

[文章编号]1009-3729(2011)01-0021-06

我国编辑学教科书的出版现状与改进

欧阳明, 崔颖

(华中科技大学新闻与信息传播学院, 湖北 武汉 430074)

[摘要]我国编辑学教科书出版起步早,但报纸编辑学教科书一枝独秀;30多年来各类传媒编辑学教科书百花齐放,渐入佳境;已出版的编辑学著作分为实虚两类,实为主流。我国出版的编辑学教科书存在的不足有:内容具有不可替代性和不可复制性的书较少;书稿名称与内容冲突,体例失当;出版类与新闻类编辑学教科书之间隔绝,缺少沟通。建议整合并强化作者队伍,尽早出版足以涵盖六大传媒编辑工作实务的优秀教科书;完善新闻出版编辑学教科书的编写体例;加强编辑学教科书内容信息规范化与科学性建设。

[关键词]编辑学教科书;新闻编辑学;出版编辑学

[中图分类号]G237

[文献标志码]A

我国关于编辑学研究的探讨即关于编辑学研究之研究,主要存在两种力量及其相应的两类研究:一类是依托编辑出版学甚至图书情报学所进行的探讨,一类是依托新闻学所从事的讨论。这样的研究以前者为主,以后者为辅。前者代表作有王振铎等的《编辑学学科体系已臻成熟——编辑出版学研究60年》(《河南大学学报》社会科学版2009年第4期)、姬建敏的《编辑学研究30年回眸》(全国编辑学研究会第一次会议交流论文);后者主要以复旦大学新闻学院刘海贵为代表,在其主编的《中国现当代新闻业务史导论》(复旦大学出版社2002年版)中设专编探讨我国新闻编辑学的研究。不过,关于编辑学教科书出版现状的探讨以及在此基础上进行的对策研究,则始终未见我国学界有动作。本文拟对我国编辑学教科书出版现状以及对策进行全面、系统、深入的研究,指出我国在此领域内存在的不足,探讨图书情报学之于我国编辑学教科书建设的作用,给出改进我国编辑学教科书的建议,以期推动我国编辑学教科书的健康发展。

一、编辑学教科书出版的重要性

编辑学教科书的出版工作应当重视。其一,我国高等教育中的新闻传播学专业长期属于热门专

业,增速超常,极大地拓展了编辑学教科书的购阅市场空间。据我国著名新闻传播史专家方汉奇介绍,我国新闻传播学专业的年度在校生在新中国成立后的前30年最多也不超过400人,在改革开放之初为500多人。^[1]1981年,我国新闻传播学专业点有12家,在校生987人^[2];1983年有14家,包括研究生、进修生在内的在校生成1805人^[3]。而据中国教育学会会长、国家教育部新闻学科教学指导委员会主任何梓华介绍,2005年我国新闻传播学专业点为661家,在校生十二三万人,每年的毕业生有3万多人。^[4]在这种情况下,我国新闻传播学专业的本专科生教学用书增速很快,总量相当可观。笔者的《深度报道写作原理》一书由武汉大学出版社2004年出版,当年即重印。目前,属于国内新闻传播学教育重镇的几家高校,其教科书已经成为或正在成为我国新闻传播学图书出版的重要资源,中国人民大学、复旦大学、中国传媒大学、武汉大学、华中科技大学、清华大学、北京大学、四川大学等高校的新闻院系纷纷推出比较完整的新闻传播学教科书体系。目前,武汉大学出版社正不断完善华中科技大学新闻与信息传播学院的骨干课程教学用书体系。编辑学属于新闻传播学的专业基础课,为学生必修课程,故在新闻传播学诸教科书中属于用量大的品种,每年

[收稿日期]2010-11-12

[作者简介]欧阳明(1957—),男,辽宁省铁岭市人,华中科技大学教授,硕士,主要研究方向:期刊发展、编辑学和深度报道。

的教学用书应在3万册以上。2000—2009年,华中科技大学新闻传播专业各类在校保守估计应在1000人左右,最高时当超过2500人,这还不算中文系、社会学系、法学院等专业院系选修编辑学课程的学生。

其二,现已出版的编辑学教科书尚不能够充分满足新闻传播学的教学需要。仅举一例,湖北省自学考试大众传播专业“编辑学”课程所指定的教材为浙江大学出版社出版的吴飞的《新闻编辑学》,但教材实际上仅涉及了课程规定的一部分内容,在我国内地市场上至今还找不到一本足以涵盖图书、期刊、报纸、广播、电视、新媒体六大传媒编辑工作内容的教科书或一般流通图书。

教科书的出版直接关系到国民教育的质量,编辑学教科书的出版直接影响着新闻传播专业人才培养的基本素养、专业结构与专业能力,影响着人才培养和人才使用之间的互动,具有日益广阔的市场发育空间。所以,我们应重视编辑学教科书的出版工作,寻找对策以完善现有教科书的出版。

二、我国编辑学教科书出版的特点

1. 起步早,但报纸编辑学一枝独秀

我国关于编辑学的图书出版活动起步相当早。1919年由北京大学新闻研究会出版的徐宝璜的《新闻学》中就有关于编辑工作的论述。1922年,由上海亚东图书馆出版的任白涛的《应用新闻学》中的第四篇专述新闻编辑工作,显然是以报纸编辑工作为主。随后在1926年、1928年出版的周孝庵的《如何编辑新闻》、张九如等的《新闻编辑法》(中华书局版)论述的也是报纸编辑工作。第一本以“编辑学”命名的图书是广州国民大学新闻系李次民撰写的《编辑学》,1949年3月由广州自由出版社出版,但全书仍以谈报纸编辑工作为主。^[5]新中国成立后,中国人民大学出版社在1955年出版过苏联专家讲授书刊编辑课程的讲义,名为《书刊编辑学教学大纲》。^{[6] [P2]}1981年,艾国云的《报纸编辑入门》一书出版。该书是1980年代以来中国内地第一本关于编辑学的图书。^{[7] [P487]}中国内地出版的第一本有影响的编辑学教科书是1982年由中国人民大学出版社推出的郑兴东等人的《报纸编辑学》。自此,中国内地编辑学教科书开始大量涌现,但有影响的并不多,主要有叶春华的《报纸编辑》(福建人民出版社1985年版)、郑兴东等人的《报纸编辑学教程》、赵鼎生的《西方报纸编辑学》等(郑、赵两书均由中国人民大学出版社分别于2001年、2002年出版,均被纳入“21世纪新闻传播学系列教材”之列)。

我国编辑学教科书与专著自报纸编辑始并以其为主,有深刻的内在原因。首先,我国的新闻传媒比书刊出版传媒更贴近国家的政治生活和社会运动,更为政府部门所重视。其次,我国新闻传媒的发展过程是报纸在先,广播电视与网络在后;我国传媒教育的发展过程是以报学为中心的新闻学先行,新闻学内的广播、电视、网络后行,包括期刊业、图书出版业、网络业在内的传播学再随其后。再次,长期以来,我国报社数量多,用人量大,当传统的师徒相授无法适应形势发展需要之时,新闻传播学的专业教育就首先兴自报纸工作和报纸的传播活动。

2. 30多年来各类传媒编辑学教科书迎头赶上,齐头并进,百花齐放,渐入佳境

中共十一届三中全会之后,伴随社会主义现代化建设的大规模展开,社会信息量剧增,社会对各类信息的需求也水涨船高,我国传媒业因此而发展迅猛。社会对传媒人才数量需求的扩张、人才质量要求的提升与人才多样化的需要,促使各类传媒编辑学教科书依次出现并版本渐丰。

(1)广播业:陆锡初的《广播编辑》,中国广播电视出版社1989年版;王瑞棠主编的《广播编辑学》,1992年由新华出版社推出。

(2)期刊业:徐柏容的《杂志编辑学》,中国书籍出版社1991年版;国家教委“八五”规划教材之《期刊编辑学》,徐柏容著,辽宁教育出版社1995年版;荣开明主编的《期刊编辑的理论与实践》,陕西人民教育出版社1991年版。

(3)图书出版业:张玟等的《书籍编辑学简论》和高斯等的《图书编辑学概论》,1989年分别由中国书籍出版社、江苏教育出版社出版;国家教委“八五”规划教材之《书籍编辑学概论》由阙道隆等撰写,辽宁教育出版社1995年出版。另外,阙道隆主编的《实用编辑学》(中国书籍出版社1986年版)、俞润生的《实用编辑学概要》(天津人民出版社1987年版)、戴文葆主编的《编辑工作基础教程》(东方出版社1990年版),介绍的均主要是图书编辑工作。

(4)电视业:钟大年的《电视编辑艺术》,北京广播学院出版社1987年版;“电视学系列教材”之《电视编辑学》,任远撰写,北京师范大学出版社2002年版;何苏六的《电视画面编辑》,国家广电部统编教材,中国广播电视出版社1997年版;黄著诚主编的《实用电视编辑》,国家广电总局规划专业教材,中国广播电视出版社2000年版。

(5)网络业:邓妍妍的《网络新闻编辑》,中国广播电视出版社2005年版;陈斌《网络新闻采写编评》,福建人民出版社2004年出版。

伴随计算机的出现与普及,平面传媒的编辑工作已经告别了铅与火时代,广播电视的编辑设施也不断更新换代,关于纸质传媒计算机编排与广播电视的非线性编辑的教科书也相继出现。其主要有:桑金兰的《报纸版面创意艺术与电脑编辑》,系复旦版新闻业务丛书之一,复旦大学出版社1999年出版;柳泽花的《当代报纸电子编辑与排版》,武汉大学出版社2001年版;岳川编著的《当代报纸电脑编辑基础》,由合肥工业大学出版社于2004年推出。冯锡增主编的《非线性编辑应用基础》,为国家广电部规划教材,中国广播电视出版社2000年版;余胜泉等主编的《非线性编辑系统》,北京广播学院出版社2000年版。

除了中国内地,港澳台地区也出版有编辑学的教科书,如胡传厚的《新闻编辑学》,台北市新闻记者公会1968年出版;陈万达的《现代新闻编辑学》,扬智文化事业股份有限公司2001年出版;余也鲁的《杂志编辑学》,1965年由香港海天书楼出版。尤其值得一提的是台湾学者张觉明的《现代杂志编辑学》于1980年由台北商务印书馆出版后,又在1987年由台湾中国书籍出版社推出中文简体字本。

与此同时,国外的原版外文教科书也登陆中国内地。如美国学者布鲁克斯等的《The Art of Editing》(《编辑的艺术》)的英文原版于2003年授权中国人民大学出版社出版。

3. 分类演化,一实一虚,实为主流

伴随我国关于编辑学的研究渐趋成熟,编辑学教科书及一般图书的出版也分化为两大类:一类为实,即强调编辑学的应用学科性质,着重介绍选题、集稿、审稿、稿件加工、稿件视听表现等编辑工作的流程内容;一类为虚,即着重探讨、传授编辑学的原理,如编辑本质论、编辑社会论、编辑文化论、编辑主体论、编辑心理论、编辑传播论等。北京印刷学院提出将理论性的编辑学列为编辑出版学的专业入门理论课程,其典范出版物有王振铎的《编辑学原理》(中国书籍出版社1997年版)、向新阳的《编辑学概论》(武汉大学出版社1995年版)。前一类着重编辑实务,后一类着重编辑理论。从新闻传播学的教学实际看,教育部制定的教学大纲已经有新闻学概论、传播学概论一类原理课程,故教学实际、学生更直接的要求仍为新闻出版实务范畴内的编辑工作内容。如此现实就使得编辑学教科书的出版依实、虚两类分类进行,以实为主,重在介绍编辑实务内容。

三、我国编辑学教科书出版中存在的主要不足

编辑学教科书的出版虽能初步满足我国新闻传

播学专业以及相关专业的教学用书需求,为我国培育高层次编辑人才做出了一定的贡献,但离形势的发展与现实的需要还有距离。

1. 内容具有不可替代性和不可复制性的编辑学教科书较少

所谓内容的不可替代性,指教科书内容因独到、唯一而无以替代;而不可复制性,则指教科书的内容难被其他教科书或后来撰写者所模仿。不可替代不等于不可复制,但不可复制,因或许源自唯一,或许得自系统性,或许来自适时更新,故难以被替代。双方相辅相成,成为考察教科书信息是否新颖的重要指标。纵览我国近年出版的编辑学教科书,相互借鉴多,独自创新少,故其在内容的不可替代性和不可复制性上尚任重道远。对于前人的成果,教科书适当借鉴难以避免,但若著述的基本或核心仅为借鉴而没有独创,则不仅出版价值小,而且易陷入抄袭的泥淖之中,无益于我国编辑学的教学和科研。

近年我国编辑学教科书的内容少有不可替代性和不可复制性,除了体例、内容相互重复之外,还有如下通病:

一是书稿在编辑工作实务传授上微观有余,宏观不足;操作性上技术有余,意识形态和文化的安全性不足。这些不足将会影响教科书对传媒编辑工作的引领能力。遍览我国编辑学教科书,内容除了常规学理之外,实务部分对编辑工作的上游还缺乏必要的关注。所谓编辑工作的上游,是指整个信息生产链条中有关编辑工作的源头环节,如传媒设计。当然,有的教科书用了一定的篇幅论述了编辑工作的策划等环节。不过,策划还不是编辑工作源头的主要部分,也可划入选题环节,仍在编辑“六艺”范围之内。从当前媒体工作的实际需要看,媒体设置、栏目调整、选题策划、稿件审阅等编辑工作的上中游环节,对于传媒编辑工作的全局和质量则更为关键,运作也更错综复杂。然而,现有编辑学教科书对前述编辑工作的上中游,尤其是上游,或视而不见、不加涉猎,或蜻蜓点水、言不及义,或纸上谈兵、大而无边。我国编辑学教科书实际上仍一如其旧,在以传授稿件审读、加工、校对等编辑工作中下游的基本原则、常见方法为重心。同时,大众传媒本以内容为王,但现有编辑学教科书对传媒内容这样的核心编辑工作的探讨既难见新意,又乏实用性。而这样的脱离传媒编辑工作实际的编辑教学体系,严重影响目前新闻传播专业毕业生日后的传媒工作能力。

二是问题意识薄弱,针对性不强。比如,图书编辑工作讲求编辑环节与经营环节之间的互动,而市场条件下的报刊编辑工作则强调采编环节与经营环

节相分离。那么,在编辑工作上,图书与报刊之间的这一重大区隔为什么会出现?其合理性、操作的注意事项等又是什么?可惜这一类事关编辑学发现、挖掘的问题尚少有人拷问。

三是来自编辑工作一线的鲜活、系统的案例不足。其一,鲜活不足,即来自传媒编辑工作一线的材料严重不足。作为传媒实务教材,编辑学教科书不仅要帮助学生认识世界,还要致力于培养学生改造世界的能力。原理唯有与实际相结合才有助于将问题说清楚。对于教学实际,教科书对编辑学抽象原理的阐述远不如具体实在的一线工作案例管用。但是,时下不少编辑学教科书的编写者缺乏与传媒编辑工作者打成一片的基本意识或能力,其教科书由于纸上谈兵而只能成为“伪教科书”。其二,系统不足,即来自编辑工作一线的系统的而不是零星的实例不足。教科书唯有既讲授应该怎么做,又说明不能怎么办,才能充分体现编辑工作的丰富性、复杂性与操作性。相形之下,个案教学法将强化学生解决编辑实际问题的能力置放在书稿内容的中心,有助于知识、理论向能力转化。从这个意义上讲,蔡雯等主编的《新闻编辑案例教程》(中国人民大学出版社2009年版)颇为及时而珍贵。

2. 不少编辑学教科书的名称与其内容冲突,以致体例失当

内容与名称之间的不协调主要有两种表现。一是教科书的名称大于书稿的内容范围。一些名为“编辑学”的图书或教科书关涉的却只有一二种大众传媒。如阙道隆主编的《实用编辑学》、朱文显等的《编辑学概论》(四川省社会科学院出版社1988年版)论述的传媒只有图书,并未探讨其他媒体的编辑学,如报纸、期刊、广播、电视等。对于这一类教科书或图书,应在“编辑学”前添补“图书”二字。吴飞的《新闻编辑学》一书先后3版:1995年杭州大学出版社初版,浙江大学出版社2000年第2版,2004年第3版。2次修订版在原来报纸编辑工作内容的基础上陆续增加了电视、广播与网络的新闻编辑工作内容;但是,新闻传媒除了前述4种媒体之外,还包括《瞭望》《南风窗》《中国企业家》《财经》等政经新闻期刊。显然,吴飞《新闻编辑学》的书稿内容范围小于书名实际涵盖的范围。这一类不足在多数名为“新闻编辑学”的教科书中均不同程度地存在。如蔡雯的《现代新闻编辑学》(四川人民出版社1995年版)仅介绍报纸一种传媒,问题更为严重。该书的准确名称显然应是《现代报纸新闻编辑学》。相形之下,倒是台湾学者陈万达的《现代新闻编辑学》一书对报刊广电与网络五大媒体的编辑工作一概论

述,无一遗漏(但其涉及图书编辑工作则越过了“新闻”的界限,值得商榷)。二是教科书名称之外的内容飞入教科书之内。仍以吴飞的《新闻编辑学》为例,该书第十章为副刊编辑,但这一章的内容并不适合进入《新闻编辑学》之内。报纸、期刊、广播、电视与网络均存在着大量的非新闻信息及其编辑版块。报纸有1/4~1/2的版面内容为新闻信息之外的专副刊版面,非新闻信息比例之高,使专副刊在报纸上占据“半壁江山”。^[8]电视节目由新闻、专题和文化娱乐三大部分组成,非新闻信息所占比例更高,仅文艺节目就占电视节目播出总量的60%。^[9]电视新闻不包括电视剧、电视综艺、电视科教专题等节目,报纸新闻也不包括报纸上除新闻专刊之外的专副刊。吴飞的《新闻编辑学》介绍报纸副刊编辑工作显然侵入了报纸的非新闻编辑工作领域。

3. 出版类与新闻类编辑学教科书之间隔绝,缺少沟通

我国习惯将大众传媒分为新闻与出版两大类,其中报纸、广播、电视被归入新闻传媒,图书、期刊被划入出版传媒。1998年,在教育部制定的《普通高等学校专业目录》等文件中,新闻传播学被列为一级学科,下设新闻学、传播学两个二级学科。在这些规范性的文件中,报纸、广播、电视被归到新闻学,图书、期刊被纳入传播学之下的三级学科编辑出版学。形成如此局面的原因是多方面的。首先,中国编辑学会挂靠在中国出版工作者协会,多年来我国出版编辑学专业教育的最大助力不是来自新闻传播学,而是与传媒生产没有直接关系的图书情报学。这些就成为使出版学尤其是图书出版以自己为编辑学正宗的重要因素。有学者认为:“我国现有专业学院如新闻学院、传播学院等,也有编辑课程设置。但……其编辑学的比重较轻……缺乏普通编辑专业的系统内容。”^{[6](P201)}其次,新闻学内的诸编辑课程更多将自己置入新闻学系统,以为自己与所谓的出版传媒距离很远,不是一家、不属同类,因而不屑一顾。我国高等教育的现实使得编辑学教科书分属新闻与出版两大阵营:相互排斥,互不理睬;各吹各的号,各唱各的调。

四、改进我国编辑学教科书出版的建议

我国编辑学教科书在出版上存在的不足集中到一点就是还不能够充分适应我国高速发展的编辑学教学及其用书的实际需要,其出版质量需要进一步提高,出版特色与个性需要进一步优化,内容的实用性需要进一步增强。为此,笔者提出如下改进建议。

1. 整合并强化作者队伍,尽早出版涵盖六大传媒编辑理论与实践的优秀教科书

我国内地各种传媒编辑学教科书品种齐全,内容丰富,主要缺少的是能涵盖多种传媒编辑理论与实务的教科书。但是,要实现这一出版任务并不轻松,原因在于难以找寻作者。一个人的经历、能力终究有限,因此,如果说找到既熟悉某一二种大众传媒的编辑工作又长于编辑理论研究的作者还不算困难的话,那么,目前想寻觅一位既懂编辑理论又懂六大传媒编辑工作实务的作者,恐怕踏破铁鞋无觅处。六大传媒之间的横向差异远大于采访、写作、编辑与评论之间的纵向区隔。显而易见,由一位作者来承担横跨六大传媒的编辑学教科书的撰写任务,难免会出现顾此失彼的问题。因此,在确定整合六大传媒编辑学教科书书稿的作者时,出版机构不妨步步为营,逐层推进:首先,同中国新闻工作者协会、中国出版工作者协会和新闻传播学教学指导委员会沟通,业界与学界同心协力,挑选六位或三四位擅长某一二种传媒编辑工作实务与理论的作者;而后,由几位作者讨论、磋商、确定书稿的编写大纲、编写计划;最后,推出全书的统稿人,从而实现全书既有综合又有分述的一体局面。

2. 完善新闻出版编辑学教科书的编写体例

一是应注意体例的科学性。从近年我国编辑学教科书的编撰情况看,在强化教科书体例的科学性上,有两大重点需要注意:一是名实相符问题。一方面,就新闻编辑学而论,其内容要足以概括报刊广电与网络五大传媒中的新闻编辑工作;另一方面,就非新闻编辑学而论,这类出版物的研究范围必须足以涵盖图书、电影的编辑工作与报刊广电网络传媒中的非新闻信息编辑工作。二是善于依托内容的实用性来建构编辑学教科书体例的科学性。编辑学本来着重于世界改造,因此时下的那种打着编辑实务招牌却仅有空洞理论而缺乏操作性的编辑学教科书,很难使学生从中领会编辑工作规律、系统掌握编辑技能。而要使体例的实用性与科学性水乳交融,则必须切实解决好编辑学师资这一老大难问题:教师缺乏较为丰富的编辑工作阅历。优秀的编辑学教科书编写者除了过硬的政治、思想、品德之外,还要有大众传媒的编辑工作阅历、有编辑理论研习的积淀。第一,教科书编写者应有一定的传媒编辑工作阅历。这远重于所谓的博士头衔。第二,编写者应长期保持与媒体编辑工作的互动,不断丰富、更新自己关于编辑工作的知识与经验。第三,编写者以具备校外大众传媒编辑工作阅历为上。目前,我国编辑学教科书的编写者有不少是仅具备高等学校媒体编辑工

作经验的教师。由于校属媒体种类不多,多为公益类与准公益类,很少直接承担重大或核心的意识形态安全任务,或市场化程度相对偏低,或与社会互动偏弱,其编辑工作也相对简单。若仅在如此媒体阅历基础上打造教科书的撰写,其内容易单薄、片面,用来育人则很难适应丰富而复杂的大众传媒编辑工作实际。第四,编写者只有具备必要的理论修养,才能善于总结编辑工作实践,归纳编辑工作的基本规律、主要原理和常用方法。时下我国编辑学教科书编写的隐忧之一是编写者缺乏深厚的理论修养、精准的概括能力以及理论与实践相结合的素养。

二是应注意体例的多样性。从教学与社会的多样化需求看,编辑学教科书的出版可以是涵盖各传媒编辑学的综合版本,也可以是只针对少数种类传媒编辑工作的版本,如《报刊编辑学》《书刊编辑学》《广播电视编辑学》。鉴于报、刊是编辑学下辖的两个种类的大众传媒,因此,分别整合新闻诸传媒与出版诸传媒的编辑工作实务可以成为建构普通编辑学的前期准备和重要基础。

编辑学教科书要考虑打破新闻与出版之间的现有界限。将大众传媒分为新闻与出版两大部分是从我国计划经济体制沿用下来的习惯做法。长期以来,我国所规定的出版物只包括期刊、图书,而将报纸除外^{[7](P62)},其主要原因是报纸、广播、电视与国家的政治生活密切相关,长期被视为党和国家的政治工具。但是,这样的区隔既不合乎世界惯例,也不切合传媒编辑工作实际。联合国教科文组织所认定的出版物包括书、报、刊三家,又有连续出版物与非连续出版物之分。从市场路径看,因为广告因素,报刊之间反比书刊之间关系更为密切。中共十一届三中全会以后,我国的工作重心转为经济建设,经济建设就是最大的政治,故我国现在实行社会主义市场经济并不仅仅属于经济问题。近年来,由市场经济催生的我国文化体制改革,要求大众传媒尤其是直面市场的大众传媒,在社会效益第一的前提下实行受众第一方针。毫无疑问,编辑学教科书的现有新闻与出版的二元结构有悖社会主义市场经济的基本规律。同时,将报纸弃于出版之外,将报纸编辑学弃于出版学之外,也不利于我国高等教育编辑出版学专业教学的发展。目前,我国不少开设了出版编辑学专业的高校,由于受图书情报学等的影响,仅将书刊编辑业尤其是图书编辑业作为人才培养的基本专业。这样的思路与方略不仅极大压缩、模糊了出版编辑学专业学生的学习、从业空间,而且有违大众传媒业发展的基本规律,不利于媒体编辑工作对主流信息领域的引领与信息传播的创新,于出版编辑学

的健康发展十分不利。因此,在对出版物的认识上,我们应该淡化以往过浓的政治色彩,排除图书情报学的不当干扰,向世界标准适当靠拢。在编辑学教科书的出版上,可以考虑如下尚未出现的选题:一是包括书、报、刊在内的印刷传媒编辑学,二是电子传媒编辑学,三是连续出版物编辑学。

3. 编辑学教科书的编写应注意内容信息的规范化与科学性建设

先说书稿内容的规范化。编辑工作在大众传媒活动中处于传播链的始极,编辑部是信息传播的最关键的把关人,因此,介绍传媒编辑工作规律的教科书编写者必须充分了解、认真贯彻国家的硬性规范。然而,这些似乎老生常谈的问题却时多时少地出现。比如,吴飞的《新闻编辑学》(2004年第3版)在表述时多处使用英文。如第七节节题《从SND近年的评选情况看世界报刊设计理念》(第347页),其中的“SND”直到后面的表述中作者才介绍是“The Society of News Design”的英文缩写,是前身为新闻设计协会的一个组织的名称。对这一类的文字表述,《中华人民共和国国家通用语言文字法》第11条规定:“汉语文出版物中需要使用外国语言文字的,应当用国家通用语言文字作必要的注释。”一般说来,这种外文在汉语文出版物中第一次出现时就应加以注释,而且不宜单独使用。《报纸编校质量评比差错认定细则》第31条规定:“中文报纸不宜过滥地夹用外文。必须使用外文时,除了人们比较熟悉的(如CT、DNA)外,外文在文章中第一次出现时,要有相应的汉译。是括注外文还是括注汉译,全报要一致。”^[10]报纸如此,教科书更应该规范。吴飞《新闻编辑学》的上述表述显然违法违规。该书还有比上述更严重的违规行为,不少地方甚至连中文的解释或说明也没有。如第352页的一句话:“一家来自德国汉堡的德文报刊——Die Woche。该报……”这是介绍外国的物名,但为什么不将其同时译为中文呢?“Die Woche”究竟是报纸还是期刊?读者能够辨别该报与德国的大报《世界报》(Die Welt)之间的关系吗?这样的表述只能让广大读者一头雾水。

再说编辑学教科书内容信息的科学性。目前,我国编辑学教科书总体质量尚好,但体系上仍有待进一步完善,论述也须在准确上多下工夫,而不是急于跑马占地。仍以吴飞的《新闻编辑学》为例。该

书多处出现常识错误,修订版亦存。现举两处:一是该书(第3版第289页)在介绍版式的形状时表述,“模块往往是规则的‘形’,如方块或长方块”。此处的准确表述应该为“模块往往是规则的‘形’,如正方体(块)或长方体(块)”,如系平面几何图形,应为“如正方形或长方形”。二是该书第3版第273页的表述:“法国大众化报纸(黄色报纸),不但乐于采用这种版面结构,而且比……”这里将黄色报纸等同于法国大众化报纸也是错误的。所谓的黄色报纸以黄色新闻或黄色信息为主,始自19世纪末美国赫斯特报系的《纽约新闻报》。按照美国新闻史学者莫特的研究,其除了使用大字号的煽动性标题、经常渲染或夸大不重要的新闻之外,还有严重的造假行为,如伪造照片、捏造访问记。^[11]而法国的大众化报纸以《法兰西晚报》最具代表性。但是,这些大众化报纸煽情有之,却不造假新闻,尤其不刻意造假新闻。三是前述对德国“Die Woche”的介绍是报是刊未加区分。传授编辑学的《新闻编辑学》自身还如此欠规范、欠科学,说明我们编辑学教科书出版内容的规范化、科学化问题实在需要引起足够的重视。

[参 考 文 献]

- [1] 郑兴东. 报纸编辑学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社,2001:2.
- [2] 中国社会科学院新闻研究所. 中国新闻年鉴(1982)[M]. 北京:中国社会科学出版社,1982:158.
- [3] 中国社会科学院新闻研究所. 中国新闻年鉴(1984)[M]. 北京:人民日报出版社,1984:26.
- [4] 潘志贤. 3年要带20名博士,新闻教育研究生“扎堆”?[N]. 财经时报,2005-12-01(1).
- [5] 邵益文. 高校编辑学专业应有一个大的发展[J]. 编辑之友,1997(5):39.
- [6] 王振铎. 编辑学原理[M]. 北京:中国书籍出版社,2004.
- [7] 中国大百科全书编辑委员会《新闻出版》编辑委员会,中国大百科全书出版社编辑部. 中国大百科全书(新闻出版卷)[C]. 北京:中国大百科全书出版社,1990.
- [8] 郑兴东. 报纸编辑[M]. 武汉:武汉大学出版社,2000:367.
- [9] 时统宇. 电视影响评析[M]. 北京:新华出版社,1999:153.
- [10] 新闻出版总署科技发展司. 作者编辑常用标准及规范[M]. 2版. 北京:中国标准出版社,2003:259.
- [11] 张允若. 外国新闻事业史[M]. 武汉:武汉大学出版社,2000:111.