

■ 禰胜修

编辑彰显论

在编辑学研究中,学者们普遍认为选择和优化是编辑活动的重要特征和基本功能,是编辑活动的中心环节。^[1]但是,如果从编辑传播的角度对编辑活动的过程作进一步深入的考察,就会发现其中还有一个不可忽视的环节——彰显。所谓彰显,就是编辑主体根据一定的编辑思想和意图,运用一定的编辑手段和技巧,有意识地对编辑内容作清晰处理,使书刊中最有价值的、读者最需要的信息,以及编辑的宗旨意图、风格特色,清晰地展现在读者面前,以方便读者的阅读接受,树立编辑的品牌形象。在编辑活动中,无论是书籍还是报刊,彰显始终是编辑必须重视的一项基本工作。

一 编辑彰显的意义

1. 彰显是编辑活动的重要功能

编辑活动是以文化信息为对象的社会传播活动,肩负着缔构社会文化大厦,引领社会文化发展的神圣职责。因此,对文化信息的选择和优化,就成为编辑活动的重要功能,这是毫无疑问的。但是,编辑活动之于文化传播是一个系统工程,编辑主体对文化信息进行选择、优化之后,还必须对文化信息进行编排组构,并以媒介为载体付诸出版,文化的传播才能得以实现。文化信息编排组构的基本任务,就是对信息主次轻重的序化,其本质就是彰显。同时,任何的编辑活动都是在一定的编辑思想指导下的有目的的活动。因此,任何的出版物从内容到形式都必须体现出编辑主体的目的性,而这也必须依靠编辑彰显来实现。这样,彰显在编辑活动中就是一个不可或缺的环节了,它和编辑选择、优化一起,共同构成编辑活动的基本功能。

在图书、期刊、报纸的编辑过程中,彰显可谓无处不在。美国著名编辑人韦克斯曼(Maron L. Waxman)认为编辑的重点之一就是文稿表达的“清晰度”,要让句子表达得更清楚,以免令读者不知所云。^[2]日本编辑家鹭尾贤也认为在书籍编辑中应“在文章衔接处适当插入不同字体的小标题,以呈现版面上的重点”,“给人容易阅读的印象”。^[3]徐柏容先生认为“突出中心”是“期刊编辑之经”,而“突出中心首先要突出主干文章,主干文章是形成中心的主干。主干文章往往不只一篇,中心则越集中越好”。^[4]李群先生强调书籍的版式设计要突出、强化主题形象,“多次、多角度地展示这一主题,如封面、封底、前后环衬、目录、译序、题词、护封都要有主题形象出现”。他们所谓的“清晰度”“呈现版面上的重点”“突出中心”“突出主干文章”“突出、强化主题形象”等等,说的就是编辑彰显。^[5]

2. 彰显是提高编辑传播效果的重要手段

一项传播活动在多大程度上实现了传播者的意图或目的,即传播的效果,向来是传播学研究的重点之一。编辑活动作为文化信息传播活动,其传播效果也始终是编辑主体关注的重要课题。在众多的编辑环节中,彰显对于编辑的传播效果可以说起着决定性的作用,这样说一点也不过分。《人民日报》高级编辑沈兴耕先生曾说过这样的例子:1995年12月18日,《人民日报》刊登了一篇反映苏州一位普通女工给江苏省一位副省长写信,举报苏州一公司“制黄”盗版毒害她儿子的新闻,题为《一位母亲强烈呼吁扫黄打非不可手软》,在社会上引起了巨大反响,当时的中共中央总

书记、国家主席江泽民和国务院总理李鹏也给予关注和称赞。这篇报道本来是新华社发的通稿,很多报纸都及时刊登了。《人民日报》的报道之所以会产生如此巨大的传播效应,重要的原因就是《人民日报》的编辑对报道做了罕见的特殊处理:(1)放在头条位置;(2)配发“本报评论员”文章《警惕“电脑犯罪”》;(3)全文武线加框;(4)新闻主体部分,即举报信的内容全部加大字号并改成黑体。如此集中地强化运用众多的编排手段,极大地彰显了所报道的信息,因而取得了巨大的传播效果。〔6〕

3. 彰显是满足读者需要的重要保证

编辑传播的最终归宿是读者的接受,读者的接受是编辑传播的价值所在。信息传播的使用与满足理论认为,读者对信息的接受具有目的性和选择性,读者使用媒体总是有意地选择媒介内容以获得需要的满足。这样,如何把出版物中最精粹的、读者最需要和最感兴趣的信息明显地呈现在读者面前,让读者能方便地把握以获得需要的满足,就成为编辑主体首先要考虑的命题。正如美国的本顿·雷恩·帕特森所说:“一位成功的主编知道,他(她)的刊物绝不仅仅是为了出版而出版,而是要把刊物呈现给读者。”期刊就像一家百货商店,这里以最佳的方式把顾客认为有趣的、有用的、需要的和喜爱的各种琳琅满目的商品在货架上展示出来,从而增加商品对顾客的吸引力和诱惑力。〔7〕对于刊物来说,这里“最佳”的展示方式是什么呢?“最佳”的展示方式就是彰显,就是把刊物中最重要的、读者认为“有趣的、有用的、需要的和喜爱的”信息以适当的位置和恰当的形式鲜明地显示出来,如此才能方便读者的检读和获取,保证读者得到需要的满足。

二 编辑彰显的内容

1. 客体信息的彰显

客体信息就是编辑活动的对象,即作品。客体信息的彰显分单篇信息的彰显与集合信息的彰显两类。

单篇信息是指报纸、期刊或者文集中各自独立的单个文本。单篇信息彰显在不同类别的文章里,彰显的内容则有不同。比如文学作品,其彰显的内容多是作品中典型的形象、精彩的描写和美妙的语句,因为读者对于文学作品需要获取的是审美享受;而对于学术文章,彰显的内容则集中于作者的科学研究成果或创新性见解和知识,这些是读者阅读最关注的,也是刊物报道所重视的内容,在文本中以适当的位置或恰当的方式鲜明地显示出来,可方便读者的认知获取。

集合信息是指期刊、报纸、文集等由多个单篇信息组成的信息集合体。所谓集合信息的彰显,就是编辑主体按照刊物的办刊宗旨,根据读者的兴趣和需要,把重点的文章,或最富特色、最具价值的文章,在

刊物的显著位置显示出来,以吸引读者的注意;或者把不同内容、不同学科专业的文章分门别类,清晰层次轻重,以方便读者的检读。

2. 主体信息的彰显

编辑的主体信息主要是指编辑思想信息。编辑思想信息是反映编辑主体在编辑活动中所秉承的宗旨、理念、意图等等的信息,是指导编辑行为的统帅和灵魂。既然任何编辑活动都是在一定编辑思想指导下的社会活动,那么,作为编辑活动成果的体现,无论是图书还是报刊,从内容到形式都必须是编辑思想统帅和支配的结果。就此一角度而言,任何一个编辑成果,都可以说是编辑思想的物化。因此,任何一个出版物,无论是内容还是形式都必须体现编辑的宗旨和意图。这样,编辑思想信息的彰显,就成为编辑传播的必然了。

编辑思想信息的彰显有直接彰显和间接彰显两种形式。直接彰显是编辑主体对所秉承的编辑宗旨、理念、意图等的公开宣扬,常常表现于图书的序言、出版说明,期刊的卷首语、发刊词等编辑辅文之中。间接彰显则主要体现在对编辑客体信息的选择、加工和版式的装帧设计之中,其彰显的结果则形成书刊不同的编辑特色和风格。

三 编辑彰显的方法

1. 选择彰显

选择彰显就是通过对文化信息的取舍以昭示编辑的宗旨和理念,突出编辑的风格和特色。无论是书籍还是报刊,由于其所属类别、出版宗旨、读者对象等的不同,构成了各自的特点,这些特点的彰显,重要的一环就是稿件的选择。文艺出版社选择的是文学艺术作品,少儿出版社选择的是少年儿童类作品;学术期刊选择的是学术研究类文章,科普期刊选择的是科学普及类文章。在编辑活动中,每一个编辑主体无不是通过选择突出自己的特点,显示自己的特色。

选择作为编辑彰显的方法,在长期的编辑实践中积累了丰富的经验。孔子编辑“六经”,以“仁”作为编辑思想的核心,对鲁、周、宋、杞等国的文献资料进行取舍:“不语怪、力、乱、神”,删去芜杂荒诞的篇章;“攻(治)乎异端(杂学),斯害也已”,排斥一切反中庸之道的议论,宣扬了儒家学派的理论主张和价值观念,开创了编辑选择彰显的先河。〔8〕有“中国第一刊”之称的《读者》杂志,无论是信息内容还是编排形式的选择都具有鲜明的特色和风格,即使是一些细节元素的选择,亦可见其彰显的独具匠心:刊名选择著名书法家赵朴初先生题写,这不仅因为赵老是文化界的名人,可增加期刊的知名度,更因赵老在佛学上造诣深厚,请赵老题写刊名,彰显了佛一样的悲悯和向善的编辑情怀;刊徽是从2.7万多份应征稿中选择的一只绿色

“小蜜蜂”，以“蜜蜂采花酿蜜，为人类提供‘物质食粮’，并传播花粉，引来百花盛开”的形象，彰显了“《读者》摘集文艺精品，为人们提供‘精神食粮’，传播知识，促进精神文明”的办刊理念。^[9]

2. 加工彰显

加工彰显是对文稿的晦涩之处修改明白，含混之处梳理清楚，以确保文稿语言表达的清晰性，意旨中心的明确性，层次结构的条理性。

文稿的表达不清涉及语言、结构、立意等方方面面，从标点到用词、语句到段落、篇章结构到中心思想，都可通过编辑加工达到彰显的效果，而以下的方法对信息的彰显最为行之有效：一是删简繁冗，即通过删减文稿的芜杂冗余的文字，突出精华的内容。尤其是学术期刊，“有的作者一写文章就要自成体系，生怕不完整，总想把有关的问题都交代清楚。但这样一来，别人的东西盖住了自己的研究成果，反而喧宾夺主了”。^[10] 对这类文稿进行加工，删除芜杂多余的文字，精简可有可无的内容，注明参考文献代替已有知识的复述，文章的重点与精华自然就“水落石出”。二是钩玄提要，把文章的精华信息以简明的语言概括于篇首或段首，便于读者快速把握文章的要旨和精髓。三是添加标题，即对那些没有小标题的长篇文章添加小标题，既能突出文章的要点，又能彰显文章的层次。周振甫先生担任钱钟书先生《谈艺录》一书的责任编辑时，发现该书稿没有目录，也没有标题，于是就为该书添加了360多个提要性的小标题，并编制了目录，每个小标题都精练地概括了文中的要旨，使书中的内容和层次更加明晰，方便了读者的阅读理解，至今传为美谈。^[11]

3. 编排彰显

编排彰显就是运用排版技巧，凸显书刊的重点与精华，清晰内容的结构与条理。

编排彰显的具体方法，大致有以下两种：一是科学安排结构。首先是明确文章的编排顺序，即按不同的学科、不同的内容，或者不同的体裁安排好文章的先后，以清晰组合的条理。其次是突出内容重点，把最有价值的，读者最需要的、最感兴趣的文章安排于显著的位置，明确主次轻重，以方便读者的检读。在报刊编辑中，安排结构的具体操作是做好栏目设置，把不同类别的文章归类到合适的栏目中去，方便读者的选择阅读；而封面标题、封面摘要的形式（包括报纸头版的“要闻导读”），对重点文章、重要内容的彰显作用尤为显著。二是灵活运用版式语言。例如，在版式设计中运用不同的字体、字号，不同的色彩区分不同的内容；对重点文章加大标题、加题图（刊头）、用花线围框，对文内的精髓语句以黑体字号标示，等等，都可起到清

晰条理，突出重点，方便读者检读的作用。

4. 辅文彰显

所谓辅文彰显，就是运用出版说明、发刊词、卷首语、编后记、编者按、内容简介、导读等编辑辅文，说明编辑的宗旨和意图，介绍书刊的性质和内容，阐释文章的特色和价值，引导读者的阅读接受。

编辑辅文是对书刊内容的辅助说明，因而无论是对编辑主体信息还是客体信息都有直接的彰显作用。例如，蔡元培先生撰写的《北京大学月刊》发刊词，所阐发的“网罗众说，兼容并收”的编辑原则，彰显了月刊编辑的民主思想。对那些具有重要价值的文章，通过添加编者按，说明编辑的意图，揭示其价值意义之所在，有助于读者的认知理解。对一些有不同见解的争鸣文章，通过添加编者按，既可介绍文章的特异之处，又可表明编辑的态度。通过书刊的内容简介、导读之类的辅文，介绍信息精华，梳理内容类别，推介重要文章，可增加读者的注意和方便读者的检读。□

参考文献：

- [1] 丛林. 中国编辑学研究述评(1983~2003)[M]. 济南: 齐鲁书社, 2004: 222-237.
- [2] (美) 格罗斯. 编辑人的世界[M]. 齐若兰, 译. 北京: 中国工人出版社, 2000: 115-116.
- [3] (日) 鹭尾贤也. 编辑力——从创意、策划到人际关系[M]. 陈宝莲, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 105.
- [4] 徐柏容. 期刊编辑学概论[M](2版). 沈阳: 辽海出版社, 2001: 375, 385.
- [5] 李群. 浅谈书籍版式设计艺术[J]. 新闻传播, 2005(9): 11.
- [6] 沈兴耕. 报纸编辑实务(2版)[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2007: 8-9.
- [7] (美) 本顿·雷恩·帕特森, 科尔曼·E·P·帕特森. 期刊编辑(2版)[M]. 崔人元, 译. 石家庄: 河北教育出版社, 2004: 34.
- [8] 范文澜. 中国通史简编(第一篇)[M]. 修订本. 4版. 北京: 人民出版社, 1964: 210.
- [9] 梅红. 《读者》的品牌及审美分析[D]. 成都: 四川大学文学与新闻学院, 2006.
- [10] 钱文霖. 科技编辑方法论研究导扬[M]. 华中理工大学出版社, 1992: 12.
- [11] 范军. 技能: 编辑职业道德的一个基本要素[J]. 科技与出版, 2004(6): 13-15.

(作者单位《广东海洋大学学报》编辑部)