

为人与人为:编辑工作以人为本的二重维度*

向宏恩

(湘西自治州《边城》报社,湖南 吉首 416000)

摘要:编辑工作要实现“以人为本”必需在二重维度上把握并落实:一是为人性,即作为文化传播的责任承担者,既要为信息受众提供与时俱进的精神食粮,也要为信息作者创造可持续发展空间;二是人为性,即本身作为文化性存在,既要合理处理各种信息,也要创造性地参与到人类文化精神缔构中去。

关键词:以人为本;编辑工作;为人性;人为性

中图分类号:G232

文献标识码:A

文章编号:1007-4074(2009)03-0141-03

作者简介:向宏恩(1965-),男(土家族),湖南龙山人,湘西自治州《边城》报社总编。

一

科技突飞猛进的发展引起了信息相关领域的诸多变革,其一就是人类文化的传播方式发生了巨大变化:间接传播信息的各种媒介迅猛发展并进入百姓日常生活而使“耳闻目睹”的直接传播方式逐渐退居次要地位。这一方面使编辑事业的重要性越来越突出并促进了其快速发展,另一方面又对具体的编辑工作提出了与时代发展相适应的新要求。

时代精神要求与时俱进、贯彻科学发展观。编辑工作也不例外。具体而言,社会主义的编辑事业就是要广泛传播科学文化知识以促进人们科学地认识并改造世界,正确引导社会舆论而优化精神生活空间,通过陶冶人们的思想情操和贞定人们的价值理想以提高人们的人文素质;也就是要繁荣编辑文化事业,提供优秀的精神食粮,促进人的自由、全面发展,构筑时代精神,积极建设社会主义精神文明。简明而言,就要在编辑工作中落实以人为本。

编辑工作之所以要坚持以人为本,除了满足时代精神要求外,也是编辑工作本身的内容和性质所决定。编辑工作,就其内容来说,是对人类文化产品

进行审理、分辨、鉴定、选择、组织、编排、加工和再创造;它借助于特定的物质媒介,使之有序、有效地传播于社会。就其性质来说,是具有导向性的社会活动,旨在给人以知识、技能、思想和精神,引导人们的知情意行,影响人们的观念形态,指导人们的社会实践^[1];它是社会意识形态的一种具体表现。就其本质来说,它是人类文化成果传承不可或缺的重要手段,是连结精神文化生产和物质文化生产过程的中介;它记载和参与缔构人类精神发展的历史,因而其本身即是一种文化性存在。

表面上看,编辑工作的对象是文字、图片、影像等信息资料,实际上,编辑工作是通过信息资料与作者、读者打交道。也就是说,编辑工作在更深的层次上是人的实践活动,是社会关系的体现。在这个程度上,也必然要求编辑工作实现以人为本。

首先,编辑工作离不开人有意识的社会生活和有目的的社会实践,否则将成为无源之水。正因为人是人类社会生活和社会实践的主体,编辑工作就一定要落实以人为本:围绕人类人化成果的中心,走近人的生活而贴近实际,传扬人的实践而实现服务,

发挥人的创造而丰富生活。其次,编辑工作是体现社会关系的社会活动,表现出马克思说讲的“人的现实性本质”。^{[2](P18)}所以,编辑工作只有坚持以人为本,树立政治意识、大局意识和责任意识,才能把握和处理好这些复杂的社会关系,把本职工作做好^[3]。最后,本身作为文化性存在的编辑工作,其根本意旨在于塑造人、改造人、发展人和完善人,促成人的彻底解放、自由而全面发展。正因为如此,以人为本就是编辑工作的内在要求。

二

具体的编辑工作中,如何实现以人为本?这需要在二重维度上把握并落实。

如前所述,编辑工作承担着人类文化传播的重任,是信息作者与信息受众之间进行沟通与交流的桥梁。因此,要实现以人为本,就必然要求编辑工作在更深层次上面对人,充分体现编辑工作的服务功能,即“为人性”。这包括两个方面:一是为信息受众提供与时俱进的精神食粮,二是为信息作者创造可持续发展空间。

以信息受众为本,即要求编辑工作必需在两个基本层面有效进行:传播人类文化以满足受众的需求,用与时俱进的精神食粮提升受众的精神世界。

受众需求是编辑工作的源动力。具体的编辑工作不可能满足所有受众具有无限的多样性的需求,只能有针对性地满足特定受众群。这种针对性需要从多方面入手。一是深入受众群体中去,直接了解受众的意见和需要;二是与相关部门(特别是社会调查机构、组织)建立固定联系,间接了解受众情况;三是通过网络、信息反馈栏目、调查问卷等形式听取受众呼声;四是举办各种有编辑和受众共同参加的业务活动,调动受众反馈意见和提出要求的积极性,以直接对话方式获取相关信息;等等。只有切实摸清受众的情况,切实掌握他们对编辑内容的要求,统计分析、总结归纳出其主要需求,才可能有的放矢地从内容、形式、风格等方面做好为受众服务的编辑工作。

在满足受众主要需求的基础上,编辑工作的“为人性”还表现在提升受众的精神世界上。因此,作为体现社会意识形态的编辑工作就应该自觉地担负起引导受众的责任,形成与时代发展密切关联的社会主流需求。一方面,坚持求真,实事求是地将准确、科学的信息传递给受众,自觉反对和杜绝虚假信息误导受众;以此提高他们对文化产品的消费品位,掌

握实用的知识与技能,渐次走上终身学习的道路,全面提高他们的科学文化素质。另一方面,坚持求善,用健康、积极,充满爱和富有人道精神的信息反对庸俗、低级,甚至充满罪恶的不良信息,积极倡导和善风气,努力提高道德品位,给受众以启迪,实现潜移默化的教化,促进社会和谐。再一方面,坚持求美,用高尚的、纯粹的,能给人带来尊严以及审美愉悦的文化产品影响受众,激发他们的审美需求,培养审美能力,调适审美趣味,使他们在物质生活之上享受到精神生活的富足。这样,就可以在更高层次上为受众服务,充分实现编辑工作的“为人性”。

以信息作者为本,这往往被忽视。其内容包括两个方面:一是尊重信息作者的劳动,二是为其提供优质服务。这两方面可以合二为一,即:为信息作者(也为编辑工作本身)创造可持续发展空间。

信息作者为编辑工作提供信息资源,编辑工作为信息作者提供传播信息的平台,两者是相互依存的互助合作关系^[4]。这种关系理应在平等、融洽的基础上相互尊重与关爱。站在编辑工作角度上考虑,以信息作者为本主要体现在审辨、选择、组织信息的过程中。在审辨信息时,要尽可能优化程序,简化流程,提高效率。一是要及时,做到及时初审并及时回复。二是要有明确的处理意见。在选择信息时,在坚持原则的基础上进行规范比较,并权衡再三。对被选信息要有充分理由,对不选信息,要恳切地回复意见给信息作者:既不夸张地肯定信息价值,也如实陈述不采用的原因,以争取获得信息作者的认同与理解。对可选可不选的信息要与信息作者进行商谈,以解决其中的问题。在组织信息时,一要认识到信息是作者辛勤劳动的结晶而给予尊重;二要尽量保持原有信息的基本含量,不能扭曲原意;三要谨慎地进行编排、加工,不把编辑的意志强加给信息作者。通过这种体现以人为本的互助合作方式,对编辑工作而言,有利于建立稳定的信息作者群,获得高质量的信息源;对信息作者而言,可以提供自身传递、创造信息能力,获得可持续发展的空间。

概而言之,编辑工作的“为人性”就是满足受众“获得信息”和作者“传递信息”的基本需求,从而实现以人为本。

三

编辑工作需要人来完成,这是不言而喻的。因此,在编辑工作中实现以人为本,还必需在另一个维度上考虑编辑工作的主体是否能够发挥主动性和创

造性,从而使编辑工作具有强大生命力,即“人为性”。具体到以编辑为本,包括两个方面:一是要合理地处理各种信息;二是要创造性地参与到人类文化精神缔构中去。

要做到合理地处理各种信息,就必然要求编辑本身具有工作责任感和基本的业务素质,同时,还要求编辑对工作抱有热情而自觉发挥其主动性、积极性。这是基础,是先决条件。只有打好这个基础,具备这个条件,才能在具体的编辑工作中保障处理信息时做到合理。实现这一点可以通过外部环境的引导和内部自我成长两条途径。

就外部环境言,主要集中在编辑团队的管理上。首先,要解放思想,更新管理理念,把编辑的人力资本当作编辑工作的核心资本。其次,要为编辑提供、搭建发展的空间和舞台,比如建立透明、公平、民主化的决策机制,营造“尊重、平等、互爱”的氛围等。第三、要主动创造条件,保证编辑在终身学习、大胆创新等方面有动力、有条件,有致用的机会等。就内部自我成长言,编辑要依靠学习与研究,不断提高自身业务素质和工作能力。主要在以下几个方面:一是跟上时代发展步伐,有针对性地制订和落实学习计划,并适应新的发展要求不断地修订计划与实施方案。二是保持进取精神,通过与同行、其他相关行业和单位、机构的交流与合作,主动学习编辑工作发展需要的新知识、新经验、新方法。三是积极参与到相关的科学研究中去,了解和掌握科学思维方式和工作方式,提升自己的科研能力和学识水平,提高编辑艺术和工作效率。四是大胆地学以致用,对具体的编辑工作提出独到的创意,有效的新方案,并及时地应用到实际工作中,从而积累经验和锻炼业务能力。

正如前述,编辑参与了缔构人类精神发展的历史,编辑工作本身也是一种文化性存在。因此,就必

然要求编辑在合理处理各种信息以担当传承人类人性化的历史使命之外,还要自觉地开展有创造性的工作,从而为人类精神大厦添砖加瓦。相应地,在“人为性”上以编辑为本,就要特别重视编辑的创新意识和创新能力的发掘与培养。

首先,编辑要站在“缔构人类精神发展历史”的高度,把编辑工作作为展示自己才华的神圣舞台,把创新作为充分实现自身内在价值的基本途径,从而激发出创新欲望,培养创新意识。其次,编辑要通过学习和掌握与创新相关的新知识、新经验、新方法,为创新准备必要的条件。特别地,要致力于掌握一定的创新技能法,比如创造性意识培养技能法、综合集中型技能法和扩散发现技能法等^[1]。第三,编辑要直接参与以创新为生命的科学研究中,检验创新方法与创新能力。同时,要将掌握的创新技能与方法切实地运用到具体的编辑工作中去,真正实现编辑参与缔构人类精神发展的历史,编辑工作本身也是一种文化性存在。这样,创造就具有实质性内涵。

综上所述,以人为本是编辑工作的内在要求。这种内在要求得以实现,必需在“为人性”和“人为性”二重维度上把握并落实:既要优质地服务于对象,也要充分展现主体的价值。这样,就能满足时代要求,创新编辑工作,促进人类文化的传播与发展。

参考文献:

- [1] 王 军. 编辑的人文关怀[J]. 出版发行研究, 2001(1).
- [2] [德]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第1卷[M]. 北京:人民出版社,1972.
- [3] 杨小岩. 以人为本与编辑出版[J]. 出版科学, 2005(1).
- [4] 王绘宏. 按照“以人为本”的理念 创新编辑工作[J]. 黑龙江科技信息, 2008(33).

(责任编辑:彭介忠)

Humanism and Effort

——Two dimension of human-oriented editing

XIANG Hong-en

(*Biancheng Newspaper Office, Jishou, Hunan, 416000, China*)

Abstract: To achieve the goal of human-oriented, editing must based on two-dimension: one dimension is humanism, which refers editors who shoulder the responsibility of culture spread, should provide the audience with the material for spiritual well-being as well as provide the presenter with space for self-advancement. The other dimension is effort, which means that as an element of culture; the editor should not only handle the variety of information reasonably and properly, but also to participate in a creative way to structure human being's culture and spirit.

key words: human-oriented; editing; humanism; effort