



全国高职高专印刷与包装类专业教学指导委员会“十二五”规划教材

——出版类专业系列教材



图书编辑实务

主编 孙玉林

TUSHU
BIANJI SHIWU



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

全国高职高专印

员会“十二五”规划教材

——出版与发行专业系列教材



图书编辑实务

主 编 孙玉林

副主编 殷 三 李婷婷 李 果

主 审 薛贤荣

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书分六个模块,从图书编辑流程、书稿整理加工、书刊安排、图书成本分析、编辑应用文写作和书刊电子排版入手,强调工学结合,以设置任务的方式,介绍图书编辑实务。

本书不追求理论系统,淡化图书选题策划和宣传发行,强调操作性。通过完成任务,促使学生熟悉编辑工作流程,熟悉审稿单、发稿单等的填写,掌握编辑基本概念,认识图书,熟悉书稿加工整理各环节,能修改、安排图书版面内容,能校对一般书稿,了解出版法规和汉字规范。

考虑高职生就业实际,实训偏重图书专业认识及版面编排和文字加工整理规范,重视学生图书专业知识认识实践,培养学生图书生产成本意识,培养学生务实、严谨意识,淡化市场调研、选题策划、图书营销。

本书既适用于学习编辑的高职学生的课堂教学,又适用于出版企业对编辑人员的岗前培训。

图书在版编目(CIP)数据

图书编辑实务/孙玉林主编. —重庆:重庆大学出版社,2012.2

全国高职高专印刷与包装类专业教学指导委员会“十二五”规划教材. 出版类专业系列教材

ISBN 978-7-5624-6357-3

I. ①图… II. ①孙… III. ①图书—编辑工作—高等职业教育—教材 IV. ①G232.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 194210 号

图书编辑实务

主 编:孙玉林

副主编:殷 三 李婷婷 李 果

主 审:薛贤荣

策划编辑:李竹君

责任编辑:文 鹏 邬小梅 版式设计:李竹君

责任校对:邹 忌 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617183 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆五环印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:14.75 字数:272 千

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-6357-3 定价:26.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

【前 言】

终于在艰难中完成了书稿,短暂的轻松后感觉的是忐忑与更大的压力。

本书编写力求适合高职生特点,吻合高职生实际学习需要,同时还要展示图书编辑的全貌,让学生对图书编辑实务有一个完整的了解,并且还要有一定的实用性。为此,编写组成员在大量的资料中进行选择,理论讲解少点,尽量用具体实例或任务展示图书编辑实务,按照可操作性原则通过任务引出内容,学生在完成任务中阅读相关知识,掌握相关知识,并在课下搜索相关知识。希望学生通过该门课程的学习,能辅助编辑做书稿的接收工作和初步整理加工工作。

全书由孙玉林负责编写思路与结构设计,并完成最后的统稿工作。6个模块,分成一个个任务,采用任务驱动法,设置任务内容,学生为完成任务去阅读、寻找相关知识,在阅读、寻找知识中完成任务。培养学生自主学习、自我解决问题的能力。具体编写任务为:殷三撰写模块1,孙玉林撰写模块2、3、4,李婷婷撰写模块5,李果撰写模块6。

《图书编辑实务》涉及一些印刷的知识,编写组成员都没有这方面的知识积淀,只能现学现卖,编写得很辛苦。具体撰写中,安徽新闻出版职业技术学院印刷专业老师给以鼓励和业务的指导,帮编写组渡过了难关。他们的孜孜不倦与无私奉献感染了编写组,也增强了编写组编好这本教材的信心。在此献上真诚的感谢。

本书编写过程中,得到了安徽新闻出版职业技术学院领导的大力支持,并提供了好的建议,感谢他们的赐教,感谢安徽新闻出版职业技术学院的领导提供了一个好的编写环境。

由于编者水平有限,预期的目标可能无法实现。教材中的问题肯定是有的,缺陷一定也不少,且当作抛砖引玉,请同行专家批评指正。

编 者
2011年7月



模块 1 熟悉图书编辑流程	1
任务 1 信息搜集	2
任务 2 熟悉选题策划	6
任务 3 实施组约稿	11
任务 4 熟悉审稿标准	15
任务 5 熟悉出版合同	20
任务 6 熟悉三审制	25
任务 7 熟悉发稿环节	29
任务 8 熟悉样书检查	32
任务 9 熟悉重印与再版	34
模块 2 整理加工书稿实务	39
任务 1 明确加工程序	40
任务 2 明确加工原则	45
任务 3 明确加工内容	50
任务 4 编辑加工图文稿	56
任务 5 掌握校对实务	59

模块3 安排书刊实务	71
任务1 掌握图书外衣	72
任务2 掌握图书版面	75
任务3 安排图书版权页	80
任务4 安排图书封皮	86
任务5 安排开本	92
任务6 安排版心	97
任务7 安排页码、页眉	102
任务8 安排正文标题和注文	105
任务9 安排目录、附录	109
任务10 安排书刊表格	113
任务11 安排图片	118
模块4 分析图书成本实务	122
任务1 分析图书印前成本	123
任务2 分析图书印中成本	125
任务3 分析印后成本	129
任务4 分析流通成本	130
任务5 图书定价	132
模块5 编辑应用文写作实务	140
任务1 掌握选题报告	141
任务2 掌握编辑计划	148
任务3 掌握审稿意见	150
任务4 掌握送审报告	154
任务5 写作约稿信	156
任务6 掌握退修信	158
任务7 写作退稿信	161
任务8 写作日常联系信	163
任务9 写作内容提要	165
任务10 掌握出版说明	167
任务11 写作作者简介	168

任务 12 认知凡例	170
任务 13 掌握出版后记	172
任务 14 写作新书简介	173
任务 15 写作书刊广告	175
任务 16 了解书评	176
模块 6 书刊电子排版基础实务	180
任务 1 Word 页面设置	181
任务 2 Word 样式设置	185
任务 3 InDesign 基本操作	193
任务 4 InDesign 文字处理基本操作	198
附录	202
附录 1 图书质量管理规定	202
附录 2 出版物上数字用法规定(节录)	207
附录 3 出版物汉字使用管理规定	212
附录 4 中华人民共和国国家标准校对符号及其用法	215
部分参考答案	220
参考文献	226



熟悉图书编辑流程

学习目标

知识目标

1. 了解信息搜集的定义、地位,掌握信息搜集的基本方法;
2. 掌握选题策划相关知识;
3. 掌握组稿程序;
4. 掌握审稿的标准及基本方法;
5. 了解出版合同的相关知识;
6. 掌握三审制;
7. 掌握收稿;
8. 掌握样书检查的相关内容;
9. 掌握图书重印与再版的条件和程序。

能力目标

1. 搜集信息的能力;
2. 辅助编辑策划选题的能力;
3. 辅助编辑组稿的能力;
4. 审稿的能力;
5. 填写收稿单;
6. 检查样书的能力。

图书编辑出版是一个流程,如图 1.1 所示,本模块按此流程顺序来介绍。

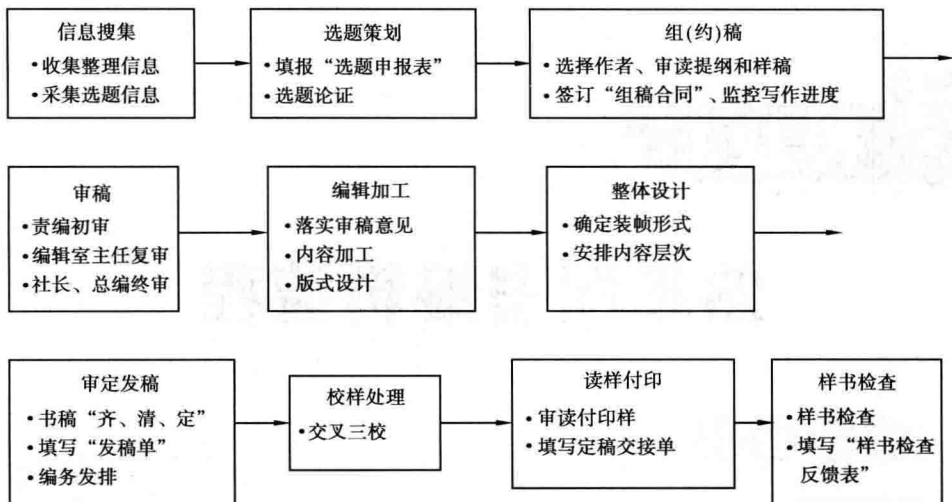


图 1.1 图书编辑流程示意图

任务 1 信息搜集

【任务内容(一)】

分析“喜羊羊”系列图书现象,明确信息工作的地位。

【任务知识链接】

信息搜集指的是编辑为出版物的出版在信息资源方面所做的准备工作,包括信息的搜集和处理等。

1.1.1 信息地位

1) 信息是编辑工作的基础和源泉

信息贯穿于编辑工作的全过程。为了跟上时代的发展,编辑必须永不停歇地给自己充电,不断完善自身的知识结构,而补充知识需要有作为源头的信息;在实

际业务工作中,选题酝酿、构思创意需要通过调研去获取信息;选择作者,培育和壮大作者队伍需要信息;组稿中提出编写思路,或者审查编写大纲、与作者共同进行研讨时,希望做到有共同语言,能平等对话,达成共识,也需要掌握信息;在审稿、编辑加工中要发现和解决问题,更是需要一定的信息占有量。

2) 信息是图书出版资源

信息是资源,信息是效益。在市场经济体制下,社会信息和市场信息对图书出版的全过程都会有影响、起作用。比如来自图书市场的信息,读者群体的阅读需求或热点,以及市场的定位等,是成功的选题策划所要求的最重要的参考依据。

3) 信息是选题策划的直接基础和重要依据

信息是选题之源。选题不是来自闭门造车,而是来自对信息的广泛搜集、积累、提炼和整合。耳目闭塞,不可能做好编辑工作。当今社会信息海量,瞬息万变,更要重视信息整合工作。出版社要有专门的机构和人员,运用先进的科学技术手段,搜集、存储信息,为策划、论证选题和整个出版工作服务。

【任务知识案例】

2005年6月动画片《喜羊羊与灰太狼》面世,引起了强烈反响,相关的玩偶、图书、舞台剧、手机游戏等产品也纷纷出现,其中“喜羊羊”系列图书在图书销售排行榜上长期位居前3名,是小学生最喜爱的口袋书之一。无法想象,在现代图书出版过程中,不去作充分的深入调查研究,没有充足的信息资料,而从事图书出版会是个什么结局。

【任务内容(二)】

分析《寂静的春天》的信息,明确搜集信息的内容范围。

【任务知识链接】

1.1.2 信息范围

1) 社会发展信息

影响或制约社会发展的信息,包括国际形势、经济发展、方针政策、教育等。

2) 科学文化信息

与出版物直接相关的科学技术、文化思潮及各门类学科发展变化的信息。

3) 出版市场信息

①出版动态信息:各种学科类型出版物出版信息,市场需求、价格、出版业统计资料等;

②竞争对手信息:与本出版单位存在市场竞争关系的其他出版单位的相关信息,包括对手出版规模、品种构成、出版特色、经济实力、出版策略、竞争战略等。

4) 作者信息

反映作者基本情况的资料,包括有关学科作者群分布状况及个人专长、学识等。

5) 读者信息

对出版物的反映、评价、希望和总需求,对单位的认知度和认可度。

【任务知识案例】

国外出版过一本名叫《寂静的春天》的书一度轰动了整个世界,这本书指出,人类无休止的、掠夺式的索取毁灭了人类自身赖以生存的生态环境。一切都被污染了,于是动物、植物没有了,连小虫子都没有了,以致地球到了本该万物复苏的春天时却杳无声音,变得异常寂静。无疑只有了解了“面”上的信息,才会了解为什么这样一本书会引起世人的强烈反响,会促使编辑对环境保护方面的选题加以认真关注和深刻思考。

【任务内容(三)】

分析《蓝天绿地丛书》《哈佛女孩刘亦婷》图书相关信息,掌握信息搜集的途径和方法。

【任务知识链接】

搜集信息是克服文化传播活动无目的性的重要手段,分析、综合是指对所搜集的信息进行创造性加工,是一个去粗取精、去伪存真、由表及里、由此及彼的理性思维过程。

搜集信息要多渠道、多方位。编辑和其他人员一起考察,参加国内外书市、书展和学术活动,调查研究和参与图书销售,开会和与作者交谈,以及阅读书报刊所获取的信息,都要形成文字并输入计算机存查。

1.1.3 搜集信息途径和方法

1) 带着问题或问卷去图书市场调研

图书市场是获取读者信息、出版信息等最主要的途径。

一是调查书店。主要是翻阅图书、了解销售情况、向营业员咨询、向读者作口头或问卷调查。通过开座谈会、通信、电话联络等,还可以直接获得第一手资料。

二是参加书市和图书订货会,了解订货情况、出版信息和出版销售策略。

三是观摩国际性书展。国际书业每年都会举办国际性书展,其中规模较大的有德国法兰克福国际图书博览会、日本东京国际书展、美国书展等。我国每两年在北京举办一次国际图书博览会,从2002年起,改为每年举办一次。

2) 从各类信息传播渠道中搜集有用信息

现代信息传播渠道多种多样,编辑可以从中搜集有用信息,并加以选择和优化。

(1) 关注大众传媒

获取大众传媒传播的现成资料十分方便、成本低。纸介质的传媒有书、报、刊、政府出版物等,电子介质的传媒有广播、电视和因特网等。编辑可以通过大众传媒随时获取关于图书出版的多种多样的信息,速度快,成本低,所谓“足不出户,全知天下事”。

(2) 利用专业信息机构查询检索

图书馆、档案馆、情报所和一些专为出版业服务的信息中心,都是以存储和提供信息为目的的专门机构。这些机构存储的信息量大而且系统,是编辑以文献检索的方式获取信息的重要途径。

(3) 利用专业市场调查机构

编辑搜集信息,除了编辑或出版社自主进行以外,也可以委托市场调查公司等专业市场调查机构。如北京开卷图书市场研究所可向出版社提供《全国图书零售市场简要分析报告》和其他专业报告。编辑还可以借鉴调查公司公布的调查方法进行市场调查和分析。

(4) 人际交往

与作者的谈话、通信往来以及参加学术会议和有关社会活动等,都是最直接、最灵活、最互动、最能出效果的信息交流方式。

搜集信息是一项经常性的基础工作。要从各个出版社的出书范围出发,搜集国内外同行的编辑出版信息,有关的科研、著述及作者信息,本社及同行的图书销售信息,社会调查及统计资料信息,优秀图书编辑出版信息,专家对本社出版图书的评价及读者需求信息。总之,一切为编辑工作所需的信息,都要搜集、存储,并及时补充,逐步形成比较完备的编辑出版信息库。

【任务知识案例】

1995年春,时任国家科委主任的宋健为一个小记者团题词,赞扬孩子们为宣传环保所做的努力,并鼓励他们继续工作。这则消息见报后,江苏科技出版社成功地策划了一套以环保为主题的科普读物,《蓝天绿地丛书》的选题产生了。又如,自从教育部在全国中小学推行素质教育以后,各出版社纷纷策划了不少的素质教育图书选题,作家出版社于2000年策划出版的素质培养纪实——《哈佛女孩刘亦婷》获得很大成功,当年发行137万册,至2004年10月,已印刷65次,销售200万册以上。由此说明,善抓信息,会获得很多的、有价值的选题。

【注意】搜集信息工作中应避免4个误区:信息搜集过分随意,没有主题;信息搜集随记随放,没有起到应有的作用;对搜集来的信息不做纠正和删除,即不做有效性整理;为信息而信息,与作者来往谈话,抱着功利的态度。

任务2 熟悉选题策划

【任务内容】

某出版社曾策划《四大名逗》一书,广告词为“本书为四大名著的无厘头搞笑版”,号称要让“大话西游”“爆笑三国”“歪说水浒”和“搞笑红楼”的无厘头故事把你笑翻天。试分析这样选题的可行性。

【任务知识链接】

选题策划是编辑人员依据一定的方针和主客观条件,开发出版资源、设计选题的创造性活动。编辑根据多方搜集的信息,为适应读者需要、社会需要提出图书出版选题。在选题提出过程中,围绕着选题开展信息搜集、构思、论证、整合等编辑劳动。

1.2.1 选题的来源

1) 由著作者自行提出

作者能比较敏锐地捕捉到专业领域内新的问题,因此他们往往能提出一些很有价值的选题,这在文学艺术创作和科学技术发明方面表现尤为突出。但是这样的选题常带有随机性和随意性,不能够很好地实现应有的价值。

2) 编辑经过市场调研后提出

3) 向读者征集选题

读者是图书销售的终端,读者的需求是出版的目的。

1.2.2 选题策划的内容

一般来说,一份完整的图书选题策划书应包括如下内容:

1) 图书内容与形式的设计

编辑应该在搜集、分析信息的基础上,根据社会的阅读需求,提出具体的选题设想,构思图书的总体结构。

选题设计的内容通常包括下列项目:书名、内容、作者、读者对象、开本、字数、版面形式、装订样式、出书时间、成本、定价等。这些内容在以后的实施过程中可能会发生变化,而且也允许发生变化,但在选题报告中必须作出描述,以表明编辑对选题内涵的理解和思考的深度。

2) 市场预测

包括读者需求情况、同类出版物情况以及选题特色。

3) 实施方案的设计

(1) 作者的落实

考虑其思想水平、学术能力、行文风格等。拟出具体和备选作者。

(2) 时间安排

稿件落实、交稿、审稿、退修、编辑加工、审定发稿、校样处理、印刷、装订、出书时间等。

(3) 成本与定价预测

对生产成本预测—本量利分析—考虑影响因素(读者购买力)—拟定价格

(4) 宣传计划

备用宣传方式、媒体、不同阶段重点以及时段、场所安排,大的要有费用估算。

(5) 营销策略

从图书内容、形式、目标读者及其需求、作者声望和写作特色、产品销售契机等方面考虑。

1.2.3 选题策划的基本原则

出版界、编辑学界总结概括了若干制定选题的基本原则:

1) 以信息为基础的原则

以信息为基础的原则,简称信息原则。信息对图书编辑出版全过程的每道工序、每个环节都起着重要作用,选题策划的实质就是对信息资源的重组和开发。离开信息等于是脱离社会、脱离实际,这样策划出的选题既不符合社会实际,也无法满足社会的需求。

【任务知识案例】

20世纪90年代初,国家教育部曾对小学生需要进行体育与卫生的知识教育的要求有一个报道。某出版社的一位编辑抓住了这个信息,很快策划出版了一套《体育与卫生》的小学教材,获得了较大的经济效益。还有一个关于素质教育的例子,大家都利用这个信息策划了素质教育方面的图书,有两家出版社几乎同时出版了“大学生人文素质教育丛书”,有一家的丛书作为了大学生的素质教育教材,另一家的丛书却很难销售出去。这说明一个优秀的策划编辑要善于从司空见惯中发现不同寻常之处,善于化平淡为神奇,善于将常见的社会信息转化为选题策划的有效信息,并不失时机地推出颇具影响的特色图书。

2) 以社会需求为主导的原则

以社会需求为主导的原则,简称社会需求原则。策划选题要以社会需求为导向,要能把握时代脉搏,要有超前意识,能够引导市场,引导读者,刺激读者新的需求。

要做到这一点,一方面,必须对选题的制订和实施有科学的预见,另一方面,要从社会各种因素的发展规律及现实动态信息中预见社会对图书的需求。

【任务知识案例】

2001年1月,人民文学出版社出版了《中国农民调查》一书,推出时,刚好党中央在年初发布了第1号文件,文件就是关于农村若干改革政策方面的。该书的策划出版,完全说明了编辑具有超前意识。

另一方面,要了解科学、文化、艺术的发展规律及现状,预见到它们能给社会提供哪些新成果。总之,要分析和综合各方面的新情况和新问题,结合出版动态,从而策划出具有预见性的选题。

【任务知识案例】

《哈利·波特》系列书籍就是全程策划成功经验的典型代表,人民文学出版社精心谋划了出版的每一环节和营销过程,从而获得极大成功,使投入实现了最大化产出。这一选题策划成功的经验表明,选题从引进到营销都最大化地满足了读者和市场需求,适应了时代潮流和社会的发展。

3) 以特色为策略的原则

以特色为策略的原则,简称特色原则。现在已经有不少的出版社形成了自己的特色图书,使自己成为了特色出版社。如商务印书馆、三联书店、金盾出版社、清华大学出版社、外语教学与研究出版社、中信出版社、人民文学出版社等。

【任务知识案例】

对于一般图书而言,也要突出特色,突出风格,不可马虎。最近两年人民文学出版社精心出版的《哈利·波特》系列书籍畅销全国,应该说从选题引进到出版、营销,每个环节都是最优的策划。在图书成形物化阶段,该社策划了国内罕见的国际流行开本(小16开),正文使用了专门调色、配制的彩色纸印刷,封面则烫色击凸并压制形态各异的特殊纹路,使用镶有纯银片的防伪纸做内封,每册书还配一张异形裁切的精美书签,同时还制作了印有哈利·波特形象的魔术杯、魔术棒、魔力贴,赠送给读者,以吸引更多读者的注意。

1.2.4 确定选题的标准

策划选题、制订选题计划,要有客观的标准,才能进行论证和决策。

1) 创造性

一个好的选题,无论选题的立意,还是内容的选择,都应该体现出创新,体现出编辑独特的眼光,给人一种全新的感觉,具有鲜明的个性。哪怕是同类书,它的内容和形式也应具有特色。