

传媒品与评

陆静高 著



 中国社会出版社

传媒品与评

陆静高 著

 中国社会出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒品与评/陆静高著. —北京: 中国社会出版社,
2013. 4

ISBN 978 - 7 - 5087 - 4395 - 0

I. ①传… II. ①陆… III. ①传播媒介—研究—文集
IV. ①G206. 2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 070634 号

书 名: 传媒品与评

著 者: 陆静高

责任编辑: 毛健生

助理编辑: 晓 晶

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电话: 编辑部: (010) 66079885

邮购部: (010) 66081078

销售部: 销售部: (010) 66080300 (010) 66085300

(010) 66083600 (010) 66080880

传 真: (010) 66051713 (010) 66080880

网 址: www.shcbs.com.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 236mm 1/16

印 张: 21

字 数: 270 千字

版 次: 2013 年 5 月第 1 版

印 次: 2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

序言：壮心不已 志在千里

——序陆静高理论专著《传媒品与评》

陆静高属马，长我一轮，今年70岁。2002年1月，《党的生活》杂志由省委宣传部整建制划入新华报业集团，我因此有幸与静高成为同事，在一起朝夕相处工作了一年多的时间。那一个阶段，我们在一道筹创新刊，多次碰撞办刊方案，他的思维异常活跃，且不无创新理念，工作中则活力四射，给我留下了极深的印象。后来他到龄退休，而这些年里我们却时有联系。他其实退而未休，被邀至另一方更广阔的舞台上，又红红火火地干出了一番令常人难以置信的辉煌业绩。

不久前，他拿来这部20多万字的《传媒品与评》，嘱我为其作序。我推却再三，因为我深知，论新闻出版的从业资历，他是老师一辈，评述这样的专著我是万万没有资格的。而他一再认为我们是走得比较近的朋友，对他，我会有些可说的东西。

于是，这便有了后来我们在茶馆里的一次长谈。这次长谈让我对他此生的奋斗经历，尤其是近十年所做的工作，有了更充分的了解，也因此增添了我对这位新闻出版战线老兵发自内心的深深敬意。

他出生在江苏启东一个农民的家庭，19岁高中毕业后当过3年兵。1964年，作为调干生的他，身着军装考入南京师范学院政教系新闻专业。1968年年底毕业后被分配至海安县革委会政工组工作。后来办《海安情况》，在县报道组写新闻报道，一直干到1982年。他笔杆子相当过硬，当时省里

的媒体对通讯员中的佼佼者，一度有“江苏三陆”的评价，其中“一陆”说的就是“海安的陆静高”。他在1981年参与采写的通讯《大火无情人有情》曾获得全国好新闻奖（相当于现在的“中国新闻奖”）。1982年他被调入南通地委党史部门，搞党史征集；第二年地市合并，成立了党史办公室，他被任命为科长。1984年他被借调到省委党史办，参与撰写《苏中抗日斗争史》。1985年秋他正式调入由省委组织部和省委宣传部联合主办的《党的生活》杂志社，任组织建设编辑室主任，其采编方面的工作直接与组织部相对接。他多次深入基层，采写了一批先进党支部鲜活的工作报道，诸如对张家港闸上村、高邮师伙村等支部建设的典型介绍，受到当时省委组织部有关领导的高度重视，刊发时由省委组织部加了专门的“编者按”，要求全省农村党支部予以推广。较为丰厚和扎实的新闻理论及其实践，使得陆静高对于办好一本党刊有着自己独特的理解与认识。他在编辑部较早地提出了，给基层的党员干部，不仅要提供教育，同时要更好地提供服务这样的理念。1993年他被任命为《党的生活》杂志副主编，主管刊物的采编业务。在他和同人的努力下，《党的生活》被评为江苏省优秀期刊、全国双效期刊。由他组稿并担任责编的两篇文章，分别在1998年、1999年连续两年被评为省好新闻一等奖，这在《党的生活》办刊史上，创下了首开先河的纪录。

更想说说的是陆静高退休后的这10年。他所做的一切，已绝非是我们通常所说的老同志发挥一点余热，而是完完全全地独当一面，有声有色地上演了一场可称得上五彩斑斓的人生大戏。2003年5月他办了退休，6月就被省新闻出版局报刊处请去，让他主编一本面向全省报刊的内部刊物：《江苏报刊审读与管理》。每月出一期，要发十几篇文章，负责对全省报刊的审读及评议。时任省新闻出版局局长的黄文虎同志提出要搞一些重点（重大）选题的审读，并形成有一定的思想观点和具有说服力的审读报告，以期对全省报刊的管理与指导具有较强的针对性和权威性。而陆静高在这以后的几年里，为实现这一目标，付出了大量的心血。他紧紧扣住各个不同时期

宣传报道的重点及热点，在对全省各地报刊广泛研读的基础上，深思熟虑，写出了一批在宏观考察上有精当把握，而剖析、评述上又能独出机杼的综述性文章（这部专著中的“报刊评述篇”所列27篇文字，便是他近几年这方面成果的集中展示）。这些文章刊出后引起了更高层面的关注和重视，江苏省委宣传部和国家新闻出版总署分别在其内刊上予以转载和推荐。由于陆静高对这本《江苏报刊审读与管理》全身心的投入，每期都想办法、花力气组织到有分量且各具特色的审读报告，使得这些年江苏报刊的审读工作走在了全国的前列。江苏报刊审读工作经验，曾在全国报刊审读工作会议上介绍，还被《中国新闻出版报》发表。

2007年2月，陆静高又接受了一项新的使命：出任江苏省期刊协会常务副秘书长，负责期刊协会的日常工作。上任伊始，他便做了一件大事：即在有关方面领导的大力支持下，做了一个关于“做大做强江苏省期刊业”的课题研究报告。在近两年的时间里，他为这一后来被列为江苏省哲学社会科学规划办公室基金课题的研究项目，殚精竭虑，废寝忘食，四处奔走。他从南京师范大学挑了5个博士和硕士研究生作为他课题组的工作助手；他专赴北京、上海、广州、武汉、沈阳、长春等地，与全国50家名刊的主编逐一交流，讨教、取经，掌握了许多第一手的材料；他几次参加了全国期刊创新年会，广泛搜罗可以攻玉的它山之石；他还参加了亚太期刊年会，对世界范围内的期刊潮流和趋势，有了宏观上的了解；并侧重对一些国际品牌的刊物其营销及盈利模式作了细致的解剖与分析。在这样一种基础上，再针对江苏期刊业整体的发展现状，他写成了5万字的题为《按照现代办刊理念 繁荣发展期刊业》的课题报告。这篇长文历经两度春秋，成稿后打印出200份，向全省150家刊物的主编及有关方面征求意见，集思广益，又几易其稿，最后才正式收入由江苏人民出版社出版的《江苏期刊研究——2009年度论文集》。此番结集成书，作者将其列为首篇，其价值和意义不言而喻。

从这十多年与陆静高的交往中，我能深刻地感受到，他的身上似乎装

着一台永动机，总是不知疲倦地运转，释放着光热。期刊协会的工作在他精心策划与组织下，不断推陈出新，显出一派生机——2009年推出的“江苏期刊编辑技能大赛”，每年一届，参加者达三百多人之众，影响日见深远；2008年开锣的“江苏期刊广场推介活动”，邀请电视台主持人在露天广场向大众推介江苏的各类优秀期刊，各家期刊则摆出展台，为读者提供多项服务性活动，其声势一年大过一年，后又有许多报纸要求加盟，故而此项活动的主办方后来改作了省新闻出版局；再就是已连续搞了四届的“江苏期刊发展论坛”，邀来了中国期刊协会会长石峰以及我国台湾华榭传媒集团、《南风窗》杂志、《特别关注》杂志、龙源期刊网等多家知名刊社的社长或总编，齐聚论坛，共商期刊发展之大业。四届论坛所交流的论文均由期刊协会编成年度论文集，交由江苏人民出版社出版。今年3月，他又满怀激情地领命担任了大部头文献《江苏期刊史》的总纂，这是一项完全开拓性的具有填补空白意义的工作，是江苏文化强省的重点工程之一，由省领导挂帅任编委会主任。半年多来，他为此已做了大量基础工作，制订了较为精当的编辑方案。

除了上述这些足以彪炳史册的工作，陆静高居然还能腾出手脚，又干了一份同样弄出了蛮大声响的“副业”。这就是他在2005年的10月被中国新四军研究会特聘为由他们主办的《铁军》杂志副社长。这件事说起来颇有些戏剧性，这一年的8月，《铁军》杂志召开座谈会，听取各方面对刊物的意见，彼时陆作为出版局的报刊审读专家被请去与会指导，孰料他悉心准备的一个发言，令新四军研究会的领导大为赞赏，说这个人为什么不可以请来参与我们的办刊与经营？！他的那套期刊品牌建设的办刊思路简直太棒了！于是很快由有关领导出面，点兵点将，几次三番地做工作，老陆也只有恭敬不如从命了。他在座谈会上提出的三条：“差异化办刊，原创性选题，纪实体风格”，《铁军》杂志几乎照单全收。从2006年起《铁军》由双月刊改为月刊，一系列与改刊相配套的推广发行措施，使得这本杂志

迅速打开局面，受到读者的广泛好评。至2007年，该刊由原来的二级期刊，一跃而成为江苏省优秀期刊，这样突飞猛进的进步，在全省期刊中是绝无仅有的一例。成绩当然可以从多方面来总结，而陆静高提出的一系列新的办刊理念对于杂志的发展，显然是功不可没的。到了2011年年底，《铁军》又迎来了一个新的发展期。杂志已正式改为旬刊，每月出三本刊，即《铁军·综合》《铁军·纪实》《铁军·老区》。新上任的杂志社社长王清葆将军（原南京军区政治部副主任）是一位颇具魄力的领导者，他全力支持陆静高所提出的做大做强铁军传媒的发展思路。不久前，由陆静高领衔创办的《铁军·纪实》已隆重推出，市场反响强烈；铁军影视制作中心宣告成立；随后还将成立图书编辑中心和广告发展中心等。老陆的心还大得很哩，他想把“铁军”这块响当当的金招牌，做成一条效益倍增的期刊产业链。更为难能可贵的是，他在放胆实践的基础上，不失时机地对相关经验加以总结，梳理并完善出崭新的理论成果，这就是他今年5月29日发表于《中国新闻出版报》的《共享宣传资源 创造品牌优势——〈铁军〉杂志跨媒体合作卓有成效》，此文值得期刊界的同人用心一读，想必会给你带来不少的启迪。

曹孟德有诗云，“老骥伏枥，志在千里”。陆静高这匹年已七旬仍壮心不已的老马，在他退休后的这10年里，以其不甘懈怠，勇于创新的精神，“无须扬鞭自奋蹄”，写就了其人生最精彩最璀璨的一章。我为他感到由衷的骄傲！

一个人的身上究竟蕴藏着多大的潜力？退休以后的人生该如何书写？陆静高用他的经历给出了一份最完美的答案。

王慧骐

2012年12月10日于休假途中

目 录

序 言	001
课题报告篇	001
按照现代办刊理念 繁荣发展期刊业	003
业务研究篇	067
注重对新闻主体的分析	069
市场经济条件下典型宣传的效果探析	074
新闻宣传与人民群众的政治参与质量	080
着力把思想写透	083
理论宣传的生命力在于联系实际	089
以“八荣八耻”加强新闻职业道德建设	094
以理念创新促进期刊业发展	099
认准发展空间 加快发展步伐	111
学术期刊优化选题策划的方略分析	118
苏沪近代学术期刊发展简史	127
期刊品牌建设研究	134
品品文字的味道	142
报刊评述篇	149
强力营造舆论氛围 整体推进形成合力	151
紧贴重大主题 形成舆论强势	157
用新理念推动大发展	161
坚持原则重实效 增强党报影响力	165
围绕新目标 唱好重头戏	170
用思想大解放 推动经济大发展	173
坚持高奏主旋律 牢固树立新观念	178
“人民的儿子”人民爱	183
突出重大政治任务 统一全党思想行动	188
事实最有说服力	193
正确把握基调 注重宣传效果	196
抓住大主题 宣传高水平	201
一份特色鲜明的专业报纸	207

突出主旋律 坚持多样性	215
不可忘却的民族记忆 开创未来的精神动力	221
传媒在构建和谐社会中的重大责任	227
贯彻省委要求 形成宣传声势	233
大局意识强 宣传力度大	240
一张坚持党报主体地位的城市名片	246
牢记媒体政治责任 加强思想道德建设	251
重大的政治主题 突出的宣传声势	258
在“服务”上做大文章	265
看准市场办刊 依靠特色发展	269
为发展注入强大的动力和信心	274
坚持不懈创新 打造品牌期刊	276
共享宣传资源 创造品牌优势	283
一本让故事说话的好书	288
期刊写作篇	291
文章贵在出新	293
注重对事实的分析	296
要善于抓问题	299
以小见大真功夫	302
认识典型 宣传典型	305
让细节说话	308
善用背景材料给力	311
写好开头文自成	314
写稿要有人情味	317
带着感情写稿	320
后 记	323

课题报告篇



按照现代办刊理念 繁荣发展期刊业

——“做大做强江苏省期刊业研究”课题报告

引言

出版发行业是文化产业中非常重要的一个组成部分，而期刊业的发展状况，又是衡量出版发行业发展状况的一项重要指标。因此，做大做强江苏省期刊业，是江苏文化建设繁荣发展的一条必由之路。

胡锦涛总书记在十七大报告中突出强调了加强文化建设、提高国家文化软实力的极端重要性，对兴起社会主义文化建设新高潮、推动社会主义文化大发展大繁荣作出全面部署。他在报告中提出“文化软实力”这一概念，并强调：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素”，“要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力”，“提高文化软实力”被提升到了国家战略的高度，为今后的文化建设指明了方向。

这让我们充分认识到，作为一种提高国家文化软实力的战略举措，推动社会主义文化大发展大繁荣，已经成为我国经济社会发展进入新阶段的客观要求，也成了满足人民群众日益增长的精神文化需求的迫切需要。

早在 2001 年，江苏省就已经制定了文化大省建设规划纲要和文化经济政策，对文化事业和文化产业发展做了全面部署，明确提出了建设文化大省

的口号，并要求文化产业的增长速度高于第三产业的增长速度，使文化产业成为新的经济增长点。近年来，尽管江苏建设文化大省已经在广电、报业、演艺、文化旅游等方面取得了长足的进步，但是与国内文化建设的先进地区——广东、上海等地相比，还是存在着比较明显的差距。在2006年9月，江苏省又召开了全省文化工作会议，出台了《江苏省“十一五”文化发展规划》，提出要以更大的力度建设与经济社会发展水平相称的“文化江苏”，从文化大省向文化强省迈进。那么，在今后的几年中，如何寻找到江苏文化发展的新的增长点，开辟出新的“蓝海”，已成为摆在每一个江苏人面前的现实问题。

这对江苏期刊业来说是一个新的机遇。然而，江苏期刊业的历史和现状究竟如何呢？它究竟有多大的发展空间？它究竟需要怎样的发展对策和模式？它究竟可以描绘出一个怎样的前景呢？

如果说之前我们还没有完整的答案，那么，《做大做强江苏省期刊业战略研究》这个课题，就比较全面、细致地来思考、探索这些问题。这个课题将完成江苏省期刊发展史上第一次对本省期刊业的历史、现状和发展对策及发展前景所进行的系统性研究。目的就是要为“十一五”期间江苏省期刊业的蓬勃发展提供战略指导，为新闻出版主管部门以及与期刊业相关的单位提供理念创新、体制创新、管理创新、经营模式创新、传播手段创新等方面的发展思路和可行方案，从而更好地满足广大人民群众日益高涨的精神文化需求。

第一章 江苏期刊业发展现状

一、江苏期刊总量及品种结构

期刊是江苏平面媒体的重要组成部分。截至2005年度，江苏期刊出版品种440种，^[1]单就品种数量上看，排名各省、自治区、直辖市的第二。第

[1] 除非其他特别注明，本章采用的数据、表格均指2007年，来源于江苏省新闻出版局：《江苏省新闻出版（版权）业统计资料（2007年）》（内部资料）。

一名为上海, 625 种; 第三名为湖北, 399 种; 第四名为广东, 379 种; 第五名为四川, 334 种。^[1]而 2006 年、2007 年, 江苏期刊出版品种保持在 439 种, 虽然减少了 1 种, 但是其品种数量在全国的排名情况并没有改变。在 439 种江苏期刊中, 社科类期刊 181 种, 占期刊总数的 41.23%; 科技类期刊 258 种, 占期刊总数的 58.77%; 省内期刊高校学报、综合技术和学术理论类刊物共 262 种, 占全省期刊比重的 49%, 从结构比例上看, 江苏作为文化、教育和科技大省具有一定的资源优势。

表 1: 期刊品种结构情况

种类	高校 学报	综合 技术	学术 理论	医药 卫生	工作 指导	教育 科普	文学 艺术	农业 科学	文化 生活
数量(种)	119	84	58	38	37	34	24	24	21
比例(%)	27.1	19.1	13.2	8.7	8.4	7.7	5.5	5.5	4.8

二、出版刊期情况

截至 2007 年度, 季刊和双月刊的期刊种数较多, 分别为 115 种和 186 种, 占全省期刊比重的 68.73%。总体上, 江苏省期刊的出版周期较长, 但出版周期仍比上年有所加快。从表 2 中可以看出, 2007 年季刊比上年下降了 4.96%, 减少了 6 个品种; 对照全国期刊的平均水平, 早在 2001 年, 季刊和双月刊的比例相加只有 58.72%,^[2]更何况这几年随着总体出版周期的加快, 全国的这一数据有所下降。因此江苏期刊的出版周期明显低于全国平均水平。

表 2: 期刊出版周期情况

刊期	2007 年(种)	2006 年(种)	占期刊总数(%)	同比增长(%)
年	4	4	0.91	0.00
半年	0	0	0.00	0.00
季	115	121	26.26	- 4.96
双月	186	184	42.47	1.09
月	84	82	19.18	2.44
半月	25	24	5.71	4.17
双周	1	1	0.23	0.00

[1] 参见《中国期刊年鉴 2005/2006》, 第 17-72 页。

[2] 祝得彬:《2001 年全国期刊出版情况》, 载《中国期刊年鉴》2002 年卷(创刊号), 第 214 页。

续表

旬	21	21	4.79	0.00
周	2	2	0.46	0.00

三、出版规模和经营情况

江苏期刊 2007 年总印数 86958.18 千册，年总发行量 85476.01 千册；总平均期印数 4234.65 千册，总平均期发量 4090.08 千册；经营规模中总发行收入 21499.82 万元，年总收入 37140.98 万元；总广告收入为 9914.83 万元，较 2006 年增长了 1770.02 万元，增长 21.35%。对比全国的数据，早在 2001 年，江苏期刊 10348 万册（103480 千册），高于 2007 年的总印数，但是在当年各省、自治区、直辖市期刊总印数的排名仅为第六，落后于广东、上海、湖北、山东和辽宁；同样是 2001 年的数据，全国各地期刊平均期印数为 493 万册（4930 千册），当年高于这个水平的省份有 12 个，而时隔 6 年，江苏期刊的平均期印数仍然只有 4234.65 千册，落后于 6 年前全国的平均水平。

由此可见，江苏期刊出版的品种虽然在全国各省、自治区、直辖市中属于较多的，但是无论是总印数还是平均期印数，均跌出前五位之列，其中，平均期印数还低于全国的平均水平。这说明，江苏期刊的品种虽多，但是发行量、印数均较少，没有在全国范围内响当当的大刊、强刊。

表 3：期刊整体出版和经营情况

项 目	2007 年	2006 年	同比增长（%）
总印张（千印张）	343701.74	317288.00	8.32
总平均期印数（千册）	4234.65	4321.56	— 2.01
总印数（千册）	86958.18	91239.10	— 4.69
总平均期发量（千册）	4090.08	4205.67	— 2.75
年总发行量（千册）	85476.01	88528.69	— 3.45
总发行收入（万元）	21499.82	19428.56	10.66
总广告收入（万元）	9914.83	8144.81	22
其他收入（万元）		3277.13	
年总收入（万元）	37140.98	30605.94	21.35

表 4: 2007 年发行量前 20 名的单位 (平均期发量)

序号	刊名	类别	期发量 (千册)	刊 期
1	全国优秀作文选	教育辅导	177.00	旬刊
2	阅读	教育辅导	155.00	半月
3	科学大众	科 普	151.48	旬刊
4	江苏党的生活	工作指导	151.00	半月
5	东方文化周刊	文化生活	150.00	周刊
6	初中生世界	教育辅导	144.00	旬刊
7	新语文学学习	教育辅导	133.30	旬刊
8	银潮	工作指导	120.00	月刊
9	农家致富	科 普	110.00	半月
10	莫愁	文化生活	110.00	旬刊
11	英语大课堂	教育辅导	106.75	旬刊
12	早期教育	教育辅导	102.00	旬刊
13	歌迷大世界	文化生活	100.00	旬刊
14	七彩语文	教育辅导	98.53	旬刊
15	未来科学家	科 普	80.00	半月
16	译林	文 艺	67.90	月刊
17	儿童故事画报	教育辅导	61.00	旬刊
18	清风苑	法 制	59.50	半月
19	群众	工作指导	58.00	月刊
20	东方娃娃	教育辅导	56.30	旬刊

四、期刊经营状况分类统计及排行

1. 期刊发行收入

截至 2007 年, 期刊发行总收入为 21499.82 万元, 居前三位类别的分别为: 教育科普类 7155.32 万元; 文化生活类 5039.69 万元; 工作指导类 2601.83 万元。其中排名前三位的期刊分别为《歌迷大世界》《早期教育》《江苏党的生活》, 《歌迷大世界》由 2006 年的排名第六上升为第一, 《莫愁》由 2006 年的第二下降到第四。《七彩语文》《英语大课堂》《译林》增长幅度分别达到 320%、125%、114%。