

# 试析期刊的媒体特征对 编辑出版人员的特殊要求

## ——2018 年度出版专业职业资格考试综合题解析

刘晶晶

**摘要：**文章对期刊编辑出版方面的综合题进行解析，说明涉及的知识点。在此基础上，从期刊有别于图书的媒体特征角度，说明对期刊编辑出版人员的几个特殊要求——把与作者联系列为日常工作内容、善于处理校样的页面余缺和熟知有关广告的法律法规。

**关键词：**出版专业职业资格考试；期刊；媒体特征

DOI: 10.19619/j.issn.1007-1938.2019.02.021

期刊出版是出版业的重要组成部分。虽然期刊与图书同为印刷型出版物，但两者的媒体特征不同，从而导致编辑出版业务存在不少差别，对相应的出版专业技术人员也有一些不同的要求。因此，全国出版专业职业资格考试“出版专业理论与实务·中级”（以下简称“中级实务”）科目的试卷中，专门设置了两道针对期刊编辑出版特点的综合题，供从事期刊工作的考生选答。这些考题，既是对期刊编辑出版活动中实际问题的客观反映，同时又是对期刊编辑出版活动中一些模糊认识和做法的一种纠偏，对于提示期刊编辑把握相关专业知识和能力，特别是综合业务能力有重要的作用。考生只有很好地掌握了相关知识和能力，才能够考出好成绩，提高期刊编辑出版工作能力。

本文拟在对 2018 年“中级实务”试卷第 80-B 题进行解析的基础上，给考生一些建议，以帮助他们提高综合业务能力。

### 一、考题解析

该题是一道案例分析简答题。题中的案例如下：

甲期刊为 A4 开本、10 印张的季刊，于每季度末出版，向国内外公开发行人，但该刊编辑部未公开说明过稿件审阅处理的期限。2015 年 3 月 10 日，该编辑部收到陈某投寄的《透视大学生创业》一文，约 6000 字。编辑王阳审稿后，认为该稿适合在本刊登载，复审和终审也都同意，编辑部主任刘雯要求在最近的第 2 期上登载此文。王阳认为该文即将刊出，没必要再与陈某联系，在 5 月初就按编辑部的工作计划对《透视大学生创业》进行了编辑加工整理，按规定程序审定后发稿。

2015 年 6 月初，甲刊编辑部收到第 2 期的初校样，共 162 面，其中《透视大学生创业》占了 4 面。编辑部处理校样期间，王阳忽然发现每月 25 日出版的乙刊第 5 期上已经登载陈某的《透视大学生创业》，于是打电话给

陈某。陈某说,稿件投给甲刊后一直没有音信,以为未被采用,就在4月15日改投乙刊,并在4月底收到了乙刊编辑部的用稿通知。陈某还为给甲刊编辑部造成了麻烦表示歉意,而王阳回答说“此事要请示领导后再作处理”。

刘雯得知这件事后,召集编辑部全体人员开了一次讨论会。刘雯在会上通报了《透视大学生创业》一文的情况,请大家发表自己的看法和提出解决此问题的方案,还展示了协作的广告公司刚刚送来的第2期面封广告样张,请大家共同审核后提出意见。这个广告是一家酿酒公司要求做的,画面中心是这家公司作为龙头产品的几瓶葡萄酒,酒瓶旁边放了数盒高档香烟作装饰,旁边的广告词是“最佳美酒至尊享受”。大家纷纷发表了自己的意见。会后,王阳把编辑部讨论后对《透视大学生创业》一文的处理方案通知了陈某。

考生在回答案例分析类题目时,应该先把案例的要点吃透。这个案例主要讲了三件事情:一是甲刊已经排出校样的文章,在乙刊上先发表了;二是期刊校样需要处理;三是需审核一份广告设计稿。可以看出,这些事情主要涉及《著作权法》的有关规定、调整校样版面余缺的技能和广告法的有关规定。考生只有牢固掌握这几个方面的知识,才能够看到案例后自然地回忆起相关知识,判断案例中的做法正确与否。

考题中要求回答的问题有四个:

问题一:围绕《透视大学生创业》一文情况提出的下列看法或处理方案中,哪项或哪几项是正确的?请作选择回答。

A. 作者陈某的行为是“一稿两投”,应该承担一定责任,至少要支付稿件排版费。

B. 虽然编辑有过失,但作者陈某的行为也不对,因为他有义务将稿件已改投乙刊

的情况及时通知甲刊。

C. 发生这种事的主要原因是编辑人员工作不到位,责任在编辑部,作者陈某并没有过失。

D. 可以继续登载这篇文章,不过需要删节2面文字,并说明摘编自乙刊第5期。

E. 撤下这篇文章,并重新编列后续页面的页码。

F. 撤下这篇文章,从编辑部的备用稿内另找一篇字数与其大致相当的文章补上。

G. 撤下这篇文章,从编辑部的备用稿内另找一篇字数约为其一半的文章补上。

问题二:为什么问题一中的某项或某几项是不正确的?请按项说明。

问题三:面封广告样张主要存在什么问题?为什么?

问题四:对这个广告应该如何处理?

可以看出,问题一、问题二是互补的,只要对列出的七项内容能正确判断,两个问题都能解答。兹对这七项内容分析如下。

A、B、C三项,涉及我国《著作权法》对期刊出版单位处理作者来稿的规定。辅导教材《出版专业基础·中级》根据我国《著作权法》第三十三条的规定说明:“著作权人向期刊社投稿的,自稿件发出之日起30日内未收到期刊社通知决定刊登的,可以将同一作品向其他期刊社投稿,但双方另有约定的除外”<sup>[1]381-382</sup>。本案中,甲期刊编辑部“未公开说明过稿件审阅处理的期限”,应视为与作者没有另外的约定,所以适用法定期限。甲刊编辑部收到陈某稿件的时间是3月10日,而陈某改投乙刊的时间是4月15日。由此可以推知,陈某是在发出稿件已经超过30日而还没有收到用稿通知的情况下才做出这个行为的。所以,陈某的行为符合《著作权法》的规定,不构成“一稿两投”,自然也不需

要承担包括支付稿件排版费在内的任何责任。同时，著作权人有权依法自由处置自己的作品，法律没有要求著作权人应把如何处置自己作品的情况通报他人。既然陈某的行为是完全符合法律规定的，他也就没有义务将稿件改投乙刊的情况通知甲刊。分析案情，可知造成陈某把作品改投乙刊的主要原因，是编辑王阳“认为该文即将刊出，没必要再与陈某联系”，没有通知作者其作品已经决定刊登。这是期刊编辑没有认真履行工作职责所造成的事故，责任在甲期刊编辑部，作者陈某并没有过失。

综上所述，可知题目中的C项是正确的，A项、B项不正确。

D、E、F、G项都涉及期刊校样调整事宜。在期刊编辑活动中，经常会碰到稿件篇幅和期刊版面容量之间的矛盾，表现为初校样的页面数量多于或者少于计划数，编辑人员必须对初校样进行适当处理。本案中的甲期刊“为A4开本、10印张”，可知其页面数应稳定在160面，而“甲刊编辑部收到第2期的初校样，共162面”，显然是多了2面，需要通过适当的方式予以减少。

按照E项处理，校样页面数将减少到158面，不足额定的160面；而按照F项处理，校样仍然多余2面。可见，这都不能使总页面数维持稳定。所以E项、F项是不正确的。G项所说是比较常见的正确做法，既可以避免与其他刊物重复登载相同文章，又减少2面校样，实现了校样处理的目的。

当然，如果编辑部认为相关文章确实有价值，是目标读者十分需要阅读的，也可以按D项的做法处理。因为《著作权法》规定，作品在报刊上刊登后，“除著作权人声明不得转载、摘编的外，其他报刊可以转载或者作为文摘、资料刊登”<sup>[1]382</sup>。本案中，没有陈

某声明不得转载、摘编的情节，根据作者向期刊投稿的一般情况可以推知其没有这类声明，文章可以摘编。既然是摘编，删节一半左右的文字也是允许的，但必须说明原文载于乙刊2015年第5期。

问题三、问题四，涉及期刊如何依法经营广告业务的问题。经营广告业务必须合法。辅导教材《出版专业实务·中级》专门集中阐述了国家对期刊出版单位经营广告的相关规定。依据国家的规定来审核，这个广告主要存在三个问题：第一，准备登载于期刊面封的广告为葡萄酒作宣传，违反了“酒类广告的刊载每期不得超过两条，并不得置于面封”的规定；第二，“酒瓶旁边放了数盒高档香烟”，违反了“期刊不得刊载或变相刊载烟草制品广告”的规定；第三，广告词“最佳美酒至尊享受”，违反了“广告中……也不得使用‘国家级’‘最高级’‘最佳’等用语”的规定。<sup>[2]95-96</sup>

面对广告内容违反国家规定的情况，“简单地拒绝刊登是不可取的，因为一则无助于客户增强法制意识，以致今后在别处重犯违反国家规定的错误；二则也意味着失去了该客户”。<sup>[2]133</sup>所以，编辑部应该把国家有关刊登广告的规定告知广告公司和酿酒公司，指出广告样张中存在的问题，要求其重新设计制作，并说明将调整该广告的登载位置。

## 二、几点启示

这道题的实践性和综合性都很强。可以说，案例中的情节在期刊的日常编辑出版工作中并不罕见。所以，这道题目的作用不仅仅在于考试，它在三个方面对期刊编辑出版工作人员有一定启示。

### 1. 把与作者联系列为日常工作内容

作者把自己的作品投给出版单位，实际

上是把作品的使用权授予出版单位,这是对出版工作的极大支持。没有作者授予作品使用权,出版无疑会成为“无米之炊”。

中国编辑学会前会长刘杲先生曾经就编辑与作者的关系说过:“我们是作者的知音。了解作者才能帮助作者;懂得作品才能加工作品。作者是作品的创作者,我们是作品的组织者、发现者、加工者。在把优秀作品转化为优秀出版物的过程中,我们是作者最亲密、最忠实的伙伴。”<sup>[3]</sup>无论是图书编辑还是期刊编辑,正确处理与作者的关系都是必须的,而图书与期刊在媒体特征上的区别,使这两种出版物的编辑人员在作者工作上又存在差别。

图书稿件一般是篇幅大而数量少,期刊稿件则是篇幅小而数量极多。期刊编辑部几乎每天都会收到新稿件,由此也不断带来与作者联系的新工作。由此可见,与图书编辑相比,期刊编辑所面临的作者数量众多,联系作者的频次自然相应密集得多。所以,期刊编辑应该把与作者的联系纳入自己的日常工作内容之中,舍得为此花精力和时间,努力当好“作者最亲密、最忠实的伙伴”。

第一,审稿完成后与作者联系。作者投稿,是一种出于对期刊的信任而主动与期刊编辑部联系的行为,期刊编辑应该真诚地作出回应。不回复作者,会使作者感到编辑部对其不理不睬、很不尊重。因此,无论稿件是采用还是退稿或退修,编辑都应该把审阅结果及时通知作者。

第二,作品组配完成后与作者联系。稿件的刊登不能机械地按照来稿先后顺序,要进行一定的结构性组配,以体现期刊的整体性和延续性。这样,已经决定采用的稿件往往要过一段时间后才能安排刊出。编辑应该在完成作品组配后,及时与本期拟刊发稿件

的作者联系,说明其作品将在何时出版的哪期刊物上登载,并询问作者对作品有无修改,以保证作品中反映的信息是最新的。

第三,在作品编辑加工过程中与作者联系。编辑加工稿件的过程中,遇到看不懂或者有疑问的地方,要与作者及时沟通,虚心请教。这既可以保证稿件内容正确,编辑也可以学到新的知识。久而久之,编辑的专业水平也会有显著的提升。

第四,出校样后与作者联系。期刊编辑收到一期刊物的校样后,要及时分发给有关作者,请作者进行审核。这一方面是让作者有机会对某些信息进行更新,另一方面也是请作者对编辑的修改之处予以确认,以防止误改。

第五,期刊出版后与作者联系。编辑必须把样刊发送给相关的作者,让作者持有登载其作品的期刊。这不仅是对作者权利的尊重,而且也可满足作者申报成果的现实需要。此外,除了一些事先已经以公开的“声明”或“启事”“稿约”等形式与作者约定不支付稿酬的学术期刊外,很多期刊是向作者支付稿酬的。编辑应该将稿酬的数额和支付时间及时通知作者。

本案例中,编辑王阳在校样出来之前一直没有与作者联系,而校样出来后,如果不是看到乙刊已经登出相同文章,他也不会与作者联系。表面上看,这造成了编辑部工作的被动,经济上也有一定损失;但就深层次讲,这是对作者不尊重、不真诚的表现,更谈不上做作者最亲密、最忠实的伙伴。这样做的后果,很可能严重影响期刊的声誉,大大降低作者对刊物的信任度,也会给双方今后的合作带来障碍。

因此,一个合格的编辑,要在内心深处尊重作者,虚心向作者学习,真诚善待作者,



做作者的朋友。编辑必须清楚地知道，在作品转化成出版物的过程中，作者是第一位的，编辑是组织者、发现者、加工者。只有正确处理好与作者的关系，编辑才有可能和作者一起打造出好的出版物。

## 2. 维护期刊整体的统一性、稳定性

在形态、版式、体例方面，图书一般讲究“一本书”统一，只有相对比较少的丛书、成套书存在“一套书”基本统一的要求；而期刊除了要求“一本刊”统一之外，普遍还有“一卷刊”或“一年刊”严格统一的要求。国家标准《期刊编排格式》（GB/T 3179—2009）说明“期刊一般依次分卷期出版。通常为每年出版1卷，也可以1年出版多卷或多年出版1卷，还可以不设卷”，同时又规定，期刊的形态或编排格式“如有必要变更时，应从新一卷（年）的第1期开始”，就从一个侧面说明了这一点。

辅导教材按照国家标准的精神和行业惯例，更为明确地说明，期刊应该做到“形态和篇幅在一定时期内相对稳定，各期刊物的开本、装订样式、页面数量、版心规格等都完全相同，如果确需变更，也要从某年的第一期开始，且之后各期（至少当年内各期）都应与之相同”<sup>[2]86-87</sup>。

一期刊物是个整体，而各期刊物集合在一起也应该是个整体，形成内容和形态上都相对稳定的独特风格。整体的统一性、稳定性，是本期刊区别于他期刊，彰显自己特色，吸引和服务目标读者，提高市场竞争力的重要方面。

正因为这样，为保证每期刊物的总篇幅相对稳定，对校样的页面余缺进行合适的处理，成为期刊编辑的重要专业技能。“能否

完美地对校样上的页面余缺进行处理，往往是衡量期刊编辑业务能力高下的又一个重要方面。”<sup>[2]117</sup>所以，出版专业职业资格考试中多次出现类似的题目，体现了期刊出版工作实践对编辑的职业要求。

## 3. 期刊编辑要熟知有关广告的法律法规

图书中极少登载广告，而对期刊来说，登载广告是常规做法。期刊的编辑人员根据国家规定不得参与广告经营，但是编辑对期刊整体的合法性负有不可推卸的责任。

所以，对广告业务经营人员安排登载的广告，编辑必须进行审核，防止出现不合法的现象。

就本案而言，对作者来稿处理欠妥，影响尚可控，可以通过适当的补救措施弥补。但广告样张若处理不慎，将其原样在期刊面封上刊载，就会带来恶劣影响，导致期刊受到法律处罚。

因此，有关广告的法律法规是期刊编辑出版人员必须熟知的。期刊编辑要学会针对具体问题查询法律法规，或者向有关机构、人士请教，把“依法办刊”真正落到实处，从而不仅把握住期刊的内容质量，而且还能充分享受到法律的保护。

## 参考文献

- [1] 国家新闻出版广电总局出版专业资格考试办公室. 出版专业基础·中级（2015年版）[M]. 北京：商务印书馆，2015.
- [2] 国家新闻出版广电总局出版专业资格考试办公室. 出版专业实务·中级（2015年版）[M]. 北京：商务印书馆，2015.
- [3] 刘杲. 我们是中国编辑（代发刊词）[J]. 中国编辑，2002(1): 1-3.

（作者单位：人民法院电子音像出版社）