

■ 嫣然思语

写给四月的歌

□ 周家海

风雨不辞而别
阳光捎来晴朗和温暖
鸟鸣声唤我出梦境
推窗奔涌进无尽葱绿
远山与近树
构思着盎然春意
闲花跟野草
点缀出缤纷绚丽
雨点凋残的桃花
悄悄凝作青涩幼桃
还有爱扎堆的麻雀
正挤簇在枝头嬉戏
春天滑向季节深处
仍不忘勾勒、描画垂老的青与绿
大地因此而深陷一场——
不可自拔的、盛大的葱茏和欣喜……

金色的童年(外一首)

□ 尚庆海

裁剪一块蔚蓝
做成美丽的窗帘
欢快的小鸟啾啾
落在温暖的窗前
采摘几片绿叶
做成春天的书签
幸福的花儿绽放
是那一张张笑脸
纸折的小船儿啊
在梦的小溪里漂远
它会漂过绵延的河流
驶向遥远的大海
小船承载着我的梦想
和对未来的祝愿
风中扬起漂亮的船帆
是我金色的童年

不倒翁

东倒一下 西歪一下
前趴一下 后仰一下
摇摇晃晃 晃晃摇摇
就是不会倒下
大大的肚子 小小的脑瓜
微微地笑着 却不爱说话
我要向你学习
永远站着不趴下
(作者系河南省作家协会会员)

晒春天(外一首)

□ 吴晓波

窗外，阳光优雅梳理着
金色羽毛
一朵含苞待放的桃花
窃取了我在眼里的一段时光
一群小草争抢阳光福利
在坡上，你推我搡
小鸟站在枝上
借阳光打磨嗓子
老人把生了老年斑的年龄
推到后花园，用阳光美容
花花绿绿的被子晾满小区
被女人们用竹竿轻轻拍打
此时的我
想把自己摊成一本书
把生锈的文字和章节
一股脑儿地掏出来晾晒
让心在无边的春意里
一点点发芽

梨花开了

梨花开了。一纸素笺
铺在春天头顶
冰清玉洁的白，超凡脱俗的白
纯洁的镜子，照进尘世内心
吐出污浊阴暗沙子
月光滴下几滴清冷墨汁
被早起的春风轻轻弹落
阳光大胆行走
白色火焰灼伤了眼
蝴蝶蝶情，芳心吐尽
落不下一字的黑
站在梨花前
我更加汗颜
我怕我这双沾染俗世的手
写不出梨花内心独白



孙犁的“策划文案”

□ 侯军

报人是当然的策划人。无论办报，还是办刊，均需策划先行。没有策划，难称“报人”。孙犁先生参与创办了诸多杂志、副刊，在冀中、在天津都曾主持过诸多报刊的笔政，自然也写过很多策划方案。可以肯定的是，相当多的策划方案都在实施以后“销声匿迹”了。不过，所幸的是，孙犁先生办报办刊有一个良好的习惯，就是常常把自己的策划思路，转换成启事、说明、按语及编后记等形式，直接告知读者，以增进编读双方的沟通和理解。这就给后世的研究者，提供了一些宝贵的“策划资料”。

(一)

我们今天所能见到孙犁的最早的策划类文字，始于上世纪40年代中期在冀中区创办《平原杂志》时幸存下来的几篇启事和编后记；止于上世纪80年代，即孙犁为《天津日报》各种副刊和增刊所撰写的策划文献。时间跨度近半个世纪，虽数量不多，但信息量和独特性则足够丰富。

策划一个新生的报刊，最重要，也是最关键之点，就在于确立办刊宗旨，明确目标读者。在创办《平原杂志》时，孙犁在刊物的征稿启事中，就明确宣布：“本刊为通俗的综合性文化杂志。”在创刊号刊出的《平原杂志》为组织读者小组启事上，则明确宣布：“本杂志为为人民服务，系统地介绍各种文化知识，丰富农村的文化生活。”基于这样的杂志定位，孙犁以非常明晰的指向性，勾画出本刊的目标读者群：“它的主要对象是小学教师、中学高小学生、村剧团、农村干部。”在《征稿启事》中，则进一步明确：“杂志的主要对象为广大农民、区村级干部、中学高小学生、小学教师。”由此可见，这是一本非常通俗、很接地气的文化知识类杂志。有了明确的办刊宗旨和目标读者，其栏目设置、稿件要求、风格特色等等安排，便都有了遵循和归依。譬如，对稿件的文字务求通俗，通俗到什么程度呢？孙犁写道：“最好做到经过念诵，使文盲也能大致听懂的地步。”

这样的读者定位和文字要求，绝对是我所见过的“身段”放得最低的杂志了。显然，孙犁是在充分调查当时当地目标读者的文化水平和阅读能力的基础上，才制定出这样的宗旨和定位的。毕竟，当时冀中区的民众普遍文化偏低，文盲的占比还相当高。而这一群体又是最迫切、最急需普及文化知识，也最渴求精神食粮的大众群体。我相信，冀中区党委之所以要创办这本杂志，其目的要求也是十分明确的。孙犁要精准地贯彻杂志的主旨，完成这项异常艰巨的使命，就必须放下知识分子的架子，真正地俯下身去，贴近民众，把自己的杂志办得越土越好，越接地气越好。为此，他以一个作家的手笔，每期都要编写农民喜欢的梆子戏、大鼓词，他还给自己取了一个“土豹”的笔名，显然就是“土包子”的谐音梗。在第三期的编后记中，他还就自己的大鼓词自谦地写道：“土豹同志说，这只是一次习作，也太简单，因为叙述的时间太长，以致缺乏场面的精细的描写。”这

一段自评，实则是为了引出下面一大段文字：“《平原杂志》欢迎这类大鼓词，人民非常爱好这种形式，各村的广场街头，在月夜风凉，正有鼓音板响。但最近收到的鼓词，大半都空洞直浅，缺乏故事性和人物场面。我们希望大家多创作一些好的鼓词来。”孙犁在杂志的通俗易懂上，真是下了功夫。

(二)

与《平原杂志》形成鲜明对比的，是孙犁为《天津日报》诸多版面和增刊所写的策划类文献，其思路迥然不同。

在这些策划文献中，尤以孙犁为《天津日报》的《文艺评论》版所写的《改进要点》最为全面而精要，堪称是一篇策划文案的经典文本，值得认真研读。

首先，孙犁确立了该版面的办刊宗旨和功能定位，他写道：“本刊既名文艺评论，对文、音、美、剧各领域，均将涉及。评论重点，在于文学。在文学领域中，又以当代为主，本市创作，优先顾及，然不受地区限制。”这就从覆盖范围和核心区域上，厘清了该版面的办刊重点和读者对象。接着，他对版面的功能定位进行了具体论述：“本刊发表有关文学创作的各种形式的研究、评论文章，如对于作家、流派的专题评论，对新出版的文学书籍以及期刊作品的评论、介绍，对文学创作经验及规律的研究、探讨，对文艺工作正、反两方面经验的总结等。”

接着他明确提出了该版提倡什么、摒除什么，其态度之鲜明，语言之精粹，显然是经过了编者的深思熟虑，令人一目了然，过目难忘——“本刊力求办成学术性的期刊。对于一般政治说教式的，引经据典、诗云子曰的所谓文艺评论，少登。”

孙犁先生在这里所强调的学术性、文艺性和实践性诸问题，不只是一申明本刊的价值取向和阐述所秉持的办刊理念，而且是对多年来评论界弥漫的种种错误观念和恶劣风气的矫正和摒弃，在当时确实具有正本清源、激浊扬清的理性力量，体现出编者对《文艺评论》版的取法高标与品质定位。尤其是其“欲取欲弃”的鲜明爱憎，以及对流风时弊的痛加鞭笞，令人读来痛快淋漓。

那么，《文艺评论》版倡导什么文风，欢迎什么稿件呢？编者自有主张，孙犁在接下来的几个段落所论甚详——“既是学术，就要提倡百家争鸣。本刊主张，对于作家、作品，评论者可以各抒己见，见仁见智，情理之常，毫无足怪。对于作家或作品，本刊既反对‘棒杀’，亦反对‘捧杀’。自由讨论，方可促进文艺发展繁荣。既不能为突出‘政治’，随意压制作品；亦不能借口‘保护’作家，随意压制批评。侧重一方，必有后患。”

在这篇《改进要点》的结尾，孙犁对编辑人员也郑重提出严格的“自律性”要求：“本刊发表文章，全凭稿件质量。不存成见，不搞派性，不看名位，不作交换。从本身做起，摒除目前编辑工作中存在的不正之风。因此风不只伤害文艺创作，亦伤害文艺评论也。愿广大读者、作者共鉴之。”

孙犁先生的这篇《改进要点》，写于1980年10月25日，当时正值新旧思潮交替涌动之际，孙犁先生力倡改版，为《文艺评论》重新调校准星，梳理思路，固为编报之必需，亦为文艺理论界澄清认识，导入正源，发出一家之言。不唯勇气可嘉，而且思辨之精粹，文笔之犀利，申论之明晰，谋划之周密，堪为策划文案之典范也。

(三)

无论办刊还是编报，对青年群体的倾情关注，可以说是孙犁先生数十年间一以贯之的风范。这一点，在前后两个时期的策划文献中，都体现得十分明晰。

《平原杂志》的读者定位，除了乡村干部和农民大众之外，孙犁先生还专门把中小学教师和高小与中学生学生单列出来，作为重点目标读者。他在第二期的编后记中写道：“我们觉得，不管费多大力量，我们也应该给可爱可敬的新一代儿童们找一些学习材料来读。”为此，孙犁开设了《青年儿童读物》专栏，并且不断扩大和推介这个栏目。

如果说，在策划《平原杂志》时，孙犁先生的关注重点还在青少年学生等初级读者层面，那么，在策划《天津日报》《文艺增刊》时，他的目光已调整为较高端的青年作者层面了。在起草《天津日报》《文艺增刊》启事时，孙犁先生非常明确地将杂志的宗旨和定位表述为：“继承本报文艺周刊传统，努力办成以培养文学青年，辅导业余作者为中心内容的文学期刊。开辟青年文学园地，发表新人新作，配合评介分析。提供青年文艺学习材料，借鉴作品。”在此后的办刊实践中，这本略感简朴的杂志，确实刊发了许多青年作者的新作，其中就包括初登文坛的铁凝的短篇小说新作《灶火的故事》……

在《〈文艺增刊〉开辟“创作经验”专栏的几点说明》中，孙犁对这个栏目的宗旨阐述得更为明确：“本刊所录创作经验，包括正反，即成功与失败两个方面，既欢迎老、中年作家的经验谈，亦欢迎青年作者甚至初学写作者的经验谈。或谓初学写作有何经验？初学写作，遇到什么困难，遇到什么阻碍，有什么向往？如何克服，是否实现？这就是他们的宝贵经验。”

把初学者的写作实践纳入“创作经验”之中，这是非常罕见的安排。孙犁先生的意图非常明显，就是要为青年写作者提供一块畅谈感想、交流心得的园地。而如此定位，对于初试身手的文学青年来说，不啻是雪中送炭。

(四)

对孙犁先生的策划文献认真研读之后，我充分感受到了他的编辑思路之清晰，定位之精准，策划阐释之晓畅。概括起来，有以下3个特色：

一是孙犁的策划文案，是与办刊主旨相对应、相协调的。《平原杂志》定位为普及型综合杂志，面对的是文化水平偏低的乡村大众，孙犁所写的稿约、启事、编后记等等，都是平白如话，通俗易懂的；而为《天津日报》所写的策划文案，则文辞整饬，文风典雅，文论

深刻。不只要讲清办刊的方略，而且还要讲清为何要如此办刊。两相对照，可见孙犁先生作为编辑家的独特匠心与缜密设计。

二是鉴于两家媒体的性质不同、功能各异，执笔政者的关注点也截然不同，其迫切需要解决的“当务之急”，也必然存在差异。譬如，《平原杂志》创办之初，最大的难点是稿源缺乏，因而在孙犁的文字里，常常流露出恳切的求稿之意：“同志们，把一切的稿件寄给我们吧。”他甚至坦率地向读者直言相告：“读者可以给我们提意见，怎样把杂志办好，但更重要的是多给我们写稿来。稿件缺乏，是无论如何也编不出好杂志来的，‘巧媳妇做不出无米的粥’呀！”

而在《天津日报》诸副刊的策划中，孙犁更多的是阐明刊物的志向所在，意在划定选稿的标准，凡不符合这些标准者，一律敬谢不敏。单看那篇《文艺评论改进要点》，文中就出现了一系列带有“回绝”意味的字眼：“少登”“不收”“不采取”“反对”……

我由此戏言：前者突出的是“要什么”，后者突出的是“不要什么”。刊物的时代不同，功能不同，定位不同，读者不同，则其策划文案的设计和表述，也展现出孙犁先生娴熟运用的两套笔墨。

三是两者的站位一高一低，决定了其策划的视角也有明显差异。《平原杂志》对读者采取的是一种低姿态、接地气的平视站位，既要吸引读者，又要争取作者，故而，编者把身段放得很低，态度也很诚恳；而报纸副刊的站位，显然不能混于大众的水平线下，它们承担着党报副刊的引领和指导功能，站位必须要高一些，其策划的视角也势必必要高一些。因此，取舍稿件的门槛，也不能设定过低。在这里，策划者的眼光和对版面的设计，必须体现出高屋建瓴的气概和“导夫先路”的意识。而孙犁先生的这两套策划文献，恰好给我们提供了“亲民务实”与“高端大气”这两类办刊策划的典型范例。

细细品味孙犁先生的这些策划文献，我们不难体味到他在办报办刊方面的高超技巧和谋篇布局上的深厚功力。



孙犁书趣

□ 刘贵锋

的人都笑孙犁，有人说得委婉，说孙犁到底是个读书人，有人直接开骂，说王家的女婿是个不合群的书呆子。

爱书的人大都囊中羞涩，孙犁早年间亦是如此，他常常在集市或庙会上，光顾一些旧书摊，节俭缩食地买书。他在保定上学的时候，有一次在紫河套的地摊上，发现了一本姚鼐编的《古文辞类纂》，居然是商务印书馆的铅印大字本，这可是孙犁在书店里渴望了好久的书。他欣喜万分，几番讨价还价终于将其收入囊中。途经书店，又忍不住买了二尺花布，跑到裱画铺给其做了个书套。后来等他冷静下来，算了算，所花

费用比商务印书馆里买本全新的《古文辞类纂》要多许多。

孙犁珍惜书，买了书第一件事就是给书包书皮，然后打印章，写上自己的名字，记下购买的时间地点，这个习惯伴随了他一生。他还有个癖好，就是喜欢在包好的书皮上写文字，称其为“包衣文”。内容或为读书札记，或记述他的读书生涯与读书乐趣，或对所藏书之内容和版本等的评价。在小说散文集《无为集》后记中，他写道：“先后写在书皮上的文字，也有五万。”后来百花文艺出版社把这些“包衣文”归纳整理，出了一本书——《包衣文录》。可

谓古今第一人。

孙犁爱书，藏书也多。1974年春，孙犁从佟楼搬家到多伦道。当时他在白洋淀，正忙于一个剧本的制作，实在脱不开身，搬家的事就交由《天津日报》文艺组的同事们帮忙。同事们给孙犁搬家，书太多，搬过来来不及整理，只好堆在屋当中的地板上，仿佛是一个大土丘。有一回，孙犁所在报社文艺组的那些同事们，坐在一起打扑克。有人牌运不佳，口头戏谑道：“今天我这是孙犁搬家啊。”众人不解，问其意。旁边的人说：“总是书（输）呗。”众人会心大笑。后来，“孙犁搬家——尽书（输）”这句谚语就在人们中慢慢流传开来。

通过孙犁与书的这些趣事，我们不但可以看到一代文学大师勤学苦读、博览群书的身影，还可真切地感受到一个真正的爱书人对书籍的无限热爱和其别样的读书趣味。