

文化积淀: 学术期刊的另一个努力向度

——大文化视野下中国学术期刊编辑的一种观察

朱晓江

(杭州师范大学学报编辑部, 浙江 杭州 310036)

摘要: 学术期刊的出版包括两个方面的工作向度: 一是内容方面的学术积淀, 要求学术期刊在编辑过程中严格把握所发论文的学术质量, 经由不懈的努力, 使刊物本身积累起相当的学术影响力; 二是形式方面的文化积淀, 要求刊物在完成论文遴选等工作的基础上, 进一步做好诸如刊物栏目整划、装帧设计乃至发行时的宣传策划等工作。这些工作既包括了“发行”的内容, 同时也部分地兼及了“出版”方面的工作——装帧设计。文化积淀方面的工作以营建刊物特色、美的面貌为目的, 最后经由发行、读者认可而形成品牌效应, 完成其在文化上的积累。对任何一家学术期刊来说, 学术积淀是刊物的根本, 奠定刊物的学术品位, 而文化积淀则是刊物的特色所在, 呈现刊物的个性, 两者不可偏废。

关键词: 学术期刊; 出版; 发行; 文化积淀

中图分类号: G232

文献标志码: A

文章编号: 1674-2338(2009)03-0090-06

1945年12月27日, 夏丏尊在《大公报》上发表了《中国书业的新途径》一文, 内中说:

书业以传达文化, 供给精神食粮为职志。书店之业务可分为二部, 一是将有价值的著述印制成为书籍, 这叫做出版; 二是将所印制成的书籍流通开去, 供人阅读, 这叫做发行。[1]

夏氏于1946年4月23日去世, 因此, 这篇写于逝世前四个月的文字可以看作是一位精英知识分子对于出版事业的毕生理解。文中所谓的“书业”, 现已通称为“出版业”; 而其所划分的两部分工作, 虽然是在讨论“书店之业务”, 其实也就是现代出版业所应包含的两大部分工作。这就是说, 现代出版业, 无论其是持精英的文化立场, 或是取市场的商业观念, 都内在包含了出

版与发行两大部类的工作。

学术期刊的出版工作也不例外。在出版与发行这两大类工作之间, 同样可以整合出两个方面的工作向度: 一是内容方面的学术积淀, 它要求学术期刊在编辑过程中严格把握所发论文的学术质量, 经由不懈的努力, 使刊物本身积累起相当的学术影响力。这方面的工作皆在夏氏所谓的“出版”范畴之内。二是形式方面的文化积淀, 要求刊物在完成论文遴选等工作的基础上, 进一步做好诸如刊物栏目整划、装帧设计乃至发行时的宣传策划等工作。^①这些工作既包括了“发行”的部分, 同时也部分地兼及“出版”方面的工作——装帧设计。文化积淀方面的工作以营建刊物特色、美的面貌为目的, 最后经由发行、读者认可而形成品牌效应, 完成其在文化上的积累。^②

收稿日期: 2009-02-28

作者简介: 朱晓江(1972-), 男, 浙江上虞人, 杭州师范大学学报编辑部编辑、副编审, 复旦大学中文系博士研究生, 已出版《有情世界: 丰子恺艺术思想解读》《书生本色——胡适传》《山水清音——晋宋山水诗的艺术世界》等著作9部。

^①这里栏目的整划当然也可视为期刊编辑内容方面的工作。但在本文, 栏目整划取其由栏目本身组合而呈现的刊物的整体面貌之义, 因而更具有形式上的意义。

^②若用传播学知识加以考量, 刊物文化积淀的重要性乃在于, 相当的文化积淀可以打造刊物本身的文化身份。由文化积淀而成的刊物品牌, 乃是“对一套消费者和潜在购买者在长时间内可以始终信赖的价值体系的简化描绘。它使自己代表的商品区别于竞争对手的产品或服务”。参见[美]约翰·马里奥蒂《品牌和打造品牌》, 上海远东出版社, 2002年, 第1页。

对任何一家学术期刊来说,学术积淀是刊物的根本,奠定刊物的学术品位,而文化积淀则是刊物的特色所在,呈现刊物的个性,两者不可偏废。

对当前中国的学术期刊来说,注重刊物的学术积淀是我们极为重视的一件事情。当然,学术期刊以所刊论文的学术质量为根本,关注期刊的学术积累正是一件天经地义的事情;而许多严肃的学术期刊,也确实在这一方面做了许多工作,他们精选来稿、主动约稿,为刊物学术质量的提高使浑身解数。这对学术期刊的编辑出版当然是一件好事。

然而问题的关键在于,当我们把学术积淀视为学术期刊出版工作的全部时,许多问题就产生了。

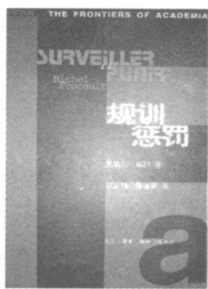
当前中国绝大部分的学术期刊(包括许多学报在内),一方面由于其办刊经费基本由主办单位全额拨款,比如各高校学报由所在学校拨款、各种级别的社会科学则由所在的社会科学院拨款,因而在办刊上不存在经费紧张的问题;另一方面,各学术期刊的岗位编制大多只设主编、编辑、编务等职,而发行、装帧等工作,则基本上不配备专岗人员,这些工作因此由主编、编辑或编务兼控。这样,这些学术期刊在抓住刊物学术质量的内容根本以后,于文化积淀层面的诸多工作环节,则大多忽略了。这种忽略也许是力不从心的结果,^③但更根本的,却是因为办刊者意识上的忽略,即许多学术期刊通常认为,提高刊物的学术质量是其职责范围之内的事情,而文化积淀(尤其是发行)方面的诸多工作,则基本不在其工作流程之属。事实也正是这样,许多学术期刊的工作流程只强调“收稿→读稿→编稿→校对→刊物出版”诸环节,而于刊物出版以后的发行流通工作、出版过程中的版式设计等环节,则基本不加考虑。由此造成的后果是,为数众多的学术期刊之间不但在发稿内容上混杂难辨,没有特色,而且大都还忽视刊物的装帧设计,千篇一面,缺乏个性,亦缺乏美的感观。与此相应的更深一层的危机是,许多学术期刊的发行量亦因此而日趋低靡,刊物缺乏其应有的社会效应。

这样的状况不能以刊物的学术或精英立场为由来加以开释,因学术本身并不排斥发行或个性,而学术期刊的出版工作本来就可以而且应该

实现其内容与形式上的“双美”效应。这一点,我们只要横向对比近来学术图书的一些做法及其所取得的成效就可以得出。

与学术期刊的出版、发行构成鲜明对比的,是20世纪90年代以来,以三联书店等出版社为代表,中国学术图书的出版工作日趋大气。这种大气一方面当然体现于出版物本身的学术价值之高,另一方面也体现于其装帧设计的精致与大方。以三联书店为例,其出版物除了普遍地拥有较高的学术价值,装帧上的淡雅大方,也已成传统。三联版的书,其内页版式通过字体字号的选择搭配、若干线条的运用,即使整个版面呈现出一种精致的和谐美。这既有别于那种不加设计的粗糙,同时也有别于时下坊间流行的“图文并茂”的格调。由三联书店出版的思想文化类杂志《读书》,也呈现出了同样的装帧风格。正是基于这样一种风格,许多读者都形成了这样的观感:“一看就知道是三联的书。”^④书店的文化身份由此而得以确立。三联以外,像广西师范大学出版社、新星出版社等出版机构,近来在出版的方向、书籍的装帧设计上也日益呈现出自己的特色,从而形成了相当的品牌效应。由这些机构出版的读物,即便是一些纯学术著作,其首次印刷的数量,也常在5000—10000册之间。学术著作的质量、销量,出版社的社会效益与经济效益,在这些出版机构的良性运作下,基本达到一致。

以一些丛书的出版为例,如三联书店的“学术前沿”系列,由其所刊行的著作皆为厚重的学术专著,像福柯的《古典时代疯狂史》萨义德的



三联书店“学术前沿”丛书封面设计举例。封面的“F”与“a”特别显眼。

^③所谓“力不从心”,既指人力资源上的岗位限制,亦指刊物的经济限制。许多学术期刊的办刊经费虽由主办单位全额拨款,但这些拨款却只能够维持刊物的排版印刷、稿费开支及邮寄、适当的差旅费等开支,若刊物希望在版式设计等方面有更进一步的改进,那么其办刊经费就相对紧张了。

^④原三联书店美编室主任、书籍设计家宁春认为,“三联的编辑和装帧风格都可以用这一句话概括了”。参见《名社30年书系》之《守望家园——生活·读书·新知三联书店》,三联书店,2008年12月第1版,第171页。

《东方学》等著作, 显见专业而不好读, 然而由于出版社处置得当, 两书首次印刷的数字分别达到了 7000 与 10000 册。^⑤ 这套丛书在封面设计上突出“学术前沿”(The Frontiers of Academia)要素, 因此大多数作品的封面均以大写的“F”(Frontiers的首字母)为区隔, 右下角再配以小写的“a”(Academia的首字母), 并以此为基本格局安排书名、作者等元素, 整个格调淡雅而现代。整套丛书在书脊的顶端以黑底分 4 行排印“The Frontiers of Academia”标志, 中间又以 4 条小细线作间隔, 使其成为整套丛书的标志。这样的出版物, 既有内容上的学术含量, 又有形式装帧上的美感, 遂使学术专著亦呈现出其可亲近的一面。这自然有助于其发行工作的开展。此外又如商务印书馆的“汉译名著”丛书, 其封面以火炬为主元素, 每著封面又选浅黄、橘红、白、淡绿等色之一为底色, 整套丛书亦自成格调。在这套丛书中, 许多作品的累计印数也已超过了 10000 册。北京大学出版社的“文学史·学术史研究丛书”以出版当代学人的中国文学研究, 尤其是中国近现代文学研究的著述为主, 其出版印数虽无明确标注, 但经过 10 年时间的经营积累, 已在学术界产生广泛的影响。这套丛书在读书界的口碑也相当不错, 其经营业绩, 大约也还不差。

与上述出版物相比, 学术期刊的编辑出版在质量上也追求一种高质量, 这一点毋庸置疑。现在的问题只在于, 期刊出版对文化积淀方面的诸多工作, 忽略过甚。比如其装帧版式, 直可用简陋二字来加以形容(而业界对学术期刊千刊一面的弊病, 其实也早有批评); 又比如, 虽然一些学术期刊也发表了许多高质量的学术论文, 但这样一些论文, 却常常因为刊物的滞销而无法产生它应有的社会效应。正因为这样, 我们的刊物就愈倚重于学术网络检索平台, 期望借此使单篇的学术论文增加其流通的广度, 但整本的学术刊物, 却终究无法借助于类似的渠道, 来得到广泛流传。

要改变这样的出版现状, 笔者以为, 我们的出版意识有必要加以改变, 即学术期刊的编辑需要在传统的学术维度上再拓展一个新的维度——文化积淀的维度, 从而以一种大文化的编辑视野来取代原先单一的学术视野。在这一视野下, 学术期刊的编辑目标, 是要实现刊物的学术积淀与文化积淀同步增长; 而在当前, 由于文

化积淀方面的工作在相当程度上被忽略了, 因而尤其值得重视。且从以下方面出发加以讨论。

一 建立一个完整的出版流程意识, 澄清学术期刊学术品位与发行之间的关系

大文化编辑视野的首要一点, 就是要建立一个完整的出版流程意识。如前所述, 学术期刊的出版工作不应该只是编辑的工作, 而还包括装帧、发行等部分。一个完整的出版流程大致应该包括以下内容:



这样的流程意识有助于编辑在编辑稿件时, 考虑到诸多后续的工作。比如同一篇论文, 单篇发表也许并不能引起读者太大的注意, 将它整合到某个话题或某组专栏之中发表, 则其学术价值就有可能得到更为充分的展示。这就是说, 适当的形式有时其实也有助于学术价值的提升。只有想到了这一点, 我们在编辑稿件的时候, 才不会只考虑到文章的审稿、校对等工作, 而还会注意到文章与文章之间、栏目与栏目之间的搭配互动, 从而使单篇论文及整本刊物都能以相对合适的面貌呈现在读者的眼前。在大文化编辑视野下, 期刊的编辑工作会考虑得更全面、更细致。

这里还要特别讨论一下发行的问题。在当前中国学术期刊的出版中, 由于发行意识的淡薄, 我们对刊物的市场定位、版式改进、编读互动等工作环节, 也就很少甚或不加考虑。同时, 也因为装帧、发行的乏力, 直接导致了刊物社会效益的下降。因此, 在当前中国学术期刊的诸多问题中, 对发行环节的忽视是一核心问题。

问题的原因在于意识。在目前, 许多学术期刊都认为, 发行更多的是市场行为, 而对市场的重视则有可能削弱刊物的学术定位及学术含量。

⑤福柯的著作大多难读, 但许多作品却又出乎意料地畅销。比如 1966 年出版的《词与物》, 一出版即引起法国读书界的轰动, 对此福柯说: “这是我最难让人读懂的一本书, 也是我写得最吃力的一本书。我是认真地写给那些对观念历史感兴趣的大约两千名学者看的。为什么它会引起轰动呢? 这实在是个谜。”学术著作的畅销当然有各种原因, 但不容忽视的, 出版商在这一过程中肯定也作了相当的努力, 包括著作的宣传、装帧等等。而也正是著作的畅销, 才引起了学术的广泛传播。参见《权力的眼睛——福柯访谈录》上海人民出版社, 1997 年 1 月第 1 版, 第 25 页。

这样的观点是值得辨析的。诚然,刊物的出版与发行有时会处于一种矛盾的状态,但这并不妨碍它们相伴而生、不可偏废的同一特性:没有发行,则出版工作不可能实现其社会、经济效益。同样,如果出版工作没有做好,那么发行也会受其影响,效益不佳。正是这样,一家优秀的出版单位或一位优秀的出版人,必然需要全盘考虑其出版与发行两方面的工作,将其勾连为一个整体。这正如邹韬奋所说:

我们的事业性和商业性是要兼顾而不应该对立的,诚然这两方面如超出了应有的限度,是有对立的流弊。例如倘若因为顾到事业性而在经济上作无限的牺牲,其势不至使整个经济破产不止,实际上便要使店无法生存,所谓皮之不存,毛将附焉,机构的消灭,事业又何从支持,发展更谈不到了。在另一方面,如果因为顾到商业性而对于文化食粮的内容不加注意,那也是自杀政策,事业必然要一天天衰落,商业也将随之衰落,所谓两败俱伤。但是我们不许各有所偏……这两方面是应该相辅相成的,不应该对立起来的。[2]

再退一步讲,假如我们完全不考虑经济的因素,而单从学术的社会效益上讲,发行也是不可或缺的工作,盖其学术影响力的增强同样建立在流通的基础上。^⑥然而,就是这样一个道理,对当前中国的学术期刊而言,却成为一个认识上或实践上的瓶颈或困境。在目前学术期刊的编辑中,即使许多刊物的发行只有区区几百本——而在这几百册中,大部分也还用于刊物之间的交换或期刊检查,因而许多期刊的办刊其实已经到了自娱自乐的境地——他们也仍会以学术期刊乃是小众阅读为由而给以开释,固步自封,丝毫没有改进的意思。在这样一些出版活动中,出版者浑然忘却,出版物的流通即发行,其实乃是出版工作的题中应有之义。

或者,也有论者会辩说,目前中国学术期刊网络系统的发达已在一定程度上弥补了纸质期刊发行工作落后的局面。这也未必。网络系统的发达固然扩大了学术论文的流布面,但发达的网络系统一方面反过来也可能更进一步促使纸质期刊发行的萎靡;另一方面,网络期刊的基本功用在于查询,它对于学者的研究工作当然带来

极大的便利与视野,但一个不可否认的事实是,网络期刊对于编排的美观等因素基本上不加考虑。由此,假如我们的阅读还没有功利到所读内容必得对自己的研究有所帮助,那么,纸质期刊的存在就还是必要的,它相对于网络期刊的优势或特色所在,是它除了含有相当的知识(学术)含量以外,还拥有其自身的文化面貌:刊物的栏目安排、编排风格、版式设计等等,并通过这样一种文化面貌将一种美的意蕴传递给读者。正是这样,当前学术期刊的发行工作非但不能寄希望于网络检索工具,反而要在诸多网络检索工具的挤压下,采取更富有成效的措施,来提升自身的发行量,并由此展示刊物的文化元气,实现其应有的社会效应。借用邹韬奋先生的话,就是学术期刊的发行与学术之间“应该相辅相成的,不应该对立起来的”。

二 重视刊物的装帧设计

刊物流通量的增加可以有多方面的措施,直接的人力投入当然也可以,但却不是唯一的手段。除此以外,我们还可以采取组织发表有影响力的学术论文、通过网络报纸等传媒向社会公众提供相关的信息等措施。在所有这些措施中,为刊物设计符合其自身面貌的装帧,要算是重要的

^⑥在这一方面,早期教会的办刊经历值得借鉴。由于拥有充足的办刊经费,早期教会刊物的主要任务并非是要借助于刊物去赢利,而只是要借此来实现他们影响中国民众的目的。在这样的前提下,早期教会刊物同样注重对“销量”的追求。以《万国公报》为例,这个刊物刚复刊的时候(1889年2月),印数还不到1000份。为扩大影响,他们采取的“促销”手段首先是“赠阅”。据记载,广学会曾在杭州、南京、济南、北京等地举行赠阅活动,将该报分送给参加科举考试的士子们阅读;第二个措施是举办“有奖征文”。如1889年,以“格致之学泰西与中国有无异同”、“泰西算学何者较中国为精”为题征文,收到论文20篇,其中4篇获奖,奖金分别为10元、7元、3元、2元。1894年以“振兴中国论”、“维持丝茶议”、“江海新关考”、“禁烟檄”、“中西敦睦策”为题征文,收到论文172篇,评出一等奖5名(奖金16两),二等奖5名(奖金12两),三、四、五等奖各10名(奖金分别为10两、8两和6两),六等奖30名,奖金4两。1895年又以“描述鸦片之害、时文之害、或缠足之害为主题”,征求“时新小说”,共得征文162篇,取8名奖励,首名奖金50元,次名30元。在这里,无论“赠阅”或者“有奖征文”,基本上都属于花钱买影响的行为。这些措施使该报销路大增,《万国公报》第94册(1896年11月)即称其发行量“从每月一千本逐渐增加,今已盈四千本。且购阅者大都达官贵介、名士商绅,故京师及各直省阅闻高门、清华别业,案头多置此一编,其销流之广,则更远至海外之美澳二洲。”其口气已是相当自得。《万国公报》出刊情况参阅陈玉申《晚清报业史》,山东画报出版社,2003年1月第1版,第29页。

一种。这一点我们在前面讨论学术图书的若干做法时,已有所提及。

然而刊物的装帧并不只为流通服务,而还有其独立的文化效应与审美价值。当年赵家壁因为一个偶然的发现而在良友版《一角丛书》的扉页上加入了《播种者》的木刻,却使后者成为这套丛书的一个标志,并进而成为此后良友版成套文学书的出版标记,包括文学史上大名鼎鼎的《中国新文学大系》^⑦《读书》杂志在装帧上连续27年采用丁聪的漫画,遂使“小丁漫画”成为杂志一道亮丽的风景,许多读者(包括笔者在内)在拿到新一期《读书》杂志时,必先翻阅他的漫画。2006年3月,“小丁漫画”停止供稿以后,许多读者一时都还很难接受。^⑧此可见装帧本身的文化影响力。这种文化影响力的累积,对刊物文化形象的塑造极为有益。

学术期刊由于自身的性质所限,在装帧上不宜过于花俏,时下坊间流行的“图文并茂”式的装帧并不十分适合学术图书。学术类出版物的装帧宜以雅致为其风格追求。周作人在为俞平伯《燕知草》写《跋》时说:“我说雅,这只是说自然,大方的风度,并不要禁忌什么字句,或者装出乡绅的架子。”^[3]学术期刊装帧上的雅致,当亦取此“自然,大方的风度”之义。除了雅致的总体追求,学术期刊在装帧上也还可以结合各单位自身的文化元素。这些元素既可以是其所在单位的历史,也可以是所在地域的特色。将这些元素糅合到刊物的装帧设计之中,可以形成装帧上的特色。《杭州师范大学学报》(社会科学版)近年来将学校百年校史上重要人物的头像——如鲁迅、弘一大师、经亨颐、马钧儒、陈望道、夏丏尊、丰子恺、朱自清、叶圣陶等——融入到其封面装帧之

中,使整个封面既有一股淡淡的书卷气,同时又展示了学校办学的文化底蕴,别具特色。当然,具体的装帧设计如何进行,各单位可以各显神通,这里笔者还要再强调的一点是,装帧设计确定以后,切忌经常性地变换,因文化上的积淀需要时间,装帧风格在较长时间里的统一有助于刊物文化身份的打造。

三 重视刊物的栏目整合

栏目设计既可属于刊物内容方面的规范,同时也可视为形式方面的要素。一些相对固定的栏目对于杂志的形象定位颇有助益。最简单地,一些栏目经常出现在某一杂志中,可以给读者或作者以一个信号,即刊物将在较长时间内关注这一方面的论题。这既可开拓来稿的面,同时也可以借此提升发稿的质量。更深一层来看,栏目建设有助于杂志的形象定位。比如,在当前中国的学术期刊界,一个普遍的现象是,一些专业类杂志比综合类杂志要办得成功,这里的成功在很大程度上基于刊物的特色,像《历史研究》《哲学研究》等刊物,因其发稿就局限于历史或哲学的领域,反而容易形成特色与专长,从而使其无论在发行上,或是在学术含量上,较之普通综合性学术期刊都要好一些。综合类期刊其实也一样,通过重点栏目的营建可以增强刊物的学术—文化影响力。比如《殷都学刊》,由安阳师范学院主办,这所学校本身并不显赫,但这本杂志却因地处河南安阳而将其办刊重心放在“甲骨文研究”“殷商史研究”等栏目上,利用其得天独厚的地域

^⑦在《我编的第一部成套书——〈一角丛书〉》一文中,赵家壁说:“我从西方成套文学书的扉页上,看到都有一幅图案设计作出版标记,这也引起了我的兴趣。正巧在一位老同学处看到一幅国外的藏书票,这幅木刻画虽带有点洋味儿,但我欣赏它线条粗犷有力,含意深远,便请美术家加了几笔,用作《一角丛书》的出版标记。……此后,我编的《中国新文学大系》、《良友文学丛书》和《中篇创作新集》等的里封、环衬或包封上,都印上这幅图,因而成为良友版成套文学书的出版标记了。”见赵家壁《编辑忆旧》,中华书局,2008年7月第1版,第31页。有意味的是,中华书局版的这本《编辑忆旧》,其封面及里封,也都采用了这幅木刻。

^⑧2006年3月,因为身体原因,丁聪不再为《读书》供稿,从而引起读者——从中学生到87岁的老者——的强烈关注。对于这些关注,《读书》先在2006年第6期的《编辑手记》中作出回应,说“我们有一个多年来深受读者好评的封二专栏‘诗画话’以及‘小丁’的漫画,最近由于丁聪老的身体原因,停了几期,引来许多读者的关切”;此后,在2007年第3期,对于读者的热情和关心,丁聪本人又特别发表《感谢》以感谢读者的热情。



赵家壁选用的良友版成套文学图书出版标记——《播种者》。



《杭州师范大学学报》在封面设计上引入该校先贤头像元素,别具一格。

优势,苦心经营,遂使杂志本身成为甲骨文、殷商史研究方面的重要阵地,其文化上的影响力亦由此而大为提升。因此,恰当的栏目整划不但有助于期刊学术品位的提升,同样也有利于刊物文化影响力的积淀。或许正是基于这样一些考虑,目前一些行业性组织,如中国人文社会科学学报学会,正通过开展名栏工程等手段来鼓励、促进刊物的栏目建设。这是极有价值的一项工作。

四 重视编读互动环节

对编读互动环节的强调,其目的是要加强编者和读者之间的信息交流。长期以来,学术期刊在办刊上重视的是编辑意图的表述,诸如“编者按”“编后语”等形式经常出现在刊物的编辑过程中。但读者作者的声音却很少在杂志发表,因此学术期刊的编读互动在很大程度上其实只是编辑单向度的表述。正是这样,在当前中国学术期刊的出版工作中,还应在更大程度上重视读者作者的声音,以诸如“来函照登”“观点商榷”“编读互动”等形式,将它反映在杂志的办刊进程之中。这不但有助于刊物发现/解决办刊过程中存在的问题、更深入地讨论所发论文的主题,同

时也是对办刊的一个监督,并可更进一步地引起读者/作者对于杂志本身的关注,从而同样有利于提升刊物的文化影响力。

学术期刊文化积淀方面的工作当然远不止以上几点,对此各期刊社可以采取符合本刊实际的诸多措施。需要强调的是我们的意识,强烈的意识可以激发人的创造潜能,从而演生出各种各样的实行方案。当然,对文化积淀的强调并不是说传统的编辑工作——组稿、审稿、编稿、校对等等——可以略放一放,对任何一家出版单位来说,这些永远都是最重要的工作之一,容不得半点马虎,这是本文最后所要特别说明的。

参考文献:

- [1] 夏巧尊. 中国书业的新途径 [M] / 夏巧尊文集·平屋之辑. 杭州: 浙江人民出版社, 1983: 360
- [2] 邹韬奋. 事业管理与职业修养 [C] / 三联书店. 守望家园——生活·读书·新知三联书店. 北京: 三联书店, 2008: 9
- [3] 周作人. 燕知草跋 [M] / 永日集. 石家庄: 河北教育出版社, 2002: 79

Cultural Accumulation: The Other Direction for Academic Journals ——A Probe into the Editorial Work of Chinese Academic Journals from a Cultural Perspective

ZHU Xiao-jiang

(The Journal Editorial Department, Hangzhou Normal University, Hangzhou 310036, China)

Abstract The publication of an academic journal includes two directions. One is for its content-based academic accumulation, through which it strives to build up its academic influence by controlling the academic quality of its papers. The other is for cultural accumulation in its form, through which, based on its selection of papers, it tries to optimize its column arrangement, graphic design and distribution publicity. These tasks not only can be attributed to the section of “distribution” but also partly to the section of “publication” — graphic design. The work done for the cultural accumulation of an academic journal aims to develop its unique features and give itself a formal beauty, by which readers can acknowledge its brand effect. To any academic journal, academic accumulation is fundamental in defining its academic level, while cultural accumulation is journal-specific in forming its own features. These two directions should be taken into account as a whole.

Keywords academic journal; publication; distribution; cultural accumulation

(责任编辑: 山 宁)