

书刊编辑学系列

编辑学概论

徐柏容 著

565468

天津古籍出版社

编辑创意论

● 徐柏容 著

● 天津古籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

编辑创意论/徐柏容著. -天津:天津古籍出版社,
1999.12

ISBN 7-80504-721-9

I. 编… II. 徐… III. 编辑学 IV. G232

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 77120 号

编辑创意论

徐柏容 著

*

天津古籍出版社出版

(天津市和平区张自忠路 189 号 邮编:300020)

天津美术印刷厂印刷

新华书店天津发行所发行

开本 850×1168 毫米 1/32 印张:13

字数:260000

1999 年 12 月第 1 版 1999 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—3000

ISBN 7—80504—721—9

G · 148

定价:24.50 元

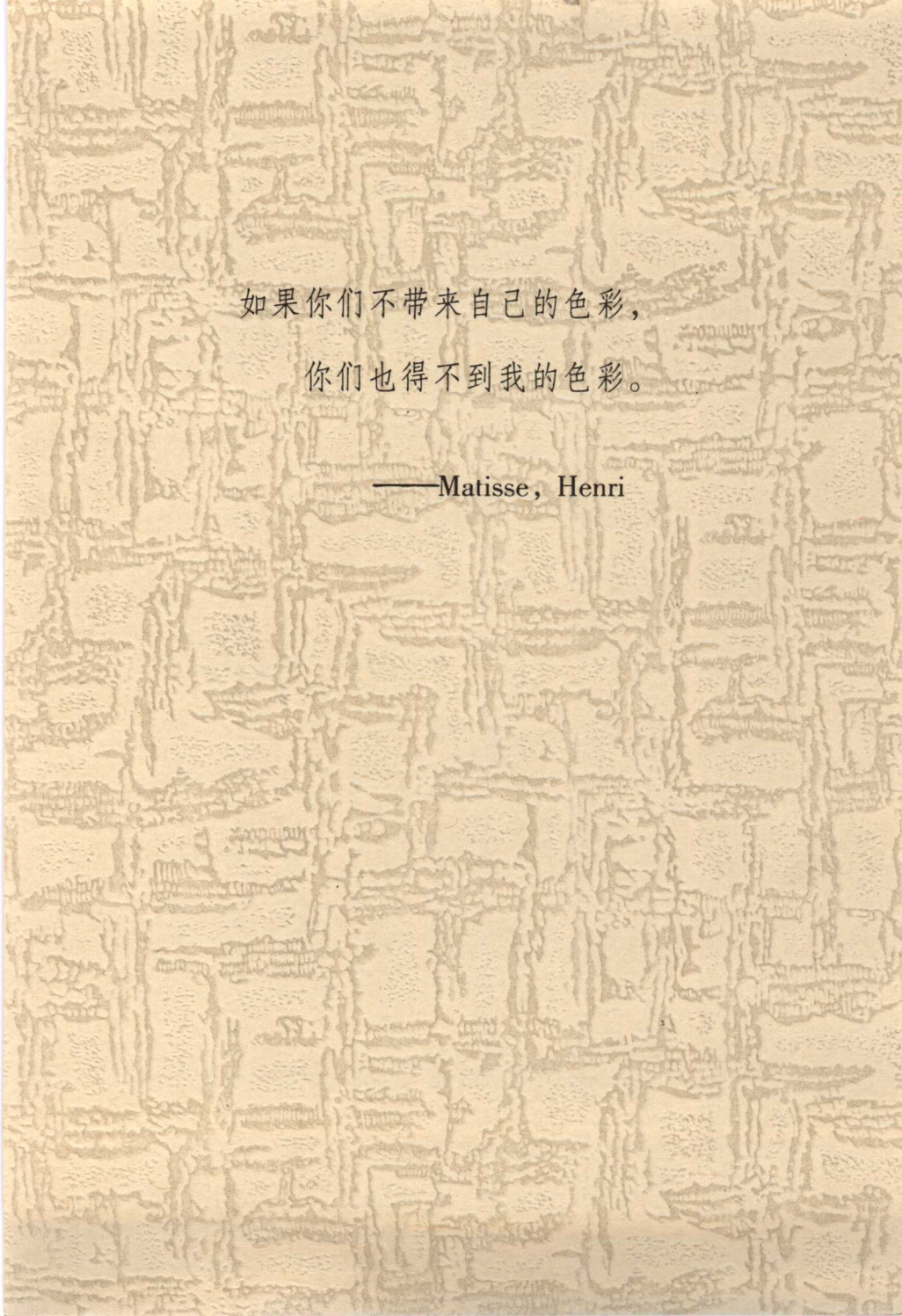


作者近影

组稿编辑 / 徐 勇
责任编辑 / 徐 勇
罗少强
封面设计 / 胡 静

ISBN7-80504-721-9

G.148 定价: 24.50 元



如果你们不带来自己的色彩，

你们也得不到我的色彩。

——Matisse, Henri

自序

编辑学研究从 80 年代在我国兴起以来,发展很快,也取得了很大的成绩。其突出标志,一是大学编辑专业的设置,二是各种编辑学术机构的建立,三是相当数量一批编辑学著作的出版。

大学编辑专业的建立,始于 1984 年胡乔木同志向有关方面提出的建议。最初试办的有北京大学、南开大学、复旦大学三校,以后其它大学相继设立,现在可说是遍布大江南北、华夏东西了。它不仅对培养编辑人才作出了贡献,也对编辑学学科建设起了推动作用。

也是在 1984 年,中国出版发行科学研究所(后改名中国出版科学研究所)成立,随后相继成立的有上海编辑学会、天津书刊编辑学会等地区性编辑学术团体以及科技期刊编辑学会等专业性编辑学术团体,尔后又由中国编辑学会、中国期刊协会等的成立,对于编

辑学研究工作,起了组织和推动的作用。

与此相关的,还有各编辑学术单位、团体出版的编辑出版专业期刊,总共不下几十种之多,为编辑学研究提供了交流场地。

当然,任何一门学科的建立与发展,最终还有赖于学术研究的成果,包括论文特别是专著。不到 20 年来,出版的书刊编辑学著作,也有数十种之多,堪称蔚为大观。由国家新闻出版署组织编写的高校编辑出版专业教材(也是国家教委“八五”规划教材)17 种,从 1995 年开始出版,更不仅为大学编辑专业提供了较为全面的教材,同时也对编辑学学科体系的建设提供了一份具有示范意义的蓝图。17 本中约有十一二种是编辑学方面的,占了大多数,对编辑学学科建设,不能不说是新的成果。

在编辑学研究取得很大成绩的同时,人们却又有一种不满足之感,因而提出了编辑学研究如何深化的问题。

不少同志认为,编辑学研究深化之道,在于超越实际操作的描述与实践经验的总结,向理论建设、规律探索进军,从而建立编辑学理论的科学体系。这种有一定普遍性的共识是不无道理的。任何一门学科如果没有自己

科学的理论体系,就很难真正成为一门学科。所以,1994年接受《新闻出版报》记者孟仲先生访问时我就说过:

我认为完善的编辑学体系,应该是建立在理论与应用统一的基础上,即理论是从应用实践中升华的,应用要提高到理论规律性上来阐释,熔理论与应用于一炉而不是两张皮。编辑学的体系不能是脱离实际的空中楼阁,但也不是靠匠人传艺就能建立的。^①

我也正是按照这种认识来进行编辑学研究工作的。十几年来所写的几十篇有关论文、特别是多本这方面的著作,记录了我是怎样一步步“沿着陡峭山路攀登”^②的。而这本《编辑创意论》,可说是我留下的又一个新的足迹。我知道,离“光辉的顶点”^③还遥远,但我会“不畏劳苦”^④地继续攀登。

以前的几本编辑学著作,我都是把书籍编辑学和期刊杂志编辑学分开来研讨的。书籍和期刊杂志的具体编辑工作,各有其较明显的特殊性,分而论之,可以更具体细致些。对以前几本著作所采用的基本按编辑工作过

① 徐柏容:《从历史走向未来》,天津人民出版社1996年3月版。

② ③ ④ 《马克思恩格斯全集》,第23卷,人民出版社1972年9月版。

程建立的编辑学体系而言,也许更为适当些。但书籍和期刊杂志除了有各自的特殊性外,也有许多共性。如果说它们各自的特殊性更多是体现在具体操作上——也就是应用、实践层面的话,那么,它们的共性就可以说更多是体现在理性认识上——也就是理论、规律这样一些更深的层面。这本书和我以前几本编辑学著作不同,不是分论而是通论书籍和期刊杂志编辑工作的。其所以如此,是由于本书的体系与过去一些编辑学著作不同,不再基本按选题、组稿、审稿、加工……的编辑工作过程作线性的论述,而是抓住编辑工作本质之一的编辑创意,来对编辑工作进行面的研讨。这就必然会使书籍与期刊杂志编辑工作各自的特殊性相对淡化,而二者的共性相对凸出。也更便于从应用、实践层面的研究向理论、规律层面的研究延伸。当然,相对淡化的东西并没有消失,只是后退了一步。因此,本书在通论的大框架下,必要时也辅以分而论之,形成通论为本,分论为辅的建构体系。

书刊通论只是本书形式——或者更确切地说是论述范围的特点,也未必能说是本书的独创(虽然过去书刊合论的编辑学著作中

往往只是辟专章讨论期刊杂志编辑工作而已),而突破按选题、组稿、审稿、加工……编辑过程的线性论述老框框,以编辑创意为中心来论述如何创造性地进行编辑工作,也许还或多或少有点新的“创意”?

正如本书中说的,突破选题、组稿、审稿、加工……一个个具体工作环节抽象地来认识,编辑工作——包括书籍和期刊杂志的编辑工作,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。因此,本书还将有它的姊妹篇:编辑选择论、编辑结构论、编辑优化论。

所以要创意这样一部编辑学论著,既有理论建设的思考,也是对实践需要的回应。

从理论建设思考而言,正如我们说过的,是为了在编辑学研究深化的呼唤中,尽自己一点绵薄之力,作一些探索。我历来是不大喜欢“耀金带白、坐而论道”^①、而愿付诸实际行动的,所以就不揣陋陋,有此书之作了。

从实践需要来看,像国家新闻出版署主持的那套高校编辑出版专业教材以及其它一些基本按选题、组稿、审稿、加工……编辑过

① 《晋书》,卷五十五。

程论述的编辑学著作,是有需要的,是大学编辑出版专业本科生以及许多新编辑所不可缺少的,自有它们的价值与作用。但对于研究生和已从事若干年实际编辑工作,基本熟悉了选题、组稿、审稿、加工……一套工作的具有高、中级职称的编辑人员来说,他们更感到迫切需要的,往往不同于大学本科生和新编辑,已不限于这样一些基础知识,而更关心的是如何创造性地进行编辑工作、如何才能多出好书、如何才能出特色风格……一类问题。近年来人们热中于所谓策划工作,至少从一个方面反映了这一心态。不过,喧腾一时之所谓策划工作,恐怕至多也只是治标之策而未必即治本之计,更恐难以从根本上满足如何创造性地进行编辑工作的需要。对此,还有待于编辑学者的回应。

另一方面,不少设有编辑专业的大学,已开始或准备招收编辑专业研究生,形成方兴未艾的发展趋势,迫切需要这方面的参考书。天津等一些省市,为了提高专业技术人员素质,适应社会主义现代化建设的需要,也作出了对专业技术人员继续教育的规定。继续教育的目的,在于使其知识不断得到补充、更新、拓宽和加深,以不断提高他们的业务能力

做好工作。对编辑人员特别是其中高、中级职称人员来说,继续教育的内容,自然也就不是高校教材或一般编辑业务知识所能满足的,而有更高的要求。

这两方面的实际需要,也可说是同一需要,只不过分别来自内外两个方面而已。客观存在的实际需要,更成为鞭策我写这书的动力。

正因为既出于编辑学理论建设的思考,同时又是对编辑工作实践需要的回应,本书就不能只是纯理论的探讨,也不能只是就事论事的技术传授,而更必须“熔理论与应用于一炉”。因此,本书的体系是以理论为经,而以应用为纬,经纬交织,既不从抽象到抽象、也不从具体到具体,而力求“理论是从应用实践中升华的,应用要提高到理论、规律性上来阐释”。使读者既能悟其理,有理论的认识,又能得其用,启迪其在实际工作中发挥编辑创意的潜力。因为,理论的力量是巨大的,而理论的巨大力量,归根结底,总是要为编辑工作实践服务的。

选题、组稿、审稿、加工……这一套编辑工作,也许只可称作微观的编辑工作。不过,这种微观编辑工作操作性强、实践性强,是实

实在在的编辑工作,没有这些,也就没有了编辑工作,因而不仅这样的编辑工作是很重要的,这样的编辑学著作也是很重要的。但是,不论它多重要,真正要做好编辑工作,却又不是只娴熟这一套微观编辑工作就可以为功的,还需要例如总体编辑构思这样从总体上把握的功力,也就是宏观编辑工作的功力。陆放翁有诗句说:“汝果欲学诗,功夫在诗外。”^①这种宏观编辑工作的功力,也许可说是做好微观编辑工作的诗外功夫。

本书也试图以总体把握为干、以具体实践为枝,将宏观编辑工作与微观编辑工作熔于一炉,在宏观观照下去把握微观。我不知道这样做下来的结果如何,也许只能落得个“志大才疏”^②之讥。不过,即使如此,按照我在本书中的说法,至少我总还是“有创意的愿望与有创意的要求”罢。

写这本书,既有对自己过去工作完善、提高的意愿,更有创意的意愿。后一意愿和前一意愿一样,都是真诚的。选定这么一个题目——编辑创意论,似乎就表露了我创意的意愿。如果不是我孤陋寡闻的话,此前还从

① 宋·陆游:《示子遫》。

② 《宋史》,卷三百二十七。

来没有人写过类似这样以编辑创意为中心来纵论编辑工作的理论与实践的著作。

本书的某些具体论点,也有类似情况。

例如,探索编辑规律,正如本书说到的曾经出现过一些论文,还有过专著,但本书所提出的求同、求异、求和与求同、异、和互济规律等三规律,则是由我于1987年首次提出来的。在本书中,又加以充实并重新作了论述。研究并掌握编辑规律,对编辑创意、做好编辑工作是很重要的,编辑规律这个问题值得引起大家的重视。

再如,总体编辑构思问题,也是我在50年代主持出版社编辑工作时就已付诸实践的,而后又进行了理论的总结,先于1985在北戴河写成论文《论杂志的总体编辑构思》^①,后又扩及于书籍编辑理论。在本书中,则结合系统论,对之进一步作了更为详尽的论述。这一理论一方面把过去对编辑工作视作是一本本书、一期期刊杂志的编辑工作扩展到包括总体编辑构思等更大视野,把编辑工作从微观推向宏观;另一方面,它也是把编辑工作从口手相传的作坊方式推向系统

^① 《出版科研论文选粹》,浙江教育出版社1992年11月版。

工程的科学方式的尝试性努力。

它如在对编辑创意的基础、对特色风格的编辑创意以至运用创造性思维进行编辑创意的论述等,虽然未必能说是“自我作故,无所究章”^①,但也都力求能有新的创意。

刚刚破土而出的幼芽都是稚嫩的、不成熟的。编辑创意既然是创意,自然也往往会是幼稚的、弱小的。本书自更是如此。上面所说,意非自矜而只是略述初衷,以便广大读者指教罢了。

一提到理论,人们总难免有枯燥的先入之见。其实,理论之树未必就只有灰色,也未尝不可以是常青的。本书写作时,尽量注意避免枯燥,力求能生动活泼一些。不知能邀读者青睐否?

虽然作了种种努力,但由于学力所限,谬误恐仍在所难免,不惬人意之处自必更多。敬请方家匡正。

徐时宏

1999年6月26日挥汗走笔

^① 唐·刘知几:《史通·称谓》。

作者已出版的编辑学著作

杂志编辑学	中国书籍出版社	9.90 元
书籍编辑学*	黑龙江教育出版社	4.80 元
书评学	黑龙江教育出版社	7.20 元
期刊编辑学概论	辽宁教育出版社	20.00 元
书籍编辑学概论*	辽宁教育出版社	20.00 元
从历史走向未来	天津人民出版社	15.00 元
——编辑出版的改革与探索		
中国书评精选评析*	山东教育出版社	31.60 元

* 为与人合著