

编辑要善于“借力”

夏登武

《宁波大学学报》编辑部, 315211, 浙江宁波

摘要 在对科研成果评判、扬弃、更新与组织传播过程中, 编辑要善于: 向作者和审稿专家借“智力”, 以获得阐释创新信息的能量和增强内在的学术张力; 向读者借“识力”, 以优化编辑创意和修正信息评判标准; 向其他媒介借“传播力”, 以扩大信息传播的广度并提升信息服务能力。

关键词 编辑; 智力; 识力; 传播力

Leverage effect by an editor // XIA Dengwu

Abstract In the process of evaluating, abandoning, updating, organizing and publishing the results of scientific research, editors should firstly make the best use of "intelligence" of authors and experts to acquire ability of interpreting innovative information and enhance the internal academic ability. Secondly, through "cognitive power" of readers, the creative editing is to be optimized with correction of information evaluation standards. Thirdly, by "communication ability" from other media, the breadth of information dissemination is to be expanded with the promotion of capabilities in information service.

Key words editor; intelligence; cognitive power; communication ability

Author's address Journal of Ningbo University, 315211, Ningbo, Zhejiang, China

创新意味着对现有事物的超越, 而人的认识总是落后于现实的。编辑要在不断变化的世界中探寻真理和规律, 就要时时面对新思潮和新价值观的挑战。从编辑自身的知识获得和构成来说, 任何领域的知识领会并不完全是经过专业培训所能获得的, 更何况不是所有的定型知识都能解决未知领域的问题, 或可以阐释不断发生的新事物; 因此, 在工作实践中, 编辑要善于“借力”来夯实信息判别和传播能力。

1 向作者和审稿专家借“智力”

科技学术期刊编辑立足于科学发展的前沿, 对不断创新的专业信息或研究成果进行组织、阐释和传播。相对于作者和审稿专家来说, 编辑对一切专业信息的认知都是外行人, 在专业研究和信息阐释方面远不如作者和审稿专家; 但由于工作性质决定了编辑可以不断地向作者和审稿专家借“智力”, 在工作中逐步提高专业学识水平^[1]。

1.1 获得阐释新信息的能量 首先, 编辑是以接受者的身份不断接受作者的创新成果, 如果把阅读稿件当

作是了解和学习新的研究趋向、观点或方法的过程, 那么, 对作者的研究成果的认同和接纳, 会加深编辑对前沿信息的理解。这些“新”要素的积淀, 会合成编辑思维的创新元素, 调整并完善自身已有的知识结构, 激发编辑的创新情感和创造意识, 增强编辑对新问题的阐释、判断和选择能力。其实, 在以创新知识产品为特征的传播要求的条件下, 作者就是编辑的智能库。与智能库里不同的人交流, 能不断地获得新信息充实编辑的“智囊”, 增加编辑阐释新信息的能量。其次, 编辑对一篇稿件的判断和选择需要考虑多方面的因素, 即编辑以一篇稿件为出发点, 探究它的来龙去脉, 会辐射出很多知识信息, 这种“蜜蜂采蜜”式的积累, 虽然是“广种薄收”, 但能让编辑广泛涉猎大量的相关专业知识, 扩大编辑的知识面, 进而提升编辑的专业认知和创见能力。邹韬奋曾说过: “经验随闻见而增进, 常识因应用而愈深, 日积月累, 乃蔚成大器。”^[2]

1.2 增强内在的学术张力 请专家评审稿件是科技学术期刊稿件选择的关键一环。由此, 编辑可以获得与不同的审稿专家共同讨论问题的平台, 甚至与一流的学术大师进行交流的机会。如果编辑善于倾听专家的见解, 在许多学术命题上, 就能时时接受专家的“拨云见日”式的启迪, 感受来自学术前沿的新思潮。

这些新思维、新观念不仅能使编辑不断打破常规, 培养求新意识, 增强内在的学术张力, 而且能促使编辑涉足新的学术天地, 引领作者开拓新的研究领域。同时, 阅读审稿专家的评审意见, 接受专家高屋建瓴式的稿件评估信息, 揣摩专家对稿件的判断角度和方式, 也不停地挑战着编辑的思维模式和价值标准, 使编辑获得既能“入得其内”, 又能“出乎其外”的学术视野。

因此, 在工作中, 向作者和审稿专家借智力可以使编辑尽可能接受不断变化的世界, 提升自身的应变能力和发展能力, 以吸收瞬息变化的新信息, 判断稿件的价值。反之, 编辑如果不善于借“智力”, 则很容易形成一种麻木的学术心态, 既不利于修炼内功, 也不易于积累外力, 只能故步自封, 甚至画地为牢, 编辑稿件难以达到升华之境。

2 向读者借“识力”

对纷繁复杂的信息价值进行判断与识别, 是从事

编辑工作的基本要求。编辑要在实践中修炼一种与时俱进的识别和判断能力,以及时发现科研过程中的新成果,或社会发展变化中的新趋势等,除了要靠自我提升外,还需要紧跟读者需求,并从读者那里吸取营养。

2.1 优化编辑创意 读者对于期刊的阅读需求是期刊的价值所在和发展的源泉^[3]。也就是说,编辑对价值信息的识别和传播源于读者,也终于读者。

接受美学认为,文本的意义实现要靠读者通过阅读对其具体化^[4]。学术期刊的文本价值实现是读者在接受与确认过程中根据自身的学术素养去填补文本的“空间结构”^[5]。读者对文本价值的多层次、多视角的解读,也是编辑个人无法企及的;因此,编辑了解读者对文本价值的不同阐释视角,就能得知读者的阅读需求和价值取向,把读者的价值取向收入自己的囊中,不仅能有的放矢地判断“群疑待释”的问题,而且能提升自己对于信息的识别和发掘能力。同时,从读者对已刊发信息的评价,去推敲各种信息能为读者解决什么问题,或者满足读者哪些需求,及时分析读者对刊物的认可程度,可以帮助编辑获得一些读者想知而未知、未知而可知的东西^[6]。

从读者群中了解读者对新思想、新技术、新问题等相关前沿信息的追求,可以帮助编辑不断完善新目标,指导编辑准确地判断是否具有潜在价值和实践意义的稿件,明确编辑策划和选择目的,进而使刊物实现提升和引领读者的功能。此外,任何文稿能被读者读懂,读后有启迪、有收获,才是编辑传播的终极目的。及时了解读者的阅读体验、阅读心理、阅读情绪等相关信息,也是编辑完善信息设计和传播创意的基础。

因此,从不断求变的读者需求那里借点“识力”,是编辑审时度势、调整编辑办刊思路、优化编辑创意、明确办刊指向的有效途径。编辑前辈邹韬奋办刊时非常注重“读者来信”,并把读者来信称之为刊物“真正的维他命”。他认为,通过读者来信,编辑可以摸到一点读者的“脉搏”^[7]。注重向读者借力也是邹韬奋办刊不断进步并受欢迎的一条宝贵经验。

2.2 修正信息价值的评判标准 围绕读者群体的特点和需求,编辑判断稿件的最大基准是“有没有意义”。对“意义”的追问是以“读者”为目标来考量的,即编辑对任何一个知识信息源的评价和选择正确与否的终裁权是读者。

目前,科技学术期刊界对稿件的评审主要是强调出版前的选择和评判,而对出版后的评估,主要是来自数字统计层面的,如影响因子、被引总频次等,却较少关注来自一线读者的反馈信息。如今,科技学术信息发布呈几何级数增长,如此宽泛的信息面,不是几个审

稿专家或编辑所能完全涉猎的;因此,对一篇稿件的创新观点或成果的评判,也很难做到没有“漏网之鱼”。

对于游离于审稿专家、编辑评判之外的“伪学术”创新,数字统计层面很难反映,往往只能通过读者才能识别。“诗无达诂,文无定评”的现象由来已久,读者对文本的阅读不一定完全顺应作者的文本意义,对文稿的评价也不一定完全认同编辑和审稿专家的评价标准。收集并分析读者对作者的观点或认同,或质疑,或反对等反馈信息,能激发学术批评和争鸣,增强学术互动和交流,促使编辑不断地反思自己的选择与判断效果,修正自己的选择目标和方式,获得更强的检验力。

因此,编辑要善于创造不同的交流平台,实现与读者“零距离”的沟通:或针对编辑的策划思路,设置相关主题来激发读者发表意见和看法,或定期以多种方式召集读者聚会,集思广益,等等。

从广泛的读者群里借“识力”,是编辑不断检验自己的正误,调整内在的价值评估体系的重要方式。

3 向其他媒介借“传播力”

随着传媒技术的发展,不同媒介在传播信息方面彰显不同的功能。虽然一个编辑基本上仅掌握一种媒介编辑技术,并根据媒介性质组织和传播信息,但在读者需求多元化的时代里,读者获取信息的手段迅速而全面,单一媒体无法满足读者的需求。各种媒体相互渗透和合作已成为出版界的趋势;所以,现代传播环境下的编辑,在开发一种媒介传播信息的基础上,还要善于向其他媒介借“传播力”,为读者提供最新资讯,或对传播的信息进行深度解读,让读者既知其然,又知其所以然。

3.1 与大众媒体合作,增强信息传播的广度 科技学术期刊承载着传播科学研究发展的前沿性、原创性等信息的功能,一直以“曲高和寡”和“专业性”自居;但是,任何科研成果都与人类社会的生活需求息息相关,所以,这些成果通过大众传播媒介以通俗易懂的表达方式让公众了解,则具有扩大影响力、提升作者与刊物的知名度、引领公众对研究成果信息的关注、提升公众的科学素养等价值^[8]。

美国自独立革命到建国初期,伴随着当时美国日益活跃的科学活动,美国最早的国际科学家本杰明·富兰克林积极地发挥报纸功能,广泛地传播科学技术信息,促使科学走出象牙塔,实现了科学与大众的对话。当时的科技信息传播已成为美国民众智性觉醒和科学活动的兴盛的原动力之一^[9]。

因此,编辑在制作和传播传统的学术信息的同时,要善于开发并利用报纸、网络和电视等大众媒体功能,借用大众传播平台,从严谨、规范的学术信息中提炼一

些具有新闻价值和推广价值的素材,实现不同媒介间的互动与共赢,扩展信息的传播范围,冲出科技学术期刊“读者面窄”“信息太专”的樊笼。

3.2 开拓多样化的传播路径,提升信息服务的便捷性

目前我国大多数学术期刊在创建自己网络平台的同时,分别将纸媒文本信息移至清华同方的中国知网、重庆维普资讯公司的中国科技期刊全文数据库和万方数据库等。这在一定程度上满足了用户方便、快捷地获取原始文献的需要,但是,多种媒体间的互动或资源整合尚未引起出版界的足够重视。

大多科技学术期刊的编辑出版仍停留在传统的纸媒出版状态,在网络化方面仅扮演资源提供者的角色,缺乏开拓新媒体出版业务的动力^[10]。虽然大多数期刊拥有自己的网络平台,但内容单一,信息更新慢,或仅实现了网上投稿、评审等程序,没能为作者、编者和读者提供一个真正的信息互动空间。即使傍靠国内几家权威的数据库,提高纸媒文献的利用率,可是庞大的数据信息也无法彰显期刊信息的个性服务特色。

随着数字化出版的发展,科技学术信息的多元化传播渠道、快捷的传播速度和便捷的信息服务将是未来期刊生存与发展的角逐焦点。为了适应期刊网络化的需求,编辑要善于利用网络等传播媒介,提高信息采集、传递、处理、再生和利用能力,实现信息的多层次开发和多渠道传播与互动。积极利用自己的网站,宣传自我信息和展示自我形象,同时,对相关学术领域的研究热点、动态或主要成果作深度归纳和剖析,对作者信息或其他相关信息作多元化传播,使之成为信息内容发布、品牌推广、读者服务的综合平台^[11]。

在国外,科技期刊网站的内容往往是最新的,其刊载内容的数量及速度远远超过了纸质期刊,内容随时更新、补充,甚至已完全脱离纸质期刊^[12]。在我国,创刊于20世纪80年代的《家庭医生》,在新的传媒环境下积极开发多种媒体的传播路径,先后投资“家庭医生在线”引领数字化出版的先锋,开展家庭医生的新

媒体运营,与中国移动合作,开发出多种基于彩信、3G网络等手机媒体新技术的健康媒体服务^[13]。

由此可见,开拓多样化的传播路径,提升信息服务的便捷性,是现代编辑挑战传统编辑技艺和应对新媒体环境的立足之本。

4 参考文献

- [1] 朱大明. 科技期刊编辑应注重在编辑工作中提高专业学识水平[J]. 科技与出版, 2010(2): 52-56
- [2] 邹韬奋. 韬奋新闻出版文选[M]. 上海: 学林出版社, 2000: 182
- [3] 陈乐孺. 勿忘“五个W”和“一个H”: 浅谈期刊编辑如何树立和强化读者意识[J]. 中国编辑, 2007(5): 28-30
- [4] 姚斯, 霍拉勃. 接受美学与接受理论[M]. 周宁, 金元浦, 译. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1987: 4
- [5] 钱荣贵. 读者接受与编辑选择[J]. 南通师范学院学报, 2001, 17(4): 151-154
- [6] 沙培宁. 期刊如何把握读者的“最近发展区”[J]. 出版发行研究, 2005(7): 71-72
- [7] 雷群明, 邹韬奋, 陈原, 等. 编辑修养十日谈[M]. 上海: 上海科技教育出版社, 2002: 250
- [8] 闫蓓, 严谨, 肖宏. 搭建科学与大众的桥梁: 谈科技期刊与大众媒体的新闻报道合作实践[J]. 编辑学报, 2009, 21(4): 325
- [9] 本田一二. 美日科技报道史话[M]. 刘明华, 译. 北京: 新华出版社, 2004: 28
- [10] 曾建勋, 宋培元. 我国科技期刊网络化发展动因与趋向[J]. 编辑学报, 2009, 23(1): 284
- [11] 郑筱梅, 杨小玲. 期刊网络化趋势及科技期刊应对策略[J]. 编辑学报, 2009, 21(1): 64-66
- [12] 高美风, 李谦, 王研. 我国科技期刊的网络化运营方式探讨[J]. 出版科学, 2010(1): 57-59
- [13] 《家庭医生》: 健康文化的传播者来源[EB/OL]. [2009-11-16]. 中国报业网, <http://www.baoye.net/News.aspx?ID=294864>

(2010-04-14 收稿; 2010-07-05 修回)

2010年版中国科技期刊引证报告(核心版)主要计量指标(1946种期刊)

(为便于比较,在“[]”中列出了2009年版(1868种期刊)发布的指标。)

1) 总被引频次: 913次/刊[804次/刊], ≥ 2000 次的期刊共有185种[≥ 1000 次的447种]。

2) 影响因子: 0.452[0.445], ≥ 1 的期刊共有117[123]种。

3) 即年指标: 0.057[0.055], 106[101]种期刊为0。

4) 基金论文比: 0.49[0.46], $\geq 80\%$ 的期刊共有

383[287]种。

5) 海外论文比: 0.02[0.01], ≥ 0.2 的期刊共有39[18]种(其中32[15]种英文期刊)。

6) 他引率: 0.82[0.81]。

7) 平均作者数: 3.71[3.66]人/篇。

8) 参考文献量: 3028[2728]条/刊。

9) 平均引文数: 12.64[11.96]条/篇。

(凌 彤 摘编)