

手边的 智慧

编辑实用
阅读参考

张丽 张梦媛 陈琦 / 编著



中国言实出版社

本书获北京印刷学院优势专业(编辑出版学)建设专项资助

手边的 智慧

编辑实用
阅读参考

张丽 张梦媛 陈琦 / 编著



中国言实出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

手边的智慧: 编辑实用阅读参考 / 张丽, 张梦媛, 陈琦编著. — 北京: 中国言实出版社, 2018.12
ISBN 978-7-5171-2944-8

I. ①手… II. ①张… ②张… ③陈… III. ①编辑工作—参考书目 ②出版工作—参考书目 IV.
① Z836: G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 241014 号

责任编辑: 张 强
责任校对: 李 颖
出版统筹: 冯素丽
特约编辑: 罗 灏
版式设计: 陈 琦
张梦媛
封面设计: 张 明

出版发行 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编: 100101

编辑部: 北京市海淀区北太平庄路甲 1 号

邮 编: 100088

电 话: 64924853 (总编室) 64924716 (发行部)

网 址: www.zgyscbs.cn

E-mail: zgyscbs@263.net

经	销	新华书店
印	刷	北京九州迅驰传媒文化有限公司
版	次	2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷
规	格	710 毫米 × 1000 毫米 1/32 8.125 印张
字	数	166 千字
定	价	25.00 元 ISBN 978-7-5171-2944-8

前 言

在出版业界、学界，出版人才的培养一直是个热点问题。出版工作的复杂性要求其从业人员除了应具备必要的出版专业知识、完成出版工作的技能外，还应具备对政治的敏锐、对现代科技文化的了解、对出版事业的热爱、对市场的了解、对作者及读者的负责等素养。除了高校编辑出版专业的学生能在课堂上接受专业培养外，大量的初入出版的从业人员只能通过短短几周的岗位培训或以“师傅带徒弟”的方式弥补编辑出版知识方面的不足，而这远远不够，通过阅读获得相关的知识和经验，是弥补这些不足的最好途径。

为了贴近出版现实，我们主要收录编辑出版类（也有几本大众较认可的相关）书刊，还关注了网站和微信公众号。

市面上编辑出版类图书很多，不能每本都收入。我们依据如下三个标准选择图书：一是“新”——尽可能保证时效性。将能够反映出版业最新实际状况的资料收录进来，同一本书尽可能收录最新版本。二是“精”——尽可能选取经典。从改革开放至今，与出版相关的资料不计其数，即便是同一作者，不同版本或内容相近的图书也非常多。我们尽可能选择具有权威性的经典作品，综合考虑作者、译者、出版单位等的知名度及相关人士的推荐、读者的评价等因素，不求多但求精。三是“全”——尽可能涉及出版的方方面面。出版是一项复杂的工作，涉及许多知识，如编辑、复制、发行等环节，以及策划、营销、版权、设计等手段。在编排上，本书以知识—技能—素养为脉络，以知识层面递进为顺序。

期刊部分主要收录中文编辑出版类刊，以“大众化”（适用范围广）和“专业化”（核心围绕出版）为选取标准，除了《中国科技期刊研究》（其文章内容多为期刊研究）和《读书》（一本“以书为中心的思想文化评论杂志”）外，其他核心期刊都有收录。此外，考虑出版工作的多环节的特点，本书还收录了版权、印刷和传媒等方面的具有代表性的几本刊物。

网站是了解出版业的一个重要窗口，但随着微信公众号的盛行，许多网站转向了微信公众号的运营，活跃的网站数量不断下降。除了考虑网站的主办方的权威性及内容的专业性外，我们很重视网站的更新是否与出版业发展同步，故本书只选择了百道网、中国设计在线等9个网站。

传统出版数字化发展过程中，微信公众号已成为编辑出版人日常获取出版资讯、了解行业动态的重要渠道，所以更新速度和专业性是我们选择微信公众号时的指标。本书收录了读者比较认可的新闻出版资讯网站，比较活跃的出版社、图书公司、以及分享编校知识和出版工作经验的微信公众号。

本书选题是在北京印刷学院新闻出版学院张新华教授的提议下萌生的。北京印刷学院学生罗灏参与了图书部分内容的基础研究，陈丽君、魏志鹏、汪馨、王欣昱参与了网站、微信公众号部分内容的资料收集整理及编写的基础工作，魏志鹏还做了微信公众号二维码的生成及目录的设计。

我们花了近一年半时间进行材料收集整理、筛选、阅读、撰写、修改等，形成现在版本。编辑出版类文献很多，作者未必考察到所有的文献，也未必将收入的文献精髓完全呈现出来。在此，恳请读者对本书的不足之处给予指正。

目 录

第一篇 图 书

003	《阅读力》
005	《如何阅读一本书》
007	《出版学概论》
009	《现代出版学》
011	《出版学导论》
013	《出版概论》
015	《图书编辑与制作实训教程》（修订版）
017	《现代实用编辑学》
019	《编辑艺术》
021	《出版物市场营销》
023	《图书印制实训教程》
025	《数字出版产业理论与实践》
027	《数字编辑技术实训教程》

- | | |
|-----|---------------------|
| 029 | 《中国图书发行史》（增订本） |
| 031 | 《消费者行为学》（原书第12版） |
| 033 | 《出版专业英语》 |
| 035 | 《出版管理学》 |
| 037 | 《出版法律基础》 |
| 039 | 《著作权法执行实务指南》 |
| 041 | 《出版专业实务·初级》（2015年版） |
| 043 | 《语言文字规范标准手册》 |
| 045 | 《常见语言文字错误防范手册》 |
| 047 | 《科学出版社作者编辑手册》 |
| 049 | 《出版物发行知识词典》 |
| 051 | 《新媒体时代的版权与技术》 |
| 053 | 《中国版权经理人实务指南》 |
| 055 | 《书艺问道——吕敬人书籍设计说》 |
| 057 | 《设计 @ 书》 |
| 059 | 《版式设计：从入门到精通》 |
| 061 | 《版式设计：日本平面设计师参考手册》 |
| 063 | 《写给大家看的设计书》（第4版） |
| 065 | 《装帧时代》 |

067	《民国书衣掠影》
069	《编辑与装帧》
071	《成功出版完全指南》
073	《这书要卖 100 万：畅销书经验法则 100 招》
075	《畅销书浅规则：成就畅销书的 116 个细节》
077	《畅销书营销浅规则》
079	《畅销书的“蓄意”操作：如何成长为金牌策划人》
081	《畅销书的故事》
083	《从一万到百万：超级畅销书的秘密》
085	《经典策划 119》
087	《图书营销 7 堂课》
089	《图书营销全攻略》（修订版）
091	《爱看书的广告》
093	《书于竹帛：中国古代的文字记录》
095	《从甲骨文到 E-Publications——跨越三千年的中国出版》
097	《一本书的诞生》
099	《书天堂》
101	《世界最美的书店》

103	《独立书店，你好！》（第二季）
105	《岁月传真——我与当代作家》
107	《出版人札记》
109	《韬奋箴言》
111	《老猫学出版》
113	《素描出版》
115	《出版大崩溃》
117	《出版大冒险》
119	《出版的灯光》
121	《那一张旧书单》
123	《迈入出版家行列——韬奋出版奖获奖者小传丛书之一》
125	《我们是中国编辑》
127	《编辑力》
129	《优秀编辑的四门必修课：一位资深总编的来信 I》 （增修纪念版）
131	《如何提高编辑力：一位资深总编的来信 II》
133	《编辑是一门正在创新的艺术》
135	《编辑是一门正在消逝的艺术》
137	《编辑这种病》

139	《阿尔班·米歇尔：一个出版人的传奇》
141	《天才的编辑：麦克斯·铂金斯与一个文学时代》
143	《编辑人的世界》
145	《我在 DK 的出版岁月》
147	《为书籍的一生》
149	《别想摆脱书：艾柯、卡里埃尔对话录》
151	《岛上书店》
153	《乌合之众：大众心理研究》
155	《理解媒介：论人的延伸》（增订评注本）
157	《娱乐至死》
159	《焚毁书籍：电子书革命和阅读的未来》
161	《有用才王道：媒介融合时代的媒体生存法则》

第二篇 期 刊

165	《编辑学报》
167	《科技与出版》
169	《编辑之友》
171	《出版发行研究》
173	《中国出版》

175	《出版科学》
177	《中国编辑》
179	《编辑学刊》
181	《现代出版》
183	《出版广角》
185	《出版人》
187	《出版参考》
189	《中国版权》
191	《出版与印刷》
193	《传媒》
195	《新阅读》

第三篇 网 站

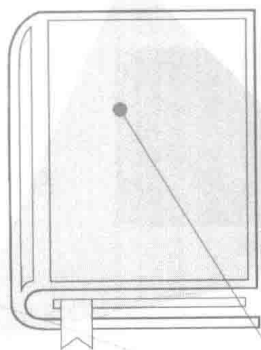
199	百道网
200	大佳阅读
201	中国设计在线
202	中国出版网
203	中文编辑校对网
204	国家标准全文公开系统

205	中国新闻出版广电网
206	中国出版传媒网
207	出版商务网

第四篇 公众号

211	做書
212	编辑邦
213	出版视角
214	试客出版工场
215	数字出版在线
216	中国编辑
217	出版商务周报
218	编辑之友
219	现代出版
220	出版发行研究
221	出版人杂志
223	国际出版周报
224	新华社
225	商务印书馆

226	三联书店三联书情
227	上海译文
228	人民文学出版社
229	中华书局 1912
230	中信出版集团
231	广西师大出版社
232	新经典
233	北京开卷
235	版话儿
236	编辑校对
237	咬文嚼字
238	1 天 1 本书
239	传媒圈
240	网易新闻学院
241	知微数据
243	i 排版
244	敬人纸语
245	木铎书声



1

图书
Books

《阅读力》

基本信息

作者：聂震宁 著

出版社：生活·读书·新知三联书店

出版时间：2017年3月

定价：39.00元

页数：304

ISBN：978-7-108-05125-7



作者简介

聂震宁，出版家、作家，第十届、十一届、十二届全国政协委员，韬奋基金会理事长，中国作家协会全国委员会委员。系享受国务院特殊津贴专家。毕业于北京大学中文系，获英国爱丁堡龙比亚大学荣誉文学博士学位。曾任中国出版集团公司总裁、人民文学出版社社长兼总编辑、广西新闻出版局副局长、漓江出版社社长等。曾获韬奋出版奖、中国出版政府奖优秀出版人物奖和新中国60年百名优秀出版人物、新中国60年百名优秀出版企业家称号。出版有编辑出版学专著《我的出版思维》《我们的出版文化观》《书林漫步》《出版者说》《洞察出版——出版理论与实务论稿》《出版人断想》《舍不得读完的书》等，小说集《长乐》《暗河》等。

内容简介

“阅读力”是由该书作者聂震宁首次提出，他是我国

全民阅读的倡导者和领读人，多年来一直在全国各地的全民阅读活动、读书会和大中小学读书报告会上发表演讲，获得热烈反响。全书分为七个部分：无始无终的阅读史、阅读史上的好风景、究竟为什么要读书、阅读一定有方法、不止一种读书法、独读书不如众读书、如何找到好书等。

推荐理由

该书为作者多年研究阅读学和普及阅读学知识的结晶，书中通过对人类阅读历史、阅读社会、阅读目的的梳理，对各种阅读活动和阅读现象进行辩证分析，提出“阅读力的培养实际是对人们思维能力的培养”的观点。

阅读行为每天都在发生，但除了对考试类实用图书的使用外，当下人们的阅读更多依靠网络，轻阅读、浅阅读成为许多人的主要阅读方式，尤其在孩子的身上表现得很明显。在我国“中学生，大学生也都在轻轻松松地读动漫”这种现象“就是阅读力弱化的表现”，作者提出的这个问题，应该引起整个社会的重视。

我们究竟为什么要阅读？在作者看来，阅读有四重意义：“学以致知”“学以致用”“读以修为”“读以致乐”。明确了阅读的意义后，作者认为，阅读需要选择适合的方法。无论是阅读文学经典还是学术专著，是快速浏览还是慢慢研读，是独自品读还是众人诵读，各种阅读自有其方法。该书用了三个章节对“怎么读”做了详细的讲解。此外，作者认为找好书阅读很重要。书中，除了列出了“应知书”书单外，附录中还有比较有阅读价值的“好书”书单，这些书目能为不知如何选择图书的读者提供阅读指引。

该书详细记述了与阅读有关的内容，不仅对文字工作者大有帮助，也适合普通读者阅读。