

实用学报管理



邵东华 著

河南大学出版社

实用学报管理

邵东华 著

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

实用学报管理/邵东华著. —开封:河南大学出版社, 2006. 6

ISBN 7-81091-481-2

I. 实… II. 邵… III. 高等学校—学报—管理

IV. G231

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 042412 号

责任编辑 薛建立

封面设计 马 龙

出 版 河南大学出版社

地址:河南省开封市明伦街 85 号

邮编:475001

电话:0378-2825001(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 河南大学出版社印务公司

印 刷 黄委会设计院印刷厂

版 次 2006 年 6 月第 1 版

印 次 2006 年 6 月第 1 次印刷

开 本 650×960 毫米 1/16

印 张 16.25

字 数 183 千字

印 数 1—1000 册

ISBN 7-81091-481-2/G·777

定 价 30.00 元

(本书如有印装质量问题请与河南大学出版社营销部联系调换)

邵东华，女，1966年12月生于河南南阳。1987年山东大学本科毕业，2002年武汉大学法学院法理学专业研究生毕业，获法学硕士学位。现任河南省政法管理干部学院学报副编审。主要研究方向为编辑学、法学理论。发表、出版、完成相关论文、著作、项目40余项，分获省、厅各种奖励。《新华文摘》、《高校文科学术文摘》、《中国人民大学报刊复印资料》均有论文转摘或转载。

前 言

近年来,有关学报编辑方面的著作多见,但系统研究学报管理的书尚付阙如,由是,我萌发运用管理学理论,深入研究学报管理的理论和方法,分析、阐述学报运行过程如学报组织管理、人事管理、选题管理、稿件管理、编辑技术规范管理等各个环节的具体细化措施之念。我凭借较为深厚的编辑学科理论功底和长期从事学报编辑工作的积累和思考,吸收借鉴诸多相关研究成果,完成此书。本书提出了多角度、全方位研究学报管理的新视角,在学报选题管理、稿件鉴审制度、学报质量监督等方面均有独到见解,有一定的理论及实践意义。

作者

2006 年 5 月

目 录

第一章 学报管理的理论和方法	(1)
第一节 系统理论在学报管理中的运用	(1)
第二节 激励理论在学报管理中的运用	(5)
第三节 信息理论在学报管理中的运用	(11)
第四节 公共关系理论在学报管理中的运用	(15)
第五节 ISO9000:2000 质量管理原则在学报管理中的运用	(23)
第六节 全面质量管理理论在学报管理中的运用	(30)
第七节 数据库管理系统在学报管理中的运用	(34)
第二章 学报组织管理	(37)
第一节 学报领导体制	(37)
第二节 学报编辑委员会	(40)
第三节 学报编辑部	(43)

第三章 学报人事管理	(56)
第一节 学报编辑的素质	(56)
第二节 学报编辑的任用与配置	(74)
第三节 学报编辑的任职资格	(88)
第四节 学报编辑的考核与奖惩	(100)
第五节 学报编辑的培训与进修	(103)
第四章 学报选题管理	(112)
第一节 学报选题策划的作用	(112)
第二节 学报选题策划的类型	(114)
第三节 学报选题策划的方法和途径	(125)
第四节 学报选题决策	(128)
第五节 学报选题组稿的方式	(136)
第五章 学报稿件管理	(138)
第一节 学报稿件鉴审制度	(138)
第二节 学报稿件采用制度	(158)
第三节 学报稿件加工制度	(161)
第六章 学报编辑技术规范化管理	(175)
第一节 学报规范化的含义	(175)
第二节 学报规范化管理的目的、作用和意义	(177)
第三节 学报开本与封面版式规范	(180)
第四节 学报目次页、题名、作者署名和工作单位 规范	(183)
第五节 学报中英文摘要和关键词规范	(185)

第六节 学报分类号、文献标识码和文章编号规范	(187)
第七节 学报收稿日期、基金项目和作者简介规范	(188)
第八节 学报页码、页眉和层次标题规范	(189)
第九节 学报文字与标点符号规范	(191)
第十节 学报数字和外文字母用法规范	(192)
第十一节 学报插图和表格规范	(195)
第十二节 学报量、单位和公式规范	(200)
第十三节 学报参考文献和注释规范	(202)
第十四节 学报学术规范	(205)
 第七章 学报校对与印刷管理	 (209)
第一节 学报校对的基本内容和制度	(210)
第二节 学报印刷管理制度	(217)
 第八章 学报发行管理	 (219)
第一节 学报发行的意义	(219)
第二节 学报发行的基本原则	(220)
第三节 学报发行的方式	(222)
第四节 学报提高发行量的途径	(224)
 第九章 学报质量管理	 (227)
第一节 学报质量标准	(227)
第二节 学报质量监督的原则	(233)
第三节 学报质量监督的形式和途径	(234)

第十章 学报编务、财务与资料管理	(242)
第一节 学报编务工作	(242)
第二节 学报财务工作	(247)
第三节 学报资料工作	(250)
后 记	(252)

第一章 学报管理的理论和方法

第一节 系统理论在学报管理中的运用

从学报的工作程序来看,学报科技信息的创作者,把他们的科学论述,经过论证、推理、观察、实验写出来,以论文的形式作为信息输入学报,学报的编辑接收后经过审阅、加工、编排、付印等手段处理,然后以学报的形式输出给广大读者。再通过读者、作者以至专家和社会各方面的反响收到反馈信息,了解社会效果,进行信息追踪。这个过程的各个阶段可以看做是一个相互联系的整体,这就是系统工程的前提。具体讲,所谓系统就是把世界上一切事物都看成是由若干个可以相互区别、相互联系而又相互作用的要素所组成,处于一定的环境之中,为达到整体的目的而存在的有机集合体。系统一般都具有三个特征:①由多部分、多因素构成;②这些部分、因素之所以能够成为一个整体,是因为它们有共同的目的性或功能相同;③它的活力来自与其他系统有输出输入的关系。任何管理对象实质上都是一个特定的系统,而学报编辑部也正是按这个系统特点所组成的。

当然,各个学报编辑部按专业需要其编制、人员构成等各

有区别。然而运用系统理论进行科学化管理则是相同的:编辑部这个特定系统,从宏观上讲是社会主义出版系统的一部分,从微观上讲又是教学、科研以及交流科技信息、发表科研成果、传播知识、培养人才的重要组成部分,它的质量高低,直接影响着智力开发、科学事业的进步和精神文明建设,这就是编辑工作者应树立全局观念、整体观念的依据。编辑部系统应是由以编、审、校为主导环节的诸因素所组成的,根据关联性观点,坚持相关群体协同效应原则,把相关诸群体加以合理地组合,发挥各自的功能,产生协同效应,以达到整体系统出版物的最佳状态。

学报编辑部由作者、编者、读者、编辑顾问、印刷、发行六个群体组成。这六个相关群体按现代管理的信息手段归纳为信息输入、信息处理、信息输出、信息反馈四个程序,使学报编辑部管理达到有序。

一、信息输入

信息输入者主要指作者群体。有人把作者比喻为“出版社的衣食父母”,说明了作者工作的重要性。学报的质量要高,首先就要有写出高质量文章的作者,单靠坐等自由来稿是不行的,必须去发动作者、组织作者。能写好文章的作者是有的,关键是及时去识别、发掘和争取。如何去组织作者呢?①必须熟悉作者,这是编辑选题、组稿的需要。编辑与作者彼此交往、互相谈心,有时编辑向作者约稿,有时则是作者向编辑反映信息、推荐选题、提供稿件。一个称职的编辑就得经常联系一批作者,熟悉了解他们的情况和要求,以便有针对性地进行组稿。②编辑与作者之间是平等合作关系,编辑心里要经常想

着作者、读者,树立为他们服务的观点。编辑有时也是作者,所以往往也能体会到作者的甘苦。对稿件选留、加工必须慎重对待,正确处理,既要认真负责履行自己的职责,又要采取商量、研究的态度。③放眼量、广交游,不仅熟悉自己专业的作者,还尽可能多了解专业范围外的作者情况。④参加学术活动也是了解学术动态、得到作者信息的有效渠道。通过各种活动、各种渠道了解信息资源,把捕捉到的信息,正确迅速地传到编辑部,转化为制定编辑工作计划的依据。⑤通过报刊发表的文章、学术机构、大专院校和社会方面了解作者对象。有意识地把学报作者群体在知识结构、智能结构、层次结构方面组成合理梯队,形成自己的作者队伍。

二、信息处理

信息处理者主要是指编辑者群体和编辑顾问群体。他们进行决策控制加工传输,处于学报的中枢地位。编辑在选题计划、设置栏目、报道要点、审稿办法、编辑规范、加工整理、设计排版等方面处处体现专业指导思想以及办刊宗旨和党的路线、方针、政策;在对稿件的精选、精雕上又可以显示出编辑的专业水平,因此,对编辑人员业务素质的培养提高是至关重要的。编辑群体更应是由合理知识结构、智能结构、层次结构和各种类型人才组成的优秀群体。编辑部的人才类型应为:①开发型的人才:思路开通,知识面广,博闻多见,善于运用自己的知识给稿件增辉,有想像力,勇于开拓,能提出新的建设性意见;②研究型人才:头脑冷静,善于分析,能提出一些学术前沿的问题,并能思考用不同方法加以解决,对稿件能明察优劣,对问题有真知灼见;③组织型人才:有较强的组织能力和社会

活动能力,事业心强,善于交际,联系作者,有较强的文字水平;④指导型人才:有较高的专业水平和丰富的编辑经验,善于指导作者,对稿件能提出建设性意见,能够培养青年编辑和青年作者,壮大作者队伍。当然这些类型的人才的分类不是绝对的,而是编辑群体所应具备的基本条件。

顾问群体(编委、专家)的职责是进行监测。在编审、加工稿件过程中既要重视同行评议,也要依靠多方面专家全面评价,在学术思想上的评价要贯彻“百家争鸣”的方针,同时也要重视资料的查证和内容、格式体例、数字图表、文字等方面的审核,使出版物达到规范化的标准要求。

三、信息输出

信息输出主要指印刷、发行。这和印刷厂、邮局的配合是分不开的。印刷质量的好坏,邮局投寄的及时、准确程度,是学报保质保量送到读者手中不可忽视的重要环节。

四、信息反馈

信息反馈主要来自读者群体和社会反响效果。读者群体比较庞大,其中也包括一般作者、专家、专业队伍和社会上其他专业的爱好者,当然每个学报都有自己的特定读者,也就是办刊对象,要把注意力瞄准特定的读者群,细心研究他们的要求。为了得到读者的反馈信息,可以采取观察、开调查会、组织书刊评议会、发读者意见征询单及发行估量法等办法收集读者反响和社会效果。收集到的流通信息不等于信息,而真正的信息要经过整理、分析、科学判断和进行评估。还可以组织同

行专家进行专题讨论,整理并形成综合的反馈信息。这时的信息已不是自然反馈和重复,而是上升了的、深化了的信息。这个过程也像学术思想一样,经过讨论相互启发、补充而得到深化,编辑通过对这些积极的反馈信息进行周密研究,制定措施,提出改进方案,从而能动地调整编辑计划,得以进一步提高刊物质量。

第二节 激励理论在学报管理中的运用

“激励”一词,作为心理学术语,指的是持续激发人的动机的心理过程。通过激励,在某种内部或外部刺激的影响下,使人始终维持在一定兴奋状态中。从管理的角度来说,所谓激励就是调动人的积极性的问题,而调动人的积极性的问题,就是使某一系统或组织中的公众劲往一处使,为实现组织目标而同心协力,以获得最好的工作效益。人的能力有大小,但是人们的能力是否受到必要的激发,其工作绩效是不同的。根据国外学者的研究,在按时计酬的制度下,一个人要是没有受到激励,仅能发挥其能力的 20%~30%;如果受到正确而充分的激励,就能发挥到 80%~90%,甚至更高,并有一个著名的公式:工作绩效=能力×动机激发。这就是说,在能力不变的情况下,工作绩效的大小,取决于激励程度的高低。激励程度不断增高,工作绩效就会越来越大;反之,激励程度减低,工作绩效也会随之下降^①。

^① 唐子畏:《行为科学概论》,第 61~62 页,湖南大学出版社,1986 年版。

学报编辑工作,是社会生活的一个专门的领域,其使命就是为社会的文化生产和文化传播服务。具体说来,就是按照一定的标准(价值标准和技术标准)把社会文化的要素组织起来以一定的形式传播给受众的活动。编辑工作是一个包括了作者、读者(或观众、听众)以及编辑工作者在内的一个系统工程。编辑工作的绩效,取决于作者、读者和编辑工作者的能力以及这种能力被激发的程度。如果这三者积极性都被调动起来,指向编辑组织(出版单位)和社会大众所期望的工作目标,那么,就一定能够创造出质优量多的文化产品,反之,则不然。这三个环节相互联系,互相作用,共同构成一个统一的有机系统,缺一不可。如果没有既有素质又有活力的作者,那么编辑工作就是“巧妇难为无米之炊”,如果有了好的作者作品以及认真负责、锦上添花的编辑,但读者的积极性不高,那也难免造成“一厢情愿”、“对牛弹琴”的尴尬局面。在学报编辑出版活动中,编辑作为读者、作者之间的桥梁和社会精神文化走向的导向者,在三者中处于主导地位。学报编辑部和编辑工作者善于在其中巧妙、科学地运用激励方法,是编辑出版工作能够卓有成效的关键。

激励的原则和方法很多,从国外管理心理学和行为科学的研究来看,基本上有行为主义激励论、认知派激励论和综合型激励论以及相应的激励方法;在我国数千年的文明史中,也包含着丰富的激励理论和激励方法,如“激将法”等等。在学报编辑工作中,应该“中西结合”、理论联系实际,对各种不同的激励方法进行合理的取舍并根据激励对象和过程灵活运用不同的激励方法,才能实现学报编辑工作的有序化和优化。

一、以成就感为导向的作者激励

学报的作者是以学术研究和学术创造为生活方式的社会群体。追求“自我实现”是其需要结构的中心和首要问题,而向学术期刊投稿是其“自我实现”的需要由动机状态变为行动状态的重要途径,编辑工作者的任务,就是利用投稿与用稿这一环节,在实现编辑目标的前提下,促使作者强化“自我实现”动机,以创造优质作品。对于作者来说,这是自己的劳动成果获得社会认可和承认的契机,而对于编辑来说,这也是个发现作者、培养作者和激发作者创造力的有利时机。具体说来,学报编辑工作者要善于对作者运用如下激励手段。

1. “喜新厌旧”原则。即对于新人新作和有新观点、新思路的作品要抱有满腔的热情,大胆采用新人新作,以保持学术期刊的活力,激发新作者“成功”的欲望和老作者求“新”的创作动机,这是正强化;同时对于某些老生常谈式的“学术”论文,要坚决舍弃——尽管文笔流畅,无隙可寻,这是负强化,使其淡化“求稳”动机,激发创作热情。

2. “赏小罚大”原则。这是中国传统政治谋略中颇有成效的方法,即处罚有过失的大人物,奖赏有功劳的小人物,是政治家获得民心的惯用方法。学报借用这一方法,也是一个赢得作者特别是新作者的方法。即在学报上,“名家”、“大家”的作品,不要登得过多,以免阻塞了“小字辈”作者、“无名”作者的“进身之途”,特别是对于“名家”的作品,应该提出更高、更严的要求,以促使其提高学术品位。而对于新作者的新作,只要符合编辑方针和用稿质量标准,就要大胆采用,以强化其努力的方向选择,这样,才能造就一大批新“名家”和新“名作”,才

能获得更多的作者对刊物的认同和向往,才能保证“为有源头活水来”。

3. “恩威并用”原则。就是在稿件的取舍上,采用正强化与负强化同时并举的手段,既要按原则办事,又不要挫伤了作者的信心;既要对作者以礼相待,又坦率直言,不要使作者心存侥幸和产生误解。比如:“对某一作者不能连篇累牍地发表其作品,要有一定的时间间隔——对其次品,要坚决摒除,使之投稿与发表有一定比率。”^①“这样作者不会因为偶尔的退稿而失去信心,反而从中找出差距,更上一层楼。”^②特别是在退改稿和退稿的处理上,要善于有效地交互运用正、负强化的手段。退稿与退改要划清界限,诚如语言学家、编辑家吕叔湘先生说的“退改在编辑工作中是个关键问题”,只有那些有修改价值、修改余地的稿件,才对作者提出修改意见;而对于不合编辑方针、不合用稿质量标准的稿件,对作者应直言相告,不能吞吞吐吐,不致使作者做无用功,作者会因此而对编辑产生信任,有可能使压力变成动力。

二、以认同感为导向的读者激励

学报的读者,是那些对相关学术问题感兴趣的社会群体。学报编辑的责任,就在于使这一群体由对问题的兴趣转向对刊物的兴趣。在目前知识爆炸、刊物林立的情况下,明确这一点,对于编辑工作者来说尤为重要。因为,对问题的兴趣并不

① 王竊惠:《编辑工作与行为科学》,载《新学科与编辑学》,第114页,成都科技大学出版社,1989年版。

② 王竊惠:《编辑工作与行为科学》,载《新学科与编辑学》,第114~115页,成都科技大学出版社,1989年版。