

杨牧之 著

编辑
术辑

BIANJIYISHU
BIANJIYISHU

BIANJIYISHU
BIANJIYISHU

BIANJIYISHU

● 辽宁人民出版社

前 言

在这本小书排印之际，还想说几句话。

本来这本小书的一些篇章在刊物上刊出的时候，起名“编辑随笔”，因为文章写的是我做编辑工作的点滴体会，所以这个题名还是名符其实的。这次成书，定书名为“编辑艺术”，是经过再三考虑的。我做编辑工作虽然已有二十余年，但无论从个人学术修养，还是编辑实践的结果来看，都差得很远。点滴体会，哪里就谈得上是论说“艺术”呢？象《编辑工作二十讲》、《编辑学概论》那些前辈之作才真正是编辑艺术的论著，令人叹服。但我还是把这本小书定名为“编辑艺术”。我是想，编辑工作并非一些同志那样的看法，也不是一些编辑同仁对自己所从事的工作那样的评价。我认为编辑工作是一门艺术。你想想，要让天下的英才

在百忙之中抛下它务，为你作文；要把文章组织好、安排好，让天下读者爱看你编的书、编的刊物，这没有点“艺术”，作得到吗？要把人类的历史、人类的文明，万千知识，象春雨一样滋润广大读者的心田，在空白版面这一大片“荒芜的土地上”建筑起赏心悦目的“高楼大厦”，没有点“艺术”，作得到吗？我虽然没有作到，但我热爱这项工作，我是把它作为一门艺术去追求、去探索的，也希望我的同行们把编辑工作作为一门艺术去追求、去探索。这就是我不揣浅陋将这本书定名为“编辑艺术”的缘由。

应该说，写在这本《编辑艺术》中的一些经验，并不是我个人的体会，它是《文史知识》编辑部的朋友们的共同体会。

《文史知识》编辑部，这是我一生中永远难忘的一个集体，它朝气蓬勃，它不断追求。这些青年朋友的努力集中到一点上，可以这样概括：要把编辑工作当作一门艺术去追求，首先要把编辑工作当作一项事业去追求。写书的是作家，画画的是画家，但如果没有编辑，他们的作品是难得以

那样漂亮的面孔、那样高的质量问世的。可以毫无疑问地说：一部好作品问世，除了作者的才能和辛劳外，其中也凝聚着编辑人员的心血。编辑工作是向广大读者输送好书的工作，编辑是让读者从阅书中得到精神陶冶、艺术享受的人。从事这样的工作，作这样一个人，难道不足以自慰吗？

所以，与其说我这本书谈了一些编辑工作的体会，不如说它表达了一个编辑的心愿：把编辑工作作为一门艺术去追求。印度大诗人泰戈尔有首诗常给我以鞭策，他在《飞鸟集》中写道：“可能”问“不可能”道：“你在哪里？”它回答道：“在那无能为力者的梦境里。”愿以这首诗与我的同行们共勉。

杨牧之

北京南牌坊大院中午灯下

1989年12月10日

目 录

前言

一、什么样的刊物受欢迎·····	1
两个评选的启发·····	1
谁也离不开时代的要求·····	5
怎样才算有时代感·····	7
二、雅与俗·····	13
要让两个层次的读者都有用·····	13
这样的选题可以雅俗共赏·····	15
最忌讳的是摇摆不定·····	20
三、专门家与无名作者·····	23
什么叫专门家·····	23
专门家为什么会给你写文章·····	26
为“我”服务·····	29
四、系统与零散·····	31
均衡搭配·····	31
中心·重点·系统·····	33
变·····	37
五、标题·目录·要目·····	40
标题——“一见钟情”与 “表里如一”·····	40

目录——“应接不暇”	
与“自相映发”	45
要目——“红的樱桃”、	
“绿的梅子”	49
六、稿件的整理（上）	51
四类作者	51
一个原则	54
好文章的标准	56
七、稿件的整理（下）	59
不用的稿件快退	59
工欲善其事，必先利其器——当编辑	
必备之工具书	61
编辑加工的主要内容	63
八、版面建筑师的威力	68
版面设计者就是版面建筑师	68
什么样的版面算美	70
图片里的学问	72
空白不空也不白	74
九、办“专号”的价值	77
由点及面与由面及点	77
地方专号成功的启发	82
办好专号的三个要点	85
十、杂志是主编身影的伸长	91
万鸟主编及其他	91

由凡尔纳的名言想到的·····	94
主编和编辑们·····	99
十一、主编的经营艺术·····	102
梦魂牵绕的每月15号·····	102
独此一家，别无分店·····	104
幽僻处早有行人·····	105
非到绝路不出此下策·····	107
读者调查的运用·····	109
十二、要有什么样的编委会·····	118
顾问、先生、朋友·····	118
当今编委会种种·····	119
编委会需要什么样的人·····	120
领导权在谁手里·····	122
谁做事谁负责，谁负责谁“出名”·····	126
十三、刊物的形象·····	128
刊物要有良好的形象·····	128
塑造刊物形象的几种作法·····	130
广告性活动·····	131
纪念性活动·····	133
公益性活动·····	136
十四、刊物的广告业务·····	138
杂志为什么能吸引广告客户·····	139
广告客户喜欢什么样的杂志·····	140
广告内容要注意什么·····	143

《文史知识》广告三部曲·····	146
十五、编辑部的活力与凝聚力·····	148
让大家愿意在你那里工作·····	148
确信自己能赢·····	153
“和为贵”不应成为信条·····	157

一、什么样的刊物受欢迎

在办刊物之初，最让筹办者思虑的问题是“办个什么样的刊物会受欢迎”？你觉得某类刊物已经不少，不好再办，可是一家新的同类刊物办起来，居然大受欢迎。你觉得某类刊物是冷门，没人办，你办起来偏偏打不开局面。“办个什么样的刊物会受欢迎”？这个问题解决好了，才能谈其他问题，才能考虑“怎样办刊物才会受欢迎”的问题。

两个评选的启发

“办个什么样的刊物会受欢迎”？这个问题很不好回答。它牵扯的方面太多，恐怕不是哪个人拍拍脑袋就能解决得好的。但也有个简便的办法，可以看出点门道。现在，不少省、市的出版部门、杂志社都在搞评选，从这些评选的结果去分析，可能会给我们一些启发。

我举两个例子。一个是《北京晚报》在1985年发起的“最佳杂志大家评”活动。因为《北京晚报》的对象主要是北京地区的读者，所以，它可以代表北京人的意见。这次评选，按专业门类评出了15种“最佳杂志”。这15种是：

共青团团刊：《中国青年》、《辽宁青年》

青年思想教育刊物：《青年一代》

时事政治刊物：《半月谈》

电影刊物：《大众电影》

文史类刊物：《文史知识》

文学刊物：《啄木鸟》

世界知识刊物：《世界博览》、《环球》

综合性法律刊物：《民主与法制》

体育刊物：《新体育》

文化生活刊物：《八小时以外》

文摘刊物：《读者文摘》、《青年文摘》

《东西南北》

这是从5000张读者推荐票中统计出来的情况。这15种刊物可以分成四类：知识性的、娱乐性的、思想道德教育性的、文摘性的。

第二个例子是上海市1988年评出的“十佳期刊”。这10家是：

《世界之窗》

《书 林》

《语 文 学 习》

《现 代 家 庭》

《收 获》

《故 事 会》

《青 年 一 代》

《小 朋 友》

《大 众 医 学》

《科 学 画 报》

这是从上海市391种期刊中评选出来的。评选工作分两个阶段。先是读者投票评选，分类统计票数，然后每类中得票最多的10种进入第二轮，由专家评选，上海的评选是群众与专家相结合的做法，有相当的群众性和权威性。这个评选大致可以代表上海人的意见。

这一北一南两次评选都是很认真的，代表了两个地区绝大多数读者的意愿，也是符合实际情况的。从两次评选、两个结果，我们可以看出读者一些什么趋向呢？

《北京晚报》评选上的15家，介绍世界各地、各国情况的有两家：《世界博览》、《环球》，上海市评选出的“十佳”，介绍世界各地、各国风情的《世界之窗》名列榜首。这类刊物是一个热点，这好理解。显然这是由我国的大

形势决定的。我们国家经过了长期的封闭，一旦改革开放，走向世界，读者热切地想知道世界各地风土人情，想了解世界的变化，所以，南北评选，这类刊物皆榜上有名。

再一点，就是有关青年思想教育方面的杂志，南北两个评选总共评上了三家，而其中《青年一代》被两家共同选中，可见其受欢迎。《青年一代》创刊不过10年，发行竟然高达四五百万份，原因究竟何在？探索其中奥妙，恐怕还是大气候所致。粉碎“四人帮”后，人们的观念与“文化大革命”时期相比，发生了地覆天翻的变化。什么对，什么不对，都要好好想一想，再加上改革、开放，什么迪斯科、霹雳舞，什么性解放、爱滋病，什么自我设计、系统工程，纷至沓来。青年人积极、敏感，接受快、模仿快，热得快、冷得快，一边探索、一边迷茫，不断寻求答案，不断否定自己，这些恐怕都是青年刊物走俏的原因吧！

还有一个热点，北京评选居然有三家文摘刊物中选。三家刊物我都读过，有的高雅，有的俚俗，但都有相当多的读者。据说甘肃的《读者文摘》发行最高峰达七百万份，真是了不起。这类刊物为什么能受欢迎？我和不少读者在聊天时，他们都说，现在大家很忙，而杂志太多，对大多数

读者来说他们并非研究某一门类的学者，他们不过想知道天下之事，知道就行，不想深究。我想，这就是文摘性刊物得以生存、发展的土壤吧？据《北京晚报》副总编辑韩天雨先生介绍，在5000份选票中间，大学以上文化水平的读者占17.8%，中等文化水平的读者占57.9%，二者合计占75.7%，这样一个大比例的读者群，无论是大学文化的还是中等文化的，都把《读者文摘》作为最欢迎的刊物之一，其受欢迎的程度可见一斑。

谁也离不开时代的要求

归纳起来，最突出的一点，就是办杂志谁也离不开时代的要求，所谓应运而生是也。想当年，《读书》创刊，何等红火，许多人抢购《读书》，先睹为快。《文史知识》办了三年，应读者要求，居然重印。这在古今杂志史上怕也不多见。《读书》当年的红火，是因为当时倡导“解放思想”，“实践是检验真理的唯一标准”。《读书》主张“读书无禁区”，大胆探索；《文史知识》适应了“文化大革命”后形势的需要。“文化大革命”大革了文化的命，痛定思痛，大家又重新学习中国历史、中国文化，中华书局及时地

给读者送去了《文史知识》。

回忆中国的报刊史，又何尝不是如此？一般来说，报刊界大都认为中国历史上最早的一本杂志是《察世俗每月统纪传》（察世俗是，chinese的音译，统纪传，即无所不记，广为传播之意），照今天的译法大概就是《中文月刊》的意思。它诞生于1815年的马六甲，由梁亚发兄弟和美国传教士马礼森创办。当时，正值西方力量东来，该刊一方面传播西方宗教，同时亦介绍国内外新闻和西方科学知识；清朝末年，反帝制，要维新，出现了《民报》、《浙江潮》、《东方杂志》；五四运动前后，要科学、要民主，出现了《新青年》、《现代评论》；20世纪30年代，出现了《新中华》、《中学生》，抗日战争爆发，为宣传抗日救亡，有更多的杂志出现。这些杂志因为战争动乱，有两大特色：一是新闻刊物风行，一是为携带方便，多出袖珍本，42开，64开的都有。

相反的例子也很多。

西方宗教东来，为适应宗教传播的需要，有人创办了《教会新闻》。但中国人对于西方宗教，不信的多，半信半疑的多，所以出到三百期就不得不改名为《万国公报》，兼言时事政治和宗教理论。然而，还是不能适应大多数读者的需要，眼看订户日减，只好增出《益智新录》，专

谈现代科学，以为辅助。教士为了达到传教的目的，将刊物办下去，不得不屡次改变刊物的体例，然而几经挣扎，还是不得不停刊。我国著名的报刊史专家戈公振先生在《中国报学史》中论述得很中肯。他说：“盖出资者多教士，主张尽登有关传教之文字，而普通阅者又注重时事，故于政教二方面之材料，颇难无以偏重。”普通读者注重时事，出资者意在传教，脱离时代，脱离读者，这也就是为什么最后还是逃不脱停刊厄运的原因吧？

怎样才算有时代感

同样一本符合时代要求的刊物，有的生存、发展，有的不久便偃旗息鼓，办不下去了，什么原因呢？这中间就有一个如何认识时代、如何为时代服务的问题了。

我们还是以《文史知识》为例。《文史知识》是以介绍中国历史、中国古典文学为主要内容的刊物，也就是介绍中国古代文化。介绍中国古代文化这样一种杂志有什么时代感？难道我们今天说秦始皇第一个统一了中国，30年前就不这么说吗？这话似乎也有道理，但是所谓“时代感”的含义却不在这里。

《文史知识》是1980年下半年酝酿创办、1981年1月创刊的。当时，中央党校的教务长宋振庭同志给《文史知识》写的《发刊词》提出了如下令人深思的问题：

为什么不分时间、地点，全民上阵去砍光树木、烧石炼铁，甚至用大缸、土炮炼铁？虽然一个初中的化学教员都能明白，那炼出来的并不是铁，那是高硫的石头巴巴，但谁又能制止得住？

为什么中央广播电台讲到全世界的人的长寿材料时，却偏把唐朝的中医师孙思邈（读秒）硬读成孙思帽？还说余太君活了100岁，他连小说人物和历史人物都分不清，我真耽心他会再举出孙悟空活了几百万岁的例子哩！

答案很清楚，十年动乱，大革了文化的命，“四人帮”全盘否定中华民族灿烂的古代文化，使许多人，特别是青年人，对自己祖国的光辉历史、灿烂文化，一无所知。他们对自己祖国的文化并非不爱，而是不知道有什么可爱。列宁曾经断言：“在一个文盲众多的国家里，绝不可能建成社会主义。”创办《文史知识》这样一个普及刊物，正是符合了当时社会的需要，也可以说是

时代的需要。

创刊伊始，我们立下宗旨：扎扎实实介绍中华民族五千年的灿烂文化，要准确、系统、生动、有用。但光有这样一个大的“时代感”还不够。读者的兴趣、口味，也就是说读者的需要会不断变化，作为一本杂志，必须充分考虑到这个“不断变化”。所以，我们注意不断调整刊物内容的中心。我们一方面坚持介绍基本的文史知识，不哗众取宠，以踏实取胜；一方面我们密切注意社会的需要。比如，社会上大讲岳飞传、杨家将，历史与小说共存，信史与传说同在，很多读者急需对二者进行科学的区分，我们便组织了《历史上的岳飞和小说中的岳飞》、《杨家将的历史和传说》等文章，告诉读者历史上的岳飞、杨家将是什么样，小说中的岳飞和杨家将又是什么样，以及为什么会有那些不同。又如，一个时期，社会上武侠小说泛滥，一部武侠小说一印几十万，甚至上百万，原因何在？简单地否定是容易的，但并不能说服人，也不能从根本上解决问题。我们便组织专文《〈三侠五义〉是一部思想平庸的书》，通过对《三侠五义》的解剖，纵谈了武侠小说产生的背景，“平庸”在何处，并细致地分析了它为什么能吸引读者，以及究竟应给武侠小说以怎样的历史地位等问题。近年来，广大青