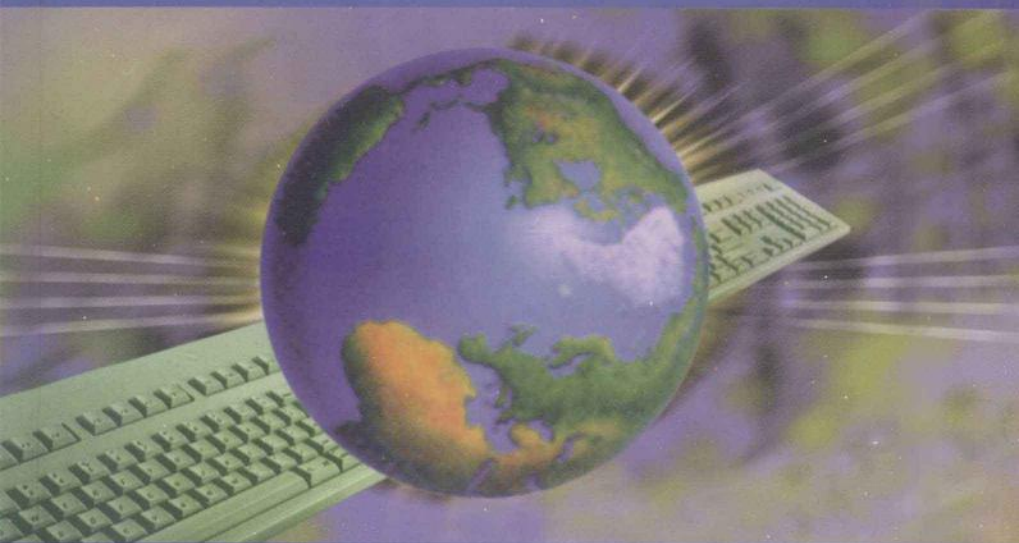


XIANDAIBIANJICHUANGXINLUN



现代编辑 创新论

主编 张保芬 孙淑丽 李法然 高建军

齊魯書社

现代编辑创新论

主编 张保芬 孙淑丽 李法然 高建军

齊魯書社

图书在版编目(CIP)数据

现代编辑创新论 / 张保芬、孙淑丽、李法然、高建军
主编. — 济南: 齐鲁书社, 2000. 6
ISBN 7-5333-0889-1

I. 现… II. 张… III. 编辑学—研究 IV. G232

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 32263 号

现代编辑创新论

张保芬 孙淑丽 李法然 高建军 主编

*

齐鲁书社出版发行

(济南经九路胜利大街)

日照日报社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 10.375 印张 2 插页 260 千字

2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷

印数 1—2000

ISBN 7-5333-0889-1

G·74 定价: 26.00 元

序

创新是现代编辑进步的灵魂

刘少奇

现代编辑源于创新,发展于创新,创新是现代编辑活动的主体,创新是现代编辑的基石,编辑主体劳动是一种创新性劳动。由此可见,现代编辑工作的全过程都充满了创新性思维和创新性劳动,其本质特征是创新。

几个长期从事编辑工作的学者,正是抓住了编辑的这个本质特征,从编辑观念创新、编辑技术创新、编辑知识创新、编辑组织创新、编辑制度创新、编辑管理创新、编辑市场创新、编辑文化创新等诸多方面进行了理论探讨,提出了在新世纪编辑方面的一些有意义的课题,这是难能可贵的。

刘少奇同志曾指出:“编辑工作是一种高级创造。因为他要看作家作品、鉴别作品等,因此,这个工作本身就是创造。”中共中央、国务院《关于加强出版工作的决定》指出:“编辑工作是整个出版工作的中心环节,是政治性、思想性、专业性很强的工作,又是艰苦细致的创造性劳动。”这说明,编辑工作是一项以创造性为主、技术性为辅的高级创新活动,从名牌的创意、选题的策划、稿件的筛选、文章的修改等,都体现出编辑的创新思维活动。编辑是出版物和出版事业的设计师、工程师。从事这一事业的每一位编辑工作者,其业务实践都是一项独立性很强、必须运用创新性思维进行的复杂

的高级脑力劳动。也就是说编辑劳动不是简单的重复劳动,而是有思想引导的创新性高级脑力劳动。即编辑劳动是对著作劳动进行规划和组织、进行再创造使之适合于规范化生产的创新性劳动。它主要反映在对作者书稿进行有针对性的再创造上。

从编辑的发展史可以看出,虽然编辑有传播思想、传递信息之功能,但编辑的这种功能必须与时代同步,着力反映和传播代表时代潮流的新思想、新观念、新风尚、新信息。这就要求现代编辑必须不断开发新选题,编辑内容新颖、特色鲜明的书稿,出版富有时代特色的精品力作。在浩如烟海的图书群体中独领风骚,独树一帜,能征服读者,吸引读者,成为真正的创新书。同时,编辑的文化积累功能也要求编辑主体必须及时反映在人类文明进程中产生出来的新型优秀文化成果,为人类已有的文化财富追加新的财富。另一方面,编辑还担负着普及文化知识的历史重任,但这种普及文化知识是具体的而不是抽象的。这正如江泽民同志指出的:“编辑出版高质量的科普图书,是一项基本建设,对于提高全民族的科学素质,是很有意义的。”^①随着时代的发展,读者视野的扩大和知识结构的变化,这种文化普及工作也将不断创新形式和改造内容,必须有新起点、新角度、新内容、新形式。从这个意义上说,现代编辑工作的实质是创新,编辑活动是一种创新性的活动。因此,创新是现代编辑进步的灵魂,是一个出版社、报刊社兴旺发达的不竭动力。

现在,人类已进入到 21 世纪,创新已成为社会财富增长的源泉,实现创新和利用知识力量是国家、社会和编辑出版事业在新世纪发展的关键。随着知识经济在经济生活中的比重增加,参与知识经济生产、传播的机构种类和数量也不断增加,创新过程变得越来越复杂。尤其是现代编辑工作,作为引进和引导知识流动的重要中介之一,要积极探讨先进文化发展中的现实课题,关注和研究

^① 《人民日报》2000 年 6 月 5 日,第 1 版。

新情况新变化新问题,组织出版反映先进文化发展的、对社会先进文化建设有切实研究的精品力作,从而在解决现实问题中发展和提升先进的主流文化。出版界在总览中国及世界文化发展的历史变迁和展望未来先进文化发展方向时,在生产各种文化制品的过程中,一定要自觉地坚持以马克思主义的立场观点方法来研究问题,明辨是非,以发展主流文化的鲜明态度来引导先进文化的前进方向。

当然,编辑创新作为一个崭新的理论课题,难免会存在这样或那样的不足,诸如理论体系的科学性和系统性不够完善,在编辑实践的可操作性方面还有待于加强。但瑕不掩瑜,该书仍不失为当前研究编辑创新方面的一本好书,值得一读。

2000年4月12日于泉城

目 录

现代编辑创新论

序	创新是现代编辑进步的灵魂	邵桂芳(1)
---	--------------------	--------

第一章	绪 论	(1)
-----	-----------	-----

第一节	现代编辑创新的涵义及渊源	(2)
第二节	现代编辑学的性质、研究对象及内容	(33)
第三节	现代编辑学的研究方法及其原理	(44)

第二章	现代编辑创新的地位与特征	(50)
-----	--------------------	------

第一节	现代编辑创新的地位	(51)
第二节	现代编辑创新的特征	(53)

第三章	现代编辑创新与选题创新	(60)
-----	-------------------	------

第一节 现代编辑选题的策划与决策·····	(61)
第二节 现代编辑选题的实施·····	(73)

第四章 现代编辑创新与编辑加工····· (80)

第一节 现代编辑创新与原稿审读·····	(81)
第二节 现代编辑创新与编辑加工·····	(93)
第三节 现代编辑创新与校对·····	(104)

第五章 现代编辑创新与期刊创新····· (119)

第一节 期刊的起源与发展·····	(120)
第二节 期刊的性质与风格·····	(130)
第三节 期刊的组稿与装帧·····	(140)

第六章 现代编辑创新与报纸创新····· (155)

第一节 现代报纸编辑的修养·····	(156)
第二节 现代报纸编辑与新闻·····	(164)
第三节 现代报纸编辑与副刊·····	(171)

第七章 现代编辑创新与人才创新····· (176)

第一节 现代编辑人才学的产生和意义·····	(177)
第二节 现代编辑人才学研究对象、内容和特点·····	(185)
第三节 现代编辑人才学研究的特点和原则方法·····	(196)

第八章	现代编辑创新与文化创新	(202)
第一节	现代编辑创新与先进文化	(203)
第二节	现代编辑创新与文化创新	(213)
第九章	现代编辑创新与创新思维	(225)
第一节	现代编辑创新思维的基本特征	(226)
第二节	现代编辑创新思维的基本形式	(241)
第三节	现代编辑创新与思维方法创新	(257)
第十章	现代编辑创新与电子出版物	(268)
第一节	电子出版物的概念与特点	(269)
第二节	电子出版物的分类	(274)
第三节	我国电子出版物的发展状况	(281)
第四节	电子出版时代的现代编辑工作	(285)
第十一章	现代编辑创新与著作权法	(290)
第一节	著作权法的基本原则和保护对象	(291)
第二节	著作权法的内容与侵权的处罚	(302)
第三节	计算机软件著作权的法律保护	(316)
后 记		(321)

第一章

绪 论

现代编辑学是一门新兴的学科,也是一种社会文化活动,是为了传播文字信息的需要而产生的。可以说,自从人类发明了文字以后,为了传播的需求,就产生了编辑活动,它是同外载知识相伴产生、同步发展的。中国具有五千年的文化史,也就有五千年的编辑史,二者相辅相成。其中有许多问题需要从理论和实践方面进行认真探讨,诸如编辑学的基础理论、基本范畴、基本概念,编辑学的性质、内容、研究对象,现代编辑的观念创新、知识创新、制度创新、文化创新、人才创新、组织创新等等。现在,人类已经进入知识经济的时代,网络文化、电子出版物正方兴未艾。编辑活动如何追随这新的潮流进行自身的创新和发展,是一个值得深入研究的时代课题。

第一节 现代编辑创新的涵义及渊源

中国的编辑活动经历了漫长的发展过程,有着悠久的传统和丰富的经验,是值得总结和继承的宝贵精神财富。我们应在继承的基础上,实现现代编辑的观念创新、知识创新、组织创新、管理创新等诸项创新,使编辑创新在推动知识经济发展中起到重要的作用。

一、编辑的涵义

编辑概念在编辑学中是最基本的范畴,自从编辑学诞生以来,其概念的界定一直是众说纷纭。编辑的“编”,《说文解字》的解释是:“编,次简也。”段玉裁注:“以丝次第(第)竹简而排列之曰编。”即竹简按次序排起叫做编。颜师古《汉书注》谓:“编,谓联次简牍也。”编辑的“辑”,《韩非子·说林下》有“甲辑而兵聚”句,《汉书·艺文志》云:“夫子既卒,门人相与辑而论纂,故谓之论语。”颜师古《汉书注》谓“辑与集同”,有收集、聚集之意。由此可见,“编辑”是从收集编连简策而起源,其义为顺次第,收集排列简策而成书。

在古代最早使用“编辑”一词的,可以查到五个例证。一是《魏书·李琰之传》:“修撰国史……前后再居史职,无所编辑。”《北史·序传》李琰之部分也有同样记录。这里的“编辑”是指史官编撰史书。二是《南史·刘苞传》:“少好学,能属文,家有旧书,例皆残蠹,

自手编辑,筐篋盈满。”他所编辑的,主要是指整理、修补残书,并非编书。辑与集通,比较晚出,意思是聚集。编辑合为一个词,还是指编排书册。最初是编辑甲骨文片,其后是编辑竹木简。此“编辑”指收集材料修补残缺的旧书。三是《史通·史官建制》作者刘知几“原注”所引唐高宗咸亨年间诏令中说:“修撰国史,义存典实,自非操履忠正,识量该通,才学有闻,难堪斯任。如闻近日以来,但居此职,即知修撰,非唯编辑讹舛,亦恐泄漏史事。”此“编辑”指“修撰国史”时排比或使用史料方面的意思。四是《唐大诏令·颁行新令制》:“然以万机事广,恐听览之或遗;四海务殷,虑编辑之多缺。”^①此“编辑”指收集整理资料。五是《颜鲁公文集》所载颜元孙《干禄字书·序》:“若总据《说文》,使下笔多碍,当去泰去甚,使轻重合宜,不揆庸虚,久思编辑。”此“编辑”指根据《说文》材料加以删节和整理,重新编成一本合用的字书,已不限于编辑次序了。以上五例,时间上至北魏到中唐,从六世纪到七世纪约一百多年。从上述五例的实际情况看,古汉语中的“编辑”的含义是指通过收集材料、资料,再做加工工作的那种著作方式,它不是指作为出版业中一部分的那个编辑。

可见,“编辑”一词的含义在历史上是不断发展的。现在人们在古代编辑概念的基础上有了新的认识。有的人认为编辑概念是:“收集和研究有关出版的信息,按照一定的方针制定并组织著译力量实现选题计划、审读、评价、选择、加工、整理稿件或其他材料,增添必要的辅文,同译作和其他有关人员通力协作,从内容、形式和技术各方面使其适于出版,并在出版前向读者介绍。”^②有的人认为:“编辑活动是对他人作品和资料进行搜集、选择、整理和加

^① 《唐大诏令集》八十二。

^② 林穗芳:《关于图书编辑学的性质与研究对象》,《出版与发行》1987年第2期。

工,使之适合传播目的与复制要求的精神劳动。”^①也有人认为:“编辑是人类社会精神产品生产流程的一个中间环节,他以物态化生产为目的,对精神产品的原稿进行选择 and 加工。”^②还有人认为:“编辑工作是指如何规划、组织、选择、转化社会信息为出版物,并使之广为传播、不断发展的全部过程。”^③最简洁的是《辞源》对编辑概念的界定:“收集材料,整理成书。”新版《辞海》是这样解释编辑的:“是指新闻出版机构从事组织、审读、编选、加工、整理稿件等工作,是定稿付印前的重要环节。”这个解释与《辞源》不同的是已把编纂完全排除在编辑概念之外。《中国大百科全书·新闻出版卷》将“编辑”定义为“使用物质文明的设施和手段,从事组织、采集、收集、整理、纂修、审定各式精神产品及其他文献资料等工作,使之传播展示于社会公众者。”日本《出版事典》称编辑工作是“在一定方针的指导下制定出书计划,按计划收选书稿,创造性地施以加工整理,使其规格完备,成为一定形式的出版物,这是一项需要学识和技能的工作。”英国《牛津词典简编本》对编辑的解释是:“加工整理(文字材料)以供出版。”前苏联《百科词典》对编辑的释义是:“加工作者的作品以供发表的过程。”虽然关于编辑的概念界定各有不同,但共同的一点是,都认为编辑活动存在于出版业,是出版中有关人员的专业活动。

但是仅仅说明编辑工作做什么,对研究现代编辑学来说,显然是远远不够的。在当代社会所说的编辑,从广义上说,一般是指书籍编辑、刊物编辑、报纸编辑等。编辑既可指编辑活动或编辑工作,也可指具有编辑身份的人。人们之所以具有了编辑的身份,是由于从事了编辑活动。因此,要弄清编辑的含义,就必须弄清编辑

① 阙道隆:《图书编辑学的研究内容》,《出版与发行》1987年第3期。

② 陈景春:《编辑学的研究更上一层楼》,《编辑学刊》1986年第4期。

③ 欧阳维诚:《关于编辑学研究的一些理解》,《编辑学刊》1989年第4期。

活动的概念。

编辑活动有广义、狭义之分。广义编辑学可以把一切文化产品的准备、形成的规律作为自己掌握编辑活动特性的重要基础;狭义编辑学则探究专司文化传导中心环节的编辑从业者所进行的编辑活动。编辑活动在现实生活中并不是孤立存在的,而是依据一定社会条件才产生和发展起来,又总是受社会方面的某种制约。因此,可以从社会生活系统中去考察编辑活动。

(一)在社会生活中,编辑活动属于文化活动的范畴,这意味着它基本不属于政治活动和经济活动。在文化活动这个系统中,编辑活动存在于利用传播工具的传播领域,这说明它属于传播活动、科学活动和教育活动等。至于彼此存在着相关性,那是另一个方面的问题。被称为大众传播工具的书籍、报刊、广播、电视、因特网等,都是人类社会文明和进步的产物,而编辑的产生和发展又是与人类对这些传播工具的越来越充分的利用分不开的。作为人类文明标志之一的大众传播工具,它与编辑的关系是:一方面是编辑不能离开它而存在,另一方面它充分发挥作用必须依赖于编辑。编辑利用传播工具向全社会传播来自历史和现实的思想和文化、知识和其他各种信息,对社会活动不断产生及时而广泛的影响。

(二)在利用传播工具的传播领域,不仅仅有编辑,还必然地存在着作者和读者。这三者构成这个系统中最基本的三个要素,缺少任何一方都不行。其中编辑始终处于作者和读者之间,居于矛盾和中介地位,由此展开自己丰富多彩的种种活动。对于编辑来说,失去作者或读者这两方关系中的任何一方,或不居于这两方之间,都是不堪设想的,编辑本身也不成其为编辑。

(三)从编辑所在的具体环境看,对书刊编辑来说就是在出版业中。在这里又存在着编辑、印刷、发行这三要素构成的系统。印刷和发行都具有经济活动性质,这表明编辑与其他文化活动的不同。

同之处是,它与经济活动存在着直接的联系。出版业中一种出版物的产生,总是先有编辑活动,然后再进入印刷和发行的过程,一般总存在着这样的时间顺序。因此,《辞海》称编辑为“定稿付印前的重要环节”。我们在此稍作变化,称编辑为出版前期工作,或称以印刷和发行为自己后续工作的一种活动,用意在于表明出版业的要素相互依赖,其中编辑处于举足轻重的核心地位。

综上所述,实际上是编辑在社会生活中的三个方面关系:一是编辑所从事的传播活动和社会文化、社会政治、社会经济等的关系;二是编辑与作者和读者的关系;三是编辑与印刷和发行的关系。这三方面关系是编辑所特有的,是编辑任何时候都能碰到的具有普遍性的关系。由此不仅可以了解编辑做什么,而且可以看到编辑活动在怎样的社会关系中运行,在怎样的社会环境中展开。因此,不论编辑的概念如何转换,它终究都是来自古文化的流传。笔者在此对编辑概念作这样的表述:编辑是在利用传播工具的传播活动中,处于作者和读者之间进行的种种出版前期工作,是文化传播和发展不可缺少的重要因素。

二、现代编辑创新的内容

现代编辑创新是指在编辑工作中创新高品位的读物。具体指选题要有新意,书稿要有新内容,装帧要有新形式。真正实现人无我有,人有我好,人好我多,人多我新的创新策略。在明确了“创新”的确切涵义之后,现代编辑就应当以是否“创新”作为择稿的主要依据,并不断增强自身的创新能力,努力使自己学者化,为现代编辑的创新鸣锣开道。现代编辑创新的内容有很多,概括起来主要有以下几个方面:

(一)现代编辑意识创新。现代编辑意识的创新,是编辑出版业发展的关键。其他的系列创新,必须以意识创新为先导。因此,

树立编辑创新意识,是编辑出版业发展的重要前提和保证。现代编辑意识的创新主要体现在以下几个方面:

1. 从封闭保守向现代开放意识的转换。现代编辑的现代开放意识需要具备两个基本的前提:一是破除在计划经济体制下形成的封闭、保守的编辑观念和编辑模式;二是吸收和学习现代的科学知识,形成开阔的文化视野。因为书刊作为科研活动的信息源,首先要有“新”知识,“新”信息,作为科学技术向生产力转化的中间环节,理应向生产力输入“新”的血液。书刊的编辑出版活动应与科研活动一样,其灵魂在于创新机制,作为书刊的编辑出版活动的各个环节——稿源、审稿、编辑加工、校对、版式设计、发行、广告、人员配备、条件配备等因素都可以成为这个系统的创新元素,以寻找最佳的创新结合点。

2. 从自在向自为的编辑主体意识的转换。自为的编辑主体意识是指在编辑全过程中的自觉意识和行为,它不仅包括能力的策划意识,还要具有强烈创新意识及自觉的市场意识。

3. 从文化传播向文化建构意识的转换。在当前的社会转轨和文化转型中,编辑不仅要完成文化选择与文化传播的任务,更需要肩负起文化创新和文化建构的重任。编辑活动中的策划,体现了现时代编辑参与高层文化建构的特点。编辑主体不是像过去那样仅仅停留于择优劣汰,而是进行初始化控制以导向作者的选题方向。因此,现代编辑必须树立起明确的先进文化建构意识。

4. 由知识仓库型向知识创新型转换。意识创新并不是凭空地标新立异、异想天开。这种创新必然有一定的理论和实践为基础,是一个充分积累、不断学习的过程。尤其在现有的以创新新的知识产品为特征的知识经济条件下,编辑主体要面对社会,提高应变能力和发展能力,更离不开学习,应不断吸收、处理外界各种信息,以调整自己的知识结构和学习方式。

5. 从保守型思维向创新性思维的转换。创新性思维意味着对现有事物的超越。一方面缩短与先进的差距,这是跨越时空的,这一跨越就意味着对时间无限量的节约,具有可投入的巨大价值;另一方面是与原有事物拉开档次,必须树立出版物的精品意识、名牌意识。编辑主体具有了这种创新性思维,就善于在事前作出创新决断,能根据本单位本部门的内外环境,发现和抓住时机,对编辑要素进行新的组合,从而在市场竞争中以新制胜,以奇制胜。由此可见,创新思维已成为编辑主体最重要的素质和能力。

(二)现代编辑技术创新。传统的创新平均周期长,从立题到规模生产,至少需要5~6年的时间。知识经济时代信息技术高速发展,电脑和网络技术不断普及,使人类获得知识信息的速度加快,加速了科技成果的商品化、产业化过程,加速了创新成果转化为现实生产力。因此,知识创新体系创新加快了知识和科技的更新速度。十多年前,发达国家诸如美国、英国、法国、德国等国的新闻出版部门已经实现电脑化。电子报刊和电子图书大量出版,各种软盘、光盘和计算机软件产品大量上市。近年来随着国际互联网的迅猛发展,出现越来越多的网络报纸、网络杂志等,大量的科学专业信息、工商企业信息乃至消遣娱乐信息,也都运用高新技术手段编辑制作出来了。伏案审读、纸笔修编的方式,越来越多地被荧屏扫描、键盘操作的方式所代替;符号数码代表了往日可以直观的文字手稿;缓慢的手工编辑作业,转变为快速的编辑判断显示;用笔增删勾画的技术被电脑的自动程序取代;编辑的技术性劳作,在数量上将日益缩减。这些变化将使编辑工作由书面编辑转化为屏幕编辑,从封闭设计到开放设计,从候时校对转成即时校对,从文字检索到磁盘检索,编辑排版进一步自由化。编辑工作的内容将更加集中在审稿判断和组稿决策上。编辑技术创新势在必行。

编辑技术创新主要包括出版物创新、编辑过程创新、开发创新