两个完全相反的运动过程的结合。在写作主体和阅读主体之间，又有一个编辑主体，因其居中，我们这里称之为“第二主体”。编辑利用“导体”（如刊物）编发文章，正好横跨两翼之上，他（她）是最后的作者又是最早的读者。文章编辑编发文章，他（她）就不能不立足于文章学的体系上，首尾相顾，环环相扣。他（她）的工作要在文章学的系统之中进行，其系统包括三大类：基础学科群，如研究文章内部规律的文章信息学，研究文章历史规律的古代文章学，研究文章外部规律的文章美学等；技术学科群，如文章编辑学；应用学科群，如文章写作教学法等。文章编辑工作由此形成严密的子系统，及其自身一定的流程。

由于文章学学科的要求，文章编辑必须通晓文章学的历史，对文章的本质、文章的本体、主体和流程都要有充分的了解，这样才能在文章编辑工作中，把好质量关，向社会推出合格的产品。

编辑的职业注重社会效果，坚持质量第一，进而，他（她）只有积极支持学术上有创见，艺术上有创新，勇于探索，发挥独创精神的作品，才能把最好的精神食粮奉献给读者。

2、编辑工作的任务

编辑通过自身的业务工作为社会服务，直接地说，是为读者服务，当然，他（她）不能没有作者提供的稿件，但在他（她）的工作完成之后，最终是服务于读者的，因此，编辑工作的任务就是尽其最大可能做好为读者的服务工作。

文章编辑工作的最后的对象是能阅读作品的人。读者各种各样，具有阅读能力而未去阅读的称为“潜在读者”；正在阅读过程中的读者称为“实现读者”；已经阅读过的读者称为“完成读者”，等等。仅仅有这些方面的估量是不够的。马克思曾指出：“读者有够资格和不够资格的称号也是必要的。”（《马克思恩格斯全集》第1卷第89页）读者群中有良莠之分，够资格的读者是能正确认识作品价值并能持以正确态度的，反之，则是不够资格的。编辑工作虽不能预先作什么估量，但是，编辑却在自己的工作中对其服务的读者有基本的把握，去迎合够资格的读者的实际需要。

当然，接着的问题，也就是编辑大量的工作在于如何修改和审定来稿，并提供为读者需要的作品。

决定修改和审定的最先的问题，当是文章的选题。选题既不能是无创造性的老生常谈，也不能为读者所不关心和没有意义。同时，仅有好的选题还不够，必须言之有物和内容与形式相统一。文章的信息、体式和风貌，其是非、优劣、得失，必须经过理智判断和科学评估决定取舍；文章物化在文字符号中的作者的思想感情要能为他人——主要指编辑和读者认读、理解和欣赏。

编辑为完成自身的任务，对文章选题和内容形式所以提出如上的要求，是因为把“作者作文—编者编文—读者读文—作者作文”当作一个整体，编辑为读者服务，同样向作者提出如是的要求，至于读者阅读文章的反馈，则或隐或显的作为创造的力量发挥出一定的主导作用。编辑进入对于文章的修改和审定的过程，他（她）和作者一样，被称之为第二

作者，方方面面都要为读者着想。萨特在《为谁而写作》中说：“写作过程包含着与之辩证相关的阅读过程。”他们力求在目的上满足读者的需要，在态度上尊重读者的地位，在方法上吻合读者的心理。

在编辑工作中，对于文章的选题判断，要凭借其综合能力，而编辑工作最实际最大量的是加工和审处。叶圣陶在一首诗中写道：“选题评审三，唯审唯精为指南。”由于修改审处实质性地关系到文章质量和出版把关，它是关键性的。这不仅有技术性的处理，更主要是在文章内容与形式的认可上。

编辑工作充满复杂而艰苦的创造性脑力劳动。文章经过编辑的工作，在政治上，要能符合克思主义的基本原理，符合党的路线、方针、政策，以及各项法律规定等；在学术水平上，要能有科学依据和新的见解。总之，要符合社会发展的需要，最大限度地发挥其作用和影响。

3、编辑工作的意义

编辑工作和出版工作是一致的，即必须在党的统一领导下，坚持马克思主义的基本原理，贯彻为人民服务、为社会主义服务，实行百花齐放、百家争鸣、洋为中用、古为今用的方针。通过编辑工作，推出有健康的思想内容和完美的表现形式的作品，以传播、积累科学文化技术知识和成果，丰富人民的精神文化生活，为提高整个中华民族的科学文化水平，为实现社会主义的四个现代化作出贡献。

文章编辑工作按照自身的特点和分工，我们还可作出如

下一些具体说明,即就编辑工作的流程来说,其选题组稿、鉴审取舍、加工编排、读样推荐等,可概括为文章的“生产—流通—消费(再生产)”,在这样的流程中,编辑工作的意义主要在其担负文章生产和消费的组织者、把关者和指导者,立足本职,服务社会。

(1) 组织。没有编辑的组织工作,就缺乏联系作者与读者的纽带,作者的稿件无法推向市场,而读者所需的精神产品也就没有供应。在作者发表作品和读者阅读之间,编辑发挥着不可或缺的联系网络作用。而编辑要能为作者和读者接受和欢迎,就要审时度势,结合他们的需要,满足他们的要求,他(她)必须具备与之相适应的素质,能站高看远,经多走、多听、多读、多写、多思,把握一定社会历史时期精神生产和消费(再生产)的发展动态和趋势,使其编辑的文章或以单篇(文件)或文集(报纸、期刊、书籍)的形式出现,由个体的精神产品(手稿)转化而为社会的精神消费品(读物),当作大众传播媒介,进入社会文化网络。

从整体来说,编辑工作是文化工作,属于社会文化的生产和传播的基础工程。总揽社会文化思想的全局,对文化的萌生、成型、效应和演进都要有所了解,并具有一定的认识,这样,才能对文章的选题优化,进而把握编辑创造的关键。

(2) 把关。编辑在文章流程中,实施编辑职责时,把定选题、组稿、审稿和改稿都得鉴识文情。刘勰在《文心雕龙·知音》中说:“篇章杂沓,质文交加,知多偏好,人莫圆该。”可见知音把关,是有相当难度的。编辑面对文稿,在

工作中，只有凭借对文稿的“意会”，才能达到与作者、读者“神交”。于是，通过过滤、调整和调节，向社会提供准确、实用、经济、及时的文化信息。

(3) 提高。编辑的多种职能和多重角色，要求他（她）能驾驭写作和阅读的新潮流，比读者和作者站得更高。文稿优选的标准是真、善、美。真是指文稿有创新，并具有科学性；善是指坚持正确的政治导向和社会效益；美是指形式与内容的完美结合，做到内容简练、结构严整、语言规范、通达流畅、赏心悦目，并有精美的排版和印刷。总之，编辑对作者文章的评估、选择和加工是变产品为精品的过程。

（二）编辑的职责

1、编辑的中介作用

在编辑工作的流程中，我们将编辑当作作者和读者之间的中介人，这是十分必要、并值得研究的话题。要雄辩地说明一个事实：没有编辑的工作，作者的稿件不能成为社会的产品，而读者阅读的需要和目的也不能得到满足。

编辑大量的工作是对来稿的修改和审定，在人们的心目中，这就是编辑的本职工作，而实际上，由于我们必然要把编辑工作和作者、读者千丝万缕地联系起来，来稿的修改和审定工作的中介性就十分突出。

编辑如果作为“第二作者”，他（她）与文章的作者是不同的；如果作为“第一读者”，又是与读者不相同的。编辑不同的工作性质和属性，即在文章流程中所进行的认识活

动和实践活动，他（她）不能像作者那样地进行写作，也不能像读者那样地进行阅读。这决定于编辑工作的特定关系。比如编辑在改稿之前，有向作者选题组稿的活动，而在定稿以后，又有向读者读样推荐的活动。那么，以编辑为主体，所形成的主客关系中，编辑有其确定的“自觉的能动性”。

研究编辑工作的各个方面及各个阶段和环节，确立编辑的主体地位，作为一个有机的整体在客体的活动关系中便显示其特殊的本质及其本质特征。编辑实际上建造了一座桥梁，把作者和读者联系起来，他（她）面对作者精神产品的手稿展开其认识活动和实践活动，修改和审定，以第二作者的自觉意识从事活动。在完成第二作者的工作时，他（她）所肩负的任务是双重的，即自觉地尽力调动自身内外的有关因素，服从和服务于读者的阅读，作为第一读者，将其本质力量外化于客体，使作者的手稿形成社会精神消费品（读物）。编辑工作决非被动地接受作者来稿，又被动地按照读者的指令去传送，相反，在他（她）的主体地位上，作者和读者都必然接受着编辑的认识活动和实践活动的作用力。而问题的症结在于：把编辑工作置于整个工作的流程中，不是孤立地、静止地去对待，必然在与作者和读者的关系中存在，编辑的作用又表现为他与作者和读者之间的相互作用。这里，就将编辑的中介性充分展现出来：一方面从中介性上肯定编辑工作的主体地位；另一方面，在与编辑工作处于客体地位的作者和读者又绝不是消极被动的，编辑、作者和读者的相互作用，在其关系上，其实质是每一方都既是客体又是主体，或者说既是主体又是客体，因而是既有一定的自觉

能动性又有一定的消极被动性，且在其活动的一定侧面和阶段上，总有着一种性质占据着主导地位。

2、编辑的社会职责

文章编辑的事业服务于社会文化的基础工程的建设，它的中介性规定了它的特殊本质及其本质特征。由于它具有的中介作用，在社会文化基础工程中，同样的文化胚胎、文化萌生、文化发育、文化效应和文化演进，其综合关系必然是具体的、现实的。经过编辑编发的文章，均由个体精神产品（手稿）转化为社会精神消费品（读物），当作大众媒介，进入社会文化的网络。

在编辑的中介系统中，个人的主体和社会的主体相互联系，编辑主体不仅仅涉及个人的能力观念、自主性和独立性，而且涉及通过目的设定、有意识的行为发动达到社会因果链的作用。因此，编辑在文章“生产—流通—消费（再生产）”的流程中，有着个人主体和社会主体、个人地位与社会地位的必然性联系。

从本体论来看，主客关系是人们的实践关系；主客体的要求构成了主客体的关系。在社会主体面前，无论传播媒体是团体、单位、个人的什么出版物，都只有服从社会“主人”的需要，而编辑工作服从媒体的需要，又直接或间接满足读者和社会的需要。这种对社会、读者需要的服从，从社会对文章品质的需要而言，无论在什么社会情况下，都打着向真、向善、向美的旗帜，而实际上文章的情形是多种多样的，不管怎样，只是坚持高雅、进步和革命才是社会的总体