

国家社会科学基金后期资助项目成果



**BIANJI
CHUBANXUE**

编辑出版学
理论与技能
LILUN YU JINENG

李苓◎编著



四川大学出版社

16年国

西部地区媒介素养培养模式研究”（16FXW012）成果



**BIANJI
CHUBANXUE**

编辑出版学
理论与技能
LILUN YU JINENG

李苓◎编著



四川大学出版社

责任编辑:宋 颖
责任校对:袁 捷
封面设计:严春艳
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

编辑出版学理论与技能 / 李苓编著. —成都: 四川大学出版社, 2018. 6

ISBN 978-7-5690-1968-1

I. ①编… II. ①李… III. ①编辑工作②出版工作
IV. ①G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 126331 号

书名 编辑出版学理论与技能

编 著	李 苓
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5690-1968-1
印 刷	四川盛图彩色印刷有限公司
成品尺寸	146 mm×210 mm
印 张	17.75
字 数	412 千字
版 次	2018 年 6 月第 1 版
印 次	2018 年 6 月第 1 次印刷
定 价	56.00 元



版权所有◆侵权必究

- ◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
- ◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
- ◆网址:<http://www.scupress.net>

编者序

承蒙出版实业界和高等院校专业教育者们的长期关注和赐教，本人于 2005 年主持编写并出版的《编辑出版实务与技能》至今已重印 9 次，成为不少高等院校编辑出版专业选用的教材和重要参考书。十几年来，虽然在每次重印前都付出了完善书稿的劳动，但始终没有时间以新的视野对原书进行整体性修订。现在推出的《编辑出版学理论与技能》一书是从专业理念、编辑流程和实践技能三个方面对《编辑出版实务与技能》进行全方位知识更新的系统性修订后的新版图书。总体而言，本书的重心更多地转向对“技能”的掌握，关注新媒体时代传统出版产业的生存与转型问题，考察数字复合出版在中国的实验性推广经验，探索技术先行语境下的文化产业如何坚守社会职能等问题。全书共十四章：考镜专业理论源流、梳理新观点的脉络，对图书期刊编辑出版业务、新媒体读物的创意与展示、版权贸易、著作权转让等内容设专章撰写，编辑出版技能部分的每章均附有实践案例，供学生课堂上讨论，每章末均列有思考题，



以帮助学生掌握该章重点和难点。

显然，今天继续讨论关于编辑出版学与新闻学、广播影视学、广告学的学科差异，已不比讨论它们之间的互融、互动、实践更为重要和迫切。因为，这些相关学科都需要共同肩负起对大众传媒的性质、功能、发展规律进行系统的实证考察和理论研究的责任；需要关注不同媒体之间，以及传媒业与社会发展之间是否良性互动的共时性问题，以确保社会系统在健康的传播环境条件下的稳步发展。不仅如此，编辑出版工作还因担负着积累、传承民族文化，促进人类文明的跨时代发展任务，而使其学科视野具有了历时性特征。

就学科的研究对象而言，编辑出版学侧重于解决人类传播行为中“怎样传”的问题，工作重点是对“来料”进行“加工”。这不仅需要考验编辑人“识”货的能力，要求他能正确判断哪些“来料”是“假货”“陈货”，哪些是创新性成果；还需要编辑人能凭借自己的直觉与才能，对人类文化的发展趋势有所把握，为社会进步和社会个体生存质量的提高提供有价值的智慧工具。

于是，编辑出版学的宏观视野似乎可以涉及一切经编辑把关而被净化、优化、物化的信息产品的生产与消费；其微观视野则专指纸介质（如图书、期刊、报纸等）媒体的生产与发行，以及版权贸易的市场拓展等问题。

以此为由，有人认为，编辑出版学是人文社科领域中一个不可或缺的新兴的独立学科。它以人类有史以来的一切文字整理和编辑加工活动为研究对象，描述人类运用符号传播讯息的历史过程和缔构文化的社会作用，

其分析对象上可至远古的史官，下可达手机短信的编写者，因而主张建立普通编辑出版学。另一些道同见异者则认为，编辑出版学应以职业化和规模化的出版业的生存条件、产业经营管理模式、编辑出版艺术与技巧、从业者的行为特征与职业道德以及读者消费心理等为研究对象，主张建立应用编辑出版学。当然，也有一些人对编辑出版学学科的独立性问题持怀疑态度。他们认为，与广播、电影、电视、广告、网络等传播渠道的受众覆盖率相比，出版业属于小众窄播，即使是一部畅销书，其最高销量也不过数万册；传播效果是分散的、隐匿的、非即时性的；其行业行为受到的控制也更多地来自于意识形态或行政干预，而非行业内的自我调控机制等。这些因素自然会影响到研究工作的科学性。

同时，在社会高速发展、原有传媒产业格局大变脸的社会条件下，出版业也进入了一个大变革、大发展时期。这使得编辑出版学所需描述的客观事实更为复杂，不确定性也随之增大。今天，人们无须手捧书本就可以阅读；纸介质媒体的严肃性、精英化、个性化渐渐地被当代人淡忘了，取而代之的是媚俗和快餐味儿的期待。那些依托先进电子信息技术的“快餐书”正在对当代人进行着闲暇时间的剥夺性占有。因此，今天编辑出版学需要回答一个现实问题：我们还会如此坚守纸质媒体的传统价值标准吗？

本书的基本立场是，从技术和读者消费心理的角度看问题，今天的出版业在整个人类信息传播产业链中的市场份额呈相对衰落的趋势。然而，它的编辑功能却扩展到了这个“链”的每一环节。可以说，以收集、选择、优化、物化信息为特征的编辑行为，比任何一个时



期都具有服务于民、服务于政党、服务于国家、服务于全人类的普遍意义。如果研究者因上述两个难点而狭隘地认为,编辑出版学的研究对象具有不确定性,从而导致一些核心概念被质疑(事实上是有待重新界定),继而不再探索创新,将是本学科真正令人遗憾的事情。

对此,无论实业界还是理论界都面临着不可推卸的历史使命:以不忘初心的专业态度进行实践探索和理论创新。我们需要见证,编辑出版学学科建设的意义来源于以下四个依据:

一、编辑出版学拥有其他学科无法替代的特殊研究对象群。譬如:作者、编者、读者之间的相互制约关系;手稿、书稿、产品的文化选择规则;选题、组稿、审读、加工、设计、发排、校对、印制、营销推广、版权贸易、读者信息反馈等工艺流程;出版产业化、出版数字化、内容供应商等新课题。

二、这个对象群在现代社会具有普遍性。因为编辑出版业是一个特殊的社会领域,它能控制社会信息,也就能控制世界。美国著名传播学者拉扎斯菲尔德说:媒体具有为社会组织、群体、个人授予地位的职能。

三、出版产业能通过出版物直接向社会讲话,应该说其他任何社会权力都不能替代传媒舆论监督的权力。

四、对编辑出版实践及社会影响的研究可以使用定性、计量的科学方法。也就是使用描述、解释、预测、控制这四个具体的评估目标,客观、中立地分析中国出版改革的绩效或问题,从而优化编辑出版职业的社会功能,促进社会进步并提升其理性化程度。以上四个评估目标可以帮助我们更加清楚编辑出版科学的研究任务。

描述 即归纳已知的事实是什么。没有客观、中立的描述，人们就无法确定认知对象，当然更谈不上去解释对象。因此，对中国出版业的生存与发展现状做出准确的描述，是编辑出版学科的第一个任务。

解释 即用已知的事实解释另一些已知的事实，并回答它们之间的因果关系。当研究者寻找到了事物与事实之间的恒定的因果关系时，规律就被发现了，研究者就能以此作为基础理论，去分析那些相关的“为什么”。编辑出版学要建立自己的基础理论，就要解决出版制度、出版技术、编辑人、读者市场之间恒定的因果关系。

预测 我们知道，理论是一组经过概括和系统化的相互关系的命题和结论，以及提出可供验证的新观点。理论是科学研究的产物，而科学正是以其可临摹性（即可反复实验）和可证实性，与虚假和偏见划清界限的。所以，对编辑出版学科而言，建立理论的目的，就是预测编辑出版改革实践的过程和效果。

控制 即怎样将前面三点所提供的原则、理论、设想变成事实的过程。这里涉及两层意思：一层是指编辑对稿源是否进入大众传播渠道所进行的干预和影响，是编辑处理稿件时主动施加的控制（施控）；另一层意思指编辑受时代与社会的制约，不得不屈从于外界施加于自己身上的诸如政治的、经济的、法律的、文化的压力，从而成为某种意志的代言人，被动地受到控制（受控）。因此，要研究编辑人的施控行为，应重点解决编辑把关的原则与效能问题；要研究编辑人的受控行为，应分析其行为的环境制约因素，提供可持续发展的最佳方案。此外，还要解决对本行业及其从业者的职业道德



和行为规范制约（自控）问题。

倘若中国编辑出版学界用以上四个目标来检验其已有的研究成果和正在进行的探索，我们就会收回怀疑的目光，而深感任重道远。

本书由李苓编著，并负责全书编写思路与结构的设计，对全书各章内容进行具体撰写和指导，以及完成最后的修订统稿工作。参与本修订版撰稿工作的其他人员分别有：祝子明（第一章、第六章、第十二章、第十三章），孙可心（第二章、第四章、第五章、第十四章），赵祖念（第三章、第七章、第八章），董小夏（第九章、第十章、第十一章）。另外，钟点负责了全书统校，孙可心负责参考文献、附录部分的修订工作，学界同仁马艺文、张颖、陈艾婧、谢念、谢春梅、袁彬瑶亦给予了大力支持。特别感谢四川大学出版社徐燕老师在本书的修订过程中给予的大力支持。

李 苓

2018年6月1日于河滨印象

目 录

第一章 编辑出版工作的性质与行为原则	(1)
第一节 编辑出版工作的一般属性：系统性	(1)
第二节 编辑出版工作的专业属性	(8)
第三节 编辑出版工作的行为原则	(19)
第二章 选题策划	(29)
第一节 选题策划	(29)
第二节 选题创意	(43)
第三节 选题创意与策划案例分析	(53)
第三章 组 稿	(79)
第一节 稿件的来源	(79)
第二节 组稿方式与策略	(82)
第三节 组稿的原则	(89)
第四节 组稿的落实	(91)



第四章 审 稿	(95)
第一节 审稿的作用与方法	(95)
第二节 审稿的标准	(99)
第三节 审稿制度	(103)
第四节 审读报告及写作	(107)
第五章 编辑加工	(117)
第一节 编辑加工的意义	(118)
第二节 编辑加工的内容	(119)
第三节 编辑加工的主要方法	(125)
第四节 原则与禁忌	(130)
第五节 分类书稿的编辑加工	(134)
第六节 书稿整理与发稿	(144)
第六章 出版校对工作	(148)
第一节 校对概述	(148)
第二节 校对工作的程序、方法与制度	(157)
第三节 校对人员的职责	(171)
第四节 出版物常见差错类型及规律	(174)
第七章 图书的整体设计	(188)
第一节 图书整体设计的概念、内容及原则	(188)
第二节 图书的装帧设计	(191)
第三节 图书的版式设计	(206)

第八章 图书的印制与装订	(224)
第一节 图书的印前制作	(224)
第二节 图书印制材料的种类及选用	(240)
第三节 图书的印刷	(244)
第四节 图书的装订	(257)
第五节 图书的多元态呈现	(261)
第九章 发行与营销	(273)
第一节 图书发行的性质	(273)
第二节 我国图书发行渠道与管理	(276)
第三节 图书的营销策略	(295)
第四节 图书市场营销的支持系统	(312)
第十章 版权贸易	(326)
第一节 版权贸易的基本概念	(327)
第二节 版权贸易的经营管理	(333)
第三节 版权贸易的操作	(338)
第十一章 著作权及著作权法	(353)
第一节 著作权	(353)
第二节 邻接权	(367)
第三节 著作权法	(373)
第十二章 期刊出版业务与编辑技巧	(385)
第一节 期刊的分类与管理	(385)
第二节 期刊定位的原则与方法	(391)
第三节 期刊广告的策划与管理	(400)
第四节 期刊编辑与编辑技巧	(405)



第五节	期刊的出版与发行	(422)
第十三章	音像制品、电子出版物及数字出版	(434)
第一节	音像制品出版	(434)
第二节	数字出版	(442)
第十四章	各类编辑应用文写作	(461)
第一节	从编辑工作说起	(461)
第二节	书稿文件	(464)
第三节	书 信	(474)
第四节	工作汇报	(480)
第五节	图书辅文	(487)
第六节	书刊评介	(501)
附录 1:	出版管理条例	(505)
附录 2:	图书质量管理规定	(526)
附录 3:	出版物上数字用法	(535)
附录 4:	出版物汉字使用管理规定	(546)
参考文献		(550)

第一章 编辑出版工作的 性质与行为原则

第一节 编辑出版工作的 一般属性：系统性

进入 21 世纪后，中国出版改革不再是一场“绕道走”的运动战，而是严格地遵循市场经济法则，实行向“产业化”正面挺进的现代化规模大战。摆在出版实务界面前的第一场战役就是对出版行业的内部生存结构进行全面的体制创新，以适应其向外扩张时与社会环境的发展趋于协调一致的需要。这是一项艰巨的工作，因为任何一个领域的体制创新都涉及旧的行政格局、产业格局以及利益格局的一系列调整，更牵涉新的产权机制、管理机制、市场机制的创建。

今天，出版实务界面临的一个紧迫任务，就是如何在先期的试验性改革实践的基础上，以尽可能降低“改



革成本”^①为原则，为中国出版产业的健康发展提供一种理性的而非感性的思维模式和在实务操作层面上应有的全局观念和宏观调控的能力。系统论就是我们可以有效使用的理论工具。

一、系统与系统科学

什么是系统呢？美籍奥地利理论生物学家路德维格·贝塔朗菲在20世纪20年代初，因为不满传统生物学把生物机体看作“简单相加”“机械凑合”和“被动反映”的客体及其所采用的研究方法，而大胆指出：生物机体的基本特征是一个组织、整体和系统。如果我们不注意生物整体和各部分间的协调关系，把生物的各部分及其关联过程割裂开来进行研究，我们就不能完整地描述生命现象并得出正确的结论。把这种观察世界的方法论运用于日常生活中，我们会发现，只要人们能够具备主动地适应或控制生存环境的意识，实际地去“决定”一件事情或“管理”一项工作，就已经是在“系统”地思考和分析处理问题了。因为，人们所面对的客体总是由多种元素有机联系和组构的整体，而非被割裂开来的、孤立的个体。

哲学中的协调、联系、秩序和目的性等概念，正是对人类行为中该类本质性特征的揭示。借助这种系统观点和研究方法，我们就可以比较容易地对人们的社会行为进行分类，比如把《红楼梦》里的宝钗处事、凤姐理

① 任何改革方式和理论主张如果忽略了既得利益者的短视和一己私利，包括个人、行业、部门、地区本位主义等对社会进步的反作用因素，都将付出沉重代价。

财、贾母用权视为理性的行为系统；而把黛玉伤情、妙玉绝尘、香菱避俗归入感性的行为系统。同样道理，一个细胞、一个人、一场战争、一项发明、一种大规模的行业转制等，都可以被我们看成一个一个的系统；一个学校、一个工厂、一个城市、一个国家、一次“申奥”也无一不是一个一个的系统。但这些只是系统的具体表现形式，还不是系统的科学概念。那么，什么是系统的科学概念呢？贝塔朗菲认为，所谓系统，就是若干相互联系、相互作用的要素所组成的具有特定功能的有机整体。所谓系统论，就是研究自然、社会和人类思维领域以及其他各种系统、系统原理、系统联系和系统发展的一般规律的学科。系统论的主要任务是以系统为研究对象，研究系统整体与组成系统整体各要素的相互关系，从本质上说明其结构、功能、行为和动态，以把握系统整体的发展方向和有效控制其良性循环的生态环境。

出版产业的生存与发展是一项系统工程，这一点是毋庸置疑的。在传统认知体系中，有“编、印、发一条龙”的说法，这就是系统论。它不仅界定了出版产业的基本内容及其结构，还揭示了出版产业动态的流程秩序。即使在今天，出版业已经经历并完成了卖方市场向买方市场的转移，编辑在书籍的出版传播行为中的施控权极大地受到来自于读者需求的挑战，编辑出版工作的基本内容被不断细分或延伸，但系统思想仍然制约着编辑行为。我们看到，在传统的编辑出版工艺流程中，在“编”的行为层面，如今新增了市场调查、选题策划等环节；在“发”的行为层面，延伸了营销推广、广告宣传等整合手段，这种双向的结构性扩张，事实上让我们见证了当代编辑出版工作的一种功能性扩张。而且，在



数字传媒时代，纸媒在“印”的行为层面已经受到冲击甚至替代，但是我们仍然可以清楚看到，一种全新的“线上”和“线下”的互补式阅读方式正在出现。所以，当我们在观察与分析出版业的生存现状，在思考与预测出版业的未来发展前景并探索其理论创新时，切忌孤立的、静止的、脱离客观实际的研究态度，而应以整体的、动态的科学精神去研究编辑出版工作。我们需要宏观的视野，以概括当代中国编辑出版工作的本质特征和发展规律；也需要微观的探究，以监测变动中的书业结构及其内在联系。因此，我们需要系统论。

二、出版产业的系统性特征

系统论认为，构成系统必须具备以下三个主要特征：其一，系统由两个以上的要素构成，单一要素不能构成系统；其二，系统具有各要素在孤立状态下所不具有的新的整体性功能；其三，系统的各要素具有严密的结构性和不可分离的相关性。所谓结构性，是指在一定时间和空间范围内，组成系统的内在形式，或者叫系统内部的组织机制和排列秩序；所谓相关性，是指系统中各要素间联系的相互依存性和相互制约性。要素是系统的基础，系统是各要素相互联系的发展和结果。系统的结构性和相关性是决定系统整体性功能的关键。在一般情况下，结构愈合理，相关度就愈大，其整体性功能就愈好；反之，其整体性功能就愈差。从此观点出发，我们可以概括出出版产业的如下系统性特征。

（一）整体性——整体应大于部分之和

出版产业是由若干相互联系、相互作用的要素有机结合的复合体，因而在其主客观因素的制约下必然产生