

# 现代编辑实用指南

主编：周 憬

中国广播电视出版社

## 序

张积玉

2006年5月,在陕西省新闻出版局举办的主编、编辑人员岗位培训班上,周憬同志提出编写“现代编辑实用指南”一书的构想。一年多来,经过他广泛收集资料和编研,现在这本书终于脱稿。我粗略浏览了全书,觉得它是一本有价值有特点的书:一是内容系统全面:既有编辑应掌握的相关知识、应具备的写作水平的阐述,又有编辑部工作务实及编辑流程中的规律的概括;二是与时俱进:收入的标准规范及所阐述的编辑业务知识,都能站在当代的角度,既新颖又准确;三是便捷实用:本书编写体例科学、科目明晰,所列规范查询极其简便,极具实用价值。我相信,本书的出版,将深受编辑工作者的欢迎,成为编辑同仁的好帮手、“贤内助”,在编辑工作实践中发挥积极的作用。

编辑工作是一项既需要广博的文化科学知识、又需要坚实的理论功底的精神文化活动。长期以来,广大编辑工作者以自己的聪明智慧在读者与真理之间架起了一座座桥梁。编辑工作是神圣的,编辑们以自己的辛勤汗水,以自己的知识、思想的一砖一瓦建起人类文化的摩天大楼。周憬同志从事编辑工作近十年,在繁重的编辑工作之余,坚持学习和探讨编辑理论与业务实践问题,多有心得,多有成果,本书的出版,即是他的心血的结晶。由于编辑学的综合性特点,所涉及的学科非常之多,诸如新闻学、传播学、语言学(文字学、语音学、语法学、修辞学、语义

学、社会语言学、翻译学)、文学、艺术、美学、社会学、心理学、逻辑学、教育学、统计学、法学、制图学、印刷学、发行学、出版管理学、校勘学、目录学、图书馆学、情报学、数学、信息论、系统论等,都无不与编辑活动联系密切。当然必须明确,编辑学也有自己特殊的研究对象,既编辑活动,要探索、总结编辑活动的规律、特点和方法。编辑实践,需要编辑的指导。一切从事编辑工作的同仁,都应有“十年磨一剑”的精神,热爱编辑事业,全面熟练地掌握整套编辑业务及技术,并积累丰富的知识,夯实理论基础,一专多能,“专”“博”结合,做优秀编辑,创一流佳绩,为祖国的出版事业的发展繁荣做出应有的贡献。

(注:作者系陕西省高等学校学报研究会理事长,陕西师范大学教授、博士生导师、学报编辑部主任、哲学社会科学版学报主编)

2007年5月于西安

|                       |      |
|-----------------------|------|
| 序 .....               | (1)  |
| 第一章 编辑学 .....         | (1)  |
| 1. 编辑学的性质和研究对象 .....  | (1)  |
| 2. 编辑工作的实质及中心环节 ..... | (3)  |
| 3. 与编辑学相关的一些概念 .....  | (4)  |
| 第二章 编辑工作的任务 .....     | (14) |
| 1. 宣传正确理论 .....       | (14) |
| 2. 传播先进科学知识 .....     | (15) |
| 3. 弘扬民族优秀文化 .....     | (15) |
| 4. 促进国际文化交流 .....     | (16) |
| 5. 弘扬时代主旋律 .....      | (16) |
| 第三章 编辑的主体意识 .....     | (18) |
| 1. 使命感和责任感 .....      | (19) |
| 2. 占据信息 积极主动 .....    | (20) |
| 3. 策划选题 前瞻创新 .....    | (20) |
| 4. 精品意识 常存于胸 .....    | (21) |
| 5. 包装设计 追求精美 .....    | (22) |
| 6. 宣传推介 积极超前 .....    | (22) |

---

|                           |      |
|---------------------------|------|
| 第四章 编辑人员的素养 .....         | (24) |
| 1. 无私的奉献精神 .....          | (24) |
| 2. 良好的思想政治修养与法律意识 .....   | (25) |
| 3. 全新的思想层面与多方面的文化修养 ..... | (27) |
| 4. 多方面的实际操作能力 .....       | (31) |
| 5. 高尚的职业道德情操 .....        | (37) |
| 第五章 现代期刊与编辑 .....         | (40) |
| 1. 确定期刊定位 .....           | (40) |
| 2. 选准议程设置 .....           | (41) |
| 3. 严把政治关口 .....           | (42) |
| 4. 工作精益求精 .....           | (43) |
| 5. 认清发展趋势 .....           | (47) |
| 6. 不断提高个人素质 .....         | (49) |
| 第六章 选题策划和组稿 .....         | (51) |
| 1. 市场调研 .....             | (51) |
| 2. 选题 .....               | (55) |
| 3. 选题策划 .....             | (65) |
| 4. 选题论证要素 .....           | (72) |
| 5. 组稿 .....               | (77) |
| 第七章 审稿 .....              | (91) |
| 1. 审稿工作的重要性 .....         | (91) |
| 2. 审稿工作的任务 .....          | (92) |
| 3. 审稿工作的程序 .....          | (94) |
| 4. 审稿工作的内容 .....          | (97) |

---

|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| 5. 审稿工作的方法 .....         | (102)        |
| 6. 审读才良告 .....           | (104)        |
| 7. 保证审稿质量的措施 .....       | (105)        |
| 8. 审查后的稿件处理 .....        | (108)        |
| <b>第八章 编辑加工</b> .....    | <b>(113)</b> |
| 1. 编样加工的重要性 .....        | (113)        |
| 2. 审稿与编辑加工的关系 .....      | (113)        |
| 3. 编辑加工中的注意事项 .....      | (114)        |
| 4. 编辑加工的步骤和范围 .....      | (118)        |
| 5. 发稿 .....              | (159)        |
| <b>第九章 校对工作</b> .....    | <b>(162)</b> |
| 1. 校对简说 .....            | (162)        |
| 2. 校对的程序及要求 .....        | (165)        |
| 3. 校对的基本方法 .....         | (168)        |
| 4. 校对的后期整理工作 .....       | (170)        |
| 5. 校对符号及使用方法 .....       | (173)        |
| 6. 编辑人员兼做校对工作的注意事项 ..... | (174)        |
| 7. 附录 .....              | (175)        |
| <b>第十章 语病分析</b> .....    | <b>(179)</b> |
| 1. 用词不当 .....            | (179)        |
| 2. 成分残缺 .....            | (184)        |
| 3. 搭配不当 .....            | (187)        |
| 4. 语序颠倒 .....            | (189)        |
| 5. 结构混乱 .....            | (192)        |

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 6. 详略失当 .....                | (193) |
| 7. 句式选用不当 .....              | (198) |
| 8. 句子组织不好 .....              | (199) |
| <b>第十一章 容易读错用错的字和词</b> ..... | (203) |
| 1. 容易读错的字 .....              | (203) |
| 2. 容易用错的字 .....              | (223) |
| 3. 容易用错的词 .....              | (231) |
| <b>第十二章 编辑专用书信</b> .....     | (240) |
| 1. 书信的一般常识 .....             | (240) |
| 2. 组稿、约稿信 .....              | (246) |
| 3. 退改信 .....                 | (249) |
| 4. 退稿信 .....                 | (251) |
| 5. 日常联系信 .....               | (254) |
| 6. 答读者信 .....                | (256) |
| <b>附录一:文摘编写规则</b> .....      | (261) |
| <b>附录二:文后参考文献著录规则</b> .....  | (269) |

## 第一章 编辑学

### 第一节 编辑学的性质和研究对象

编辑学是一门综合性、边缘性和应用性的学科,主要从属于社会科学。

编辑学的综合性是由两种因素决定的:一是研究对象的综合性——各种不同学科的报刊图书编辑和广播电视网络的编辑工作;二是编辑工作自身包含的各种成分——学科(专业)编辑、文字编辑、音乐编辑、美术编辑、技术编辑、地图编辑、声像编辑等。所谓边缘性一方面指编辑学运用各种学科的方法从不同的角度研究同一对象——编辑,另一方面指编辑学的研究对象同各种学科的研究对象有交叉。

同编辑学有联系的学科是非常多的,其中有逻辑学、语言学(文字学、语音学、语法学、修辞学、语义学、社会语言学、翻译学)、文学、艺术、美学、社会学、心理学、教育学、统计学、法学、制图学、印刷学、发行学、出版管理学、校勘学、目录学、图书馆学、新闻学、情报学、数学、信息论、系统论、控制论等。

编辑学在某些领域同各学科交叉,但是也有自己独特的研究对象,否则不成为独立的学科。例如书面语的规范化是语言学和编辑学都关心的问题,前者要确立语言的规范,指导人们如何区分语言规范和违背语言规范的错误,但对产生这些错误的原因则不过问,而此正是编辑学研究的对象。编辑学要对文稿

中出现的违背语言规范的各种各样的错误进行分析,找出产生错误的规律,据以提出防范错误的措施。

编辑学的研究对象——编辑是一种社会文化现象,它把媒体主要作为精神产品而不是主要作为物质产品来研究。如把出版物作为物质产品来研究是印刷学的任务而非报刊书籍编辑的任务。编辑学虽也使用自然科学和技术科学的研究方法,但主要还是使用社会科学的研究方法。

编辑学是直接为图书生产和培训编辑人员服务的,属于应用科学。不过,理论学科和应用学科是相对的,任何应用学科都是建立在一定的理论基础上的。我们编辑学的理论基础是辩证唯物主义和历史唯物主义、马克思列宁主义关于文化和出版的学说、党的宣传出版方针政策以及现代的科学方法论等。应用科学是用事实、建议、规律和理论来解决实际问题的。编辑学也有自己的理论,如关于编辑工作的共性的研究、关于编辑学同其他学科的关系的研究、对编辑的社会历史功能的看法、对编辑工作发展趋势的预测等,都可列入编辑学的范畴,这些理论研究的目的是为提高创办媒体的质量服务的,其存在并不改变编辑学作为应用学科的性质。

编辑学同其他应用学科一样具有规定性及描写性两个方面。规定性指有关编辑工作的规范和惯例;描写性包括客观地描写实际的编辑过程,揭示在这一过程中客观存在的规律,对处理各种问题提供一般原则的指导。所不同的是编辑学以描写性为主、规定性为辅,而其他应用学科则以规定性为主、描写性为辅。

## 第二节 编辑工作的实质及中心环节

### 一、编辑的含义

编辑有两层含义：一是指从事编辑工作的人，一是指编辑工作，我们着重研究后者。编辑工作的含义众说纷纭，现参照各家的说法，试提出如下很不成熟的编辑释义方案，供讨论参考：收集和研究的出版、播映的信息，按照一定的方针制定并组织著译摄录力量实现选题计划，审读、评价、选择、加工、剪辑、整理稿件或其他材料，增强必要的辅文、音画，同著译摄录人员一起通力协作，从内容、形式和技术各方面使其适于出版播映，并在出版播映前后向读者听众观众宣传介绍。

### 二、编辑工作的中心环节

编辑工作的中心环节是审稿。因为第一，审稿决定文稿、音像稿的命运——采用不采用，是审稿阶段而不在于编辑工作的其他阶段；第二，不是所有的稿件都经过选题、组稿、审稿、加工、发稿等各道工序，但所有来稿都需经过审稿才能确定如何处理；第三，保证稿件质量的关键在于审稿，审稿把关不严，让平庸的和有错误，甚至是有政治性错误的作品通过，加工编辑本事再大，不仅难使其成为佳作，而且还有可能铸成大错。

### 三、编辑工作的实质

编辑工作的每一个环节都是以对工作对象的评价为基础的。选题工作是选择要以某种载体的形式加以传播的知识，评判某一种知识的传播价值是制定选题的依据。组稿的主要依据是对作者专业水平和写作摄录能力的评价。审查作者的写作提

纲或摄录计划的目的在于评判其是否符合要求,以便帮助作者修改。各类稿件交来后,编辑的任务就是准确而全面地评判它的优缺点和社会价值,在这个基础上决定取舍。对基本符合要求、准备采用的稿件提出修改意见,这些修改意见经作者同意写在稿上或落实在音像资料上就是编辑加工。所谓编辑加工无非是编辑在对稿件评价的基础上形成的修改意见并加以实施的一种表现形式。编辑把自己对所编报刊书籍或音像制品的评价以口头或文字形式告诉读者,就是出版物的评介宣传。

综上所述,编辑工作的实质可归结为编辑对稿件和其他工作对象的评价。编辑学研究的重点是制定编辑对稿件和其他工作对象评价的原则、标准和方法等方面。当然,这并不是说编辑加工工作不重要。

### 第三节 与编辑学相关的一些概念

#### 一、出版

《辞海》(1979年版)的解释是:“把著作物编印成为图书报刊的工作。……现代出版工作泛指出版、印刷、发行三方面的工作。”林穗芳在《中外编辑出版研究》一书中提出了新的“出版”释义,认为出版是“选择文字、图像、或音响等方面的作品或资料进行加工,用印刷、电子或其他复制技术制作成为书籍、报纸、杂志、图片、缩微制品、音像制品或机读件等以供出售、传播。现代出版工作包含编辑、制作、发行、管理等环节。”概括地说,“出版”就是“选择作品复制发行”。

#### 二、书籍

《汉语大字典》第5卷“书”条解释为:“装订成册的著作。”

《辞海》1989年版“书籍”条为：“用文字、图画或其他符号，在一定的材料上记录知识、表达思想并制成卷册或缩微胶片等的著作物。”书籍是信息和载体的结合，缺一不可。故有人也提出如下关于图书的定义：“书籍是用文字、图画、声音或其他符号按一事实上的主题和结构系统组成一个独立的整体，以印刷或印刷的方式复制在供携带的载体上以向公众传播的作品。现代书籍多用纸张印制成册，不定期出版，可修订再版；除印刷版外还有用胶质、磁性、光学或其他介质制作的缩微版、录音版、录像版、多媒体版等。书籍以非印刷形式出版，通常列入非书资料，但也可以认为是书籍的新形式。”该定义较为全面。

### 三、期刊与报纸

《现代汉语词典》和《汉语大词典》第6卷，对“期刊”的解释均为“定期出版的刊物。”我国国家标准 GB3792. 3——1985《连续出版物著录规则》把期刊列为连续出版物的一种，连续出版物可以是定期或不定期的。1988年颁布的《期刊管理暂行规定》说期刊“是指有固定名称，用卷、期或年、月顺序编号、成册的连续出版物。”从理论上讲，期刊按出版频率可分日刊、周二刊、周刊、旬刊、半月刊、月刊、双月刊、季刊、年刊、隔年刊。事实上，每周出版两次以上的期刊是很少的，而年刊、隔年刊通常作为书籍看待，出版时使用书号。

“期刊”有时亦称“杂志”，是定期向读者提供新信息的刊物。它使读者能以较低廉的代价，得到阅读与保存的满足。

“报纸”是以新闻为主要内容的定期出版物。按出版周期来分，报纸可分为日报、双日报、周报、周二报、周三报、旬报、半月报、月报、季报等。与期刊的显著区别在于版幅较大（一般为对开或四开），均为散页不装订，且价格低廉。

期刊与报纸常合称为“报刊”，其有共同的功能与特征，都是在执行党和政府出版工作方针政策法令的前提下，提供新闻信息、宣传时尚观念、教育和启发读者共同投入社会主义现代化建设的伟大事业中去，弘扬主旋律、传播新知识、倡导健康文明的休闲娱乐方式，丰富人民群众的文化生活。两者均价格较低，人人可以购买；发行量大，吸引众多读者重视；广告量多，支持廉价发行；注意时事，成为现代文明的权威记录者；图文并茂，能生动地进入每个家庭。

但两者又有明显的差异：

首先表现在时效上，报纸追求出版的迅速与新闻价值，出版周期短；期刊次之，期刊在突发事件的报道时效上不及报纸。

其次表现在其责任上，报纸在政策允许的范围内勇敢、大公无私地刊载新闻，为公众的利益服务，对所依附的政党及社会团体起有效的指导作用；而期刊除了提供问题解决办法外，还引导读者注意其尚未注意到的问题，负起“警告”的任务，或报道新的事物、新的潮流，为读者释疑解惑。

与报纸相比，期刊具有以下优点：一是定期出版，时间固定，持续生命长，篇幅多，易于保存；二是用语选词具有时代性，容易被接受；三是经不同作者长时间的构思、分析、引证及编辑的组合，对问题的探讨方向较深入广博，能满足读者对新知识的要求；四是兼报道与趣味；五是比较专业、新鲜的资讯可以连续的方式发表，不受篇幅限制；六是可对事件或问题的全部情形，进行综合与连贯性的了解，并可以比报纸报道要深入而详尽。

报纸尽管具有快捷及时提供新闻的特色，但也有如下缺失：一是报纸的读者很少能专心一意的读报；二是除非拼版处理得很恰当，以报纸狭窄的栏和微小字体的形态而言，实在不是易于

阅读的;三是匆忙写成而结构欠佳的新闻报道,也会使传播的深度受到限度,冗长、含糊的句子、陌生的字眼,背景叙述和阐释文字中,令人烦恼的间隙与脱节,都会影响到读者的注意力;四是报纸中包含的广泛题材,本身也会使读者的注意力分散。除非编辑与排版设计良好,能使读者注意力集中在一页的主要报道或照片上。即便如此,除非报道开始的文字生动有力,简洁而富有趣味,否则读者便会以一分钟掠过一页标题的速度去读报,即人常说的“看书看皮,读报读题。”仅有报纸的头版是例外。

#### 四、“副刊”及其在报纸中的地位和作用

要说清何谓“副刊”,就得回顾历史上我国副刊经过的四个时期:最初是在报纸最后部分刊登一些诗文之类,没有固定的篇幅,属于补白性质。此为第一个时期。

1896年上海《字林沪报》创办小张的《消闲报》随报附送,称为“附刊”。此为第二个时期。

其后,有的报纸在正张上划定一个版面,刊登副刊文字,虽不再是随报附送的小张,但仍被人习惯地认为是“附刊”。这是第三个时期。

1921年,北京《晨报》将刊登副刊文字的第七版命名为“晨报附镌”,请人用隶书写刊头时把“附”写成了“副”,于是“附刊”又被称为“副刊”了。此为第四个时期。

历史上的“副刊文字”,在辛亥革命前无非是一些无聊的诗文,是一些谈妓女、捧“戏子”之类的文字及一些描写社会黑幕之类的文字,与“正刊”宣传报道并无直接联系。到了辛亥革命后,资产阶级革命派用“副刊文字”鼓吹革命,因而“副刊”也就开始与新闻版的宣传报道相配合,报纸副刊进而成了报纸不可分割的一部分。

如果非要给报纸“副刊”下定义,可以这样说:报纸副刊是报纸上的一种从内容到形式都迥异于新闻版的特殊版面。

现在报纸副刊最常见的是文艺副刊,它以刊登文艺作品(包括杂文)、文艺评论、文史小品为主。另有各种专题性副刊,如国际副刊、科普副刊、周末副刊、妇女与家庭副刊,等等;还有各种专业性副刊,如哲学副刊、文学副刊、经济与管理副刊,等等。

副刊是报纸的不可分割的重要组成部分之一。它也具有报纸的一般性质,例如宣传的目标一致,时间观念要“新”,考虑到共同兴趣,以及要具有地方特色等。副刊与新闻版又有区别。它本身又有自己的个性,主要表现:

(一)侧重于提高人们的思想觉悟、共产主义道德风尚和优良风尚;侧重于丰富、指导人民群众的文化生活,提高人民群众的文化修养,提供人们文化享受的机会;侧重于向读者提供新鲜、有用、有趣的知识。

(二)副刊在取材尺度上也有其个性,它与新闻、评论从正面入手不同,往往从侧面取材,打“迂回战”,潜移默化地达到宣传的目的,因而使报纸的宣传更具有多样性。

副刊的个性,决定了其在报纸上的独特地位——与新闻版的宣传报道相配合,成了报纸不可分割的一部分。其作用在于弥补其他版之不足。比如文艺副刊,其作用在于积极参与、指导社会文化生活,组织征文和竞赛,组织文社,组织展览,组织演出,组织座谈等。通过开展这些活动,促使社会主义文化事业兴旺发达,促使社会文化生活能遵循党所指引的正确方向前进,也可密切报纸和读者的联系,使报纸进一步成为读者的良师益友。

“著作”的概念,古今有不同的理解。《辞源》修订本作如下的区别:“古多指著书或作文”,“今凡用文字传述知识、表达意见、思想、感情等都叫著作。”《中华人民共和国著作权法实施条例》已把“作品”的概念扩大到科学著作。按照该条例的解释,“作品是指文学、艺术和科学领域内,具有独创性并能以某种有形形式复制的智力创作成果。”

著作有狭义和广义之分。我国国家标准 GB3792·2——1985《普通图书著录规划》列举了26种“著作方式”,其中包括“著”,“编著”,“辑、编、编辑”,“主编”,“改编”,“缩写”,“讲(口述)”,“注”,“句读、标点”,“制定、提出”,“作曲”,“绘”,“摄”等。对每一种著作方式的使用场合都作了具体说明。

“著”:用于创作性文字,即根据自己的见解撰写的著作,包括“撰”、“写”、“创作”、“述”等。

“编著”:用于除具有自己撰写的文字外,另有整理他人著作材料,包括“编写”、“编纂”等。

“辑、编、编辑”:用于将零散资料或单篇著作汇编成书。仅编排次序而不涉及整理内容,称“辑”;对内容加以编整,称“编”或“编辑”,包括“整理”、“编定”、“编订”、“选辑”、“编辑”等。

该著录规则所讲的“著”(“创作性文字”),是狭义的著作;至于“著作方式”中的“著作”则是广义的著作,指作品的形成方式,与著作权法中的著作所指一致。国家标准 GB3792·7——1987《古籍著录规则》列举了9种著作方式,并分别作了解释。

“撰”:著述。

“编”:将多种著作整理,编排为一册书。

“辑”:收集他人的著述或零散的文字,汇集为一种书。

“修、纂”:主要指官修的著作方式,主持者可为“修”,实际编写为“纂”。

## 六、大众传播与出版物的差别

广播、电视、电影是大众传播的主要形态,它与有纸出版物有着很大的差别。如果把相对说来处于中间状态的期刊报纸暂且不论,仅把大众传播和有纸出版的两极——广播电视和书籍加以比较,就可看出其差别的大小。

从媒体性质来看,前者属电子媒介,后者属印刷媒介。

从信息符号来看,前者属声音或声像为主,后者以文字为主。

从内容来看,前者以新闻、娱乐节目为主,不一定有系统性,而后者则以知识和理论为主,且有系统性。

从主要功能来看,前者属舆论工具,后者则属文化传播积累工具。

从受众对象来看,前者范围广泛,包括不同阶层和行业,无从预知。后者人数相对较少,多属一定阶层和行业,往往可以预知。

从可接受性来看,前者不受文化水平限制,文盲亦可接受音像,后者则受文化水平的限制,没有一定的文字水平或不识字根本无从接受。

从覆盖面和传播速度来看,前者极广极快,后者则较窄较慢。

从持久性和选择性来看,前者过目过耳即逝且受节目安排时间的限制,后者则可长期留存,反复使用,且可自由选择。

当然,前者在利用方法上需借助设备,而后者则可直接阅读。前者是新兴的媒体,历史不长,而后者则有着悠久的历史。

了解大众传播和出版的差别,有助于我们认识出版学的性质和明确出版的社会功能:即不仅要满足大众的共同需要,而且