

传媒业
丛书



[英] 珍妮·麦凯 编著
傅玉辉 译

21 世 纪 杂 志 人 生存手册

(第二版)

清华大学出版社

传媒业者书系

21 世纪
杂志人
生存手册

(第二版)

[英] 珍妮·麦凯 编著
傅玉辉 译

清华大学出版社
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2007-5122 号

THE MAGAZINES HANDBOOK 2e, Jenny McKay

All Rights Reserved.

Authorised translation from English language edition published by Routledge,
a member of the Taylor & Francis Group.

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

21 世纪杂志人生存手册:第二版/(英)麦凯(McKay, J.)编著;傅玉辉
译. —北京:清华大学出版社,2008. 10

(传媒业者书系)

书名原文: The Magazines Handbook

ISBN 978-7-302-17920-7

I. 2… II. ①麦… ②傅… III. 杂志社—工作—手册 IV. G219.14-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 092198 号

特邀策划: 栾轶玫

责任编辑: 纪海虹 王巧珍

封面设计: 傅瑞学

责任校对: 宋玉莲

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-6277017 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者: 三河市兴旺装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 155×230 印 张: 22.25 字 数: 348 千字

版 次: 2008 年 10 月第 1 版 印 次: 2008 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 1~5000

定 价: 38.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部
联系调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 025604-01

序 言

媒介融合时代杂志人的进路

在报纸的诞生过程中,唐代人曾经将早期的报纸称为“杂报”,此所谓“杂报”,只是“系日条事”的“条报”。而在宋人沈括的《梦溪笔谈》中也已有了“杂志”之名,其卷二十四和卷二十五之名目均为“杂志”,其《补笔谈》卷三,已有“杂志”名目。其他以“杂志”命名的书目自宋至明清,还有许多。此所谓“杂志”,也只是杂记之意。“杂志”在中文典籍中的出现,其实和“小说”一词的诞生有些相似。“小说”一词最早见于《庄子·外物篇》。庄子所谓“小说”,即琐屑浅薄的言论与小道理之意。看来“杂报”、“杂志”和“小说”这些名字在中文中最早的起源都含有些许轻视的意味。但是随着人类文明和信息传播历史的演进,小说成为一种众体兼备的文体,报纸则一向占据新闻传播业核心媒介的地位,杂志则成为新闻传播世界重要的传播媒介。

不管是研究外国新闻传播史,还是研究中国新闻传播史,杂志都是新闻传播生态系统之中一个非常重要的领域。纵观历史,可以发现杂志的诞生起源于人们对于各种信息日益丰富的需求。杂志是新闻传播历史中一个具有深厚渊源的分支,杂志也是新闻传播历史中一个充满变化的分支。即使在今天的信息社会,从现实世界到虚拟世界,不管是具有百年悠久历史的杂志,还是备受关注的网络杂志,都在充满生机地生存着、活跃着,为人类的信息传播世界带来清新的色彩。

II

一、小型百科全书式的杂志人手册

本书的作者珍妮·麦凯(Jenny McKay)是英国斯特灵大学(University of Stirling)电影与传媒研究系的新闻学讲师。她在牛津大学(University of Oxford)获得古代和中世纪英语研究的文学硕士学位,并从英国开放大学(the Open University)获得音乐专业毕业证书。她曾长期从事杂志和报纸工作,也曾担任国际非营利组织的新闻官员和编辑,并担任报刊的自由撰稿人。在进入斯特灵大学工作之前,她曾任林肯大学(University of Lincoln)的新闻学高级讲师。她的研究方向还包括女性新闻学研究、新闻和文学的关系研究等。

珍妮·麦凯在该书中谈及杂志定义时说:也许现在没有一个确切而具有限定性的探究杂志的定义,或许是因为“杂志”这个词是首先被用于指意味着一些混杂的内容的事物。身为印刷商和出版商的爱德华·凯夫(Edward Cave),当他于1731年创办他的《绅士杂志》(*Gentlemen's Magazine*)的时候,被公认是第一个使用了“杂志”这个词来称呼期刊的人。在此之前,当然也已经有了一些我们如今可以称之为杂志的出版物,特别是笛福(Defoe)的《评论》(*Review*)和创刊于1693年被称作《女士信使》(*The Lady's Mercury*)的第一种女性杂志。但是这些并不是我们目前作为杂志提及的所能列举的全部。逐渐地,凯夫之后的杂志历险则愈加广为人知。和法语中的商店“magasin”一词密切关联(而在阿拉伯语中该词则指大商场或大货栈)的“杂志”一词,由此获得了它的现代含义。

当然,也有人认为“杂志”一词首先是指仓库,后来转义为“知识的仓库”来指代杂志这种媒介了。在整个新闻传播历史中,综观杂志的历史,我们发现杂志可谓是新闻传播世界中最为美丽的拼图。这一本一本的杂志以各不相同的方式记录着人类信息传播的历史,也以杂志的形式传递着文明的火焰。杂志最初诞生的时候,和报纸的界限并不明显,极易混淆。后来,报纸逐渐趋向于刊载有时间性的新闻,杂志则专刊小说、游记和娱乐性文章,在内容的区别上越来越明显。在形式上,报纸的版面越来越大,为对折形式,而杂志则经装订,加封面,成了书的形式。此后,杂志才在形式上和报纸、图书逐渐区别开来。拉里·麦克莱恩(Ruari McLean)在其关于杂志设计的书中给出了一个关于杂志的大致描述:通常来说,一个杂志比报纸更为长久,比图书更为短暂(McLean 1969:1)。

本书基于英国杂志业的现实,是为从事杂志工作或即将从事杂志工作的人提供的一个小型百科全书式的工作手册。英国是西方出版业起源



最早、发展最为成熟的国家之一，也是杂志的出版强国之一。英国杂志业具有悠久的传统，而且诸如《柳叶刀》(*The Lancet*) (创刊于1823年)、《旁观者》(*The Spectator*) (创刊于1828年)、《经济学家》(*The Economist*) (创刊于1843年)、《工程师》(*The Engineer*) (创刊于1856年)、《英国医学杂志》(*BMJ, British Medical Journal*) (创刊于1895年)等知名杂志都已有绵延百年的历史。这种现象既为英国杂志历史奠定了坚实的发展基础，同时也在进行新时代变革方面为其他国家的杂志产业带来了启示。不过，作者也在书中指出：“有一个颇为有趣的现象是：学术界对杂志业的关注远远少于对报业的关注(这就使得杂志的许多方面都值得进行深入的学术研究，如杂志历史、伦理问题、对于管制体制的影响、语言、社会学等诸多方面)。即使是一般公众，对于杂志的关注程度也相对有限。”不过，随着近年来国内外研究者对于杂志研究的不断重视和逐步深入，这种情形已经得到了改观。而我国新闻传播界在杂志研究以及对于国外杂志产业、杂志经营、杂志编辑研究成果的介绍方面都迭有新作问世，其中近年来研究者尤其对美国和英国杂志业都给予了密切的关注。

二、媒介融合时代杂志人的进路

杂志人是活跃于杂志业中，从事新闻传播工作的从业者。杂志是杂志人追寻事业梦想的平台，也是杂志人寻求更大发展的基础。对于杂志人来说，进入杂志业之前，一般都经受过直接或间接的专业训练，而进入杂志业之后，学习的过程也依旧在继续。在这个过程中，对于杂志人来说，可资参考的译自外文的专业书籍主要有两种类型，一种是全景式的对于杂志产业的方方面面的考察和研究，另外一种则是类似此书这样的小型百科全书式的综合性介绍。我认为，这二者对于杂志人都是有益的，也都是必要的。而对于了解杂志工作的整个业务流程以及工作环境而言，后者则更具针对性。

浏览这本书，可以发现，其对杂志工作及行业进行了深入而充分的介绍，同时还沿着杂志出版发展的历史轨迹，对杂志经营和杂志记者的角色进行了深入探讨。作者通过大量来自消费类杂志、商业杂志和专家著作的例证，讨论和介绍了杂志行业中从副主编到记者乃至发行人等关键职位的特点，概述了杂志新闻实务方面诸如策划、组稿、新闻写作、调研、采访、制作等专业技巧。书中还用专门的章节讨论了电子出版和网络新闻、杂志设计、摄影和图片编辑及杂志其他从业人员应具有的法律知识架构。本书作者珍妮·麦凯以其丰富的媒体工作经验，严谨务实的写作态度，在

学术研究的基础之上,为从事杂志工作和即将成为杂志从业人员的读者提供了一个内容丰富、操作性强的新闻工作读本。书中还以批评的眼光对杂志行业的许多惯例提出质疑,并通过杂志记者和传媒理论专家的经典论述,使传媒理论研究和杂志工作的实践层面有机地结合在一起。可以说,这本书兼具了实用性和学术性的特点,它既立足于杂志行业的实际经验,又得益于新闻转播的专业知识,从而为读者提供了一个具有知识结构优化和提升作用的实用工作手册。

当前,杂志人所处的时代是和以往大不相同的。我认为,从20世纪90年代开始,在美国的“示范”下,西方国家媒体兼并、联合之风迭起。在此风潮中,新闻媒体从单一的报业或广电集团转而成集各种媒体于一身的综合性的产业集团,继而又融入更大的产业集团中,成为其中的一部分。集媒体、娱乐、电脑、电信等产业于一体的巨型“航母”以其资金、资源的优势,进行全球性的信息渗透、扩张……近十余年来,尤其是进入21世纪之后,新闻传播人,包括杂志人所面临的工作环境已经发生了本质变化。

人类进入互联网信息传播时代之后,世界的结构将进一步趋于扁平化,传媒业的结构将进一步趋于融合化,而未来的各种新闻传播职业也将是在融合媒介生态环境中的一个流动不息的动态环节。这是21世纪新闻传播业的一个重要特点,也是今后新闻传播业发展的重要方向。这是我们这个时代的杂志人所需要了解的,不管是新杂志人,还是老杂志人,抑或是将来有志转向其他新闻传播领域的杂志人。而在如今的媒介融合时代,杂志和其他的媒介之间的区别,却不像以前那么鲜明了。一些报纸的增刊其实就是杂志的形式。有些杂志在形式上也保持了报纸的风格。对于杂志人来说,也逐渐不再是一个界限分明的群体。杂志人在成为杂志人之前可以是报人,也可以是电视人、网络人,反之亦然。在媒介融合的时代,新闻传播人的角色在不断发生着变化,这就要求新闻传播人能够更加深入地了解媒介融合时代的本质,深入了解每一种传播媒介的特征,并在专业化的基础之上打通各个媒介的历史的和人为的壁垒,从而在媒介融合时代更好地把握行业 and 职业的发展机遇,塑造自己完美的职业生涯。我相信此书会对杂志人的职业历程有所裨益。

翻译是一件苦差事,只有在日常的喧嚣之中沉静下来,深入进去,才能圆满完成数十万字外文著作的翻译工作。翻译又是寻求从一种语言到另外一种语言——对应关系的工作,但是这种——对应关系的找寻有时往往又很难找到标准答案,所以这更是一件不断思索、苦中有乐的工作。



当年我着手对创办于1822年9月12日、被认为是在我国出版的第一份外文报纸《蜜蜂华报》(*A Abelha da China*)进行研究的时候,所面对的是葡萄牙文的原始资料,而我所首先需要解决的问题就是形成对于《蜜蜂华报》葡萄牙语文本的解读印象,所以从葡萄牙语中找寻新闻传播的历史轨迹就成了我研究《蜜蜂华报》的第一步。因此,我也一直认为,翻译或对外文资料的阅读和把握对于新闻传播研究来说,是重要和非常基础的一项功课。本书的译者傅玉辉博士,自2006年6月于中国人民大学新闻学院毕业以来,对于外国新闻传播史一直保持着持续的关注,不断对新闻传播领域的新课题进行深入研究。此次翻译《21世纪杂志人生存手册》,则可看作是其外国新闻传播史研究过程的一个延续。就我的个人体会而言,我认为,当译者经历了艰辛和思索而获得对于一个外文文本的圆满解读之后,内心是应该感到欣慰的,因为这是在跨文化、跨语言的层面上获得的一次具有融会贯通特点的学习经历和研究体验。而对于此书的读者来说,这个读本也意味着一个契机,那就是读者可以以此为窗口来获得对于杂志工作非常全面的了解,同时也能借此对英国杂志产业以及英国杂志人生态有所感触。

程曼丽

2007年12月18日

于北京大学燕北园

作者简介

珍妮·麦凯(Jenny McKay),为英国斯特灵大学(University of Stirling)电影与传媒研究系(Department of Film & Media studies)新闻学讲师和指导教师。

她曾在包括《星期日电讯杂志》(*the Telegraph Sunday Magazine*)、《泰晤士报高等教育副刊》(*the Times Higher Education Supplement*)、《设计》(*Design*)、《新娘》(*Brides*)和《安居》(*Setting Up Home*)等报刊长期工作。

她曾担任苏格兰新闻研究中心(*the Scottish Centre for Journalism Studies*)的课程导师四年,在进入斯特灵大学工作之前,她曾担任林肯大学(*the University of Lincoln*)新闻学的高级讲师。

其他撰稿人简介

汤姆·安(Tom Ang)是威斯敏斯特大学(*the University of Westminster*)的摄影专业高级讲师,自由摄影师,是《摄影杂志》(*Photography Magazine*)的编辑和《星期日通讯》(*Sunday Correspondent*)的图片编辑。

蒂姆·霍姆斯(Tim Holmes)曾就职于 Emap 全国公司(Emap Nationals),其后在加的夫大学(Cardiff University)新闻研究中心从事杂志新闻教学和研究工作。

安东尼·理查兹(Anthony Richards),荣誉法学学士,教育学学士,文学硕士,出庭律师(未实习),伦敦朗伯斯学院(Lambeth College)新闻和法律专业讲师,曾担任英国国家通讯社新闻联合社(Press Association)法律服务方面的记者。

道恩·科菲(Dawn Kofie)和安娜·列文(Anna Levin)是在苏格兰工作的自由记者。马克·罗伯逊(Mark Robertson)是《排行榜》(*The List*)的音乐编辑和助理编辑,是当年“苏格兰期刊出版者协会(*the Scottish Periodical Publishers Association*)奖”的首位获得者。

译者简介

傅玉辉,1970年9月出生。1993年获经济学学士学位,1999年获文学硕士学位。2003年进入中国人民大学新闻学院攻读博士学位,师从陈力丹教授,专业为传播学,研究方向为外国新闻传播史,2006年获博士学位。中国传媒大学博士后。研究方向为传播政策与体制创新。自1993年以来,曾从事建筑项目预算管理、市场推广、公共关系等工作;其间还曾担任中央人民广播电台节目编辑(兼职)、对外汉语培训教师(兼职)、出版社图书编辑、企业报编辑、企业内部刊物编辑、《网宽时代》杂志编辑及高级主管。自2000年开始,进入我国电信业,曾在电信公司VoIP事业部、总裁办公室、公关传播部、公共事务部、综合部、大客户管理部等部门工作,具有丰富的新闻出版和信息产业从业经验。现供职于中国网络通信集团公司综合部。自2003年起,在各类新闻学术期刊发表新闻传播研究论文二十余篇。研究领域主要为信息传播领域产业融合、外国新闻传播史、数字媒体内容管制以及文化传播等。曾参与国家“985工程”课题、中国人民大学重大项目“数字媒体内容国家管理体系研究”的研究工作。专著有《大媒体产业:从媒介融合到产业融合》(中国广播电视出版社,2008年出版)。

目 录

1 概述	1
2 杂志业务培训	18
3 杂志新闻的职位和职业	31
4 自由撰稿业务	45
5 选题和信息	64
6 写作:从何处开始	83
7 新闻写作	102
8 特写写作	114
9 采访 1:追逐引语	136
10 采访 2:追逐明星	149
11 编辑和制作	166
12 数字新闻和数字出版	202
13 杂志设计	218
14 杂志插图和图片编辑	234
15 杂志出版经营	251
16 杂志产业	279
17 记者行为准则	292
18 杂志记者和法律	309
译后记	336



概述

如果一个训诫是凭空捏造的,如果传教士欺骗我们,他只是对极少的人犯罪;如果一本出版的书籍出现谬误,如果一个人传扬书中的谎言,他则是在对人类犯下罪过,因为他欺骗了整个世界,这将致使我们的后代在我们身后继续重复谎言,子子孙孙,无穷匮焉,直至世界终结。

——丹尼尔·笛福《暴风雨》

自从我第一次用零用钱买了《罗宾》(*Robin*)杂志来阅读安迪·潘迪(Andy Pandy)的最新历险故事,杂志就成为我生命中最无法割舍的一部分。从安迪开始,我又迷上了《邦迪》(*Buntly*)图案的纸衣服。至今我还记得封面赠品带给我的第一次失望的感觉。那时由电视发起了一次广告活动,一本叫做《公主》(*Princess*)的杂志承诺赠送读者一套公主套装。而这种事件的出炉,并不是为了让你从杂志经销商那里免费领点什么,而仅仅是为了使杂志成为市场竞争中的赢家。

再有一个例子就是,一个少女杂志上关于“朱蒂一举成名”的故事让我很长时间都以为,只有棱角分明的男士和金发碧眼的女性才是时尚的典范,而“时尚”一词则至今与我无缘。一本叫做《裙子》(*Petticoat*)的杂志曾让我深信,世界上每个女孩,除了我,都拥有20双令人目眩神迷的船鞋。从一个成人杂志上得知世界上10个穿着最为时尚的女性,她们每天至少要花10分钟来摆弄她们的头发时,我更为沮丧。不过幸运的是,我还发现了《OZ》和《新社会》(*New Society*)等杂志,使我有机会改变对杂志的看法。

在学校,我曾在一家沉寂的年度杂志工作。我们所面临的编辑的两

难境地是是否放弃过时的杂志印制公司,而换一家能够在图片的再现上呈现异国情调的印制公司。一次前往加勒比海的巡游让我看到了我对于杂志的贡献出现在一本叫做《水的幽默》(*Aqueous Humour*)中,给我们这次持续 10 天的海上航程的最后日子带来了不少欢乐。这个杂志由一台陈旧的基士得耶牌机器制作出来。从那时开始到学校,我开始连续阅读《女人》(*Spare Rib*),一本晦涩的关于中世纪文学研究的学术刊物,如果我够“《时尚》”(Vogue)的话,我能借到一本《社会生存通讯》(*Survival Society newsletter*)和我后来曾经编辑过的学生杂志《伊希斯》(*Isis*)。

曾经做过学生新闻工作的人,谁都知道其中的滋味。我曾经连续 3 天没有睡觉去排队向跨国公司乞求一些赞助,在公关时刻直接遭遇欢乐和尴尬的体验,或是为谁在打字机上吐了牛奶口香糖而争论,或者取而代之的话题,啤酒洒在电脑键盘上。学生时代的新闻工作使我坚信我想到杂志去工作,并促使我不可思议、马不停蹄地直接穿过报摊,来和本书的读者朋友们进行如此亲近的交流。如果不是如此,或许您现在正在阅读别的书籍,而不是这一本。

如今我发现我生活在一间堆满五花八门杂志的房子里。生活在这里的 7 位家人对音乐、服装、娱乐和运动等有着几乎完全不同的兴趣。他们的年龄跨越了 55 年的时空。如果不按照学术研究的分类方式,我在 5 分钟之内可以罗列出一份长长的杂志清单:

中译名	杂志	中译名	杂志
《广告克星》	(<i>Adbusters</i>)	《女士》	(<i>Ms.</i>)
《布里尔媒体评论》	(<i>Brill's Content</i>)	《时代》	(<i>Time</i>)
《纽约客》	(<i>The New Yorker</i>)	《芭丝特》	(<i>Bust</i>)
《苏格兰大问题》	(<i>The Big Issue Scotland</i>)	《自行车爱好者》	(<i>Bike Rider</i>)
《这是音乐?》	(<i>Is This Music?</i>)	《音乐》	(<i>Muzik</i>)
《M8》、《排行榜》	(<i>The List</i>)	《广播时报》	(<i>Radio Times</i>)
《自然史博物馆》	(<i>NME</i>)	《果酱》	(<i>The Jam</i>)
《报道》	(<i>Reportage</i>)	《格兰塔》	(<i>Granta</i>)
《旅行生活》	(<i>High Life</i>)	《电影大全》	(<i>Total Film</i>)
《旁观者》	(<i>The Spectator</i>)	《音乐周刊》	(<i>Music Week</i>)
《音乐和版权》	(<i>Music and Copyright</i>)	《欧洲文化研究》	(<i>European Journal of Cultural Studies</i>)
《银幕》	(<i>Screen</i>)	《大众音乐》	(<i>Popular Music</i>)

续表

中译名	杂志	中译名	杂志
《英国评论》	(<i>British Journalism Review</i>)	《产品》	(<i>Product</i>)
《视差》	(<i>Parallax</i>)	《你好!》	(<i>Hello!</i>)
《康德·纳斯特 旅游者》	(<i>Condé Nast Traveller</i>)	《豆宴》	(<i>The Beano</i>)
《伦敦图书评论》	(<i>London Review of Books</i>)	《评论季刊》	(<i>Critical Quarterly</i>)
《弦》	(<i>The Wire</i>)	《出版公报》	(<i>Press Gazette</i>)
《麻烦和冲突》	(<i>Trouble and Strife</i>)	《红椒》	(<i>Red Pepper</i>)
《封面》	(<i>Cover</i>)	《新政治家》	(<i>New Statesman</i>)
《期望》	(<i>Prospect</i>)	《妇女写作》	(<i>Mslexia</i>)
《英国鸟类》	(<i>Birds</i>)	《侦探》	(<i>Private Eye</i>)
《官方 PS 2 杂志》	(<i>Official Playstation 2 Magazine</i>)	《足球新闻》	(<i>Soca News</i>)
《BBC 音乐杂志》	(<i>BBC Music Magazine</i>)	《语言》	(<i>Word</i>)
《记者》	(<i>The Journalist</i>)	《新国际主义者》	(<i>New Internationalist</i>)

或许像这样的一个杂志清单并不典型,但是我从身边所能想到的大概就是这些。当你获悉平均每个报摊罗列的杂志有 450 余种之多,而这仅仅是在英国出版杂志数量的很小的一部分时,你也许就不会对我罗列杂志清单感到奇怪了。然而为什么如今杂志的数量是如此之多但却依旧有增无减呢?

杂志为何如此流行?

最直接的答案就是人们喜欢阅读它们以获得信息和娱乐。虽然诸如《图片快递》(*Picture Post*)等广受欢迎的图片杂志已经销声匿迹(然而 2004 年 6~12 月的数据显示:《读者文摘》(*Reader's Digest*)虽在英国只能卖出 73 万份,但是在美国却能卖出 1 000 万份),但是由于《巴黎竞赛》(*Paris Match*)和《明星》(*Stern*)所表现出的持续不断的成功,杂志在欧洲依旧处于总体周刊模式之中。当今作为杂志出版商的强项之一,他们以此作为他们在缝隙市场中的竞争力的标志。他们能通过出版从极小的受众群体中获取利润,这些杂志读者可以通过阅读杂志分享其在诸如像嗜吸雪茄(《雪茄客》, *Cigar Afficionado*)那样模糊的兴趣,或者保持对锦

鲤的兴致(《锦鲤》, *Koi Carp*)。如果有更多的受众, 杂志出版商可以制作新的杂志。如《男人帮》(*FHM*), 没几年, 其发行量就达到了 75 万份左右。如《魅力》(*Glamour*), 自 2001 年 4 月起在 1 年零 4 个月时间里, 已成为英国最畅销的女性大众杂志。4 年后, 其发行量扶摇直上, 与其在英国的成功如出一辙, 如今它已成为欧洲最为畅销的女性大众读物。

杂志传递给我们的信息无所不在: 从选择一个最合适作伴郎的人, 如《独身和新郎》(*Stag and Groom*); 选择一个最适合冲浪的地方, 如《冲浪杂志》(*Windsurfer Magazine*); 或者女士如何在 2005 年大选中选择投票方式, 如《新女政治家》(*New Stateswoman*) (即《新政治家》杂志的 2005 年 4 月 4 日版)。但并非所有的信息都蕴藏于杂志中。很多杂志通过广告为读者提供关于财富的信息, 尤其是通过对广告进行分类。体育杂志罗列出专门经营各种不可思议设备的经销商的名单; 室内装修杂志是寻找家具或地板供应商的绝佳场所; 户外生活杂志为生态旅行者提供必不可少的出行指南和鸟饵的供应商名录。

为了人们特殊的兴趣和嗜好而投其所好的杂志, 扮演着与读者自身趣味相投的社会圈子的延伸者和替代者的角色: 如果你是你所在乡村的一位孤身一人的 14 岁的嘻哈(Hip Hop)迷, 那么你在《嘻哈连线》(*Hip Hop Connection*)能找到所有的关于希普霍普的信息。这种功能也是因特网吸引力的一个组成部分, 特别是聊天室, 其独特的优势就是你可以和其他人直接交流。商业或贸易杂志能够公平地将信息传播给那些希望在某一特殊领域分享兴趣的人。

杂志所提供的娱乐内容极其广泛。它也许是来自《更好!》(*More!*)等杂志的社会名流的搞笑图片, 也许是来自《先锋》(*Front*)、《富翁》(*Loaded*)和《迷恋》(*Nuts*)等杂志的身材绰约、性感十足的美女, 或是来自《英国鸟类》、《BBC 野生生物》(*BBC Wildlife*)等杂志的红色胸脯的秋沙鸭, 或是来自《新政治家》杂志的政客评论文章, 或是来自《射门月刊》(*Shoot Monthly*)等杂志的体育明星, 或是来自《人民之友》(*The People's Friend*)等杂志的罗曼蒂克的小说, 或是来自《这就是生活!》(*That's Life!*)等杂志的测验、星相、个人专栏或真实故事, 如“我最好的朋友偷了我的丈夫, 所以我偷了她的”诸如此类。当朋友们聊起最近大家都看了什么的时候, 阅读杂志甚至成为了一个群体活动。

杂志的另外一个吸引力是它们扮演着一个忠诚地代表读者普遍价值或兴趣的标志角色。恰如一个忠实的说唱音乐迷无论如何也不会在胳肢窝下夹着一本《劲歌》(*Smash Hits*)杂志; 一个女性主义杂志《女士》的读



者会感到自己进入了一个格格不入的边界,如果她发现放在咖啡桌上的《花花公子》(*Playboy*)杂志旁边摆着一本《阁楼》(*Penthouse*)杂志。杂志的另外一个侧面就是即使再少数的兴趣也不会受到限制。简·里德(Jane Reed),20世纪70年代《妇女》(*Woman*)的编辑,如此看待杂志:“一个杂志就像是一个俱乐部。它的第一个功能就是为其读者提供一个具有安全感的群体,并因其身份而感到自豪。”(Winship 1987: 7)虽然对于大部分以为出版商牟利为其首要功能的商业杂志来说,她的这种说法未必正确,但是其关于杂志使读者催生一种归属于更大群体的感觉的理解还是很有道理的。对于一个杂志而言,忠实的读者群是最基本的,而简·里德所描述的恰恰是编辑必须明确的战略目标,因为他们为之奋斗的目标就是创造和维持一个忠实的读者群。当然,虽然如此说,杂志的出版商也并非对牟利无动于衷。例如,音乐和体育领域的爱好者杂志(*fanzines*)可以经常使具有同样爱好的人因此而聚集在一起,如同俱乐部一样来分享对于同一个特别事物的喜爱。更有甚者和杂志出版的经营领域建立了联系:詹姆斯·布朗(James Brown),曾经担任过《富翁》和《绅士》(*GQ*)的编辑,开始了出版他的爱好者杂志的职业生涯,并在1999年创立了属于他自己的公司——自我感觉良好出版公司。

此书适合谁来读?

本书为想成为杂志记者的读者而写,同时也为尚不知道将来具体从事何种新闻传播工作的人而写。即使有如此的不确定性也没有关系。这一点本书关于职业生涯和业务培训的章节说得很清楚,今天的职业道路比上一代人更为灵活多变,且多种媒体之间的工作职位转换非常之多。这意味着即使是正在某一家媒体工作的人也正在骑驴找马,寻找时机加入新的杂志或寻找其他新的工作机会。本书将对他们也有所裨益。当我撰写此书的时候,我试图满足我脑海中各种读者的不同需求,同时我也想写本使得在大学教授新闻传播课程的教师能够从书中的信息和问题中受益的书。

关注一个问题所关联的信息,就会发现任何一个21世纪的被市场力量所左右的行业,其细节的变化都非常之快。我一直在思索,编辑或经营杂志以及把握这些特定消费市场领域的繁荣或萎缩,与组织一篇出色的特写相比,其难度是有过之而无不及。为此,我试图将我所选择的来自典型杂志或公司的案例,纳入一个总体的文本框架之中,同时也试图将我讨

论的信息来源交代清楚,以使我的学生们能够自己沿着最新的数据去追踪杂志业发展的脚步。

要弄清楚哪些所关注的问题是重要的,然而这并不是记者培训的重要组成部分。自从20世纪70年代早期英国大学里的新闻传播课程走上正轨之后,这种矛盾日益深化。但是在一些编辑部中还是存有疑问,对于记者的培训,乃至研究生教育,都是在教导学生们事情是怎么做的(他们以前是如何做的),而不允许他们讨论为何如此做,以及除此之外对于现实问题是否还有其他的解决方式。学院派因其对新闻传播的业务实践(我认为应该称之为手艺或生意,但是有些人喜欢称之为专业)提出了太多的质疑而备受指责。我不否认一些理论的学术争论因为过于认真或缺乏常识而忽略了一些问题的关键所在。然而,作为一个接受新闻传播教育和作为记者工作过的人,一个教授了几年新闻技巧并且研读了大量最新的新闻学著作的人,这些背景对于培养新的记者非常有用,即使不是为了这个目的。在我接受记者业务培训的时候,如果谁给我提供了高尔滕(Galtung)和鲁格(Ruge)的关于新闻结构和新闻选择的文章,对于编辑想要在新闻中表述怎样的新闻价值我将理解得更为透彻深刻。(参见本书第七章,Galtung and Ruge 1973)本·克鲁(Ben Crewe)写的《描绘男人》(*Representing Men*)一书,以对一些诸如《富翁》、《绅士》、《杰克》(*Jack*)的詹姆斯·布朗(James Brown),《竞技场》(*Arena*)的埃科·埃森(Ekow Eshun)、《先锋》的皮尔斯·赫努(Piers Hernu)等男性杂志的编辑和出版商采访为基础,对男性杂志进行了理论化的立论扎实的阐述。它为男性杂志领域在过去十年左右的时间里前所未有的发展提供了有价值的洞察。此外,对于决定哪些问题成为公众议题和评论以及引导这些问题讨论的方式方面,媒介有着双重的影响。去研究记者做什么,这一点相当重要。因此,他们对于重大意义事件的选择标准,他们为其他社会层面所设置的议程,对于那些想以记者为职业的人和那些媒介评论家,或是学术研究者,都应该是公开的。

杂志业抑或报业?

有一个颇为有趣的现象是:学术界对杂志业的关注远远少于对报业的关注。(这就使得杂志的许多方面都值得进行深入的学术研究,如杂志历史、伦理问题、对于管制体制的影响、语言、社会学等诸多方面)。即使是一般公众,对于杂志的关注程度也相对有限,除非有一个关于编辑被炒