

全国出版专业职业资格考试辅导教材

2004年版

出版专业理论与实务

中 级

全国出版专业职业资格考试办公室 编

CHUBAN ZHUANYE LILUN YU SHIWU

上海辞书出版社

©全国出版专业职业资格考试办公室 2002,2003,2004

图书在版编目(CIP)数据

出版专业理论与实务·中级:2004年版/全国出版专业职业
资格考试办公室编.—3版.—上海:上海辞书出版社,2004.5
全国出版专业职业资格考试辅导教材
ISBN 7-5326-1573-1

I. 出... II. 全... III. 出版工作—资格考核—教材
IV. G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 038450 号

**出版专业理论与实务·中级
(2004年版)**

全国出版专业
职业资格考试办公室 编
上海世纪出版集团 出版、发行
上海辞书出版社

(上海陕西北路457号 邮政编码200040)

责任编辑 陆嘉琦 封面设计 江小铎

责任校对 刘美娟 责任技术编辑 刘国英

商务印书馆上海印刷股份有限公司排版印刷

开本 850 毫米×1 168 毫米 1/32 印张 14.375 字数 361 000

2002年5月第1版

2003年5月第2版

2004年5月第3版

2004年5月第5次印刷

印数 27 501—36 600

ISBN 7-5326-1573-1/G·538

定价: 25.00 元

**全国出版专业职业资格考试
辅导教材审定委员会**

主任 桂晓风

副主任 刘 杲 巢 峰 蔡学俭 邵益文
李救力

委员(按姓氏笔画为序)

王建辉	王振铎	王德有	田胜立
刘拥军	孙文科	孙 颢	李衍华
杨陵康	肖振华	吴尚之	张伯海
张福海	陆嘉琦	陈瑞藻	林穗芳
罗紫初	周 麒	赵 航	袁 晖
聂震宁	夏剑钦	程大利	阙道隆
蔡鸿程	管士光		

**全国出版专业职业资格考试
中级辅导教材编审委员会**

主任 孙 颢

副主任 巢 峰 李新立 祝君波

委员 雷群明 王华良 徐庆凯 邓 毅

陆嘉琦

**全国出版专业职业资格考试
中级辅导教材编写与修订领导小组**

组 长 巢 峰
副组长 雷群明 王华良
组 员 徐庆凯 陆嘉琦 邹新培

本书编写修订组

组 长 巢 峰 雷群明
编写修订人(按姓氏笔画为序)

王华良	刘拥军	刘奇惕	许乃青
阮光页	李国章	吴智仁	何承伟
沈兆荣	宋 存	陆福庆	陈达凯
陈丽菲	陈 昕	陈鸣华	陈奎宁
金文男	周建平	郝铭鉴	洪祖年
贺 强	夏一鸣	徐庆凯	徐志伟
郭 强	谈 维	陶雪华	黄钧浩
巢 峰	彭卫国	雷群明	虞信棠
魏昌富			

前 言

为了科学、客观、公正地评价和选拔出版专业技术人员,以加强出版专业技术队伍的建设,人事部和新闻出版总署决定,实行全国统一的出版专业技术人员职业资格考试制度。2001年8月,人事部和新闻出版总署下发了《出版专业技术人员职业资格考试暂行规定》和《出版专业技术人员职业资格考试实施办法》。

根据人事部和新闻出版总署的规定,在图书、期刊、音像、电子出版物等出版单位中从事编辑、出版、校对等专业技术工作的人员,都应参加出版专业技术人员职业资格(以下简称“出版专业职业资格”)考试。实行全国统一的出版专业职业资格考试制度,由国家统一组织、统一时间、统一大纲、统一试题、统一标准、统一证书。出版专业职业资格分为:初级资格、中级资格和高级资格。目前只进行初级资格和中级资格的考试。取得初级资格的,可以按照有关规定,聘任助理编辑(助理技术编辑或二级校对)职务。取得中级资格的,可以按照有关规定,聘任编辑(技术编辑或一级校对)职务。出版专业初级资格和中级资格考试,均设“出版专业基础知识”和“出版专业理论与实务”两个科目。出版专业实行职业资格考试制度后,不再进行该专业相应级别专业技术职务任职资格的评审工作。

出版专业职业资格考试辅导教材和学习用书,包括《出版专业基础知识》(分初级本和中级本)、《出版专业理论与实务》(分初级本和中级本)和《有关出版的法律法规选编》(初级和中级合用,试题不同)。这些辅导教材的第一版为2002年版。第二版为2003年版,其中,《出版专业基础知识》(初级本和中级本)为重新编写,《出

版专业理论与实务》(初级本和中级本)和《有关出版的法律法规选编》均为2002年版的修订。现在的第三版即2004年版,均为2003年版的修订。这次修订,框架没有大的变动,着重在质量的进一步提高。主要包括:调整个别段落,统一全书主要的出版专业名词解释,纠正已经发现的知识性差错和其他差错,增收了若干新的法规,引用文件采用最新版本,更新重要的资料,等等。

全国出版专业职业资格考试的工作在新闻出版总署的直接领导下进行。总署成立了由副署长桂晓风担任主任的全国出版专业职业资格考试辅导教材审定委员会。总署委托上海市新闻出版局、湖北省新闻出版局和中国编辑学会承担具体工作。上海市新闻出版局和湖北省新闻出版局各自依托上海市编辑学会和湖北省编辑学会,分别成立了辅导教材编审委员会。我们非常感谢上海市新闻出版局和湖北省新闻出版局,在人力和财力上对这项重要工作的大力支持。

连续三年参加辅导教材的编写、修订和审定的,有长期从事编辑、出版、校对的实际工作和理论研究的专家,有在高等学校编辑出版学专业从事教学与科研工作的专家,也有在国家出版行政管理部门和出版单位长期从事管理工作的专家。编写、修订和审定工作,依据人事部和新闻出版总署批准的《全国出版专业职业资格考试考试大纲》以及有关规定进行。每年编写、修订和审定的任务都很繁重,时间因受限制而非常紧迫。因此,参加这项工作的专家们,每年都要付出大量的辛勤劳动,呕心沥血,夜以继日。对他们为发展出版事业做出的重要奉献,我们表示由衷的感谢。

现在辅导教材2004年版已经送到读者手上。应当肯定这套辅导教材的实用价值。它将为参加出版专业职业资格考试的考生提供帮助。同时,对于广大的在编辑出版岗位上的工作人员,编辑出版部门的管理人员,编辑出版专业的学生、教学和科研人员,以及其他与出版专业有关或者愿意了解出版专业的人员,都会有用。

按照专业考试辅导教材编写和使用的经验,一般说来,三年之后编写工作告一段落。我们这套辅导教材的编写也已三年了,应当告一段落。今后,除个别更改之外,第三版即2004年版将继续使用几年。尽管我们做了很大的努力,毕竟经验有限,加以每年时间仓促,目前这套辅导教材难免还有不足之处。编写工作虽然告一段落,考试工作还要长期进行。因此,仍然欢迎读者提出批评,以便我们继续努力改进。

The image shows a handwritten signature in black ink. The characters are '刘' (Liu) and '杲' (Jiao), written in a cursive style. The '刘' character is on the left and the '杲' character is on the right, both connected by a thin line.

2004年5月

目 录

前言	1
第一章 出版和出版学	1
第一节 出版的定义和要素	1
一、“出版”的定义	1
二、“出版”的要素	2
三、出版过程的特点	4
第二节 出版与社会的关系	6
一、社会发展对出版的决定性影响	6
二、出版对社会发展的能动作用	8
第三节 我国出版工作的指导思想和方针	
原则	12
一、我国出版工作的指导思想	13
二、为人民服务、为社会主义服务	14
三、百花齐放、百家争鸣,古为今用、洋为中用	16
四、将社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益相结合	17
五、坚持质量第一	19
六、我国出版工作的主要任务	20
第四节 出版学概述	22
一、出版学的学科建设概况	23

二、出版学的学科性质	25
三、出版学的研究对象	25
四、从出版活动的各个方面研究出版学	27
五、出版学的相关学科	29
六、学习和研究出版学的意义	30
思考题	31
第二章 编辑和编辑学	32
第一节 编辑和编辑工作	32
一、编辑的定义	32
二、编辑工作在出版工作中的地位	33
三、编辑与作者、读者的关系	34
四、编辑工作的特点	37
五、编辑过程的主要环节	40
第二节 编辑工作的社会功能和编辑人员的 素质要求	44
一、编辑工作的社会功能	44
二、编辑人员的素质	47
三、编辑人员的能力	50
第三节 编辑学概述	54
一、编辑学的兴起	54
二、编辑学的学科性质	55
三、编辑学的研究对象	55
四、从编辑活动的各个方面研究编辑学	56
五、编辑学的相关学科	59
思考题	59

第三章 图书编辑业务	61
第一节 信息采集	61
一、信息采集的作用	62
二、需采集的信息内容	63
三、信息采集的要求	64
四、信息采集的方法	65
五、信息处理的方法	68
第二节 选题策划	69
一、选题策划的意义	69
二、选题策划的内容	71
三、选题策划的环节	72
第三节 组稿	77
一、稿件来源	78
二、组稿的方式	80
三、组稿的准备	81
四、组稿的落实	82
第四节 审稿和签订出版合同	85
一、审稿的作用	85
二、审稿的基本要求	87
三、审稿的方法	91
四、审稿制度	93
五、审稿意见	97
六、签订出版合同	97
第五节 稿件加工整理	98
一、稿件加工整理的意义	98

二、稿件加工整理的内容	100
三、稿件加工整理的方法	103
四、加工整理的原则	105
第六节 加工整理后的编辑工作	106
一、稿件送复审者和终审者审阅	106
二、稿件整理与发稿	107
三、校样处理	110
四、样书检查	112
五、做好图书宣传工作	112
六、收集反馈信息	114
第七节 图书辅文	114
一、图书辅文概述	114
二、图书辅文的作用	115
三、图书辅文的类别	116
四、编辑与图书辅文	122
第八节 重印和再版	122
一、重印和再版的概念及意义	123
二、重印和再版的条件	126
三、重印和再版的程序	126
四、重印和再版的时机及数量	128
五、重版率	129
思考题	130
第四章 图书的整体设计	132
第一节 图书整体设计的概念、内容及要求	132
一、图书整体设计的概念和内容	132

二、图书整体设计的要求	133
第二节 图书形态设计	134
一、图书开本的确定	134
二、图书结构和装订样式的设计	138
第三节 图书美术设计	147
一、图书美术设计的特点	147
二、图书美术设计的内容及要求	149
三、图书美术设计的手段	151
第四节 图书版式设计	151
一、版式设计的基本要求	152
二、版式设计的形式	152
三、版式设计的艺术规律	154
四、版式设计的要素	156
五、版心规格设计	159
六、文字的版式设计	162
七、图片的版式设计	168
第五节 图书装帧制作工艺设计	171
一、装帧工艺材料的类别	171
二、装帧制作的印刷工艺	173
三、装帧制作工艺的选择	175
思考题	177
第五章 书刊校对	179
第一节 校对概述	179
一、校对的概念	179
二、校对的作用、地位和性质	180

三、校对的功能	180
四、校对工作的基本制度	181
第二节 校对人员的职责	182
一、校对人员共同职责	182
二、各校次校对员职责	183
三、责任校对职责	184
第三节 校对的方法、要求和操作程序	184
一、校对的基本方法及其比较	185
二、校对的要求	188
三、校对操作程序	189
第四节 文字技术整理	191
一、文字技术整理的意义	191
二、文字技术整理的要求	192
第五节 原稿、校样的常见差错	196
一、原稿、校样的常见差错类型	196
二、查改差错的方法和技巧	204
第六节 使用电子计算机后的校对工作	208
一、计算机排版校样出错的特点	208
二、校对软件的运用	209
三、人机结合的校对方式	212
思考题	214
第六章 书刊印制	215
第一节 书刊印制概述	215
一、书刊印制的概念	215
二、印刷的要素	216

三、书刊印制的工艺过程	218
第二节 国家关于书刊印制的管理规定	219
一、关于书刊印刷企业的管理规定	219
二、关于委托印刷书刊的规定	220
第三节 书刊印制的常用材料	221
一、书刊印刷常用纸张	221
二、书刊印刷常用计量单位和纸张用量的 计算	222
三、书刊印刷常用油墨	227
四、书刊常用装帧工艺材料	228
五、书刊常用装订材料	228
第四节 书刊的印前制作	229
一、原稿检核	229
二、图文输入与存储	230
三、图文编辑	234
四、图文的输出	237
五、印版的制作	238
六、打样	241
第五节 书刊的印刷	243
一、印刷工艺种类	243
二、平版印刷的工艺原理	244
三、平版彩色印刷的呈色原理	244
四、平版印刷机的分类与用途	248
五、印刷新技术简介	252
第六节 书刊的装订	252

一、折页	253
二、订书方式	253
三、书刊装订工艺流程	255
第七节 书刊印制质量的检查	255
一、书刊印制质量检查的方式	256
二、书刊印制质量要求	256
思考题	257
第七章 图书发行	259
第一节 图书发行概述	259
一、图书发行的特点、过程与程序	260
二、图书购销形式	261
第二节 国家关于图书发行的管理规定	263
一、关于图书发行的共同性规定	263
二、关于图书总发行的规定	263
三、关于图书分销的规定	264
四、关于图书发行员职业资格的规定	267
第三节 图书发行渠道	268
一、图书发行渠道概述	268
二、图书发行的具体渠道	268
第四节 图书的总发行、批发与零售	271
一、图书的总发行和批发	271
二、图书零售	273
三、图书进出口贸易	275
第五节 图书市场	277
一、图书市场概述	277

二、图书市场需求的特征和影响因素	280
三、图书市场细分	284
四、目标市场	286
第六节 图书市场的竞争与促销	290
一、图书市场竞争	290
二、图书促销概述	292
三、图书促销方法	293
思考题	297
第八章 期刊出版	299
第一节 期刊概述	299
一、期刊的定义和构成要素	299
二、期刊的媒体特点	300
第二节 国家关于期刊的管理规定	302
一、关于期刊的发行范围、创办申请和 变更登记	302
二、关于期刊的刊号	303
三、关于期刊的编辑出版	304
四、关于期刊的广告经营	306
第三节 期刊的市场定位	307
一、市场定位的重要性	308
二、市场定位的要素	308
三、市场定位的途径	313
第四节 期刊的编辑工作	315
一、期刊编辑工作的总体特点	315
二、期刊的内容策划	319