

# 从编辑到出版:科技学术期刊工作理念 和工作重心的变化与准备\*

彭桃英

河海大学期刊部,210098,南京

**摘要** 在简要阐述编辑与出版的内涵、编辑与出版的关系的基础上,分析从编辑到出版的科技学术期刊工作理念和工作重心所发生的变化。认为应对从编辑到出版的变化,要从提高科技学术期刊编辑的公关活动素质、学术策划素质、市场开拓素质以及优化编辑部组织结构上作准备。

**关键词** 科技学术期刊;编辑;出版;编辑素质;编辑部组织结构  
**Preparation for change of work ideas and focus of sci-tech academic from editing to publishing**//PENG Taoying

**Abstract** On the base of introduction the connotation and relationship of editing and publishing, the change of idea and focus to work of scientific and technological periodicals resulted from the change from editing to publishing were analyzed. The writer thinks that preparation should be done from improving the qualities of editors of sci-tech academic periodicals such as public relations maintaining, academic planning and market opening, and from optimizing the organizational structure of editorial department.

**Key words** scientific and technological periodical; editing; publishing; quality of editor; organizational structure of editorial department

**Author's address** Journal Department of Hohai University, 210098, Nanjing, Jiangsu, China

中国高校科技期刊研究会第16次年会的主题是“从编辑到出版,我们准备好了吗?”。乍看这个标题,有几个问题在脑海闪现:编辑的内涵、出版的内涵、编辑和出版的关系、从编辑到出版有什么变化?我们如何准备?围绕这几个问题,笔者进行了思考,一孔之见求教于同人。

## 1 编辑和出版的内涵

《辞海》将编辑注释为“在新闻出版机构从事组织、审读、加工、整理稿件的工作,是定稿付印前的重要环节。亦指从事编辑工作的人员”。出版的定义大致可归纳为:将知识信息产品经过编辑加工后,大量复制在一定物质载体上,使其广泛传播的过程。就定义来看,编辑和出版的关系应该是局部和整体的关系。

但笔者认为,中国高校科技期刊研究会第16次年会主题中的“出版”的内涵应该是出版过程的经营管理,“编辑”主要指技术层面的编校加工;从编辑到出版,即从重

视出版工作的编校加工环节上升到关注出版过程的整体经营管理,从关注内容生产向关注市场需求转变。

## 2 从编辑到出版的变化

**2.1 工作理念的变化** 传统的科技学术期刊编辑工作目标是保证期刊学术质量和编校质量,编辑最基本的职责是把关(即从组稿到稿件的加工、编排均是选择、评价、整理和优选劣汰的过程),最基本的劳动是文稿的加工编排<sup>[1]</sup>。评价编辑工作水平高低的标准是编辑所编校稿件的质量;但注重经营管理的出版工作模式下的工作目标主要是所出版的科技学术期刊具有较好的社会效益和经济效益,编辑最基本的职责是组约优质稿件和搞好期刊的经营(包括发行经营、广告经营、会议经营、活动经营<sup>[2]</sup>),当然并不代表不重视编校质量。衡量一个编辑工作水平高低的标准增加了编辑组约优质稿件能力、选题策划能力、市场开拓能力,而编校质量只是其中的一项指标。

**2.2 工作重心的变化** 传统科技学术期刊编辑工作模式下,编辑的工作重心主要是来稿登记、初审、送审和文稿的编辑(包括编排标准的具体实施、图表的设计编排、数据的处理、文献的核查、文稿的校对等),对组约稿工作并不是特别重视,发行渠道单一,基本不考虑如何开拓市场。注重经营管理的出版工作模式下,编辑的工作重心主要是选题策划,联系主编、编委和作者等,保证期刊吸引到高质量的论文。这种模式要求编辑熟悉学科进展,积极参与学术活动,多与科学家打交道,编辑的工作由文案编辑为主变成了以社会活动为主。目前我国文化体制改革中,图书出版社的改革已经先行一步。已经改革的出版社工作重心不再是图书编校,而是出版发行,在关注社会效益的同时,经济效益在图书编辑的心目中的分量越来越重,很多图书编辑将图书编校的任务外包,他们的精力更多地放在组织好的书稿等市场开拓工作上。国外的期刊编辑模式与我国期刊编辑模式也不同,如斯普林格公司的编辑只是掌控流程、把握质量,大部分具体业务(比如排版、文字加工)都外包给菲律宾、印度的公司<sup>[3]</sup>。我国期刊体制改革正在进行中,相信体制的变化,会促使我国科

\* 中国高校科技期刊研究会基金项目(GBJXC1245)

技学术期刊编辑的工作内容和工作重心发生变化。

### 3 从编辑到出版的准备

**3.1 编辑的素质准备** 科技学术期刊编辑除了具有扎实的文字功底、较好的外语水平、一定的网络知识和计算机技术外,还要具有适应出版工作模式下的基本素质。

**3.1.1 公关活动素质** 要纽约到优质稿件,编辑没有一定的公关活动能力是做不到的<sup>[4]</sup>。编辑要善于结识行业专家,并会“黏人”但不“腻人”,使专家愿意成为科技学术期刊的审稿人或编委,愿意将自己的科研成果发表在编辑所服务的科技学术期刊上。具有公关素质的编辑会用心稳定作者、审稿专家队伍,也会拓展新的作者和审稿专家群,从而保证科技学术期刊有稳定而优质的稿源。

**3.1.2 学术策划素质** 编辑具有较好的学术素质,才能策划出好的选题。具有良好学术素养的编辑能了解学科前沿问题、热点问题、难点问题,对学术热点有较好的敏感性。同时,编辑还要具备较强的策划能力。策划指人们为了达成某种特定的目标,借助一定的科学方法和艺术,为决策、计划而构思、设计、制作策划方案的过程。选题策划是编辑精心设计的学术营销宣传,是对学术事件发生和发展的驾驭,对提高期刊的学术质量和社会影响力具有重要作用<sup>[5]</sup>。在以出版经营管理为工作重心的模式下,编辑必须同时具备良好的学术素质和策划素质。

**3.1.3 市场开拓素质** 走向市场的科技学术期刊最需要关注的是生产的内容、提供的服务等是否符合市场需要,能不能卖出去,从而在市场上求得生存与发展。首先要弄清科技学术期刊的市场在哪里。笔者认为,科技学术期刊具有3个阶段的市场:前端市场、中端市场和末端市场。前端市场指收取作者版面费;中端市场指依托期刊服务的行业,通过行业服务谋取办刊资源<sup>[6]</sup>;末端市场指期刊发行市场。办得好的期刊具有品牌效应,其收取的版面费大大高于普通期刊,而作者还趋之若鹜。大家可以想想,在国外SCI期刊上发表一篇文章要多少发表费,在国内品牌期刊上发表一篇文章需要多少版面费,但品牌期刊从来不缺稿源,退稿率大多超过80%,而普通期刊即使收取的版面费较低,还需要“等米下锅”,举步维艰。可见,要做好期刊的前端市场,首先要做好期刊的品牌。当然,学术期刊收取版面费一直为世人所诟病,认为是“杀鸡取卵”。而科技学术期刊的末端市场发展也比较困难,因为科技学术期刊是小众化期刊,读者面窄,发行量实在有限,靠大幅度提高期刊发行单价也并不现实,而且目前网络化数据库的发展也必定影响纸质期刊的发行市场。那么,最有发展机遇的市场就是中端市场。笔者认为,编辑开拓市场,要充分利用期刊资源,在拉专

业广告、发展期刊协办单位和期刊理事会、主办或承办学术会议、开展专业活动等方面下力气、动脑筋。

**3.2 编辑部组织结构的准备** 目前我国科技学术期刊编辑部一般由3~5名编辑和编务组成,编辑的工作职责主要是编辑校对文稿,编务承担的主要是与编排有关的事务性工作和寄送刊物。工作理念、工作重心的变化必然要求编辑部在组织结构上有一定改变。笔者认为,科技学术期刊集团化发展、集约化经营将是一种发展趋势。当多个科技学术期刊联合成为集团时,在组织结构上可以考虑设立市场开拓部、选题策划部、文字编辑部。在拥有多种期刊的发行单位,如一些重点高校,可以打破现有编辑部的界限,抽调一部分人负责文字编辑(还可外聘文字编辑,如同出版社的运作模式),大部分人负责组约稿和联系专家等学术经营工作,一部分人负责发行、广告、协办单位<sup>[7-8]</sup>、期刊理事会<sup>[9-10]</sup>等市场化运作。对不同部门的人有不同的考核评价标准,以促使期刊的学术运营和市场运营水平大幅度提高。

### 4 结束语

从编辑到出版,科技学术期刊工作的理念和工作重心均发生重大变化,对编辑素质提出了相应的要求。如何从提高编辑素质、变革编辑部运作模式等方面作好准备、应对变化,是值得业界人士思考的问题。

### 5 参考文献

- [1] 王立名. 科学技术期刊编辑教程[M]. 北京:人民军医出版社,1997:21-33
- [2] 彭桃英. 高校科技期刊品牌创建与经营方法探讨[C]// 颜帅. 中国高等学校自然科学学报研究会第14次年会论文集. 北京:中国高等学校自然科学学报研究会,2010
- [3] 颜帅. 访美散记:三[EB/OL]. [2012-06-09]. [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_54f7cb0801069te2.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_54f7cb0801069te2.html)
- [4] 彭桃英. 基于情报工作的科技期刊约稿策略探讨[J]. 农业图书情报学刊,2009,21(9):179-182
- [5] 袁桂清. 论科技期刊选题策划的意义与方法[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(2):180-184
- [6] 汪少敏,柳建乔,王爱群,等. 我国期刊集团化发展的思考[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(2):176-179
- [7] 袁桂清. 中国科技期刊经营模式研究[J]. 编辑学报,2007,19(5):327-330
- [8] 朱拴成,张扬. 科技期刊宜发展协办单位[J]. 编辑学报,2012,24(1):89-91
- [9] 彭桃英,张志琴,许宇鹏,等. 高校行业性科技期刊实现良性运行的思考[J]. 河海大学学报:哲学社会科学版,2009,11(2):87-89
- [10] 张静,程启厚,王明华,等. 科技期刊理事会经营模式探析[J]. 编辑学报,2012,24(1):92-94