

# 发挥编辑大智慧 推动专题策划的实践和创新

——以《山东医药》骨外科系列专题为例

王雅琢 韩磊 王晓瑜 封艳辉 肖雯

山东卫生报刊社《山东医药》编辑部,250014,济南

**摘要** 专题策划是打造精品期刊的重要途径。《山东医药》编辑部联合知名医院特色科室推出骨外科系列专题,至今已出版3期。通过实践和创新,对大型专题策划的编排思路和技术要点有了全面认识和独特的见解。认为编辑在专题策划的组织实施过程中应制订完善的编辑出版计划,并具有丰富的医学专业知识、良好的沟通协调能力和独具匠心的创新能力。

**关键词** 科技期刊;骨外科;专题策划;创新

**Give full play of wisdom to the practice and innovation of special subject planning; taking the orthopedic surgery series of Shandong Medical Journal as an example** // WANG Yazhuo, HAN Lei, WANG Xiaoyu, FENG Yanhui, XIAO Wen

**Abstract** It is an important method for journal editors to build a journal brand with top quality by means of special subject planning. Shandong Medical Journal have planned and published three special subject series on orthopedic surgery with the help of featured offices in famous hospitals in Beijing. During the creation of the three series, we harvested comprehensive understanding on the arrangement and skills of serial special subject planning. We believe that it is of great importance for editors to make a thorough plan of edit and publication before the planning of special subject. Furthermore, the storage of medical knowledge, good communication and coordination skills, innovation ability are also necessary to editors.

**Key words** sci-tech journal; orthopedic surgery; special subject; planning; creativity; creative working

**Authors' address** Editorial Department of Shandong Medical Journal, 250014, Jinan, China

栏目创新是科技期刊品牌化过程中的重要环节,而专题栏目的策划是栏目创新的重要途径。在专题栏目的策划过程中,不应局限于期刊栏目的现状,而应充分发挥期刊编辑的积极性和创造性,借鉴其他期刊的经验,树立特点明确、影响广泛、可持续推出的专题品牌。

2010年7月,《山东医药》首次推出骨外科系列专题,通过专业细分化、集中报道的方式,展现该学科国内最新临床研究成果,在业内引起了强烈反响。在专题策划、编辑出版过程中,《山东医药》编辑们充分发挥主观能动性,查阅大量文献资料、集思广益,在选题、组稿、编辑加工、栏目编排、版式设计、广告宣传、作者署名等方面做了一些创造性的工作,收到了良好效果,

为此类专题的规范和推广提供了经验。

## 1 背景和目的

《山东医药》作为综合性学术期刊,专业分类较为粗泛,自然来稿比例大,对某些问题的阐述大都点到为止。随着医学技术的不断更新和发展,临床工作中学科分类越发精细,读者对“高、精、尖”知识的需求更为急切,粗线条的办刊模式与之背道而驰,也是导致综合性医药期刊读者流失的主要原因。而且,杂志多年来没有形成自己的特色、打造出自己的品牌,主要原因也是编辑没有整体的专题策划思路,被动等待自由来稿。

近年来,《山东医药》坚持“依靠权威专家办刊,提高杂志指导性、可读性”的办刊原则,并不断加大约稿力度,致力于改变“等米下锅”、为作者服务的现状和办刊理念。在本刊主编、北京积水潭医院田伟院长的大力推动和支持下,骨外科系列专题应运而生。与普通专题策划以编辑部为主,确定选题后分头约稿的方式不同<sup>[1-2]</sup>,我们探索出了一条医药期刊联合医院优势专业策划专题的道路<sup>[3]</sup>。

## 2 3期专题策划的组织与实施

2010年7月,在田伟院长的亲自组织下,我们首先推出了“骨外科系列(一)——上颈椎专题”,汇总报道国内上颈椎疾病诊断和治疗的最新研究成果,刊登论文23篇,旨在为上颈椎疾患研究者提供有益的参考和帮助<sup>[4]</sup>。2010年11月,推出了“骨外科系列(二)——创伤骨科专题”,由王满宜教授主持并审稿,刊登论文21篇,代表了北京积水潭医院创伤骨科的整体水平<sup>[5]</sup>。受前2期专题的启发和鼓舞,北京儿童医院小儿骨科孙琳教授主动请缨,协助我们于2011年6月推出“骨外科系列(三)——小儿骨科专题”,刊登论文16篇。我国小儿骨科创始人和奠基人之一的潘少川教授撰写了述评《我国小儿骨科的发展与走向》。专题笔谈《新生儿DDH的筛查》由京津沪等地5位DDH筛查工作的主要组织者和实施者共同完成,为目前国内此研究最全面的总结和报道。

### 3 编辑大智慧的要求和体现

类似上述3期骨外科系列大型专题的策划出版在国内同类期刊中并不多见,因其篇幅大、作者多、受关注程度较高等原因,对编辑的专业素养、业务能力、创新意识均提出了比普通专题策划更高的要求。

**3.1 具有丰富的医学专业知识** 大专题的策划出版过程中,丰富的专业知识不仅体现在筛选出高水平的稿件、编辑加工过程中较强的审改能力等方面<sup>[6]</sup>,更体现在策划和组稿方面。有了相应的专业知识,编辑才会了解所报道专业的一流团队和专家所在,对号入座,找准合作对象。比如,骨科专业首选北京积水潭医院,神经外科专业首选北京天坛医院,心血管专业首选阜外医院等。在交流的过程中,编辑应凭借自己掌握的专业知识协助专家制订报道方向,确定选题和内容。比如,据我们了解,计算机辅助导航手术系统的应用可以大大提高骨科手术的精度和安全性,但国内临床应用经验欠缺,所以我们在“上颈椎专题”组稿时建议侧重对该技术的总结和报道,以加快其推广。此外,编辑对骨折患者深静脉血栓等目前受到较多关注的问题,以及DDH筛查等尚处于起步阶段的工作都提出了报道建议并得到了专家的认可和支持。

**3.2 制订完善的编辑出版计划** 在达成专题策划合作意向后,编辑应尽早制订完善、详备的编辑计划。

1)专业重点,即该专题分题应尽可能涵盖所报道专业的所有热点和难点,比如“小儿骨科专题”,专业方面要有先天性畸形、脱位以及骨折的报道,技术方面要有筛查、诊断、保守治疗、手术治疗的报道。

2)篇幅要求,即应结合该专业和合作方的实力设置栏目,拟定论文篇数、所占页码,以维护该期专题以外稿件的正常出版秩序。

3)出版时间,包括对约稿、交稿、编辑加工、排版印刷时间等均要提出明确要求,考虑到临床医生工作紧张忙碌,静心写作时间较少,我们认为构思、查阅文献、写作到交稿时间一般需要3个月左右,而稿件交至编辑部后,编辑应尽量压缩审改时间。要全程把握进度,督促各项工作按计划进行。

4)写作技术要点,即要求作者尽可能参照本刊稿约撰写论文,以免因返修内容过多拖延排版时间或引起作者不满,必要时提供刊物或模板供其参考。事无巨细,我们的编辑计划中还包含了编辑出版费的收取标准、版权转让协议、广告投放、医院形象宣传及杂志发行等事宜。

**3.3 要有良好的沟通协调能力** 自然来稿的刊用出版是编辑和作者一对一的沟通交流,简单明了。专题

策划中面对的则是1个或多个团体,编辑代表了杂志形象,对方更不乏行业内的权威、名家,所以需要编辑具有把握全局的能力。

首先,要抱有欢迎、尊重的态度,虚心听取对方意见和建议,编辑过程中减少大的改动,维护论文的完整性,遇到疑问时多查资料、多请教,避免曲解作者原意。

其次,编辑要维护杂志和专题的原则与宗旨。除了前沿性、科学性、创新性等一般要求,我们对专题文章还要求具有指导性、实用性、整体性。这3期专题策划中因“学术不端文献检索系统”检测结果显示重复率较高而退稿15篇,因内容过于“基础”或病例数较少等原因而退稿5篇。编辑在修改潘少川教授的述评文章时,提出教学意味过重,建议补充诊疗技术进展方面的内容。无论退稿还是修改建议,只要理由充分,分寸拿捏得当,均能获得理解和支持。

再次,要体现编辑的主体地位和创造性劳动。编辑的实践活动应当符合创造性思维的基本规律,编辑工作如果缺乏创造性,就失去了编辑的主体地位<sup>[7]</sup>。编辑应积极与作者交流互动,参与论文的构思和创作,以其创造性意识激发作者的创造性潜能,同时通过对论文的选择、加工、整理,使其更加精细、有序,并赋予新的创造价值。“小儿骨科专题”编校时,编辑发现5篇专题笔谈论文中DDH有“发育性髋关节异常”“发育性髋关节脱位”“发育性髋关节发育不良”这3种名称,仔细咨询得知,由于DDH概念引入国内不久,中文定义尚未统一,而且5位专家各执一词。最终经编辑建议,大小标题均采用英文简写DDH,内文中则保留作者各自意见,既确保了栏目的整体性,又倡导了学术争鸣精神,孙琳教授称赞此建议“充满智慧”。

最后,要保持顺畅的沟通渠道,每期专题至少邀请1位热心、负责的权威专家担任执行主编,作为选题、约稿、终审的总抓手。执行主编工作较忙的情况下,应指派身边秘书或学生作为固定联系人,协助其与编辑部保持密切联系。每篇稿件必须提供第一作者或通信作者的电话或邮箱,以保证稿件修改过程畅通无阻。必要时,应与合作医院科研处建立联系,争取获得行政方面的支持。

**3.4 要有独具匠心的创新能力** 作为地方性医学期刊,联合国内一流机构打造专题是我们改革的尝试,专题策划本身也是一种创造性的智力劳动<sup>[8]</sup>,所以推陈出新应贯穿始终。

专题策划出版过程中,我们进行了2方面的努力。

1)在国家图书馆翻阅数十种医药期刊,对有专题报道的《中华内科杂志》《中华骨科杂志》《中国实用外科杂志》《上海医学》《广东医学》等10多种期刊作了

潜心研究,借鉴其编排经验,对《山东医药》固有的编排体例予以大胆革新。专题中第一作者或通信作者为副主任医师以上职称者保留200字左右的作者简介,在宣传作者的同时提升了论文的权威性。有史以来第一次刊登“主编寄语”,并提供主编照片和亲笔签名。结合骨科专业特点,保留了大量图片资料,首次增加彩色插页并规范其标注格式,简洁清晰地表达了文章主旨,增强了文章的可读性。

2) 结合实际情况,我们进行了一些独创性的设计。对于栏目名称的标注,国内暂无统一标准,以上杂志各有特色,但均不适合本刊。我们又查阅了《编辑学报》《中国科技期刊研究》等杂志关于专题策划的文章,借鉴《中华胸心血管外科杂志》《中华创伤杂志》等比较灵活的作法,在目录中统一采用“骨外科系列(一)——上颈椎专题”“骨外科系列(二)——创伤外科专题”的形式突出专题的内容,在内文中则采用“上颈椎专题:论著”“上颈椎专题:临床研究”的形式划分文章类型,标志规范,而且一目了然,得到了同行的肯定。在开展专题合作的同时,我们主动出击,邀请合作对象进行形象宣传,编辑亲自采写,收集图片资料,美编设计时对医院、科室分别采用不同色调加以区分,并创造性地采用了8开彩图双折页、利用图文间空折页的方法使报道内容更加集中,更有特色,获得了院方一致好评,连续2期加以宣传,实现了社会效益和经济效益的双赢。

#### 4 结束语

通过骨外科系列3期专题的亲身实践,《山东医药》编辑们对大型专题策划的编排思路和技术要点有了全面认识和独特的见解,并树立了欲与中华系列杂志试比高的信心和决心,为《山东医药》向国内一流期刊迈进积累了经验。在今后的专题策划中,我们还应考虑吸引企业协办的方式,增加广告、发行收入,探索出一条科技期刊可持续发展的市场化经营道路。

#### 5 参考文献

- [1] 王秦玲,杨化兵,王跃军,等.《西北国防医学杂志》专题组稿的策划与实施[J].中国科技期刊研究,2005,16(2):219-220
- [2] 杨永庆,任延刚.策划特色栏目 打造精品期刊[J].编辑学报,2009,21(4):346-347
- [3] 韩磊,王雅琢.医学期刊联合医院优势专业策划专题的实践[J].编辑学报,2011,23(2):156-157
- [4] 田伟.主编寄语[J].山东医药,2010,50(28):1
- [5] 王满宜.主编寄语[J].山东医药,2010,50(44):1
- [6] 张英,朴红梅,尹航,等.浅谈编辑素质对期刊质量的影响[J].农业图书情报学刊,2009,21(1):159-161
- [7] 张永泰.编辑主体地位的思考与实践[J].中国出版,2007(4):56-57
- [8] 王新利.科技期刊的专题策划[J].武汉科技大学学报:社会科学版,2006,8(5):85-87

(2011-06-22 收稿;2011-07-15 修回)

### 中国部分编辑出版类期刊2010年的引证指标与网络传播指标

刊名	复合总被引	期刊影响因子			基金比	被引半衰期	引用刊数	被引刊数	他引率	即年下载率/(次/篇)	总下载量/万次
		复合	综合	社科							
编辑学报	2 392	1.383	1.160	0.981	0.21	4.6	439	417	0.70	41	7.94
中国科技期刊研究	1 596	0.965	0.839	0.723	0.26	3.9	355	301	0.62		
出版科学	640	0.621	0.386	0.369	0.16	4.0	226	171	0.82	27	3.87
出版发行研究	1 280	0.619	0.401	0.390	0.14	3.3	204	230	0.89	32	9.46
中国出版	1 022	0.490	0.303	0.301	0.15	2.8	373	230	0.80	34	11.23
中国编辑	420	0.461	0.316	0.306	0.02	3.0	97	113	0.92	31	3.43
编辑之友	1034	0.455	0.307	0.298	0.15	4.2	272	267	0.91	29	8.71
科技与出版	642	0.407	0.293	0.281	0.10	3.1	124	193	0.83	20	5.48
编辑学刊	472	0.246	0.139	0.132	0.01	6.2	35	138	0.97	41	4.63
出版广角	467	0.244	0.137	0.131	0.02	3.1	49	105	0.98	14	7.08

注 1) 复合统计源由期刊、博硕论文、会议论文3统计源构成;2) 综合统计源指期刊类统计源,既包括人文社科类基础、应用、工作研究型期刊,也包括人文社科期刊的科技类基础研究型、技术研究型、技术开发型、高级科普型等期刊;3) 人文社科统计源期刊包括人文社科类基础、应用、工作研究型期刊。

(卞吉摘编自2011年版《中国学术期刊影响因子年报(人文社会科学)》)