

# 与时俱进的科技期刊编辑职能

徐静<sup>1)</sup> 刘冰<sup>2)†</sup>

1)中华医学会杂志社《中华心血管病杂志》编辑部;2)中华医学会杂志社;100710,北京

**摘要** 当代中国的政治、经济和社会文化环境以及传播技术和机构有其特殊性,中国科技期刊编辑职能的沿革除具有共性外,也有着自已鲜明的特点。文章聚焦于我国科技期刊编辑职能的沿革,以时间为主线,梳理影响出版业发展的几次重大变革对科技期刊编辑职能的影响,以期得出目前我国科技期刊编辑的主要职能,为在迷茫中前行的编辑找准自己的定位提供参考。通过梳理,发现信息筛选和编辑加工是编辑的基本职能,选题策划和营销是多年来在内外因素作用下新生的重要职能,其重要性甚至超过了基本职能,而新的数字技术,使编辑的上述职能更加多元,若要胜任编辑工作,编辑必须提高自身媒介素养。

**关键词** 编辑职能;历史沿革;数字出版;媒介素养

**History evolution of functions of Chinese sci-tech journal editors**//XU Jing, LIU Bing

**Abstract** The political, economic and social environments are contemporarily special in China, and the Chinese media also have their own characteristics. Therefore, the evolution of functions of Chinese sci-tech journal editors has its own features. This paper focuses on this issue and teases out the effects of some important events happened chronologically in journal publishing development on editor's functions. We find that basic functions of editors are screening information and editing, while topic planning and marketing are new duties for editors generated lately, and they may be more important than basic ones. Digital technologies push all the functions to advance, and make the media attainments become a basic requirement for editors.

**Keywords** function of editor; history evolution; digital publishing; media attainment

**First-author's address** Chinese Journal of Cardiology, 100710, Beijing, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.01.035

出版单位转企改制,传媒机构集团化,加入世界贸易组织(WTO)15年保护期已过,国外大型出版集团进驻中国市场来势汹汹,数字技术迅猛发展挤压纸媒生存空间……对于传统的科技期刊出版机构而言,上述种种情境迫使国内的科技期刊出版机构走上了转型的道路,而作为内容生产核心的编辑在转型的道路上充满了困惑,不禁要问编辑到底应该做些什么?也就是在这个崭新的时代编辑的职能是什么?俗语云“世间唯一不变的是变化”,编辑所担当的职能从其诞生之日起就因受到传播技术、传播机构的功能和性质、政治

环境、经济环境以及社会文化环境等内因和外因的影响而不断地调整和重塑。

本文聚焦于我国科技期刊编辑职能的沿革,以时间为主线,梳理影响出版业发展的几次重大变革对科技期刊编辑职能的影响,以期得出目前我国科技期刊编辑的主要职能,为在迷茫中前行的编辑找准自己的定位提供参考。

## 1 “事业单位企业化管理”对科技期刊编辑职能的影响

1978年党的十一届三中全会以后,改革开放全面展开,新闻出版单位也从纯粹的事业单位进入“事业单位企业化管理”的时代。科技期刊出版单位开始有了经营意识,编辑的职能在筛选信息、编辑加工、组织排版的基础上,也逐步重视目标受众的需求,增加了选题策划的职能,以及对成品期刊进行销售的职能,如自办发行、单行本发行。

随着市场化的深入,编辑的销售职能进一步转化成营销职能,从单纯的销售纸质出版物转化到整合营销<sup>[1]</sup>,包括充当广告掮客和通过组织学术交流会议而力求获得经济效益、社会效益双丰收。也正是由于编辑具有了营销的职能,使得其日常的人际交往变得复杂,对外除了要审稿专家、作者交流外,还要与众多身份不同的人打交道,如发行商、广告商、厂商、政府工作人员等,使得编辑更像个社会活动家<sup>[2]</sup>,而在某种程度上具有了公共关系的职能。

## 2 加入WTO对科技期刊编辑职能的影响

2001年12月中国正式加入WTO,标志着中国的改革开放更上一层楼。加入WTO对中国的各行各业都有着深远的影响。虽然政府对出版行业有着相应的“地方保护”政策,使得其不会像纺织、汽车等传统行业一样受到强大冲击,但在包括科技期刊在内的出版业的经营理念 and 方式、产业化思路及具体运作上都受到一定的影响<sup>[3]</sup>。

加入WTO的影响是双向的,意味着“走出去”和“引进来”的双向流通都会更为顺畅;但由于欧美等一批世界一流的科技期刊和出版传媒集团的学术和经营水平都明显高于我国,加之中文的语言穿透力远不如

† 通信作者

英语,这种“势能”容易造成“贸易逆差”,我们的科技信息产品要“走出去”格外艰难。当务之急还是要解决如何在本土站稳脚跟的问题。这就迫使科技期刊强化市场经营意识,也就强化了编辑的营销职能,包括在选题策划时更加关注受众需求、给予受众更好的使用体验并关注受众的反馈等。

另一方面,加入WTO也使中外科技期刊的交流更为顺畅,为更好地学习国际大刊的办刊经验提供了机会。有学者认为国际大刊刊载的学术论文水平普遍高于我国,主要原因是编辑的专业学术水平普遍高于我国<sup>[4]</sup>。虽然笔者不完全赞同此观点,其中的影响因素诸多,比如中国的科研水平、语言文字、“SCI 杠杆”等的限制,这里不再赘述;但是笔者认为专业编辑作为期刊的核心竞争因素之一确实值得重视,而且确实对我国科技期刊有一定影响,它强化了科技期刊编辑的信息筛选职能和选题策划职能,强调编辑学术素养的重要性。

### 3 出版单位转企改制对编辑职能的影响

随着市场经济地位逐渐强化,随着入世保护期的逐步逼近,为了做大做强一批中国的出版传媒机构,2008年我国政府提出了出版传媒机构全面转企改制的时间表和路线图,2009年原国家新闻出版总署署长柳斌杰提出了“推动我国向新闻出版强国迈进”的目标。此后,我国的出版传媒机构全面地进入了转企改制的时期。由于历史上遗留的问题,我国的出版传媒机构存在“小散弱”的特点,转企改制,最明显的变化就是原有的一些机构进行融合,形成了很多大型的传媒集团。在科技期刊领域,如中华医学会旗下的131种(期刊群刚形成时为69种)系列杂志形成了国内最大的医学科技期刊群,“抱团”发展,很具代表性;但是,目前我国科技期刊集团的整体实力仍较国外大型的出版传媒集团有着很大的差距,比如威科集团(Wolters Kluwer)截至2014年,下属为不同专业人士提供科技信息服务的子公司数十个,业务范围涉及法律、商业、税收、风控、审计、合规和健康等多个行业,全球员工超过1万9000人,遍布40多个国家,而2014年的利润更是达到37亿欧元。

科技期刊的转企改制、集团化发展,对编辑最大的影响,笔者看来就是把编辑专职化的问题提上了日程。由于机构涉及的编辑业务庞杂,编辑需要处理的事情众多,另外,对编辑的专业化要求又高,业内有人主张将编辑分成策划编辑、文稿编辑、文字编辑、营销编辑等,根据不同类型的编辑职能进行人才的选拔与培养,各司其职<sup>[5-6]</sup>,以便更好地应对挑战。

### 4 数字化出版和社交化平台对编辑职能的影响

数字出版兴起于20世纪末,短短10余年已对传统出版行业产生了巨大的冲击。加拿大著名传播学家麦克卢汉崇尚技术对传播的影响,他有一个著名的理论——“媒介即信息”,他认为从长远的角度看,真正有意义的讯息并不是媒介提示的内容,而是媒介本身,也就是说人类只有在拥有了某种媒介之后才有可能从事与之相适应的传播和其他社会活动,媒介最重要的作用就是“影响了我们理解和思考的习惯”,因此真正有意义和价值的“讯息”不是传播的内容,而是传播工具的性质、它所开创的可能性以及带来的社会变革。

20世纪末,数字技术多作为一种工具,用于科技期刊的编辑加工、排版印刷以及存储,当互联网普及以后,增加了通过函件与作者和审稿人交换信息的功能,对于编辑而言,其最大的作用在于提高了工作效率,但对编辑职能并没有多大的影响。21世纪前10年,互联网迅猛发展,国际上的一些出版传媒集团已经开始基于以互联网为代表的数字技术特点的信息服务商方向的转型部署,而我国科技出版机构对新技术没有这么敏感,没有引起足够的重视,在业界,还普遍只把数字媒介当成一种出版平台,探讨着传统纸媒出版的“媒介搬家”问题;因此,在这个时期,以互联网为代表的数字技术也没能撼动传统的编辑职能,多认为编辑需要具有熟练操作计算机以及网络应用的基本技能就够了<sup>[7-9]</sup>。

在这个时期有一点值得注意,国内已有一些科技出版集团开始开发并应用了远程稿件处理系统,实现了投稿、审稿、定稿、排版、退稿以及存档等一体化,使办公的自动化和网络化实现了跨越,而且远程审稿系统同时也是一个数据库,可以积累有关作者、审稿专家以及稿件等的相关数据,为数据挖掘和再利用做好了准备。

到21世纪10年代,互联网特别是移动互联的普及应用,重新建构了人类社会沟通、获取信息以至生活的方式,此时不禁感叹于麦克卢汉对媒介的深刻认识,而对于科技期刊而言,仅依靠传统纸媒的内容生产和运作方式难以发展,也就是说这次数字技术的发展最终将科技期刊推上了数字化生存的道路,而作为生产核心的编辑,其职能也发生了重大改变。

数字出版已不再是单纯的出版这么简单,国内有实力的科技出版传媒集团已经开始向信息服务商转型。仅将传统纸版书刊的内容进行“媒介搬家”,通过互联网或移动互联网的渠道,让用户通过计算机或手机、Ipad、电子阅读器等移动终端阅读远远不够。机构必须基于互联网自身的特性,有针对性地开发相关的数字信息服务产品。

比如,基于互联网的海量存储、开放性和可交互性,开发可提供海量文献和具有强大检索功能的集成型数据库,可以大大提高目标受众的工作效率。基于移动互联的海量存储、开放性、可交互性和移动的特性,开发可供目标受众实时“咨询”的二次文献数据库,如国外众多医疗科技信息服务集团近年来的重点产品临床解决方案类的数据库。

再如,基于互联网的多媒介融合和交互特性,开发应用 App 时注意文字、图画、音频和视频的有机融合,根据不同的信息内容选取最佳的表现形式,或几种表现形式的组合,还可以就某一热点问题实现编辑、审稿专家和医生间的互动,比如针对外科医生群体,介绍一种新的术式,可以图文、三维动画和音视频结合,这种传播效果将明显强于单一的文字描述<sup>[10]</sup>。

因此,身处数字出版时代的编辑要传承纸质出版时的职能,一是因为目前为止纸质出版物仍是多数国内科技出版机构的首要产品,二是内容无论在何时都是出版或信息服务机构的立足之本。在秉承传统职能的基础上,编辑职能显然又有所升级,几大基本职能,如选题策划、信息筛选、编辑加工和营销,要比单一纸质媒介的时候复杂得多,作为产品开发和生产的发动机——编辑,在履行上述职能时,除传统上对内容的把控外,还必须清楚什么内容适用什么样的表现形式,适合通过什么渠道发布,反之亦然,即针对什么样的发布渠道,需要开发什么样的传媒产品。要了解互联网的盈利模式,版权和数字版权交易固然重要,但第三方付费才是互联网的主要盈利模式,而“粉丝”的数量是媒体机构与第三方机构议价的资本;所以,传媒机构必须全力吸引更多“粉丝”,并增加其黏度,对编辑而言制作内容与形式完美结合的传媒产品满足用户的使用需求尤为重要。要有大数据应用的意识,大数据的建模和挖掘是一项非常专业的系统工作,作为编辑实难胜任,但至少要有为大数据的挖掘积累资料的意识。要具备期刊版权,特别是数字版权保护的基本常识,数字时代使版权保护的问题越发迫切。这都要求编辑必须具备很高的媒介素养。

社交媒体的普及带来了一个“全民记者”时代的到来,人人都可以通过网络发出自己的声音,这对大众媒体影响很大,同样对科技出版机构有着一定的影响。科学家、专家完全可以通过博客、微博、微信等信息发布平台,随时发布自己的观点,并能进行实时互动,渠道和信息似乎不再是个稀缺资源;但也正是因为渠道的畅通,带来了一个信息爆炸的时代,人们对过大的信息量往往感到无所适从,而且专业人士对科技信息的准度和信度要求更高。另一方面,很多内容与形式完美结合的

产品,比如数据库产品,仅凭个人是难以生产出来的。因此,编辑的职能不仅没有消失,反而得到了强化<sup>[11]</sup>。

## 5 结束语

用系统论的方法分析编辑职能,我们发现编辑职能处在一个开放的系统当中,在系统内部,编辑职能受到传播技术、传媒机构的性质和结构等的影响,而系统外部的政治、经济、社会等因素也会对其产生影响。通过对我国科技期刊编辑职能沿革的梳理,发现信息筛选和编辑加工仍是其基本职能,选题策划和营销是多年来在内外因作用下新生的重要职能,其重要性甚至超过了基本职能,而新的数字技术,使编辑的上述职能升级,编辑若要胜任则必须提高媒介素养。

随着时间的流逝,社会的发展,特别是新的科技信息服务形式的出现,未来科技“出版”在内容组织、数据管理、发布呈现等方面还会有更加新颖的展示形式。随之而来,编辑职能也会不断调整重塑,绝不是一成不变的,而是与时俱进的。

作为编辑,要主动应对变化,保持开放的思维,不断学习和调整自身。数字技术给传媒产业带来的冲击前所未有,但对于传统出版机构而言,这是一个最坏的时代,也是一个最好的时代。

## 6 参考文献

- [1] 李慧萍. 论信息时代市场经济环境下编辑职能的转变[J]. 今传媒, 2012(9): 116
- [2] 陈进. 市场经济条件下出版社编辑应强化的八种职能意识[J]. 科技经济市场, 2007(11): 138
- [3] 马智, 刘卫国. 加入 WTO 对科技期刊的影响及对策思考[J]. 中国科技期刊研究, 2002, 13(4): 282
- [4] 席莉. 浅析中外科技期刊编辑工作差异[J]. 出版广角, 2014(16): 62
- [5] 刘春荣. 出版产业化时代, 编辑是不是必须万能? [J]. 出版科学, 2013, 21(5): 26
- [6] 张然. 编辑职能探析: 读《编辑人的世界》有感[J]. 中国校外教育(基教版), 2012(9): 1
- [7] 张丹郁. 现代媒体发展与编辑职能的转换[J]. 地质技术经济管理, 2001, 23(3): 84
- [8] 鲁亚琳. 传统期刊与新技术环境的融合使用[J]. 编辑之友, 2008(4): 53
- [9] 欧阳菁, 黄少华. 编辑在提高学术期刊传播力中的作用研究[J]. 韶关学院学报, 2013, 34(10): 59
- [10] 徐静, 王斌, 刘冰. 科技出版数字化转型中的产品思维变革[J]. 编辑学报, 2015, 27(6): 525
- [11] 高荣慧, 樊红雨. 数字出版环境下医学期刊编辑职能转变的思考[J]. 中国中医药图书情报杂志, 2014, 38(1): 53