

中转

创新

责任

——关于青少年读物出版的思考

赵霞 著



中国和平出版社



中转·创新·责任

——关于青少年读物出版的思考

赵霞 著

中国和平出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中转·创新·责任/赵霞 著. —北京: 中国和平出版社,
2007. 12

ISBN 978-7-80201-656-9

I. 中… II. 赵… III. 青少年—期刊—出版工作—中国—
文集. IV. G237.5-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 180844 号

中转·创新·责任

赵霞 著

责任编辑: 李路

监 印: 王红 宋小仓

出版发行: 中国和平出版社

社 址: 北京市西城区鼓楼西大街 154 号 (100009)

发 行 部: (010)84026161 84026019

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市东方印刷厂

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/32

印 张: 3.5

字 数: 60 千

版 次: 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

(版权所有 侵犯必究)

ISBN 978-7-80201-656-9/G·514

定价: 10.80 元

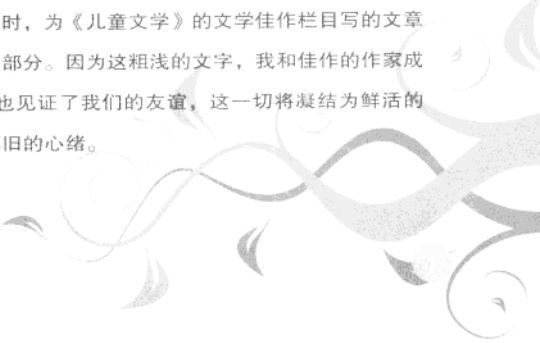
(本书如有印装质量问题, 请与我社发行部联系退换)



序言

生命的每个阶段就是一个中转站，在不断地吐故纳新中，我们从童年走进青春，步入成年。无论我们舍弃什么，接纳什么，生命的步伐从未停止过，但生命的意义因不同的选择，千差万别。就像菜园里的花，有的开花结果，有的只开谎花没有果实；即便开花结果，果实的形态、味道，也各有特色。从事出版工作 10 年了，10 年里最让我忐忑不安的是：在与时俱进的出版市场，怎样及时学习，补充新知；如何深入思考，创新内容。唯恐辜负读者的信任，背离出版者的责任和使命，因为我不想点燃我工作激情，促使我不断努力的事业，是朵没有果实的谎花。种种原因，我即将由青少年出版工作转向到成人学术期刊。我衷心感谢曾帮助、鼓励支持我的出版前辈和朋友们，也是由于他们的殷殷督促，使我在这个事业转换的时刻，能以这枚稚嫩甚至青涩的果实，为这 10 年的工作划上小小的句号。

这本集子分三个部分。第一部分是出版思语，收录了我最近两年在报刊上发表的论文。第二部分是童书散谈，是这三四年在《中国图书商报》上刊发的书评，感谢《中国图书商报》在 2005 年把我评为优秀书评人，更感谢他们为我提供思考写作的机会。第三部分是短评一束，这是我刚当编辑时，为《儿童文学》的文学佳作栏目写的文章简析，选录了其中的一部分。因为这粗浅的文字，我和佳作的作家成了朋友，《儿童文学》也见证了我们的友谊，这一切将凝结为鲜活的记忆，会常常温暖我怀旧的心绪。





目 录 contents

序言	1
----------	---

出版思语

信息，青春类期刊创新的资源体	2
浅谈青少年读物编辑的中转职能	10
发挥编辑的中转功能	19
刷新内容，趋时应变	24
推广编辑，让青少年图书走进读者	31
独特性，杂志的生命底线	34
浅谈中学生的深层阅读	37
青春类期刊的栏目策划	40

童书散谈

拈花微笑间的自然情怀	48
——《小毛驴和我》的赏析	
童话，勾画纯美的世界	51
——简评《中国名家经典童话》	

“小豆包”的新宠	61
——简评《花格子大象艾玛》系列	
一本书两代情	65
——来自《比得兔的世界》的阅读魅力	
诗情画意中的儿童阅读	68
——《空中小屋》的赏析	
暗香浮动，花影婆娑	71
——简析《花彩少女的事儿》	
无奈的精灵	75
——简评《我的妈妈是精灵》	
传递童年的快乐	78
——简析《非常小子马鸣加》	
牛皮皮诞生记	81
——简评《快乐小子牛皮皮系列》	

短评一束

轻轻地诉说	86
情、理、趣的统一	88
美的传递	90
平凡而美好的童话形象	92
幻想的魅力	94
清水出芙蓉	96
虚空中的真实	98
苦涩中的美丽	100
融会贯通后的清新	102
主要参考文献	104



信息，青春类期刊创新的资源体

据国家新闻出版总署报刊司 2005 年公布的统计数据，以青春期人群为目标受众的期刊有 47 种 59 册。其中不包括《读者》、《意林》、《格言》等兼顾未成年读者并深受他们青睐的成人期刊，也不包括教辅性质的期刊。任何一位期刊人面对这个统计数字，都会有压力。更何况，青春类期刊周围是新媒体如火如荼地迅猛发展。在新媒体时代，资讯爆炸，多媒体共存，青春类期刊要保持可持续发展，更加离不开内容的创新。

青春类期刊的内容创新，首先要掌握丰富的信息。信息是期刊定位的基础，是期刊创新发展的资源体，没有信息，期刊的定位、栏目的策划就会成为无米之炊，无源之水。

信息在实践操作中的用途,可以分为外在信息和内在信息。

外在信息是与期刊的发展有关的内容,如国家政策法规,出版社的发展规划,期刊在人、财、物上对自身的发展支持。内在信息是与期刊内容建设有关的内容,如来自社会文化的导向、出版行业的发展趋势、期刊内容所涉及学科的最新知识、来自读者的阅读反馈、编辑的学识和社会活动能力。内在信息和外在信息的有机结合,构成了杂志的完整信息源。外在信息是稳定的,内在信息因其广泛性和不确定性,显得难以驾驭。尤其是青春类期刊,服务对象是正在成长的飘忽不定的未成年人,尽可能多地拥有他们的信息,恐怕是青春类期刊创新内容的重要任务之一。

对信息的理解与运用,像面镜子折射着期刊人的编辑能力。苏联著名编辑伏尤科娃曾说:一个把自己的职业当做自己使命的编辑,会经常关心自己的工作,他们身上就像带着一个敏感的仪器,专门捕捉他所感兴趣的信息。“敏感的仪器”是期刊人应该具备的信息素质的形象比喻。

怎样才能全面获取期刊发展所需要的信息呢?可以从两个方面入手:一方面充分利用客观存在的信息网络,如各刊的读者调查表、发行渠道反馈的信息;另一方面主观上要有收集整理信息的意识,如通过对其他媒介的筛选获取本刊所需要的信

息，从其他出版物中寻找本刊忽视的信息，做生活中的有心人，通过观察生活捕捉信息，甚至在闲聊中获取信息。

占有信息是创新内容的前提，善于运用信息是创新内容的重要环节。《三联生活周刊》的主打栏目封面故事，通过对有限的已知信息的深入分析，寻求话题的突破点，围绕突破点对信息进行深度报道。他们的方法是：在已知信息中寻找冲突，从冲突中发现事实，由事实形成讨论，在讨论中形成共识。他们策划的《狂飙少年》，值得青春类期刊学习。广播里的一则交通新闻：有少年在北京二环路上飙车，被交警阻止。他们在无意间捕捉到这个信息，立刻组织记者多方位采写，挖掘出了丰富的故事。《狂飙少年》不仅讲述了京城一群少年的特别经历，还通过他们的故事对目前的家庭教育和学校教育提出了质疑，在引起读者思考的同时，也表达杂志对社会和生命的深度关注。

善于运用信息是创新的关键，那么怎么运用已有信息，才能在创造性学习或模仿中，切实做到推陈出新呢？

信息是思想之源，通过分析信息可以帮助期刊明确定位与责任。

随着互联网的普及，那个无形的虚拟世界，通过一个小小的鼠标，可以瞬间跨越时空的制约，传递出各种信息。良莠不齐的资讯，迷惑着生活阅历浅、鉴别能力弱的未成年人，使他们极易

迷失文化方向。因此,青春类期刊有责任向未成年人传播健康、优秀的文化。国家新闻出版总署报刊司对2005年青少年期刊现状进行了全面调研后,提出加强培养未成年人的民族文化意识。

“美国传播学者迈克勒兰德曾经就青少年阅读内容对美国精神的形成进行了长期的研究,他指出青少年心理和行为的变化对民族精神的形成至关重要。”(摘自孙聚成先生的《期刊照亮青少年成长之路——2005年全国少儿类期刊读者调查报告》)迈克勒兰德曾提出成就动力值理论,成就动力值是青少年读物中有关进取和获得成就感的主题出现的频率。分析这些数值发现一个规律:成就动力值越高越能造就有责任的企业家和社会活动家,一个国家的发展与该国的成就动力值有关。所以,青春类期刊的内容导向至关重要,它是在给民族的未来、国家的前途打基础。

《中学生》2006年调版前,在进行市场调研中,发现中学生迷恋电子游戏,喜欢卡通动漫,崇拜影视明星,渴望“超女”般的成功,但他们并不排斥阅读,只是缺少阅读方法和阅读习惯。他们喜欢对经典作品进行现代意义的解读,如易中天讲述的“三国”。在他们喜欢的媒体中,报刊仅仅位居第三,但和排在前两位的网络和电视相比,他们认为报刊有利于学习,遇到学习上的困难,查阅报刊是他们的首选,而上网、看电视

则是他们休闲、娱乐的主要方式。在向专家学者、老编辑征求调版意见的时候，他们一致建议《中学生》恢复老刊的传统——弥补课堂学习之不足，传播先进的文化知识。在和同类期刊的比较中，他们发现陪伴中学生成长的期刊很多，但是正在成长的心灵，不仅需要沟通的伙伴，还需要精神的引领。作为有70多年历史的老刊，应该传播有利于青春成长的知识文化，激励青春理想，帮助他们树立正确的社会观，总之，应该担负起对当代中学生进行文化启蒙的责任。经过近半年的调研，《中学生》确立了杂志的办刊宗旨，即“以知识为本，与时代同步，张扬理想，激励青春”的人文读本。同时，开辟了文化阅读板块，通过《印象》、《语丝》、《书香飘飘》、《哥伦布的1492》、《听讲》等栏目实现办刊宗旨。这些栏目所选稿件，不是对知识的严正的刻板式解读，不是以文学为手段的寓教于乐的功利复归，而是复原了阅读的本色，提炼和张扬“人文”精髓，那些字词句章所编织的知识与理想、幻想与追求，复活了阅读的快乐，注入了精神的血液，补充了成长的钙片。当然，这些栏目还处于创办期的摸索阶段，在选题和作者队伍上仍有更精深的工作等待着编辑们不断开拓，相信他们不会辜负名刊老刊的传统，更相信他们能够继往开来，创新青春类期刊的内容。

当前价值观混乱的现状，众所周知。青春类期刊如果不能在传统文化和当代物质文明之间创新内容，通过有民族特色又不失现代化色彩的优秀文化占领文化市场，就会导致文化危机，这比经济上的危机更可怕。《中学生》在崇尚时尚和娱乐精神的青春类期刊中，能够返璞归真，在传统信息和现代信息的交融碰撞中，探索适合当代中学生阅读的先进的文化知识，这是有意义有责任的工作。

信息是创新内容的基础，通过聚合各种信息，对信息去粗取精，在筛选、加工、充实、提炼的过程中，创造出新的内容，成为杂志的特色。在瞬息万变的时代，墨守成规是青春类期刊发展的障碍，创新或者否定某些理念是痛苦的，伴随痛苦的是化羽为蝶的新生。

《儿童文学》近10年的发展就是最好的明证。1997年《儿童文学》着手全面改版，当时的月发行只有6万多本，现在发行量接近50万本。10年里，《儿童文学》应对着市场经济的挑战，新媒体的冲击，面对期刊发展的形形色色的资讯，始终以清醒的头脑分析来自读者和行业的信息，当许多儿童文学期刊为了发行的需要改变内容的时候，它始终高扬纯文学的旗帜，不使自己滑入庸俗的大众化，同时为了适应未成年人阅读的审美需求，又以

笔会的形式组织青年作家交流，在交流中引导大家关注校园和社会现实生活，避免陷入到纯形式的唯美追求和无厘头式的庸俗幽默。《儿童文学》在艺术性和思想性的统一，在高雅与通俗的结合中，改变了其以往严肃、沉重的风格，但又不使自己步入轻浮的通俗，力争达到文学的社会理想和艺术追求有机的统一，即使是轻松的幽默、闹剧、游戏、轻喜剧式的作品，根底处也有充实的内容。正是这庄谐相宜的风格，绘制了《儿童文学》在期刊市场的独特风景。

有竞争才能有发展，有危机感才能求变革，从这一点讲，新兴媒体文化对青春类期刊的冲击并非一件坏事。关键是面对纷繁复杂的信息，能审时度势，有坚守也要有扬弃，在不断创新中磨砺期刊的鲜明风格。

信息是沟通的桥梁，通过它寻求期刊和读者相同的文化体验，凝聚期刊的亲和力。

青春期的学生虽是不同的生命个体，却有着类似的生命体验，这是期刊和读者沟通的基础。解读当代中学生，理解他们的价值观念、行为方式和理想追求，不仅有助于期刊贴近读者需求，更有助于期刊挖掘读者的潜在需求。

在市场竞争的压力下，青春类期刊都自觉关注读者需求，但是有些期刊认为满足读者需求就是片面满足读者的天性，尊

重读者的个性，尊重读者的喜怒哀乐，这只是一方面。最重要的是期刊应该发挥纸媒体的优势，完成传道解惑的使命；传播知识文化，满足正在成长的心灵的求知欲。这是读者潜在的深层次的要求。

2005年8月20日到9月20日，国家新闻出版总署在全国范围对10—15岁未成年学生开展了关于少儿期刊的问卷调查，其中有一题是：“请列出你从小到现在看过的给你印象最好的五种少儿杂志的名称。”其中《童话大王》《少年文艺》《漫友》《我们爱科学》《少男少女》排在前五名。这五本期刊，不仅有趣味性更有耐读性，既满足了读者娱乐的浅层次需要又满足了读者成长的深层次需要。事实证明，青春类期刊要创新发展，在和读者文化沟通上应该具有两重性：一是满足阅读的浅层次需要，尊重读者的天性；二是满足阅读的深层次需要，尊重读者的教育要求。

青春类期刊的内容创新，离不开对纷繁信息的理解和运用。整合信息是为了创造期刊不可替代的阅读品质，这是它规避来自视听新媒体竞争压力的手段，也是保证发行渠道畅达的责任。

《《中国少儿出版》2007.2

此文获2007中国编辑学会优秀论文奖)