

微观编辑学

曹维琼 张忠兰 / 著

从编辑的视角观察编辑学，
用编辑的语言描绘编辑学，拿编
辑的案例诠释编辑学，以编辑的
探索丰富编辑学……

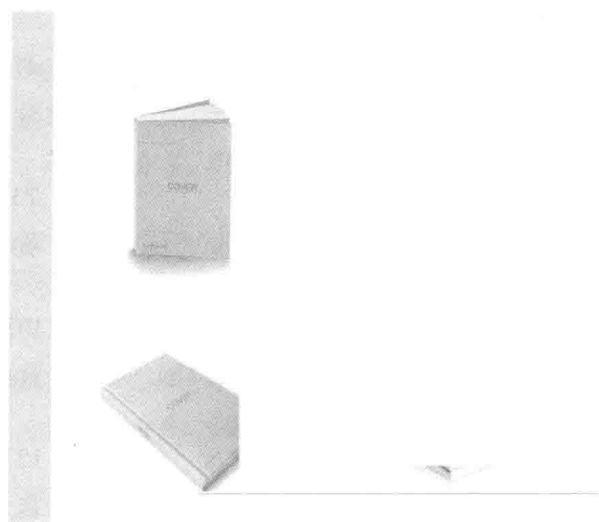


人民出版社

微观编辑学

WEI GUI BIAN JI XUE

曹维琼 张忠兰 / 著



人民出版社

策划编辑 张双子
责任编辑 张双子
装帧设计 陈红昌

图书在版编目 (CIP) 数据

微观编辑学 / 曹维琼, 张忠兰著. — 北京: 人民出版社, 2018
ISBN 978-7-01-020163-4

I. ①微… II. ①曹… ②张… III. ①编辑学 IV. ①G232

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第274618号

微观编辑学

WEIGUAN BIANJI XUE

曹维琼 张忠兰 / 著

人民出版社出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街99号金隆基大厦)

深圳华新彩印制版有限公司印刷 新华书店经销

2018年12月第1版 2018年12月第1次印刷

开本: 889毫米×1194毫米 1/32 印张: 10.5

字数: 220千字

ISBN 978-7-01-020163-4 定价: 33.00元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街99号
人民东方图书销售中心 电话 (010) 65250042 65289539

版权所有·侵权必究

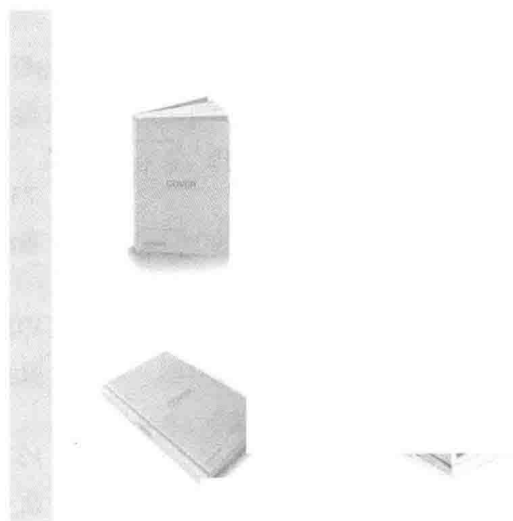
凡购买本社图书, 如有印刷质量问题, 我社负责调换。

服务电话: (010) 65250042

微观编辑学

WEI GUI BIAN JI XUE

曹维琼 张忠兰 / 著



人民出版社

目 录

CONTENTS

导论 编辑是什么	4
第一章 重构编辑工作的流程	13
案例分享：《亚鲁王书系》实施中的编辑流程	37
第二章 主流意识是编辑的基本政治意识	47
案例分享：《他们为什么选择中国共产党》编辑手记	66
第三章 编辑的文本意识与文本转换	73
案例分享：《图像人类学视野中的贵州》的文本意识	90
第四章 编辑的经济学思考	103
案例分享：《中国苗族服饰图志》的经济学思考	118
第五章 读者分层、阅读分群与图书定位	127
案例分享：《资治通鉴全译》的读者定位	143
第六章 编辑与作者、读者的主体间性	149
案例分享：《全球学》的审改与“全球学书系”策划	164

第七章	法的遵守与法的维护	171
	案例分享:《共和国的领导者丛书》的编辑法学心得	190
第八章	美的发现与美的传递	197
	案例分享:《海雀,海雀》的编辑审美维度	215
第九章	编辑视域、编辑思维和编辑意境	229
	案例分享:《中国贵州民族服饰全集》的策划意境	248
第十章	传播介质、传播技术与编辑嬗变	257
	案例分享:《侗族大歌音图典》的融媒体运作	272
第十一章	建构编辑学体系框架的遐想	281
	案例分享:《微观编辑学》的编辑生态学认知	299
第十二章	微观编辑学的理论辨析	307
	案例分享:中央电视台《经典咏流传·苔》观后有感	320
	《微观编辑学》索引	326

导论 编辑是什么

编辑是一份以图书为介质，梳理书稿信息，策划组织选题，整合出版资源，组织作者团队，编辑加工书稿，宣传推介图书的职业。编辑管理学研究图书出版活动中的编辑工作流程，指导解决编辑的工作定位和职业定性，帮助梳理编辑工作流程，明确编辑工作职责，理清编辑工作思路，提高编辑工作效率。

编辑是一种为大众文化传播构筑通道，为学术文化推介搭建平台，为民族文化遗产提供支持，为国外文化引进选择把关，为国家文化建设服务的事业。图书出版是国家文化建设的一个重要组成部分，图书出版活动的社会属性决定了图书编辑的政治属性，主流意识是编辑应该遵循的基本政治原则。

编辑是一种以图书形式对中华优秀传统文化进行传播、

传承的文化建设事业，编辑文化学是指导编辑构建文本意识的理论，编辑文化学通过对各种文本进行分析，对不同文本进行解构，用文字文本对文化进行重组，以图书为介质再现文本。文本意识、文本转换、文本传承和策划创新，形成编辑的文化观。

编辑是一种以图书为载体，在编辑、作者、读者之间展开的经济活动。经济活动是生活中相互交易的人群所组成的群体活动，编辑经济学研究出版资源配置及影响出版资源配置的全部因素，指导编辑在图书出版活动中权衡取舍，交易互动，优势互补，对图书出版资源进行有效整合、有序管理和合理利用。

编辑是一种运用社会学社会分层原理，对读者进行分层，对阅读进行分群，对知识进行分解，对图书进行分类的工作。

编辑社会学是帮助编辑认识读者的重要工具，编辑应以科学的态度和科学的方法对书稿进行编辑加工，根据读者的认知能力和阅读需求，对图书进行准确定位，满足不同读者的阅读需要。

编辑与作者、读者的关系问题，是编辑在图书出版活动中要处理好的人际关系问题，是编辑价值观、认识论、方法论的体现。编辑如何看待自己，如何看待作者、如何看待读者，如何处理编辑、作者、读者之间的关系，是做好编辑工作的起点与归宿。主体间性是处理好图书出版活动中人际关系的认识论。

图书出版活动是在法律许可的范围内进行。出版法规、出版政策是编辑应知、应会、应用的基本法律法规。编辑法学指导编辑学习法律法规，运用法律法规，遵守法律法规，

编辑应提高在法律层面上思考和处理图书出版事务的意识和能力，认真履行法律赋予的责任，学会运用法律手段维护编辑的权利。

编辑是一种发现美和传递美的审美艺术，图书是编辑审美的主要表现载体。编辑审美集中表现在编辑对选题的立意、书稿的组织、文字的打磨、书籍的装帧、图书的宣传等问题的处理上。编辑美学是探讨编辑审美的学问，指导编辑懂得从多个角度去发现美，运用不同的方式呈现美，通过多条路径传递美。

心理学包括基础心理学与应用心理学两大领域。心理学的研究涉及人们的认知、思维、人格、行为习惯、人际关系、社会关系等领域。编辑心理学讨论编辑视域、思维、意境对图书出版活动的影响，解释编辑个体心理机能在出版行为与

编辑活动中的作用，指导编辑扩大编辑视野、活跃编辑思维、提升工作意境。

编辑传播学是研究知识传播方式、传播范围、传播速度的学问，也即是研究图书传播的效能、效率和效益的学问。编辑传播学研究图书传播的规律，传播介质、传播技术和传播理念是编辑传播学研究的重要内容，传播介质决定传播的内容方式，传播技术影响传播的速度范围，传播理念影响传播的效能质量。

编辑在编辑生态场域中生存，编辑生态学研究编辑生态场域的问题。编辑平台搭建、共生群体互动、知识循环转化、能量转移流动、信息传递方式、系统运行范式是编辑生态空间格局构成的六个要素，也是编辑生态学观察的六个维度。对编辑学的不同认知构成编辑学的不同体系，我们尝试用生

态学原理来建构编辑学体系框架。

编辑学研究可以从多个角度切入。微观编辑学研究编辑的个体行为，从编辑的视角观察编辑学，用编辑的语言描绘编辑学，拿编辑的案例诠释编辑学，以编辑的探索丰富编辑学，其原理吸收并融合了社会科学各大领域的相关理论，利用各学科知识架构起微观编辑学的理论体系，是对编辑学研究的视野扩大和研究的内容充实。

微观编辑学是综合性学科，由应用性、技术性和基础性三大部分组成。应用性是讲编辑学的岗位实践性；技术性是指编辑学与传播介质的技术关联性；基础性是指编辑学知识作为各学科学习工作常识的广泛使用性。这三大部分各有研究的对象和目的，既是微观编辑学体系中的不同组成部分，又是三个密切联系的不同层次。

微观编辑学是交叉性学科。它是在不同学科之间相互交叉、融合、渗透而出现的新兴学科，是由自然科学、人文社会科学内部不同分支学科的交叉而形成的新兴学科，图书出版活动中许多问题的解决，特别是数字化带来的图书介质和传播路径的变化，涉及不同学科之间的相互交叉和相互渗透。微观编辑学研究必须扩大视域，更新手段，创新方法。科学上新理论的提出，新发明的产生，新技术的出现，经常是在学科的边缘或交叉点上，重视微观编辑学的交叉性，将使微观编辑学本身向着更深层次和更高水平发展，这是符合科学研究的客观规律的。

微观编辑学作为一种充满理性思维的应用性学科理论，除了在编辑学领域行之有效以外，在别的学科领域是否存在借鉴、指导、示范的价值，是判断微观编辑学能够独立存在的条件。编辑学的自我完善和可持续发展，要放在更宏大的

视域下去观察、去思考。

编辑学不但要思考如何解决自身理论体系的建立，而且要考虑编辑学理论在其他学科理论体系建构中的指导作用，帮助其他学科丰富和完善自己的理论体系。借助微观编辑学原理可以丰富和完善各学科理论，并指导各学科体系的建设。

每个研究领域都有自己的语境和思维模式，编辑也有自己的语境和思维模式，本书的目的就是帮助你学会编辑的思维方式。



《亚鲁王书系》

贵州人民出版社 2014 年出版

第一章 重构编辑工作的流程

关键词：编辑管理学；编辑职责；编辑实务；编辑流程
学习目标：明确编辑的职业定性、职能定位和职责定岗。

编辑是一份以图书为介质，梳理书稿信息，策划组织选题，整合出版资源，组织作者团队，编辑加工书稿，宣传推介图书的职业。编辑管理学研究图书出版活动中的编辑工作流程，指导解决编辑的工作定位和职业定性，帮助梳理编辑工作流程，明确编辑工作职责，理清编辑工作思路，提高编辑工作效率。

一、编辑出版工作流程是编辑出版工作的规范

1. 工作流程。流程是为完成一件事情或项目而规定的途径，任何一种商品生产和经营管理都有其特定的流程。讨论生产流程的目的是明确岗位的职责，保障生产的秩序。生产

流程由不同的岗位、工艺、工序、环节按一定的程序规定构成。程序是完成一件事情或任务而设计的由若干个环节组成的一系列逻辑缜密的组件，包括团队组成、工作内容、功能设计、职责分工、处理事务的既定方式、生产加工的先后顺序、生产管理的工作步骤，如若一个环节出问题，则将影响整个流程的工作。生产流程是生产活动的规定，是一种商品生产内容，一种商品生产顺序，一种商品生产方式，一种商品生产管理的规定。生产流程就是工作规范，不同岗位的工作性质确定了从事这个岗位的人在生产流程中的地位，生产流程的安排又限定了各环节的工作范围。

2. 编辑管理学。编辑管理学是研究编辑出版工作流程和编辑岗位职责的一门学问。编辑出版工作与图书出版活动密切相关，研究编辑出版工作流程，首先要弄清楚图书出版活动流程。图书出版活动流程按社会分工和流程属性，可分为图书出版管理流程和编辑出版创意流程两种情况。编辑管理学要研究图书出版流程和编辑工作流程等两个方面的内容。

3. 图书出版流程。图书出版活动是一种社会商品生产活动，也具有生产工艺顺序、生产环节程序、生产管理秩序的规定。社会分工强调由专业的人做其专业内所擅长的事。按图书出版活动的社会分工归类，图书出版活动的生产顺序，依次为作者选题创作、出版社编辑审稿加工、印刷厂复制印装、书店发行销售等四大部分工作。习惯上，我们讨论的图书出版活动流程是俗称“编辑、印刷、发行”的三大分工内容，作者撰文创作没有被纳入传统图书出版活动的范畴。据此，出版社的职责是书稿的编辑出版。比照图书出版工作流程，出版社内部按生产管理流程，也分为编辑、出版、发行