

科技期刊读者权益的保护*

王桂珍

《佛山科学技术学院学报》编辑部,528000,广东佛山

摘要 读者是期刊产品的消费者,科技期刊和读者有一种法律关系。科技期刊编辑出版者应采取切实措施保护读者的权益。

关键词 科技期刊;读者权益;保护

Protection of readers' rights and interests in sci-tech periodicals//WANG Guizhen

Abstract Sci-tech periodical is an intellectual product and also a material product, which belongs to the category of specific commodity. Readers are consumers of periodical products, and there exists legal relationship between readers and sci-tech periodicals. Sci-tech periodicals should take effective measures to protect readers' rights and interests.

Key words sci-tech periodical; readers' rights and interests; protection

Author's address Editorial Department of Journal of Foshan University, 528000, Foshan, Guangdong, China

科技期刊是精神产品,也是物质产品,属于一类特殊的商品。读者是期刊产品的消费者,是为了生产新的物质或精神产品而消费,或是为了满足个人生活和精神需要,如提高个人修养和满足兴趣爱好等。科技期刊和读者相互依存,相互影响,不可分割。科技期刊作为一种负载知识、价值观、人生观、生活方式等人类文明建设内容的特殊商品,其质量的高低成为直接影响期刊社会效益和经济效益的重要因素。读者的重要作用使我们编辑工作者不能只研究编者、作者的权益保护问题,而也要研究读者的权益保护问题;但是,科技期刊读者权益的保护问题却被淡化甚至被忽视。本文根据这一现状,对读者的权益保护问题进行探讨。

1 读者权益的法律规定

科技期刊的读者权益是指读者在购买、阅读期刊的过程中,受国家法律法规保障的可行使的权利和享有的利益。

一个人购买期刊阅读,这就是购买或消费行为。读者与科技期刊之间的关系就是消费者与服务提供者的关系,服务的存在意味着权益保护的存在。当读者权利受到侵害时,有要求保护的权力。我国《消费者权益保护法》第2条规定:“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护。”第3

条规定:“经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务,应当遵守本法。”这就为读者权益的享有提供了保障。保护消费者的合法权益就是全心全意为人民服务。

《出版管理条例》第28条规定:“报纸、期刊发表的作品内容不真实或者不公平,致使公民、法人或者其他组织的合法权益受到侵害的,当事人有权要求有关出版单位更正或者答辩,有关出版单位应当在近期出版的报纸、期刊上予以发表,拒绝发表的,当事人可以向人民法院提起诉讼。”这项规定,是我国对作为公民、法人的读者合法权益加强保护在出版立法中的一个环节和进步,也是对出版单位在出版活动中保证出版物内容真实和公正的一项有力措施。

读者在阅读的过程中,有可能涉及知识产权方面的问题。我国《著作权法》第22条规定:在“为个人学习、研究或者欣赏,使用他人已经发表的作品”“为介绍、评论某一作品或者说明某一问题,在作品中适当引用他人已经发表的作品”“为学校课堂教学或者科学研究、翻译或者少量复制已发表的作品,供教学或者科研人员使用,但是不得出版发行……”等情况下使用作品为合理使用范畴,可以不经著作权人许可,不向其支付报酬,但应当指明作者姓名和作品名称,并且不得侵犯著作权人依法享有的其他权利。

2 侵害读者权益的现象

2.1 质量不合格

1)漏编漏校,错别字连篇。错别字的存在必然会产生词不达意的负面效果,会使读者误读、误解、误传,不利于思想的交流和科技文化的传播,更不利于经济社会中的往来沟通。一本不合格期刊只会让读者对刊物产生强烈的逆反心理,从而降低对刊物的信任度。

2)学术质量不高。编辑把关不严,导致大量的论文选题重复,内容雷同;有些期刊大量充斥着关系稿、人情稿、职称稿、赞助稿,大量发表低水平的论文。

3)正文字号太小。为保护读者的视力健康,GB/T 3179—2009《期刊编排格式》规定:“期刊文章正文部分的字号不宜小于汉字5号字。”然而有很多科技期刊为了追求经济效益或者增加版面容量,正文用小5号字排印,使读者阅读困难,视力和健康受到损害。

*广东省科技计划项目(2010B060400003)

4) 实验数据不真实。有些论文中的数据经不起推敲,按照实验描述,根本得不到同样的数据结果,显然是不可信的;一些论文中出现了超过理论计算最大值2~3倍的“实验结果”,属有意造假之嫌。审稿严格的期刊大多可以在实验设计及数据方面发现纰漏和造假,但仍有期刊将明显有问题的文章发表了,造成多起学术不端事件的发生,严重削弱了公众对期刊的信任度,有损期刊的声誉^[1]。

2.2 定价涨幅大 有不少学者对期刊的定价进行了调查分析^[2-3]。有资料表明,国内期刊定价每年上涨率为12%~14%^[4]。为了解2011年科技期刊的价格变化,笔者根据学科分类,遵循连续性、广泛性、代表性、客观性的原则,从各个学科类中选取数量相等的样刊共120种,调查了2010—2011年各期刊价格的变化,所调查期刊2011年的定价在5~89元之间,总体呈现出价格上涨的趋势。如《化工××》每期定价由2010年的79元上涨到2011年的89元。涨价并不都意味着侵犯了读者的权益,有些涨价是出于无奈——上涨的成本不能内部消化掉;但是,有些科技期刊凭借自己的优势(是核心期刊、“权威期刊”等),不顾读者的经济承受能力,随意涨价,且涨价幅度很大,甚至是暴利。如《××××医生》每期定价由2010年的10元上涨到2011年的15元,涨幅高达50%。价格暴涨增加了读者的开支,也给期刊的声誉带来了负面影响。

3 读者权益的保护

3.1 树立高度的责任意识 选择和编辑高质量的论文,为更多的读者提供优质作品,是科技期刊编辑的神圣职责。科技期刊编辑一定要精编细校,专注于高质、高效的生产和服务工作。据调查,我国85%以上的科技信息来源于科技期刊,美国科技信息量的68%来源于科技期刊^[5]。科技期刊刊登论文的最终目的是尽可能地让读者阅读和掌握,并转化为生产力,产生社会效益和经济效益。科技期刊只有被读者接受,才能发挥其应有的作用,实现其价值^[6]。被读者喜爱并接受的刊物,除了在内容上满足读者需求外,还有很多因素如开本大小、版式设计、字体字号、颜色搭配等细节也要符合读者的阅读心理和视觉生理特点。

科技期刊的出版活动不是普通的商业活动,科技期刊编辑不能也不应当只追求商业利益,仅仅依靠收取版面费来增加自身的收入。期刊编辑要始终树立为读者服务的思想,保护读者的权益,最大限度地满足目标读者群的需求,强化科技含量并办出自身的特色,努力打造精品期刊。

3.2 重视读者的反馈意见 根据我国《消费者权益

保护法》第15和第17条的规定,读者享有对期刊进行监督和批评的权利,读者有权对期刊的工作提出批评和建议,可以就有关侵害其合法权益进行检举和控告。期刊应当听取读者提供的对产品或者服务的意见,接受读者的监督。科技期刊要经常通过各种途径,如不定期召开编者、作者、读者座谈会,随刊附调查表,刊发读者来信,通过电话或网站论坛的方式与读者进行交流,广泛收集读者的反馈意见,及时改进工作,从而不断提高期刊质量,赢得更多的读者。

3.3 建立健全“更正”制度 虽然科技期刊在出版之前都经过编辑的认真编校,但仍有可能出现令人遗憾的差错;出了错就应当勇于认错,及时予以更正。应当建立“纠错”机制,而《更正》栏目就是期刊纠错制度化的体现^[7]。

3.4 合理定价 合理的定价应当兼顾平衡期刊和读者的利益。如何做到货真价实、物美价廉,这是各行各业都面临的问题。科技期刊首先要提高产品质量,注意优化选题,保证编校质量;其次要加强对物化生产过程的管理,加强经济核算,以降低成本,使定价合理化,从而赚取合理的利润。全国优秀科技期刊《家庭医生》为期刊界树立了很好的榜样,一直秉承高质低价,售价每期刊仅5元,真正做到了物有所值,物超所值。

3.5 刊登合格广告 调查结果^[8]显示,刊登广告的期刊其定价普遍比不刊登广告的期刊低;但是,广告一定要经严格审查,所登广告必须真实。实践证明,只有真实的广告才能吸引更多的受众,才能达到广而告之的目的和产生良好的社会效益与经济效益^[8]。

4 参考文献

- [1] 丁佐奇,郑晓南,吴晓明. 科技期刊中的利益冲突问题及防范对策[J]. 编辑学报,2010,22(5):385-388
- [2] 安友爱. 1998—2002年国内期刊价格走势分析[J]. 图书馆建设,2002(6):54-55
- [3] 高磊,江萍. 近年核心期刊单位价格上涨的数学模型分析[J]. 情报杂志,2006(1):141-142
- [4] 张海霞,李巧芳. 2005年国内期刊价格变化分析[J]. 现代情报,2005(7):39-40
- [5] 张爱绒. 科技期刊在信息社会中的地位与作用[J]. 科技与出版,1996(6):33-34
- [6] 王映苗,杨晋红. 科技期刊传播过程的构成要素[J]. 编辑之友,2009(6):41-44
- [7] 王桂珍. 科技期刊应设置《更正》栏目[J]. 编辑学报,2008,20(1):36-37
- [8] 倪集裘. 科技期刊广告的作用与经营[J]. 编辑学报,2002,14(2):126-127

(2011-04-25 收稿;2011-05-30 修回)