

编辑学论稿

BIAN JI XUE
LUN GAO

53

山东教育出版社

序 言

谭 天

近几年，经过出版界、编辑界（这里是指书、刊编辑）有识之士的努力，几家专门从事出版编辑研究的刊物出版了，一些专著问世了，成批的论文发表了。一门新的学科——编辑学正在构筑之中，编辑无“学”的历史快要结束了。编辑学作为一门初生的独立学科，试图堂而皇之地登上学术的殿堂，这是令人十分高兴的大好事。

不过且慢，这“编辑学”是不是几个闲人关着门起国号搞出来的？会不会为社会所承认？回答这问题不能靠几句话，而要靠编辑学本身的建设。一门系统的科学理论的建设，要有一个过程，要付出艰巨的劳动，既要本行业从业人员的奋力，也需要学术界、理论界的支持。希望在短时期内由少数人操办一番，就可以建立起一门象样的学科，那是不实际的。我认为编辑学的建设也应采取这种态度。编辑学能否为社会所共识，不是当务之急，重要的是编辑界自己觉醒起来，重视起来，用一砖一瓦的劳动来建筑这项系统工程。现在已经有了基础，几年之后定能有一个可观的规模。

当然，编辑界同社会各界对建立编辑学求得共识是很重要的。这种共识不是要求大家都来研究编辑工作，而是要求作到对编辑职业的理解、监督和支持。由于编辑工作的职业特点，它同所有能够阅读书刊（甚至包括那些不会阅读而能听懂）的人们有着精神上、情感上的密切联系。这种联系蕴藏着无形的能源，是推动出版事业发展的巨大力量。因此，不能消极等待这种共识的自然形成，而应积极争取，编辑理论的研究就包含向社会各界进行宣传的任务。

编辑学研究的基本任务应该是从国内外出版的历史和现状出发，探索编辑工作的一般规律，并根据马克思主义的基本原理，研究我国社会主义初级阶段出版编辑的特点，寻求开拓出版事业的新路子。如果我们在这方面能够卓有成就，编辑学的框架就能构成，编辑的素质就会有突

破性的提高，对健康发展我国出版事业的重要性是不言自明的。

我国的出版事业有悠久的历史，当代也称得起是出版大国。但是，出版理论和编辑理论的研究，相对地说是比较落后的。近些年来，我总是在思考产生这种矛盾现象的种种原因，正好有一个机会引起我的共鸣。

那是在1987年底，山东大学刘光裕副教授应邀参加了山东省出版工作者协会举办的编辑学术论文写作研讨会，作了关于编辑学理论研究的专题报告，使到会人员耳目一新。转过年，又看到他发表在几家刊物上的论著。这期间，由于刘光裕副教授的推荐，又拜读了复旦大学王华良副教授几篇有关编辑工作的学术论文。这使我产生了极大的兴趣，并萌发了使这些论文结集成书的念头。经过几位同道的酝酿，征得两位作者的同意，最后选定了十六篇论文，结集编定出版。

使我最感兴趣的是，这些文章在立论上和研究方法上都有新的突破，特别是较之我读过的某些专业编辑工作者的论著来说，更是如此。专业编辑工作者当然写有不少好文章，但有些总留有某种一般工作经验总结的痕迹，有的则仍属于工艺性的研究。这大约是编辑工作者“职业病”带来的局限性造成的，在当前是难免的，甚至是必要的。但从构筑编辑学理论基本框架的角度看，则是很不够的。刘、王两位的几篇主要论著突破了这种局限性。他们首先从确立编辑工作的独立社会地位入手，展开自己的研究工作。长期以来，编辑工作这个行当，被认为是一种附属性的工作，附属于著作者，附属于阅读者，甚至是“简单劳动”。这种雕虫小技还需要有“学”吗？这当然是一种误解。从社会大文化活动来观察，编辑是一种无可代替的创造性的劳动，具有独立的社会精神产品生产者的地位，不仅应当有“学”，而且是一门难以轻而易举就能掌握的学科。书稿作者从理论和实践的结合上论述了编辑的社会本质，编辑的社会作用，编辑的社会价值等等涉及编辑学领域的一些基本问题。这是一种升华，是编辑同行胸中郁结日久感性认识的升华。读过之后，堪可振聋发聩，打开禁锢思想的阀门。

这部《编辑学论稿》所收集的文章，按内容大致可分三个部分，一类属于方法论范畴，一类属于编辑社会学范畴，一类属于编辑史范畴。虽然如此，全书仍可用一条主线把十六篇文章串联成一个整体。这条主

线就是两位作者一致主张把编辑工作真正当作一种社会文化现象来研究，编辑学的建立首先要注重研究它的理论基础。这条主线的确定，可能是建立编辑学主体结构的关键所在。

书稿编成之后，作者约我作序，盛情难违，只得借题发点议论，聊以塞责。读者的兴趣自然是要读论著者的文章，而不是序言。

1989年1月

目 录

序言.....	谭 天 (1)
编辑学研究的方法问题.....	(1)
当前的编辑学研究.....	(11)
开展有关编辑学基本原理的讨论.....	(30)
精神生产的特点及其与编辑工作的关系.....	(34)
编辑的社会本质.....	(45)
编辑劳动的创造性问题.....	(58)
怎样理解编辑的概念.....	(66)
关于编辑意识.....	(78)
编辑的信息观念与信息功能.....	(87)
编辑与作者和读者的关系.....	(98)
编辑在传播中的作用	(110)
编辑与传播场	(122)
编辑审稿	(134)
中国编辑史研究的几个问题	(145)
张元济的编辑活动	(153)
出版家张元济的思想和事业	(168)
后 记.....	刘光裕 (188)

编辑学研究的方法问题

刘光裕

我们在研究方法方面，有两个问题值得重视，一是始终坚持马克思主义的基本原理，二是广泛借鉴其它学科的一些观点和方法。

先讲坚持马克思主义的基本原理。

马克思主义一贯坚持理论与实践的统一，编辑学中不能例外。我们的编辑学，自然应是能在中国应用的科学。中国的编辑学不可能与西方的编辑学完全两样，只要是编辑学，就一定有许多相同和相通之处。因此，凡是西方的编辑学或出版学中对我们适用的东西，不妨大胆吸收，或者改造以后吸收。可是，西方的编辑学也还不那么成熟，所以对吸收也不能抱太大的期望，当然我们与国外的学术交流有必要进一步加强。从另一面说，不论我们的编辑学要不要在前面加上社会主义这个词，它总是不可能与西方的编辑学完全一样。原因在于我们的编辑学，要能指导在社会主义国家进行的编辑工作，而这个社会主义国家又是中国，不是别的国家。且举例来说，我们的编辑工作要讲坚持四项基本原则，这个内容就是西方编辑学中没有的，在对待出版事业中的经济利益和社会效益的关系上，我们不是可以不顾经济利益，但与西方资本主义国家相比，我们应该更加重视对国家和人民的社会效益，这一点也是大家公认的。再象下面一些具体问题也应考虑：中国古籍图书的数量是世界上最丰富的，因而整理重印古籍是编辑业务中一个不可少的内容，这就使中国的编辑学必须包括版本、目录、校勘方面的内容；中国用汉字印刷，在版式工艺方面有特殊要求，中国人对书籍装帧等有特殊的审美趣味。诸如此类的问题，我们当然不能依赖国外的编辑学来解决。因此，我们必须从中国的实际情况出发，这方面尽可大量吸收国外的有用东西，但最终必须是具有中国特色的编辑学。在这里，重要的一条是要坚持马克思主义的理论联系实际这一原则。

坚持马克思主义的基本原理，有必要注意整理和研究经典作家和革

命家的编辑思想和编辑活动经验。马克思、恩格斯、列宁、毛泽东、周恩来、刘少奇等有关编辑出版的思想 and 经验相当丰富，系统总结后既可写成专著，又可成为编辑学中的重要内容。此外，用辩证唯物论和历史唯物论的基本观点去看待和分析编辑现象，这一点更加重要。

以往的编辑学，重在研究编辑过程和编辑工艺，在这方面取得了决不可轻视的成果。我们必须继承这些精神财富。人们怎么可以离开了从选题到编后这一系列工作来谈论编辑学呢？要是离开了，编辑学岂不就成为空洞无物的了？所以编辑过程和编辑工艺以后仍要研究，而且这个研究还要加强和发展。举世瞩目的电子技术急待应用到编辑出版工作中来，由此可能对编辑工作造成一系列连锁反应式的变化，编辑学难道可以回避这类工艺性、技术性特别强的问题？根本不可能。

以往的编辑学成就固然不小，但它有一个致命的弱点，就是孤立地看待编辑工作。尽管我们口头上承认编辑工作是一种社会文化活动，但是，我们的研究还是只看到编辑部内部所做的那些事情。当然，研究这些事情十分必要，问题在于我们老是孤立地看待这些事情，结果是严重地影响编辑学的理论建设。应该承认，这个问题我们至今没有很好解决。

比如，当我们从理论上说明编辑工作的社会作用 and 意义时，由于眼睛只盯着编辑过程和编辑工艺，因此反来复去只在文稿身上打主意。一般总是说编辑对文稿的加工修改多么重要，其中的创造性作用有多大；又说是编辑从中培养和发现了作者，等等。其实，编辑的工作与作者的创作不必生硬对比，因为编辑与作者的价值取向和价值标准不尽相同。编辑的加工修改等工作应如何看？首先在一般情况下不合格的稿件不应约来，约来了责任就在编辑，再麻烦也理应作处理，以免贻害读者，又使出版社赔本。再者，编辑加工修改的实际情况并不一样，有些时候工作量很大，难度很高，可也不要忘记有不少作品并不需要大动干戈，稍作改动即可发排。所以编辑在这方面的作用无疑存在，然而若是强调过头，作者心中往往不服。至于说编辑有培养作者的作用，这实际是从文稿身上生发出来的，一般由于编辑看中了该文稿有传播价值，进而作一定处理后付印出版，出版后作者的知名度自然就随着提高。其实，作者主要是由学校和社会培养出来的，而作者写出作品来又得靠他自己的艰

苦努力，作品常常是作者自己数年心血以至一辈子心血的结晶。编辑通过文稿对作者有所培养或帮助，这是事实，然而这方面作用也不能说过头。钱英对陈登科的培养已是文坛佳话，然而并非编辑工作的普遍现象。试想，社会上那些文理不通的作者都找上门来，请你编辑培养关照，我们编辑纵然有三头六臂，也是招架不住、应付不了的。举这个例子，决无轻视编辑作用的意思，无非是说我们的道理要讲得科学，科学道理才能真正服人。

马克思主义的辩证唯物论和历史唯物论是科学的世界观，它为编辑学提供了坚实的方法论基础。根据这个科学的世界观，我们就必须把编辑活动真正看成是一种社会文化活动，所谓真正看成，当前最主要的是不能孤立地看待和研究编辑工作。这是一。其二是，编辑工作既然是社会文化活动，它本身必然具有错综复杂的社会联系，因此，必须进一步看到它的这种社会联系，并考察它的影响，而这影响又常常表现为相互作用。这个社会联系包括编辑与同时代的经济、政治、文化等方面的联系，与过去和将来这历史方面的联系，与印刷、发行方面的联系等。这些社会联系，最后大都集中体现在编辑与作者和读者的关系上。其三是，编辑工作本身以及它所具有的错综复杂的社会联系，都是具体的和历史的，现象，因此，不可离开了具体的历史环境去看待它们。所以现代的编辑工作不可与古代的编辑工作等量齐观，社会主义中国的编辑工作也不可和西方资本主义国家的编辑工作等量齐观，尽管它们彼此之间存在着许多相同和相通之处。在此，马克思主义关于经济基础和上层建筑的理论，对编辑学也是适用的。其四是，编辑工作本身以及它所具有的错综复杂的社会联系，都是处于不断的运动和发展的过程中，凝固不变的老一套在编辑领域也是没有的。因此，必须结合具体的历史环境去研究编辑的产生和发展，以及今后发展趋势。

以上四点，其基本内容大致属于马克思主义哲学中的老生常谈。这个基本内容作为研究方法，经典作家曾经用它成功地研究了社会中的经济现象、政治现象、文化现象等，然而现在有些人反而对它有些陌生了。把这种方法拿来研究编辑现象，建设编辑学理论，其优越性自不待言。当然在具体工作中，又难免出现认识与实践之间的矛盾，所以决非一件容易事。尽管面前的困难还是很多，依靠这种方法，我们成功的希

望却增大了。

试再以编辑工作的社会作用为例。如果我们从具体历史环境的社会联系中去看编辑工作，又从历史的运动发展中去看编辑工作，对它的社会作用就会得到一些新的认识。从历史上看，编辑作为文化活动中一个专业是随着大众传播事业的兴起而正式诞生的，它活动的内容、范围和规模又是随着大众传播事业的发展而发展的。没有大众传播，就不会出现编辑，当然没有编辑，大众传播事业也兴盛不起来，决不可能具有现在这样的巨大威力。再是大众传播本身的发展，它又与社会生产力的水平、制作传播媒介的科学技术、社会文化的普及程度和社会政治体制等相联系。从这个意义上说，编辑在历史上并非从来就有，在古代，编辑必然与书籍出版有这样那样的联系。顺便讲到，我们关于中国编辑史的研究中大都太重视这一点。为此，申非早在1983年就提出异议，他认为中国古代的编纂不可一概视为编辑。其实，校讎何尝不也是如此？我国古代有为出版而从事校讎的，最著名的如清代顾广圻，经他校勘出版的古籍至今公认是靠得住的珍本，顾广圻自然是编辑。但是，另有与出版不沾边的许多学者和藏书家也做校讎工作，怎可能称他们为编辑呢？编辑史总得是真正研究编辑的历史，不可与其它文化史混同起来，从而为编辑的产生、发展，为编辑活动的内容和作用的演变等，提供可信的历史纪录，以提高今人对编辑的认识。

对于编辑的社会作用，我们不妨从以下三方面去讲。一是在大众传播中的作用。关于这方面的作用，我曾撰文归纳为导向作用、净化作用和协调作用这样几项。事实上并非有了传播技术，社会上就一定会有良好的传播事业。明代木版印刷业发达，刻书工价便宜，据说读书人凡能中榜，都要刻一部书稿，可作者自刻的这些书籍，结果绝大部分自生自灭了。后来有人为此慨叹说：“此等板籍，幸不久即灭，假使尽存，则虽以大地为架子，亦贮不下矣。”^①可见书籍传播如果完全听凭作者自己，不经编辑这个环节，就会出现上述混乱现象。商务印书馆原本是由几个印刷工人集资办起来的一个印刷企业，而商务在我国近现代历史上发挥传播文化的作用，主要是靠了编辑家张元济以及他所领导的编辑队

^①叶德辉：《书林清话》，古籍出版社1957年版第185—186页。

伍。由此看来，编辑的导向、净化、协调这三种作用，是使利用大众传播工具的传播活动从无序走向有序的重要机制，又是使这种传播成为有效以及使效果达到优化的重要机制。二是促使人类文化活动趋向高度社会化的作用。文化活动的高度社会化包括教育事业、图书馆事业等，而编辑则是通过发挥传播工具的威力，成功地形成了社会上无数读者和许多作者之间在文化活动中的相互依赖关系。所以今天的作者离不开读者，读者也离不开作者，而作者本人更多时候是作为读者。文化活动趋于高度社会化，结果是大大提高了全社会的精神消费水平，质量不断提高，内容不断丰富，又有力地促进了全社会的精神生产的积极性。现代社会文化活动高度社会化的此种情况，在编辑活动不发达的古代是不可能出现的。三是对社会经济、社会政治等方面的促进作用。这方面的作用是通过编辑的以上两方面作用进一步产生出来的，具体情况不再细讲。如此看来，我们过去对编辑社会作用还是讲得不够充分，而且认识中多有不足之处。

以上意见，决非成熟。只是觉得把编辑工作真正作为一种社会文化活动来考察，又从错综复杂的社会联系去分析这个活动，就一定能从中发现值得探讨的重要理论问题。至于我们上面所说具体意见，是可以讨论争鸣的。由此可以想到，把马克思主义哲学作为编辑学方法论的基础，它的可靠性无可置疑。依靠这个方法论，再依靠大家坚持不懈的共同努力，我们在将来就可能取得成功。

下面，再讲研究编辑学应该借鉴其它学科的一些观点和方法。

有人把科学研究方法论分为三个层次：一是哲学方法论，就是哲学世界观为科学研究提供的方法论，它总是最原则也是最抽象的。二是一般科学方法论，如逻辑学提供的思维方法，系统论、控制论、信息论提供的思维方法等。三是具体科学方法论，如考证之对于历史学，训诂之对于语言学等，都具有方法论意义，它与一般科学方法论相比，区别在于它只适用某个科学或有限一些学科，而一般科学方法论则适用范围更广。上面这个意见能否成立，可以讨论。但是，对我们编辑学的研究来说，在依靠马克思主义的哲学方法论之外，肯定还应该借鉴和吸取其它学科的一些观点和方法，以供研究之需。特别是在今天各学科间互相交叉和渗透成为一种潮流的时候，更要注意这一点。

在编辑学本身的内容中，恐怕应包括情报学、图书学、出版学、校雠学、编纂学、版本学、目录学等学科中的一些东西。就它研究方法的借鉴而言，编辑学似有必要特别重视传播学、社会学、社会心理学等。下面，我们简单谈谈这三门学科，对编辑学研究的意义。

传播学认为传播现象是人类社会非常广泛普遍的现象，所以传播学并非专为编辑而设。传播学（Communication）和大众传播学（Mass communication）一般认为兴起于本世纪三十年代，又逐渐形成于二次大战以后的美国。它应用社会学、政治学、语言学、心理学、新闻学等学科的成就和方法，研究传播现象，是当今国外相当流行的新兴学科。传播学研究成果集大成者公认是美国人威尔伯·施拉姆，他和波特合著的《传播学概论》已有中译本，新华出版社1984年出版。近年来，我国出版国外传播学著作已有好几种，一些大学如复旦大学、中国人民大学等都已开设传播学课程。可以想见，传播学将在中国发展起来。

传播学既然并非专为编辑而设，因此，对编辑学来说不能希望从中找到多少现成拿来就可用的思想或理论。所以它对编辑学研究的意义，更多是在观点和方法上的启发。这方面，传播学中至少有以下三点值得我们注意。

第一，传播学把任何传播活动，包括大众传播活动，都严格地作为一种社会活动来研究。如施拉姆说：“传播是社会得以形成的工具”，“没有传播，就不会有社区；同样，没有社区，也不会有传播。”^①所以传播学和大众传播学是把社会性作为研究传播现象的出发点（传播学的创始人中不少是社会学家）。报纸是大众传播工具之一。我们不妨把以往的报纸编辑学，和它作比较，说明两者有所不同。以往报纸编辑学，都是研究报社编辑部内部所做的那些具体事情。例如，我国出版的一本《报纸编辑学》，全书九章的标题依次是：“绪论”、“新闻的选择”、“稿件的修改”、“稿件的配制”、“新闻标题”、“版面”、“报道的组织”、“图片编辑”、“副刊编辑”。大众传播学虽然同样是以报纸等大众传播工具作为研究对象，可是完全撇开了新闻采访、新

^①施拉姆、波特合著《传播学概论》，陈亮等译，新华出版社1984年版，第2—3页。

闻写作以及报纸编辑这些具体工作问题，结果为编辑提出了“把关人”（Gate Keeper）理论。“把关人”，亦可译为“守门员”，它本是传播学家卢因提出来的新概念，原意是指：在信息源那里产生的信息，一般都不是直接传到受传者那里，而要经过许多选择、过滤、改造的人，即所谓“把关人”才能到达受传者那里。在大众传播学中，“把关人”系指编辑、出版者和发行人等。编辑正是处于信源和信宿之间，亦即作者和读者之间，在这信息流动过程中担当的是“把关人”的角色。

“把关人”理论，揭示出编辑在传播过程中的作用和地位（这一点还不能说已经达到完善，其实有关编辑的完善理论应靠编辑学自己提出来）。发现这个概念，必须着眼于传播的社会过程，而不能把眼睛仅仅盯着编辑部内部。由此可以给编辑学以启发，应该把编辑活动真正视为社会活动，又应从社会生活过程中去考察编辑现象，这样做有助于形成特有的概念、范畴和理论。

第二，传播学侧重于研究传播的过程、功能和效果。传播学和大众传播学的区别只在，后者专门研究大众传播工具，即报纸、广播、电视、刊物、书籍、电影等，前三项称为三大大众传播；前者也以研究大众传播为主，但又包括其它所有传播现象。就大众传播学和传播学的研究范围来说，它们都包括传播的含义（概念）、传播的途径、传播的社会控制、传播媒介的体系和组织等，但是，重点都是研究传播或大众传播的过程、功能和效果，其中尤重效果。研究方法大致上是受当今社会学中流行的结构功能学派的影响，对以上课题都作相当细致的结构分析，又经常用模式来表达，颇有简明扼要之利。仅就效果研究来说，它们非常细致地研究大众传播对个人、对群体、对文化、对社会怎样产生效果，以及产生怎样的效果。这种研究方法的一个优点是，虽属理论研究，然而接近应用，重实效而不尚空谈，所以值得我们借鉴。大众传播产生的效果，其实是综合性效应，最后又大都体现受传者（读者、观众、听众）身上。所以在研究内容和研究方法上重视传播效果，结果必然是重视受传者和重视读者；相反，不重视传播效果，也一定不会重视读者。杨祖希著文呼吁改变重作者而轻读者的格局，我早就深有同感，可是真要改变这种格局，大概非重视研究传播的功能特别是传播的效果不可。从编辑实际工作中看，若不把传播效果强调到一定高度，就有可能把支

持水平低的作者和出版不合格的书籍皆视为编辑自己的成绩，而不以为问题是，读者又怎能会被重视起来呢？

第三，传播学中有一些论点或模式，我们作适当改造以后有可能被编辑学利用。例如，传播学创始人之一拉斯韦尔于1948年提出的五W公式，被认为是描述传播过程的经典性公式。这五W公式即是：传者是谁（Who）、传播什么（What）、通过什么渠道（Which channel）、受传者谁（Whom）、取得什么效果（What effect）。1958年，另一美国人布雷多克对这公式作了补充，主要是在取得什么效果前，加上“在什么情况下”（环境因素）和“为了什么目的”（意志因素）这两个问题，因此又称七W公式。这个公式用有关编辑的内容解释以后，至少对编辑学有很大参考价值。再如韦斯特利——麦克莱恩的大众传播研究模式，由于它是专门针对大众传播的，又显示了信息反馈路线，所以与拉斯韦尔的五W公式相比，更接近编辑学。诸如此类的改造利用，大概要结合我们编辑学的实际研究工作进行。实际做起来了，可以改造利用的东西就可能会发现多一些。

关于社会学和社会心理学，早已有人提到要研究编辑社会学和编辑心理学，这个意见是对的，就是对普通编辑学的研究来说，其实也应注意借鉴这两门学科。

一般说来，社会学是以社会生活和社会中各种具体问题作为研究对象的。编辑活动既是一种社会活动，所以社会学理论中的一些概念、范畴，就有可能被编辑学吸收。比如，社会学中讲社会控制，传播学著作中所讲大众传播的社会控制，其实就是从社会学中移植过去的。那末，在编辑学中讲了编辑的社会作用以后，是否也应该讲一讲编辑的社会控制呢？这就很值得我们考虑。在编辑的社会作用中强调的是编辑活动的能动性和自由，因此，很有必要通过讲编辑的社会控制，再明确一下自由和秩序（纪律）的关系。再如，社会学中讲人的社会化。编辑的传播活动无疑将影响社会上各种人特别是青年人的社会化过程，现在西方社会学著作纷纷研究大众传播对人的社会化的影响，编辑学本身恐怕不能回避这个问题。除此之外，社会学中经常使用的社会调查、社会实验等方法，对编辑学的研究也有价值。不久前，见到一本日本人写的《新闻

学概论》^①，其中有“论读者”一节，这一节有以下七个小标题：1.为什么要重视读者，2.读者的扩大，3.阅读时间和阅读内容，4.选择内容的结构分析，5.报纸内容的阅读方法，6.对报纸的期待，7.对报纸的评价。从这些小标题，已表现出在新闻学中存在的社会学特色，而它对每一个问题的说明，又大量采用社会调查、社会统计得来的资料。这无非是一个例子，给人一点启发是，既然新闻学可以这样做，编辑学为什么不可以这样做呢？倒不必亦步亦趋，但编辑学借鉴社会学的路子是肯定走得通的。

只要认为编辑学研究对象、范围应该包括作者和读者以及编辑自己，那就必然要牵涉到心理学问题，因此，心理学和社会心理学就是编辑学值得借鉴的学科。例如，一个人从不懂怎样做编辑到会做编辑的过程，称做角色化的过程，也叫编辑角色的获得。研究这个过程，就应采用社会学和社会心理学的知识，诸如研究角色规范包括编辑的业务规范和伦理规范问题、编辑职业意识的形成问题等，这都是很有实际意义的。社会心理学研究从众心理和逆反心理，这个问题至少值得研究编辑选题时注意。当一种新思潮向人们袭来时，一开始往往是从众心理占优势，过一段时间，又可能产生逆反心理，编辑应该懂得如何应付作者和读者中的这种心理变化。社会心理学中的认知不协调理论，也可能对编辑学有用。所谓认知不协调理论，就是—个人在心理上遇到与自己原有认知（思想、态度、信念、意见）不一致的或对立的另一种认知，从而产生认知不协调，它可以在心理上形成一种张力（紧张状态）和排它性，又产生不愉快心情，克服这个不协调以后就会感到心里愉快。认知不协调的心理体验，大概是人人都有的。根据这个认知不协调理论，我们出版物的内容应与读者对象原有的知识水平、思想观点等既保持联系，又适当拉开距离。保持联系，是为使出版物避免在读者身上产生强烈的认知不协调，因为这种不协调可能使读者在心理上对出版物的内容产生排它性和反感；适当拉开距离，是为使出版物能对读者产生他自己可以克服的认知不协调，以使读者能从这克服中产生愉快心理。这些随便想到的例子，并非真正研究，只是想说明社会心理学对编辑学的研究

^①和田洋一著：《新闻学概论》，中国新闻出版社1985年出版。

确有作用。至于其它学科对编辑学的意义，只得一概从略了。

近几年来，全国编辑学研究似已形成热潮。大家翘首以待出现研究成果。如果研究工作不能取得对人们较有吸引力的进展，那么现在刚开始出现的热潮难免会过早地冷却下去。因此，有必要重视方法问题和学风问题，注意及时总结经验教训，不断进行学术讨论，以保证编辑学研究的健康发展。春天的播种是为了秋天的收获，人们都期待着编辑学研究中的丰收季节尽早到来。

（本文是作者根据一次会议的讲稿整理的）

当前的编辑学研究*

刘光裕

并非题外的开场白

山东省出版协会开这次编辑学论文写作研讨会，是为明年开讨论会作准备的。与会者都带来了自己准备撰写论文的题目和提纲。省版协主席谭天同志在开幕式上讲，我们编辑应该重视研究编辑学，编辑应该通过自己的努力，去结束编辑无学的状态。毫无疑问，大家都非常同意谭天同志这个意见。

我刚刚从杭州回来，几天前参加了中国出版协会和商务印书馆联合在海盐县举办的张元济诞生120周年学术讨论会。对张元济这样的杰出人物，我们现在不仅是把他作为版本目录学家、古籍校勘家来纪念，而且还把他作为杰出的出版家、编辑家来纪念，这反映了这几年由于重视出版学、编辑学而在人们认识上引起的变化和进步。因为参加了这次会，感想颇多，所以不妨先围绕张元济讲两点感想，作为开场白。

一点感想是，前些年我们几乎把张元济这样杰出的人物遗忘了。为什么如此？这里存在的原因较多，包括政治上“左”的流毒，不过其中有一个重要原因，恐怕就是社会上流行着重著作、轻传播的观点，以至连编辑自己也未尝没有沾染上这种思想。

现在的文科大学生一般都知道严复、林纾（林琴南）、蔡元培这些著名学者，然而很可能没有听说过张元济的名字。我给中文系学生讲张元济时，他们就感到新奇，又有点愕然。中文系教师多数不知张元济其人。这怪不得人家。严、林、蔡诸人都是著作家，他们的著作有些现在还在出版。再者，严、林、蔡作为著作家，在文学史上和思想史上要讲

* 本文是作者1987年10月在山东省编辑学论文写作研讨会上的讲稿。

到，人们通过文学史、思想史很容易了解他们的历史地位和成就。张元济作为著作家固然在版本、目录这个领域取得极高的成就，因此，现在张舜徽先生以及其他人的文献学、校勘学著作中，还讲到他，不过，一般人很难有机会了解张元济，特别是很难全面了解张元济的历史地位和贡献。就张元济而言，他在版本、目录方面的著作成就几乎都是自己业余活动的成果，而且这仅仅是他一生成就的一个方面，还可能不是他一生成就中最重要的方面。

张元济三十六岁（1902年）加入商务印书馆，任商务编译所所长。以后历任商务经理、监理，六十岁（1926年）退休后又被推为商务董事长。他一生活动的主要方面，是从事编辑出版。客观地说，他首先是开创了中国现代出版业的编辑家、出版家，必须承认这一点，然后才能谈他是继乾嘉学者王鸣盛、钱大昕之后，在古籍校勘方面贡献最大之人。在当代的社会文化活动中，存在着编辑活动和著作活动的分工。著作家从事著作活动，成就总是体现在自己的著作中。编辑家、出版家的活动全在于传播别人的著作，因此，编辑家、出版家的成就应从如何流传别人著作以及取得何种社会效果等方面去看。

重著作、轻传播的结果，是人们往往瞧不起编辑出版工作。所以产生这种思想，从认识方面的原因看，常常是用衡量著作家成就的标准，去衡量编辑家出版家。这样做难免不出差错，由此得到的认识很可能就是不那么公正的。拿张元济来说，他与蔡元培是同年进士，论学识他是国内第一流学者。他英文很好，茅盾回忆录中记载他能讲一口流利英语。严复当年翻译亚当·斯密的《原富》，张元济为此书做英华译名对照，由此可见他的英语水平。至于他的国学水平，经学史学、文字音韵、版本目录等都有很高造诣，这是学术界公认的事实。他本可以从事著作活动，然而弃此乐彼，从事了编辑出版活动。其实，人们熟读过的严复、林纾、蔡元培等人的著作（译作），是靠了张元济的辛勤编辑出版活动，才能在全国迅速地大量地传播开来；而他们所以能够安心从事著作活动（翻译活动），又因为是得到了张元济在我国首先确立的稿费版税制度的有力支持。因此，没有了张元济，也就不会有今天人们看到那样的严复、林纾、蔡元培等，或者他们可能不会取得如此成就，至少他们将遇到更多更大的困难。但是，人们似乎已将张元济这方面的劳绩忘