

信息时代编辑的职业素养

——基于出版人俞晓群的启迪

何瑶琴

(南京大学 信息管理学院, 江苏 南京 210093)

摘要: 在当前信息泛滥的时代, 编辑作为出版把关人的职责更加凸显。俞晓群从辽宁出版社到海豚出版社的出版经历表明, 信息化时代的编辑应具备精湛的文字写作能力、强烈的文化传承意识、良好的团队合作意识等职业素养。此外, 在出版社经营中, 企业要尽快形成自己的文化定位, 以规避随编辑的离职而引发图书品牌流失。

关键词: 俞晓群; 编辑素养; 文化追求; 信息时代

中图分类号: G214.1

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2012)01-0093-04

Professional accomplishment of editor in information age:

Enlightenment of Yu Xiao-qun's editing experience

HE Yao-qin

(School of Information Management, Nanjing University, Nanjing 210093, China)

Abstract: In the age of global information, editor's publishing duties are very important. Yu Xiao-qun's editing experience elaborated the self-cultivation of editors, such as good academic research ability, team cooperation consciousness and keen information consciousness. In addition, at the end of the article, the author also proposed that the publishing houses should form their own corporate culture promptly in order to prevent the loss of product brand with the quit of the editor.

Key words: Yu Xiao-qun; editor's accomplishment; cultural pursuit; information age

随着网络与自助出版等出版模式迅速崛起, 传统出版环境下的作者、编者与读者关系被打破, 作者可以跨过编辑环节, 直接在网上向读者出售作品; 读者在选择图书时, 也可以绕过编辑, 直接与作者沟通, 从而获得更多更广的选择性。出版的门槛大大降低后, 作为出版把关人身份的编辑, 似乎也面临着被架空的困境。在资讯空前激增给读者选择作品提供无限可能的同时, 新的问题也随之出现: 面对海量的信息, 该如何从中选出有价值、有意义的信息? 有人统计, 仅就当前自然科学的信息量而言, 每年全世界出版科技期刊就达 10 多万种, 发表学术论文 500 万篇左右; 出版图书更是有 50 多万种。有人分析, 一个科学家即使一天不间断工

作 24 小时, 也只能阅读自己专业出版物的大约 5%。^[1]如果仅依靠读者个人的有限力量, 恐怕难以完成庞大信息的筛选工程。因此, 读者要获得优质的信息资源, 仍将依赖于专业人士的推荐或选择。因而, 信息时代的编辑仍将获得生存空间, 并且其把关人职责将会更加凸显。

那么, 一名编辑要拥有怎么样的职业素养和出版追求, 才能够立足于信息化时代的出版业呢? 俞晓群的出版经历似乎能帮助找到答案。俞晓群是一位有名的出版人。他是数学科班出身, 做过数学编辑, 编辑过《李俨钱宝琮科学史全集》这样的科学史巨著, 同时他又在社科图书出版方面取得了了不起的成就。1986 年, 年仅 29 岁的俞晓群当上了辽宁教育出版社的副总编辑。在辽宁教育出版社工作期间, 他先后推出了“国学丛书”、“书趣文丛”、“新世纪万有文库”等一大批影响力和知名度非常大的

收稿日期: 2011-11-30

作者简介: 何瑶琴(1985—), 女, 江西东乡人, 硕士研究生, 主要从事出版理论与出版史研究。

丛书。2009年,俞晓群辞去了辽宁出版集团副总经理的职务,到中国国际出版集团旗下的海豚出版社担任社长。进入海豚出版社以来,俞晓群先后策划出版了“海豚书馆”、“幼童文库”等一系列社会反响非常好的丛书,以至于连书商都惊呼像“海豚书馆”这种书很多年没见过了。^[2]这在当今浮躁的出版圈内可谓了不起的成就。笔者试以俞晓群的出版经历为例,对信息时代编辑的职业素养进行探讨。

一、精湛的文字写作能力

钟叔河先生曾说,好编辑是编出来的也是写出来的。编辑要有两支笔,蓝笔自娱,朱笔编文。这句话实则对编辑的能力提了两点要求:一是实践能力,即审稿、改稿等业务能力;二是写作能力,更确切地说是学术研究能力。编辑工作做久了容易得一些职业弊病,如埋头于机械式的简单操作而疏远学术文化,过分强调出版的商业性而忽视文化价值。要避免这些职业弊病,编辑就应有且行且思的职业意识,不仅要懂得实务技能,也要善于做学术研究。尤其在当前新知识不断涌现,新兴学科不断发展的信息化时代,编辑的学术研究能力有了新的意义。编辑如果不能通过学术研究来了解学术新动态,掌握最新学术信息,他们就无法掌握交流的话语权,无法与作者产生共鸣,无法获得作者的信赖。没有好的作者资源,出版社就丧失了核心竞争力。因此编辑通过学术研究来争取作者,为出版社寻找优质的出版资源不失为一条有效的路径。

俞晓群不仅认同钟叔河先生“两支笔”的观点,而且他本人也是典型的“两支笔”编辑。他在《选择题:何种资质的人适合从事编辑工作?》一文中,俞晓群对编辑的基本素质做了四点要求:“两支笔”、纠错敏感症、“包打听”和交流狂。^[3]在“两支笔”的编辑理念方面,俞晓群受张元济先生的影响颇多。张元济先生是近代杰出的出版学家,他有着非常专深而广博的知识。就“专深”方面,他对版本学有着非常深厚的造诣,自称天下第一人,并亲自操作了《四部丛刊》、《续古逸丛书》、《百衲本二十四史》和《丛书集成》四大工程。至于“广博”,张元济先生不仅深谙古典文献学,而且对西学也非常有研究,在他的带领下商务印书馆翻译出版了许

多西方经典学术著作,涵盖社会学、自然科学、文学等多方面。俞晓群说,在出版的意义上张元济先生是学习的模范。^[4]他的确也将张元济先生视为学习的榜样,最明显的就是,学习张元济先生“一专多能”的知识结构。因此俞晓群在从事出版之余,没有放弃数学研究,撰写了《数术探秘:数在中国古代的神秘意义》、《数与数术札记》等深受业内人士好评的专业书籍;还撰写了《人书情未了》、《这一代的书香》、《前辈》等颇具影响的出版学著作,进而成为一位双栖的出版人。

纵观出版史长河,可以找到许多手握两支笔,奋斗在出版第一线,却仍不忘从事学术研究的优秀出版人。例如,赵家璧先生不仅策划出版过《一角丛书》、《中国新文学大系(1917—1927)》等皇皇巨著,而且还撰写了《编辑忆旧》、《文坛故旧录》等出版学著作。又如张中行先生既是优秀的编辑家,又是著名的散文家。

二、强烈的文化传承意识

近些年,出版界刮起一股强劲的商业风,出版的经济效益受到过分关注,而社会效益则多少被忽视了。出版固然要追求经济利益,但也不能忘记其文化特性,而且文化行为正是出版的本质所在。江晓原曾说,到人人可在网上贩卖个人作品时,电子书将迅速“垃圾箱化”,到那时,将有99%的电子书会是垃圾,只有仅剩1%是有价值的。^[5]面对庞杂纷繁的资讯,编辑主体在出版活动中该如何摒弃泛滥的低俗作品,将那仅有的1%的有价值的文化产品筛选出来呈现给读者呢?这不仅要依赖编辑的信息检索能力,恐怕更要依赖于编辑的出版理想与文化追求。在信息激增导致大量文化垃圾出现的时代,编辑应多谈一点文化追求与出版精神,多一点沉着而少一点浮躁。

针对当前编辑人员面临着信息爆炸所引发的资讯激增的挑战,俞晓群曾不乏幽默地要求编辑要像“包打听”一样对文化出版前沿动态了如指掌。一位“包打听”的编辑,能够“小本一翻开,可以轻易地找到某位作家、学者的行踪;他知道最近学界发生了哪些事情;他知道某位作家正在写什么;他知道某一领域谁是最顶尖的人物;谁是眼下最活

跃的人物；他甚至知道许多作者的秉性、德性、爱好、观念、习惯、困难等等。”^[2]只有掌握了学界的最新文化动态后，编辑才有可能寻找到有价值的书稿资源。1993年，俞晓群为辽宁教育出版社写了这样一句广告：“辽宁教育出版社敬告旧友新知，我们的理念：为建立一个书香社会而奠基。”^[6]这句话成为他此后一直努力奋斗的目标。为了追求他的出版理念，他辞去了辽宁出版集团副总经理的职务，重返出版第一线。因为在他看来，只有奋斗在出版第一线才能够真正称作出版人。俞晓群曾说，做出版要讲求内容上的文化传承和业务上的师徒传承。在文化传承方面，他立志要像张元济、王云五、沈昌文学习，向读者提供优质的文化作品。在这三位领路人指引下，他决心做一套庞大而有进益的大型丛书，将之做成现代的“万有文库”，为书香社会的建设添砖添瓦，因此“新世纪万有文库”得以出炉。进入海豚出版社之后，他又继续了他的“万有”事业，策划出版了“海豚书馆”，并将它定位为中国的“企鹅丛书”与“岩波文库”。不论是“新世纪万有文库”还是“海豚书馆”，它们都体现了俞晓群的出版理念与文化追求——为建立一个书香社会而奠基；做有存留价值的出版物，走商务印书馆的老路。

赵家璧所主持的《中国新文学大系》的编选也证明了编辑文化传承意识的重要。20世纪30年代，赵家璧决定学习日本出版界，出版一套五四以来的文学作品丛书，丛书分为文学作品、文学史料、文学理论三大部分，各部分之下又细分出文学流派、文学类型等。尽管这个选题构思非常新颖有价值，但出版工作中编辑同样也面临着极大的难处——各卷次内容该请谁来担任编选者最为合适。最终，赵家璧经过深思熟虑，请到了胡适、茅盾等大家担任编选者，这套丛书也获得了巨大的成功。试想，如果策划编辑赵家璧没有根深蒂固的文化情结，不了解当时文艺界的动态与各流派的发展历程，他如何能够请到胡适、茅盾这样的大家来做编选？没有这些优秀的编选人员，又如何能获得赞誉？

俞晓群曾是辽宁教育出版社的总编，在辽教社期间，他出版了许多优秀的文化出版物，打造了许多家喻户晓的图书品牌。但随着他个人的工作调动，辽教社不少品牌图书的版权，都转移到了海豚

出版社。如辽宁教育出版社出版的《中国读本》，其销售量超过上千万册，但如今它的再版权已经“花落”海豚出版社。高层的人事变动牵动着出版社的出版路线，这种现象反映了什么？笔者以为，它反映出的是出版企业仍未完成自己的文化定位。真正完成了文化定位的出版企业，它的企业文化、企业理念是植根于整个企业，而不仅仅是领导层的。俞晓群曾将企业明确文化定位获得生命力的时间称作“做活”，做活指稼禾草木在移植后，重新复活需要时间。目前，我国大多国有出版企业仍处于半体制、半市场的状态，仍未完成自己的文化定位，“做活”的使命仍未完成，市场竞争力有待进一步加强。不少出版社的市场定位与企业高层管理者的个人追求有着密切的关系。只有当编辑的文化传承意识植根于整个企业的文化理念，和企业的文化定位紧密结合起来，才有传承的力道与独特的文化魅力。

三、良好的团队合作意识

“为他人作嫁衣裳”是出版界有名的一句比喻。这句话从侧面反映了编辑工作的性质，即与人交流，与人合作。要做好出版这一行，非一人之力所能及，一本图书的出版是作者、编辑、发行、印刷等方面良好协作的结果。尤其在当今现代出版技术的积极带动下，编辑活动也不断地往外拓展，出版流程与编辑主体的角色定位等都发生了诸多变化。例如，编辑不再是传统的案头工作者，编辑主体的分工越来越细化，有根据市场动态收集资料策划选题的策划编辑，有负责联络作者组织稿件的组稿编辑，也有专门负责完善稿件质量，消除稿件知识性错误的文稿编辑等。如果一个编辑没有良好的团队合作意识，出版工作很难取得成就。

沈昌文曾夸俞晓群领导出版善“放手”，说他的放手不是因为藏拙，而是出于会心。^[7]“放手”正是俞晓群团队合作意识的重要表现。1998年，《万象》杂志在辽宁教育出版社复刊，这本杂志希望走“老店新张”的路子，继承并延续20世纪40年代上海老《万象》的传统。《万象》杂志的创刊，是俞晓群、沈昌文、陆灏三人合作的结果，俞虽为杂志总编，但杂志的主要编辑工作却是由沈、陆负责，

并且杂志编辑部也设在了上海,而不是辽宁。《万象》杂志的经营鲜明体现了俞晓群的“放手”,因为编辑不可能都是从策划到营销的全能高手,加之个体的力量也是有限的,只有充分发挥团队的力量,放手去干,才能做出成就。正是因为俞晓群先生的“放手”,不少大部头丛书的策划出版,从“国学丛书”、“书趣文丛”到“新世纪万有文库”,再到“海豚书馆”,其背后都站着—个庞大的精英团队。其中“国学丛书”可以说是开了90年代“国学热”的先河,俞晓群邀请到了葛兆光、冯统一、王炎参与编辑部工作,进而筹建了一个阵容一流、声势浩大的编委会,其中有汤—介、张岱年、庞朴、金克木、周振甫、徐邦达、梁从诫、傅璇琮等著名学者。“国学丛书”先后出版了20本书,可谓部部精品,其中有的已成为相关学科的经典著作,有的作者更是一举成名并奠定了个人的学术地位,江晓原及其《天学真原》即是其中—例。再如“新世纪万有文库”,他请来了杨成凯、沈昌文、陆灏担任学术策划;出版“海豚书馆”,又请来董桥、葛兆光、陈子善等知名学者担任主编。这些丛书从内容上来说,涉及了多个学科领域;从时间上而言,有的横跨了数十年。这些出版项目的背后都有如果没有—个团队的整体规划与组织,仅凭—人之力是很难成功的。

俞晓群的团队合作意识还鲜明地体现在他对业内老前辈的谦虚求教上。出版是经验产业,不论是做高雅文化还是做庸俗文化,都有不同的路径和做法,要立志于做出版,就应找对领路人。特别是新编辑如果能有出版前辈的指点,将会事半功倍,积累更多宝贵的经验。沈昌文先生可称为他的良师益友和业务带领人。在业务上,俞晓群学习沈昌文先生,并称沈为他的精神导师。^[4]俞晓群策划的许多丛书,都有沈昌文在幕后支持,帮助出谋划策。以“新世纪万有文库”为例,这套丛书从选题的策

划到名称的敲定,从总顾问的遴选再到编委会的选择,都离不开沈昌文的帮助。沈昌文之于俞晓群,就如郑伯奇之于赵家璧,都是引路人和指导人。赵家璧曾经说:“伯奇是我的良师益友,在我的编辑工作中,他是我的好参谋,我能作出的任何—点微小的成就,都与郑伯奇的指导帮助分不开的。”^[8]直到晚年,赵老仍常说郑伯奇是他的引路人,如果没有郑老的引导和指点,他就不会走上文艺工作的道路,也不会取得那么大的成就。赵老的经验之谈告诉我们,新编辑的成长离不开业内老前辈的指导和帮助。因此,作为新编辑来说,尊重业内老前辈并向他们虚心求教是其题中应有之义。俞晓群曾说:“像我们这种新生的、尚未入流的出版社,如果有陈原、沈昌文这样的高人带路,可以少走许多弯路,就可以在业务上—步登天!”^[3]

参考文献:

- [1] 左健. 编辑的主体性[M]. 南京: 南京师范大学出版社, 2010: 54.
- [2] 王研. 书商说: 这种书很多年没见过了[EB/OL]. <http://www.dolphin-books.com.cn/main/newsdetail.cfm?iCntno=767>. 2011-12-13.
- [3] 俞晓群. 这一代的书香: 三十年书业的人和事[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2010: 268.
- [4] 俞晓群. 谁是我们的导师? [J]. 编辑学刊, 2011(4): 43-47.
- [5] 江晓原. 电子书时代, 出版社会消失吗? [J]. 编辑学刊, 2010(3): 51.
- [6] 庄向阳. 俞晓群——用文库建设书香社会[EB/OL]. http://www.dailyss.com/content/2011-10/18/content_6153120.htm. 2011-12-13.
- [7] 沈昌文. 俞晓群, 我的“黄金时期”的朋友[EB/OL]. http://www.chinaxwcb.com/2010-07/30/content_203199.htm. 2011-06-12.
- [8] 赵家璧. 编辑忆旧[M]. 北京: 中华书局, 2008: 105.

责任编辑: 曾凡盛