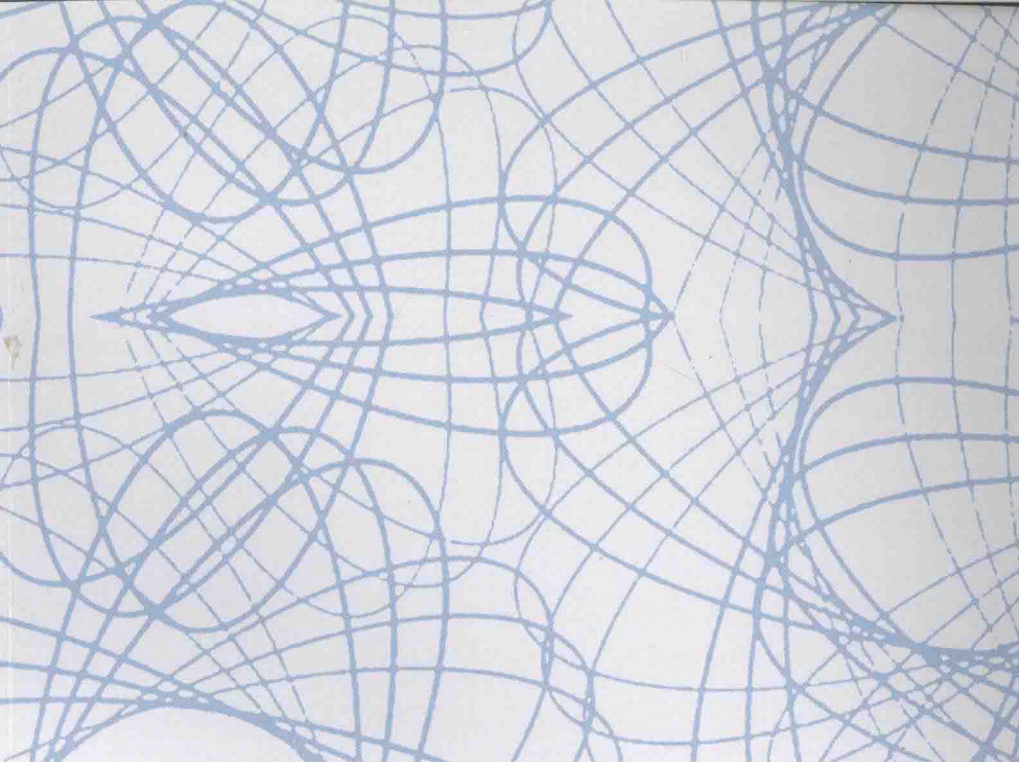




出版从业者案头必备 最实用的编辑工作教程

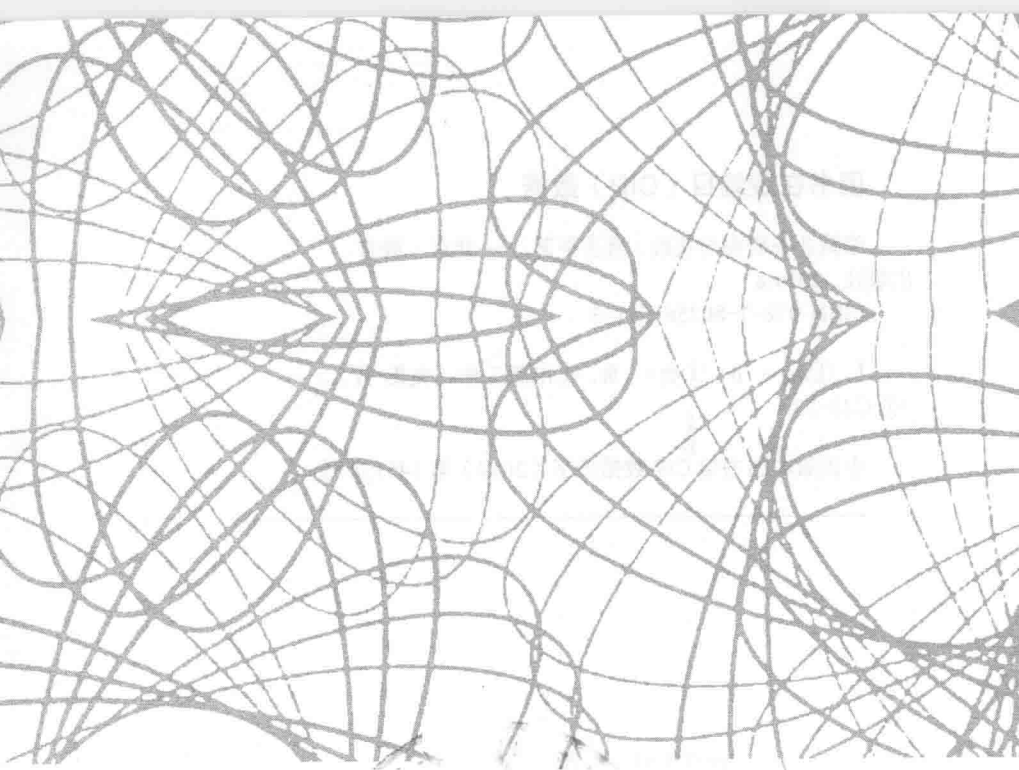
唐圣平◎著

编辑业务 研究与实践



SHIJI
RESEARCH
AND PRACTICE

 群言出版社
Qunyan Press



唐圣平◎著

编辑业务 研究与实践



 群言出版社
Qunyan Press

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

编辑业务研究与实践 / 唐圣平著. — 北京: 群言出版社, 2014.8

ISBN 978-7-80256-591-3

I. ①编… II. ①唐… III. ①出版工作—文集 IV.
① G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 145178 号

责任编辑 张津津 金 朝
封面设计 美信书籍设计工作室

出版发行 群言出版社 (Qunyan Press)
地 址 北京市东城区东厂胡同北巷 1 号 (100006)
网 站 www.qypublish.com
电子信箱 qunyancbs@126.com
总 编 办 010-65265404 65138815
发 行 部 010-65263345 65220236
经 销 全国新华书店
读者服务 010-65262436 65276609
法律顾问 北京市君泰律师事务所

印 刷 北京鑫瑞兴印刷有限公司
版 次 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷
开 本 880 × 1230 1/32
印 张 11
字 数 245 千字
书 号 ISBN 978-7-80256-591-3
定 价 30.00 元

☞ [版权所有, 侵权必究]

以做学问的态度做编辑（自序）

从事编辑工作即将 20 年了。在 20 年的编辑职业生涯中，我始终坚持“以做学问的态度做编辑”，以此指导自己的编辑工作，将工作和学术研究结合起来。能够做到这一点，得益于我的老师中国科学技术大学的司有和教授。

那是 1996 年初，我刚刚进入出版行业，在中国劳动出版社从事一本杂志的编辑工作。基本适应了杂志编辑的日常工作后，我给司有和教授打了个电话，汇报自己的工作情况。老师叮嘱我，从事编辑工作的同时可以做一点学问。我就问，杂志社大多是事务性的工作，稿件的编辑加工，以及校对、联系印刷厂，这些实践性的工作如何做学问呢？老师指点我说，你所在的杂志社每月能出版多少篇稿子？杂志社每月又收到多少篇投稿？这些稿子从投稿到发表，需要多长的周期？这些稿子的发表周期，是否影响到它的传播效果呢？能够把这些研究清楚，不就是在做学问吗？“处处留心皆学问。”真是一句话点醒梦中人，我一下明白了老师的心意。

我一边在工作中注意统计文献发表的周期问题，一边去图书馆查找相关资料，针对司有和教授提出的问题进行深入研究，寻找缩

短文献发表周期的方法，逐渐形成了自己的观点。在此基础上，我将自己的观点和对策写成了论文《科技文献的出版时滞及对策》。文章得以在《编辑学刊》1997年第2期上发表。这是我发表的第一篇论文。看到自己的思考得到认可，极大地鼓舞了我，从此在编辑工作中，我努力沿着老师指点的这条路继续前行，一边努力工作，一边试图联系工作做点学问。

通过近20年的编辑实践，在自己的职业生涯中，我逐渐形成了自己的编辑人生观。首要的一点，就是“以做学问的态度做编辑”。这就要求自己在编辑工作中，结合自己的工作“发现问题、研究问题、解决问题”。

1997年，互联网技术开始应用，各行各业都在积极探索信息化和网络化，以提高企业的办公自动化水平，提高生产效率。我所在的中国劳动出版社也不例外，领导将这项工作交给我们三个刚毕业的年轻人。作为网络建设小组的组长，我带领小组成员，查找资料，参加研讨会，去各大出版社调研。经过认真研究和分析，小组提出了符合我社实际情况的网络建设方案，得到了出版社领导的认可，并付之实施。在调研过程中，我有幸结识了《科技与出版》杂志社的年轻主编张卉，她鼓励我将网络建设的研究和经历写成文章，以供其他出版社参考。在张卉主编的支持下，我在《科技与出版》杂志上连续发表了三篇关于出版社信息化和网络化建设的文章。从此，我与《科技与出版》杂志结下了深厚的感情，有文章总是先投稿到《科技与出版》杂志。《科技与出版》杂志的历任主编也都给了我很大的支持。

随着出版工作的不断深入，以及研究工作的尝试，我逐渐认识到自己在编辑出版学科上存在的薄弱之处，就是对于编辑出版工作

的本质、学科规律等缺乏了解。从事实性的图书编辑出版工作不存在问题，但结合工作要做好学问就显得学科功底不足。于是我1998年参加了全国研究生统考，进入清华大学新闻传播学院学习深造，一方面拓展自己的视野，从新闻传播学这个更广阔的角度来认识自己从事的工作；一方面锤炼和规范自己做学问的研究方法。

在图书和教材开发工作中，我积极运用新的视野和新的研究方法，指导自己的编辑实践工作。自己的研究范围不断扩大，在网络新闻传播、数字媒介、教材立体化开发、出版网站、选题信息平台建设等方面，通过思考和研究，形成了论文并发表。

随着数字化技术的应用、出版业国际交往的增多，我觉得自己有必要进一步学习数字化技术，从传统出版走向数字出版。于是2006年我通过申请，成功地进入 City University London 学习数字出版（Electronic Publishing）。在伦敦，我一边学习数字出版的计算机网络技术、数据库、网络应用开发、数字媒体写作、数字媒体设计与制作等，一边了解国际出版的基本情况，例如，少儿出版、大众出版、版权贸易，英国的图书市场以及国际图书市场等。利用一切机会参加英国出版协会组织的活动，以及一些小的出版工作者协会组织的活动，例如图书插画艺术工作人员协会组织的培训等。

在伦敦三年多的经历，不仅让我掌握了数字化出版所需要的技术，更重要的是，让我以国际化的视野审视中国出版业，了解了文化的差异以及其对出版的影响。在这里的学习和生活，进一步拓宽了我在编辑出版工作中的研究范畴，出版集团的国际化、少儿出版等也成为我编辑研究的内容。2010年回国以后，我开始从事数字出版工作，通过几年的数字化项目策划和开发实践，探索了数字出版的产品开发模式、运营模式和盈利模式，成功实现了从传统图书

编辑向数字出版编辑的转变。

如果说我在编辑出版职业生涯的上半场中取得了一点成绩，这离不开中国劳动社会保障出版社提供的舞台，也离不开朝夕相处的同志们支持。正是基于这种认识，形成了我编辑人生观的另一个信条，那就是：编辑人不是一个独立的个体，每一个编辑人的成功，都有赖于众多编辑人的共同成功，有赖于出版社这个集体的成功。这个集体的成功是每一个编辑人的荣耀，同时，也正是每一个编辑人的成功，构成了这个集体的成功。

我将自己这些年来发表的论文进行整理，选择了部分在当前仍有参考价值文章，集结出版，目的有二。一是勉励自己，在职业生涯的下半场继续努力，“以做学问的态度做编辑”指引自己前进，为我国的出版事业添砖加瓦。二是希望能够对年轻编辑有一定的参考和借鉴意义，期望后来的编辑人能够走上一条自己的独特的编辑职业成功之路。

目 录

以做学问的态度做编辑（自序）	/1
----------------	----

第一章 出版信息化和网络化

第一节 网络与未来出版	/2
第二节 我国出版社计算机管理网络建设的现状	/14
第三节 怎样建设出版社的计算机管理网络	/23
第四节 出版社应建立选题策划信息支持系统	/30
第五节 教材出版社素材库建设的构想和建议	/35
第六节 从再版教材开发谈教材开发平台建设	/42
第七节 数字出版形势下传统出版思路的转变	/56
第八节 出版企业资源管理系统与内容开发平台的整合建设与应用	/62

第二章 数字媒介和数字出版

第一节 数字媒介及其传播特点	/76
第二节 网络新闻传播	/91
第三节 媒介与人：数字化时代我们需要什么样的媒介	/139

第四节 文化肌肤与人的延伸

——兼谈艺术、设计与技术的关系 /152

第五节 与教材相关的数字产品形态及其盈利模式分析 /167

第六节 基于平板电脑的互动式多媒体数字教材

开发和应用 /177

第七节 微课的表现形式和选题策划 /231

第八节 国家职业技能标准信息服务系统的功能与应用 /242

第三章 出版工作和国际化

第一节 科技文献的出版时滞及对策 /250

第二节 浅谈网络时代教材立体化开发新思路 /255

第三节 浅谈策划编辑制向项目经理制的转变 /260

第四节 高等职业教育教材建设的问题分析和开发建议 /275

第五节 构建学习型组织，打造强势营销团队 /292

第六节 全球出版时代的出版集团国际化战略探讨 /303

第七节 少儿图书出版是出版集团国际化的最佳切入点 /319

第八节 文化差异及其对少儿图书版权输出的影响 /329

参考文献 /337

出版业与世界经济 曹一深

第一章 出版信息化和网络化

第一节 网络与未来出版

计算机网络，就是将分散在各处的计算机通过线路连接起来而形成的系统。通过网络，分散在各处的计算机之间能够通信，联系分散于各处的信息系统，使所有资源（包括人、计算机、信息）能够为需要它们的人所共享，人们得以克服地理位置的局限而协同工作。

作为计算机业和通信业的联袂产物，计算机网络迅猛发展，1995年至1996年各种媒体炒得最热的就是 Internet。Internet 即国际计算机互联网，是全球最大的信息资源网络系统，作为未来信息高速公路的雏形，其发展正如日中天。同时，越来越多的 Intranet 得以建立起来，并与 Internet 互联。Intranet 即以 Internet 的技术和标准建立的企业或部门内部专用的网络系统。网络的发展，已经在商业、金融等行业产生巨大的影响，也必将对其他行业和领域带来深远的影响。

在我国出版界，计算机网络建设尚处在起步阶段，已有少数出版社正在筹建计算机网络。随着网络技术的发展，在不久的将来，我国的出版业必将步入网络化出版的时代——建立出版社 Intranet，

并实现与 Internet 的互联，出版社的各项工作均可在网络上进行。出版网络化有着深远的意义，它是比“淘汰铅与火”更伟大的出版革命，它将把我国出版业带入“告别纸和笔”的时代，为出版业的高度繁荣带来新的契机。

一、选题策划

选题策划是图书出版中最重要的一环。好的选题是图书产生良好的社会效益和经济效益的前提和保证。出版网络化，为选题策划带来了新的手段、快捷的方式和极大的方便，使出版社的选题更新、更快、更好。

通过 Internet，选题策划编辑可以迅速地了解到某一选题在国内外的出版情况，如出版单位、销售册数、定价、内容提要等。在出版社内部，通过建立的书稿库、选题库，在出版社 Intranet 上，编辑可方便地检索书稿库和选题库，了解本社在这一选题的出版情况，本社是否已有此类图书，主要读者对象定位于何处，是否畅销，等等。通过了解社内社外的情况，做到选题时心中有数，从而避免选题的重复。

编辑亦可通过参加网络上特定的新闻讨论组，吸引读者参加网络上特定专题的讨论。通过这种方式，编辑可以了解广大读者对某一类图书的需求，读者期望图书包含的内容，以及读者群对某类图书定价接受的范围等等。通过这些信息为选题策划提供依据。

通过网络，编辑可以方便地搜索到新资料、新成果、新知识，掌握最新学术动态和学科的发展趋势等，从而根据这些信息策划出最新的选题，快速而准确地切中市场的脉搏。

二、编务管理

通过出版社 Intranet, 可对图书的整个出版流程实施网络化管理, 从选题登记、选题审批、组稿、编辑加工、二审、三审、备案发稿、付印, 均可在网络上对其进行实时、动态的管理。随时打开计算机, 进入社内网的编务管理系统, 就可以了解到出版社的编务情况。

网络可进行的编务管理包括: 用计算机网络管理图书从选题的登记到备案发稿的过程, 如选题的提交、审批、列选, 本社按月和按年申报的选题, 一般选题和重点选题; 提供书稿的周期预测、成本预测和书稿进度的实时监控; 对发稿计划、出书计划、ISBN 号、样书及书稿档案等进行实时管理; 对稿酬、版权等进行实时管理; 对编辑工作量进行实时统计、管理; 加强对出书流程各环节的实时监控, 如某一书稿所处的环节, 这一环节的操作人是谁, 是否按时完成这一环节, 提前或滞后的时间和原因; 在出书之前对图书的成本进行预测, 通过对出书各阶段的成本统计, 提供图书印数、定价依据; 提供总编室与财务的实时数据交流; 对已出图书进行详尽的管理, 包括分类、统计、查询等; 提供向出版署的网络报盘等。

三、作者和译者队伍

书稿的质量是图书的生命力之所在, 没有好的书稿, 就不可能有好的图书。因此, 拥有一支相对稳定的、高素质的作者和译者队伍, 是出版社出优质书的关键。通过在出版社 Intranet 建立作者和译者库, 将本社的作者译者队伍进行网络化管理。在出版社

Intranet 上可随时进入作者译者库,了解作、译者队伍情况,如姓名、单位、联系地址、邮编、电话、传真、职务、学历、工作经历、出书情况、个人专长、与出版社合作情况,等等。

编辑可以通过 Intranet 的电子公告板,或电子邮件接触更多的专业技术人员或某一方面的专家,通过与他们的网上交往,为某一选题物色到最佳作者,使出版社在选择作、译者时有了更宽的选择面,使提高书稿质量有了更可靠的保证。由于网络通信的方便快捷,编辑可随时了解作者创作的全过程,从而把编者对书稿的要求准确地传达给作者,这样就能组来最优秀的稿件。

四、社领导办公

出版社网络化管理以后,最大的变化是出版社内部信息的随手可得,这为社领导的办公和决策提供了巨大的方便。

在出版社 Intranet 上,社领导可实时了解全社信息,如书稿流程进度(包括各环节的处理意见)、成本、周期以及发行、财务、人事等数据,并可对这些数据进行分析,以饼图、直方图、曲线、表等方式显示分析结果,及时了解到社内的超时稿件、滞后稿件、超成本稿件等信息,从而为社领导决策提供依据。在出版社内部网上,这些数据的获取和分析随时可得,不像在传统模式的出版社内,某一项数据的统计和分析往往需要很长时间,这就给社领导的决策带来延误。

利用 Intranet,社领导可方便地向各个部门下发指令和通知,从不同部门调阅有关信息。部门负责人把本部门要审批的文件从网上报到社领导的工作站上,社领导处理后,再从网上下发给部门负责人。这样可以大幅度减少各种会议的数量,把社领导从会海中解

放出来。

社领导外出亦可了解出版社情况，并对出版社进行管理。社领导外出时，可携带笔记本电脑，通过接入当地计算机网络，或通过公用电话线实现与出版社 Intranet 的联网，从而了解出版社情况并做出决策。

五、编辑加工

作者通过 E-mail 或 FTP 投稿，这样的稿件经转化为统一格式的文件后，直接存入出版社的书稿库。如果作者所投的仍是手写稿，先交付激光照排中心将书稿录入后，存入书稿库。在进行编辑加工时，编辑通过网络从书稿库中调出书稿排版文件，在计算机上进行编辑加工。

书稿在付印之前，需经过编辑加工、二审、三审等流程，每一程序执行完毕后，通过 Intranet 将书稿发送到下一程序执行人员工作站上。每一个审稿人均可直接在书稿上进行修改，通过设置不同的颜色来标志不同的审稿人，并自动保留不同人对书稿加工（包括表格、公式）的痕迹和加工记录，从而明确责任和权限。

在审稿过程中，编辑可随时与作者通过 Internet 进行网上交谈，对稿件有疑议的地方提出修改意见，征求作者意见。另一方面，为了保证稿件内容的科学性、思想性、先进性，作者可通过进入 Internet，利用网上信息资源库，对书稿中的资料、数据、公式等关键性内容进行查询、确认。对于某一问题，还可以在电子公告板或特定新闻讨论组中征求专家的意见，从而确保内容的正确性。

付印之后的稿件，通过权限设定，编辑不再能对其进行修改。这时可进入激光照排中心，进行发排，输出胶片；亦可通过网络将

排好的文件传送到印刷厂,由其输出胶片并照相机付印。排版文件可存入出版社内部检索库和书稿库,以备编辑进行检索;还可形成 SGML (Standard General Markup Language) 通用的文档格式,以备制作电子出版物时调用,为出版社信息资源的再利用提供方便。

六、出版

出版环节是保证图书印制质量的关键。出版环节管理得好,不仅会使图书印制质量大大提高,而且还能缩短出版周期,降低生产成本。

利用计算机网络进行管理,可方便地实现这些目标。用计算机网络代替卡片式的印制流程管理,缩短出书周期。从出版处收稿到出书整个出版工程中,每一环节在网络上进行控制,在网络上登记和查询工作进展情况,主动地加速图书出版。由于各种工价数据都录入在管理系统中,可动态地进行成本控制,将预测成本与实际成本进行实时比较,某一书稿超成本时系统自动给出预警提示,从而提醒管理者对成本进行监控。

出版部门还可通过网络管理系统,实时了解印制物资库房的状况,并进行实时管理和动态维护。

七、发行

发行在出版社的地位日益重要,出版社只有通过发行,才能真正实现其社会效益和经济效益。计算机网络为发行部门提供了强大和便捷的手段。

首先,计算机网络可以使发行部门的内部管理规范化,实现从出版到发行的图书出版流程自动管理。利用出版社 Intranet 的发行

管理系统，可实施图书信息管理，如新书入库、分类查询等；库存和库位信息管理，如图书库存表等；图书销售管理，包括相关票据清单、结算、汇总、通信录及折扣等。

网络可提供库房的实时管理，保证物流和信息流的一致性和同步性。通过在书库设立工作站，并接入出版社 Intranet，异地可通过公用电话网实现联网，实时登录图书入库情况。同时，客户在出版社购书付款后，相关信息从计算机网络上传到书库，客户即可从书库提书，或者由书库向客户托运或邮寄图书。门市的业务亦可通过这种方式进行。不在同一地点办公的发行业务机构，可通过网络进行实时信息交换。

其次，计算机网络为发行提供了新的销售渠道和发行方式。随着国际互联网在国内的普及，在未来读者通过网络向出版社购买图书，还可通过网络阅读出版社制作的电子图书，在网上进行图书的电子贸易。出版社设在全国各省的发行点，亦可通过计算机和电话线与出版社取得联系，向出版社提供销售信息、购书信息及相关信息；出版社向其提供新书目录及图书简介、内容提要、封面等信息。

计算机网络可实时生成图书排行榜，为图书销售和再版提供信息。根据销售记录，自动形成图书销售排行榜，可及时地根据排行榜决定哪些图书急需加印，哪些图书可不再印刷。

由于发行部门和财务部门的数据相关性大，许多数据需要共享。出版社 Intranet 可实现发行与财务的无缝网络链接和一体化管理。由于网络信息的共享，发行的相关信息可直接通过网络传输到财务部门，从而避免了财务数据的重新录入，减轻了财务人员的工作量。