



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

编辑学研究深化的可喜成果

<http://www.fristlight.cn> 2007-07-19

[作者] 林穗芳

[单位] 人民出版社

[摘要] 编辑学研究自80年代初在我国大规模兴起以来,硕果累累。据中国编辑学会负责同志的不完全的统计,到1999年底,在书名上带“编辑学”字样的专著、教材、论文集、词典、文摘等已出版七十多种。如果加上在书名上不带“编辑学”字样的编辑学研究著作,则要多得多。这些编辑学著作有通论性的,如《编辑学通论》、《编辑学概论》、《编辑学原理》等;有依媒体或学科性质分类的,如《报纸编辑学》、《图书编辑学》、《杂志编辑学》、《学报编辑学》、《新闻编辑学》、《广播编辑学》、《影视编辑学》、《科技编辑学》、《文艺编辑学》等。研究书刊编辑学的所占的比重最大,内容多是按照选题、组稿、审稿、加工等这样一些编辑工作程序写述的。

[关键词] 编辑学;编辑工作;编辑理论

编辑学研究自80年代初在我国大规模兴起以来,硕果累累。据中国编辑学会负责同志的不完全的统计,到1999年底,在书名上带“编辑学”字样的专著、教材、论文集、词典、文摘等已出版七十多种。如果加上在书名上不带“编辑学”字样的编辑学研究著作,则要多得多。这些编辑学著作有通论性的,如《编辑学通论》、《编辑学概论》、《编辑学原理》等;有依媒体或学科性质分类的,如《报纸编辑学》、《图书编辑学》、《杂志编辑学》、《学报编辑学》、《新闻编辑学》、《广播编辑学》、《影视编辑学》、《科技编辑学》、《文艺编辑学》等。研究书刊编辑学的所占的比重最大,内容多是按照选题、组稿、审稿、加工等这样一些编辑工作程序写述的。另有一些以编辑过程某个工作环节为主题的专著相继问世。在这之后和除此以外,我国编辑学研究如何继续深化呢?资深编辑出版家徐柏容先生的近著《编辑创意论》(天津古籍出版社出版)以新的思路和体系为我们提供了一个范例。徐先生具有半个多世纪的编辑书刊的丰富经验,作为早年成名的散文家而偏爱编辑理论研究,仅在离休后短短几年间即撰写出多种富有创见和特色的概括性杂志/期刊编辑学和书籍编辑学著作。他的整个编辑出版生涯和理论建树都贯穿一种求实创新精神。这一点在《编辑创意论》一书的写作中表现尤为突出。这本书是他计划撰写的《书刊编辑学系列》的第一部,其余三部是《编辑选择论》、《编辑结构论》、《编辑优化论》。作者认为,编辑工作从本质上说是创意、选择、结构、优化工作,它们都是贯穿于编辑工作全过程的。所以,本书的体系不按照传统的做法分选题、组稿、审稿、加工等环节对书刊编辑过程作线性的论述,而是抓住编辑的本质之一的编辑创意进行面的探讨,以通论为本,分论为辅。从体系的建构到书名的拟定都使读者感到耳目一新。过去曾读过一些涉及出版物创意的文章,但以编辑创意为中心并把它作为一种理论体系的重要组成部分来论述的书,这是我看到的第一本,也是惟一的一本。从本书的内容可以看出,作者确定撰写和努力完成这样一部带开创性的编辑学理论著作,是基于他对编辑本质和编辑工作规律的深刻认识。依照传统的观点,选题计划是编辑出版工作的开始与基础。与此不同,本书认为,创意是创新之本、编辑的基石,选择、结构、优化等都是在创意的基础上进行的。所谓编辑创意指的是在编辑工作中创立有高品位之新意的作品,主要内容包括编辑构思、选题及选题计划、作者工作及组稿等。选题、选题计划等概念是50年代从苏联出版界引进的,大家都非常熟悉,已成为出版界的常用语。“编辑构思”作为编辑学的一个基本范畴则是我国学者在80年代创立并阐发的,可能有些新编辑甚至老编辑还感到陌生。徐先生在1958年参与天津百花文艺出版社的创建并领导编辑工作,直到“文革”前每年都主持制订该社年度“编辑计划纲要”,从本书介绍1963年“编辑计划纲要(初稿)”残存稿看来,内容的确不同于五六十年代我所看到的国内一些出版社年度选题计划,也不同于苏联国家政治书籍出版社的年度选题出版计划(因为当时有交换关系,连续多年寄给人民出版社,为从中挑选有翻译价值的书,我曾看过,有好几十页,印成一本小册子),主要不同在于:完整的“纲要”不像一些选题计划主要分类开列书名加简单说明,而是包含方针任务、总指标和分类指标、分类编辑原则、重点书与精品书、作者工作、质量标准、主要措施等多方面的内容,对全社编辑工作有指导和约法意义,其中体现了百花社的某个年度的“总体编辑构思”,只是当时还未作这样的概括而已。这里仅举一例:正因为有总体编辑构思,或者说全局在胸,既了解现状又具有远见卓识,才会在1963年“纲要”任务一中提出“全面提高出版物质量”,“争取二分之一以上的书籍有再版价值,并能出版两到三本思想和艺术水平较高、装帧和印制精美、在广大读者中有良好反映的书籍”(即今所谓精品书)

这个至今仍有重大现实意义的高标准要求。理论是实践的总结升华。徐先生根据已有的编辑实践在1985年首次提出“总体编辑构思”的概念，这是丰富我国编辑学理论的一大贡献。此后他又深入研究编辑构思范畴，揭示编辑构思的层次性和系统性，并在本书中对书刊的宏观、中观、微观总体编辑构思，在总体编辑构思的统率下的群体编辑构思和个体编辑构思，以及编辑构思和编辑创意的不可分割的密切关系作了更详尽的阐述。正如作者所说，“没有特色，就没有生命力”，这对出版社和书刊都是适用的。出版社的长远宏观总体编辑构思要解决的一个带根本性的任务是定位，在某种意义上说也就是如何使出版社办得有特色。书中介绍百花社出于徐先生的创意以出版散文为重点创造自己特色风格的成功经验，很值得我们借鉴。作者以大量典型的实例说明编辑创意具有广阔的天地，从书名、结构到装帧设计等编辑都可以发挥自己的创造性。20世纪60年代初叶君健先生交给百花社大批文稿，因为内容分散，很难编成一本主题集中的书，徐先生只选同北京与东京有关的散文，分作两辑，以《两京散记》为书名把这两部分联结起来，其余的文章虽有精彩的，因与主题无关也只好割爱。结果作者和读者都满意。如果这批文稿到别的编辑手里，则不可能是同样的编法，效果也就不会一样。《百花散文书系》把论文(论作家作品及其源流)、本文、注释三部分有机结合，正是这种结构上的编辑创意使一书兼备多种功能。徐先生为百花社的散文丛书专门设计690毫米×960毫米的1/32小开本，以其独特清新的风格深受读者喜爱和怀念。徐先生编辑自己的文集《从历史走向未来》，围绕书名副题《编辑出版的改革与探索》所标示的主题选收有关文章，再依内容及其逻辑关系分成六编，每编之始都加了简短的绪言，其作用不限于概括本编的内容，还有通过绪言的中介把各编结合成一体。这样编出来的论文集井然有序，类似按照一定的体系撰写的著作。徐先生的这部论文集在1996年出版时我就读到，当时主要注意著述的内容，这次读了他的《编辑创意论》的有关论述所作的启示，再次翻阅这部论文集，才对编者的结构创意有更好的了解。以编辑为业的人，读书不能只注意著述内容，还得处处注意发现编辑创意，使自己从两方面受益，这也算是我读徐先生这本近著的一个收获。关于编辑提高的问题，书中精辟之论迭出。例如其中讲到，要做好编辑创意工作，先要提高编辑创意者自身。就创意而言，编辑最重要的是提高以下四个方面的素养：一、健康的心理；二、对事物的敏感；三、丰富的学识；四、多方面的技能。在谈到编辑要做好工作必须博而且专时，作者强调编辑不可忘记首先要专于编辑学，可谓切中时弊。作者还认为，编辑同史学家一样必须具备才、学、识三长，而尤以识为最重要，真正好的创意是与编辑的见识分不开的。徐先生作为从事编辑工作和学术研究六十多年的出版界老前辈曾语重心长地对一批批新编辑说过：等什么时候你们觉得编辑工作不是那么容易做了，你们才算是编辑工作入门了。在本书中他还作了一点重要的补充：只有在越做越懂得编辑工作难做时，才容易出现创意的灵感。此外，创意还需要有科学的思维方法，等等。所有这些都不仅仅是经验之谈，而且在理论上对编辑如何提高自己，特别是如何增强创意理念与提高科研能力具有指导意义。在谈到人们对创意的重要性的认识过程时，书中写道：“人们在编辑工作中，最初只知选择，进而注意到结构、优化等工作，从工作中遇到的问题才逐渐认识到，要把编辑工作做得‘更上一层楼’，就必须回过头来，先在创意上下工夫才行。所以，在具体编辑工作中，创意虽是第一步工作，却往往要待对编辑工作有深入认识后，才能认识到这一点，才会重视它。”这段话也可用来说明：为什么要待对编辑工作过程研究深化以后，才会有研究编辑创意的专著问世。一部在编辑学的重要领域具有开创性的理论著作，总会有一些需要进一步探讨以求臻于完善的地方。编辑创意与作者创意既有联系又有区别。作者正确指出：“编辑的创意不能代替作者的创意，而往往要与作者的创意相结合。因此，我们既强调编辑创意的重要性，又不宜过分强调到不适当的程度。”“编辑创意与作者创意，因不同类别的书稿、文稿而分量有异。”(22页)这里的“编辑”是与“作者”相对而言，自然是指不属于作者的书刊出版机构的编辑人员。像爱因斯坦的《相对论》这样科学著作和许多长篇小说主要由作者创意，编辑的创意最多也只能是次要的，这是没有疑问的。至于作者认为辞书之类工具书“主要甚至全部要由编辑创意”(同上页)，则要作具体分析。例如《现代汉语词典》是中国社会科学院语言研究所词典编辑室所编，该书编者的创意是编纂创意，也可以称为编辑创意，但要明确在性质上是属于作者创意范畴。出版社编辑部对这部词典的内容、结构、体例或其他方面所提的建设性修改意见，也是一种编辑创意，但这种编辑创意不仅居于次要地位，不能代替作者创意，而且在性质上不同于前一种编辑创意。前一种编辑创意即编者或作者的创意是著作方式的一种，后一种编辑创意则是出版工作的一部分。两种性质不同的编辑创意似乎须要加以区分。换句话说，书中对编辑创意与作者创意的界限、两者的联系与区别如能作更详明的论述，则可以加深读者对本书编辑创意概念的理解。

