

期刊编辑
论文集

● 主 编：姜长喜

● 副主编：郑晋生 湛纪平

● 辽宁人民出版社 一九九五年·沈阳

祝贺与希望

(代序)

蔡建光

由辽宁省新闻出版局、辽宁省期刊协会共同主编的《期刊编辑论文集》出版了。本书的出版，一方面反映了辽宁省的期刊工作者在期刊编辑方面的研究水平，另一方面也是辽宁期刊界的朋友对我国期刊编辑研究的贡献。选编的论文包括了对辽宁期刊现状的研究、期刊编辑素质与修养、编辑工程、期刊经营管理、期刊的深化改革、期刊质量评估、期刊的标准化与规范化等多方面的研究成果，基本上反映了近几年辽宁期刊界对期刊编辑学的研究进展概况、学术水平及期刊编辑工作者的精神风貌。有的论文具有一定的深度，质量较高。特别是这些论文的作者有许多是一直从事期刊编辑工作的中青年编辑，这是我们事业兴旺的标志，我们感到欢欣鼓舞。



我国期刊发展已有近 200 年的历史。我国期刊工作者历来有与时代同进步,敢于开拓,勇于战斗的光荣传统。

期刊是新闻出版事业中非常重要的一部分。一个国家或一个地区期刊的出版状况,是反映这个国家或这个地区政治、经济、文化、科学、教育发展水平的重要标志之一。我国的期刊经过 80 年代的恢复和发展,已具有一定的规模,据统计,到 1994 年末,全国公开发行的期刊有 7919 种,相对于 1978 年的期刊 930 种,其发展速度是惊人的,使我国在世界期刊出版中的地位显著上升。这些众多的期刊,是我国社会主义精神文明建设的重要武器,为我国的改革开放和社会主义现代化建设提供了正确的舆论导向、良好的舆论环境和智力支持。进一步调整期刊结构,提高期刊质量,根据我国的国情,按照政治、经济、科技、文化事业发展的需要,加强宏观调控,稳步地发展期刊事业,是我国今后期刊事业发展应采取的基本原则。

建立社会主义市场经济体制是一场涉及我国经济、政治、文化、社会生活等各个领域的重大而深刻的变革。在这一变革过程中,我国的期刊既有新的发展机遇,也面临着转变观念和运行机制等一系列新的问题:如何深入研究社会主义市场经济条件下期刊出版工作的理论和实践;如何引导和驾驭好这个生机勃勃又错综复杂、气象万千的事业,推动期刊出版工作从总量增长向优质高效转移,更有成效地为两个文明建设服务,为全国的工作大局服务,这些是党和政府,也是我国期刊界在新形势下面临的重要课题。研究课题,应该从实践中来,从焦点、热点问题中来,有的放矢,才能解决隔靴搔痒的问题。研究方法应该是理论联系实际,强调在两者的结合上回答问题。我们要在现有基础上不断提高期刊研究水平,使它真正成为具有中国特色社会主义的期刊编辑理论和具备现代科学形

态的一门新学科。

期刊编辑学有学无学的争论已成为历史,今后的任务就是按照中央关于进一步加强和改进出版工作的重要指示精神,扎扎实实地从期刊编辑出版理论上进一步明确其内涵和外延,让朴实的期刊编辑实践上升到理论的认识,祝愿辽宁省和全国期刊界的朋友们在“替人作嫁”的同时,静下心来,潜心研究一些理论问题,为我国期刊编辑学的创立和完善贡献自己的聪明才智,为我国期刊出版事业的进一步繁荣和发展做出新的贡献。

(本文作者为新闻出版署期刊司司长)

目 录

祝贺与希望(代序)	蔡建光 (1)
办刊需要新思路	戴彦玲 (2)
二次开掘要出新意	
——采写期刊稿件的一点体会	门东东 (10)
特色——期刊的永恒生命	高涤尘 (20)
个性是期刊的生命	和奉午 (28)
关于办好期刊若干问题的思考	王立斌 曹丽薇 (32)
论我国青年科技编辑的历史使命感	冯有为 吴伟文 (40)
试论期刊的服务性	关秉达 (48)
“情定位”专栏风格中的三种品格	
——我主持“婚恋与家庭”专栏	陈洁雅 (56)
努力探索纪检监察刊物指导性与可读性的	
最佳“结合点”	傅立强 (62)
编辑社会学的新思考	傅春玲 齐世武 孙 林 (70)
把握宣传重点,实现从“一般表述”到“多维	
深思”的转变	巴 文 (76)
强化期刊的竞争意识	富克纯 (82)
计算机技术编辑的产生及其任务	
——试论编辑领域中的新职位	焦希君 (90)
给高校学报投注更多的目光	孙继国 (102)

在普及中提高 在提高中普及	李升权 (108)
经济期刊活力探索	崔玉敏 (112)
谈《画报》的艺术性与时代感	于世涛 (118)
论新时期经济类期刊编辑的观念更新	陈 藏 (128)
论妇女期刊之竞争	陈本德 (134)
学术期刊两个效益的统一	李素贤 (142)
《党风月报》的“三维世界”	周毓瑜 (150)
刻意求新的探索 ——浅析改版后的《东北之窗》特色	袁世超 (158)
期刊改革五题	金红炜 (166)
研究期刊特点,发挥期刊特长	郎志伟 (176)
大雅若俗:作为大众文化期刊的一种构想	张 颖 (182)
科技期刊走向世界的途径——期刊 电子化	孙树江 唐巧凤 张毓咨 (188)
科技期刊编辑思维规律的探讨	王秀莲 (196)
简论妇女期刊编辑的价值取向	董永冰 (204)
以“三突出”为原则做好工会的宣传工作	周永辉 (212)
期刊退稿制度初探	王克勤 (218)
论科技期刊的栏目设置	刘 锋 (226)
期刊版式设计的联想艺术	穆 青 (236)
试谈期刊中专题报道的定势效应	吴雅娟 (242)
强化科技期刊选题竞争意识	夏志平 (248)
试论科技期刊的标准化	高起元 (254)
试谈科普散文的标题	谢 剑 (260)
关于期刊摄影艺术作品评鉴标准的思考	关延祿 (270)
期刊版面设计艺术浅探	唐淑媛 (278)
浅析法制文章插图创作	迟伟凡 (284)

- 谈低幼漫画连环画与我国的动画片生产 耿 光 (290)
- 谈谈科技期刊的插图及其加工 李君玲 杨峻岩 (296)
- 论儿童读物的绘画 宋宝山 (306)
- 浅谈期刊栏目主持人 顾 青 (310)
- 试论党刊编辑的组稿艺术 王国庆 (316)
- 期刊编辑与著作权法 刘红薇 (324)
- 浅析新形势下总编室的业务范畴特点
及其作用 李 辉 (332)
- 论新时期青年期刊的商品形象意识 尹正茂 (340)
- 新形势下科技期刊改革的思路 秦 昕 (346)
- 浅议行业期刊的市场化问题 蒋 葶 (352)
- 论社会主义市场经济中编辑的
现代意识 王立斌 马 春 (358)
- 面对市场经济,科技期刊编辑
应树立新观念 王德城 何 燕 (366)
- 论市场经济对科技期刊的基本要求 林 虹 (372)
- 市场经济与青年杂志记者的着眼点 佟可竟 (378)
- 试论科技期刊在市场经济条件下的
机遇与发展 王作坤 (386)
- 关于科普期刊如何融入社会主义市场经济
的思考 徐庆春 (394)
- 增强科技期刊的商品意识重视市场竞争 罗焕颖 (402)
- 对当前学术期刊摆脱困境的
几点思考 王春媛 金 燕 (408)
- 市场经济条件下,如何办好综合性期刊的
体育栏目 杨立华 (414)

期刊编辑论文集

办刊需要新思路

近年来,随着改革开放的日趋深入,新闻界出现了许多可喜的现象,期刊的繁荣发展便是其中之一。据邮电部 1993 年统计,全国通过邮政发行的期刊已达 3000 多种。但是,在社会主义市场经济体制确立之后,期刊的发展仍然面临许多问题,如:期刊还有优势吗?优势在哪里?期刊如何争取得到最广泛的受众?如何在各种大众传播媒介的激烈竞争中立于不败之地?解决这些问题需要有新的思路,这新的思路是什么呢?

思路之一:寻找优势

大众传媒的竞争,实质是对于受众的争夺,而争夺受众的途径,就是充分利用各自的优势。电视,声象兼具,是当今最先进的新闻媒体,其优势有目共睹,不论在国内还是在海外,看电视都已经成为人们日常生活中不可缺少的一部分;广播,在经过了一段时间的沉寂之后,终于找到了自己的



戴彦玲

优势——直播，从而使广播像磁石般把众多的听众牢牢地吸引住；报纸，时效性和新闻性是其传统的优势，近些年兴起的“周末版”，又使报界变得更加五彩斑斓起来。面对电视、广播、报纸在“新闻大战”中咄咄逼人的声势，期刊的阵地似乎很快被它们夺去了。期刊还有优势吗？优势在哪里？期刊工作者们在沉思，在寻求，他们的内心涌动着不安和焦虑，奔腾着与电视、广播、报纸竞争的渴望。

期刊有优势，期刊的优势来自于深度报道这一大文化特征。

首先，从电视、广播的改革以不断推出具有杂志特征的板块式结构组合节目为先导和“星期刊”、“月末版”在报界形成潮流来看，电视、广播、报纸显然是在“取他山之石以攻玉错”。如中央电视台在开播《东方时空》时就公开宣称这是一个大型的杂志化栏目，其推出的《焦点访谈》栏目更以挖掘新闻事实的深层价值，具有历史的纵深感和对现实某方面的深层折射而产生了广泛的社会影响。这是新闻传媒之间竞争、借鉴、创新的结果，正是由于杂志具有深度报道这样的大文化特征，才使得各家电视、广播、报纸纷纷效仿，期刊的优势不是显而易见了吗？

其来，人类社会发展到今天，主题日益多元化。新鲜之事，

人们关切之事，差不多天天都在产生，不少话题需要我们探讨得更深刻一些。实践已经证明，大众传媒能否得到受众的青睐，不仅仅在于它的知识性和趣味性，更重要的是它的深刻性和权威性。而深度报道的最显著特征正是题材的重要及报道方法上的广度和深度相结合，期刊的这种功能和优势可能为其他传媒所借鉴，但绝不会被任何传媒所取代。为什么？第一，期刊较之电视、广播、报纸，内容上更为丰富多彩，更具理论上和思想上的深度与广度，报道涵盖面极广，可高屋建瓴地反映某一阶段或某一特定的社会问题，“热点”突出，内容充实。第二，从文体上看，文章大多富有文学色彩，铺陈细节，笔触细腻，选题精当，描写具象，版式结构上也更为活泼自由。期刊的上述大文化特征，恐怕是电视、广播、报纸所难以企及的。

电视报道具有“短、平、快”的特点，采用同步采访和同步报道的手段，虽然使观众感到真实可信，但由于时间所限，很难对所报道的事件做深度思维。纪实性专栏节目通过对社会热点问题的报道，虽然在很大程度上弥补了电视的这一缺憾，但受画面的制约，一些内容抽象的新闻，用电视很难表述，即便是主持人有简短的分析和评述，观众也只能是顺序收听，瞬间即逝。中央电视台推出《东方时空》栏目获得成功之后，各电视台也纷纷效仿推出了一些杂志化的板块节目，即由节目主持人将几个子栏目的节目内容加以介绍并使之串联。这种套路虽然具有形式活跃、信息量大等特点，但这些“拼成”的节目，形式各异、内容亦无内在关联，所以也有局限性和不足之处，即：给人一种杂乱无章、拼凑、堆砌之感，缺乏栏目的连续性、完整性和深刻性。

广播电台搞直播是新闻改革的一项实绩。从南到北席卷全国的直播风为广播带来了好年景，但广播在由独白走向对

活的同时,也给自己出了个不大不小的难题:对话双方在思想修养、思维方式、审美趣味、生活观念诸方面不太容易找到契合点,对话内容便很难深入下去。直播在赢得一般听众的同时,也正在失去一些重要的听众,社会上一些层次较高的听众群对直播“热闹有余、深度欠缺”、“直播=点歌”的现象已表示出失望。

被称作“报纸特区”的专版、专刊是报纸主刊内容的一种深刻的散文化延伸,它的应运而生,对我国新闻史来说是一种崭新的积极的发展。改版后的专版、专刊,不仅开阔了视野,增大了报道面,深化了报道内容。在版式设计、标题制作等方面也一改从前呆板、僵化的面孔,展现出一种活泼清新的格调,给读者以全新的视觉感受。但报纸特刊毫无节制地涌入市场,就难免会出现混乱,例如有些文章不是在深度上和品位上加以开掘,而是在篇幅上人为拉大,什么耸人听闻编什么,什么刺激编什么,什么事具有爆炸性编什么,什么情节离奇怪异编什么,客观上破坏了报纸主刊的风格和庄严。

综合分析,无论是电视、广播,还是报纸,在深度报道方面都或多或少地存有局限,只有期刊可以在深度报道领域纵横驰骋,是最具优势的大众传媒。期刊工作者应充分利用这种优势,以更多高档次、高品位,有深度、有力度的大文化作品吸引受众,让那些喜欢看电视、听广播、读报纸的人们,也能愿意买本杂志来翻翻。

思路之二:双向交流

在全国第二届受众研究学会讨论会上,中国社会科学院新闻所助理研究员宋小卫对“受众”这一概念的内涵作了新的界定。他认为:“受众”,国内习惯上将其界定为“读者、观众、听

众的总称”或“传播对象”。但现代社会公众与传播媒介、传播事业的沟通与互动，早已超出了单纯的视听阅读，分化出言论表达、形象表现、传播资源的消费保障等一系列更加丰富的实践形式……将“受众”重新注释为“享受传播资源和服务的公众（个人或群体）”，以适当扩展受众概念的指称范围，并赋予“受众”一词更显著的主体性、主动性内涵。对“受众”这一概念的重新界定，从根本上表明我国的新闻体制已开始向以受众为中心的买方市场方向转换。

与此同时，中国人民大学舆论研究所的一项新闻媒介宣传效果的调查即透露出这样的信息：我国新闻媒介的新闻宣传效果呈现“三低”的格局——受读率低、可信度低、价值度低。这一信息说明我国的新闻媒介在实践中仍然没有完全摆脱“我办你看”的单向灌输的服务方式。

一方面是受众日趋增强的参与意识，一方面是新闻媒体居高临下的训导式服务，如何解决二者之间的矛盾，变“我办你看”的单向灌输为“相互沟通、相互关心”的双向交流，电视、广播、报纸做了许多尝试，可谓举措频频。我认为其中有许多经验和方法，值得期刊借鉴。

电视节目只要有观众参与，节目顿时充满生机与活力，收视率也高。中央电视台的“综艺大观”、辽宁电视台的“共度好时光”等节目都是成功的例子。我认为，期刊可以借鉴电视“请您参加”这类节目的形式，开辟能够让读者自己动手的栏目。例如，我曾在《青年科学》杂志中开办“请您动手”栏目，以图文并茂的形式连续编发了“如何包装礼品”的稿件，从读者来信的反馈情况看，这样的栏目很受欢迎。

从广播电台热线直播取得成功可以看出，抓住观众心理，把现代咨询方法融入新闻传播中，是新闻传媒的一个发展方

向。受此启发，我曾在《青年科学》杂志中开辟了一个与观众直接对话交流的栏目“第二编辑室”，在这个栏目中，许多读者把自己的快乐、烦恼、疑难、隐私向我倾诉，同时，也对办好杂志提出了诚恳的要求和宝贵的建议，我则在与读者的交谈中，了解读者，和读者成了朋友。这个栏目就像一座桥，把我和读者紧紧地连地一起。我站在桥这边，向读者奉献真诚和爱心，读者站在桥那边，向我传递着友谊和支持。

天津《今晚报》在全国率先办了个读者俱乐部，“开张”以来红红火火，每月都面向读者搞一次社会活动，扩大了报纸的发行量和影响力，到目前固定会员已达20多万人。哈尔滨市的30余家报社在“94中国报刊大战”中联合出击，轰轰烈烈地开展了“宣传游园日”活动，中心公园到处拉满了宣传条幅，报社请来的军乐队、秧歌队、腰鼓队吹打唱跳、竞相演出，一些报社的主编、副主编也纷纷出马在繁华地段向人们赠送报纸。印有报社名称的手提袋、广告衫被俊男靓女们一使用，便迅速在人群之中流传开来。像企业宣传产品一样，许多报社已不再满足在自己的版面上争取读者，呼唤订户，而是通过举行大规模的社会活动来宣传自己，我认为，期刊可以仿效这种做法，因为这样的社会活动不仅是一种有声有势的宣传，同时也开辟了一条与受众交流的渠道。

综上所述，期刊由于出版周期较长，所以在随时与读者进行广泛交流方面和电视、广播、报纸相比并不占优势。但要办好期刊，就离不开与读者的交流。期刊在这方面不仅要借鉴其他大众传媒的经验和手段，而且要不断开掘出新的交流渠道和方法，只有这样才能在激烈的竞争中取胜。

思路之三：讲究包装

商品要走进市场就要有包装。虽然从新闻学角度上讲，新闻不是商品，这个理论世界公认。但是，期刊作为新闻的载体却是商品，是商品当然就要讲究包装。包装虽然只是一种形式，但对作用于人的视觉的新闻媒介——期刊来说，忽视形式的作用是不利于提高期刊水平的。从现在期刊的情况来看，形式呆板、单调、陈旧，缺乏新颖、活泼之气的问题相当普遍，懂得办刊的人是绝对不会忽视和轻视表现形式的。

首先，从期刊的装帧（包装）艺术角度讲，封面设计是期刊艺术设计的核心。

封面设计应具有艺术特色和欣赏价值。每一种期刊封面的设计者都应该在自己的设计中保持独有的艺术特色，让读者在众多的期刊中对你所设计的期刊打下深深的烙印，甚至一提其名，便可勾画出它的封面形象。从欣赏角度讲，设计者应使读者针对封面本身就产生“欲弃之而不舍，欲丢之而可惜”的心理，非多存留一段时间不可，这恐怕是封面设计的最佳效果了。

期刊的封面具有广告功能。一是期刊封面本身就是广告，它当然具有广告的社会宣传效用。比如一个成功的期刊封面设计很可能会刺激潜在的读者需求，引导一个从没读过本刊的读者去了解这份杂志，扩大了读者的选择余地，并同时提高了自己的知名度。二是期刊封面设计可以为重点稿子做广告。我觉得期刊的封面设计者应拿出成功的广告设计人那种刻意策划、大胆创意的精神在封面上为期刊的好稿子做广告，让读者一拿到杂志，就能看到本期最有价值的好稿子，而且视而不忘。

其次,过去研究期刊的装帧(包装)艺术多从美化的角度去考虑,在各种期刊竞争激烈的今天,单从美化的角度考虑已远远不够了,期刊美术工作者的任务之一就是不断挖掘出期刊装帧(包装)艺术的新功能。比如美育功能。寓教于美;寓教于欣赏过程中。用艺术美震撼、纯洁、净化人的心灵,是任何一种美术作品都必不可少的美育功能。它依附于作为大众传媒的期刊,就更具有潜移默化的特点,在不知不觉中发挥着美育作用。例如《辽宁青年》杂志封底的“名画欣赏”、《读者》杂志插页中的“中国当代油画”等,对读者的美育作用是不言而喻的。另外,我觉得这种设计的匠心之处还在于它将一大批绘画爱好者吸引成为杂志的读者,许多人为了收集绘画而去订阅杂志。

改革开放对期刊的有力影响之一,就是期刊装帧(包装)艺术的开放。综上分析,从期刊装帧(包装)艺术的功能上看,期刊能否适应新时代人们生活的快节奏,包装,起着不可忽视的作用。

以上三点是我对在社会主义市场经济体制下如何办好期刊的一些思考,愿与大家共同探讨。

(作者单位:《青年科学》杂志社)

二次开掘要出新意

——采写期刊稿件的一点体会

期刊的出版周期比较长,以月刊为例,其稿件从采编到送达读者,一般要一个多月的时间;而报纸等“短线”传媒则只要几天甚至几个小时。因而,报道同一事件或人物,期刊要比报纸晚得多,简单重复地“炒冷饭”只会使读者倒胃口。要使“旧闻”重新获得生命力,二次开掘就必须出新意。为此,我在近几年的采写实践中,做了这样三个方面的尝试:

一、要有新视角

客观世界普遍联系的法则决定了任何人物或事件的存在都不是孤立的,而是同时处于政治、经济、文化的多维空间;不仅其动因是多维的,而且其价值也是多维的。报纸等“短线”传媒因其速度快、容量小,在初始报道时,不可能面面俱到地全方位揭示报道对象,这就给期刊的二次开掘留下了广阔的空间。期刊一般是有专业分工的,进行二次开掘时,应从专业职责即刊性出

