

<<编辑学理论研究>>

图书基本信息

书名：<<编辑学理论研究>>

13位ISBN编号：9787308026208

10位ISBN编号：7308026205

出版时间：2001-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：吴飞

页数：356

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;编辑学理论研究&gt;&gt;

## 前言

缕缕斜阳照秋草，习习凉风拂柔枝，真好天气也。

正是在这天高气爽的日子里，我这本《编辑学理论研究》写完了，两年多的辛苦写作终于有了一个小结。

十年来，我主要从事新闻学的教学工作。

对编辑学尤为关注，写过一系列文章，出版过一部教材（《新闻编辑学》，1995年由杭州大学出版社出版），但仍然觉得编辑学有许多东西没有研究清楚。

对于编辑学研究，我有一个较全面的计划，即打算撰写三部编辑学著作：一是编辑流程研究，重在新闻编辑工作的实际研究和艺术探讨，1995年出版的那本教材算是在这一方面的一个尝试（该书于1998年获全国青年社科成果专著类最高奖），1999年我又对该书作了大幅度的增补，现已由浙江大学出版社出版；二是编辑理论研究，重在编辑工作的基本原则与规律的研究，希望从理性的高度对编辑实践工作作一个提升，本书就是向这方面努力的；三是编辑史，即重点研究中外新闻编辑事业的发展情况并对中外编辑、出版界一些有重大影响的编辑家的编辑思想作一个较全面的梳理。

这三本书的写作可以说是一部更比一部难，因为编辑实务方面的东西我有一些实际的工作经验（我曾在新闻单位做过一段时间的编辑工作，并曾任一家报社的副总编辑），概括起来比较容易些，而且目前也有不少这方面的研究成果可以参考。

编辑理论方面的研究就要困难得多，因为编辑理论研究需要高度的理论概括性和广泛的适应性，同时对实践还要有针对性和指导意义，这对于我来说是一个不小的挑战。

而编辑史的研究则更是难上加难，因为就我目前掌握的材料看，我国学者对编辑家的编辑思想的总结与概括十分少，外国这类研究似乎也不多见，新闻编辑史方面则几乎没有什么有系统、有深度的研究成果，看来要完成编辑史方面的研究还需要相当长的时间作积累与资料储备。

写书对于我来说并不是一件很快乐的事，因为许多东西写出来后就变样了，表达出来的往往由于各种各样的原因与最初的所思所想有相当大的距离。

再加上可以直接交流的人太少，没有思想的交锋当然难以激发出智慧的火花，所以时常感到思维的深度和广度都不够。

也正因为如此，本书肯定有很多的不足之处，还望有志于此的朋友与同志能予赐教。

本书的写作要特别感谢本院的邵培仁教授、黄旦教授和张达芝教授。

邵培仁教授为本书的出版作了不少工作；黄旦教授一直对我的研究工作非常关心，认真看过我的书稿，并提出了一些有益的建议，使我得益不少，能结识这样的诤友是人生一大乐事。

我的研究生陈家林同学校对了我的全部打印稿，纠正了不少失误之处。

对他们我要借此机会说一声谢谢，并祝好人们一生平安。

吴 飞 1999年秋于高教新村

## <<编辑学理论研究>>

### 内容概要

早在20世纪50年代，“编辑学”这一名词就已在我国出现，但真正有意识地将“编辑学”当作一门科学进行深入的研究，则是20世纪80年代初以后才开始的。

编辑学是研究编辑工作原理及编辑工作规律的一门科学。

它有着较宽的研究领域，诸如图书编辑学、杂志编辑学、报纸编辑学以及广播电视编辑学等等。不同的出版部门，其编辑工作情况肯定有所不同，也正因为如此，产生了不同的编辑分支学科。

直到编辑学出现到目前，仍有不少问题还没有研究清楚，许多概念沿纠缠不清。

其一，编辑学研究开拓不够深入；其二，编辑学研究视角不够开阔；其三，编辑学研究者交流太少；其四，编辑学研究尚有些山大王味；其五，编辑学各研究方向发展不平衡；其六，从总体上说，编辑学研究还没有得到新闻学、传播研究者的普遍重视。

<<编辑学理论研究>>

作者简介

吴飞，浙江大学新闻与传播学院教授、新闻与传播学系副主任、新闻传媒与社会发展研究所副所长。现在复旦大学攻读博士学位。

媒与社会发展研究所所长。

主要研究领域：传播法、新闻传播与社会发展。

出版著作：《平衡与妥协——西方传播法史论》《大众传播法论》。

发表论文50余篇，其中十余篇被《新华文摘》及人大复印资料转载。

<<编辑学理论研究>>

书籍目录

导论 第一部分 编辑本体论 第一章 从信息传播过程看编辑 第一节 从策划看编辑 第二节 从把关看编辑 第三节 从组构看编辑 第二章 从文化发展过程看编辑 第一节 从文化创造看编辑 第二节 从文化传播看编辑 第三节 从文化发展看编辑 第三章 从编辑活动的内容与特征看编辑 第一节 编辑活动的流程模式 第二节 编辑活动的具体内容 第三节 编辑活动的基本特性 第二部分 编辑主体论 第四章 编辑的知识结构 第一节 编辑是“杂家”吗 第二节 编辑的知识结构 第三节 编辑的知识结构更新 第五章 编辑的能力结构 第一节 “德本位”与“能力本位” 第二节 编辑的基本能力 第六章 编辑思维与意识 第一节 编辑思维特性 第二节 创造性编辑思维浅析 第三节 批判提问式编辑思维 第四节 编辑意识 第七章 编辑的法律素质 第一节 传播应遵守的基本法规 第二节 侵权行为的补救与防范 第三部分 编辑客体论 第八章 作品分析 第一节 文本结构与意义生成 第二节 作品的可传易受性 第九章 媒介分析 第一节 媒介的基本特点 第二节 传统媒体会化为泡沫吗 第十章 编辑与作者 第一节 编辑与作者关系的具体内容 第二节 编辑处理与作者关系的原则 第三节 编辑处理与作者关系的技巧 第十一章 编辑与受众 第一节 编辑与受众关系的具体内容 第二节 编辑处理与受众沟通的原则 参考文献 后记

## &lt;&lt;编辑学理论研究&gt;&gt;

## 章节摘录

协调主要是协调作者写作与受众需求的关系。

编辑作为信息传播的中介者，作为作者和受众的中介者，应及时准确地掌握作者写作与受众信息需求这两方面情况。

精神产品是作者创造的，但其作品的成效如何需借助于受众的消费与接受活动。

从事精神文化产品的生产，是以受众的精神文化消费为归依的。

作者的产品如果不合乎受众的需求，那作者的劳动就成了无效劳动，我们一些新闻报道登是登在报纸的版面上，但受众没有看，对作者来说仍然是没有任何意义的。

同时，受众也离不开作者，没有作者的创造，没有记者的采写劳动，受众就无法获得信息，就无法满足其精神消费的需求。

所以说作者与受众是互为前提、互为依存、不可分割的。

“读者影响并呼唤作者，有什么样的读者群或者说阅读需求，就会产生与之相适应的作者队伍，创造出能满足读者阅读需要的作品。

作者也影响着读者，他通过自己的作品来引发读者的阅读需要和兴趣，并培养出新的读者群。

” 但作者与受众之间虽相互依存，相互影响，但却常常处于相互分离的状态。

从作者的方面讲，他们并不切实知道哪些人是自己的受众，也不清楚他的作品是否能满足受众需求。

据抽样调查显示，除了小社区的新闻记者外，标准的美国新闻工作者都属于脱离社区的精英一族。

他们大都受过良好的教育，政治上比较开放，不大信仰宗教，往往单身未婚，住在公寓（而不是单门独院），他们的社会和文化价值观同周围的人相去甚远。

多年的全国性调查一再印证了这一形象。

因此他们很难真正代表读者、听众、观众的观点并有效地选择新闻、报道新闻。

我国的情况并不见得比美国好多少，因为我们相当数量的新闻记者走的是上层路线，赶会议、听报告、收请柬，忙得不亦乐乎，但叫他们到基层去调查，到一线去采访却常常脸有难色，不愿去，不想去。

有些记者也许一辈子就没有做过一次深入的受众调查，他们往往嘴上喊着要反映群众的呼声和愿望，但做的仍然是在办公室里抄抄宣传材料、剪剪会议资料或者闭门造车造出几篇无关痛痒的东西。

而从受众的层面看，受众对信息的需求也处于经常变动的状态，在不同时期，不同工作、学习经历，甚至不同心境的环境下，他们的信息需求是有所不同的。

而即使两个经历、工作环境、生活背景完全相似的人，其信息需求也多有不同。

正因为有如此多的变动不拘因素的影响，所以在作者与受众之间就需要编辑这一中介角色的串联，需要编辑的协调处理。

编辑须经常研究受众，了解他们的思想情绪、文化水平、购买能力，了解他们的阅读需要、欣赏趣味及其变化。

根据受众的这些情况来组织和策划报道，来指导作者的写作。

在编辑出版活动中，要经常与作者联系，交换意见，把作者的好作品推荐给受众，同时，把受众的信息需求和反馈意见及时传递给作者。

诚如刘光裕先生所言：“编辑自从在历史上产生的那天起，就居于作者和读者之间，对一方写和另一方读的关系进行协调和节制，成为两方矛盾的中介环节。

当代社会的作者和读者从数量上看是如此之多，地域分布是如此之广，双方次频率又是如此之大，如果没有编辑从中协调和节制，必定乱成一团，对政治、经济、文化影响至深至大的大众传播将不能存在下去。

” 居于作者与受众之间的编辑，通过传播媒介，可以促成作者进行生动的文化创造活动，又可以活跃受众的精神文化消费活动，编辑把这两者统一起来，从中起着一种组织与管理的作用。

第三节 从组构看编辑 除了我们在前文中所分析的信息把关活动之外，编辑在信息的传播过程中另一个最重要的工作就是对信息进行组合加工，并缔构成整体的、有序的出版物物化系统。

## &lt;&lt;编辑学理论研究&gt;&gt;

我们不妨以编辑出版了《中国文史百科》这一颇受好评的出版物的编辑周向潮的一次编辑出版经历为例，来具体分析一下编辑在信息传播中的这种组构性活动内容及其作用。

据周向潮介绍，数年前他的一位定居美国的朋友来访，他的朋友说他的女儿跟随他出国，短短五六年的时间，除了黄肤黑发外，他的女儿从言谈举止到思维方式，里里外外都“西化”了，与其谈及祖国时，竟是那样地隔膜和茫然。

他在美国时，跑了好几个书店，希望找到一些介绍祖国悠久历史与灿烂文化的书籍，但每每叫他失望。这次回国，就想给女儿带一部系统、全面介绍中国的书去，没想到这个愿望还是落空了。

周向潮编辑说，这件事给了他很大的触动，所以下决心要编辑出版这样的书籍。

这就是周向潮后来编辑《中国文史百科》的动因。

选题意向形成后，编辑们走访了一些著名学者，征询意见，张岱年先生对这个选题极为欣赏，详尽地谈了他对传统文化的认识和态度，并欣然答应出任主编。

张先生不但审定了大纲目录，提出具体的意见建议，还亲自撰写了长篇总序，为这部百科确立了基调。

季羨林先生、王朝闻先生也提出了不少的意见和建议。

钱仲联先生、金景芳先生、刘佛年先生、傅振伦先生等担任《百科》的顾问，保证了书稿的质量。

随后，他们组织了一批学有所长的作者聚集在一起，集思广益，确定了“追求华夏文明之源头，寻访中国历史之轨迹，弘扬中国民族之精神，展示东方文明之辉煌”的宗旨。

为了使这部书兼顾查索和阅读两个方面，经过充分的论证，他们选择了百科的体例，不是作简单的名词解释，而是条分缕析，按照历史的线索，对各方面的内容作出综述，以保证尽可能多的知识点、信息量与较强的可读性的统一。

许纪霖在《文汇报读书周报》撰文称这部书“体大思新，俗雅咸宜”。

对这部书的编辑思想给予了高度的评价。

从《中国文史百科》一书的编辑实例，我们可以看出，编辑在实际工作中，除了要作好我们前所指的把关工作之外，他们相当的精力与心智是用在信息的组织与出版物的组构方面。

（一）编辑意识与主动精神相伴 可以说，编辑意识是编辑主体在编辑活动中主动开展精神文化的选择与组构，并促成文化积淀活动的自觉意识。

在文化的积淀与传播活动中，编辑处于中介地位，是社会信息通道上的把关人。

要能真正把好关，在很大程度上依赖于编辑的主动精神。

夏衍曾指出：“主动的编辑，自己主动找题目，主动找作者，主动根据宣传需要安排版面；被动的编辑，就只是被动应付，作者来什么登什么。

前者是积极的，后者是消极的。

” 四夏衍强调的其实就是编辑应有的主动精神。

在市场经济的时代，在新闻事业纳入竞争轨道的今天，编辑更应该强调树立一种积极主动的编辑意识。

惟有不断地根据受众与社会需要去挖掘、筛选信息，不断地推出新点子，编辑才能称得上是合格的编辑。

.....

<<编辑学理论研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>