

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)

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《简明出版百科全书》)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,牋也。”东汉王充《论衡·量知篇》云:“断木为契,析之为版,力加刮削,乃成秦牋。”《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“牋”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、

报、刊在内的传统出版活动,也包括电子出版、音像出版、网络出版等现代出版活动。出版学从整体上研究出版物编辑、印制、发行三者的相互关系,揭示出版活动的性质、任务和发展规律。图书出版学要把图书出版活动置于出版活动的统一整体中进行研究,注意编辑与印制、发行以及出版经营管理的相互联系、相互制约,不能脱离出版的其他环节孤立地进行研究。图书出版学和出版学有许多共同的研究课题(如图书的装帧和复制方式,读者、作者和图书市场等等),图书出版理论是出版理论的重要组成部分。

4. 编辑学

编辑的“编”,《说文解字》中的解释是“次简也”。颜师古《汉书注》云:“编,谓联次简牍也。”编辑的“辑”,《韩非子·说林下》有“甲辑而兵聚”句。《汉书·艺文志》云:“夫子既卒,门人相与辑而率纂,故谓之《论语》。”颜师古《汉书注》谓“辑与集同”,有收集、聚集之意。编辑二字联用,论者多称始见于《南史·刘苞传》中“少好学,能属文,家有旧书,例皆残蠹,手自编辑,筐篋盈满”。这里的编辑是指整理修补残书,并非编书。比之更早的见于《魏书·李琰之传》:“修撰国史……前后再居史职,无所编辑。”这里的“辑”与“辑”通。《北史·序传》李琰之部分也有同样记录,这里“编辑”一词指的是史官的编辑修撰活动。现代的编辑概念有编辑工作、编辑人员等不同含义。编辑工作或称编辑活动、编辑劳动,是编辑学的研究对象。关于图书编辑工作的性质、特征、原理、规律等方面的研究成果,编辑人员的思想素质、知识结构、业务能力、职业道德、社会责任,以及编辑人才的培养、使用等,这也是图书出版学的重要任务。

编辑学是一门古老而又年轻的应用学科。人类在未有出版活动之前就存在文字著述活动,对原创文化产品进行收集、整理、编校、加工,使之成为系统规范便于收藏利于传播的文化产品,是编辑活动的实质。面对不同的媒体,有各种不同的编辑分工,图书编

辑应当从其他编辑那里学到综合和独特的运作手段,并有助于我们认识编辑活动的共同本质和发展规律。

5. 目录学

目录学是研究目录工作发生和发展一般规律的科学。它与图书出版发行工作有密切的关系。目录工作的成果是各种图书目录——全国总书目、各种专题目录、各种推荐书目等,对出版发行工作者有很大帮助,是出版发行工作者常用的参考书。

6. 版本学

版本学是一门以图书版本为研究对象的应用学科,目的和任务是探究版本现象的特点和规律,总结版本鉴别的经验方法,以准确揭示和正确评价版本,满足人们有关版本的各种需求。

7. 读者学

读者学是全面系统研究读者心理现象、购买行为及其与出版发行工作相互影响、相互制约之关系的一门学科,研究读者的构成、读者的阅读需要、阅读兴趣和阅读动机、读者的购买行为等等。读者学是图书商品学的姊妹学科。

8. 文化学

出版活动与文化的关系十分密切,它本身就是一种文化活动。以研究社会文化现象或文化体系为任务的文化学,它的研究对图书出版学自然有启示和指导作用。它可以帮助我们在社会文化发生、传播和变迁的总背景下,认识图书出版活动的特点、功能和发展规律。近年来,一些研究工作者从文化角度研究出版活动,开拓了研究的视野,使研究工作出现了新局面。

9. 社会学

社会学通过人的社会关系和社会行为,研究社会的结构、功能和发生、发展规律。

出版活动也是一种社会现象,一种人类群体的行为。图书出版学可以运用社会学的原理研究出版活动与社会的互动关系,研

究出版活动中编者、作者、读者的社会联系,研究出版组织、出版规范、编辑角色和编辑成果的评价、奖励等问题。

此外,社会学注重现实社会问题的研究,采用理论与实践并重的研究方法,它对图书出版学研究也有启示、借鉴作用。

10. 传播学

传播学诞生于 20 世纪初的美国。20 世纪后半叶以来,随着多种传媒的普及和发展,传播学的研究范围不断扩大,研究内容也不断深化,与社会学、信息学等众多学科交叉,成为人文社会科学中的一门重要的带有一定边缘性质的学科。从 1998 年起,在国务院学位委员会制定的学科目录中,新闻传播学为一级学科,传播学为下属的二级学科,而出版学则为传播学下属的三级学科。图书是传播工具,图书出版活动以传播文化为目的。因此出版学和传播学的关系十分密切。传播学关于传播行为、传播过程、传播媒介、传播功能等方面的研究成果,可以帮助我们认识图书出版活动的起源和它在知识、信息传播中所发挥的选择、导向、调控等作用。运用传播技术、传播效果方面的知识,可以使图书在读者中发挥更大的作用。

11. 逻辑学

逻辑学研究思维形式及其规律,帮助人们正确地进行思维活动,是人们认识事物、表达思维的工具,也是一切学科的研究工具。研究图书出版学需要遵守逻辑学概括的规则和规律。在书稿编辑过程中,无论是选题策划,审稿加工,或图文配置,版式设计,都要运用逻辑学的知识和方法进行分析处理,使书稿的内容、形式都符合逻辑学的要求。

12. 语言学

语言学确立语言规范,图书以书面语言传播信息和知识。因此,审稿加工时要对书稿进行语言分析,图书出版学要分析书稿中出现违反语言规范的原因,提出防止错误的措施。

此外,和图书出版学关系密切的学科还有美学、心理学、教育学、法学、校勘学、目录学、文献学、图书馆学和信息论等。

第三节 图书出版学的研究方法

每一门学科都有适合自己研究对象和任务的方法。科学的研究方法,有总的方法论原则,也有既适合他门学科又适合本门学科的一般科学方法,还有一些具体的方法。一般说来,科学研究的方法按层次划分,有哲学方法、一般科学方法和具体科学方法。在马克思主义的指导下,图书出版学研究可采用下列一般方法和具体方法。

1. 唯物辩证法

唯物辩证法是关于自然、人类社会和思维发展的最一般规律的科学,是人们认识和改造客观对象的哲学方法论或根本指导思想。无论人们是否认识到了这一点,是否愿意承认这一点,但只要是能够正确认识和改造客观对象思想和行动,都是符合辩证法的,而错误的思想和行动,都是违背辩证法的。唯物辩证法,不仅对于认识的思维形式具有指导意义,而且揭示了思维通向真理的过程本身,即在思维中正确地反映客观事物。因此,唯物辩证法是科学认识与实践活动,包括图书出版学的研究活动在内的最有力的工具。人们在图书出版学的研究活动中,面临着大量的经验材料,对于这些材料的处理,必须有一个指导性原则。只有运用唯物辩证法来对它们进行分析,才可能从中发现矛盾,理清各种矛盾关系,找出解决矛盾的理论 and 具体办法。

2. 历史研究法

历史知识和材料,是铁的事实。理论研究不能脱离历史和现实,要利用已有的材料求得历史的正解。中国的图书出版活动历史悠久,经验丰富,要运用历史方法,对图书出版活动进行动态考

察,了解它发生、发展的历史过程和规律,并根据历史发展的线索来安排图书出版学的理论体系和概念、范畴的逻辑顺序。除对中国的图书出版活动作历史考察外,还要了解外国图书出版活动的历史和现状,对中外图书出版活动进行比较研究。虽然图书出版学的研究尚处于起步阶段,但是,图书出版活动源远流长。图书出版学中所需要研究的许多问题和材料,以及所使用的许多概念和范畴,就是在这一历史的长河中逐步形成的。因此,图书出版学的研究,必须尊重历史成果,善于从历史材料和经验教训中提出问题,从现实的图书出版活动中吸取养分。

3. 社会调查法

图书出版学既是一门理论性很强的学科,也是一门实践性很强的学科。它具有本学科的概念、范畴、原理和规律,可以建立起比较完整、统一的学科结构。同时,这个学科结构是从图书出版活动中总结抽象出来的,其理论要接受实践的检验。这就要求图书出版学的研究一定要运用理论联系实际的方法,要把实践经验总结提高到理论高度,又用这种理论指导实践,即分析、解决图书出版活动中的问题,对出版社的出版活动、图书的生产与消费、作者的著作活动、读者的阅读需求和购买能力、图书市场的供需情况和发展趋势等进行综合调查或专题调查。社会调查可采用座谈、访问、观察或问卷调查等多种形式,以取得丰富、可靠的感性材料和统计数据,然后进行分析、筛选和整理,或运用数学方法、统计方法进行定量定性分析,得出科学的结论。社会调查法还包括总结有代表性的出版社和出版人员的实践经验以及重要图书的出版经验,从中得出规律性的认识。丰富的材料和实践经验是图书出版学研究的基础,社会调查法是图书出版学的基本研究方法。

4. 类型学法

图书出版学研究要运用类型学法,正确区分图书类型、出版工作类型、编辑人员类型、作者类型、读者类型,等等。图书可按信息