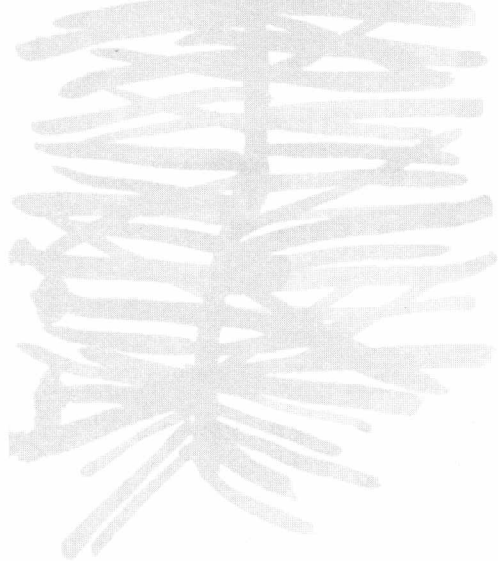


韬奋精神六讲

聂震宁 著

生活·读书·新知 三联书店

 人民出版社



韬奋精神六讲

聂震宁 著

生活·读书·新知 三联书店

 人民出版社

Copyright © 2015 by SDX Joint Publishing Company.

All Rights Reserved.

本作品著作权由生活·读书·新知三联书店所有。

未经许可，不得翻印。

图书在版编目 (CIP) 数据

韬奋精神六讲 / 聂震宁著. —北京: 生活·读书·
新知三联书店: 人民出版社, 2015.11
ISBN 978-7-108-05566-8

I. ① 韬… II. ① 聂… III. ① 邹韬奋 (1895~1944) —生平事迹
IV. ① K825.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 248554 号

责任编辑 叶 彤

装帧设计 薛 宇

责任印制 崔华君

出版发行 **生活·读书·新知** 三联书店
(北京市东城区美术馆东街 22 号 100010)

网 址 www.sdxjpc.com

经 销 新华书店

印 刷 北京市松源印刷有限公司

版 次 2015 年 11 月北京第 1 版
2015 年 11 月北京第 1 次印刷

开 本 880 毫米 × 1230 毫米 1/32 印张 5.25

字 数 112 千字

定 价 32.00 元

(印装查询: 01064002715; 邮购查询: 01084010542)

写在前面的话

2014年10月15日，习近平同志在文艺工作座谈会上发表了讲话。一年来，全国新闻出版界和文艺界一道，一直在认真学习和贯彻讲话精神。随着学习贯彻的深入，生活·读书·新知三联书店和人民出版社两家出版机构都产生了编写出版邹韬奋精神读本构想。他们认为，新闻出版界可以结合学习韬奋精神，加深对习近平同志重要讲话精神的学习理解和贯彻落实。

这两家出版机构与韬奋先生都有着特殊的联系。韬奋先生是生活·读书·新知三联书店的主要创始人之一，而在1985年以前，三联书店一直是人民出版社的副牌出版社。两家重要出版机构几乎是不约而同地与韬奋基金会联系，提出了编写出版韬奋精神读本的构想。

邹韬奋先生是我国现代进步新闻出版业的杰出代表，是唯一一位列入首批国家公祭日公祭烈士名录的新闻出版界人士。新中国成立以来，韬奋精神已经成为我国新闻出版事业的一面旗帜。

那么，什么是韬奋精神？韬奋精神主要包含哪些内容？我们

知道，对于韬奋精神，毛泽东同志曾做过精辟的总结，即“热爱人民，真诚地为人民服务，鞠躬尽瘁，死而后已，这就是邹韬奋先生的精神”。这是韬奋精神的核心。韬奋精神又是丰富的。韬奋在国家民族生死存亡之际表现出来的强烈的爱国主义精神，真诚地为人民服务的精神，坚持真理、永不屈服的斗争精神，以及正确处理新闻出版的事业性与商业性关系，善于经营，精于管理，爱岗敬业，等等，都是韬奋精神的重要内容。

这就是直到韬奋先生诞辰一百二十周年后的今天，国家公祭的三百位抗日烈士中有他的英名在列，许多围绕着他辉煌事迹的纪念活动相继举行的主要原因。这也是直到他不幸逝世七十多年后的今天，以他的名字命名的“韬奋新闻奖”、“韬奋出版奖”一直是新闻出版界个人成就最高奖的重要理由。

说来十分幸运，2009年我荣获了第十届“韬奋出版奖”。获奖的时候，我感到的主要不是自豪和骄傲，而是对伟大的爱国者、杰出的新闻出版家韬奋先生加倍的敬仰。

也是十分幸运的事，几年前我在中国出版集团公司任总裁，生活·读书·新知三联书店即在集团公司旗下，在三联书店改革发展的一些关键时刻，我不同程度地发挥过应有的作用。总裁任期届满交班后，我又荣幸地担任了韬奋基金会第四届理事会理事长。这是1987年为纪念韬奋先生而成立的我国新闻出版界唯一的公益性基金会。任职以来，我和基金会的同仁们，尽职尽责，为继承研究韬奋的思想文化遗产，弘扬韬奋精神，培养和表彰新闻出版业高端人才努力发挥作用。基金会创立了韬奋出版人才高端论坛，每一年度都会对韬奋精神和出版业人才问题进行高层次

的研讨。

编写韬奋精神读本的任务似乎是顺理成章地交给了我。

我知道这是一项非常艰巨的任务，应承下来需要足够的勇气和毅力，同时也明白，这是一件十分神圣的事情，我国新闻出版界早就应当有这样一个读本，而当前形势下尤其需要这个读本。无论是发自内心的敬仰之情还是出于目前的职责之所在，这项任务对于我几乎都是无法推卸的。在学习领会习近平同志在文艺工作座谈会上的讲话精神的同时，在阅读了关于韬奋先生的大量资料之后，在韬奋先生诞辰一百二十周年的 2015 年的盛夏，我开始了《韬奋精神六讲》的写作。

目 录

写在前面的话	1
--------	---

第一讲 为大众 1

1. 《生活》周刊的崛起	5
2. 竭诚为读者服务	10
3. 办一份真正“人民的报纸”	15
4. 服务之彻底精神	20
5. 小结之一	23

第二讲 爱祖国 27

1. “九一八”事变强烈发声的周刊	31
2. 轰动全国的三件大事	36
3. 轰动中外的“七君子事件”	42
4. 战而不屈直至生命最后一刻	48
5. 小结之二	55

第三讲 敢斗争 59

1. 此志不可屈	63
2. 主持正义的舆论机关	67

3. 批驳胡适 70
4. 绝不向权贵势力屈服 75
5. 小结之三 79

第四讲 善经营 83

1. 根本还是在内容 87
2. 把读者服务做到极致 94
3. 用精神和品德来团结作者 100
4. 事业性与商业性 106
5. 小结之四 111

第五讲 懂管理 113

1. 绝无仅有的创举 117
2. 人才主义的用人政策 122
3. 学习是进步的源泉 128
4. 管理者的表率作用 131
5. 小结之五 134

第六讲 真敬业 137

1. 文化界的劳动英雄 141
2. 擦亮铠甲，磨锐武器 145
3. 为大众的写作者 147
4. 忘我的工作精神 150
5. 小结之六 154

后 记 157

为大众

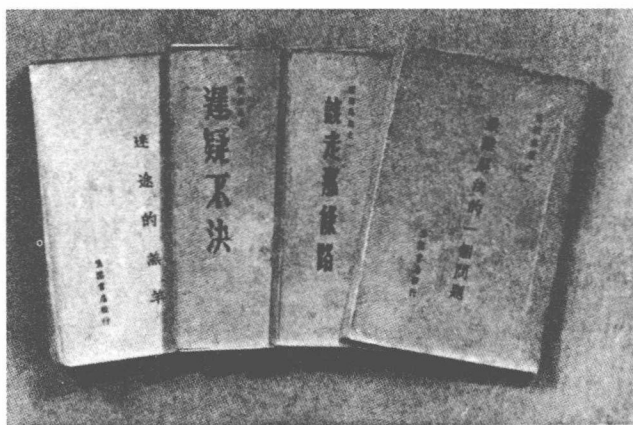




《生活》周刊创刊于1925年11月，1926年10月起韬奋接手主编。



韬奋给读者的复信。



韬奋热情答复读者来信，并编成读者信箱汇集和外集。



韬奋创办的《大众生活》。

惟母愛以愛
家民族與人群

輕者書於者守所
共事者

稻奮手迹。

1. 《生活》周刊的崛起

1920—1930年代，作为我国当时现代出版中心的老上海，杂志界可谓五花八门，消遣类生活时尚杂志竟有一百多种，文学类杂志随时创刊又随时关张，多数杂志的寿命只有一两年。当时比较引人注目且比较稳定出版的杂志是《东方杂志》《小说月报》《良友画报》等。《东方杂志》由商务印书馆出版，是当时首屈一指的大型综合性杂志。刊物记录历史风云变迁，刊载当月中外重大政治、经济、文化事件和要闻，并且选录当时各种官商报纸刊物所载的重要文论和新闻要事，内容广泛丰富，是名人发表作品的重要园地。《东方杂志》自1904年创刊，发展到1931年时正可谓如日中天。《小说月报》也由商务印书馆出版，创刊于1910年，同时也是文学研究会的机关刊物。文学研究会倡导“为人生”的现实主义文学，因而刊物倡导为人生的艺术，推动新文学运动的发展，到1931年已经发展成为当时我国创刊最早、规模最大、影响最广的新文学刊物。《良友画报》由上海良友图书印刷公司出版。这是一本从鸳鸯蝴蝶风格向海派文化成功转型的通俗类杂志。转型后，画报一洗鸳鸯蝴蝶派的旧习沉疴，逐渐从无聊消遣成为增广见识，深入浅出

地宣传文化美育，启发心智，丰富常识，开拓生活视野的杂志，一度成为老上海的畅销刊物。

就在老上海的杂志界一方面鱼龙混杂，另一方面品牌杂志稳定覆盖市场的形势下，谁也不曾料到，一份周刊悄然崛起，很快成了全国销量第一的杂志。这就是邹韬奋先生接手主编的《生活》周刊。《生活》周刊1925年11月创刊，创刊的第一年里，期发量只有两千八百份，其中多数还是赠阅。1926年10月韬奋接手后，1928年的期发量就达到了四万份，1929年突增至八万份，1931年末十二万份，1933年达到十五万五千份，而畅销刊物《良友画报》的期发量最高时也只有四万份。不到七年的时间里，《生活》周刊发行量四级连跳，一时之间在全国出版业传为神话。

这个神话的制造者当然就是主编邹韬奋。

至于制造神话的故事，韬奋本人在编刊当时和后来的回忆文章中，有过不少阐述，归纳起来，主要是：

一是以读者的利益为中心，竭诚为读者服务。韬奋接手主编工作后，感觉到刊物过于拘泥于职业教育，而对社会、对更广大的读者缺乏关注，甚至对接受职业教育的青年的多方面爱好也有所忽视，决定调整办刊方向和宗旨。其中最重要的是确定大众刊物的定位，突出为读者服务的精神。韬奋指出：“《生活》周刊是以读者的利益为中心，以社会的改进为鹄的，就是赚了钱，也还是要用诸社会，不是为任何个人牟利，也不是为任何机关牟利。”（《韬奋全集》第五卷，第448页，上海人民出版社，1995）1930年，邹韬奋在《我们的立场》一文中写道：“我们是立于现代中国的一个平民地位，对于能爱护中国民族而

肯赤心忠诚为中国民族谋幸福者，我们都抱着热诚赞助的态度。我们不愿唱高调，也不愿随波逐流，我们只根据理性，根据正义，根据合于现代的正确思潮，常站在社会的前一步，引着社会向着进步的路上走。所以我们希望我们的思想是与社会进步时代进步而俱进。”（《韬奋全集》第三卷，第256页）韬奋虽然确定了“以读者的利益为中心，以社会的改进为鹄的”的办刊宗旨，但并非用一成不变的眼光来观察大众读者的需求，而是与大众读者一同前行，始终保持密切的联系。他说：“一般大众读者的需要当然不是一成不变的，所以不当用机械的看法，也没有什么一定的公式可以呆板地规定出来。要用敏锐的眼光，和深切的注意，诚挚的同情，研究当前一般大众读者所需要的是怎样的‘精神粮食’：这是主持大众刊物的编者所必须负起的责任。”（《韬奋全集》第七卷，第206页）

二是确定办刊宗旨，形成内容特色。韬奋说：“接手后即确定宗旨为‘暗示人生修养，唤起服务精神，力谋社会改造’，方向较定，努力亦较专，……依最近的趋势，材料内容尤以时事为中心，希望用新闻学的眼光，为中国造成一种言论公正评述精当的周刊。”（《韬奋全集》第三卷，第256页）这一宗旨也就预设了刊物的内容特色。韬奋在编辑撰稿过程中，尽量运用高超的编辑艺术，创造生动的形式，展现正确的思想内容。正如他在办刊寄语中所敬告读者的那样：“本刊期以生动的文字，有价值有兴趣的材料，建议改进生活途径的方法，同时注意提醒关于人生修养及安慰之种种要点，俾人人得到丰富而愉快的生活，由此养成健全的社会。”（《韬奋全集》第一卷，第839页）从他为周刊所

设的栏目可以看出他服务读者的包容性。周刊栏目既有言论、专论，也有事业与修养、处事之道、名人轶事、人物介绍、名人箴言，还有平民生活素描、学徒生活之改进，又有国外通讯、婚姻恋爱、娱乐、体育等。文章长短不拘，通讯可稍长，小言论必短小，还配以插图和漫画，让读者看了赏心悦目，爱不释手。以致有读者来信赞扬道：“每星期之渴望《生活》，真有‘若大旱之望云霓’之慨。”

三是坚持创造精神，杜绝尾巴主义。对于这一点，韬奋看得很重。他说：“最重要的是要有创造的精神。尾巴主义是成功的仇敌。刊物的内容如果只是‘人云亦云’，格式如果只是‘亦步亦趋’，那是刊物的尾巴主义。这种尾巴主义的刊物便无所谓个性或特色；没有个性或特色的刊物，生存已成问题，发展更没有希望了。”为了创造，要“变换内容，注重短小精悍的评论和‘有趣味有价值’的材料，并在信箱一栏讨论读者所提出的种种问题。对于编制方式的新颖和相片插图的动目，也很注意。所谓‘有趣味有价值’，是当时《生活》周刊最注重的一个标语。空论是最没有趣味的，‘雅俗共赏’的是有趣味的事实（三联书店，《韬奋》，第95页，生活·读书·新知三联书店，2007）。韬奋特别避讳无趣的空论。他起草的一则《特别征文》告诉征文作者：“苟有事实可举，亦请不必计及文之工拙，惠然赐稿。”（《韬奋全集》第三卷，第193页）他十分注意刊物内容的有趣，坦诚地表示，他所认为有趣的题材主要有三种，一是新鲜的事实，二是“闻所未闻见所未见”的国内外各种实情，三是著名历史人物的经历。韬奋认为，读者最感兴趣的东西，往往也是他们最关心最

想知道的事情，这就是前面引述韬奋的名言：“要用敏锐的眼光、深切的注意和诚挚的同情，研究当前一般大众读者所需要的是怎样的‘精神粮食’。”这就是他所主张的办好周刊的创造精神和杜绝尾巴主义的着力点。

四是内容贵精不贵多，篇篇过硬。他特别仔细地分析过周刊内容的特点。“尤其是周刊，每星期就要见面一次，更贵精而不贵多，要使读者看一篇得一篇的益处，每篇看完了都觉得时间并不是白费的。要办到这一点，不但内容要有精彩，而且要用最生动最经济的笔法写出来。要使两三千字短文所包含的精义，敌得过别人的两三万字的作品。写这样文章的人，必须把所要写的内容，彻底明了底消化，然后用敏锐活泼的组织和生动隽永的语句，一挥而就。这样的文章给予读者的益处显然是很大的：作者替读者省下了许多搜讨和研究的时间，省下了许多看长文的费脑筋的时间，而得到某问题或某部门重要知识的精髓。”（三联书店，《韬奋》，第196页）

五是艰苦奋斗的作风，甘于奉献的精神。《生活》周刊初创阶段条件非常艰苦，社址只有一间小小的过街楼。小屋里放了三张办公桌后，就几乎不再有转身之地，而办刊中所有的事务都必须在这间拥挤的小屋里解决。办刊人也只有三位，一位是徐伯昕，负责营业、总务和广告，一位是孙梦旦兼职会计，还有一位就是韬奋先生，负责刊物的全部内容。因为是周刊，时间紧，来稿少，一开始绝大多数文章都是韬奋先生直接撰写，根据文章内容以各种不同笔名发表，前后用过十多个笔名。为了办好刊物，按时出刊，他们经常连夜加班工作。他后来回忆道：“我永远不