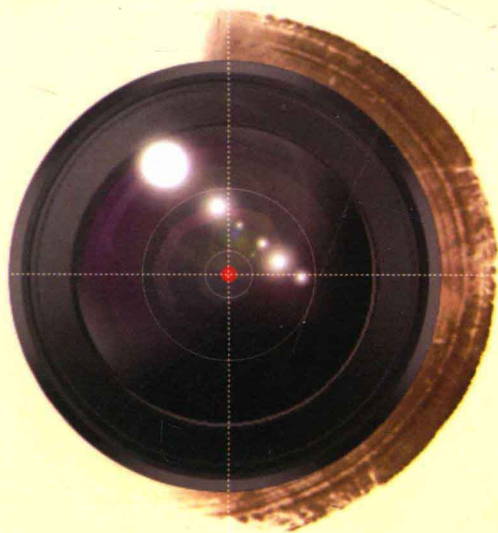


大传播丛书

编辑出版文集



BIANJICHUBAN
WENJI

湛江师范学院学报编辑部 编

线装书局

【大传播丛书】第一辑

编辑出版文集

湛江师范学院学报编辑部 编

线装书局

图书在版编目 (CIP) 数据

编辑出版文集 / 湛江师范学院学报编辑部编. —北京: 线装书局, 2011. 7

(大传播丛书 / 宋立民主编 第1辑)

ISBN 978-7-5120-0395-8

I. ①编… II. ①湛… III. ①编辑工作: 出版工作—文集 IV. ①G232-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 134583 号

编辑出版文集

编 者: 湛江师范学院学报编辑部

责任编辑: 郝文勉

排版设计: 双 川

出版发行: 线装书局

地 址: 北京鼓楼西大街 41 号 (100009)

电 话: 010-64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市平谷县早立印刷厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 14

字 数: 220 千字

版 次: 2012 年 3 月北京第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 0001—3000 套

定 价: 385.00 元 (全 12 册)

单册定价: 34.00 元

前 言

这本小册子,是湛江师院学报六位编辑的心血所在。其中有编辑出版学的专论,有编辑实务方面的经验总结,有对于高校学报编辑出版的学术思考,有相关的统计数据与科技分析,有组稿、约稿、开栏、编校的甘苦与情缘,也有一些书评、新闻美学、编辑美学评论以及编辑人物回忆。

六位作者的平均年龄已过半百,平均“编龄”也在二十年以上,大家从五湖四海汇聚南海之滨,日复一日,年复一年,念兹在兹、兢兢业业,为高校的编辑出版事业贡献了最为美好的青春。

如今,六位编辑用这本《编辑出版文集》,为自己前一段的编辑生涯做一个简单的小结,也用来纪念同甘共苦的时光——每年的暑假都是大家最为忙碌的时候,因为一开学就有职称评定,小小一册学报承载着不少老师的期许。

如今,短信乃至微博客已经普及,进入了“人人都是网络编辑”的岁月,各种编辑软件也日新月异得让人望尘莫及。然而,我们还是忘不了一笔一划写审稿签的日子,忘不了用红笔改标点符号的日子。

“醒来门外三竿日,卧听春泥过马蹄”。立此存照,以志纪念——世纪之交的编辑们这样干活,或许这一切不久真的会成为历史。日后年轻的编辑出版家们一定会有鹰击鱼跃的未来,那也正是吾侪所期待的。

感谢校领导对于学报工作和本书出版的全力支持,感谢线装书局编辑们的辛勤劳作,感谢郑伟基同志与林金凤同学的加班相助。

编 者

2011年7月

目 录

前 言	(1)
-----	-----

中国期刊编辑主体价值的反思

——兼评《中国期刊发展史》	任 汴(1)
中外科技期刊编辑的市场意识比较	任 汴(4)
中外科技期刊编辑读者意识差距研究	任 汴(8)
国外著名科技期刊审稿机制	任 汴(12)
广东省科技期刊入选中文核心期刊的统计与分析	任 汴(16)
论高校学报编辑的服务意识	任 汴(22)
高校学报在我国高等教育发展中的作用	任 汴(26)
高校自然科学学报国内外学术地位与影响力简析	任 汴(30)

乡村治理:中国现代化进程的路径选择

——《乡村问题研究》开栏引言	阎志芬(33)
春华兆秋实 润物细无声	
——追忆我与《耕耘录》的渊源和情缘	阎志芬(37)
《湛江师范学院学报》文献计量分析与研究	阎志芬(42)
学术期刊的美学审视	阎志芬(50)
论社科学报著作权	阎志芬(58)

学术论文中关键词标引的常见问题剖析	张建蓉,陈 燕(65)
学术论文中摘要的常见问题剖析	张建蓉(69)
学术论文著录参考文献问题二谈	张建蓉(72)
谈学术期刊稿件中的“挤出效应”	张建蓉(76)
学术期刊一稿多投现象再评	张建蓉(79)
中国学术期刊数字出版中心网站构建探讨(一)	
——必要性与意义	张建蓉(87)
中国学术期刊数字出版中心网站构建探讨(二)	
——内涵、流程与功能	张建蓉(94)
Excel 在编辑部稿件管理中的应用和思考	张建蓉(100)

高师院校逻辑学课程改革之我见·····	张建蓉(104)
参考文献的引用及影响引用的因素分析·····	马智峰(108)
基于 UML 数字科技期刊管理信息系统的需求分析 ·····	
·····	马智峰,熊家良,张建蓉(113)
普通师范院校学报学术地位及发展研究 ·····	马智峰,利敏仪(118)
科技论文的统计数据与高校科研论文的状况·····	马智峰(123)
高等院校科技论文特征分析·····	马智峰(128)
时代印记:送别的壮歌、挽歌和悲歌	
——彭见明《父亲的房子》的历史文化学解读·····	宋立民(135)
“市井笔记”的文化学意义	
——重读陈村长篇小说《鲜花和》札记·····	宋立民(140)
归途的缅想	
——读张海迪《生命的追问》·····	宋立民(151)
媒体新词语对语言动态变化的影响 ·····	张慰虹,宋立民(155)
广播语体的“八纲辩证”·····	宋立民(161)
媒体语言程式化浅论 ·····	宋立民,许 志(166)
非常社论:泪流满面的时代与激情 ·····	宋立民(170)
立此存照:新闻评论与新闻编辑的画面意识·····	宋立民,陈恺思(182)
漫话书籍及其相关别称·····	宋立民(194)
试论赵孟頫的书法成就及审美价值·····	梁南生(200)
王铎书法美学思想探微·····	梁南生(203)
颜真卿书法的形成及其对后世的影响·····	梁南生(208)
中华学的奠基之作	
——《中华学初论》评介·····	梁南生(211)
我最深刻的一次组稿经历·····	梁南生(213)
学坛留伟绩 丹心耀千秋	
——沉痛悼念原《雷州师专学报》编辑部主任陈允偕同志·····	梁南生(215)

中国期刊编辑主体价值的反思

——兼评《中国期刊发展史》

任 汴

期刊编辑作为期刊的主体,在期刊编辑、出版、发行等系列活动中,始终发挥着核心的作用。宋应离先生主编的《中国期刊发展史》^①对期刊编辑的主体价值给予了高度的重视,并进行了客观的分析和评价。

期刊是由编辑创办的,但是当其创办出来以后,便与其他传播媒体一样,以独立的姿态跻身于传播实体范畴之中,成为与编辑相对应的客体,并通过办刊宗旨、媒体对期刊内容的要求和期刊自身的特点等制约编辑的行为。对期刊编辑的制约因素不只是期刊自身,更多的制约则是根源于期刊生存发展的社会环境。期刊编辑的主体价值就是在社会环境和期刊自身所允许的范围内,通过自己的创造性工作,办出高质量、引领时代潮流的刊物。具体地讲,期刊编辑的主体价值集中体现为作者与读者的调控主体,他们介于文章生产主体作者和文章消费主体读者之间,通过办刊宗旨的运用、编辑方针的确定、选题的实施、文章的筛选、栏目的设计、文章的编辑、期刊的出版等环节,调控作者与读者的相互关系。

《中国期刊发展史》认为:“事业的成功,关键在人。期刊的发展,迫切需要一批高素质的期刊人才。”基于对期刊编辑主体价值的充分认识,作者认真研究了期刊编辑在中国期刊发展过程中的作用,特别是优秀期刊编辑对中国期刊发展的伟大贡献。一般认为,戊戌变法时期维新派创办的期刊开始了中国人挥笔写春秋的新时代,而这个新时代的开端则与编辑的主体作用密切关联的。梁启超作为维新派的优秀代表,把编辑的主体价值发挥的淋漓尽致。从1895年到1920年梁启超办刊25年,主编报刊10余种,顶着封建顽固势力的高压,以“启发民智,开风气,助变法”为办刊宗旨,把报刊视为变法强国的工具,凭借横溢的才华和改革变法的胆气,鼓吹维新变法,谴责昏聩无能,其效果犹如雷鸣电闪堪称振聋发聩。梁启超的编辑实践之所以能产生如此轰动的时代效应,编辑主体价值的充分体现是其重要原因之一。1945年抗战胜利到解放前夕,是中国期刊

^① 宋应离:《中国期刊发展史》,河南大学出版社,2000年。

发展史上的最黑暗时期,然而,国民党统治区的进步期刊编辑深知他们肩负的历史使命,充分发挥主体价值作用,不顾恶劣政治、经济环境,冒着国民党政府的扼杀、迫害、暗杀等危险,采取公开的合法斗争与隐蔽的地下斗争相结合的方式,同国民党反动政府展开不屈不挠的斗争。为引导国统区舆论,播撒革命声音做出了重大的贡献。

中国期刊编辑的主体价值不仅表现在他们永不退却的编辑实践之中,而且还体现为深植他们骨血脑海之中的主体意识。编辑的主体意识首先是人的主体意识,人的主体意识,实际上就是人的主人意识或自主活动意识,人既要做外物的主人,又要掌握自己的命运,而编辑的主体意识则是人主体意识在编辑活动中的具体化,换句话说,就是编辑对自身主体价值认识 and 为实现主体价值而构建的思想体系。《中国期刊发展史》在认识中国期刊编辑主体价值的时候,认真探索了中国期刊编辑的主体意识。

伟大的使命感和责任感,是中国期刊编辑主体意识的基石。从中国第一本期刊诞生到现在,期刊编辑深知自己肩负的历史使命。戊戌变法时期,期刊编辑怀着强烈的忧患意识和爱国热情,把创办期刊作为宣传、发动维新运动的重要武器;辛亥革命时期,期刊编辑把期刊视为爱国反帝,传播先进思想和进步文化重要阵地;五四运动时期,高举科学、民主大旗,期刊编辑掀起办刊高潮,为思想解放摇旗呐喊;抗战时期,期刊编辑以笔为刀枪,积极投入抗战的洪流;当代期刊编辑,以极大的热情投身于编辑事业,为改革开放和科学的繁荣而努力工作。伟大的使命感和责任感推动着中国期刊编辑,总是走在时代的前面,涤荡陈旧,欢呼未来,为祖国的繁荣富强立下了不朽的功勋。

不畏艰辛,勇于奉献,是中国期刊编辑长期积淀而成的最珍贵的主体意识之一。中国期刊发展起步较晚,发展历程坎坷曲折,中国期刊编辑忧国忧民,热爱国家,献身民族,不畏艰辛,筚路蓝缕,苦苦跋涉,硬是走出了中国人自己的办刊之路。从某种意义上说,期刊编辑是一种追求社会效益,疏忽于个人得失的艰苦劳动,勇于奉献是他们主体意识的又一种体现。也正是在这种精神的支撑下,中国期刊编辑不计酬劳,全身心投入这种具有巨大社会效益的工作之中。著名编辑邹韬奋献身编辑事业,淡泊名利,他所追求的是“但望竭其毕生精力,奋勉淬砺,把这个小小的周刊,弄得精益求精,成为社会上人的一个好朋友,时时在那里进步的好朋友。”回顾中国期刊的发展之路,从1896年的《时务报》到2001年的8725种期刊,无处不闪烁着中国期刊编辑的主体意识之光。

善于钻研,科学探索,是中国期刊编辑主体意识的又一个方面。中国期刊编辑深知,办好期刊不仅要有不畏艰辛,勇于奉献的精神,而且还需要深厚的学术功底和科学的编辑思想。所以,从中国第一本期刊诞生以来,中国期刊编辑从没有停止过自身学术素养的锻造和编辑学大厦的构建。胡愈之创办的《世界知识》,在20世纪30年代影响特别大。这与胡愈之良好的学术造诣、认真研究编

辑的学问是分不开的。在上海沦陷前,他一方面办进步期刊,一方面组织翻译《西行漫记》和出版《鲁迅全集》。他认为:“怎样走上这个光明的大道,这需要勇气,需要毅力,——但尤其需要知识。”鲁迅直接参与过 10 余种刊物的编辑工作,在他的编辑活动中非常注意编辑思想总结,他认为办刊一是坚持正确的编辑方针与宗旨,二是服务读者,尊重扶植作者,三是注重刊物编辑的独特个性和风格。茅盾编辑《文学》杂志,不遗余力地发掘扶植新作家,并以“杂志办人”的四大困难为命题,研究杂志与编辑的关系,编辑客体与编辑主体的关系;邹韬奋献身于编辑事业,先后编辑过《生活》、《新生》、《大众生活》、《永生》、《生活周刊》等期刊,他总结出来的期刊编辑原则是要有创造精神,刊物内容力求精警,要照顾到一般读者的需要,编辑、作者经常协助,注重宣传与内容质量的统一;叶圣陶主编《中学生》编辑工作 20 余年,积累了丰富的编辑经验,他认为,以新思想、新知识教育青年一代、根据新事物的发展不断调整办刊方针、尊重读者、诚心服务、讲求效率、文风活泼等都是成功办刊应该遵循的原则。

中国期刊编辑所表现出来主体价值,是中国期刊事业发展的强大动力,他们身上蕴涵的主体意识,作为一种伟大的精神,支撑中国期刊编辑披荆斩棘,奋勇向前,推动着中国期刊一步一步走向繁荣。或许中国早期期刊的内容对现代思想文化、科学技术已经不再有特别重要的意义,或许他们的学识和编辑思想与现在的时代节拍不太和谐,但他们的精神是永恒的,它将会激励着当代期刊编辑,显示主体价值,强化主体意识,为中国期刊的繁荣投入具有创造意义的编辑活动中去。

中外科技期刊编辑的市场意识比较

任 汴

计划经济向社会主义市场经济的转轨是深刻的社会变化,在这个变化过程中我国大多数科技期刊都遇到了发行量下降,办刊经费拮据等困难。其原因是多方面的,但缺乏市场意识,漠视市场营销策略却是重要原因之一。国外著名科技期刊编辑的市场意识和市场营销策略,为我国的科技期刊界提供了有意义的借鉴。

一、设立市场部,注重市场调查

国外科技期刊长期处于竞争激烈的市场经济环境下,其编辑的市场意识非常强烈。世界著名的科技期刊《Nature》(自然)、《BMJ》(英国医学杂志)、《Lancet》(柳叶刀)都专门设置市场部^①,负责市场调查,了解读者需要,把握作者群体的研究动态、学科研究热点和学科发展趋势,为稿件组织、栏目设置的科学决策提供精确的依据。《BMJ》杂志的市场部每年要进行几十项与自己期刊有关的市场调研,通过向读者寄送调查问卷、在本刊物上刊登调查问题和通过网络调查,获取大量有价值的市场信息,然后对调查结果进行科学分析,为决策部门提供精确的市场根据,决策部门则以满足市场需要为目标,以自身的优势为基点,做出能够取得最大市场效益和最大社会效益、促进期刊健康发展的决策。

我国科技期刊编辑由于长期生存在计划经济的体制下,市场意识淡漠,只重视刊物的编辑出版过程,不重视市场调研,对本刊物在市场中所占的份额,缺乏定量性了解。传统的编辑出版模式是每期刊物出版之后,邮局发行的部分由印刷厂直接交邮局发行,编辑部所做的工作仅是与其他刊物进行赠阅和交换。至于刊物的订户是谁,读者群的分布规律,读者对刊物的要求和建议却一无所知或知之甚少。这种关门办刊,只重视编辑过程,不重视市场的调研结果,必然导致读者群萎缩,刊物活力丧失,发行量下降。

二、满足不同读者的需求,栏目多样化

为了适应市场需要,满足不同层次读者的需求,国外科技期刊编辑在栏目的

^① 游苏宁:《增强科技期刊编辑的市场意识》,《中国科技期刊研究》,2000年第11期,第114—115页。

设置和报道方针上都是精心设计的。《Nature》和《Science》是世界公认的著名科学刊物,但它们登载的并不完全是学术论文,它们为了进一步吸引读者、作者、世界各国的科学家和非专业的一般读者,在确定栏目时努力做到满足不同读者的需要。《Nature》和《Science》中既有激动人心的最新科学发现,又有趣味性的大众化的小栏目。纽约艺术与科学院院刊《The Science》是一本众所公认的好刊物,但学术性和趣味性俱佳,雅俗共赏则是它的重要特色。它有一个栏目叫:“Initial Conditions”,通过“卷首语”的形式使具有科技背景的读者倍感亲切。此刊将读者来信栏目定名为“Peer Reviews”,以“同行评论”的名义刊载读者的意见和建议。这样做的结果不仅拉近了读者和作者的距离,而且显示出服务读者的一片真情^①。

我国大多数科技期刊对市场经济的适应性较差,报道方针几十年不变,缺乏读者意识,很少根据读者需求设置栏目,很多科技期刊实际上就是简单的论文集,偶尔见到些其他信息,也都是“补白”、“简讯”之类。由于我国科技期刊过去长期处于计划经济的体制之下,期刊的栏目和报道方针也只能按计划设置,不需要考虑读者的需要。在传统观念中,科技期刊只是被动反映科研成果的窗口,研究什么就报道什么,有什么学科就设置什么栏目。办刊十几年或几十年,栏目始终没有根本性的变化,甚至还认为这是保持稳定性,至于读者和社会的需要则与自己无关。这种严重脱离读者和社会需求的办刊思想,至今仍有不同程度的存在,并已经成为束缚我国科技期刊走向市场,健康发展的羁绊。

三、充分发挥广告经营优势

国外科技期刊大多把经营广告作为营利的主要手段,广告所占的篇幅通常都在50%以上。英国的《Nature》在许多国家都有广告代理,广告年收入高达一亿美元,占刊物总收入的50%—60%;美国《Science》的广告年收入2000万美元,占总收入的50%;日本的许多科技期刊也十分重视广告经营,一本期刊的广告可达100多页;《BMJ》的正文与广告所占的版面之比为7:3^②。刊登广告是一种经济行为,但它不仅仅是经济行为。大量刊登广告不仅显示了这些刊物的市场意识,而且巨额的广告收入在经济上支撑了刊物的良性发展,以特殊的方式传播着科学技术信息,加快了科学技术向生产力转化的速度,拉近了刊物与读者的距离,把刊物带入了市场经济的洪流之中。

相比之下,我国科技期刊的广告经营观念和规模与国外著名科技期刊都有较大的差距。全国仅有39%的科技期刊刊登广告,但其中60%以上的刊物中广告所占的版面低于10%^③,陕西省106种科技期刊中仅有42家期刊社开展了广

① 齐志英:《第九届国际科学编辑会议在埃及召开》,《中国科技期刊研究》,1998年第9期,第197—198页。

② 韩云涛:《科技期刊多元投资之我见》,《中国科技期刊研究》,1999年第10期,第264—265页。

③ 同上。

告业务,其中年广告额在20万—100万之间只有10种^{①〔5〕}。这主要是因为科技期刊编辑对刊登广告在认识上存在着误区,不少人认为,科技期刊是严肃的学术期刊,应该以刊载科研成果和应用成果为天职,刊登广告使神圣的科学技术研究带上了铜臭,影响到科技期刊的圣洁形象^②。

四、设立科技期刊新闻发布制度

国外科技期刊十分重视对刊物的宣传。英国医学杂志出版集团、《Lance》、《JAMA》(美国医学会杂志)以及《N Engl J Med》(新英格兰医学杂志)均有自己的新闻发布制度。在每期杂志正式出版的前几天,由编辑将本期内容中有重大新闻价值或有可能引起大众广泛兴趣的研究报告改写成通俗易懂的新闻资料,通过各种渠道分发给世界各地的新闻记者,在期刊正式出版之时或出版以后在多种新闻媒体上评论报道^③。这种做法不仅能够诱发读者的阅读兴趣,激起他们的购买欲望,而且能够吸引高质量的稿件,提高刊物的学术质量,对公众进行科技知识教育。

我国大多数科技期刊编辑对刊物自我宣传的重要性认识不足,对外宣传工作投入很少,甚至不少期刊根本没有任何投入。目前我国大多数科技期刊自我宣传的主渠道仍然是借助于国内外检索系统和检索性刊物,仅有极少数期刊在互联网上做了宣传,这种宣传渠道单一,传播范围有限的宣传方法,在提高科技期刊影响力和知名度方面显得非常苍白。

五、注重科技期刊的实用价值

科技期刊的意义和影响力不仅体现在其内容的创新性上,很大程度还体现在它的实用性上。国外著名科技期刊在强调创新性的同时,都十分注重刊物的实用价值。《JAMA》(美国医学会杂志)的读者主要是临床医生和对医学感兴趣的其他读者,其办刊宗旨是提高医生的理论水平和临床诊治水平。为了切实落实办刊宗旨,吸引临床医生,《JAMA》特别注重杂志的实用性,在栏目设置和文章内容方面,除了临床论著外,常设栏目或内容还包括述评、综述、讲座、临床指南等,其内容大多直指临床中经常遇到、但尚存争议或疑问的问题。这些文章的实用性极强,对临床医生有很大的启迪作用^④。

国内不少科技期刊,主要读者却普遍反映它所刊载的文章“看不懂,用不上”,因为栏目设置老化,文章内容突出学术而疏忽应用。可是,有人却认为唯有

① 石应江、钱文霖、王丕林:《西部大开发形势下陕西省科技期刊的一般发展策略》,《中国科技期刊研究》,2001年第12期,第84—86页。

② 黄秀青:《应严格控制科技期刊的广告页》,《中国科技期刊研究》,1999年第10期,第21页。

③ 游苏宁:《增强科技期刊编辑的市场意识》,《中国科技期刊研究》,2000年第11期,第114—115页。

④ 李呈亿:《借鉴与提高:美国医学会杂志学术内容的某些特点》,《中国科技期刊研究》,2001年第12期,第114—116页。

这样才能体现刊物的学术水平,产生社会效益。实际上,这种做法忽略了读者与市场的真实需求,在牺牲读者利益的同时,也放弃了社会效益,并把自己的期刊引入毫无发展前途的死胡同。

国外科技期刊编辑强烈的市场意识和丰富的市场经验,虽然不一定完全适合我国科技期刊的具体情况,但他们面向读者的市场意识和成功的经营策略对我国科技期刊有很大启发意义。鉴于我国科技期刊新生存环境的挑战,必须转变传统观念,强化市场意识,改变陈旧的办刊模式,快速步入以读者需求、科学技术发展和经济需要为中心,并能产生明显社会效益和经济效益的良性循环轨道。

中外科技期刊编辑读者意识差距研究

任 汴

近年来,由于社会转型的加速和经济变革的冲击,我国大多数科技期刊都出现了发行量下降,读者群萎缩的现象。原因是多方面的,但期刊的编辑者缺乏读者意识,无视读者需求无疑是主要原因之一。在我国科技期刊走向世界的今天,研究国外著名科技期刊的办刊思想,借鉴办刊实践中所蕴涵的读者意识,对于提高我国科技期刊的活力和竞争力有着极其特殊的意义。

一、独具匠心的选稿标准

世界著名综合性科技期刊《Science》《科学》,刊载的文章非常有特色。它的主编早就意识到,最优秀的研究成果往往产生在传统学科交叉的界面上。因而,它的选稿标准特别强调独创性与学科的交叉性,目的在于通过发表具有重要意义的跨学科文章,帮助广大读者对科学形成整体的把握,了解世界科学发展的动向和未来^①。所以,它要求作者“能以通俗的语言解释各学科的最新突破”,来稿“应能让不同专业的读者看懂,且必须简洁明了。”《Science》的编辑力求做到:“即使读者对所讨论的某个专业并不熟悉,但也能懂得文章的内容。”^②正是有了这种独具匠心的选稿标准,《Science》在全世界才会有70万名读者,许多非专业人员也都能成为它的长期订户。

我国的科技期刊的订户不多,被阅率低,一个很重要的因素就是只强调专业性和学术性,疏忽学科的交叉性和可读性。仔细浏览我国科技期刊的《征稿启示》,从未见到要求用通俗语言去阐释科学现象的文字,更没有提出论文的表述要照顾到不同学科读者的要求。不少科技期刊编辑甚至孤芳自赏,一味强调科技期刊的严肃高雅,玄虚高深,盲目追求内容深奥冷僻,文字晦涩,结果使专业读者不得要领,难以卒读,其他读者望而却步,不敢问津,以至于有的期刊办了40年,订户刚好40册^③。国外著名大刊的成功之处就在于,每一个细微的环节都透射出强烈的读者意识,处处考虑到读者的需求,而这一点正是我国科技期刊的

① 荆卉:《Science》的选稿标准、审稿过程及电子版,《中国科技期刊研究》,1998年第9期,第128—129页。

② 王现:《美国百年老刊〈科学〉杂志探微》,《中国出版》,1999年第6期,第57—58页。

③ 续维国、包广厚、王现:《英美两家“百年老刊”给予我们的启示》,《编辑学报》,1998年第10期,第179—181页。

编辑应该深思与借鉴之处。

二、别具一格的导读栏目

国外著名科技期刊的栏目设计灵活多样,别具一格,一般都有导读性栏目。有着百年出版史的国际知名医学期刊《JAMA》(美国医学杂志)的导读栏目是“JAMA 杂志俱乐部(JAMA journal club)”。虽然这个栏目不足半页,且位于杂志的最后,但却是每期必有。其稿件由美国医学会继续教育部提供,目的在于推荐重点文章,引导读者阅读。另一知名医学期刊《BMJ》(英国医学杂志)与《JAMA》有所不同,它的导读栏目设在首页,称为“本期论著文章简介(this week in the BMJ)”。这个简介不是简单的文章摘要,而是由作者用深入浅出的笔法撰写的不足 200 字的文章内容介绍,意在吸引更多的非专业读者^①。由于导读性栏目的积极作用,在英、美等发达国家,科技期刊早已进入普通读者的阅读范围,而不再仅仅局限于专业人员。世界上发行量最大的科技期刊《Science》(科学),其订户中就有一部分高中教师、律师和政府官员^②。

总揽我国的科技期刊,设导读类栏目或者编发导读类文章者十分少见。大多数科技期刊的主编和编辑,还没有意识到向非专业读者推介最新科研成果,传递科研信息的重要性。而上述三家国外期刊不仅时刻保持其领先世界的学术水平,还特别注重刊物的普及和教育功能。他们这种以读者为中心的办刊理念,很值得国内科技期刊借鉴。

三、活泼新颖的办刊形式

国外著名科技期刊在注重学术气氛,强调学术质量的同时,采用灵巧的编排方式、多样化的文章体裁等方法,把严肃的科技期刊办得别开生面,生动活泼。日本的《综合康复》杂志中每期都设置“Sweet Sport”栏目,从电影、文学和艺术作品的角度认识康复,将艺术作品和康复的内容提取出来进行讨论,使读者在艺术欣赏中获得康复知识^③。这种寓教于乐的办刊形式,活跃了学术刊物的气氛,增强了对读者的吸引力。《科学美国人》是世界科技名刊,创刊至今已发表过 96 位诺贝尔奖获得者的文章。它的栏目共分 3 个区,主区刊登原创性学术论文,前后两区分别设置“来信”、“50 年和 100 年前”、“科学与公民”等 7 个栏目。这种与众不同的栏目设计,表现出令人敬佩的读者意识和全心服务于读者的良苦用心^④。

“问与答”、“座谈”也是国外科技期刊经常采用的一种办刊形式,它既可以是

① 祖广安、柯若儒、钱浩庆:《访美国〈科学〉杂志社纪实》,《编辑学报》,1998 年第 10 期,第 49—51 页。

② 徐静安、朱小明:《国外康复医学期刊的分析研究》,《编辑学报》,1998 年第 10 期,第 181—183 页。

③ 续维国:《高校学报要有美国科技期刊的读者意识》,《编辑之友》,1996 年第 2 期,第 28—29 页。

④ 高慧:《高校学报学术质量的控制》,《中国科技期刊研究》,2001 年第 12 期,第 250—251 页。

专家与读者、编者与读者、作者之间的提问与回答,也可以在刊物上组织讨论会。有的刊物为了活跃版面,吸引读者,甚至还将问答者的照片刊出。许多刊物为了密切与读者的关系,每期都特意安排一些版面,专门刊载读者来信。这些做法增加了学术刊物的活泼性和读者的亲切感,拉近了刊物与读者的距离。同时,也使刊物的编辑者获得大量的读者信息,通过对这些信息的分析比较,及时发现编辑过程中的偏差,随时修订编辑方案。

我国科技期刊读者群较小,并非完全由于学术质量不高,可读性差,缺乏新鲜感和时代感应该是重要原因之一。我国科技期刊栏目呆板、内容单一,编排沉闷,墨守陈规,缺乏创新,翻开一看,犹如一本无法激起读者阅读兴趣的论文集。然而,有的编辑却认为,阳春白雪和者寡,学术期刊的读者面就是狭窄,没有必要为扩大读者面而刊登一些科普性的文章,把刊物办得不伦不类^①。在这种办刊观念支配下,大多数科技期刊编辑锐意于刊物的学术质量,无视读者的需求。持这种观点的人殊不知,一本科技期刊的学术水平再高,若出版后没有读者阅读,犹如放进了保险箱,其社会效益和经济效益根本也无从谈起。

四、多姿多彩的版面安排

国外著名科技期刊编辑的读者意识在刊物中的体现是全方位的,多姿多彩的版面设计是这些世界名刊的另外一大特色。例如,《BMJ》和《JAMA》虽然都是著名的医学刊物,但栏目的设置却富有文学韵味。除医学论著栏目外,《BMJ》还设有“述评”、“消息”、“医学实践”、“教育与争鸣”、“通讯”、“医学卫生知识”、“书评”等带有文学风格的栏目。《JAMA》特意设置“诗与医学”、“文学与医学”、“住院医生论坛”、“JAMA 杂志俱乐部”、“脉搏”、“自由专访”等文学色彩浓郁的栏目,并在每期的封面刊出一幅世界名画,以“封面故事”的形式向读者介绍这一作品,其用意是使忙碌的医生不必去博物馆,就有了解多种文化知识的机会。丰富多样的版面安排,改变了科技期刊的沉闷气氛,增加了科技期刊的魅力,使其成为世界上发行量最大的科技期刊。

我国科技期刊的编辑工作,往往局限于选题对口,内容充实,增删字句,而对直接影响读者情趣的文章形式,语言风格无所顾及。刊物的编辑很少注意版面安排的新颖性和多样性,其版面和内容大多是严肃有余,活泼不足,带有文学色彩的表述更不会在科技期刊中出现。由于过分强调编辑的专业对口和文章的专业性,选择和编发的文稿也都是行文呆板。同时还由于自然科学工作者不注重文章的语言锤炼,部分科技期刊编辑文字能力较差,导致一些科技期刊的文章文笔生涩,逻辑混乱,病句、错字连篇累牍。在封面和版式设计方面,文图编排简单,技术处理粗糙,缺乏良好的视觉效果和可读性。不少科技期刊的封面传统老

^① George D. Lundberg:《美国医学会期刊的主要目标及有关情况》,《编辑学报》,1989年第1期,第47—49页。

套,底色、刊名几十年不变。这种毫无生气的版面安排、艰涩的行文,很难激起读者阅读兴趣,当然不会产生轰动的社会效应。

树立为读者服务的办刊思想,是 21 世纪对科技期刊编辑的基本要求,也是充分发挥科技期刊社会功能有效途径,保持科技期刊持续发展的必由之路。在知识经济条件下,尤其是中国加入 WTO 之后,国外先进的出版业将迅速进入中国,科技期刊的竞争必将会更加激烈。为了使我国的科技期刊稳步发展,走向世界,我们应该深入研究国外著名科技期刊的办刊理念,学习他们面向读者需求的办刊思想,借鉴他们服务于读者的敬业精神,振兴我国的科技期刊出版事业。