

从70后、80后、90后的书桌上 我们看见一代代人的杂志阅读史

□记者 翁雨薇

将目光聚焦于国内杂志发展的鼎盛时期,通过观察70后、80后、90后书桌上的杂志,我们不难从时代变迁中,了解一代又一代人的“杂志阅读史”。

杂志的发展携带着时代的烙印。在其最辉煌的年代里,我们见证了《故事会》《知音》等“爆款”的诞生,也看到了《武林》《奥秘》等特色杂志的流行。

上世纪70年代:杂志带动了连环画发展

50年前,许多舟山人还处于一个“阅读饥渴”的时代,连能读的书都非常少,更别说杂志。

家里没钱购买书刊杂志,于是借书、租书看成为那个年代人们特有的一段记忆。《小说月报》《大众电影》《萌芽》等杂志成为了那一时代为数不多的知识“养分”。

而随着改革开放后,越来越多的民间机构开始创办各种类型的杂志期刊。作为70后的蒲阿姨,第一次看和最喜欢的杂志,

就叫做《连环画报》。

“每次一拿到这本杂志,家里的三姐妹就开始抢,不知道因此发生了多少‘战争’。”蒲阿姨笑着说,“通过这个画报,我了解了各个年代的着装,太多国外的服饰,还有很多经典的故事,以至于当连环画家成为了童年的一个梦想。”

在那个“小人书”遍布中国城乡的年代里,《连环画报》将连环画的传播方式从“小人书”提高到了与各类高水准主流媒体刊



物同等的位置,其受关注程度大幅提升,也让连环画作为大众传媒的影响力至此达至顶峰。

上世纪80年代:杂志发展进入辉煌时期

上世纪80年代,大量国外名著开始流入国内,人们对知识的渴望达到一个小高峰。这一时期是文学的辉煌岁月,也是文学期刊的灿烂时光,《读者》《青年文摘》《南风窗》等都曾是千万文学青年、文学少年的必备读物。

其中,不得不提的还有《故事会》,那是它发展壮大的年代,令大家印象深刻,就是里面的诡异鬼怪故事和各种各样的小广告。

54岁的简先生就记得自己和《故事会》的初次相见,还是在一个旧书摊上。“放学时我路过那里,看见麻绳上挂了两本我从来没见过的杂志,翻了几页,内容都是讲述一些轻松活泼好看的故事。”瞬间,《故事会》就为简先生打开了一扇阅读的窗户。

这两本旧书售价1角6分钱,想了想,他还是决定买下来。一本《故事会》很薄,两天时间就可以把上面的内容看完,不到一个

礼拜,这两本《故事会》被简先生全部读完,书中的内容,涵盖民间故事和现实生活,生动有趣,读起来就像大人们茶余饭后在小院子里“道老古”。“特别是上面讲的笑话,不到50个字,读完后逗得我肚子都笑痛了。当时就在想,真没想到,除了《人民文学》、《十月》杂志,还有这么好看的通俗读物。简先生感慨地说。

上世纪80年代,在许多人的记忆里,《故事会》这本杂志可以说是乘坐长途汽车和绿皮火车的必备道具,小小薄薄的一本杂志看完也用不了多久,但却是打发时间的好东西,何况里面的故事雅俗共赏,配图虽然谈不上画技多精湛,但胜在传神,一时间火遍大江南北。那时候没有智能手机,漫漫旅途除了睡觉外就只能聊聊天,打打扑克,或者上车前带一本《故事会》,一个人看完了另一个人借,到站的时候,这本杂志早



就不知传到谁手上去。

武侠杂志在这个时代同样火爆。比如说率先在国内连载金庸小说的《武林》杂志,不仅让武侠小说和金庸的名字深入人心,并在客观上沿承了中断过数十年的中华武术文化传统,更直接影响并培育了无数热爱武术运动的青少年。

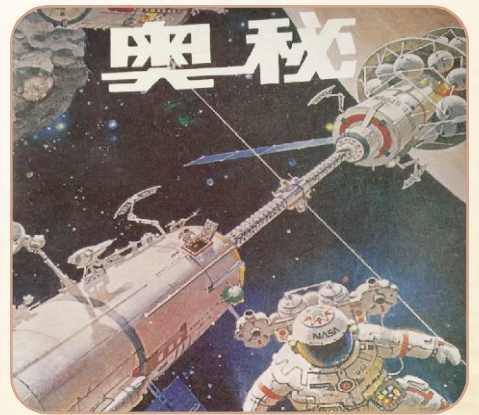
上世纪90年代:科技发展给杂志打上时代烙印

上世纪90年代,舟山的大街小巷兴起了很多租书店、报刊报亭,虽然门面很小,但其中小说、漫画书、各类杂志、报刊等应有尽有。《当代歌坛》《瑞丽》《演讲与口才》《家居廊》等等杂志都可以在报刊亭买到。

那个时代的杂志,充满了时代的烙印,比如《奥秘》。对于一些80后来说,这本杂志可以说是童年的科普启蒙读物了,从喜马拉雅山的雪人,到神农架的野人,从尼斯湖水怪,到天山天池里的神秘生物……小读者们以为大千世界是无奇不有,认为地球

上真的是存在着太多的奥秘。

事实上,《奥秘》的故事性大于严谨性,给许多青少年带来不少误解和概念混淆。原则上讲它属于故事书而非科普读物,只能满足猎奇爱好者,适合休闲时的阅读和娱乐。毕竟那个时期正是科技冒头之际,再加上临近世纪末,有关九星连珠世界末日的传言在坊间流行,整个出版市场投其所好,充斥着飞碟、外星人、水怪、幽灵、大脚怪等等乱七八糟的东西,《奥秘》择机出世,想不火都不行。



新世纪后:还记得当年的“知音体”吗?

2000年之后,互联网开始盛行,但纸媒依旧处于重要地位,人们的阅读习惯主要依赖于报纸、杂志等。这一时期仍有大量新杂志创刊,如我们熟知的《外滩画报》《知音漫客》《看天下VISTA》等等。

说起《知音漫客》,自然不得不先提《知音》。创刊号即发行了40万份,当年最高月发行量突破100万份,《知音》用“实力”创造了中国期刊史上的奇迹。以“人情美、人性美”为口号,《知音》充分利用“跌宕起伏的爱情故事、明星八卦”等几个万金油选题,在众多杂志中脱颖而出。

有人说,《知音》杂志格调低下,内容题材登不上大雅之堂,用词夸张又煽情,不过它的确做到了立足于草根文化,为那些很少捧起书阅读的群体端上一碗“心灵蛋花汤”,让他们感受到文学的生命力。甚至迄今为止,知音文学依然占据着广阔的读者

市场。明星八卦、两性关系、星座运势、养生菜谱……没有更换体裁,甚至文风不改,只是换了个载体,抚慰着同一批读者的心。

而在2000年后知音传媒集团的发展中,最耀眼的自然还是《知音漫客》。仅用6年时间,这份创刊于2006年的期刊新锐就完成了从名不见经传到发行量“中国第一,世界第三”的跨越。

2010年后,庞大的纸媒逐步走向衰落,搜狐、新浪等各大新闻门户网站出现,逐渐改变了人们获取新闻资讯的习惯,碎片化的信息成为了一个时代的主流。尽管如此,却仍有《知日》《CEREAL》《日和手帖》等优质杂志的诞生。

事实上,在纸媒时代没落、互联网时代当道的今天,一代又一代人从被启蒙者变成了启蒙者。有的人依旧保持着收集和阅读的习惯,吸收着四面八方的新资讯,也在



以各种方式为“后浪”定制属于这个时空的“精神菜谱”:做独立杂志、出书、录音频、授网课、做节目、运营公众号……尽管媒介变了,但我们对知识的渴求、对生活的探寻仍在继续。

本版照片为资料图片