

编辑艺术

杨牧之 著

我认为编辑工作是一门艺术。你想，要让天下的英才在百忙中抛下笔管，为你作文；要把文章组织好、安排好，让天下的读者喜欢你编的书、编的刊物，这没有点“艺术”，做得得到吗？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，在荒凉的这一大片“荒芜的土地”上建筑起赏心悦目的“高楼大厦”，没有点艺术，做得得到吗？我虽然没有做到，但我热爱这项工作，我是把它做为一种艺术去追求、去探索的，也希望我的同行们把编辑~~工作~~^{工作}，做为一种艺术去追求、去探索。这就是我不揣浅陋得这本书定名为“编辑艺术”的缘故。

中华书局

编辑艺术

杨牧之 著

中华书局

图书在版编目(CIP)数据

编辑艺术/杨牧之著.-北京:中华书局,2006

ISBN 7-101-05318-1

I.编… II.杨… III.编辑工作-文集 IV.G232-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 115227 号

书 名 编辑艺术

作 者 杨牧之

责任编辑 李占领 胡友鸣

出版发行 中华书局

(北京市丰台区太平桥西里 38 号 100073)

<http://www.zhbc.com.cn>

E-mail: zhbc@zhbc.com.cn

印 刷 人民美术印刷厂

版 次 2006 年 10 月北京第 1 版

2006 年 10 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/630×960 毫米 1/16

印张 13 字数 130 千字

国际书号 ISBN 7-101-05318-1/Z·557

定 价 38.00 元

目 录

再版说明	001
前 言	003
一、什么样的刊物受欢迎	005
两个评选的启发	005
谁也离不开时代的要求	009
怎样才算有时代感	011
二、雅与俗	019
要让两个层次的读者都有用	019
这样的选题可以雅俗共赏	020
最忌讳的是摇摆不定	028
三、专门家与无名作者	030
什么叫专门家	030
专门家为什么会给你写文章	033
为“我”服务	040

四、系统与零散	045
均衡搭配	045
中心·重点·系统	047
变	050
五、标题·目录·要目	053
标题——“一见钟情”与“表里如一”	053
目录——“应接不暇”与“自相映发”	059
要目——“红的樱桃”、“绿的梅子”	062
六、稿件的整理(上)	067
四类作者	067
一个原则	070
好文章的标准	072
七、稿件的整理(下)	076
不用的稿件快退	076
工欲善其事，必先利其器	
——当编辑必备之工具书	077
编辑加工的主要内容	081
八、版面建筑师的威力	088
版面设计者就是版面建筑师	088
什么样的版面算美	089

图片里的学问	092
空白不空也不白	093
九、办“专号”的价值	096
由点及面与由面及点	096
地方专号成功的启发	101
办好专号的三个要点	104
十、杂志是主编身影的伸长	108
万鸟主编及其他	108
由凡尔纳的名言想到的	111
主编和编辑们	115
十一、主编的经营艺术	118
梦魂牵绕的每月 15 号	118
独此一家，别无分店	119
幽僻处早有行人	121
非到绝路不出此下策	122
读者调查的运用	124
十二、要有什么样的编委会	133
顾问、先生、朋友	133
当今编委会种种	133
编委会需要什么样的人	137

领导权在谁手里	142
谁做事谁负责，谁负责谁“出名”	146
十三、刊物的形象	154
刊物要有良好的形象	154
塑造刊物形象的几种做法	158
广告性活动	160
纪念性活动	165
公益性活动	171
十四、刊物的广告业务	177
杂志为什么能吸引广告客户	177
广告客户喜欢什么样的杂志	179
广告内容要注意什么	182
《文史知识》广告三步曲	185
十五、编辑部的活力与凝聚力	188
让大家愿意在你那里工作	188
确信自己能赢	192
“和为贵”不应成为信条	195
再版后记	199

再版说明

1981年，应文化发展的需要和社会各界的迫切需求，中华书局创办了以传播介绍中国古代优秀传统文化为己任，兼具知识性、普及性的《文史知识》杂志。《文史知识》问世后声名鹊起，以朴素认真求实的风格独树一帜，很快成为名牌刊物，赢得“大专家写小文章”，“带有文史知识辞典性质的刊物”的评价和“准确、生动、有用”的盛誉。最初几年，发行量呈几何级数增长，迅速成为广大热爱中国古代传统文化的读者的良师益友。创刊三年时应读者的强烈要求，居然把已出的全部刊物重印一遍。这在中外期刊史上亦属空前。至今《文史知识》出版了三百余期，先后获得“中文核心期刊”、“CSSCI”、国家期刊奖“百种重点期刊”等殊荣。

这本《编辑艺术》，是杨牧之同志当年主持编辑《文史知识》的体会，其中包含着 he 多年编辑工作积累的成功经验，既有高屋建瓴的办刊宗旨和体现时代要求的编辑思想，又有行之有效的编辑操作和管理方式，对于当前的期刊乃至图书编辑工作，都具有启发和指导意义。

《编辑艺术》1990年曾由辽宁人民出版社出版，早已售

罄。许多年轻编辑都设法复印，以作为提高自己工作水平和业务能力的案头参考书。鉴于这种热切需求，我们征得作者和辽宁人民出版社的同意，同时增加一些与《文史知识》有关的插图，重新编排设计付梓，相信对广大热爱《文史知识》和从事编辑工作的读者将有所裨益。

中华书局编辑部

2006年9月

前 言

在《编辑艺术》排印之际，我还想说几句话。

本来这本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，所以这个题目还是名副其实的。这次成书，把书名定为“编辑艺术”，我是经过再三考虑的。我做编辑工作虽然已有二十余年，但不论是个人的学术修养，还是从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？像《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，编辑工作并非业外的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他务，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”，做得到吗？要把人类的历史、人类的文明，万千知识，像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”，做得到吗？我虽然没有做到，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。《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：要把编辑工作当做一门艺术去追求，首先要将编辑工作当做一项事业去追求。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，编辑是让读者从读书中得到精神陶冶、艺术享受的人。从事这样的工作，做这样一个人，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。

1989年12月

北京南牌坊中午灯下

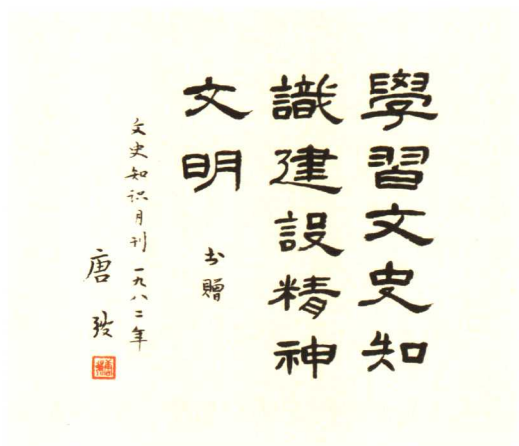
一、什么样的刊物受欢迎

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，它可以代表北京读者的意见。这次评选，



著名文学家、鲁迅研究专家唐弢为《文史知识》题辞

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》

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》

电影刊物：《大众电影》

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结果。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“十佳”是：

《世界之窗》

《书林》

《语文学习》

《现代家庭》

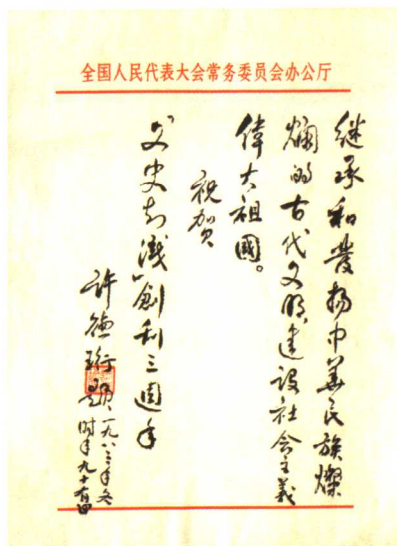
《收获》

《故事会》

《青年一代》

《小朋友》

全国人大常委会副委员长、
九三学社创始人许德珩为
《文史知识》题辞



《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读者的意见。

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种，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，读者便热切地想知道世界各地的风土人情，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，可见其受欢迎之广泛。《青年一代》创刊不过十年，发行量竟然高达四五百万份，原因究竟何在？探索其中奥秘，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、艾滋病，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、一边迷惘，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！

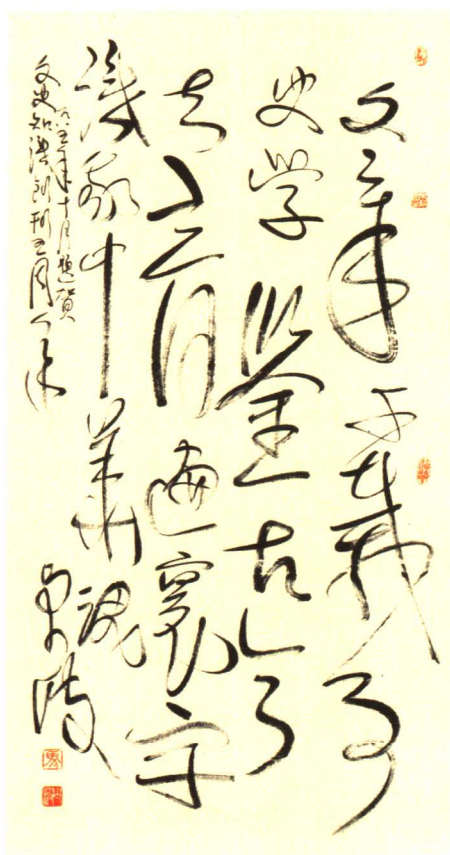
还有一个热点，北京评选居然有三家文摘刊物中选。三家刊物我都读过，有的高雅，有的俚俗，但都有相当多的读者。据说甘肃的《读者文摘》发行最高峰达七百万份，真是了不起。这类刊物为什么能受欢迎？我和不少读者在聊天时，他们都说，现在大家很忙，而杂志太多，对大多数读者来说他们并非研究某一门类的学者，他们不过想知道天下之事，知道就行，不想深究。我想，这就是文摘性刊物得以生存、发展的土壤吧？据《北京晚报》副总编辑韩天雨先生介绍，在5000份选票中间，大学以上文化水平的读者占17.8%，中等文化水平的读者占57.9%，二者合计占75.7%，这样一个大比例的读者群，无论是大学文化的还是中等文化的，都把《读者文摘》作为最受欢迎的刊物之一，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，居然全部重印。这在中外杂志史上恐怕也是独此一家吧？《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《察世俗每月统记传》（察世俗是 Chinese 的音译，统记传，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，由梁阿发兄弟和美国传教士马礼逊创办。当时，正值西方力量东来，该刊一方面传播西方宗教，同



杰出剧作家、戏剧理论家马少波
为《文史知识》题辞