

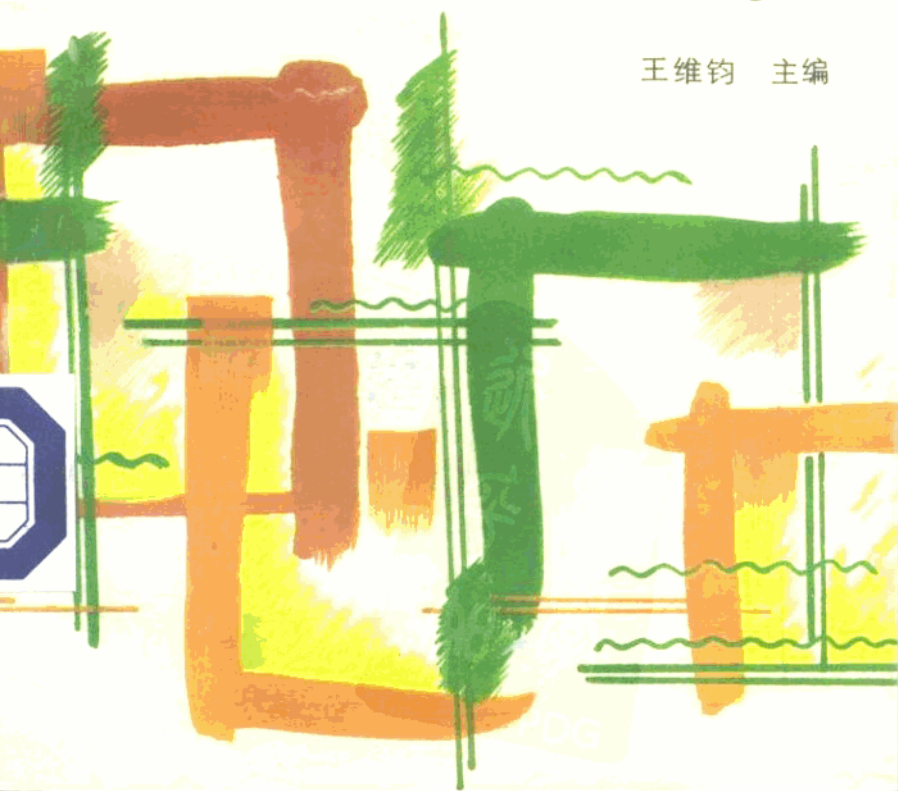
文友书丛

现代期刊编辑 论丛

(第一輯)

西北大学出版社

王维钧 主编



出版前言

应该说,作为理论、学术性的文集,这是一本没有达标、很不成熟的书;可同时,它也是一本多少还幼稚的可爱的书。因为,至今我们还没有看到一本完整、实用而又有权威的《期刊编辑学》,也没有看到一本收集了某一个期刊社的编辑们谈期刊编辑学的论著;这一本,正是由我们女友杂志社全体编辑人员谈现代期刊编辑学的书,其中相当的篇幅是谈我们自己的刊物和自己办刊的体会。

我们不怕有“王婆卖瓜”之嫌。就像初学中医针灸的人,在还没有资格给他人施行医术之前,先在自身穴位上大胆扎针一样;我们敢于把自己这样的文集出版面世,相信它也是走向成熟、会对人们有用的实习劳动成果。

关于期刊,我国《辞海》的解释是:期刊又名杂志。定期或不定期的连续出版物。每期版式基本相同,有固定的名称,用卷或年、月顺序号出版。台湾张觉明先生在他的一本书里指出:杂志是大众传播的一种媒介,是提供大众阅读各门类知识材料宝库的一种工具,是介于新闻(报纸)和著作品(书)之间的一种产物。美国《独立周刊》曾在一篇社论里说:“杂志从有生以来便代表一种智慧的活动。杂志的作用是从旧材料中编

织新的故事,配合时代的潮流改写历史及传记,伸张已被人类遗忘的真理,使健康的知识更能适合人口味,化玄奥的科学为应用知识,向世界的黑暗角落,以及人类文化的若干隐处,投以搜寻的光亮,发起新的运动并导引旧的运动……”

我们尽可以在书刊资料上、在教授的讲堂上,看到或听到一种又一种对期刊的生动表述与阐发,可以从中获得对期刊颇为明确的理解和认识;但是,仅此而已,肯定是不够的。要真真实实地懂得期刊和期刊编辑学,恐怕最好的办法还是在编办期刊中研究期刊,在阅读期刊中研究期刊。也就是说,只有对某一种、某一些期刊长期接触,由具体到抽象、个别到普遍、特殊到一般地进行了分析、概括,才能真实地知其内在,得其要领,掌握到办刊必须遵循的理论和规律性。

这也就是我们这本书所以能够形成,所以想要面世的真正缘源和因由。

当前,期刊事业蓬勃发展,繁荣景象今非昔比。人们的现代思想意识和现代生活方式对期刊提出的要求,已经有了一个很大的拓宽面。在我们大步走向 21 世纪的进程中,研究期刊和期刊编辑学,不仅仅是期刊编辑部和期刊领导管理部门的事情了。

千千万万的读者,早就打消了对宣传的盲目服从。他们在独立思考和赏析品评中购买订阅期刊,既有着多角度的选择性,又有着多方面的研讨性。他们对一本期刊及其编辑部工作

的关注，总是富于强烈而浓厚的兴致情趣。我们女友杂志社差不多每天都会收到 5000 多封信函，其中对我们刊社及其采编工作提出批评、评论和建议的，至少占有六分之一的数量。广大读者从不鄙弃我们还不很成熟时的可爱幼稚。

我们由衷地感谢这些热心的读者朋友，也是为了不辜负他们的诚挚爱意，我们要将这本书奉上，有来有往，想必对我们女友杂志社今后迈出新步伐、登上新台阶更是大有裨益的。

我们的《女友》和《文友》杂志一贯遵循着这样的办刊思想：以交友、服务为职责，愿与志同道合、开拓创新的作者朋友、读者朋友一道扩大视野，增长知识，研讨问题，排忧解难……

主编

1992 · 11 · 11

目 录

对现代期刊的三点思考.....	王维钧(1)
从《女友》看编辑华笔在现代期刊中的艺术表现力	白 琳(11)
试论特别企划在现代期刊中的主题效应	郝 选(21)
适应读者的参与意识是现代期刊的一大活力 ...	张艳冬(27)
现代期刊的新闻意识与明星效应	李 军(33)
浅谈现代期刊的语言艺术	花清香(41)
浅谈综合性期刊文章的“人情味”	孙 珙(46)
综合性期刊是当代人不可缺少的“精神食粮” ...	孙 珙(55)
形式美在现代期刊中的作用	郝 选(62)
浅析现代期刊在精神文明中的作用	王 哲(68)
现代期刊美术插图的新趋向	张 翼(74)
综合性期刊的社会效益实践	吴大英(79)
恰当运用经济手段调节文化产品的生产	张泽青(87)
浅谈现代期刊社系统工程发展新趋向	贾学松(94)
经济效益对现代期刊活力的影响	张若一(99)
从《女友》看现代期刊的第二社会职能.....	白 琳(107)

如何体现现代期刊的社会效益…………… 王春学(112)

不断提高现代期刊的社会效益…………… 花清香(119)

关键是解决好人的问题

——《女友》创办的一点体会…………… 王维钧(124)

现代期刊编辑的“角色替代”…………… 吴大英(134)

期刊编辑的文学美学修养…………… 王春学(140)

爱心历程 1000 天…………… 王维钧 郝 选 程 路(144)

对现代期刊的三点思考

王维钧

思考之一：期刊在当前印刷出版事业中的地位和作用

结论：必须提高职能觉悟

关于期刊在当前印刷出版事业中的地位和作用，我觉得这既是个理论问题，也是个实际问题。对这个问题的思考，应着眼于印刷和出版事业的历史。

如果说，印刷出版业是相伴造纸成功而诞生的话，那么最早的印刷出版业应该是我国东汉王朝，在蔡伦那个时候，也就是公元100年那个时代。到北宋王朝，毕升发明了活字排版，也就是公元1000年的时候，我国的印刷出版业当是先进而兴盛的了。

无论是在我国，还是在外国，应该说，印刷最先实现的除去官方的应急“公告”之类，便是出版书籍。随着书籍的大量印刷和出版，文化宣传事业逐步发展，新闻也开始作为正式出版物出现，于是就产生了正宗的报纸。关于报纸的历史，我没有去研读，说不上它的起源在哪个国家、哪个年代，但可以想象，它应当是迟于书籍而早于期刊的。

期刊诞生的地点和时间，要搞确切也是不大容易的。但以现代期刊而论，有资料表明：

1731年,英国的爱德华·开夫出版了一份期刊,译成中文,叫《绅士杂志》,被认为是最早的一种现代杂志。

1741年,布雷德福创办了《美洲杂志》,富兰克林创办了《综合杂志》,均为月刊,这是美国现代杂志的起源。

19世纪初叶,美国印刷出版业兴盛,期刊发展较快。有一个重要的原因,就是当时的大城市星期报厌倦与日报竞争,转而改办杂志。后来由于经营上的效应,印刷术的改良,美国邮政优待期刊的邮递,期刊杂志在20年内就增加了一千倍。到1885年,这个国家已有期刊3300多种,发行量最大的在10万份以上。

美国的期刊,可以说一直在世界上处于领先地位。读者文摘公司和时代公司的创办人和最初的职员,都是没有办刊经验的年轻人,但他们适应了期刊发展的大趋势,利用了期刊与其它出版物的竞争优势,加之在出版方针和办刊技巧方面有所创新,很快就成为世界上最大的杂志公司。1963年,《时代周刊》发行量约在250万份至280万份之间。《读者文摘》更是风靡全球,近年来创出了发行量2800万份的世界纪录。

在我国,1862年上海创办了第一份以“杂志”冠名的期刊,名叫《中外杂志》,是月刊,每期12~15个页码,发行了7年。

1874年,由林乐知主笔创办的《教会新闻》改为《万国公报》月刊后发行量剧增,到1891年竟再版4次,销量上万份。

五四新文化运动以后,我国期刊事业有了一个大的转机。陈独秀先在上海创办了《青年杂志》,后改为《新青年》。接着,《向导周刊》、《新潮》、《新教育》、《建设》、《小说月报》等一些期

刊相继诞生。特别是在中国共产党成立前后,更有一批诸如《湘江评论》、《觉悟》、《向导》、《先驱》、《前锋》、《劳动周刊》、《工人周刊》、《中国青年》等优秀期刊,像雨后春笋,层出不穷。

但是,不管怎么说,期刊在过去一段时间里,其出版发行的数量要比书籍少,比大小报纸也要小一些。这是历史上的实际状况。而这种状况,在近年来,在 20 世纪末期,广泛而迅速地发生了令人瞩目的变化。

有这样两组统计数据:

意大利是一个仅有 5000 多万人口的国家,光大型出版社就有 50 多家,中型出版社 1000 多家,小型出版社 3000 多家。所有这些大、中、小出版社都十分重视期刊的出版,其中米兰的多莫出版社以出版汽车、建筑期刊为主;罗马的来蒂出版社出版 20 多种期刊,主要是青年刊物和音乐刊物。这个国家出版期刊总数多达 9000 余种,街头书亭随处可见。

我国《新闻出版报》1991 年 10 月 4 日披露:1991 年上半年,全国共出版杂志 5896 种,平均期印数 1.76 亿册,总印数 10.5 亿册,总印张 28.37 亿印张。印制期刊所用纸张是十分惊人的,与书报的发展相比较,真是“青出于蓝胜于蓝”,不禁让我期刊同仁感到万分鼓舞。

毫无疑义,期刊作为介于书籍和报纸之间的印刷出版物,作为信息、知识、思想理论和文化情趣的综合载体,已经成为当代人生活中不可缺少,而且比书报更加具有魅力的精神食粮。

用意大利出版商的话来说,随着时代的发展,读者的兴趣不断变化,出现了期刊化的倾向,期刊在一定程度上代替了书

籍。

用我们的话来说,随着电子工业的发展,信息爆炸时代的到来,报纸的新闻性受到了广播、电视等形式的强烈挑战,书籍由于编写、印刷及出版发行的长周期使人急不可待;只有介于书报之间的期刊,作为印刷出版物,才能够显示其特别的优势。

事实也证明了这一点。现在,除了大中小学教材,再好的一本书,其发行量也不能同一次印刷超过百万册以上的畅销杂志相比。而在亿万人民的生活中,有了收音机、电视机后,订阅报纸的人数越来越少了。大家知道,最初上海人民出版社办了一本《青年一代》杂志,其经济效益和社会效益都大大超越了图书。后来,甘肃人民出版社编办了《读者文摘》杂志,同样一举成为该社效益最佳的拳头产品。其他各省的出版社,相继也纷纷开始编办各种期刊,给他们的印刷出版业带来了新的活力。我们走到城乡书市上,期刊和书籍报纸相比,所处的地位也是显而易见的。

这种状况对我们编办期刊的人来说,自然是一种极大的振奋了。我们肩负着祖国印刷出版事业中令人十分注目的重任,怎能不进一步提高自己的职能觉悟呢?

思考之二:现代期刊的特色和发展趋势

结论:必须加强美学意识

我作过这样一种假设:如果我们把我国历年来出版发行的各种期刊搞个大展览,进行一番对照和比较,给我们的印象一定会是这样的:不管是纸张、印刷、装帧(封面及其版式设计

等等),还是刊名、文题、文章的内容结构、语言特点及其风格,都是越来越给人以美感,可谓“朝着完美趋向,步步登高;反映美学意识,渐进强烈。”这是为什么呢?因为人类在不断走向前进,社会在不断走向文明,期刊也要随之而体现它所处的时代面貌。所以,现代期刊,它不应当再是一种原来意义上的一般化读物,而应当成为当代文化与文明层次的象征,成为人们文化生活中颇具感染力的艺术珍品,要尽可能地体现综合艺术及其表现力。

我们从期刊历史的演变来看,它的变化,它在每一个国家的繁荣,它在每一个层次上的飞跃,都带着美学意识,展现了各种相关艺术的普及提高。

英国人爱德华·开夫在创办《绅士杂志》时,就十分注意突出了语言文字的艺术,还配合性地发表了诗和文学小品。美国期刊最早的兴盛时期,销量最大的期刊是《纽约文汇》,这份杂志就非常注意给读者以美感,内容常有小说、游记、木刻等艺术作品。进入20世纪以后,世界现代期刊的美学意识更为明显地体现出来了。诸如内容通俗化,宣传富有技巧,大量运用图片,用文学手法反映时事,封面及纸张、印刷、装帧的改进等等,蔚然成风。美国《时代周刊》和《读者文摘》突出了这些,便获得了更多读者的青睐。

我们国家的期刊后来也开始随着新潮而勇进。从80年代开始,越来越多的杂志采用照排、胶印,版式和封面刷新很快,在选用稿件上,既注意了思想性和理论性,也注意了大众传播的艺术性和趣味性。一些发行量较大的杂志,特别是青年、妇女、文化生活类期刊,都是由此而打开局面并得以持续发展

的。

可以说，这也是不以人们的意志为转移的一个事物发展的客观规律。我们只能顺着时代的潮流，努力适应新形势需要，尽最大努力寓教育于美学之中，满足人民群众的新的审美要求。

不难想象，时代发展到今天，美学意识已经渗透到了各个领域。当我们走到都市的大街上，看到楼堂馆所、商行店铺，多是由马赛克、大理石、合金窗框、茶色玻璃装修门面；里边的地板、墙壁、灯具、桌椅更是富丽典雅、质地华贵，连牌匾、橱窗、标语、广告也设计书写得艺术、整洁，充满了现代气息。再看看人们的衣着饮食吧！穿的服装不但面料高级，而且款式新颖、色彩绚丽；吃的饭菜糕点，不但爽口味美，而且品种繁多，色形迷人。整个世界都充满了艺术之美，人们的美感要求也达到了一个新的高档层次和广阔范围。难道作为精神食粮的印刷出版物能不与之同步吗？

不是没有条件，而是一个意识问题。我国著名美学家王朝闻说过：“艺术品的不断增多，常常与物质手段的增多相一致。”“随着科学技术和生产的发展，新的物质手段发明和利用，新的艺术样式也会不断出现。”如果说，油画的出现依赖于相应原料和工具的发明；中国水墨画与特殊的纸、笔、墨的运用密切相关；电影这个艺术品是对摄影技术及其材料的依存；那么，毫无疑问，现在有了电子分色机、电脑照排机、四色胶印轮转机，有了高级涂料纸、胶印纸、塑料压膜，把这些现代物质手段和编辑们出手的优秀文稿、画稿相结合，就是文学、绘画、摄影、美术设计等多种艺术融为一体的综合艺术——现代期

刊的艺术美的展示。

在海外,在一些科技和经济发达的文明国度里,书刊之高雅和精致,堪称是人们文化生活中的一种艺术珍品。由于文学的介入,各类学术期刊、理论专著以及大学的教科书也变得内容生动、语言优美、富有形象化和幽默感,可以做为电视科教片的解说词配上图像来播放。我们的期刊,自然没有理由落后。近几年来,国内已有不少的期刊社开始追逐新潮,在坚持党的四项基本原则的前提下,大胆进行现代期刊艺术活动的尝试。越来越多的杂志在彩色封面上打出诱人的要目,在扉页和文题、文章前面加上了刊首语、栏头语、题头语、文头语等编辑华笔,版面出现了宽松活跃趋向,内容多了一些生动与诙谐,给读者增强了亲切感、轻柔感和现代美感。

这种期刊的现代艺术韵味,无疑是符合期刊发展规律,值得给以肯定的,是需要大力支持和推广的。不仅仅是期刊社,国家有关方面和有关部门,也应当从战略眼光出发,去要求和培训采编人员,安排造纸及印刷机器的改进和更新,逐步把期刊作为时代文化艺术珍品来组织生产。

思考之三:各种期刊的存在价值和竞争效应

结论:必须树立群众观念

我曾在书刊导报上发表过一篇短文,题目是《我喜欢如是说》,其中有这样几段话:

“我认定了一个死理:当前期刊林立,竞争激烈,说到底,刊物与刊物的市场较量其实都是人与人的对垒。兵对兵、将对将、帅对帅,胜负如何,全看你主编和主编手下的采编大将们

的素质优劣了。一个人当三年主编，如果手下培养不出编写能力较强的编采人员来，就不能说是一个好主编；同样，一个编辑干了三三年，如果还没有联系到写作能力较高的热心作者，他也不算是个好编辑。因为主编没有更高层次的编辑力量，编辑没有更高层次的作者朋友，绝对不会办出更上一层楼的好刊物，想在竞争中不失利也就难有把握了。

“我有一个坚定不移的看法：一个刊物的面目、形象、思想意识、品质格调，基本上反映着办刊人员的道德灵魂和精神境界。要办出一个健康高雅的刊物，其编辑部所具有的精神文明程度，要比高等学府还得高出一等。因为在这里任职的主编和编辑，不仅肩负着引导教育读者、塑造人类灵魂的任务，还承担着改造、完善自身和培养、净化作者队伍的任务。

我经常给我的同事讲：“一个刊物属于谁？属于读者、属于人民，是社会文化事业的一个细胞，绝不是属于主编和编辑们的小集体所有。一个严肃正规的刊物，决不能以主编和编辑的好恶来打扮，而应该按读者的兴趣、社会的需要、人民的利益来塑造。因此，主编和编辑必须努力使自己的业务和人品适应办刊需要，而不能让办刊工作来适合自己的个人意愿。如果谁不愿或不能用自我改造、自我完善的途径适应办刊事业的需要，就应当设法把他的工作岗位让给别人。”

我这是基于对诸多具体问题和具体事实的深入了解而发表议论的。我以为以上这些议论围绕着一个中心，就是群众。

不论是哪一类哪一种期刊，都是要办给群众看的，都是要为人民群众所需所用的，都是要依靠群众的拥护来办的。忘记了最广大的读者群众，忘记了诸多的作者群众，由少数领导或

者是主编和编辑按自己的想法关起门来办刊物,自我表现,自我欣赏,自我渔利,这份刊物决不会有多少人来购阅,也不会
有多少人来投稿;它既然不需要什么市场竞争效应,也就不会
有多大的实际发行量和存在价值了。

不记得是哪位期刊界的同仁讲过一句话,说:除去
外,一般地讲,同类期刊在同等条件下竞争,高下之分主
其市场发行量大小,也就是拥有的读者群的多少。不可想
一个普通刊物,失去了它应有的读者和作者,发行量越来
小,其主编和编辑们还要大谈它的质量多高、社会效益多好
等,极力来为它的存在价值鼓吹、抬高,有谁能够信服呢?

应该说,读者和作者崇敬一个刊物的发行量这纯属正常。
相反,发行量降得很低了的刊物,主编和编辑热衷于宣传“发
行量大小不能等于刊物质量高低”,倒是值得嗔怪的。

当然,期刊的种类不同,在办刊方针、读者对象、以及印刷
装帧等方面的要求上,必定要有所不同,也不可以在质量和发
行量上进行同一起跑线同一终点的比赛。但是,既然同是期
刊,就需具有同样的群众观念。我想除了少数高科技的交流性
学术期刊和专业性极强的期刊,其他期刊都担负着普及和提
高两方面的大众传播任务;都应当在尽可能多的人民群众中
扩大自己行业及职能所赋予的宣传影响;各类各种杂志的专
业内容,都应当是既有“阳春白雪”,又有“下里巴人”,而且所
谓的“阳春白雪”也要和“下里巴人”搭配和谐,将提高建立在
普及的基础上。否则,就会脱离群众,影响竞争效应,影响发行
量和社会效益。

我曾认真拜读过一些具有现代味的学术期刊和专业期

刊,包括政治思想教育和理论宣传类杂志、文学艺术类杂志。其中丰富的内容,较强的美学意识,编辑人员的水平和用心,体现于刊物,具有多方面的吸引力。自然,它们深受读者的喜爱,发行量也相当可观。同时,我也翻阅过另外一些同类型期刊,不禁产生了相反的看法:它们总是过多地发表领导人讲话,内容和形式都恪守陈旧的死板面孔,特别是一些纯文学杂志,不是“名人”的“大作”,便是粗糙的毛稿问世,粘不住读者,然就不会有多少发行量。

现在的期刊读者,尤其是年轻一代,既有强烈的独立意识,又有强烈的参与意识,不考虑他们的情绪和爱好,不能顺理成章地满足他们边学习边耕耘的需要,叫他们花钱为你捧场是完全不可能的。

因此,各种期刊的存在价值和竞争效应取决于能否植根群众,而要解决期刊脱离群众的问题,关键是提高主编和编辑的业务素质,业务素质的核心就在于了解现实中读者队伍的需要的情趣,并能由此而出发,去适应群众,适应时代,将现代化思想、现代化知识、现代化美术设计和语言艺术在本职工作中科学地体现出来。比如说,读者喜欢杂志的内容新颖、形式活泼,我们就要下功夫改进,力争来个“旧貌换新颜”。各种期刊无不可以新,无不可以活,只是各有各的新意,各有各的活法而已。只要你“新”和“活”到一定程度,读者满意了,你也就扩大一定的发行量,赢得更多的簇拥者。

从《女友》看编辑华笔 在现代期刊中的艺术表现力

白 琳

编辑华笔,就是编辑在编办杂志时,对刊物、栏目、文章所编撰的具有广告、提示、注释、说明性的文字。也就是编辑对刊物的技术处理和艺术加工。它包括广告语、刊首语、题头语、按语等。

编辑华笔由于概括力强,意向明确,形式活泼,文字简洁、优美,所以,它对沟通作者、编者、读者的感情,表述编者的意图,增强刊物的整体艺术感染力,强化舆论导向都起着很大的作用。随着人类文化素质的不断提高和科学技术的不断进步,编辑华笔也在不断的完善和发展,越来越受到期刊编辑们的青睐。

《女友》月刊从1988年7月创刊及发展的过程中,《女友》编辑同仁们比较注重编辑华笔的编撰工作。实践表明,这对于完善《女友》的形象起了不小的作用,仅4年多时间,期发行量已突破100万册,成为全国读者最受欢迎的刊物之一。现就这方面的编辑实践,谈一些粗浅认识。