

湖北省科学技术期刊编辑学会

湖北省科技期刊研究

(第13辑)

主编 田胜立
赵春城

中国大百科全书出版社

湖北省科技期刊研究

(第 13 辑)

主 编 田胜立 赵春城

编 委 (以姓氏笔画为序)

王继长 向晋涛 李腊元

李道文 张选群 陈宏愚

陈银洲 周作新 郑楼先

高介华 郭俊才 唐昌凯

中国大百科全书出版社

总编辑:徐惟诚 社长:田胜立

图书在版编目(CIP)数据

**湖北省科技期刊研究(第13辑)/田胜立,赵春城主编. —
北京:中国大百科全书出版社,2005.11**

ISBN 7-5000-7396-8

I. 湖… II. ①田…②赵… III. 科技期刊—工作—研究—湖北省 IV. G237.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 129420 号

策划编辑:王玉玲

责任编辑:李 静

中国大百科全书出版社出版发行

(北京阜成门北大街 17 号)

邮政编码:100037 电话:010-68315609)

<http://www.ecph.com.cn>

新华书店经销

武汉艺丰彩色印务有限公司印刷

开本:850×1168 1/32 印张:9.5 字数:210 千字

2005 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-5000-7396-8

定价:16.00 元

目 录

专论与综述

- 小议科技期刊编辑要勇敢拒绝“大白菜”作品 … 肖建洲 (3)
- 强化编辑办刊理念 促进《中国水运》发展 … 黄 迪 (7)
- 科技期刊只有创新才能发展 …………… 宫卉平 (14)
- 期刊运行管理模式研究与实践 …… 郭俊才 李道文
刘现军 李腊元 邹腊年 周 源 (22)
- 以读者为中心 促进技术类期刊的发展 …… 涂前涛 (35)
- 高校非学报科技期刊发展战略的
思考 …………… 贾晓青 方 熠 (42)
- 新办科技期刊应加强特色创建
…………… 方 熠 贾晓青 万希岭 (50)
- 由中外科技期刊差距看中国期刊发展
战略 …………… 王寒星 (58)
- 架作者与读者间桥梁 促《长江航运研究》发展
…………… 陈陵臻 (66)
- 高校学报国际化的探讨 …………… 肖 静 (73)
- 科技期刊创品牌浅议 …………… 李 静 (79)

试论科技期刊的市场适应能力及提高的

- 途径 毛恒年 朱德玉 (88)
- 《湖北植保》生存发展道路的探讨 程建华 (97)
- 科技期刊实施精品战略的必要性与
对策探讨 邓先珍 (103)
- 科技期刊的品牌经营策略 黄迪 (108)
- 浅谈入世后科技期刊的多元化发展
..... 宋亚莉 胡博 (116)
- 科技期刊要跟上时代前进的步伐 陆丹 (122)
- 学术性科技期刊在市场经济中的
生存和发展 于继红 (128)

管理与改革

- 期刊编辑部创建学习型组织的途径 张众 (135)
- 制约期刊发展的两要素——质量和资金 付少兰 (142)
- 科技期刊如何避免一稿多投 张宝珍 (148)
- 期刊广告的资源及经营方略 杨梅珍 朱德玉 (154)
- 开展交叉审读活动 全面评价期刊质量
..... 常汉生 方玉 (164)
- 《水利渔业》论文作者的统计分析 张俊友 (170)
- 把好编辑流程关 提高期刊学术质量
..... 常汉生 方玉 (179)
- 对中华医学会系列杂志组建传媒集团的
探讨 余海萍 (187)

编辑与技艺

- 科技论文文摘的写作形式与编辑加工 王银平 (195)
- 期刊中文文摘英语翻译技巧的探讨 常汉生 (203)
- 科技期刊质量与查新检索 张丽华 陶守怡 (209)
- 编辑加工中常见错误分析 万汉林 黄凯勤
管 琮 朱丽娅 陶建军 (216)
- 科技期刊版式设计的特点和
方法 黄秉艳 禹华珍 杨 勇 刘江霞 (224)
- 网络环境对高校学报编辑的新要求 张 莉 (230)
- 网络时代青年编辑的信息素质
..... 刘江霞 杨 勇 黄秉艳 禹华珍 (237)
- 浅议提高科技期刊编辑的综合素质 赵 凌 (246)
- 信息时代对科技期刊编辑素质的要求
..... 李泽良 张远波 蓝晶晶 (253)
- 发挥编校合一优势 提高学报出版质量 秦江敏 (259)
- 艺术性: 科技期刊编辑活动的另一重要属性
..... 李 鑫 (265)
- 出版专业职业资格制度对科技编辑的挑战与
对策 万希岭 王晓明 方 熠 (271)
- 编辑交往探析 方呈祥 (279)

新技术应用

- 科技期刊网站基本建设方法论述 张绚丽 (287)
- 期刊编辑部稿件微机处理程序的应用 徐 光 (294)

湖北省科技期刊研究

第一篇

专论与综述

小议科技期刊编辑要勇敢拒绝 “大白菜”作品

肖建洲

《长江蔬菜杂志社》430022

摘要：编辑的公心、责任心、细心是拒绝平庸稿（“大白菜”）的关键。平庸稿的特点是观点重复、方法重复、数量巨大，不利于期刊传播先进科技知识。

关键词：传播精品 选题审稿

大白菜是家常菜，我们天天吃年年吃，甚至有一句俗话：“百菜还是白菜好，诸肉唯有猪肉香。”其中菜说的就是这个不惹眼、不腻口的白菜，凉拌着吃、炒着吃、入汤煮着吃、腌成咸菜吃，甚至与其他肉菜合烹着吃，全然都是合口的好菜。正因为白菜没什么可与其他蔬菜相争之处，它才能从一大堆蔬菜中“脱颖而出”，且让人们久食而不生厌弃之心。联想到办刊却是相反的一个理儿，就科技期刊来讲，“大白菜”却是平庸之作的代名词，并非完全不能发表，亦非非发表不可。其最大的特点是重复，表现形式是“适当引用”过多，为我所不欲；而唯有“诸肉”之中的“猪肉”，才是“我所欲也”。

期刊本身是汇编作品，结构性组配是其一大特点，不起眼的“大白菜”作品往往很难在期刊进行精品栏目、板块建设时找到一席之地。这是因为无论从宏观还是微观上讲，选稿之道奉行的都是“猪肉唯有猪肉香”，对于名牌科技期刊编辑来说，一篇稿件在手，政治性与思想性常常不是考虑的主要问题，唯有科学、独创、实用方能赢得青睐，没有特色的“大白菜”作品是难逃被拒的命运。那么“大白菜”作品有何实质和表象特征呢？

其特点之一是观点的重复性。在我国著作权法第四十六条、第四十七条列举的著作权侵权行为中，有一种叫“剽窃他人作品”。和抄袭作品不同，“大白菜”作品不属侵权行为，以“适当引用”居多，常见的是将原作品部分文字改头换面，以更隐蔽的形式出现在自己的文章中，由于其对观点缺乏提炼，立意不新且鲜有自己的观点，只能令读者备感乏味。

其特点之二是方法的重复性。如技术类期刊刊登的论文以实验探索性的论文居多，其基本结构是：引言—试验（试验方法与设备，试验结果及讨论）—结论，而试验方法往往决定一篇文章最后能形成多大的学术价值和实用价值。对大量的经验总结文章来说，由于作者实践太少或根本没实践、创新不够或毫无创新，甚至捏造试验过程，乍一看毛病不明显，实际无精彩之处可言，读起来对读者就是一种折磨。

其特点之三是数量巨大。“大白菜”作品到底知多少？没有人统计过，也无法统计。不过据《武汉晨报》2005年10月12日的报道，安徽省教育厅在2005年高校教师专业技术职务评审中，发现一高校竟有6位教师有严重剽窃他

人成果行为！高校剽窃者尚如此众多，其孪生兄弟“适当引用”而附会成文者就更举不胜举了。显而易见的是，“大白菜”作品的泛滥，既不利于我们贯彻执行“质量第一”的原则，更不利于传播精品文化和先进科学技术知识。

“大白菜”常有，“猪肉”却不常有。那么编辑如何全程戒备，采取措施拒“大白菜”于千里，纳“猪肉”于咫尺呢？在此笔者不想说大道理，而只是结合实际工作谈点个人体会。

一是公心，在审稿。审稿工作是编辑出版工作的中心工作，是一项大公无私、艰苦、细致的工作。明确的审稿原则、科学的审稿标准和审稿内容，加上得当的审稿方法，都有助于提高审稿质量，剔除“大白菜”作品，发现“猪肉”作品，而其中大公无私恐怕是最关键的。在编辑实践中，编辑真有编辑的难处，“大白菜”作品被拒绝的多，但因为各种考虑被使用的也不在少数，而且这种现象会长期存在。其中既有栏目需要、稿源限制等原因，也有出于照顾评职称、照顾个别或一方作者投稿积极性、关系户、广告客户等动机，前者也就罢了，毕竟是无奈之举，而后者就是私心太重，有违审稿原则了。

二是责任心，在精编。主要是指编辑要认真负责地做好文稿的案头工作，精编是编辑多方面素质的集中体现，也是检验编辑思想上、知识上造诣如何的一把尺子。因为编辑的一个重要的社会功能就是使作者的原稿成熟、定型和规范化，达到出版要求，从而使作者的个人作品社会化。稿件转变成刊物在某种意义上来说何尝不是一种再创作呢？编辑如果有强烈的责任心，不满足工作交差就行，肯于就作者文章中的平庸之处多提批评意见，不大而化之，帮助

作者提炼部分缺乏提炼的观点，找到新视点和有价值的东西，加以挖掘和论证，势必可化腐朽为神奇，使原有的平庸之作平添精彩。诚如是，“大白菜”作品会不会少之又少呢？

三是细心，在校对。期刊编辑包办校对在期刊界可谓屡见不鲜，正因为如此，更不能忽视编辑在校对环节发现、改造或删除“大白菜”作品的工作。首先要勤查。编辑做校对，有其独特之处，不再是纯粹的文字、数字或格式等的错误，即使是遇到小的内容问题也应多怀疑、多查询，在此过程中，作品的平庸之处、适当引用过多之处常会“自觉”凸现。其次要联络。编辑不是全才，不可能对手头的所有论文涉及内容都非常精通，但要敢于大胆设想、大胆推测，常和作者联络修改，一来一往之中，会发现作者所做工作和论文不相干、或者一知半解、或者请人代写等问题，由此是否是劣质产品就容易判断了。最后要比较。通过和同类作品比较，内容雷同之处是否过多，方法是否是他人原创，往往也一目了然。

本人以为，拒绝“大白菜”作品是科技期刊界的一个大工程、大项目，需要做很多的工作，有很长的路要走，而且因为社会发展和国情的限制，这种现象已经有很深的民族烙印，以前说“越是民族的，越是世界的”，在这一点上，在期刊界恐怕还得改一改，“越是世界的，越是民族的”更确切一些。加快和国际接轨，借鉴国际先进经验，由外而内加快精品期刊建设，突破“大白菜”作品瓶颈，打造一大批国际知名期刊，对于期刊界、期刊社、期刊编辑来说，任重而道远。

强化编辑办刊理念 促进《中国水运》发展

黄迪

《中国水运》杂志社

摘要: 强化定位意识、读者意识、创新意识、审美意识,是打造精品期刊编辑理念促进刊社发展的重大措施。

关键词: 办刊理念 定位意识 读者意识 创新意识 审美意识

随着科学技术的快速发展,处于信息时代的科技期刊正面临着许多新的挑战,传统的办刊模式和编辑的思维理念,也经受着来自市场和信息等方面的冲击。期刊要在激烈的竞争中求得生存和发展,就要求期刊编辑进一步强化办刊理念,并赋予它以新的内涵。近年来,我们认真分析科技期刊发展形势,在竞争中理性地确定办刊方向,将编辑的办刊理念具体化为定位意识、读者意识、创新意识和审美意识,在办好《中国水运》的工作中做有益的尝试,促进了期刊的发展。如今,本刊已进入了全国优秀科技期刊行列,入编中国学术期刊光盘版和入选全国期刊方阵。本文试就在办刊中强化编辑办刊理念进行探讨。

1 认清行业市场 强化定位意识

期刊定位是期刊个性化特性的内在要求,也是期刊之间的个性化的竞争要求。定位意识包括读者定位、特色定位、风格定位,等等。期刊的定位过程就是办刊人办刊思想的体现。

20世纪90年代以来,随着我国政治经济体制改革的不断深入及市场经济的蓬勃发展,我国期刊业获得了较快的发展。根据学科与行业发展的需要,高校学报类期刊伴随着高校的调整合并,带有行业及技术、政策指导类的科技期刊,有的与主管主办单位脱钩,完全走向市场,自负盈亏;有的由全额拨款改为差额拨款,并且拨款额逐年减少;有的与其他期刊、报纸或科研院所整合。

《中国水运》杂志(原名《内河运输》、《中国河运》),创刊于1979年,是交通部主管、面向国内外公开发行的水运行业综合性月刊。自办刊以来,非常重视自身的刊物定位。以“为我国水运事业的改革发展服务、为我国水运职工服务”即“两个服务”为办刊宗旨,大力宣传国家发展水运的方针、政策,及时传播国内外水运经济信息,客观报道水运行业的改革创新,对国内国际有关水运的法律法规进行阐释。本刊以水运和相关行业的企事业单位、高等院校、科研院所的决策层、管理层、科技人员为读者对象。抓住并满足一定读者群体的阅读需要,正成为期刊发展的趋势和方向,并且,名牌期刊更受读者欢迎。本刊有意识地将读者的学历、知识层次、职务岗位等层次细化,并针对这一范围层次读者的阅读需求与兴趣来确立刊物的定位,强调“量身定做”,取得了可喜的业绩。今年我们实现了全

新改版,不仅杂志的编采思路、栏目设置等做了新的调整 and 变化,而且在版式、装帧做了较大的改变。期刊进一步凸显了经济、管理、科技并重的新的办刊方针与理念,成为了解我国水运发展形势和国际航运信息的重要窗口。

2 了解市场需要 强化读者意识

在出版市场激烈竞争的今天,期刊的市场在哪里?答案很明确:那就是读者的需求。一种期刊如果置读者需要于不顾、不能满足读者需要的话,就不会有生命力,并最终会被激烈竞争的期刊市场所吞没。

作为编辑必须认识到科技期刊是办给谁看,为什么要看,又为什么必须看,等等。强调编辑的市场意识,也是期刊市场细分趋势和期刊品牌塑造的需要。

诚然,科技期刊已经经历了一个较长时期的发展,但迄今那种“我编你看”,有什么编什么,编什么看什么,以编辑为中心,以编辑喜好为发稿依据等现象依然存在。有的编辑固守陈旧、甚至很少更新的知识结构,凭着自己的经验编稿;更有甚者,由于知识老化,有的文稿中的观点已经落伍甚至错误,仍然被采用,其后果可想而知。而与此同时,长期以来期刊没有人事权,由于种种原因,往往不能遴选到期刊需要的人员当编辑,而一些不适合编辑岗位的人员却被塞入编辑队伍。这些人由于不具备编辑的综合素质和能力,大大降低了刊物的质量。

忽视读者,不能正视读者的需求,读者意识不强,自然会影响到期刊的长远发展。编辑只有正确、准确地把握目标读者的阅读需求,并以此来编发稿件,刊物才能得到读者的认可。因此,这需要编辑强化读者意识,从刊物的

覆盖面来看,有的是从行业来明确刊物研讨的重点和读者的需求。同时,编辑在编发文稿时,还要做好换位思考,主动充当读者的角色。如果连编辑本人也觉得文章缺乏新意和可读性,都不愿意看,又怎能打动读者,让读者看下去并主动订阅呢?期刊编辑还要加强编辑业务、专业知识和期刊市场等方面的学习。编辑只有站在本行业、本专业的最前沿并了解最新的资讯,视野更开阔,眼光更深邃,选编出来的文章才更有可读性,更有价值。另外,编辑还要了解竞争激烈、变化纷繁的期刊市场,了解本刊物的发行市场和广告空间;通过读者调查,建立读者信息库,随时了解读者的阅读需求,认真对待、分析其需求,从而编辑出更精彩和更有价值的文章。

《中国水运》杂志非常注重读者的需求。只有根据读者需求,围绕国内外水运热点、难点、焦点,以及读者关心的问题,进行高层次、高质量研讨,不断提升刊物的权威性、指导性,才能受到水运和相关行业的企事业单位、高等院校、科研院所的决策层、管理层、科技人员的好评。为此,我们一是加强了选题策划、专题研讨和约稿力度。每期杂志策划一个选题,选题围绕国内外水运热点、难点、焦点及读者关心的问题,开设专栏进行专题研讨。如2005年第4期专题为京航运河堵航,第5期为电煤运输,第6期为世界港口大会,第7期为航海日。每期头篇文章结合当月交通重点选稿组稿。二是对栏目设置进行了适当调整。取消了两个读者反映平平、栏目策划缺乏创新、所选文章一般的栏目,合并了两个内容相近的栏目,结合行业发展新增了两个栏目。三是进一步提高杂志编前会质量,多方面共同把好期刊选稿关。同时进一步强化交叉五审制,即复审、

副主任、主任、总编、社长五审，严把期刊审稿关。四是进一步提高编校质量。坚持三审五校制、责任编辑制和责任校对制，本刊今年上半年文字差错率控制在万分之二以内。五是进一步加强编采出版学习，提高编辑素质，为名编辑、名记者的成长创造一个良好的环境，使之能脱颖而出。

3 注重创意策划，强化创新意识

创意和策划是近年来用的较多的词汇。期刊的发展需要创意和策划。这就叫创新。如果说编辑只靠传统的编辑出版模式，总是一幅老面孔，残留着陈腐气息，那样办出的期刊是没有吸引力的。因此，强化创新意识要从编辑自身做起。

期刊的创新首先是编辑对刊物整体和期刊的组稿策划、栏目设置有一种全新的理念，围绕读者关心的热点、难点、焦点问题，确定选题和思路，进行约稿组稿，引导作者撰写所需文章。无策划的编辑行为，只能是文字匠的做法，而经过策划的编辑行为，则是深刻、理性的，受读者欢迎的。

通过开展相关活动来提升期刊的知名度，也是科技期刊创意的重要内容。组织策划一定形式的活动，历来是商家宣传产品、树立品牌、营销产品常用的手法之一。期刊作为一种文化产品，在其发展、壮大、品牌打造的过程中，策划、组织一些适当的活动，同样会为提升期刊品牌注入更多的活力。《中国水运》近年来加强了期刊的创意策划。诸如组织对专题问题的研讨，发现有创新意义的选题；定期开展读者调查，召开读者座谈会，征求办刊意见，与读