

书刊编辑学系列

编辑选择论

徐柏容 著



天津古籍出版社

编辑选择论

徐柏青 著

中国传媒大学出版社

中国传媒大学出版社

编辑选择论

● 徐柏容 著

● 天津古籍出版社

G222
X1-1

图书在版编目(CIP)数据

编辑选择论/徐柏容著. —天津:天津古籍出版社,
2004.10

ISBN 7-80696-096-1

I. 编... II. 徐... III. ①编辑工作—选题计划
②编辑工作—组稿 IV. G232.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 043001 号

编辑选择论

徐柏容/著

出版人/刘文君

*

天津古籍出版社出版

(天津市西康路 35 号 邮编 300051)

天津市海龙印刷有限公司印刷

全国新华书店经销

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 13.25 字数 290000

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—1500

ISBN 7-80696-096-1

定价:28.00 元

自序

这是《书刊编辑学系列》的第二本。第一本《编辑创意论》已于1999年底出版了。后面还有两本：《编辑结构论》、《编辑优化论》。这套《书刊编辑学系列》是试图突破旧有编辑学模式的一种尝试。它的两个较为明显的创意，一是突破过去按选题、组稿、审稿……工作过程论述的框架，改为按编辑工作本质——创意、选择、结构、优化来论述，以便于作高层次理论的探索；二是突破过去书刊编辑学分家或者以书籍编辑工作为主附设专章简论杂志期刊编辑工作的框架，变貌合神离或神离貌亦不合的书刊编辑学为貌合神合的尝试。

前一创意是由于编辑学研究和编辑学教学与实践的需要而产生的：一方面是编辑学呼唤理论建设的回应，一方面是实践需要——如编辑学研究生参考、资深编辑培训、再教育需要等的回应。这在《编辑创意论·自

序》中已经说到了,这里就不赘论。

后一创意则主要是由于回应编辑学研究发展的需要。人们对各部门(如书籍、杂志期刊、报纸、影视……)编辑学的发展,既感到不完全满足,又感到深入之困难,因而探索是否能建立各个门类都通用的通用编辑学或普通编辑学。对这个问题,我也在前两年就有所考虑了。觉得不同门类的编辑工作之间的差异还是不小的。且不说影视等,就是报纸编辑工作,也与书籍编辑工作很不相同。报纸的新闻采访工作,占了很重要的位置;在报纸的案头编辑工作中,标题工作也是很重要的。而这些,在书籍编辑工作中不但不是重点,甚不为人所提及。因此,可能建立的通用编辑学,恐怕只能是理论层面的;在实践层面,就比较困难了。但编辑学是一门应用性、实践性很强的学科,如果只是在理论层面通用而应用层面仍然各自为政的通用编辑学,又算不算真正的通用编辑学呢?似乎也就值得考虑了。2000年春我曾应北京一个关于这个问题的研讨会之邀,写了个发言稿,后来因故未能与会,发言稿就交给《编辑之友》在当年第5期上发表了,这里我就不多说。我考虑的结果是,现在要建立各部门真正通用的通用编辑学,难度还是较大。不过书籍和杂志期刊二者间情况似有不同,它们的共通点还是相当多的,不仅在理论层面如此,在应用层面也是如此。我觉得建立真正的书刊通用编辑学(而不是貌合神离地在书籍编辑学中设专章论杂志期刊编辑工作的书刊编辑学),可能性还是相当大的,也比较实际些,这就产生了第二个创意。

这两个创意,并不否定旧的以编辑工作过程框架进行论述

的编辑学,也不否定书刊分开的编辑学和书籍编辑学中设专章研讨杂志期刊编辑工作的书刊编辑学。它们各有各的用处,例如对于大学本科生、新编辑、专门编书或专门编刊的编辑来说,它们就都是很有用的。

除了以上两个关于内容的创意之外,这套书在形式上也有创意。那就是《编辑创意论》等四本书,不作为《书刊编辑学》的一、二、三、四册出版而分别作为《书刊编辑学系列》之一出版,目的在于使它们合在一起是《书刊编辑学》大系统,分开来又是可以独立的四个小系统,可合可分,却又非强合强分。这完全是由编辑工作本身决定的,因为,一方面,编辑工作的编辑创意、编辑选择、编辑结构、编辑优化四者本是有机地联成一体的,正如本书一个章题所说:滴滴海水都是海的一滴,每滴海水都有海的全部信息,因而是你中有我、我中有你的,本来就是一个大系统。另一方面,编辑创意、编辑选择、编辑结构、编辑优化既能从各自不同的维度来全面论述书刊编辑学,这就表明它们每一个维度的论述中,都存储有书刊编辑学的全息,因而可以是四个独立的小系统。编辑创意、编辑选择、编辑结构、编辑优化四者既有独立性又有一体性,即决定了《书刊编辑学系列》四本书的可合可分的创意。

无论是内容的两个创意还是形式的创意,上面说的都只是创意的初衷;至于到底做得如何,做到了几分,以及这些创意的成败得失,都是有待于读者来评价、判断的。在这里道出这些初衷,也正是为了便于读者评价、判断。

上面这些话,照理都应该在每一本《编辑创意论》中就交代

的。但写《编辑创意论》的自序时,我觉得还只刚刚开了个头,不如等四本都写完在最后一本出版时再说。《编辑创意论》出版后,有的同志认为自序中没有就《书刊编辑学系列》整体多说几句,有点遗憾。所以遵命在这里就此作了些说明。

这本《编辑选择论》既是《书刊编辑学系列》的第二本,当然仍是按照对《书刊编辑学系列》的总体编辑构思来进行编辑构思的。除了在形式上——如结构、行文方式、篇幅等一仍《编辑创意论》旧制外,在内容上也仍然尽可能“熔理论与应用于一炉”,并具体像贯彻例如下面一些创意:

首先是把编辑工作分为宏观编辑工作与微观编辑工作来论述,明确过去被忽视或身份不清的一些工作也是编辑工作,把编辑工作从局限于微观推广到宏观。在《编辑创意论》正文中限于所论主题,未多作论述,只在“自序”中简略地提到。现在本书中做了更为具体的论述。因为在我看来,把编辑工作着眼在像选题、组稿、审稿、修改加工……这样一些具体工作上面,虽然可说是务实的,也是编辑工作者所不可不知、不可不做的实际编辑工作,但如果把编辑工作仅仅局限于这些工作,又不免有视野狭窄之憾。熟悉这些工作,可以满足成为一个熟练编辑的需要,却不能满足成为一个编辑家的需要;甚至这样狭窄的视野会有让人成为编辑匠的危险。要做好编辑工作,要开拓编辑工作,为人民群众编辑出版更多更好更富于营养的精神食粮,除了要做好微观编辑工作,更有必要做好宏观编辑工作。这就是我强调在微观编辑工作之外还要重视宏观编辑工作的根本原因。

其次,我没有对应宏观编辑工作与微观编辑工作这种二分

法而也将编辑选择工作做二分法之分,而将编辑选择工作分成宏观编辑选择、中观编辑选择与微观编辑选择,这是出于不以名害实、不求形式上的对应而求更便于论述、便于展示和便于深入的考虑。例如,对书稿、文稿做出整体评价、整体判断的选择,就是一个很重要也很值得深入研究的编辑选择课题。如果不分出个中观编辑选择来,和一些微观编辑选择问题混在一起讨论,就无法突出其重要性。就是把中观编辑选择与微观编辑选择分开后,现在的微观编辑选择部分其实也还可以讨论得更细致具体。不过我想,在《编辑优化论》中,还会有机会讨论到它的。

在理论与应用方面,仍然本着以理论为经、以应用为纬之旨,经纬交织。在应用方面,提供了一些例话或现身说法,是想能有助于读者对理论阐述的理解;而后又从例话、现身说法等提升到理论、规律上来做进一步的阐述,形成本书现在这样虚—实—虚的三级大框架。在做理论的探讨时,尽可能结合进行了一些哲学的思考,作为深化理论的尝试。最后在全书结合编辑规律研究之外又辟专章谈编辑规律与编辑选择问题,既是反复强调编辑规律,也是对编辑规律做进一步的研究、探讨。总之,都是想在理论上做进一步的探索。

包括审稿工作的编辑选择工作,不仅仅是个“把关”的工作。“把关”,无非是防止闲杂人等以至奸人的出入,是消极的防的作用。包括审稿的编辑选择工作,除了这种防的任务,更重要的还在于积极的发现。美的发现。

当然,对编辑选择的这两个方面都不应偏废。这也可说是本书没有把编辑选择局限于审稿工作的理论根据和根本考虑。

不当之处,敬请方家指正。

徐树宏

2000年7月21日于天津

徐柏容已出版著作要目

- 原野之流 小说集,12万字,四友实业社文化部,江西泰和,1939。
- 新婚之夜 小说集,10万字,山城书店,上海,1940。
- 阳光的踪迹 散文诗集,6万字,花城出版社,广州,1984。
- 杂志编辑学 学术著作,31万字,中国书籍出版社,北京,1991。
- 书籍编辑学 学术著作(与杨鍾贤合著),25万字,黑龙江教育出版社,哈尔滨,1991。
- 书评学 学术著作,25万字,黑龙江教育出版社,哈尔滨,1993。
- 伊甸园的禁果 随笔集,25万字,中国书籍出版社,北京,1995。
- 期刊编辑学概论 大学教材,35万字,辽宁教育出版社,沈阳,1995。
- 书籍编辑学概念 大学教材(与阙道隆、林穗芳合著),36万字,辽宁教育出版社,沈阳,1995。
- 南国红豆寄情思 散文集,28万字,百花文艺出版社,天津,1996。
- 从历史走向未来 学术著作,30万字,天津人民出版社,天津,1996。
- 中国书评精选评析 学术著作(与伍杰、吴道弘合著),55万字,山东教育出版社,济南,1997。
- 编辑创意论 学术著作,26万字,天津古籍出版社,天津,1999。
- 棣华诗集 新诗集(与徐有守合著),300页,台湾商务印书馆,台北,2000。
- 论编辑规律与编辑出版 学术著作,36万字,东北师大出版社,2003。
- 编辑选择论 学术著作,27万字,天津古籍出版社,天津,2004。

目 录

MU LU

第一章 选择是艰难的,但它的果实是香甜的

——编辑·选择·编辑选择	1
第一节 编 辑	1
编辑工作的构成(1) 有编辑就有选择(6)	
编辑工作性质所决定(10)	
第二节 选 择	14
两种选择(14) 优化选择(18) 选择的误区(21)	
第三节 编辑选择	24
什么是编辑选择(24) 编辑选择的性质(29)	
编辑选择的意义(32)	

第二章 滴滴海水都是相连相通的

——编辑选择与创意、结构、优化同在	37
第一节 选择与创意	37
创意选择(37) 选择创意(41) 互相促进(45)	
第二节 选择与结构	48
结构与编辑结构(48) 不尽然的比附(52)	
“心有灵犀一点通”(56)	
第三节 选择与优化	59
编辑优化(59) 从选择中优化(62) 书亦如刊(66)	

第三章 书香中弥漫着灵魂的芳香

——编辑选择与编辑	71
-----------------	----

第一节 编辑选择是人的选择	71
意志选择特征与制约(71) 意志选择与认识(75)	
选择的理性与感情(78)	
第二节 编辑选择是人品的选择	81
人与人品(81) 书与书品(86) 书品出于人品(89)	
第三节 编辑选择是学识的选择	93
在人品之外(93) 才、学、识之才(96) 学(100) 识(104)	
第四章 “精神与肉体之间的分界线”	
——理论·导向·方法	109
第一节 理性与感情	109
人不仅指个人(109) 理性的与非理性的(113)	
挥之不去的感情因素(116)	
第二节 调控与导向	120
理性的调控(120) 编辑选择的导向(123)	
编辑选择导向中的问题(128)	
第三节 方法与层次	132
编辑选择的基本方法(132) 编辑选择的具体方法(136)	
编辑选择的层次(140)	
第五章 拨动琴弦的玉指	
——宏观编辑选择	145
第一节 宏观编辑工作	145
传统的认识(145) “相看不相识”(149)	
为什么会这样(153)	
第二节 宏观编辑选择:方针任务	157
“欲筑室者先治其基”(157) 方针任务的编辑选择(160)	

“现身说法”(164)	
第三节 宏观编辑选择:总体编辑构思	169
总体编辑构思(169) 举足轻重(173)	
大处着眼与小处着手(177)	
第四节 宏观编辑选择:其他	181
作者工作的编辑选择(181) 读者对象的编辑选择(184)	
选题计划、特色风格的编辑选择(188)	
第六章 看玫瑰花,也看看它的刺	
——中观编辑选择:稿件选择	195
第一节 中观编辑选择与文化选择	195
编辑选择是文化选择(195) 编辑选择也有导向意义(198)	
编辑选择的重点(202)	
第二节 稿件选择	205
编辑·编审·判断(205) 编的基本原则(209)	
审的基本原则(212) 判断与评价(218)	
第三节 稿件选择实践	223
破题(223) 例话一(228) 例话二(236)	
自编稿的选择(245)	
第七章 自由的鸟在林中	
——中观编辑选择:其他	253
第一节 选题的选择	253
选题的整体选择(253) 选题的分体选择(258)	
作者的选择(262)	
第二节 栏目的中观编辑选择	267
杂志期刊栏目的选择(267)	

杂志期刊栏目名称的选择(272)

第三节 形式的选择..... 278

内容与形式的统一(278) 形式选择原则(281)

几个具体问题(286)

第八章 选择的眼睛是啄木鸟的喙

——微观编辑选择..... 291

第一节 界限·内容·意义..... 291

有限与无限(291) 主要内容(295)

微观编辑选择的意义(298)

第二节 局部的编辑选择..... 301

块特色创见非易(301) 逻辑性上有文章(304)

文风学风不可放松(312)

第三节 细部的编辑选择..... 316

内容(316) 科学性的准确(320)

史实与事实(324) 知识与认识(328)

第九章 理性的思考,花朵绽放的沃土

——编辑选择过程审视..... 335

第一节 鉴别..... 335

选择·鉴别·鉴赏(335) 鉴别中的矛盾(340)

“入乎其内”与“出乎其外”(344)

第二节 评价与判断..... 347

没有正确判断,就没有正确选择(347)

评价与判断的多元性(352) 困惑与解惑(356)

第三节 歧途中的通途..... 360

多元与一元的统一(360) 真、善、美(365)

第十章 “科学与艺术属于整个世界”

——编辑规律与编辑选择	371
第一节 次序与现实	371
从较有序到更有序(371) 从虚拟回现实(375)	
第二节 第一规律与编辑选择	382
求同与求异(382) 求和并求同异和互济(386)	
第三节 第二规律与编辑选择	391
质量与效益(391) 社会效益与经济效益(395)	
第四节 第三规律与编辑选择	399
主体客体的矛盾与矛盾的统一(399)	
矛盾的其他形式(404)	

第一章

选择是艰难的,但它的果实是香甜的

——编辑·选择·编辑选择

第一节 编辑

编辑工作的构成

孔子说:“温故而知新,可以为师矣。”^① 其实,不仅为师应从不断温习旧的知识中体认而获得新知识,有创造性的阐发,为学同样也是如此。因此,虽然在《编辑创意论》一书中,我们已经论述过编辑的构成问题,但由于这个问题不仅是研讨编辑创意的依据,同时也是研究编辑选择的依据,我们也有必要先就此问题温故,并从温故而知新。

关于编辑工作构成的传统看法,一般大都是说包括选题、组稿、审稿、修改、加工整理等工作。有的或再前伸到制定方针任务、收集信息以及近些年来颇为流行的所谓策划工作,有的或后延及宣传推广等围绕作者、读者进行的工作。也就是说,大都是

^① 《论语·为政》。