

编辑出版学丛书

图书出版学

◎张天定 著

总结图书出版经验

探索图书出版规律

建构图书出版理论体系

指导图书出版实践

河南大学出版社

Z01392732

编 辑 出 版 学 丛 书

图书出版学

◎张天定 著

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

图书出版学/张天定著. —开封:河南大学出版社,
2006.11

(编辑出版学丛书)

ISBN 7-81091-506-1

I. 图… II. 张… III. 图书—出版工作—高等
学校—教材 IV. G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 084874 号

责任编辑 张 沛

装帧设计 王四朋

出 版 河南大学出版社

地址:河南省开封市明伦街 85 号 邮编:475001

电话:0378-2825001(营销部) 网址:www.hupress.com

排 版 河南大学出版社印务公司

印 刷 河南省瑞光印务股份有限公司

版 次 2006 年 11 月第 1 版 印 次 2006 年 11 月第 1 次印刷

开 本 890mm×1240mm 1/32 印 张 9.875

字 数 240 千字 印 数 1—3000 册

ISBN 7-81091-506-1/G·792

定 价 18.00 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)

看着“后视镜”前进

——序“编辑出版学丛书”

中国人自主创建的编辑学，是一门既有东方传统出版文化特色又有现代世界讯息传播价值的新兴学科。

这个学科自从作为应用性颇强的编辑专业走进大学课堂，就带有构造多种文化媒介的基础课性质。因为“编辑之为学，非一般基础课学得好即能胜任”。胡乔木在1984年7月25日《就试办编辑专业问题复教育部信》（见《胡乔木谈新闻出版》第530页，人民出版社，北京，1999年版）明确指出：编辑学要研究的内容应包括历史上著名典籍、辞书、丛书、年鉴、一般图书、报纸、刊物等多种传播媒介的编辑经验。他还“建议编辑专业应设辞书学、目录学、校勘学（中国就有这两类的书），编目、标题、注释、摘要、插图、索引等的研究和试验，印刷、出版、发行知识等科目”。教授这么多的编辑经验和知识科目，如果不设置概括性较高的专业基础理论课程、专业历史知识课程与基本方法技能课程，很难走出编辑学专业教学的第一步。“为促成这个专业”，“使艰难的第一步成行”，乔木同志还建议广泛收集编辑家的回忆录、经验谈之类参考资料，聘请那些从事书、报、刊等多种媒介编辑工作的“博学而热心的学者”，开讲座，讲专题，撰写教学大纲，或“请他们到校兼课”。这些专题讲座，大多是当前现实中编辑出版业发展急需的应用性课程。

20年前，河南大学就是按照上述思路创办编辑学专业的。1983年先在省内办了两期编辑专业讲习班、青年编辑培训班，请

校内外有编辑经验的学者、专家授课。后来在全国几个地方办班,取得了一些经验。1985年暑假,我们还参加教育部高教司在哈尔滨举办的全国高校学报青年编辑培训班的授课,并考察了北大、南开、复旦等校开办本科编辑学专业的具体情况。随后作出了自己开办编辑学专业的方案,上报请示并筹备招收培养编辑学专业方向的硕士研究生,分别由地理、历史、中文三系在学报长期担任编辑工作的三位教授负责指导和培养。顺便说明一点,我们的编辑出版专业本科生是1988年为申报编辑学硕士学位授予点才开始招生的,目的是培养初级与中级读物的编辑实用人才。

1986年,河南大学学报编辑部、河南大学出版社和中文、历史、地理、教育系教师联合组建了一个编辑、教学、科研三位一体的编辑学研究室,在老学科的硕士学位点基础上,以课题研究带动编辑学专业教学。为了给学生打好宽厚的编辑学专业基础,我们提出了编辑学理论、中国编辑史与多种传播媒介的编辑实用技能三个方面的研究课题,筹备开设相应的8门专业课程(包括专题讲座课)。同时进行主干课的教材编写,由河南大学出版社负责组织编审出版有关编辑学教学与研究方面的教材、专著和相关参考书。

岁月匆匆,弹指间,20年过去。从我们编辑专业走出去的硕士生、本科生已近千人。回头一看,由河南大学出版社陆续出版的编辑学著作竟有32种!我们仿佛坐在飞速前进的时光机车上,一面向前奔驰,一面瞥视两边的“后视镜”,像成年人匆匆回眸自己的童年,重又看见了20年前编辑学专业草创时期的“老照片”,那简陋的景观,幼稚的自我,踉跄的走步。

传播学中的“后视镜”原理认为,每一种既有媒介都是编辑所要创造的新媒介的“后视镜”。编辑创造媒介的过程从来就是看着“后视镜”进行创新的。每一种新媒介的创造生成,都是对旧媒介的补救、改善、积累、叠加和增值。媒介创新的过程,就是编辑人在文化生产过程中,通过方向盘左右不断地“补救”、油门大小不停地

“增续”，使车中人的五官、躯体和神经中枢，统统在时间中延伸。媒介传播的道路同时也在速度中缩短。从泥版书、陶器文、甲骨卜辞、金石鼎铭、竹木简板、帛纸文书、刻印图像和书籍、活字排版机械印刷的图书报刊，直到磁带、光盘、银幕、荧屏以及电子网络出版……“地球村”中的人们，倏然跨越到 21 世纪——多媒体互动传播无限讯息的网络交流时代——数字化简直不容分说地把古老而分散的编辑出版逼近现代产业的大世界。然而，编辑总是在创新，审理整合新的讯息，缔造构成新的媒介。新的编辑观念，新的出版模式，促使文化发展的历史一页一页地翻过去，一页一页地积累起来，并连续不断创造出更新的一页。如同轮转机印刷报纸，一张接着一张，又如电脑屏幕上闪示的界面，一个接着一个，但每个界面都是全新的。

回望过去，为的是走向未来。现在我们从 32 种旧著中选出 8 种，作为“后视镜”再版印行。既是对编辑出版学学科建设的纪念，也是对这个专业发展历史的否定之否定——肯定。但为了表明我们现在所达到的编辑出版学研究的新高度，特选出这个群体发表的几十篇学术论文，编成一册，另行出版，以便我们站在后浪的潮头上推着前面的浪涛，奔涌向中国编辑出版学和世界传播学研究的海洋。

从这些论著中，基本上可以看出我们对编辑出版学的新的研究结论：编辑学是一门创造文化媒介的科学，恰如出版学是一门创造大量出版物——媒介载体的科学一样。麦克卢汉说“媒介就是讯息”，我们也可以说，媒介就是文化，讯息就是传播。我们把编辑学的基本原理已经分述为三个，即文化缔构、符号建模与讯息传播，并在这个基础上引申出编辑活动内在的三条规律和三个特点。编辑学又可以说就是富有中国特色的传播学。东方人创立的编辑学、出版学，与西方人创立的传播学、信息学一样，是同一种学问的不同说法，是同一学说内容的不同语言表述，是对同一研究对象的

不同认知方式。而且,中国的编辑学与美国的传播学,还是同一年即 1949 年出现的学科专业术语,二者在内容实质上没有根本区别,只不过一个使用中国名称,一个使用美国名称。在互有差异的历史文化背景和社会实用条件下,一个根植于悠久传统,现正在发展中,只是发展得缓慢一些、单纯一些、文弱一些;另一个没有传统包袱,只求“传媒制胜”的现实应用,却发展得快速一些、丰满一些、强悍一些。目前全球化的历史正处于东西文化交流融会、互动推进的过程中。将来如何,要看我们在各自的科学研究和专业教学过程中怎样把握其价值取向,在建设现代先进文化传媒的征程中,如何进一步自主地从事理论创新、技术创新和产业创新,在学与术两方面推动我国编辑出版业乃至整个文化传播业全面、充分、健康、快速地发展了。

河南大学出版社 20 年前开始出版编辑学著作的时候,筚路蓝缕,原本没有想到要出那么一系列的“编辑与出版学丛书”。后来,书陆续出得多了,慢慢成了出版社的一个品种特色,也算一种专业品牌。2002 年河南大学新闻与传播学院成立,将编辑出版学专业纳入该院作为一个基础性的学科专业,加大建设力度并进行拓展性开发。几年来又陆续编写了一些教材和论著,交出版社出版,加上 8 种再版的旧著,作为编辑出版学学科建设中的一个专业系列,一方面纪念这个学科创办 20 周年,一方面继续发展自主创新精神,开启山林,瞻望前景,走向未来。这套丛书,也将作为一个开放的专业出版体系,长期为编辑出版学的学科建设和专业发展开拓前进的道路。这既是对我国教育与出版相结合的优秀文化传统的继承,也是社会主义现代化进程中出版与教育深度结合的文化创新和出版开发。

谨以此序共勉。

王振铎

2006 年 8 月 5 日

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 图书出版学的对象与任务	(1)
第二节 图书出版学相关学科	(5)
第三节 图书出版学的研究方法	(10)
第四节 图书出版学的教育状况	(12)
第二章 图书的产生及发展	(19)
第一节 图书的起源	(19)
第二节 图书的形制与演变	(27)
第三节 图书的性质与特点	(41)
第三章 图书的构成、计量与分类	(46)
第一节 图书的构成	(46)
第二节 图书的计量	(52)
第三节 图书的分类	(56)
第四章 图书编辑流程	(66)
第一节 选题策划	(66)
第二节 书稿组织	(74)
第三节 书稿审读	(77)
第四节 编辑加工	(84)
第五章 图书装帧设计	(93)

第一节	装帧设计的定义与作用	(93)
第二节	装帧设计的内容	(96)
第三节	装帧设计的要求	(107)
第六章	图书出版流程	(111)
第一节	书稿发排	(111)
第二节	样稿校对	(115)
第三节	质量检查	(123)
第四节	编后工作	(129)
第七章	图书印制	(136)
第一节	印刷的定义与要素	(136)
第二节	印刷的种类与特点	(139)
第三节	图书印制	(141)
第四节	图书装订	(145)
第八章	图书成本核算	(148)
第一节	图书成本的构成	(148)
第二节	图书成本的核算	(150)
第三节	图书的定价	(155)
第九章	图书营销	(161)
第一节	图书与读者	(161)
第二节	图书与宣传	(166)
第三节	图书经营难点	(170)
第四节	图书营销策略	(174)
第十章	图书出版管理	(180)
第一节	出版管理概述	(180)
第二节	出版管理机构	(189)
第三节	出版管理手段	(199)
第十一章	我国出版业的现状与发展	(202)
第一节	出版体制改革	(202)

第二节	民营书业崛起·····	(211)
第三节	未来书业展望·····	(218)
第十二章	图书出版人素养·····	(225)
第一节	较高的政治思想水平·····	(225)
第二节	较强的业务技能·····	(229)
第三节	熟悉图书出版规律·····	(234)
第四节	开拓务实的创新精神·····	(238)
附录:		
	中华人民共和国国家通用语言文字法·····	(251)
	出版管理条例·····	(256)
	图书质量管理规定·····	(271)
	出版物上数字用法的规定·····	(278)
	标点符号用法·····	(285)
	校对符号及其用法·····	(295)
参考文献	·····	(306)

图 录

图 1	偃师二里头夏墟陶瓷刻符	(20)
图 2	仓颉像	(22)
图 3	甲骨文	(22)
图 4	河图洛书	(24)
图 5	简策	(28)
图 6	卷轴	(30)
图 7	古代图书版面	(33)
图 8	梵夹装	(34)
图 9	经折装	(35)
图 10	旋风装	(36)
图 11	龙鳞装	(36)
图 12	蝴蝶装	(37)
图 13	包背装	(38)
图 14	线装	(39)
图 15	《梅兰芳》封面	(97)
图 16	现代图书版面	(100)
图 17	《金刚经》说法图	(106)
图 18	印刷流程图	(145)

第一章 导论

第一节 图书出版学的对象与任务

中国是图书出版历史悠久、文化典籍十分丰富的国家。除最早记载于甲骨、钟鼎的文字材料以外,至迟在西周、春秋时期,已出现以传播为目的的简策和帛书。次后历代都有人编书、写书、刻书和藏书,积累了非常丰富的文化典籍,也引发了相关的图书出版的学理研究。

中国图书出版研究的历史渊源可以追溯到先秦时代。古代的文人学者关于图书出版的思想见解,可以视为图书出版学的萌芽。但把它作为一门独立的学科来研究,是从 20 世纪后半叶才开始的。目前其学科理论体系正在形成和发展中。

一、图书出版学的研究对象

1. 图书出版历史

中国的图书出版活动源远流长,有丰富的经验和宝贵的传统。建立图书出版学一方面要总结现实的新鲜经验,一方面要从前人留下的思想资料中吸取营养,从历史与现实相结合的研究中,揭示图书出版活动的基本规律。

2. 图书出版原理

研究图书出版原理,就是从历史的角度研究图书出版活动如何逐步与著作活动区别开来,发展成为一种独立的社会职业;从现实的角度揭示图书出版活动区别于著作活动和其他社会文化活动的性质和特征,科学地阐明图书出版活动在文化创造、传播和积累中的作用,以及它存在和发展的必然性。

3. 图书出版流程

研究图书出版流程,就是从实践的角度研究一种书的出版程序和工作环节,研究各个环节的相互关系,工作的原理、方法和应该坚持的规范与要求。图书出版过程是编辑出版人员作用于自己的工作对象所形成的客观的、历史的过程,是一本书从选题设计到成书的基本程序和前后连续的工作环节。研究出版流程不限于研究选题、组稿、审稿、加工等环节的工作原理和方法,还要研究出版过程中的各种矛盾和社会关系,如编者与作者、读者的关系,图书的社会效益与经济效益的关系。只有处理好这些矛盾和关系,才能完成一本图书的编辑出版任务。

4. 编者、作者、读者的互动关系

作者是书稿创作的主体,也是编辑工作的对象。作者工作是编辑工作的重要组成部分。图书出版学要围绕作者范畴进行研究,研究作者类型、作者心理、作者与编者图书生产中的相互关系,以及编辑部如何做好作者工作、建立作者队伍等问题。读者是图书的购买和阅读对象,也是编者和作者的服务对象。读者需要是推动图书编辑活动产生和发展的基本原因。研究读者范畴,明确图书出版学中的读者概念,研究读者的类型和层次,读者的阅读需要、阅读兴趣,研究编者与读者的关系和编辑部的读者工作,对于建立图书出版学的理论体系有重要意义。在图书的生产与传播过程中,编者和作者、读者有着不可分割的联系。因此,研究他们的相互关系以及编辑工作中的读者和作者工作,是图书出版学的一项重要任务。

5. 图书出版方针、原则

出版方针和原则是出版活动的目的、宗旨和应该遵循的基本准则,反映社会对出版活动的要求和出版活动自身的发展规律。我国的图书出版学研究者,应具体研究社会主义出版机构中图书出版活动应该坚持的方针、原则和道德、法律、政策等问题。

6. 出版人才建设

研究出版人才建设,就是从出版活动主体的角度研究编辑出版人员的类型和素质要求;研究出版队伍的组织构建以及管理体制和运行机制。

此外,尚有出版战略、出版策划等诸多内容,均须深入研究,图书出版学的研究内容涉及图书出版理论和编辑实践的广泛领域,把这些方面的研究成果按照一定的逻辑结构组织起来,便构成图书出版的理论体系和知识体系。

二、图书出版学的基本任务

1. 总结图书出版工作经验

中华人民共和国建立以来,我国的图书出版工作实践积累了丰富的成功经验,也有不少的失败教训。总结这些经验和教训,使之上升到理性认识的高度,对于指导今后的图书出版工作是大为有益的。因此,图书出版学的构造,应该从实际出发,对人们司空见惯的大量现象作出理论分析,分清是非,尽可能求出正确的答案,或者启发人们去进行思考。它不应该脱离实际,只在概念上兜圈子。否则便会失去深厚的生活根基,削减理论的力度。

2. 探索图书出版工作规律

科学的任务就是要揭示客观规律,并且用它指导人们的实践活动。图书出版工作总结经验的有效性最高标准,是揭示图书出版工作的规律。

有无正确的出版战略思想与出版工作的矛盾运动,是出版战略与出版工作的对立统一规律;出版修养高低与出版工作的矛盾

运动,是出版修养与出版工作的对立统一规律;能否正确认识出版主客体与出版工作的矛盾运动,是出版主客体关系与出版工作的对立统一规律;有无正确的工作态度和较强的业务能力与出版工作的矛盾运动,是出版实力与出版工作的对立统一规律;出版工作不完全适应社会对图书越来越高的质量需求的矛盾运动,是出版工作与社会需求的对立统一规律;图书的社会效益与经济效益的矛盾运动,是“两个效益”的对立统一规律。以上种种矛盾的双方,在一定的条件下从对立走向统一,又从统一走向新的对立,即旧的矛盾解决了,又让位给新的矛盾,就形成不断的矛盾运动。这些矛盾运动,推动着图书出版工作不断地从一个新质到另一个新质的发展变化,从而成为不以人们的主观意志为转移的客观规律。

3. 建构图书出版学理论体系

图书出版学的基本任务之一是确定图书出版学的研究对象,确立图书出版学的概念和范畴,运用适当的方法,探索图书出版工作的内在规律,进而建构图书出版学理论体系。

当前学界提出了图书出版许多新的问题,诸如图书出版工作的矛盾、图书出版工作的基本矛盾、图书出版工作的主要矛盾、图书出版工作的规律、图书出版工作的基本规律;出版道德的善、出版道德的正义、出版道德的核心、出版道德的根本;出版的情感和情绪、编辑的意志;图书正文系统、图书装帧系统、图书版权页系统;图书审美创造、图书审美的社会功利需求、图书美的内容、图书美内容要素的优化特性、图书美的形式、图书美的本质、图书审美的基本规律;选题的成果结构、选题的需求结构、选题的效益结构;文责自负、审读态度等等。这些都应引起从事图书出版实务和理论研究人员的兴趣和重视

4. 指导出版工作实践

图书出版学来源于社会实践,反过来又必须对出版工作实践

具有指导作用,并且经受实践的检验。这种指导作用,主要在于对图书出版人员具有提供知识和启发思想的意义,有助于他们进一步优化自身的条件,通过编辑出版符合社会主义出版方针的优秀图书,来为社会主义精神文明建设和物质文明建设作出更大的贡献。这是研究图书出版学的立足点,也是根本任务。至于一部图书是否达到了上述目的,或者在多大的程度上达到了这个目的,则只能由社会实践来检验。

第二节 图书出版学相关学科

图书出版学与许多学科有着密切联系。一方面,它和这些相关学科的研究对象存在交叉;另一方面,它更要吸收这些学科的理论和方法来不断发展完善自己。

1. 图书学

图书学是一门不太成熟的学科,但已有近百年的历史。1911年日本开始研究图书学,提出了“图书学”这一名词。1932年,日本田中敬撰写了《图书学概论》一书。1940年我国商务印书馆出版了卢震京编的《图书学大辞典》。1991年黑龙江教育出版社出版了吴平编著的《图书学》一书。卢震京认为“图书学是研究关于图书一切事情之学问也”,图书馆学、目录学、版本学、校勘学,以至印刷装订等都在其研究范围之内,范围失之太宽。吴平认为:“图书本身就是图书学的研究对象,图书学的研究对象就是图书的内容和形式,图书学就是对图书的内容、形式以及生产制作方法进行全面的、系统的、深入的分析 and 研究,以探索图书发生和发展的规律”。日本1971年出版的《出版事典》(1987年中国图书出版社翻译出版时译名为《简明出版百科辞典》)认为:“图书学的研究范围包括了版本学、书志学、目录学、图书分类学等内容,太笼统,没有严密的涵义,因此,一般说来,图书学一词尚属不稳定状态。”

2. 图书商品学

图书商品学与图书学,从字面上看,区别仅在于有无“商品”二字,的确是两门很接近的学科。图书商品学是商品学的一个分支,其研究对象和内容,严格地限制在商品学的范围之内,不像图书学那么宽。两者在研究内容方面,有许多重叠之处。图书学的研究成果,凡适合图书商品生产者和流通者需要的,图书商品学都要尽量吸收。

3. 出版学

出版是编辑、复制作品向公众发行的活动。“出版”一词在中国使用较晚。据王益先生考证,1879年,清末思想家黄宗宪在同日本学者的笔谈中使用了“出版”一词,在19世纪90年代出版的《日本国志》中黄又写道:“明治五年(1872),仿西法设出版条例,著书者给以版权,许之专卖,于是士夫多以著书谋利益者。”(王益:《“出版”再探源》,《出版发行研究》1996.4)1906年,清朝政府在颁布的《大清印刷物专律》中称:“所谓记载物件者,或定期出版或不定期出版,即新闻丛录等,依本律名目谓之记载物件。”1930年,国民政府在公布的《出版法》中明确指出:“本法称出版品者,谓用机械或化学之方法所印刷,而供出售或散布之文书图画。”其实,早在雕版印刷发明的唐代以前,我国就有了“刻版”、“印刷”、“镂版”、“雕版”、“开版”等词。所谓版,是指古代书写用的木片,《管子·宙合》:“修业不息版。”尹知章注:“版,牍也。”东汉王充《论衡·量知篇》云:“断木为槩,析之为版,力加刮削,乃成秦牍。”《说文解字》中无“板”字,可见“版”是本字,后因版多系木质,故有木旁之“板”字产生,并与原来的“版”字互为通假。《说文解字》释“版”为“判也,从片,反声”。又释“牍”为“书版”也。朱骏声的《说文通训定声》中明白地指出“判木为片,名之为版”,即剖成片状的木头称为“版”。

图书出版学和出版学有更为直接和密切的关系。出版学是研究包括图书出版在内的全部出版活动的学科。出版活动包括:书、