

新编高等院校专业课程 特色教材

编辑出版实务

——由传统出版到数字出版

The Practice of Editing and Publishing —— From Traditional to Digital Publishing

胡太春 金梦玉 编著

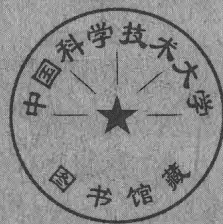
中国广播影视出版社

编辑出版实务

——由传统出版到数字出版

The Practice of Editing and Publishing — From Traditional to Digital Publishing

胡太春 金梦玉 编著



中国广播影视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

编辑出版实务：由传统出版到数字出版 / 胡太春，
金梦玉编著. — 北京：中国广播影视出版社，2018.6
新编高等院校专业课程特色教材
ISBN 978-7-5043-8113-2

I. ①编… II. ①胡… ②金… III. ①编辑工作—出版工作—高等学校—教材②电子出版物—出版工作—高等学校—教材 IV. ①G232②G237.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第060645号

编辑出版实务

——由传统出版到数字出版

胡太春 金梦玉 编著

责任编辑 余潜飞
封面设计 智达设计
责任校对 龚晨

出版发行 中国广播影视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条9号
邮 编 100045
网 址 www.crtip.com.cn
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 河北鑫兆源印刷有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16
字 数 246(千)字
印 张 12.5
版 次 2018年6月第1版 2018年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-8113-2
定 价 33.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

序

笔者与胡太春、金梦玉两位作者并不熟悉，甚至没有见过面。是胡太春兄专门给我写了一封工笔十分秀丽的短信，信中称：承老署长刘杲引荐，要我百忙中对这本教材予以过目，并写一序言。笔者作为一位老新闻出版科研人，又是刘杲同志的推荐，只好答应下来。但诸事缠身，断续阅读，只能谈谈个人的一些心得。

首先，该书以书刊载体为主干，以编辑实务为主题值得称道。因为在传统的管理中，书刊属于出版的范畴，报纸则属于新闻的家族。严格讲，编辑业务首先是从书开始的，然后才逐渐发展的报和刊。整个编辑实务工作的教程，多是以书刊业务为依托的，是在书刊业务的基础上，逐渐成熟和完善起来的，因此，从这个意义来讲，研究书刊编辑业务可以大致覆盖整个编辑业务。

其次，该书的副题目是由传统出版到数字出版，反映了该书的另一个重点，也是一个亮点。我们不妨先看一下美国《连线》杂志创始人凯文·凯利预言的与我们编辑出版行业直接相关的三个趋势：一是屏读（Screening）；他认为原来书本给人以权威，但现在面临的则是流动开放杂乱的世界，现实的真相是要不断地由自己来组装。二是流动（Flowing）；现在我们处于一个数据流动的时代，就是流标签、云端等组成各种各样的流。三是过滤（Filtering）；现在的世界需要别人的帮助，才能找到真正需要的东西，这叫做过滤。从出版业发展的国内实际看，数字阅读、媒体融合、机器算法、人工编辑等等概念，似乎直接验证了上述预言，但是如何应对、如何学习？这就需要一些能够结合新媒体探讨出版业发展趋势的著述，来为我们指点迷津，解疑释惑。而这本翔实的教科书则可以对我们有所教益。

其实，关于任何媒介发展趋势的分析，始终来自对基本概念的分析和基本方法的运用。有人说当你看不清趋势的时候，就回到原点。所谓对照初心，才会看到前路。对于编辑出版领域的趋势而言，回归到基本概念是必要的，也是一种很有效率的分析。究其上述趋势的本质：屏读（Screening）就是数字阅读，流动（Flowing）就是内容融合，过滤（Filtering）就是编辑工作。可以说基于这三个概念，又牢牢抓住编辑工作这一核心，《编辑出版实务》给出了关于出版业的新颖的视野和判断。在宏观层面，该书



比较完整体现了编辑融合的趋势特征；在微观层面，该书系统剖析了编辑实务的对接内容。

其三，从同类书的对比看，本书注重融合历史、理论和实务。传统实务类教材重操作、重细节、重技术，这是核心，不能失重。但从学科建设视角看，不少实务类教材往往将实务、理论、历史条分缕析，彼此脱离。这就使得读者的阅读学习容易相对割裂，形成壁垒。本书在凸显实务技能的基础上，恰恰将编辑出版行业发展历史和编辑理论与实务有机结合，成一种“史、论、技”融为一体之态势。这就容易使学生在研读时，能将具体方法产生的历史环境与学科理论形成的来龙去脉整合起来，不仅突出技能要素，而且也能体现论从史出的原则，达到互为参照的效果。例如，第3章和第4章的书号与出版的关系，书号管理的历史脉络，选题备案的相关政策文件，等等，都非常艺术地体现出这一特点。

其四，从核心内容看，本书操作方面的内容系统而丰富。从合同书的内容，到图书整体形态设计，再到内文版式设计，各类应用文写作，等等，都一一涵盖，牢牢把握了核心环节中的核心技术。如果说凯文·凯利预测的趋势是行业发展的结果，那么本书的核心展示的是推动趋势出现的原因和推力。数字出版生产力的发展和转型，都离不开这些最基本而又最重要的操作概念。例如，第5章合同的内容、版权贸易的运用，第9章期刊的整体设计和数字期刊，第11章的图书成本构成与定价，等等。这对于行业新入职人员或者编辑出版专业的学生来说，查阅简捷，归属清晰。不夸张地说，本书可谓是编辑实务书中的一本“小百科”。

其五，本书的可读性也很强。第2章“国际出版业与书刊出版的新特点”、第3章“中国传媒业和书刊出版现状”、第14章“数字出版发展与前景”，写得波澜壮阔，异彩纷呈，使得新中国出版业的壮美瑰丽得以较完美地呈现。在应用文的案例选择上，也体现出作者较深的文学修养，黄遵宪、孙中山、徐志摩、蔡元培的序言，鲁迅、朱自清、叶圣陶的书评，等等，都颇具文采，这弥补了教材类图书中的一块短板。不仅可以提升学生的关注程度，还可以增强对本学科的归属感和使命感。从更高的层面讲，这也是贯彻《关于加强和改进新形势下大中小学教材建设的意见》的最佳体现，从具有中国特色、中国视野、中国气派的资料中选取案例，这是教材编写者坚守文化自信的重要努力。

最后，从学科建设的角度，本书为编辑出版学教学体系的完善，提供了一种“学科融合”的建设路径。期刊的广告经营中融合了广告学理念、应用文写作中融合了新闻史要点、知识产权保护内容中融合了法学思维。在案例选择和背景交代中，本书注重融合国内外两个方面，在国际出版传媒集团的发展回顾中，本书横跨中西，视野开阔。英国的培生集团、美国的威亚康姆集团和华纳集团，还有美国的巴诺书店、鲍德斯书店，等

等，都是标本意义上的研究对象。更为难能可贵的是，本书将传统出版和数字出版的融合特征与可能路径，描述得十分清晰。从传统出版平滑圆润地过渡到数字出版，二者的联系与区别，在第 14 章里予以充分展开。描述清晰，定位准确，行文流畅。

当然，本书在章节设置方面，也有一些可商榷之处。比如，前面几个章节的总体论述可以安排得更合理一些，以便与后面期刊的一些具体编辑环节呼应连贯，有机融合，则相信该书整体脉络会更为清晰，教学阅读的效果会更加精准有效。不过，这些缺陷与这本教材总体相比，自然是瑕不掩瑜，适当修改即可弥补。我衷心地希望这本教材在教学实际中发挥它应有的价值。

是为序。

全国政协委员

中国编辑学会会长 **郝振省**

中国传媒大学编辑出版学专业博导

2017 年 10 月 15 日于北京

目 录

引言 / 1

第 1 章 传媒出版和它的家族成员：书刊 / 3

- 第一节 传统出版：纸介质传媒产生和人的编辑出版活动 / 3
- 第二节 图书是中国具有最悠久历史的传媒 / 5
- 第三节 中国期刊是广纳东西方文化精华、凝聚中华民族特色的传媒 / 11

第 2 章 国际出版业和书刊出版新特点 / 20

- 第一节 国际传媒集团的多种媒介复合结构和跨媒体出版 / 20
- 第二节 国际传媒集团的规模扩张和跨国经营 / 23
- 第三节 国际书刊市场不同流通体系和版权贸易中心 / 27

第 3 章 中国传媒业和书刊出版现状 / 33

- 第一节 中国出版传媒集团的组建 / 33
- 第二节 中国图书期刊出版社的机制创新 / 37
- 第三节 中国图书期刊流通市场的改革开放 / 40
- 第四节 中国版权立法与对外版权贸易 / 44

第 4 章 中国标准书号和图书出版 / 48

- 第一节 中国标准书号与条形码 / 48
- 第二节 申领图书在版编目数据和制作图书版权页 / 52



- 第三节 图书选题策划 / 55
- 第四节 三级审稿责任制度和责任编辑职责 / 63

第5章 图书出版合同与知识产权保护 / 66

- 第一节 《中华人民共和国著作权法》和知识产权的保护 / 66
- 第二节 图书出版合同的主要内容 / 68
- 第三节 版权贸易在图书编辑工作中的运用 / 75

第6章 图书整体形态设计和数字出版新业态 / 77

- 第一节 图书整体形态设计是对图书生命认识的飞跃 / 77
- 第二节 图书整体形态的外部装帧设计 / 80
- 第三节 图书内文版式设计及实施 / 85
- 第四节 数字出版新业态 / 89

第7章 图书的辅文写作 / 92

- 第一节 序跋文体写作 / 93
- 第二节 书评文体写作 / 98

第8章 图书校对和图书质量保障 / 106

- 第一节 现代校对在书刊编辑出版中的职能 / 106
- 第二节 责任校对制度和“三校一读”制度 / 108
- 第三节 加强数字出版工作的校对环节 / 111

第9章 中国期刊的编辑出版 / 114

- 第一节 中国期刊刊号、条形码、出版记录 / 114
- 第二节 中国期刊的国际统一连续出版物条码 / 116
- 第三节 中国期刊定位与品牌打造 / 118



第四节 期刊的整体设计和数字期刊 / 122

第五节 广告期刊 DM / 124

第 10 章 期刊的应用文写作 / 130

第一节 期刊发刊词 / 130

第二节 刊评的写作 / 133

第 11 章 图书的成本利润与期刊的广告经营 / 139

第一节 图书的成本构成与定价方法 / 139

第二节 期刊的广告与经营 / 142

第 12 章 中国图书期刊的印制 / 146

第一节 印刷经营许可制度与书刊委托印刷制度 / 146

第二节 传统印刷要素与种类 / 150

第三节 从传统印刷到数字印刷 / 157

第 13 章 中国图书期刊市场 / 162

第一节 出版物经营许可证和出版物市场管理制度 / 162

第二节 中国图书期刊的国内与国际市场 / 164

第 14 章 数字出版发展与前景 / 170

第一节 我国数字出版由电子出版起步 / 170

第二节 从电子出版到网络出版 / 173

第三节 数字出版现状与广阔前景 / 177

参考书目 / 187

引言

编辑，指各种媒体（以出版物为主）在出版前进行的上游工作环节，包括文字、图像、录音、录像、多媒体生成处理，以及制作审核、校对的一项工序。编辑二字的概念，即从古代收集编连简策而来，以后书写材料变化，沿用未改。《尚书·多士》说“惟殷先人有册有典”，说明早在商代已有人从事该工作。中国的编辑工作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。

随着文化活动和科学技术的发展，编辑工作成为现代出版事业的中心环节。除书籍、报纸、期刊、图画等出版物外。还利用声频、视频、符号、图像等提供知识，传播信息，积累文化，交流思想。因此，编辑工作的内涵扩大了。通常编辑又可分为图书编辑、刊期编辑、报纸编辑、广播编辑、电视编辑及电子出版物编辑等。

编辑一词在现代已发展为多义词，一般又指专业性的工作。如出版社的选题、组稿、审读、加工整理等；非出版机构中，文献资料的整理，编撰工作通报、专业刊物等，也是编辑的工作。有些编辑工作工程浩大，是一项复杂的系统工程，如许多国家编纂的大型百科全书、辞书和著作总集等。

根据1986年3月30日颁布的中国《出版专业人员职务试行条例》的规定，编辑又是一类社会职业身份。编辑职务（含美术编辑）设编审、副编审、编辑、助理编辑4种，其中的编辑为中级职务。其他国家的出版机构中，编辑人员大致分为高级编辑、文字编辑及技术编辑。

出版，《世界版权公约》曾给了出版一个很好定义：“出版是把可供阅读或通过视听可以感知的作品，以有形的形式加以复制，并把复制品向公众传播的行为。”这说明出版的要素是：作品、加工复制、广泛传播，覆盖所有媒介。在传媒产品制作过程中，与编辑上游环节相对应，出版则是下游环节。

21世纪以来，由于传媒手段进步，引发了媒介融合，表现在书籍、报刊、广电、网络之间内容互生，资源共享，终端融合，纸质、音频、视频的属性向多媒体转化。因此，所有传媒产品综合称为出版物。所有出版物都需经过传媒产品的上游工作环节——编辑。



中国高等院校编辑出版学专业教育从 20 世纪 80 年代开始起步, 经过十年来的发展, 在学科建设与课程体系、师资队伍与人才培养、教材建设与出版科研等方面取得了稳定的发展与长足的进步, 为出版行业培养了一大批优秀的高层次复合型人才。中国各高校设立的编辑出版学专业, 侧重点不同, 有的侧重于出版发行学, 有的侧重于编辑学, 有的侧重于编辑出版学, 因此, 中国的编辑出版学课程体系可分为图书出版发行学型、编辑学型、编辑出版学型三类。

本教材根据教育部的精神, 中国编辑出版学专业教育首先应进行专业整合, 对分得太细的本科专业如编辑专业、出版管理专业、印刷专业、图书发行专业等, 按照教育部 1998 年公布的《普通高等教育本科专业目录》中规定的“编辑出版学”专业进行整合, 以便明确教学重心, 培养出宽口径、厚基础、高素质的复合型人才。

本教材明确培养目标, 在科学技术不断发展、经济形势不断变化以及 WTO 规则框架下, 编辑出版学专业的培养目标应该是符合出版物编印发一体化的宽口径要求, 注重培养系统掌握编辑出版理论知识与业务技能, 具备宽广的文化与科学知识, 熟练运用计算机等现代技术手段, 具有创新精神, 能从事编辑、出版、发行业务与管理工作以及教学与科研的高层次复合型人才。因此, 力戒空洞浮泛, 以编辑和出版图书和新闻期刊为重点, 较详尽对业界流程具体解剖、实训, 使学生举一反三, 触类旁通其他出版物传媒产品。

当前, 编辑出版业界正经历着传统出版向数字出版演变。二者共存互生, 研究人员预测未来出版媒介发展的重要趋势是: 传统出版与数字出版的融合, 互联网和移动互联网的融合, 虚拟与现实、线上(电子版加手机)与线下(实体刊物)的融合, 产业链间与渠道、平台与终端、终端与内容的融合将全方位展开。由于当今时代处于传统出版向数字出版演变之际, 故本教材又名“嬗变中的编辑出版实务”。

第 1 章

传媒出版和它的家族成员：书刊

第一节 传统出版：纸介质传媒产生和人的编辑出版活动

传媒，是现代大众传播媒介的简称。从新闻传播学观点看，它包含着两层概念：一是指具有能向社会大众进行大规模传播信息的专业化职能的各种社会组织。如出版社、期刊社、报社、电台、电视台、网站等媒介集团。一是指拥有各自独特传播技术手段、能用之于大众传播活动中的媒介。如图书、期刊、报纸、广播、电视和网络 6 种媒介。

如果从纯粹经济统计学的观点看，目前中国社会国民经济中中国传媒产业细分市场结构为：图书出版、移动媒体、电视、报业、广告公司、网络媒体、期刊、广播、电影、音像制品。每年由中国社会科学文献出版社定期推出的《中国传媒产业发展报告（年度）》，即根据这 10 个细分市场结构收集到的各种数据进行统计和预测的。

在人类历史上，由于生产力和生产关系的进步，传媒的传播技术手段不断丰富和发展，传媒组织机构也不断推陈出新。传媒在不同历史时期呈现出不同的技术特点，也打下不同的社会形态印记。但是至今还尚未看到一种传媒完全替代另一种传媒的现象。这是由于各种传媒有着各自的个性特色和传播优势，因此也就形成了多姿多彩的传媒之林。人们习惯地把图书、期刊、报纸称为纸介质传媒，把广播、电视、电影称为电子传媒，把数字化时代的计算机网络称为网络传媒。本书所要论及的主要是纸介质传媒中的



图书和期刊这两个传媒家族成员，以及在计算机新技术植入后的嬗变状态。

纸成为图书和期刊的载体后，又都与印刷术相关联。公元105年中国人发明了纸，给图书传播提供了良好的载体。公元7世纪上半叶，唐初贞观年间中国人发明了雕版印刷术。11世纪上半叶，北宋庆历年间中国人发明了活字印刷术，从而开创了图书传播的新时代。接着，欧洲人发明了以机械方法驱动的铅活字印刷术、石印技术。纸的广泛使用与印刷术的不断进步，把纸传媒推向传媒家族长子的地位，至今放射着迷人的魅力。

纸介质传媒和任何传媒一样，都离不开人的活动。数千年的图书传播活动中，人类积淀了一系列智力思维的优秀概念，至今沿袭下来，成为传媒学中的思想瑰宝。如“编辑”和“出版”这两个基本概念。

编辑，既是纸传媒传播过程中人的智力活动过程，也是一种职业。它充分体现了在图书生产过程中古代中国人的主观能动性和创造力。它的原义是还在纸介质未出现前，古人把写在或刻在竹板上的文字记载物拿来，按一定的顺序选择排列而成简册。后来纸出现了，生产图书的这一概念仍然没有改变，一直沿袭到今天：编辑是人在一定思想指导下，搜集各种文字材料，将它们汇集在一起，加以鉴别、选择、取舍，进行分类整理、排列组织的过程。

古代中国，孔子删诗书表现了“述而不作”“多闻阙疑”的编辑思想。刘向、刘歆父子编辑整理文化典籍，作《别录》《七略》，创立了古代图书“六分法”分类体系和“叙录”文体图书解题形式，使先秦后流传无序的典籍得以新貌面世，其编撰体例成为后世编辑出版活动的典范。古代中国还有一些专司编辑史书、类书的官职，如翰林院编修等，是皇帝分配给大臣的高贵岗位。二十四史和许多古代大百科全书“类书”，就是由这样一代又一代的官员们编辑而成。宋朝至明清两朝，一些城市书铺书坊兴起，还出现了像冯梦龙、凌蒙初那样的受聘书铺的编辑大家。晚清到民国，近代职业编辑家层出不穷，如梁启超、章太炎、张元济等，都是一时之选。

随着传媒手段的丰富，传媒家族成员增多，编辑工作的内涵日益扩大。除书刊编辑外，细分还有广播编辑、电视编辑，乃至网络编辑等。在社会生活中，编辑也成了多义词。除了以上所说特指图书生产最初过程外，又是图书生产从业者的岗位的称谓。目前在我国新闻出版界，编辑既是图书出版专业人员职务职称序列之一，也是报刊新闻工作人员技术职称序列之一，世俗还把这一概念扩大到社会上非传媒机构的工作范畴，把文献资料整理、文字性处理工作都泛称作编辑。

出版，这一概念也是随着图书这一古老传媒的发展而出现。虽然中国古代金文、石刻、图章、人工抄写典籍，都可算作出版的发轫，但真正意义上的出版，却是伴随印刷术的出现。版，是古人对一种特殊加工的木板的称呼，这种木板上面刻有文字或图形



以供印刷之用。古语“板”通“版”。古人又称用雕版印刷出版图书为“付梓”。梓，即指雕制印书的木板。

出版与印刷术密切相连，是在图书复制过程中形成的概念。出版是人类社会生产力和生产关系发展到一定水平的产物。像图书、期刊这样的出版物，凝聚着人类的思想智慧和科学技术的发明创造，成为代表社会文明水平的标识，是毫无疑问的。随着社会进步，出版概念不断延伸。目前学界认为：现代出版是通过可以大量进行内容复制的媒体实现信息传播的一种活动，它包括复制和发行。出版，是采用纸介质或其他不同介质来为公众复制和传播先进文化的传媒行业或手段。在《中华人民共和国著作权法》中，“出版”成为一个法律术语，特指作品编辑加工后，经过复制向公众发行。

此外，出版在我国传媒领域还有一个法规概念含义：指出版物有可重复使用性。广播、电视等传媒传播了声音图像，但对受众来说，具有不可重复性。所以从严格意义上讲，广播、电视等传媒似乎还不能归入出版范畴。但是，近年来网络传播融合了图文声像各媒体功能，集数字化管理与数字化内容于一身，还把触角伸入传统印刷领域之中。因之产生了“网络出版”或“数字出版”的新称谓，此种极大的涵盖面，实际上是一种“大出版产业”的观念。这又一次说明在新的历史时期，出版这一概念又在延伸和扩大。《世界版权公约》对“出版”概念的界定即说明了这一点。

编辑出版，在中国图书业界有着悠久的历史。孕育和诞生过多优秀编辑家和出版家，并涌现出一批编辑出版学专著。中国期刊出版形成规模虽然时间较短，却是近代进步文化的主流，社会主义现代文化产生的源头。中华人民共和国成立以来，中国政府对图书、期刊出版工作十分重视，形成了行之有效的管理制度，编辑出版工作也形成了一整套科学有序的优良传统。改革开放以来，中国图书、期刊业经过40多年巨大变革，正以创新的体制走向世界。如今人们已经普遍认识到，在现代传媒的图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、互联网出版物等出版过程中，编辑出版是一项按一定方针收集信息、策划选题、审读和加工作品，进行复制并向公众传播为基本内容的工作。在中国，编辑出版这一职业备受社会尊重。

第二节 图书是中国具有最悠久历史的传媒

图书，是图和书的综合名称。在中国是最古老而现代的传媒，也是中国的国粹。在中国有文字以后的整个传媒史，可以说占主导地位的是图书出版史。如今众多保存完



好、传久不衰的浓缩数千年中华古代文明的典籍，便是最好的说明。因此在中国传媒家族中，图书，应该是历史最悠久的家族成员，堪称传媒家族“排行老大”。

现代图书实际上主要指附着在纸介质之上的图形和文字的出版物。图书的概念包含如下内涵：用图形和文字表达的、有原创内容的、公之于世的达到一定数量的复制品。未经出版的手稿不算图书。同时它应有相当长度的信息或相当大的内容容量。联合国教科文组织规定，一本除封面外，篇幅不低于49页、非定期印刷的出版物才算图书。此外，它还要具有突出人的视觉感官功能感受，又有不受时间空间的限制、能保持相当久长的特点。由于它附着在以纸介质为主或其他携带轻便的载体上，有着便于保存、收藏之功效。

学术界有的专家认为：最早的具有图书意义的是《河图》《洛书》，也许“图”“书”的称谓即从此处缩写而来。中华古代早期典籍《尚书》《论语》《周易》《管子》中均有关于河图洛书的记载，但具体是什么模样，是图是书，谁也说不清楚。只是笼统地讲《河图》9篇、《洛书》6篇。其出现也十分神秘，或传伏羲氏时，有龙马从黄河跃出，背有河图；神龟在洛水显现，负有洛书。伏羲依此画成八卦，后来成为周易的范本。或传黄帝东巡，看见过神龟背上的洛书。又说大禹治水时，上天赐给他《洪范九畴》，即为《洛书》。

从以上诸说可以看到，《河图》《洛书》是中华古代先民最早对人类生命自身和宇宙环境的关系之探求与思考。如果《河图》《洛书》与伏羲氏始创八卦有关，是周易的渊源，那么《河图》《洛书》的内容即是中华古代先民对宇宙阴阳消长契合、天人合一和谐世界的追求。如果《河图》《洛书》与《洪范九畴》有关，或就是《洪范九畴》之类的典籍，那么《河图》《洛书》的内容即中华古代先民在大禹领导下，突出疏导，治理洪水泛滥，追求人与环境友好型社会的体验记录。

一直到了宋代，曾在陕西华山长期隐居的道家学者陈抟创“黑白点子”说图画，自称绘出了《河图》《洛书》的模样（见图1-1）。

他用白点代表阳，黑点代表阴，认为“河图生天干，其数55，由1至10，55点构成一图；洛书生地支，其数45，由1至9，45点构成一图”。从而使人们第一次看到了陈抟版本的河图洛书。朱熹曾据此作《易本义图》，对陈抟的“黑白点子”说极力推

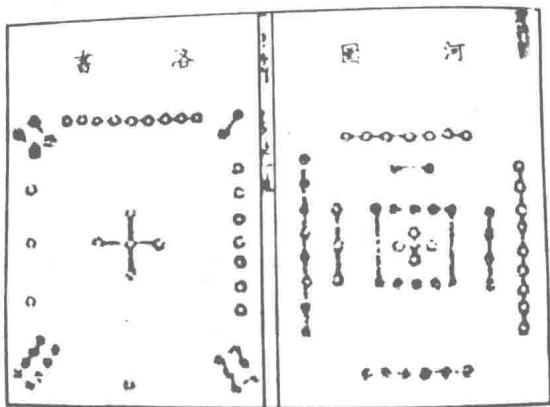


图1-1 道家学者陈抟创“黑白点子”说，诠释并绘出《河图》《洛书》，传说中国图书始祖，又蕴藏二进制计算机哲学思想

崇，理学家周敦颐、邵雍都对此学说风从影随。后人称陈抟已深入中华传统文化的渊源和堂奥。

在中国图书出版史上，虽然《河图》《洛书》的实物形态扑朔迷离，难于考究，但第一位图书大编辑家孔子却名实俱在。孔子的编辑思想也成为古代图书出版的圭臬。

孔子编辑整理的《易》《诗》《书》《礼》《乐》《春秋》，被后世尊称为“六经”流传两千五百多年，成为中国古代知识分子必读的教科书，对塑造中国民族文化性格起到了深远的影响作用。

图书，作为中国古老传媒，在三千余年的发展过程中，既深远地影响了世界文明，同时又不断吸收世界文化先进元素，从内容和形式表现了自身的民主特色和民族特色。唯其民主，所以汇入人类思想进步潮流。唯其民族，所以呈现出强烈的世界特色。

数千年的中国图书内容，具有人类思想意识形态的多元性特征，当然在不同历史时期也突出表现了统治者主流思想烙印。春秋战国时第一次思想解放，诸子学说蜂起，百家争鸣，异彩纷呈。秦统一中国突出法家思想。汉从尊崇黄老哲学到定儒学于一尊。东汉时佛教传入，佛经大量印行，对中国书籍出版影响甚大。魏晋时第二次思想解放，各种思潮风起，儒、释、道三种思想并存兼容，特别是文学艺术领域中诸如绘画、书法、文论等独立出来，推动了中国图书编辑出版繁荣。唐王朝使中国进入封建社会极盛时期，充满自信的开放和包容，吸收大量异域文化。雕版印刷术的发明，又使中国图书编辑出版和中华文化传播影响到世界文明。从宋元到明清，虽经王朝政权更替，但由于活字印刷术的不断进步，全国形成许多诸如书院之类的学术思想中心、民间刻书中心以及图书流通中心，书籍品类繁多，各种学说并存。

在古代中国，封建统治者文字狱、禁书令不断，但风头一过，图书出版繁荣情况依然。仅举清乾隆帝时代为例，一方面下令全国各省访求历代遗书典籍，开设《四库全书》编辑馆广收图书；另一方面同时打着“采集遗书”的幌子，消灭异己文化毁禁图书。据学者统计，从乾隆三十七年到四十七年（1772—1782年）《四库全书》编成，书稿来源仅浙江一省采集遗书4523种，56955卷，不分卷的2092册。但从乾隆四十三年到四十五年（1778—1780年）全国收缴禁书24次，538种，13862部，仅浙江一省毁禁图书1.3万多部。这一情况从反面说明，中华图书从来呈思想多样性的特征。尽管统治者曾采取多种办法施压，但文化多样性并未被泯灭。

数千年的中国图书内容，逐渐从皇族权力圈子向民众化世俗化发展，民主意识逐渐增强。图书，统治者一开始就有“民本”思想的闪现，也有最高统治者到诸侯国地方“采风”之举的记录，但文化的主体部分实际为皇帝和皇族权力圈子所独享垄断，或成为统治者树碑立传的部分，或成为牢笼知识分子和奴化臣民的工具。随着图书编辑出版技术手段进步，载体不断轻便，消费成本降低，传播范围由皇家士大夫上层渐扩大到民



间，内容与形式都起了世俗化的进程。编辑出版的理念也因之变迁，隋唐以前多刊皇家典籍，史书不过是帝王的家世谱牒而已，收藏也要金匱石室秘不示人。宋元时科技农书渐多，话本曲艺文化消费初现端倪。明清以后通俗小说、戏剧文学、连环画本、应试小册子《兔园策》、历书、种树等生活类实用图书大行其道充斥民间。市民阶层兴起，资本主义经济萌芽，反封建民主意识也越来越浓厚。民主意识渐趋扩大，又推动图书知识向民间流布扩大，民间文人写书立说，民主性意愿逐渐张扬。像李贽《藏书》《焚书》一类反封建叛逆图书出现，使许多图书不再是皇族权力圈子的专利品，而是封建王朝的对立物了。到了晚清历史转折关头，中国图书的民主光焰更加炽亮。严复《天演论》、谭嗣同《仁学》、邹容《革命军》等，鼓荡着思想解放浪潮，推动了中国一次次变革。

中国图书出版史上还有两个特点，一个特点是随着纸的发明、印刷术出现，书的外观形态不断向便于携带、便于保存、便于阅读、便于收藏方向发展，展现了中华图书浓郁民族特色与民族个性。这个特点大致经历五个阶段：

第一阶段，汉朝，纸发明后，到唐朝之前，图书形态行卷轴装。后佛经传入，受贝叶经册影响，取册页装、经折装，又受经折装的启发改良，取旋风装、鱼（龙）鳞装。

第二阶段，宋、明朝由蝴蝶装、包背装到线装，把中国图书装帧民族性基本确定了下来。蝴蝶装是一次装帧变革，使图书改变了卷轴书排架制度。

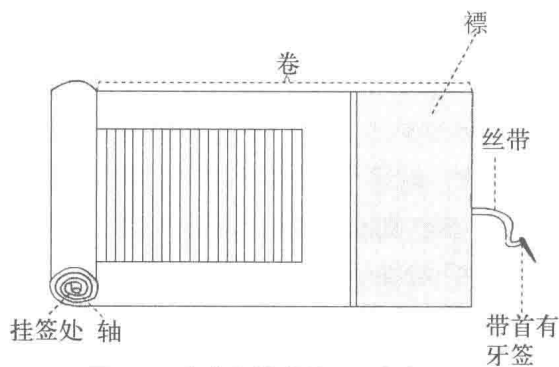


图1-2 古典卷轴装的页面各部分

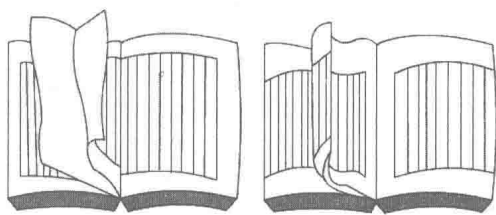


图1-3 蝴蝶与包背的书页翻阅区别

第三阶段，到了光绪末年，随着国外石印、铅印技术传入，线装书的书衣吸收外国图书样式，舍去书名签条，改排铅字或书法题名。进入20世纪初，书的封面开始出现装饰花边的框线，封面纸也变换颜色。辛亥革命前，中国赴日本留学生增多，编书办刊成为风尚。由于受日本平装图书影响，摈弃中国传统线装装帧图书形态，改为平装形态，书的封面、封底也仿照东洋书印有各种图文装饰。

第四阶段，“五四”新文化运动输入的现代西方书装帧艺术，使国人对书籍审美观大为改变。书籍整体设计意识明显增强，封面、封底、书脊、勒口、环衬、扉页、目