

目 录

卷首语

- 文化体制改革试点的意义

专论·特约稿

- 论出版工作的文化取向

编辑学·编辑工作

- 关于编辑活动基本规律的讨论
- 宏伟的构想 缜密的蓝图
- 越南友人阮绍光给林穗芳的信
- 编辑发现的美学视角

出版学·出版工作

- 中国出版产业化进程与国家文化安全
- 2003年度全国出版专业技术人员资格考试试题
- 出版传播学的基本概念及其理论体系的提出
- 《出版和出版学丛谈》面世
- 国外出版业宏观管理体系探析
- 2003年度全国出版专业技术人员资格考试试题
- 美国大学出版社的任务和运作
- 图书经销商选择的原则及步骤

数字技术·多媒体·网络出版

- 网载信息规范化建设需要“三管齐下”
- 平衡原则 合理使用

书苑掇英

- 发扬团队精神, 营造良好的人际关系氛围
- 科技出版社的专业化与多元化
- 要重视战略成本管理
- 责任编辑要关注图书装帧设计
- 出版物流通的意义
- 从“三个平面”认识构词类型
- 加强出版会计人员的职业道德建设

编辑史·出版史

- 我国辞书出版史上一件珍贵的史料
- 佣书业的兴衰和雕版印刷术的发明
- 商务印书馆与中国现代出版文化
- 《宋代出版史研究》出版

编辑随笔

- 走进少年阅读岛
- 顾客与员工, 到底谁更重要?

责任编辑要关注图书装帧设计

宋 岚

责任编辑往往只注意对书稿内容进行把关, 对图书的形式则撒手不管, 任由美术编辑和有关技术编辑负责处理。如今市场经济的大潮把编辑推到竞争的风口浪尖上, 使编辑处于策划、审稿、编辑加工、出版、发行的中心。有的出版社已经出现了一部书稿从选题策划到成书上市, 皆由责任编辑一揽子负责到底的现象。

当然, 责任编辑与装帧设计者身处两个不同的专业领域, 工作重点不同, 责任编辑不可能代替装帧设计者或美术编辑工作。但如果责任编辑一点不懂图书装帧知识, 就很难与装帧设计者沟通交流, 对装帧设计者提供选择的方案, 常因缺乏鉴赏能力而看不出创意高下, 结果会弃优选差, 放弃颇有创意的方案, 却选中设计者认为较差的方案。

因此, 责任编辑应具备装帧设计方面的基本素养, 掌握图书装帧设计的基本知识及相关知识。图书装帧设计不仅是对封面、书脊、封底、环衬的美术设计, 而且包括图书的形态设计及装帧制作工艺的设计。责任编辑要懂得装帧设计的概念, 了解确定开本以及挑选内页、封面所用装帧材料的方法和原则, 懂得图书的装订样式及图书的制作、印刷工艺, 并能根据书稿内容确定图书装帧的档次, 在保证装帧效果的前提下, 讲求成本核算, 力求花钱少而效果好。同时, 责任编辑还要具备一定的艺术修养和审美能力。责任编辑在选题策划阶段就初步形成了装帧设计的思路, 并随着对选题内涵的理解和思考的深入而不断完善。责任编辑擅长的是文字加工, 装帧设计者的强项是形式设计, 他们具有不同的优势, 两者要优势互补, 各自发挥自己的特长, 并相互支持。责任编辑审阅装帧设计方案, 最重要的是要把握好装帧设计方案的总体方向, 确定整体格调, 而对于设计的细部和枝节, 则不必处处关心。

责任编辑审阅装帧设计样稿时, 难免会与设计者意见不一致而产生矛盾。譬如, 责任编辑对颜色、图案等枝节问题提出的一些修改意见, 设计者往往难以接受, 甚至责任编辑提出要删去或改动的部分, 设计者往往认为是整个设计中的精华部分。在这种情况下, 责任编辑首先要反省自己的意见提得是否在行, 还要注意自己提问题的方式方法, 要善于与设计者沟通交流, 既要勇于表达自己的观点, 也要善于表达自己的观点, 在具体表达形式和手法等方面尽量尊重设计者。如果责任编辑对图书装帧设计艺术比较精通, 就容易领会和理解设计意图, 提出切中要害的修改建议。装帧设计者如果具有较高的文化底蕴和学识修养, 就能更好地理解图书内容, 领会设计思想, 提出的设计方案就会与责任编辑对装帧设计的想法更接近。

图书装帧艺术同样要靠装帧材料、印刷工艺来创造图书的美。过去有一段时间, 我国出版界对图书装帧的材料和印刷工艺不够重视, 除了经济不发达制约了图书装帧材料的选择外, 还与责任编辑的观念有关, 即认为只要内容好, 就会有人购买。而今, 单调的设计已经难以满足读者对图书装帧的审美要求。图书的用纸越来越考究, 印制愈加精美, 常采用一些特殊的材料与考究的工艺。但是新材料、新工艺的使用常与降低图书成本相矛盾。编辑在审阅装帧设计方案时, 要为图书装帧的档次定位, 对材料与工艺的选择, 要与图书

- 阐幽显微，彰往知来

科研信息

- 第11届国际出版学研讨会将在武汉召开

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

市场定位一致。在与图书定位相对应的范围内，选择最适宜的材料，采用最先进的印刷工艺，从而做出最富吸引力的好书。

(作者单位：上海辞书出版社)

(ID:647)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail：cbkx@163.com

技术支持：cgz@163.com

【您是第位访客】