

图书

TUSHU BIANJI MEIXUE CHULUN

编辑美学初论

杨秦予 著

该书为目前国内系统研究图书编辑美学的专著，将编辑学与美学有机结合，从学科本体论、审美客体论、审美主体论、审美创造论、审美关系论五个方面进行综合研究，最后对图书编辑美学的发展方向予以展望。

该书突出特点是理论与实践并重，既有作者对美学理论的探索与应用，也有作者多年来图书出版实践经验的理性总结，是感性与理性、实践与理论的高度结合。该书既是编辑出版从业人员必备的参考书，又是从事编辑学和美学教学、科研人员不可多得的工具书。

河南大学出版社



图
书

TUSHU BIANJI MEIXUE CHULUN

编辑美学初论

杨秦予 著

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

图书编辑美学初论/杨秦予著. —开封:河南大学出版社,2008.6
ISBN 978-7-81091-867-1

I. 图… II. 杨… III. 编辑学:美学—研究 IV. G232-05
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 142101 号

责任编辑 武新军

责任校对 吴 君

装帧设计 张 庆 白 雪

出 版 河南大学出版社

地址:河南省开封市明伦街 85 号

电话:0378-2825001(营销部)

邮编:475001

网址:www.hupress.com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 郑州文华印刷厂

版 次 2008 年 6 月第 1 版

开 本 787mm × 1092mm 1/16

字 数 215 千字

印 次 2008 年 6 月第 1 次印刷

印 张 12.75

定 价 30.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

图书编辑美学初论



作者简介

I 作者简介



杨秦予,女,1964年11月出生,河南省郑州市人。先后毕业于河南医科大学临床医学系、郑州大学文化与传播学院,获医学学士和文学硕士学位。现为郑州大学出版社副编审,郑州大学新闻传播学院硕士生导师,河南省优秀中青年编辑。兼任全国新闻传播学院(系)领导联谊会秘书长,河南省高职高专院校经济管理类院(系)领导联谊会秘书长。

从事编辑工作13年来,共策划大型丛书、套书、重点图书、系列教材161套(合计750余种),责编图书120余种。策划选题入选国家和省级“九五”、“十五”、“十一五”规划重点选题及局重点选题193项。在肿瘤学、眼科学、药理学、生命科学、旅游学、法学、新闻传播学、经济学专业已策划出系列大型图书,形成自己的选题特色。独立策划、责编图书获国家奖4部,省优秀图书一等奖22部,二等奖33部,优秀“双效”书奖1部,优秀畅销书奖2部,优秀科普奖4部,省科技进步奖8部,社科成果奖7部。

在出版编辑类核心期刊《科技与出版》、《中国出版》、《出版发行研究》、《大学出版》、《新闻爱好者》、《学术论坛》、《中国新闻出版报》等发表论文30多篇,发表书评80余篇,其中有8篇论文获省级优秀论文奖。合著《历代中州名人存书版本录》、《穆青新闻思想与新闻实践》、《医学论文写作指南》等11部专著。

图书编辑美学初论 内容提要

I 内容提要

该书为目前国内系统研究图书编辑美学的专著,将编辑学与美学有机结合,从学科本体论、审美客体论、审美主体论、审美创造论、审美关系论五个方面进行综合研究,并对图书编辑美学的发展方向予以展望。

学科本体论主要从图书编辑美学的现实性研究,学科地位、本质及体系构成,研究对象、方法及内容,与其他相邻学科的相互关系入手,为图书编辑美学勾勒一个基本的理论框架。审美客体论通过对编辑物的内容美与形式美及二者的关系、编辑物的美学特征及原则、编辑物的审美价值等问题的研究,阐释了作为编辑客体所表现的“编辑美”的基本内涵。审美主体论通过对图书编辑的审美构成、审美发现、审美原则、审美能力、审美心理、编辑素质与审美的研究,揭示编辑审美的心理世界。审美创造论主要研究了编辑在图书出版流程中的审美创造及创造规范、版式设计中美特性、封面设计和插图、装帧设计的美学特征。审美关系论主要探讨了图书编辑出版诸关系所隐含的美、图书出版系统具体的外向关系美、高度和谐的审美关系是出版社发展的原动力等问题。

该书突出特点是理论与实践并重,既有作者对美学理论的探索与应用,也有作者丰富的图书出版实践经验的理性总结,是感性与理性、实践与理论的高度结合。该书既是编辑出版从业人员必备的参考书,又是从事编辑学和美学教学、科研人员不可多得参考书。

图书编辑美学初论 ➡ 序 言

I 序 言

秦予同志是我在郑州大学任教时带的研究生,该同志读书期间刻苦勤奋,兢兢业业,经过三年努力,出色地完成了学业,并撰写了《当代图书编辑美学的理论建构》毕业论文,得到专家高度评价。目前呈现在读者面前的《图书编辑美学初论》,就是她经过六年的沉淀、在硕士论文基础上扩展而成的。此书应该是目前国内较早的系统完整地研究图书编辑美学的专著,我应邀为之作序,倍感欣慰。

秦予考上研究生之前,已在河南医科大学出版社从事编辑工作多年。专业基础扎实,编辑业务精通,策划选题能力较强,为出版社赢得了良好的社会效益和经济效益。她策划的选题入选国家和省级“九五”、“十五”、“十一五”规划重点选题及局重点选题近200项,在肿瘤学、眼科学、药理学、生命科学领域形成了自己的选题特色。2001年,原河南医科大学出版社更名为郑州大学出版社,业务随之大幅拓展。她又在旅游管理学、法学、经济管理、新闻传播学领域策划出系列教材和大型丛书(套书),为医学专业社向综合社的成功转型做出了重要贡献。现在她已经走上领导岗位,成为出版社副总编辑,同时还兼任郑州大学新闻传播学院硕士生导师,被河南省新闻出版局授予“河南省优秀中青年编辑”荣誉称号,但她仍然孜孜不倦地在编辑美学的土地上耕耘开拓。

秦予是带着丰富的经验,从一个具体实践者登上美学殿堂的。这本《图书编辑美学初论》,既是她对美学理论的探讨与应用,又是她多年实践经验的理性总结,是感性与理性、实践与理论的高度结合。相信此书的出版,会对图书出版从业者及从事相关研究的专家学者提供有益的借鉴。

在美学领域和编辑学领域,图书编辑美学都是一个新课题,可资借鉴的研究资料很少。但作者知难而进,大胆探索,开辟了一片独特的学术领地,其理论勇气和创新精神是值得称赞的。在这本书中,作者提出了学科本体论、审美客体论、审美主体论、审美创造论、审美关系论,内容涉及图书编辑美学的主要理论问题,体系性强,学术框架完备。该书试图在编辑学与美学之间寻找学术的创新点,无论对于编辑学的研究还是美学分支的研究,都具有开创意义,这种学术抱负值得肯定。书中不乏闪光之处,诸如对图书装帧

艺术美、图书编辑流程美、图书编辑的审美构成、图书编辑诸关系隐含的美等,言之成理,多有创见。

在当代社会科学发展的日渐综合又日趋分化的历史性潮汐中,图书编辑美学,作为一门新兴的边缘性的科学,从它的“母体”——美学和编辑学中分离出来,形成自己独立的科学体系框架,与人类社会生活的日益深入、人类文化活动内容的不断丰富密切相关。因此,研究和探讨这门新兴科学的现象、本质、规律和特征,对发展和繁荣我国的人文社会科学、填补我国社会科学领域的空白,是一件极有意义的工作。愿她在这条学术研究的路上不断创造和发展,日益达到新的境界。

是为序。

刘成纪

2008年7月于北京师范大学

1 前 言

图书是科学文化的载体,也是人类智慧的结晶。20世纪80年代以前,我国图书多注重实用效应,只强调内容的科学性、真实性、可读性,而忽略了装帧质量、色彩调配、布局安排等形式方面的要求。随着改革开放进程加快,我国图书出版物面目更新,不仅内容上尽量真实感人,新颖实用,满足读者求知、学技、娱乐、消遣的需求,而且追求版面和谐一致,格局美观完整,墨色浓淡适宜,空白恰到好处。也就是说,“美”越来越成为市场经济条件下人们对图书的一种重要需求指标,购买精品图书阅读、馈赠、珍藏已成时尚。要想出版精品图书,满足广大消费者审美需求,就要使图书从内容到形式都必须符合图书编辑美学原则。为了多出精品,快出精品,就需要将美学理论与图书编辑工作相结合,确立编辑美学的原则和方法。

遗憾的是,在我国,关于图书编辑方面的审美规律的总结及其理论探讨还相当薄弱。由于生产手段和社会观念所限,编辑工作中的美学价值还没有被充分认识,“美”的体现被视为编辑过程中的附属品,认为仅由美编和技术编辑就可完成。甚至把编辑工作看成无美学规律可循的纯技术操作性的工作,抑或把图书编辑美学理解为只是和形式装帧有关的因素。

正是基于上述原因,本书提出了构建图书编辑美学的设想,试图从图书编辑美学的学科本体论、审美主体论、审美客体论、审美价值论、审美关系论、审美创造论等角度,为图书编辑美学勾勒一个基本的理论框架,同时对出版产业媒体多样化、信息数字化、手段现代化给图书编辑美学带来的机遇和挑战予以展望。从编辑流程中体现出的编辑对象美、编辑操作美、编排设计美、信息处理美、编辑风格美等特征,确定图书编辑美学的研究对象和主要内容,从而总结出图书编辑美学的原则(求真、劝善、简约、丰满、和谐、奇异、集中、有序、比例、均衡)和特征(主体与客体的统一、内容与形式的统一、物质与精神的统一、真善美的统一)。通过编辑审美感知、审美情感、审美理解的探微,揭示出编辑的审美心理。

图书编辑美学作为一门编辑学与美学相互交叉渗透形成的新兴边缘学科,其存在的必然性与合理性已不容置疑,它在美学学科中的价值意义也是其他美学分支学科无法替代的。图书出版审美文化是人类文化的精华,它将极大地促进整个人类品质的提高。人类文化的全面美化之日,当是美学成为人类文明的广域性学科之时。图书编辑美学为这一天的到来,承担着义不容辞的责任。

最后,对我的导师刘成纪教授(现已调往北京师范大学任教),郑州大学美学研究所的史鸿文教授,河南大学出版社总编辑张云鹏教授、总编室主任王纯女士表示衷心的感谢。

杨秦予

2008年7月23日于郑州

目 录

第一章 学科本体论

一、编辑美学的缘起	(2)
(一)美与美学	(2)
(二)劳动创造了美	(2)
(三)编辑活动与真、善、美的关系	(3)
(四)图书编辑美学的崛起	(5)
二、图书编辑美学的现实性研究	(6)
(一)编辑行业与人类审美创造活动的关系	(6)
(二)建立图书编辑美学的客观必然性	(9)
(三)图书编辑美学的发展现状	(14)
(四)建立图书编辑美学的意义	(17)
三、图书编辑美学的地位、本质及体系构成	(18)
(一)图书编辑美学在审美文化中的地位	(18)
(二)图书编辑美学的指导作用	(20)
(三)图书编辑美学的体系构成	(21)
四、图书编辑美学的研究对象及内容	(23)
(一)图书编辑美学的研究对象	(23)
(二)图书编辑美学的主要内容	(25)
五、图书编辑美学的学科性质与基本特点	(27)
六、图书编辑美学与相邻学科的关系	(28)
七、图书编辑美学的研究方法	(30)

第二章 审美客体论

一、编辑物的内容美与形式美	(34)
(一)编辑物的内容美	(34)
(二)编辑物的形式美	(44)

(三) 图书的形式美规律	(53)
二、编辑物内容美和形式美的关系	(55)
三、编辑物的美学特征及原则	(58)
(一) 编辑物的美学特征	(58)
(二) 编辑物的美学原则	(60)
四、编辑物的审美价值	(65)

第三章 审美主体论

一、编辑是图书编辑美的审美主体	(68)
二、图书编辑的审美构成	(70)
(一) 编辑审美关系	(70)
(二) 编辑审美特质	(71)
(三) 编辑审美范畴	(72)
三、图书编辑的审美发现	(73)
(一) 编辑发现的美感特征	(73)
(二) 编辑发现的美学品质	(76)
四、图书编辑的审美原则	(78)
(一) 政治判断中的审美因素	(78)
(二) 道德判断中的审美因素	(79)
(三) 科学及艺术判断中的审美因素	(80)
五、图书编辑的审美要务	(81)
六、图书编辑的审美心理	(84)
(一) 图书编辑审美的心理学基础	(84)
(二) 编辑审美心理结构的构成	(85)
(三) 编辑审美心理结构的功能	(89)
七、编辑素质与审美	(90)

第四章 审美创造论(上)

一、图书编辑的审美创造	(94)
(一) 编辑审美创造的特点	(95)
(二) 编辑审美创造的真谛	(96)
(三) 编辑审美创造的动力	(97)
二、编辑在图书出版流程中的审美创造	(98)

(一) 编辑在选题策划与组织中的审美创造	(98)
(二) 编辑在书稿加工中的审美创造	(108)
(三) 编辑在图书版式设计中的审美创造	(111)
(四) 编辑在图书印刷环节的审美创造	(116)
(五) 编辑在图书宣传发行环节的审美创造	(117)
三、图书出版流程的审美创造规范	(118)
(一) 图书出版流程美的审美特质	(118)
(二) 图书出版流程的审美创造规范	(119)
四、图书出版流程美是图书美创造的基础	(121)

第五章 审美创造论(下)

一、版式设计中美的特性	(126)
二、封面设计艺术	(128)
(一) 现代封面艺术语言的构成形式	(129)
(二) 现代封面艺术构成的审美风格	(133)
(三) 现代封面艺术语言的具体表达方法	(134)
三、装帧设计的美学特征	(137)

第六章 审美关系论

一、图书编辑出版诸关系所隐含的美	(148)
(一) 图书出版主体自身的和谐与统一	(148)
(二) 图书编辑主体与相关主体的 和谐与统一	(149)
二、图书出版系统具体的外向关系美	(153)
(一) 图书出版外部关系美的整体建构	(153)
(二) 图书出版外部关系美的网络形成	(154)
三、高度和谐的审美关系是出版社发展的 原动力	(155)

第七章 编辑美学研究综述与展望

一、编辑美学研究综述	(158)
(一) 关于学科体系的研究	(158)
(二) 关于审美客体的研究	(164)
(三) 关于审美主体的研究	(166)

二、图书编辑美学发展趋势	(175)
(一) 编辑手段现代化	(175)
(二) 出版信息数字化	(176)
(三) 出版媒体多样化	(177)
参考文献	(179)

第一章

学科本体论

学科本体论研究的主要对象是图书编辑美学中带有根本性意义的、反映图书编辑美学发展过程中具有普遍法则和规律的问题。诸如图书编辑美学的缘起,图书编辑美学的地位、本质及体系构成,图书编辑美学与编辑学和美学以及其他相邻学科的相互关系,图书编辑美学的研究对象及内容,图书编辑美学的学科性质及特点,图书编辑美学研究的方法论等。