

Contemporary Publication Studies Series

现代出版专业英语教程

王清 主编



◆ 苏州大学出版社



现代出版专业英语教程

An English Course in
Contemporary Publishing

王 清 ◎ 主 编

叶 新 施勇勤 ◎ 副主编

◆ 苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代出版专业英语教程/王清主编. —苏州: 苏州大学出版社, 2007. 9

(现代出版学丛书; 3)

ISBN 978-7-81090-906-8

I. 现… II. 王… III. 出版工作-英语-教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 137465 号



现代出版学丛书

Contemporary Publication Studies Series

总 策 划

吴培华

现代出版专业英语教程

主 编

王 清

责任编辑

李寿春

出版发行

苏州大学出版社

(苏州市干将东路 200 号 邮编 215021)

印 刷

丹阳市教育印刷厂

(丹阳市西门外 邮编 212300)

开本 787mm×960mm 1/16

印张 16.25 字数 275 千

版次 2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—5 000

书号 ISBN 978-7-81090-906-8

定价 24.00 元



Contemporary Publication Studies Series

第一辑

现代出版产业发展论
现代出版学
现代印刷技术概论
现代图书编辑学概论
现代书业企业管理学
现代图书营销学
中国编辑出版史

第二辑

现代书评学
现代校对学概论
版权贸易新论
出版法规及其应用
现代出版选题学引论
图书营销案例点评

第三辑

现代图书编辑实务教程
海外出版业概述
现代出版经济学
著作权法概论
现代出版信息检索
现代出版专业英语教程
现代编辑汉字识读用辨析
现代新闻出版编校实用手册
现代出版英汉词汇手册

Contemporary Publication Studies Series



出版者的话



Editor's words

为了适应出版产业培养复合型人才的需要,为了促进出版这一与时俱进、以创新为灵魂的内容产业的发展,也出于编辑出版学科建设的需要,我们于2004年推出了现代出版学丛书第一辑(七种),2005年推出了第二辑(六种),引起了业内强烈的反响,获得了广泛的好评,在此基础上,我们又策划了第三辑(七种)。我们对于本套丛书的设想是立足于创新,尽可能地吸收中国出版业发展的最新内容,改革的动态、技术的革新、政策的变化、发展的趋势都将纳入我们的视野。我们对于作者的选定侧重在那些长期关注中国出版业发展的教育工作者和理论研究者,他们中有担任过领导工作又长期从事出版理论研究的专家,有在编辑出版教育第一线耕耘不止的园丁,有在编辑出版管理部门从事实际工作的理论工作者,虽然他们分布在全国各地,从事的工作不同,但是都有一个共同点,就是都在为繁荣中国的出版事业而努力,他们的工作异常繁忙。

然而,正是因为创新的立足点和作者选定的侧重点,决定了本套丛书也许会出现很多缺憾。我们将在广泛收集反馈信息的基础上,选择适当的时机及时对本丛书进行修订。因此,我们真诚地希望广大读者、教育工作者和理论研究者出于对本丛书的爱护,对其中的不足之处和疏漏讹误,不吝赐教。我们虚心期待着大家的意见、建议,甚至是严厉的批评,因为我们对中国出版业的拳拳之心是共同的。

总序



Preface

书

籍,是人类传承文明的主要载体;近代兴起了报纸和杂志,于是文明传承又多了一种工具和媒介,从而新闻与出版并称。但是二者在传承文明过程中所起的作用和各自的特点有所不同。报纸杂志的时效性强、内容多样;书籍则传世久远、影响深远。二者相济,既及时反映了即时发生的情况,又引导人们思考过去、现在和未来,于是人类的文明得以播散和流传。

任何国家的新闻出版事业都是为自己国家的利益服务的,绝无功利的新闻出版事业从来不存在。过去,我国的新闻出版事业只注重了它的宣传作用,而忽略了它还有商品性的一面。这是计划经济导致的必然结果。改革开放以后,人们很快意识到了出版事业的二重性:意识形态属性和商品属性。我国的新闻出版业,一方面要发挥党和人民喉舌的作用,另一方面也要按照社会主义市场经济的规律去建设、发展、生产和流通,这两种属性是并行不悖、相辅相成的。只有按照市场经济的规律去建设、发展、生产和流通,才能更好地宣传科学的理论、正确的思想,弘扬正气,凝聚人心;也只有坚持正确的导向,乘市场经济的浪潮发展,才不致于迷乱了本性,才能为最广大人民的根本利益服务,才能在世界范围内形成自己的特色,参与国际出版业的激烈竞争。

无论是哪个国家的出版业,也无论从我国出版事业的哪一方面的属性来说,要使这一事业发展壮大,人才都是关键。特别是我国的出版事业正处在由传统的生产方式向现代生产方式转变的过程当中,人才的问题更加显得重要而急迫。

现代的出版业需求怎样的人才呢?我想,这样的人才除了应该熟悉现代新

闻出版的经营方式方法之外,还需要有较高的理论素养、创新的意识和能力。后者也许比前者更为重要,因为经营的方式方法可以在实践中摸索、总结,而理论修养和创新能力却需要较长时间的积累和一定的悟性,需要良好的环境和条件的熏陶与培育。

如果以上述的标准衡量,应该承认,我国新闻出版界的人才结构和知识结构的确急需改善。同时我们应该看到,我国出版教育事业要承担起培养新型出版人才的历史重任,还有很多工作要做,还有很长的路要走。在诸多应该做的工作当中,编写出版具有理论深度的著作和具有时代特色的教材是其中最重要的基础性建设。

目前比较系统的一套出版学丛书还是十年前编写的。出版事业和社会生活几乎是同步前进的,在“知识爆炸”的今天,出版事业的发展可谓一日千里,也只是一日千里才能跟上时代。永远向前看,这是出版业的重要特征。因此,原有的读物显然已经不能完全满足当前的需要。现在出版的这套由我国新闻出版界一批著名专家策划并编写的《现代出版学丛书》,就是为了跟上出版业改革发展的形势,根据他们在这—领域中多年积累的经验、最新的发展动态、研究的最新成果和对未来的深刻思考编写而成的,供正在出版事业前沿努力奋斗的专业人员和有志于投身这一事业的年轻人学习之用。

参加策划和编写的专家,都在出版业的各个方面工作过多年,有的担任过出版业领导工作并长期从事出版理论研究,有的在出版教育领域耕耘时久,有的一直在出版部门从事实际工作。他们虽然分布在全国各地,专业也不尽相同,但是有着一个共同的特点,这就是始终紧跟时代的脚步,密切关注着国际上出版界的动态,苦苦思考着我国的出版业如何适应 21 世纪中国和世界的情况。

任何著作都不可能十全十美,因为就在作者研究、写作的时候,客观情况已经在变化了;再加上每个人占有的资料很难滴水不漏,观察的角度彼此或异,如果读者发现这套丛书还有什么不足和可议之处,我看应属正常。我们总不能等到一切都研究得完美了再来编写——实际上永远不会有这样一天,重要的是做起来,教起来,学起来。

我衷心希望这套丛书尽快出齐,在听取读者的意见后不断修改提高,使之成为具有权威性的读物和教材;我同时希望我国的出版教育界以这套丛书的出版为新的起点,加强科学研究,逐步形成和完善具有中国特色的出版理论体系,

使我国的出版事业不仅在数量和质量方面达到与我国的国际地位相应的水平，出色地承担起传承人类文明的重任，而且在理论建树和人才储备方面也能令世界刮目相看。

许嘉璐

于日读一卷书屋

前言



目下,随着中国出版产业的发展与壮大,中国出版高等教育亦呈蓬勃
发展之势:130所高校设置了本专科层次的编辑出版印刷相关专业;
29个出版学方向的硕士学位授予点;7所高校设立了编辑学、出版学、
发行学博士学位授予点。与此同时,业界也相当重视出版高等教育。在
2007年的全国政协十届五次会议期间,桂晓风等12名委员联名提出议案,建议
将“编辑学”或“编辑出版学”列入研究生学科专业目录,并定为一级学科。

为适应实际教学需求,诸多出版专业教材纷纷面世。然而,不无遗憾的是,
迄今尚无一本出版专业英语教材。各高等院校开设的出版专业英语课程的教学
资料,一般是任课教师随机选择的一些英文专业文献,系统化难以保证,于教
于学均有不便。可以说,本教材的编写与出版将解决上述缺憾,也填补了中国
出版高等教育学科建设的一个空白。

与其他学科的专业英语教材不同的是,编写本教材的指导思想是“以外语
学专业”而不是“以专业学外语”,即更多地关注专业英语知识点而非普通英语
知识点,尽可能地增加专业英语的信息量。

本教材的编写体例较好地贯彻了这一指导思想。主体部分共分12个单
元,所涉内容基本上囊括了出版工作的各个环节。附录(Appendix: Online Re-
sources on Publishing)则是为了方便读者扩大专业英语文献阅读面而特别增加
的。每个单元包括课前讨论(Before You Begin)、英语课文、专业词汇与表达
(Professional Words & Expressions)、背景知识(Background)及课后练习(Exerci-
ses)。其中,“课前讨论”是检验学生在开始学习之前,对相关单元所涉主题的
了解程度及英语运用能力;“背景知识”则提供理解课文中所出现的专有词汇、
事件、人物、机构等的背景知识;“课后练习”则是针对课文所涉专业英语知识
点的训练。

本教材是集体劳动与智慧的结晶。编者是武汉大学、上海理工大学、北京印刷学院等长期从事出版研究或专业英语课程教学的教师。其中,叶新、王艳(北京印刷学院)负责编写第二、三、七、八单元;施勇勤(上海理工大学)负责编写第六单元;季峰(上海理工大学)负责编写第十、十一单元;王清、杨婷(武汉大学)负责编写第四、五、十二单元;作为本教材主编,王清负责编写第一、九单元以及第六单元的初稿,并最后对所有单元进行统稿和修改。

本教材编者要特别感谢作为课文资料的作者们,没有他们“巨人肩膀”的扶助,我们将面临“无米之炊”、“无源之水”的尴尬之境。感谢美国佩思大学出版系兼职教授练小川先生,他对本教材的大纲提出了宝贵的审定意见。

同时,本教材编者要感谢苏州大学出版社领导及本教材责任编辑李寿春女士。没有苏州大学出版社领导的洞见,这本全国第一本出版专业英语教材根本无法进入选题立项;没有李寿春女士在主题策划、大纲审定、编写体例、人员协调、编辑加工等方面自始至终的参与,本教材顺利问世也是难以想象的。由于编者水平有限,加上编写期间因承担繁重的教学工作而时有旁骛,本教材错误、疏漏之处在所难免,敬请学界大方和广大读者不吝批评、指正。

王 清

2007年4月15日于珞珈山麓



Contents

目录

Unit 1 Introduction: a Panorama of Publishing

Section I Selective Readings	(1)
Text A Publishing: an Intellectual and Cultural Endeavor or a Business Enterprise?	(1)
Text B Publishing and the Intellectual System	(3)
Text C Book Publishing Industry Theories and the Publishing Cycle	(7)
Professional Words & Expressions	(12)
Background	(13)
Section II Exercises	(15)

Unit 2 Publishing History

Section I Selective Readings	(19)
Text A The History of International Book Publishing(I)	(19)
Text B The History of International Book Publishing(II)	(24)
Text C The History of International Book Publishing(III)	(29)
Professional Words & Expressions	(31)
Background	(34)
Section II Exercises	(37)

Unit 3 Publishing Management

Section I Selective Readings	(41)
Text A Typical Organizational Chart and Managerial Responsibilities	(41)
Text B Five Important Managerial Documents Samples	(47)
Text C Magazine Management—Who Is Running the Show?	(53)
Professional Words & Expressions	(59)
Background	(61)
Section II Exercises	(63)

Unit 4 Editor and Editing

Section I Selective Readings	(66)
Text A Editorial Function within Publishing Houses	(66)
Text B What Copy-editing Is	(71)
Text C Editing Pages within a Site	(74)
Professional Words & Expressions	(79)
Background	(80)
Section II Exercises	(81)

Unit 5 Publication Design

Section I Selective Readings	(84)
Text A Book Design	(84)
Text B The Book Designer's Approach	(87)
Text C Magazine Layout	(90)
Professional Words & Expressions	(94)
Background	(97)
Section II Exercises	(100)

Unit 6 Printing & Binding

Section I Selective Readings	(102)
Text A Book Production Processes	(102)
Text B Plates and Printing	(106)
Text C Book Binding	(108)
Professional Words & Expressions	(113)
Background	(116)
Section II Exercises	(117)

Unit 7 Distribution & Marketing

Section I Selective Readings	(122)
Text A How Publishers Market	(122)
Text B Book Trade and Its Main Players	(127)
Text C Sales Meeting	(131)
Professional Words & Expressions	(136)
Background	(137)
Section II Exercises	(139)

Unit 8 Magazine Publishing

Section I Selective Readings	(142)
Text A Magazines and the Media Mix	(142)
Text B Magazine Types	(146)
Text C Why Advertisers Choose Magazines	(151)
Professional Words & Expressions	(155)
Background	(156)
Section II Exercises	(159)

Unit 9 Publishing Law

Section I Selective Readings	(161)
Text A Press Law	(161)
Text B Trade Marks and Passing off	(168)
Text C Restraint of Obscene Expression	(171)
Professional Words & Expressions	(177)
Background	(179)
Section II Exercises	(182)

Unit 10 Publishing Contract & Copyright Licensing

Section I Selective Readings	(186)
Text A Author-Publisher Contracts	(186)
Text B Copyright Licensing	(189)
Text C Subsidiary Rights; Much More than a Book	(192)
Professional Words & Expressions	(195)
Background	(196)
Section II Exercises	(199)

Unit 11 New Publishing Technology & Online Publishing

Section I Selective Readings	(202)
Text A Digital Publishing Is both a Given and a Goal	(202)
Text B Electronic Books in General	(205)
Text C Introduction to Content Management	(208)
Professional Words & Expressions	(212)
Background	(213)
Section II Exercises	(216)

Unit 12 Publishing Education

Section I Selective Readings	(220)
Text A Education for Publishing	(220)
Text B An Overview of the Development of Education for Publishing Programs in the US	(227)
Text C Publishing Training and Development	(233)
Professional Words & Expressions	(236)
Background	(237)
Section II Exercises	(237)
 Appendix: Online Resources on Publishing	 (240)

Unit

1

Introduction: a Panorama⁽¹⁾ of Publishing

Before You Begin

Please talk about the first mission of Chinese publishing houses prescribed in Article 4 of the *Publishing Management Regulation* with your partner.

Section I Selective Readings



Text A

Publishing: an Intellectual and Cultural Endeavor or a Business Enterprise?

A review of the published literature on the US **book industry** reveals an intriguing⁽²⁾ dichotomy⁽³⁾. Is book publishing solely an intellectual and cultural endeavor⁽⁴⁾? Or is it a business enterprise? This debate has splintered⁽⁵⁾ the U.S. book community ever since the first book appeared

[1] panorama[ˈpænəˈrɑ:mə] 概述

[2] intriguing[ɪnˈtrɪ:ɡɪŋ] 引起好奇心(或兴趣的);有迷惑力的

[3] dichotomy[daɪˈkɒtəmi] 一分为二,二分法

[4] endeavor[ɪnˈdevə(r)] 努力,尽力

[5] splinter[ˈsplɪntə(r)] 分裂出来,组成小派别