



编辑文化建构论

BIANJIWENHUA JIANSHE LUN

骆玉安



文化审美角度的转变，不仅带来文化自身功能的变异，也形成了文化语境的进一步扩大以及文化意义的进一步延伸和下沉。无论是原有文化的圈内还是圈外，甚至在原有文化的边缘，都已经形成了新的领域或学科。这些领域或学科丰富了文化内涵，完善着文化使命，顺应了文化发展方向。编辑文化就是在这种背景下产生的一种文化新说。专门探讨和研究编辑文化，在出版领域，无论当前还是今后一个相当长的时期，都是一件极具意义的喜事。



河南大学出版社

编辑文化

BIANJIWENHUA
JIAN SHE LUN

建设论

■ 骆玉安 著

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

编辑文化建设论/骆玉安著. —开封:河南大学出版社,2008.6
ISBN 978-7-81091-873-2

I. 编… II. 骆… III. 编辑工作-文化-研究 IV. G232

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 142103 号

出版发行 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

印刷 郑州文华印务有限公司印制

版次 2008 年 6 月第 1 版

印次 2008 年 6 月第 1 次印刷

开本 710 mm × 1 010 mm 1/16

印张 17

字数 302 千字

定价 48.00 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)

绪论 /1

- 一、问题的因由:先进文化,并非所有出版人的真爱 /1
- 二、问题的纠缠:文化编辑与编辑文化 /3
- 三、问题的关键:编辑文化重在建设 /10

第一章 编辑文化概说 /22

第一节 文化、编辑、编辑文化 /23

- 一、关于文化 /23
- 二、关于编辑 /34
- 三、编辑文化 /36

第二节 编辑文化的形成 /41

- 一、早期的编辑活动及其产生的社会条件 /41
- 二、世界书籍编辑史的分期 /44
- 三、古代书籍编辑活动的特点 /45

第三节 编辑文化的发展 /48

- 一、中国近代编辑文化 /48
- 二、编辑文化的性质和社会功能 /53
- 三、社会主义市场经济条件下的编辑文化 /56

第二章 编辑文化的内容 /60

第一节 编辑文化环境 /60

- 一、编辑的活动空间 /60
- 二、编辑文化设施 /61
- 三、编辑文化关系 /62

第二节 编辑文化意境 /63

- 一、编辑制度 /63
- 二、编辑理论 /64
- 三、编辑价值观 /64

四、编辑精神	/65
五、编辑道德	/66
第三节 编辑文化活动	/67
一、编辑行为	/67
二、编辑文化创造	/68
三、编辑文化传播	/69
四、编辑文化建设与繁荣	/70
第四节 编辑文化活动的主要方式	/74
一、选题策划	/74
二、选题策划步骤	/76
三、编辑加工	/84
四、发稿、校对和样书检查	/87
五、编外活动	/90
 第三章 编辑文化的特征与作用	 /94
第一节 编辑文化的特征	/94
一、编辑文化的社会性	/94
二、编辑文化的时代性	/96
三、编辑文化的职业性	/97
四、编辑文化的民族性	/97
五、编辑文化的阶级性	/99
六、编辑文化的传承性	/100
七、编辑文化的创新性	/101
第二节 编辑文化的地位与作用	/104
一、编辑文化的特殊地位	/104
二、编辑文化的作用	/106
 第四章 编辑文化建设概说	 /115
第一节 编辑文化建设的内涵及特性	/115
一、编辑文化建设的内涵	/115
二、编辑文化建设的特性	/116
第二节 编辑文化建设的意义及影响	/118
一、编辑文化建设的意义	/118
二、编辑文化建设的影响	/120

第三节 编辑文化建设的趋势及存在的问题 /123

一、编辑文化建设的趋势 /123

二、我国编辑文化建设存在的问题 /126

第五章 编辑文化建设内容 /128

第一节 编辑物质文化建设 /128

一、编辑环境文化建设 /128

二、编辑技术文化建设 /140

三、编辑服务文化建设 /144

第二节 编辑制度文化建设 /148

一、编辑制度文化的概念 /148

二、编辑制度文化的特征 /151

三、编辑制度文化的内容 /152

四、编辑制度文化的结构与功能 /153

五、编辑制度文化建设 /156

第三节 编辑精神文化建设 /161

一、编辑精神文化概述 /161

二、编辑价值观的形成 /163

三、编辑道德建设 /168

四、编辑精神塑造 /170

五、编辑形象的树立 /173

第六章 编辑文化建设的原则与途径 /178

第一节 编辑文化建设的指导思想 /178

一、鲜明的政治性与时代性 /178

二、明确的目标与编辑精神的创立 /181

三、坚持主旋律与倡导多样性 /183

第二节 编辑文化建设的原则 /185

一、编辑文化建设的目标原则 /185

二、编辑文化建设的科学原则 /188

三、编辑文化建设的创新原则 /190

第三节 编辑文化建设的途径 /192

一、提高认识、强化领导,是编辑文化建设的基本前提 /192

二、全方位地开展编辑文化活动,是编辑文化建设的

- 重点和基础 /193
- 三、加强组织机构和队伍建设,是编辑文化建设的重要保证 /194
- 四、注重编辑环境建设和编辑精神塑造,是编辑文化建设的灵魂 /194
- 五、开展编辑文化理论研究和编辑文化交流,是编辑文化建设腾飞的双翅 /195
- 六、拓宽传播渠道是繁荣编辑文化建设的生命力所在 /196
- 第四节 编辑文化建设的继承与创新 /198
 - 一、编辑文化的继承 /198
 - 二、编辑文化的创新 /201

第七章 网络环境下的编辑文化建设 /205

- 第一节 网络环境下编辑文化的内涵 /205
 - 一、网络的发展及其影响 /205
 - 二、网络文化的内涵 /206
 - 三、网络文化的特征 /207
 - 四、网络环境下编辑文化的特征 /208
- 第二节 网络环境下编辑文化的发展 /210
 - 一、网络主流文化的代表 /210
 - 二、网络规范与促进网络文化发展 /211
 - 三、知识创新与创建知识信息交流平台 /212
- 第三节 网络环境下的编辑文化建设 /215
 - 一、互联网与编辑文化建设的碰撞与异动 /215
 - 二、网络环境下编辑文化建设的基本原则 /219
 - 三、网络环境下编辑文化建设的方法与途径 /221

第八章 和谐的社会主义编辑文化建设 /224

- 第一节 和谐编辑文化的内涵与特征 /224
 - 一、和谐编辑文化的内涵 /224
 - 二、和谐编辑文化的特征 /225
 - 三、和谐编辑文化的作用 /227
 - 四、和谐编辑文化建设原则 /230
- 第二节 和谐编辑文化与出版经营管理 /231

一、中国编辑出版业的现状	/232
二、出版经营管理的基本内容	/235
三、和谐编辑文化在出版管理中的作用	/242
第三节 新时期和谐编辑文化建设	/245
一、和谐编辑文化与编辑出版发展	/245
二、和谐编辑文化与编辑的公共精神	/251

参考文献	/259
------	------

后记	/262
----	------

绪 论

“文化”曾是学界争论最多、社会炒得最热、近几年各界叫得最响的公共话语。许多地方乃至国家,已经把文化建设纳入社会发展的整体规划,受到前所未有的重视。好在人们已经跳出学院式的考究,开始聚焦文化的社会功能,并真正着手和谐文化建设。这种文化审美角度的转变,不仅带来文化自身功能的变异,也形成了文化语境的进一步扩大以及文化意义的进一步延伸和下沉。无论是原有文化的圈内还是圈外,甚至在原有文化的边缘,都已经形成了新的领域或学科。这些领域或学科丰富了文化内涵,完善着文化使命,顺应了文化发展方向。编辑文化就是在这种背景下产生的一种文化新说,尽管它至今也没有得到更多人的认可,更没在学界形成独立的学科,但已经有学者开始关注、研究这一独特文化现象,甚至有学者开始规划它的学科体系。专门探讨和研究编辑文化,无论当前或今后一个相当长的时期,在出版领域都是一件极具意义的善事。

一、问题的因由:先进文化,并非所有出版人的真爱

文化是人类超越本能、有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果,是“自然的人化”,是群体或社会所共有的理想、价值观、生活习惯、行为方式等及其在物质形态上的具体化的总和。它是民族的灵魂,是维系民族团结、形成民族凝聚力的思想基础和维护社会稳定、推动社会和谐发展的精神纽带。中共十七大报告指出:“当今时代,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素,丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。”在处于转型期的现代社会,文化作为一种软实力,对一个民族、国家、地区乃至行业的发展越来越重要。

书籍是一种文化产品,在其编辑过程中也必然渗透各种文化现象,展示独有的文化特质和文化气息。研究编辑文化,探索编辑文化建设的渠

道,充分发挥编辑文化的影响力,创造丰富多彩的文化精品,这是所有出版人的夙愿。然而,就图书出版业内部来讲,一个时期以来,编辑过程中的文化建设并没有引起人们实质性的注意,特别是将编辑文化及其建设作为一种科学的体系进行研究就显得更加不足。同时,在市场经济特别是在西方文化的冲击下,编辑出版坚持什么样的文化方向,编辑者追求什么样的文化品位,图书出版业在唱响主旋律的同时,从来就掺杂着不和谐的音符。

比如,一个时期以来,一些出版社违反规定,片面追求利润,“一切向钱看”,把经济指标分解承包给编辑个人甚至出版商,使平庸之作和宣扬色情、凶杀、封建迷信的文化垃圾大量涌入图书市场,导致出版物的品位滑坡;在图书出版活动中,总有落后的文化思想、文化表现形式在图书作品中不时出现;封建迷信等违规图书在不少地摊小书中从未根绝;买卖书号现象仍然存在;在商品经济的影响下,少数出版人,特别是一些不法个体书商,过于追求经济利益,忽视政治影响;由于图书出版本身就是一种文化活动或文化现象,其对政治的依附过于亲密,自身文化的稳定性相对较弱;编辑队伍的政治、思想和文化素质有待提高,特色和流派不明显,不成气候,缺乏强大的阵容;编辑精神的塑造和凝练缺乏实力,在现实中少有示范,在理论上没有标准;近年虽然出版事业轰轰烈烈,但出版行业还缺少德艺双馨、在国内公推、国际上叫响的出版实践或理论研究方面的大家;等等。

作为与编辑活动同时出现的编辑文化现象,其历史当然悠久。然而,人们重视并专门研究编辑文化,进而形成编辑文化方面的理论,明显地滞后于编辑实践。编辑加工过程是图书出版最重要的环节,没有编辑者的心血促成的编辑活动进而形成的编辑成果,就难以形成完美的图书供读者阅读和欣赏。同时,对于图书编辑者,对于编辑过程中的一切活动及其促成这些活动的内外部动因,人们似乎没有从理论上加以廓清。什么是编辑?什么是编辑文化环境?如何营造优良的文化环境、塑造高尚的编辑精神?等等,有许多疑问需要我们求证并得出科学的答案。

作为社会角色的图书编辑是当然的文化工作者,其职业就是一种文化活动。然而,也许是过于忙碌,或过于司空见惯,许多情况下,我们似乎又是文化的最不敏感者,还没有重视自己身边与我们形影不离的“编辑文化”!所有编辑者所追求的文化,应当是中国共产党领导下的、坚持社会主义前进方向的、有中国特色的先进文化。这种文化凝聚着人类的巨大智慧,展示着世间最优秀的文明成果,代表着全社会最正确的发展方向。

二、问题的纠缠：文化编辑与编辑文化

由于所处的历史时期和研究角度等方面的不同，人们对文化的理解和结论有所不同；相应的，研究者对编辑的意义也有不同的分解。

1. 编辑既是一种特殊的社会职业，又是一项特殊的文化活动

按照 2005 年第 5 版《现代汉语词典》的释义，“编辑”是个多义词，既可作为动词指“对资料或现成的作品进行整理、加工”，也可作为名词指“做编辑工作的人”。据姚福申先生在其《中国编辑史》中的求证和观点，“编”和“辑”最初是两个意义毫无关联的单音节词。“编”原意是串联龟板或竹简的绳索，后来词义出现了引申和发展，出现“编次”，有按次序编排的意思，反映了编辑工作最原始、最基本的含义；“辑”的原意是和协，后来词义有了新的转化，又有将文字资料加以收集的意思。“编”与“辑”两个词接合在一起使用，最早见于南北朝时期，作为双音词在唐代初年已被经常使用。参照姚福申、阙道隆等学者的观点，编辑活动是对已有作品和资料进行搜集、选择、整理和加工，使之适合传播目的与复制要求的精神劳动。

对“编辑”概念的理解，研究编辑学原理的学者与编辑史探索者之间往往存在着明显的分歧。这种分歧早在 20 世纪 80 年代就已经显现，胡光清在对最初 10 年编辑学研究成果进行总结时就曾指出，随着编辑史研究的开展，出现了两种值得注意的编辑史观，它影响着编辑学的研究。一种看法认为，有书籍就有编辑。我国最早的书籍是甲骨文献。最初的编辑是卜筮官、史官、乐师。我国第一位大编辑家是孔子。这里涉及三个问题：编辑工作起源于文献整理；编辑工作起源的标志——有书籍有编辑；有思想有理论有方法有成果，可称为“家”者从孔子开始。有的同志不同意上述看法，认为有出版才有编辑。胡光清援引刘国钧《中国书史简编》中指出的“有了印刷，然后图书才可以说得上‘出版’，才开始有出版业”作为依据，指出研究编辑史应参考这一看法，把古代编辑的正式产生时期定在两宋，此前只是编辑的萌芽时期，有零星的编辑活动，到抄本盛行的唐代达到高峰。

“编辑”这一概念，有广义和狭义之分。编辑史需要研究编辑工作的发生、发展、演变的全过程，外延就不能不宽泛一些，涵盖了甲骨文献、简册帛书、手抄书籍、木刻书籍、机器印刷书籍、报纸期刊、广播电视作品、音像制品、电子网页等方面的编辑活动，这样才能完整地认识编辑工作的渊源关系和发展变化的内在原因。编辑学是针对丰富多彩的现代出版业出现后专门研究“编辑”这种精神劳动，取其现代出版意义上的编辑概念。这种理解主要是从出版业的概念出发来回顾历史，为探索适合指导当前编辑工作

实际的理论,这种追溯古代出版业,用当代出版业的编辑观念研究编辑学理论的方法是相对科学的;当然,就狭义观点而言,还可以选取某一种媒质或图书,或杂志,或影视等领域的编辑活动来进行研究,得出结论。另外,由于出发点和落脚点的不同,出于各自目的考虑,有人偏重于从编辑活动方面看待编辑,而有人又试图从职业身份的方面解决相关问题。

广义和狭义两种概念以及编辑活动和编辑职业身份等观点在编辑学中同时存在,不仅是必要的,而且能相辅相成,它有利于从不同角度去观察和研究编辑活动。广义的编辑概念,由于外延宽泛,内涵就必然单薄,有可能限制了对当前出版业编辑的理论与实践的认识与探索,因此在研究编辑学原理时,完全可以按现代出版业编辑的特定属性来界定狭义的编辑概念。外延小了,内涵自然就显得丰富和具体了。

在狭义的理解中,还可以就某一种媒质作为研究对象进行解剖,如专门针对书籍的编辑。为研究方便起见,在考虑编辑发展历史时,笔者倾向于编辑史意义上的编辑意义,而在探讨编辑文化内涵时又参照其狭义,落脚点在编辑文化建设,即编辑与出版并不放在一起讨论。由于对“编辑”概念的多种解释和理解,角度不同,得出的结论必然迥异,为直截了当起见,对概念的理解可以取其广义的意义,专注讨论可以取其狭义概念。

用“文化学”的视角来看编辑工作,是因为编辑工作本身是文化工作,编辑事业是文化事业,编辑使命是文化使命;还因为这是编辑交叉学科的研究与探索的尝试。

编辑的定义有很多种。参照《辞海》和《辞源》,从编辑的社会学的角度看,编辑是由具有特殊职业资格所组成的群体及其所从事的特殊职业;吸收阙道隆在《书籍编辑学》中的观点,从编辑的文化学地位来看,“自书籍产生以来,编辑工作都是以信息传播为目的,以选择和加工为特征的社会文化活动”。编辑不仅仅是图书的编辑,还包括杂志、报纸、电子出版物、网络出版物等所有出版物的编辑。

编辑的社会功能是精神产品的物质化和社会化,它主要有两大功能:一是政治功能,编辑出版工作是政治思想领域的一个重要方面,它要为社会主义事业和广大人民群众服务。二是文化功能,即积累和传播科学文化知识,为文化建设服务。编辑工作的社会功能,是靠出版物来实现的。编辑工作是社会性劳动,这里说的社会性包括两个方面:一是编辑工作是社会所需要的,编辑的社会功能就是编辑工作社会性劳动的表现。二是编辑工作离不开社会的劳动;编辑工作是具有强烈的意识形态性的劳动。黄幼民在《编辑学概论》一书的“编辑本体论”中认为,编辑工作是一种意识形

态,属于上层建筑范畴;编辑工作是知识密集型的创造性劳动。

我们认为,编辑活动还是一种文化现象,具有独立的文化形态,编辑工作的基本功能是文化功能。编辑工作是文化发展的产物,它是出版工作的起点和中心环节,是文化工作的一个子系统。文化是人类创造的,当人类意识到利用工具来对付自然界的威胁时,文化就产生了。语言和文字是人类交流的工具,文字是语言的书面化,是人类的一种重要的文化现象,也是人类文化产生的原始动力。有了文字就有文字记载,而通过一定方式将文字记载于载体上的活动就是原始的编辑活动。语言文字的物化成果就是现在所说的“出版物”。它是人类思想成果的记录,也是现实生活的反映。从编辑活动的产生中可以发现,编辑活动不仅是一种文化现象,而且是人类文化得以延续、交流、传播和发展的基石。

编辑工作就其本质来说,是对知识的控制和文化的选择,它具有精神生产和文化消费的调节导向功能、文化传播的控制功能、文化资源的开发、整合功能。在知识和信息不发达的时期,编辑工作主要是使之有序化;在知识和信息大量涌现的时期,编辑工作主要是选择和优化。编辑的文化功能是多方面的。

编辑活动是一种文化积累活动。编辑活动产生的目的,不是为了生产出版物本身,而是为了记载人类的精神成果,满足人们的精神需求。人类的文明成果能够保留下来,并由此继承和发扬,以推动历史发展,编辑工作功不可没。与历史上的其他载体(如实物)相比,图书的记载最直接、最完整。五千年中华文明之所以绵延不绝,与历朝历代重视图书的编修密切相关。考察编辑工作的历史,我们发现,最初的编辑工作,是为了积累文化遗产。孔子选编《六经》,虽然他是为了教育他的弟子而编书,事实上他进行了一次了不起的文化整理工作。在封建社会,图书的编纂及其出版,都是中央控制下的国家行为,《二十五史》、《永乐大典》、《康熙字典》等的编纂和出版都被视为重要的文化工程。宋代出现的私人书肆,大都是以“借书、传书、文化积累为宗旨”。近现代的知名出版机构,都很重视文化遗产的搜集和整理,即使是今天的编辑出版也以“弘扬民族文化”为己任。无论是民族文化还是外来文化的文化积累工作,始终是我们编辑工作的重要部分。

编辑活动是一种文化选择。人类文化的进步和发展,是人类扬弃和选择的结果,总是在不断摒弃假恶丑的文化垃圾,积累和弘扬真善美的文化精华。编辑工作的特殊性就在其以文化选择为职业,以文化选择为自己的神圣使命,他代表的往往不是编辑个体,而是一种社会选择。编辑的选择实际上是一种把关的作用、文化控制的作用。孔子选编《诗经》是从当时三

千余首古诗中遴选出来的。从三千首选出“诗三百”，这是孔子的选择。

编辑活动是一种特殊的文化创造活动。继承和积累传统文化是一方面，更重要的是创造新文化。编辑工作在继承的基础上，总是突破现有文化的规范，超越已有的文化模式。我国的近代编辑出版是在国难深重、国体衰败的大背景下发展起来的，以科学救国为指针，以刷新政治、唤醒国民为宗旨，高举爱国的大旗，倡导“民主”、“科学”，传播西方文化，振奋民族精神，为五四新文化运动的兴起提供了丰厚的思想基础。编辑是一种特殊的文化创造主体，与创作者不同，他对文化的创造起到“催生”、“引导”、“加工”等作用。同时，作为特定文化环境中的编辑，其人格形态具有特殊的文化倾向和审美倾向，编辑的主体意识和编辑工作的创造性特质成为编辑作为文化创造主体的标志。

编辑活动是一种文化传播和文化交流活动。文化传播和文化交流是编辑工作的本身和目的，文化积累也好，文化选择也好，文化创新也罢，最终的目标是文化的普及和传播。人类的思想成果，在生成、传播之前，都有编辑的贡献。最初的编辑活动，由于受多种条件的限制，传播的范围有限。孔子编修《六经》是为了教育三千弟子，古代国家编修图书不仅是使当权者的言行“名垂青史”，更是为达官贵人消遣阅读。职业化编辑和编辑活动一旦产生，便是与“大众”联系了起来，图书不再是富贵人的专利，图书进入了寻常百姓家。毛泽东曾经说新民主主义文化是“大众的、民族的、科学的文化”，即使信息化的今天也是适用的。我们的图书应该是“大众的”、“科学的”、“民族的”，倡导编辑工作要“走大众化精品之路”。大众的文化需求和传播手段的进步，使职业化编辑和编辑活动的产生成为可能。文化交流（引进与输出）也是文化传播，在我国古代与朝鲜、日本等国的文化交流，汉代佛典的引入和翻译，始于明代的基督教士的文化传播、翻译和编辑出版等活动中，我们都可以看出编辑工作在文化交流中的价值。

总之，编辑既是一种特殊的社会职业，又是一项特殊的文化活动。编辑活动是文化生产的组成部分，是文化积累的重要途径，也是文化传播和交流的主要手段，更是文化发展的重要标志。“编辑”不仅是图书等文化产品的加工者，也是这些加工者所从事的精神劳动或文化活动。由图书编辑者及其编辑活动所形成的编辑文化，实际上有两个层面的含义：作为社会角色人的编辑文化与对图书进行整理、加工过程所构成的相关活动的编辑文化。作为图书等文化产品的加工者的编辑，要努力成为社会主义精神文明的建设者和先进文化的传播者；作为一种文化现象的编辑活动，应当体现社会主义文化的优越性，充分发挥社会主义编辑文化的先进性作用，在

构建社会主义和谐文化的伟大事业中发挥巨大作用。

2. 编辑文化是一种独特的社会文化

文化的定义概括起来有两大类:一是狭义的文化,如英国人类学家泰勒给文化下的定义,即文化“包括知识、信仰、艺术、法律、道德、风俗以及作为一个社会成员所获得的能力与习惯的复杂整体”,强调的是精神文化。二是广义的文化,它不仅包括精神文化,还包括物质文化。具体说来,它可以分为物质文化、制度文化和精神(心理)文化。

编辑文化是社会大文化中的一个重要分支。编辑文化与其他文化系统一样,也包括物质文化、制度文化和精神(心理)文化三个子系统。编辑文化的表层是编辑物质文化,它包括报社、杂志社、出版社、电台、电视台等单位在编辑过程中所使用的设备、物质化产品等。编辑文化的中层是编辑事业的体制,它包括编辑事业的体系结构和制度管理。编辑体系指编辑事业的各要素互相联系、互相制约而构成的一个整体;编辑制度是指编辑行业共同遵守的办事规程。作为编辑文化的中介层结构,是编辑出版业行为方式的总和,也是其构成形式、运行原则、管理结构、管理方式的总和,是编辑出版人员各种关系的总和。编辑文化的深层结构表现为观念形态的因素。它包括指导、影响和支配编辑出版行为的思想规范,编辑出版人员的思想文化素质和职业道德、思维方式、价值准则、主体意识、审美观念、行为心理、编辑事业的发展目标和经营管理思想等。

编辑文化一方面以其传播方式对社会大文化建施加影响,同时,编辑文化自身的发展和繁荣,也是社会大文化建设的重要内容。精神文明建设主要是思想道德和文化建设。编辑出版是精神文明建设的重要组成部分,自古以来,编辑出版与人类文明紧密联系。编辑工作不仅要为精神文明建设服务,而且是精神文明建设的目标之一。随着精神文明建设的发展,对编辑工作的要求越来越高。

编辑出版的产生和发展,是人类社会发展到一定程度所创造的文明成果,其本身就是一种文化现象。编辑自产生之日起,其主要功能就是记载、传播和积累人类在生产活动和社会活动中所产生的各种思想、知识和信息,具有鲜明的文化特征。编辑活动的主体和客体都是“文化”的产物,编辑的成果即出版物是文化产品,编辑过程是文化生产和文化创造的过程,编辑的目的是为了文化的积累和传播。

通过上述讨论可以得出如下结论:编辑文化是在图书、音像、影视、报纸杂志等文化产品加工制作的特殊环境下,由编辑者及其编辑活动所形成的、以编辑文化环境为依托,以编辑文化活动为主要表现形式,以长期形成

的编辑精神为灵魂的特殊文化。编辑文化环境是编辑及其所从事的活动所赖以存在的自然环境和精神环境的总和,包括编辑的生存环境、各种文化设施、装备,以及各种规章制度等。编辑文化活动是编辑过程中表现出来的各种文化现象,包括编辑组织实施、加工流程,以及为塑造编辑精神所开展的各种文化娱乐活动。编辑精神是在长期编辑实践活动中所形成的带有先进科学文化特质的精神氛围,包括出版理念、编辑的创业进取精神和无私奉献精神等。

从宏观角度看,编辑文化有两个大的层次:一层是编辑文化环境,一层是编辑文化意境。编辑文化环境一方面是指出版集团(出版社)的整体规划、布局结构、配套设施、景观美化等,另一方面是指出版单位的组织制度,以及出版社的传统、社风、人际关系、集体舆论、文化活动等构成的氛围。前者可称为硬环境,后者可称为软环境。编辑文化意境不仅指出版单位内人的特有心理素质或文化心态,还包括这种特有心理状态下产生的意识观念、精神风貌等。编辑文化环境的建设和变化比较缓稳,编辑文化意境则相对活跃。编辑文化意境受整个社会大环境和编辑文化环境的制约和影响,有什么样的编辑文化环境,必然产生与之相适应的编辑文化意境。同时,编辑文化意境又反作用于编辑文化环境,不断地影响,又势必改变着编辑文化环境,两者是相辅相成的矛盾统一体。编辑文化正是通过其主体活动,在编辑文化环境和编辑文化意境相互影响、相互制约的矛盾统一过程中发展,并不断走向成熟,趋于完善。

编辑文化是一种社会亚文化。任何人类群体,凡在某些方面与社会主导性文化的价值体系不同者都被称为亚文化。亚文化产生的原因很多,作为社会分工的必然产物,职业在亚文化的形成中起着重要的作用,这首先表现在从事不同职业的人们形成了不同的职业亚群体。编辑是一个特殊的职业,他的主要任务是策划、编辑和出版图书等精神活动。近年,随着国际、国内文化活动的进一步繁荣和更加活跃的交流与合作,图书出版业得到了飞速发展,其在文化产业领域的突出位置日益显著,出版人和编辑已经成为一种特殊的职业,并形成了一个相对稳定的群体。在编辑活动中,编辑或出版人不仅要不断接受系统的专业知识教育、政治信念和思想道德教育,而且还要以自己的独特智慧和素质,不断创造精品图书,去感化和影响人们,丰富和完善人们的精神文化生活。编辑及其从事的文化活动在社会中形成的特殊的角色和群体,同任何其他职业群体一样,也形成了一种特定的亚文化。这是社会历史发展的必然,也是社会进步的产物。

作为社会亚文化的编辑文化,同社会主导文化之间存在着密切的联

系。一方面,编辑文化的发展受社会主导文化的制约和规定,它必须与一定的社会文化环境相适应。社会主导文化的这种规范性作为一种衡量编辑文化的标准而存在,在一定程度上规定着出版集团(出版社)的价值取向、行为目标、产品质量、编辑的行为规范等。另一方面,编辑文化的发展对社会主导文化的不断进步具有较大的积极作用,这种作用主要是通过编辑文化的向外辐射、输出以及编辑及其活动在一定的编辑文化氛围中凝成的文化产品的联动和影响而实现的。它不但加固着原有的社会主导文化,同时也在吸引借鉴外来文化和批判继承传统文化,创造新文化,从而推动社会文化的发展,提高社会文化水平。

编辑文化有着一般社会文化的共同属性。在阶级社会里,编辑文化有其阶级性,受某一阶级的影响并服务于这个阶级;在不同民族、不同国度里,编辑文化有其民族性,通过民族形式的发展,形成民族的传统;编辑文化的发展也有其历史连续性,社会物质生产发展的历史连续性是其发展历史连续性的基础。

同时,由于编辑文化环境相对独立于社会大的环境,编辑文化有其独特的文化主体,因此,编辑文化还有自己独特的属性。在同一国家的不同地区、不同出版单位里,编辑文化有一定的地域性,构成不同风格,这种地域性不仅受民族传统、风俗习惯的影响,更受国家性质的约束。不同国家、不同区域、不同出版单位的编辑文化在内容和形式上的借鉴、引用是允许的,也是可行的、有利的,这就形成其模仿性;当然这种模仿是有限度的,它要受制于一定的文化传统。与一般社会文化相比较,编辑文化的发展具有一定的超前性,即它的发展水平一般处于社会文化的潮头。这主要是因为,编辑文化是着眼于未来的文化,图书策划的超前性特征和不断占领市场的要求,规定了编辑文化的超前性发展。随着出版社之间以及编辑之间竞争的日益加剧,许多编辑部门新的、年轻的编辑往往临时“集训”即匆匆上阵,年长的、经验丰富的编辑又经不住各种诱惑而纷纷“跳槽”,这些人才或“准人才”不断更新,相互流动,传播和交流着特有的文化心态和成果,这就形成了编辑文化的流动(放射、可变)性;这种流动、放射或可变作用,必然推动整个出版业和全社会快速向前发展。编辑文化主体的某种文化心态从一家出版社到另一家出版社,或从某一阶段到另一阶段的转换,属于阶段性流动或可变,这就形成了编辑文化的阶段性差异。随着时代的变革,编辑文化从内容到形式也必然发生相应的变化,形成编辑文化鲜明的时代性。研究编辑文化,建设编辑文化,就是要紧紧把握编辑文化这些特殊的属性。