

BIANJIXUE  
GAILUN

·尤红斌 著

# 编辑学概论

百家出版社



## 序

燕 平

在我国，最早出现“编辑学”这个学科名词，大概是在1956年。当时的中国人民大学新闻系，曾翻译过一本苏联学者K.H. 倍林斯基编的《书刊编辑学教学大纲》，但是，此书并未引起我国出版、编辑界的重视和注意。

编辑学作为一门新兴的学科提到研究日程上来，却是80年代初的事。当时，有一批长期从事出版、编辑工作的资深编辑、学者开始撰写了一些文章，提出编辑工作也是一门科学，建议开展编辑学的研究。起始，有少数人，其中包括一些长期从事编辑实践的资深老编辑，受旧的思想约束，持怀疑态度，认为“编辑无学”，但毕竟时代不同了，随着我国建设的蓬勃发展，随着社会主义物质文明和精神文明的需要，随着社会主义出版事业的迅猛发展，编辑学研究犹如雨后春笋，不仅在出版界广泛兴起，而且在学术界、教育界也引起浓厚的兴趣。在短短十多年时间内，先后建立了相应的研究机构，创办了专门发表编辑学论文的专业刊物，并陆续出版了一批专著，这是十分可喜的现象。现在，“编辑无学”的怪论，不再听到了。随着编辑学研究的深入发展，编辑的社会地位得到了应有的提高，编辑工作的重要意义和社会作用，获得了社会各界的共识。

几乎是在开创编辑学研究的同时，这门新兴的学科也开始步入了高等学府的殿堂。1982年，胡乔木同志在一次谈话中提出，要在北京大学和复旦大学试办编辑专业。遵照胡乔木同志的指示，教育部会同文化部出版局召开了座谈会，专门作了讨论，并将讨论的意见向胡乔木同志作了报告，并于1984年7月23日，由教育部向胡乔木同志写了一份《关于筹办编辑专业的报告》，两天以后，即7月25日，胡乔木同志立即复信给教育部，表示了同意，力促编辑专业早日诞生，并提出了一些具体的建议和设想。这就是编辑学研究从兴起并进入高等学府开展教育的大体过程。

上海大学文学院的前身即复旦大学分校，早在1982年下半年，为了使毕业生适应社会需要，满足出版部门的人才需要，开设了文艺编辑学、编辑学概论等选修课，为即将踏上社会的本科毕业生，传授了编辑工作的基本理论和专业知识，之后，在胡乔木同志和教育部决定试办编辑专业的倡导下，试办了编辑专门化、编辑专业。十多年来，在中文系的课程设置上，坚持以“编辑学概论”作为学生的重点选修课。从1979级开始，历届毕业生中，都有一些学过编辑专业知识的同学跨入上海各出版社和杂志编辑部的大门，受到了这些部门领导的欢迎。如今，许多同学成了这些部门的中坚骨干，能够独当一面，部分同志还被提到主要的领导岗位，担当主编、总编的重任。

在高等学校开设编辑专业课程，这在中国教育史上是个创举，具有深远的历史意义。对编辑人才的培养，按传统的做法是采用师傅带徒弟的手工业培养方式，即在老编辑的带领下边干边学，通过一篇稿子、一本杂志、一部书的编辑，逐步掌握编辑过程各个环节的操作知识，积累编辑专业的经验。这

种手工业培养方式自有其优点，一些知识渊博、经验丰富的老编辑，通过他们的言传身教，使年轻编辑不仅获得编辑的业务知识，还学到不少为人处事的社会经验和高尚的情操、品德。我们一些著名的编辑前辈如鲁迅、茅盾、叶圣陶、巴金、邹韬奋等就曾经培养、影响了许多编辑家。但是，在当今出版事业迅猛发展，社会需要大批编辑人才之际，这种培养模式的缺点显露了。首先是培养的速度慢、效率低，一个老编辑只能带领一两个年轻编辑，而且需要若干年之后才能逐步成才，这显然不能适应出版事业飞速发展的客观需要；其次是老编辑所传的业务知识，主要限于个人的编辑经验，很少传授系统的编辑理论，而且并无严格的考核制度。这些问题，在高校的编辑教育中就迎刃而解了。

本书的作者，既是编辑工作者又是教育工作者。他在从事《上海大学学报》编辑工作的同时，坚持为上海大学文学院开设《编辑学概论》这一门课程。编辑工作的实践使他积累了较多的编辑专业知识和经验，而编辑教学又迫使他进行编辑学的研究，并阅读大量的编辑出版专著、论文及编辑史。这种集编辑、科研、教学于一身的工作者，其优势是不言而喻的。比之一般的编辑工作者，他具有较系统的理论功底，而作为一个编辑专业的教学者，他有了编辑的实践经验。因之，可以说，《编辑学概论》一书，是作者编辑实践、编辑教学和编辑学研究三者结合的产物。细读本书，同已经出版的一些编辑学研究的专著，有一些明显的特色。

其一，作为高等学校的教材，它的对象是高校学生，也是准备进入编辑出版部门的人才。作者的写作目标明确，因此在内容上，一方面对编辑学的基本原理，如编辑学的对象、性质、编辑工作的起源和发展，编辑的时代使命和社会责任，编辑工

作者的修养等等,在理论上加以阐述;另一方面,对编辑实践和编辑过程,如编辑选题的制订,编辑的组稿,审稿标准的掌握,书稿加工整理对提高出版物质量的重要意义以及校对、发排等一系列问题,既作原则性的理论指导,又有生动的实例介绍。这就使未出校门之前的学生,在获得编辑理论的同时,又了解并初步掌握了编辑的业务知识和操作技能,为他们将来踏上编辑工作岗位之后,尽快缩短适应期,独立开展工作,打下了基础。

其二,本书在写作过程中,正值我国编辑学研究由兴起而向纵深发展。许多学者和行家,发表、出版了不少论文和专著。由于编辑学是一门新兴的学科,在开创阶段很自然会出现各种不同的观点和认识。对此,本书作者有选择地综合了一些代表性的论点(包括国外学者的观点和有关资料),提供给读者借鉴、思考、比较,但作者并不停留在纯客观的介绍上,而是在博采众长的基础上,提出自己鲜明的观点和见解。作为一个研究者,回避、拒绝、轻视前人和同辈的研究成果,闭目塞听,或者只是摘抄别人现成的结论,不加分析,全盘接受,坐享其成,都是不足取的,可贵的是要作出自己的判断。

其三,任何一门学科的研究,都有一个方法问题,方法对头,就可以少走弯路,事半功倍,编辑学研究也不例外。本书作者,除了按传统的方法对编辑学进行研究外,还善于运用近几十年间兴起的一些科学研究方法。在本书中,作者根据研究的需要,采用了系统论、比较与分类以及决策思维等方法 and 手段,繁简不一,应用得当。这在编辑学研究的论著中还不多见。

自然,编辑学研究从总体上说还处在发展阶段,无论是编辑理论的研究和编辑实践的经验总结,都需要进一步深入发

展。一本10多万字的教科书，不可能对所有问题都作详尽的阐述，有些见解也只能作为一家之言，不周之处，在所难免。此外，在材料的取舍、文字的修饰、书的结构体系等诸方面，都要在编辑学研究的进一步发展中，不断加以推敲、充实和调整的。

本人与本书作者，在编辑学教学和编辑工作上共事多年，深知作者学习勤奋，教学认真，对科研有着锲而不舍的精神，为写成此书，付出了数年心血。我愿把本书慎重地推荐给读者，并为在编辑学研究的百花园中增添一枝花朵而表示高兴和祝贺。

1995.9.28 于上海

# 目 录

## 第一章 绪论

### 第一节 编辑学是一门新兴的学科 .....(1)

一、编辑有没有学问 .....(2)

二、编辑学的崛起 .....(4)

### 第二节 编辑学的性质 .....(6)

一、编辑学是一门横断学科 .....(7)

二、编辑学具有很强的应用性 .....(8)

### 第三节 编辑学的研究对象 .....(8)

一、编辑工作的基本原理 .....(8)

二、编辑人员的职业素养 .....(9)

三、编辑流程的优化组合 .....(9)

四、编辑活动的科学管理 .....(9)

五、编辑交往的社会关系 .....(9)

六、编辑史 .....(9)

七、外国的编辑经验 .....(10)

### 第四节 编辑学的研究方法 .....(11)

一、辩证的方法 .....(12)

二、系统的方法 .....(13)

三、借鉴的方法 .....(15)

### 第五节 研究编辑学的意义 .....(16)

一、指导实践 .....(17)

二、培养人才 .....(17)

三、改善管理 .....(19)

四、提高效率 .....(20)

## 第二章 编辑的概念和历史

### 第一节 编辑的定义 .....(22)

一、“编辑”的古义.....(22)

二、广义与狭义.....(24)

三、辞书的解释.....(24)

四、近年的讨论.....(29)

五、定义与别称.....(31)

### 第二节 编辑的历史 .....(33)

一、最早的文字与文字编辑.....(33)

二、最初的书籍与书籍编辑.....(35)

三、第一个大编辑家——孔子.....(38)

四、编辑工作的发展.....(39)

## 第三章 编辑的特性和分类

### 第一节 编辑的特性 .....(43)

一、中介性.....(44)

二、综合性.....(46)

三、创造性.....(49)

### 第二节 编辑的分类 .....(54)

一、分类的目的.....(54)

二、分类的标准.....(56)

三、分类的层次.....(60)

## 第四章 编辑的作用和任务

### 第一节 编辑的社会作用 .....(62)

一、组织作用:微观、宏观.....(62)

二、桥梁作用:双向、交叉.....(63)

三、把关作用:阻塞、开导.....(65)

四、催化作用:加速、增值.....(69)

五、育人作用:发掘、培养.....(71)



第二节 编辑的时代使命 .....	(74)
一、根本方针 .....	(74)
二、主要任务 .....	(76)
<b>第五章 编辑的地位和素质</b> .....	
第一节 编辑的地位 .....	(80)
一、“杂家”和专家 .....	(80)
二、“无名英雄” .....	(83)
第二节 编辑的特殊要求 .....	(84)
一、博学多识 .....	(84)
二、专业知识 .....	(87)
三、活动能力 .....	(89)
四、中文修养 .....	(91)
五、外语基础 .....	(95)
六、编辑业务 .....	(96)
第三节 编辑的超前意识 .....	(98)
一、超前意识的原料——信息 .....	(99)
二、超前意识的外化——预测 .....	(101)
三、超前意识的内核——创新 .....	(104)
<b>第六章 编辑的机构和管理</b> .....	
第一节 我国编辑机构的现状 .....	(107)
一、报社的编辑机构 .....	(107)
二、期刊的编辑机构 .....	(108)
三、出版社的编辑机构 .....	(109)
四、通讯社的编辑机构 .....	(110)
五、广播电台、电视台的编辑机构 .....	(110)
六、电影、音像、光盘的编辑机构 .....	(111)
第二节 编辑的管理体制 .....	(112)
一、内部分工和管理 .....	(112)

二、外部管理 .....	(115)
--------------	-------

## 第七章 选题

第一节 选题的重要性 .....	(118)
一、选题反映责任编辑的水平 .....	(118)
二、选题支配后续工作的运转 .....	(119)
三、选题决定出版单位的命运 .....	(120)
第二节 选题的原则 .....	(121)
一、选题的针对性 .....	(121)
二、选题的时代性 .....	(122)
三、选题的实用性 .....	(123)
四、选题的系统性 .....	(123)
五、选题的可行性 .....	(124)
六、选题的预见性 .....	(124)
第三节 选题的方法 .....	(125)
一、方案选择标准与选题标准 .....	(125)
二、方案选择的方法与选题方法 .....	(130)
第四节 选题报告 .....	(133)
一、选题报告的内容 .....	(133)
二、选题报告范文评点 .....	(134)

## 第八章 组稿

第一节 组稿的意义 .....	(138)
一、稿件的来源 .....	(138)
二、组稿的优点 .....	(139)
第二节 组稿的对象 .....	(140)
一、组稿对象的条件 .....	(140)
二、物色作者的途径 .....	(141)
三、作者网络的建立 .....	(143)
第三节 组稿的内容和程序 .....	(146)

一、制定计划 .....	(145)
二、签订合同 .....	(146)
三、交代背景 .....	(146)
四、讨论提纲 .....	(147)
五、提供信息 .....	(147)
六、辅导帮助 .....	(147)
<b>第四节 组稿的形式和技巧</b> .....	(148)
一、组稿的形式 .....	(148)
二、组稿的技巧 .....	(152)
<b>第九章 审稿</b>	
<b>第一节 审稿的标准</b> .....	(161)
一、一般稿件的审读标准 .....	(162)
二、新闻稿件的特殊要求 .....	(173)
<b>第二节 审稿步骤和注意事项</b> .....	(176)
一、审稿步骤 .....	(176)
二、注意事项 .....	(180)
<b>第三节 审读札记和审稿报告</b> .....	(182)
一、审读札记 .....	(182)
二、审稿报告 .....	(183)
<b>第四节 退稿和退修改</b> .....	(184)
一、退稿 .....	(184)
二、退修改 .....	(189)
<b>第十章 加工整理</b>	
<b>第一节 加工的幅度</b> .....	(192)
一、稿件内容的掌握 .....	(193)
二、修改幅度的掌握 .....	(193)
三、不同作者的掌握 .....	(193)
四、轻重缓急的掌握 .....	(194)

五、行文风格的掌握 .....	(194)
<b>第二节 加工的范围和内容</b> .....	(194)
一、加工范围 .....	(194)
二、主要内容 .....	(195)
<b>第三节 加工的步骤和方法</b> .....	(202)
一、谋定后改 .....	(202)
二、三思后行 .....	(202)
三、查实后定 .....	(204)
四、统一后理 .....	(205)
<b>第四节 定稿发稿</b> .....	(206)
一、定 .....	(207)
二、清 .....	(207)
三、齐 .....	(209)

## **第十一章 装帧设计**

<b>第一节 装帧设计的出发点</b> .....	(211)
一、从内容出发 .....	(211)
二、从读者出发 .....	(213)
三、从实际出发 .....	(215)
<b>第二节 技术设计</b> .....	(216)
一、开本设计 .....	(216)
二、装订形式 .....	(217)
三、版式设计 .....	(219)
<b>第三节 美术设计</b> .....	(227)
一、封面设计 .....	(228)
二、插图设计 .....	(230)
三、扉页、环衬、护封 .....	(230)

## **第十二章 校对**

<b>第一节 校对工作的重要意义</b> .....	(232)
----------------------------	-------

一、校对工作不可缺少 .....	(232)
二、有识之士历来重视 .....	(233)
三、编校合一日益增多 .....	(234)
第二节 校对的程序、术语和方法 .....	(236)
一、校对的程序 .....	(236)
二、有关的术语 .....	(237)
三、校对的方法 .....	(238)
第三节 校对的职责、要求与符号 .....	(239)
一、校对的职责 .....	(239)
二、具体的要求 .....	(240)
三、校对的符号 .....	(240)
第四节 注意事项 .....	(246)
一、校样不能乱改 .....	(246)
二、方便工人改版 .....	(246)
三、注意细微差别 .....	(247)
后记 .....	(248)

# 第一章 绪 论

## 第一节 编辑学是一门新兴的学科

编辑工作历史悠久，根底深厚，而编辑学却刚刚兴起，非常幼稚。年长的历史，年轻的学科，一个有趣的现象。

自从人类相继发明了文字及其载体——书，编辑工作便存在了。4000多年前，埃及开始用纸草写书。中国最早的书有甲骨的书、青铜的书和石头的书。流传下来的《易》、《书》、《诗》等，最初为古代不知名的卜筮官、史官和乐师所编。要是从那时算起，编辑活动已有几千年的历史。孔子是史书上记载的、有名有姓的大编辑，他删诗书、定礼乐、修春秋、述易道，在2000多年前，当起了编辑。可见编辑工作源远流长。

但是，在如此漫长的岁月里，却一直不见一门研究编辑工作的编辑学。奇怪吗？的确有点奇怪。搞语言文字的，有语言学、文字学、音韵学、训诂学、修辞学；搞文学创作的，有古代文学、现代文学、当代文学、作家心理学等等，名目繁多，学科林立。在如此众多的学科中，偏偏没有编辑学一席之地。

也许，编辑长期生活在幕后，“养在深闺人不识”，专为他人作嫁衣，却忘了给自己缝制一件理论的外衣。

据此，有人得出“编辑无学”的结论，认为编辑工作是一种“剪刀加浆糊”的简单劳动，编辑没有什么学问，编辑学自然就建立不起来了。

我们说,任何学科都是从无到有、从小到大、从幼稚到成熟的。一门学科,以前没有,不等于说现在就只能继续空白,不能创建,不能发展。至于编辑有没有学问,我们可以深入讨论。

### 一、编辑有没有学问

论点之一,认为编辑“述而不作”,只阐述前人成说,自己并不创作。编辑的祖师爷孔子就是这么说的。所以编辑没有学问,可以不学自通。只要识几个字,谁都可以当编辑。

果真如此简单吗?孔子提出“述而不作”的主张,是强调尊重原作,不要随便篡改、任意发挥,并不是说不要动脑筋,只要抄抄剪剪贴贴就行了。编辑在审读别人的稿子时需要有眼光,有判断力。因此,孔子除了提倡“述而不作”,还教人“学而后编”,先学习,多问多识,“信而好古”,然后才择善而从,加以编述。孔子是这么说的,也是这么做的。墨子与孔子不同道,但也非常佩服孔子的学问,赞扬他“博于诗书,察于礼乐,详于万物”,是大有学问的人。要不,他怎么能成为中国历史上的大编辑家呢?

有人又说,个别编辑有学问,是事实。但那学问不是编辑本身的学问,而是编辑之外的学问。编辑工作只是一种程式化的操作,是一种技能或技术,而不是学问。因此推断,编辑只有经验,不能上升为理论,也就不能成为一门学科。

那么,让我们先来看看什么是“学问”。《辞海》:“通称各种知识为‘学问’。既然是‘各种知识’,当然也包括编辑知识。为什么文学知识、历史知识、军事知识、地理知识等都可以称为学问,唯独编辑知识不算学问呢?长期以来,人们习惯于把知识分为“学科”和“术科”,认为学科是专攻科学理论的,高档;术科是熟习应用技术的,低档。编辑知识大概应用性含

量较高,只能归入低档的术科,不登大雅之堂,所以连“学问”也算不上了。岂不知,这是一种偏见。大家公认有系统、较为专门的学问为“学术”。学术学术,学中有术,术中有学,相辅相成,相得益彰。那种把“学”与“术”割裂开来,厚此薄彼的做法,既不利于科学理论的发展,也不利于技术能力的进步。应该看到,任何学问,都有一定的理论,即“学”;也都有一定的方法,即“术”。学与术的统一,才构成完整的学问。当然,在具体学习或研究时,可以有所侧重,但是不应偏废。

试想,如果没有编辑的理论和指导方针,没有编辑的实践和应用技能,一部部的书籍能出版吗?人类文化史的长河会如此壮观吗?有人把书中记载的内容称为学问,而把编审这些书籍的工作轻视为简单劳动。还有人把读书、摘书、用书誉为“治学”,而将编书、校书、出书看成“无学”。这公平吗?难道一部出版史,不是编者和作者共同创造的吗?

在编辑实践中,有许多理论问题需要探讨。例如,编辑工作的起源?编辑的分类和特性?编辑的社会作用和时代使命?现代编辑制度与历史的关系?编辑的政治性和商业性是怎样形成的?如何评价编辑的功过得失?应当建立怎样的编辑审读标准?确立怎样的编辑工作规范?编辑活动如何适应现代科技的发展?怎样改革当前的编辑工作?怎样使编辑机构设置和业务管理更加科学化、合理化?如何培养新一代的编辑?凡此种种,都涉及到编辑学的理论,单凭文字符号技巧是没法解决的。

所以,鲁迅先生在做了大量编辑工作以后,深深地感叹道:“其中大有学问啊!”

可能有人会问,既然编辑大有学问,为什么编辑学迟迟不出现呢?这有学科本身的原因,也有历史的原因。旧时代的



编辑,或受命于朝廷,或受雇于老板,很少自觉地意识到手中的工作是人类社会的文化传播活动和精神再生产活动。再加上编辑工作社会化程度较低,多是小作坊式的,师傅带,徒弟学,口传手教,编辑经验很少见之于文字,更不用说上升为理论了。而编辑人员长期隐没在琐细的事务中,无法脱身研究,知其然,不知其所以然。这些都使得编辑学长期得不到重视,没有提到应有的科学地位。

## 二、编辑学的崛起

任何学科的建立和发展都与社会的需要有关。

中国在进入20世纪80年代后,新闻出版事业蒸蒸日上,出现空前繁荣的喜人局面。据统计,全国各种报纸已达2000多种,全年累计发行200多亿份;全国期刊近8000家,发行数达20多亿册;全国的出版社已发展到500多家,每年出版图书10万多种、计60多亿册;另外,全国还有电台、电视台300多家,录音录像出版单位300多家,电子出版单位30多家。书刊印刷厂已达5000余家,10多万个图书发行网点遍布全国各地。出版业已初步形成书报刊音像电子出版物门类比较齐全、编印发各个环节相互配套的体系,并已成为整个国民经济中的重要产业。与此同时,编辑队伍也在不断壮大,目前,仅报刊图书编辑就已达10多万人。

新闻出版事业突飞猛进的发展,迫切要求加强编辑出版理论的研究,以指导编辑工作,推动出版事业更快更好地前进。编辑学,作为研究编辑工作规律的理论,开始得到人们的重视。编辑学学科的建设,也自然被提到了议事日程上来。

### (一) 编辑学进入高等学府

1982年,复旦大学分校(后改为上海大学文学院)开设编辑学方面的课程。