

期刊编辑 策划文集

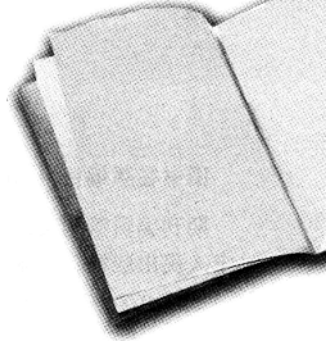
第2集

主 编/姜长喜

副主编/谌纪平 黄照平



辽宁人民出版社



主 编 姜长喜
副主编 谌纪平
黄照平

期刊编辑策划文集

QIKANBIANJICEHUAWENJI

辽宁人民出版社

第 2 集

图书在版编目 (CIP) 数据

期刊编辑策划文集. 第2集/姜长喜主编. —沈阳: 辽宁人民出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 205 - 05139 - 6

I. 期… II. 姜… III. 期刊 - 编辑工作 - 文集
IV.

G237.5 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 203300 号

出版发行: 辽宁人民出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印 刷: 辽宁时报新华印刷有限公司

幅面尺寸: 140mm × 203mm

印 张: $11 \frac{1}{4}$

字 数: 250 千字

出版时间: 2008 年 12 月第 1 版

印刷时间: 2008 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 朱静霞 张天一 李嘉佳

特约编辑: 鲍 义 金 莹

封面设计: 冯少龄

版式设计: 王珏菲

责任校对: 高 辉

书 号: ISBN 978 - 7 - 205 - 05139 - 6

定 价: 28.00 元

编 委 会

主 任 姜长喜

编 委 (以姓氏笔画为序)

邹本仁 姜长喜 贺 虎

谌纪平 黄照平

主 编 姜长喜

副主编 谌纪平 黄照平

序

王国庆

随着互联网的发展，期刊需要不断的变革和不断的创意策划。策划已成为今天纸媒，尤其是期刊革新运动中的重要手段和必须的过程。

期刊策划一直是辽宁省新闻出版局和辽宁省期刊协会重点开展的工作。此前，他们曾出版过《期刊编辑策划文集》，汇集了辽宁省一些主要期刊在编辑策划方面的经验和体会，很有参考价值。现在，他们又将出版《编辑策划文集》第二集。这一集则是在第一集的基础上，进一步展开更深入更细致的研究。集子将着眼点放在了期刊策划的深入细致上，很多题目很有参考价值和借鉴意义。

今天，我们已经进入了一个在科学发展观统领下的数字化和知识经济时代，这个时代的重要标志之一，就是经济生活和社会生活中的许多重要方面是通过互联网在高度知识化武装起来的人们的有效控制下运行的，是一种有序运作。而这种有序运作的前提，就是各种重要活动都是经过精心策划，而不是随意推出的。从这个意义上说，作为精神产品的期刊，在其编辑出版的每一个环节中必须进行细致而规范的策划；必须将策划植根于灵魂深处，这是期刊人所必须具备

的基本素质。

首先，策划是期刊在夹缝生存状态下的本能需求。放眼我们当下的期刊市场，虽然不乏百花齐放，一片繁荣，但我们不得不承认，期刊已是当今生存环境最为险恶的媒体形态。在快速的无孔不入的互联网的冲击下，世界上一些老牌期刊终于走到尽头，先后宣布停刊。作为传统出版物的期刊，在这种挑战面前，则呈现出阅读习惯顿减，资讯传播滞后，消费相对昂贵，广告市场开发不足，运营环境良莠不齐的状况。同时，再加上根深蒂固以区域为王的报纸，和不是“上星”就是“上市”的电视媒体的逼人气势，期刊生存更为严峻。所以，除了花费更多的时间精力与创意来进行策划报道、高人一筹外，期刊则无路可走。

其次，策划是期刊特定的属性需求。期刊是连续出版物，它的固定的周期，既决定了它相对于报纸、电视、网络而缺少时效性的劣势，但同时也突出了它可以让人们忘却时间的“话题”优势。所以报纸、电视、网络24小时的全天候、即时性、资讯传播极速爆炸的新闻不属于期刊；那些讲求质量的，追求有趣的，具有周期延续性的，如老友缓慢道来的资讯才属于期刊。正如有人从不看电视，只看电影影碟一样，期刊应当盯住这一具有情感忠诚度的读者群，在策划上不断创新，以适应社会和生活、文化所发生的变化。

再次，策划是期刊品牌化的需求。期刊的品牌是期刊媒体里面那些内在的丰富底蕴与外在的完美风采结合而成的高智力产品。要达到品牌期刊的个性突出，策划是至关重要的手段。它是期刊成为品牌、进入市场、受到读者喜欢所必需的。要办好一本期刊，从大的方面说，一定要对期刊的理念、行为、视觉三个方面进行全方位的策划；从小的方面

说，诸如刊标刊名、内容定位、栏目设置、标题导语、版面构成、影像元素、纸张开本、印刷油墨、终端摆放等，从创刊到成品售出甚至售后服务，每一项都需认真而细致的策划。期刊人从来就不只是报道者，还应该是设计者和策划高手。

在改革开放三十年来的期刊发展中，中国期刊在策划上有许多可圈可点之处。总结这些策划的经验，进行理论探讨，是我们这一代期刊人有责任和义务做好的一件事。辽宁期刊界走在了前头，我为他们高兴，同时也值得大家学习。

2008 年 10 月于北京

（作者系新闻出版总署新闻报刊司司长）

目 录

序	王国庆 (1)
创新党建报道 强化宣传实效	于占颖 (1)
用典型人物诠释对新农村建设的探索	鞠 肃 (6)
深入扎实采访 讲求写作方法	厉 飞 (10)
用事实说话 让群众满意	姜成刚 (16)
增强党建刊物的可读性和吸引力	杨志艳 (21)
策划是打造期刊精品的重中之重	王 勇 (25)
对重大题材要关注要发掘	张金学 (29)
反映重大新闻事件要注重解读背后的“新闻”	王 丹 (33)
满足读者需求 永做受众的朋友	李 恒 (37)
实现思想性、知识性、可读性的融合	潘丽娟 (42)
揭示和解决矛盾的探索	侯永东 (47)
挖掘新闻背后的故事	江 丽 (52)
“新闻眼”是编辑的“探宝器”	郑 军 (56)
琢玉成器——好题材雕成好文章	陈文阁 (61)
质量：打造精品的保证	康玉梅 (65)
坚持正确的舆论引导是媒体的责任	孙董金 (69)

“教学相长”与“编读互动”	史晓红 (76)
善于抓住经济社会发展的主要问题做文章 ...	孙长宜 (79)
用创新意识点亮受众心灵之光	
..... 崔秀峰 赵 革 林 弓	(83)
讲述建设者的故事	吴绍纯 (89)
靠的是对青年人的挚爱之情	王志多 (93)
“听你诉说”与“我来诉说”	尹正茂 (97)
打开一扇阳光之窗	岳抒青 (101)
真情:永恒的主旨和魅力	任知元 (106)
给想象一方舞台 还童年一片蓝天	孙万臣 (110)
让图片的视觉艺术效果感染小读者	田春晖 (114)
注重取舍 文章宜人	徐家成 (117)
倾听读者心声 引发互动效应	李 爽 (121)
同受众打成一片	李 欣 (126)
了解读者 满足读者	徐云鹏 (130)
随着时代脉搏的跳动开掘主题	贺 俏 (134)
灵感来自对生活的敏锐观察和深刻体会	王茵梦 (139)
以活动为载体 增强社会影响力	黄书满 (143)
青春期生存智慧是从哪里来的	肇 夕 (148)
捍卫长篇小说的尊严	林建法 (152)
跟踪学科发展前沿	王 伟 (155)
依靠专家智慧 突出实用特色	朱冰梅 (159)
选题策划要与时俱进	杨永庆 任延刚 (165)
增强行业信息捕捉能力	吴洋意 田利国 (172)
外科学期刊应注重培养正确思维方式	田利国 (179)
培养医德兼备的医师 构建和谐的医患关系	
..... 耿克勤	(184)

关注临床实际 注重选题策划	吕晓明 (188)
让更多的人了解和实践中医	刘 劲 康东辉 (194)
精心策划打造优秀作品	李 宁 (200)
期刊做好新闻大事件报道的尝试	许晓凡 (203)
用心观察生活 善于沟通作者	刘 洋 (208)
既要符合办刊要求 又要适合受众口味	邹 昕 (212)
形式与内容相得益彰的一个范例	袁跃东 (217)
报道创新性研究成果	李凤琴 (220)
注重提供新理论和新方法	曹洪武 (226)
把握时代脉搏 创新节能宣传工作	金 娜 (231)
关注行业内的“风向标”	吴 彪 (237)
缜密策划 精心设计	张焕翹 (240)
追求创新目标 突出刊物特色	苑西军 (243)
关注行业热点和前沿	董志刚 (247)
优秀作品是付出努力得来的	姜 岭 (252)
让史学理论研究之树常青	孙 琰 (256)
力争刊发名家之作 努力增强学术影响力	郑绥乾 (259)
质量:编辑作者通力合作的结晶	潘明新 (262)
发挥编辑主体作用 提高学报学术水平	李新根 (268)
好的选题来源于实践	张秀红 (272)
跟踪科研项目 提高论文水平	刘国怀 (277)
全力为少数民族和民族地区经济建设搭建 平台	董邦国 (281)
社会与学术大趋势下的民族特色选题策划	王 莉 (285)



发挥学科优势 打造能源主题

..... 王喜魁 洪广欢 刘珂 张梅 (289)

捕捉潜在热点 促进中医药发展 任忠钦 (295)

选题策划精心 编校工作细致 孟耀 (300)

追踪基金课题科研进展 杨丽君 赵永赞 (304)

发挥学术期刊为地方经济建设服务的积极作用

..... 陈欣 张冬冬 (309)

大型选题策划的一次有益尝试 汪扬 (314)

追求童真的感动 金亚男 (319)

人与自然和谐共生 刘沛鑫 (323)

能源化动力 彩虹拓空间

..... 祁刚 张融雪 王喜魁 (327)

金字塔的辉煌、忧思与希望 江舰 (332)

突破千家一面 彰显医学特色 孙锦春 杨秀梅 (336)

为沉寂和呆板的学术期刊注入活力

..... 吉海涛 郭雨梅 (341)

创新党建报道 强化宣传实效

于占颖

2006年夏天,《共产党员》编辑部从组织部门获得一个重要报道线索:抚顺市委组织部为了更好地推进社会主义新农村建设,紧紧抓住农村人才培养这个关键,用创新的思维与探索,打造了农村基层组织建设的“三向培养”工程,为培养社会主义新农村建设带头人开辟了一条重要的途径。这一线索引起了编辑部的极大关注,随后,编辑部数次组织记者到抚顺深入采访,并于同年10月,以12个版面的大篇幅,在《共产党员》杂志上推出了特别策划:《为新农村培养“新人类”》,对抚顺市委组织部这一农村基层党建的创新工程进行了详尽的报道。

这期特别策划发表后,在广大读者尤其是在全省基层党组织中产生了强烈反响。许多市的组织部门派人到抚顺学习、取经,引进抚顺在农村基层党建中的这一创新做法。这组特别策划不仅为基层党建宣传作出了贡献,也在读者评刊中深获好评,被评为优秀稿件特别奖。

一、特别策划产生的时代背景

抚顺市委实施的“三向培养”工程的具体内涵为：把致富能手培养成党员，把党员培养成致富能手，把党员致富能手培养成村级干部。而这一党建工程的创建始于四年前。

2002年年末，抚顺市委要表彰20个党群共同致富示范区。可是根据评选的条件，勉强评上来9个，连目标数额的一半都没有达到。还有更为严峻的考验：由于党员不能体现其先进性，直接影响到村级领导班子的执政能力，影响了党组织在群众中的威信。市里在组织第七届村委会换届选举时，有的村由于人才匮乏，选不出让群众服气的当家人，不得不让党员轮流坐庄。还有的村在不到3年的时间里，换了六七个领导人，有的只干一个月，频繁得像走马灯似的。基层党组织形成不了坚强的领导核心，使一些村屯陷入发展难的境地。

“农村要致富，关键在干部；农村要发财，必须抓人才”。这些极为普通、极为朴素的道理，却反映出建设社会主义新农村的关键所在。社会主义新农村建设要靠加强和改进党的建设来保证，如何在社会主义市场经济条件下塑造和体现党的先进性，把“三个代表”重要思想变成基层党组织和广大党员学得来、做得到的实践？抚顺市委实施的“三向培养”工程，恰好为回答这一问题作出了完美的答卷。而传播和复制这张答卷，正是党刊宣传义不容辞的职责。于是，从建设社会主义新农村的大局出发，从推广和传播党的建设先进经验出发，编辑部在报道内容众多、改刊后版面紧张的情况下，毅然作出决定，把宣传抚顺市委组织部“三向培养”工程，作为本年度最重要的特别策划在刊物上推出。

二、特别策划的制作过程

为了制作好这期特别策划,编辑部采取五个步骤加以实施:

第一步,到实地初步了解情况。主要是听取抚顺市委组织部领导介绍“三向培养”工程产生的历史背景、主要做法及其对基层党建工作的意义,对整个事情做到初步了解,心中有数。当听到介绍说,“三向培养”工程受到来抚顺视察的中央有关领导的充分肯定,并被外省学习借鉴后,更坚定了编辑部做好这组策划的决心与信心。

第二步,详尽制作策划方案。在对所要报道的内容把握概况的前提下,借鉴以往成功策划的经验,设计了本期特别策划的方案。首先,把重要的内容用综述的形式反映出来,让读者看了综述基本做到了解全貌。其二,用典型说话,增强策划的可信性与可读性。就“三向培养”工程的三个方面各选一个典型,作为对综述的补充与丰富,也使报道鲜活生动。其三,选一篇理论文章,来诠释“三向培养”工程的思想性,即对加强社会主义新农村建设和基层党的建设的重要性。其四,搞一组问答,把“三向培养”工程中的精要部分突出出来,体现出这组特别策划的可操作性。其五,选摘一篇基层党务工作者的工作日记,让读者感受实施“三向培养”工程的真实过程。用五方面的内容,构成这期特别策划。

第三步,认真组织采访。为了把“三向培养”工程充分、生动、鲜活地呈现给读者,编辑部组织一支较强的采访队伍,兵分三路,到抚顺三县农村深入采访。在采访时,把在办公室里听到的情况介绍作为采访线索,把功夫用到深入基层的实地感受中。围绕采访一个典型,不仅与采访对象深入交谈,还

向其家属了解情况,并采取召开周围群众座谈会等多种形式,确保采访充分。

第四步,精心制作策划。在表现形式上,力争用活泼的形式,来诠释党建经验这一较为严肃的主题。比如,对三个人物典型的报道,在题目制作上,采取一致的风格,保持统一的体例:刘文龙:在党组织的目光里挺直脊梁;刘艳敏:从头再来;张冬梅:感受亲近。总之,在报道中形式上力主创新,使之更好地烘托内容。

第五步,送审之后再修改。这组特别策划反映的内容是基层党建工作的探索与实践,内容的准确性尤为重要。否则,将会误导读者。为此,这组特别策划稿件完成后,编辑部将其完整地送给组织部门审稿。并根据组织部门提出的意见,对稿件进行修改,以保证宣传内容的准确无误。待双方形成一致意见后,便在刊物上正式发表。

三、制作特别策划的几点体会

1. 在选题上必须坚持党刊的办刊定位,体现党刊的责任感。作为省委的唯一党刊,《共产党员》杂志承担着为全省党的工作服务的职能。因此,关注党建工作的创新与发展,宣传党建工作的成果与经验,是党刊义不容辞的责任。在宣传党的工作创新举措中,用特别策划的形式来加以反映,更会强化宣传的效果,增强对基层组织建设的影响力。《为新农村培养“新人类”》特别策划的成功报道充分证明了这一点。

2. 贴近时代的大主题抓选题,才能更好地实现党刊的宣传功能。党的十六大提出了建设社会主义新农村的战略任务,而“三向培养”工程既是一项基层党建的创新工作,更是推进社会主义新农村建设的富民工程。由此可见,贴近时代

的脉搏抓选题,既抓住了读者的心,又完成了党刊的宣传任务。

3. 把“三贴近”变成党刊编辑的自觉行动,才能制作出好的策划。《为新农村培养“新人类”》这组特别策划的线索来自编辑在深入基层的调研中。党刊编辑的职业敏感,使之意识到这是一组好的特别策划的选题。于是,在编辑会谈线索时,关于这组策划的选题很快被提到了会上,并很快被确定下来。还有,在整个选题实施过程中,编辑们深入细致的到位采访,也为策划的成功奠定了基础。比如,采访一个村干部,既要进农家院,又要到田间地头;既要找群众了解,又要找本人交谈……在获得大量翔实材料之后,才会取舍自如,使特别策划丰满鲜活。在采写村干部刘文龙时,对他的妻子也进行了采访。他的妻子介绍说,刘文龙上任前是远近闻名的致富能手。他接手的是一个全县有名的落后村。由于村里经济拮据,又没有来钱道儿,村里用钱刘文龙就从家里往外拿,于是,引发了家庭矛盾,妻子与他闹起了离婚。后来,经党组织多次做工作,妻子才回到他的身边。这一情节后来被写进了文章之中。

党刊的特别策划,有助于党刊品牌的延伸,对基层党组织建设起到重要的作用。而成功的特别策划,便成为党刊的一道美丽的风景线,给党刊的存在与发展平添亮色……

(作者单位:共产党员杂志社)

用典型人物诠释对 新农村建设的探索

鞠 肃

《新农村建设 在探索中行进》是一组关于探索新农村建设的人物的故事报道,作为“头题”刊登在《党建文汇》2006年第4期的下半月“理想情操”栏目中。该文中组织节选了来自不同地方、有着不同职业和不同经验的人们进行新农村建设的事迹。文章刊出后,得到了杂志社领导和不少读者的好评,认为这组文章时效性、可读性很强,对读者很有启发和借鉴意义,既宣传了中央关于新农村建设的精神,又提供了切实供可参考的做法,是一组生动、活泼的人物故事报道。

党的十六届五中全会提出了建设社会主义新农村的重大历史任务,描绘了社会主义新农村的美好蓝图。在神州大地上,新农村建设的热潮正在蓬勃兴起。面对这样一个时代巨变,党刊应该怎样更好地记录和反映呢?对此问题的思考促使了《新农村建设 在探索中行进》这组文章的产生。

“三农”的新闻宣传一直是广大新闻媒体宣传报道的重要内容之一。在多年的实践中,各地探索出了许多方法,积累