

编辑、传播与符号^{*}

陈 国 剑

本文从符号出发,探讨了编辑过程及编辑与传播的关系,指出编辑是以传播为目的的符号代码检定和符号模式设计活动。

作者:陈国剑,河南大学学报编辑部编辑,开封 475001

编辑科学是一门尚在发育中的科学,人们对其研究的方法无外乎是对编辑实践经验的总结与分析,或是移植较成熟学科的相关部分。关于移植,最成功的例子则是编辑与传播理论的结合,再就是初见端倪的符号科学的引用。就编辑工作的共性而言,已有的研究主要是从传播学的角度着手,但也有涉及符号科学的论述。杨扬先生曾从编辑传播结构中总结出编辑的共性,“就是,处于社会文化传导枢纽位置上的编辑活动的目标是使适当质量的精神产品得以用物质手段确定化,以按照一定方向影响接受传导者;这种活动的显著特征是把关与建造活动在适应传导需要上的结合,并以与之适应的编辑动作及操作对以经济为基础的社会生活各方面都显示出中介作用;其集中的和主要的以文化成果传导的形态对精神文明建设尤其是文化库藏及交流起着影响广远的作用,并通过这种作用影响其它领域”;他以“为传导而进行的‘编言贯物,使宛然成章’,并在大范围里发挥‘知能流通’的作用”来表明编辑活动的基本特征,并指出“‘言’可以指一切用来传导的语言符号或其它文化手段”^①。这就隐喻出编辑、传播过程与符号所具有的关联。这种关联应是在考察编辑活动时所注重的。本文意在分析这种关联,探讨编辑的实质及编辑与传播的关系。

一、符号:传播的要素,编辑的对象

在符号学中,一切能够作为某一事物的标志都可称为符号,如语言、文字等。通常,人们在习惯上把代表某一事物或某种关系的信号或象征物称为符号。

符号是人类创造出来,用以掌握世界并借以相互交流的文化表征,创造和使用符号是人类特殊的智能。这种智能的发达和展示,取决于社会活动和思想交流的需要,即传播的需要。在符号产生之前,人类的情感表达与鸟兽无异,主要是借助于极简单、有限、独立的生理信号,如喉管的发音、面部的表情、腺体分泌物的气味等。使用信号所表达的意义极其有限,不仅是表象的而且只能局限在固定的时空场合,人们不能用之于表达复杂的思维概念,更不能在时空发生位移后描述事情的经过。抵御自然维护生存促成了人们共同协作的社会生产活动,而协作需要社会各成员间进行必要的交往,传达各种信息,语言便在劳动中产生了。语言作为一种符号,使得人们可以直接地进行相互交谈,即时传达信息。语言是建立在声音信号基础之上的复杂系统,在某个人类集体中作为一种公认的、人人明白的符号,在言语过程中相互结合起来,能把内容无限丰富的信息从集体中的一个人传递给另一个人,特别重要的是这些信息能涉及到的事情对于说话的人而言,在时间和空间上无论多么远,听者的反应往往是同样敏锐和直接,好似他亲自参与了被描述的事件。这即是语言能表达时间和空间上相当遥远的事件,人们可用它很好地传达情感、消息、思维等。但在科技尚不发达的时代,语言依赖于活的生物体,有不能贮存,不利于传播的缺陷,故人类又创造了语言的符号——文字。利用文字可将语言镂于金石竹木龟甲或书写于帛纸形成较为永久的物质媒体。借助于媒体,人们之间传播的信息可以脱离主体,并且更广泛,更可靠。语言和文字属于语言符号的范畴。为

了适应于不同的环境和要求,人类还创造了非语言符号。非语言符号是借助于直接打动人的感觉器官的各种各样的符号,如人的表情、手势、神态、穿着等,虽不以语言或文字为载体,但要以语言为基础,它不同于信号,而具有符号的一切特征。

符号的基本特征,即符号总是以形或声、光或色等可被人感知的东西作为媒体,指代一定的对象,表示一定的意义,但符号与其所指代对象或所表示意义之间却没有必然的联系,而是人们在社会交往中约定俗成的。符号与其指代对象或表示意义一旦约定俗成,便具有词典式的社会规范性,人们不能随心所欲地阐释。这种词典式的规定意义,在使用该符号的社会中,在信息传达者与接受者双方的头脑中是共同的,相互符合的,因此,一个符号可以勾通两个或多个黑箱式的头脑,实现一定的思想交流,这便是符号的功能特征,即符号具有传播的功能。符号的另一个重要特征即是符号能够多层分解与多层组合。符号本身作为一种系统,是由许多层次组成的结构,简单地说,符号结构有符表层(如语言、文字)、规则层(如语法)、意义层(如思想意义)和模式层(如传播媒介)等等。符号结构既能够多层分解,又能够多层组合,具有再组织性,能够自由结合构成符号系统,表达复杂的意义,即符号既可以结构而生成,又可以解构而还原。在符号的结构和解构过程中,意义便实现了转换、生成和交流、增殖,因而符号能够独立地进行系统编码。正是由于符号的这一特征,才使得它能够在传播过程中得以无限的运用。

对于传播,不同的学派有不同的定义^②,但所有的定义无不与符号有关。奥斯古德等将传播定义为“一个系统,通过操纵可选择的符号去影响另一个系统”;S·A·西奥多森和A·G·西奥多森将传播定义为“个人或团体主要通过符号向其他个人或团体传递信息、观念、态度或情感”;大众传播则是指“把一特定精神内容的符号系统通过机械性媒体大量地传播给不定的大众”^③。传播的过程即是将由符号组成的讯息,由发送者,经过一定的传递通道,传递给接受者,其中,符号是信息的载体,传播信息必须依赖符号,所以施拉姆认为:符号是人类传播的要素^④。

在传播过程中有两个环节是不可缺少的:一是信息的发送,发送者通过编码将信息符号化;二是信息的接受,接受者(大众传播称之为受众)通过译码从符号中获取信息,即符号读解。“符号化(编码)是以符号形式将有关物质结构的图象集合化为对生物

体有意义即赋与意义的符号序列过程,符号解读(译码)是将这一定意义的符号还原,以变为生物体有用之物。”^⑤要保证编码与译码的一致,就必须采用约定的代码,尤如电报的发送与接收,编码与译码需要依据一定的法则或规约。代码是符号特征的体现,具体地讲是字、词、句、文体的构成与它所表达的意义。符号代码作为字典、语法、句法和文体章法在一定的地域内是相对稳定的社会规范,其或是在符号的发展过程中自然形成的,或是由社会某些机构的参与约定而成的,或是由政府部门为达到“天下一统”而强制施行的规定。如汉字的形、声、义,汉语言的词、句结构与表义,曾经历了秦时的“书同文”和现代的简化与白话文的推广;又如各类科技符号是由ISO制定,各国科研、教育等部门推广的通行全球的规范。学过物理学的人都知道 $F=ma$ 代表的是物体所受的力与加速度的关系,知道 F 、 m 、 a 分别代表的是力、质量、加速度,知道这一式子是牛顿第二定律的表达式,并知道它成立于惯性质点系。符号的代码也常常通过编辑的参与,借助于传播媒介的推广而形成。如汉文字中的女性第三人称代词“她”,在19世纪前并不存在,而是同“他”;“五四”运动后,一些翻译家在译到女性第三人称时,为与男性区别,译为“他女”;鲁迅写小说时,则用“伊”表示;《新青年》编辑刘半农,在1920年6月写了一篇《“她”字问题》,提出用新造的“她”字作为女性第三人称代词,后经推广便固定下来成为规约。符号代码的约定往往需要大众传媒的参与,最终得到社会的承认,这是因为大众传媒具有说服和教育的功能,并具有传播的广泛性。

正是由于符号代码,使得符号与符号的结合构成与分解破译具有一定的法则或规约,符号才能应用于传播。处于传播中的个人必须接受这种社会规范性,在发出信息时依据代码进行符号的编码,在接受时依据代码进行符号的解码取得信息。对于大众传播而言,要面向众多接受者,遵从代码规范进行编码尤为重要,编码越规范,译码越准确,信息的传播效果越好;如果编码不准确,就会引入影响传播的“噪声”,在译码时就会产生歧义,出现“听非所言”的结果。由于符号的结构层次特征,决定了符号代码系统的庞杂性,个人行为与社会规范难免不会出现偏离;同时,遵照代码规则进行的符号编码所表达的意义,在某一地域的某一时期也可能是不合时宜的,甚至是反动的,就会受到禁止,从而给符号的编码加

上了政治色彩。所以,遵守代码规则,不仅表现在符号结构的符表层、规则层,还表现在其意义层和模式层。处于大众传媒之中的编辑所进行的工作,就是从这四个层次对符号编码的检定,以消除符号编码过程中代码规则的误用,从该种意义来说,编辑的操作对象乃是符号。

自从有了文字以后,我们的祖先才有可能给我们留下一部部的书籍,这其中的一些一直流传到今天并将继续流传下去。自从有了图书,也就产生了编辑活动^⑤,故有人认为编辑活动的对象是出版物。这种认识并没有深入到编辑工作对象的实质。其一,出版出版物的生产是一种社会劳动的结果,编辑工作只是这种社会劳动中的一个必要的组成部分,最终的劳动结果——出版物不能称为其劳动的操作对象;其二,编辑运作的过程表现为对原稿的审、订、编、校,实质上是对符号结构层次的考查、修正、组织、对比。在这一过程中,要考查符号结构的符表层和规则层,修正语言或文字的错误,修订语法的错误,还要考查符号结构的意义层,选用更能准确表达意义的符号结构,清除具有反动意义的符号结构,清除具有反动意义的符号构合。最后考查符号结构的模式层,进行加工和组织,设计出新的符号模式“母本”以供机械性大量复制。人们常说编辑是文字工作,也即是指编辑以符号为操作对象。这里,还有必要提及原稿的创作过程。原稿的创作即是符号编码的过程,其操作对象也是符号,但它不同于编辑。创作是将要表达的意义,依据符号代码,选择、组合符号的过程,也就是说创作的起点是要表达的意义,而编辑则是从符号着手,检查符号的编码是否符合代码规范及其他社会规范,并修改校正符号的结构,以使符号结构符合符号的编码规则,故编辑者可称为符号代码规范的卫护者。过去的一些研究没有深入到符号这一基本对象,故对于编与撰的论述模糊不清,使编辑学的研究过多地涵盖了写作学。

符号作为传播的必备要素,编辑的操作对象,将编辑与传播联系到了一起,使两者间具有因果互存的关系。

二、编辑与传播:手段与目的

编辑总是与传播联系在一起的。没有传播就没有编辑,而编辑的形成却极大地提高了传播的效率。已有的研究指出编辑活动是一种知识传播活动,编辑学即是一门传播学^⑦;也有人认为“编辑”一词难

以概括当前编辑工作的全部内容,因此“编辑学”作为一个学科名称似名不副实,故建议改称“编辑传播学”或“编传学”^⑧。这些结论无疑是形式上比较的结果,都是从传播学的角度来考察编辑工作的。传播学者施拉姆指出:“在信息传播网上布满了把关人,在这些把关人中,记者决定对某次法庭审讯、某次突发事件或某次政治示威,报道哪些事实;编辑决定从电讯稿中选用哪些消息,摒弃哪些消息;作家决定写什么样的人物和事件,表现什么样的人生观;出版编辑决定出版哪些作家的作品,对他们的手稿作哪些删节;电视片和电影制造商决定把镜头对准什么地方;影片编辑在剪接室里决定胶片的取舍……”^⑨编辑、记者、作者、影片商等都是传播网上的把关人,他们都在进行传播活动。基于此,将编辑活动称之为一种知识传播活动,认为编辑活动是传播活动,把编辑学称之为——一门传播学,也不足为怪。也无可否认,编辑活动与传播确有一些共同的工作特点和类同的功能,但是由此得出的结论却不能真正地反映编辑活动自身的规律性,其结果是将编辑与记者、作者、影片商人等的工作等同起来,将编辑学溶入了传播学,使之成了徒有虚名的东西,这与编辑无学的论点并无什么区别。

建立编辑学,只能立足于编辑工作,多角度地审视编辑活动,这样才能得出较为客观的见解。从大众传播和编辑活动两方面来探讨,就会得出:编辑是进行大众传播的手段,大众传播是编辑活动的目的。

首先,编辑活动的产生和发展是人类传播活动的需要。对于编辑产生于何时,在已有的研究中出现了分歧,有的学者认为编辑产生的年代较早,古代的巫师、乐师、史官是最早的编辑^⑩,有的学者认为编辑是印刷工业化后,随着书籍的商品化而产生的^⑪。前者偏重于字义,而后者着重于形制。一种形制的形成,既需要一个孕育发展的过程,又需要其发展存在的原因。编辑无疑是一个历史的发展的概念,编辑作为一种活动,其开始是无形的,蕴含于文学史料的整理和撰写活动之中。人们整理和撰写文字史料的目的是为了保存信息,传递与后人,即是为了传播。但由于起初传播的范围和规模受技术条件的限制,极其有限,编辑活动只能作为其他工作的一种成分而存在。随着社会的需要和物质技术手段的提高,传播规模逐步扩大,编辑活动在其他工作中的成分也越来越大。到了近代社会由于印刷技术的逐步完善和社会的需要,书籍得以大规模复制,并成为

了商品,图书的编辑需要职业化才能与之相适应,职业编辑便应运而生,编辑成为有形的活动。职业编辑的产生不仅繁荣了书籍的出版,而且产生了传播速度快、范围广的杂志、报纸等大众传播媒介,丰富了符号模式,也使得编辑工作更加具体化,出现了图书、杂志、新闻报刊及广播、影视等各类编辑。纵观历史,无论是编辑活动或是职业编辑的产生与发展,其根源是人类传播文化、知识的需要。

第二,大众传播必须依赖编辑工作。所谓大众传播亦称大众媒介传播,是指通过报纸、杂志、广播、电视、书籍及电影等传播媒介向为数众多的人提供消息、知识、思想、见解、娱乐、广告等的活动,而报纸、杂志、广播、电视、书籍和电影等大众传播媒介的生产离不开编辑工作。编辑工作是具体地设计、组织、审读、编修各种典章文籍、书报杂志及声像作品等精神文化工程的活动,故大众传播学关于媒介的研究,将其称为“处于大众传媒中”的一种活动,将编辑人员称为“处于大众传媒中”的编辑。就该点而论,大众传播学有时将编辑与报、刊、影视等合称为大众传媒,有时仅称报、刊、影视为大众传媒,较为含糊,这主要是因为大众传播学所重视的主要是传播效果的研究,而对媒体本身的研究相对较少,而作为编辑学理应是研究编辑的过程,这里我们将传媒局限为报、刊、影视等,并统称为符号模式,可以看出,编辑活动是制作这些大众传媒的必不可少的主要环节,而传播活动则是大众传媒的使用者。没有编辑工作就不能产生出大众传媒,没有大众传媒,就没有

注 释:

- ①杨扬:《论编辑活动的共性与个性》,见《论编辑和编辑学》,中国书籍出版社1991版,第152~167页。
- ②丹尼斯·麦奎尔、斯文·温德尔:《大众传播模式论》,祝建华、武伟译,上海译文出版社1987版,第5页。
- ③沙莲香:《传播学》,中国人民大学出版社1990版,第1页。
- ④施拉姆:《传播学概论》,台湾海天书楼出版社1997版。
- ⑤沙莲香:《传播学》,中国人民大学出版社1990版,第22页。
- ⑥朱文显、邓星盈:《编辑学概论》,四川社会科学院出版社1988版,第27页。
- ⑦潘宇鹏、蒋慧姝:《编辑学是一门传播学》,《北京师

大众传播的手段,就不会有大众传播。

再者,编辑的出发点是传播信息。王振铎教授将编辑活动誉之为“文化缔构活动”^⑩,在分析了书籍得以保存和流传的原因后,指出任何著述“得缔构而传,不得缔构而亡”,即只有得到编辑的著述才能得以保存下来,流传下去。张如法编审也认为:“民族优秀文化的积累、沉淀,离开了编辑的选择和组构实在是是不可能的。”^⑪我们的祖先为了传播自己的思想、见解和经验,著述很多,但得以流传下来的却是其中的一部分,这除了自然与人为的灾害破坏外,一个主要的因素就是没有进行及时的编辑整理。早期的编辑活动即是对资料的整理、订正的编撰工作,其出发点即是将这些资料信息保存起来传播下去。

三、编辑概念的界定

目前,编辑学的研究可谓进入了“丛林”,不同的“学科嫁接”方法产生了不同的观点和不同的概念。这些观点和概念都有其合理的一面,需要我们作认真的总结和深一步的研究。从大众传播学的角度审视编辑活动还不足以形成正确的编辑概念,还需要立足于编辑活动本身对其内外联系进行细致的分析,只有这样才能得出较为正确的结论。从编辑与传播的关系及它们与符号的关系看,编辑作为大众传播的手段,是以传播为目的,以符号为操作对象的符号代码检定和符号模式设计活动。它与传播、与撰写有着本质的区别。

范大学学报(自然科学版)》,1991年增刊。

- ⑧周文熙:《有关编辑学的几个问题》,见《论编辑和编辑学》,中国书籍出版社1991版,第181页。
- ⑨施拉姆:《人,信息和媒介:人类传播概论》,纽约1993年版,第138~139页。
- ⑩引自胡益祥教授在河南大学编辑学研究生班上的讲稿。
- ⑪刘光裕:《何谓编辑》,见《论编辑和编辑学》,中国书籍出版社1991年版,第20~27页。
- ⑫王振铎、司锡明:《编辑学通论》,河南大学出版社1989年版,第28~51页。
- ⑬张如法、杨清莲:《编辑的选择与组构》,河南大学出版社1998年版,第48页。

[责任编辑 李明山]