

期刊选题策划与栏目创新的实践与思考

——以《江苏中医药》为例

冯广清 黄亚博[†]

《江苏中医药》编辑部,210029,南京

摘要 选题策划与栏目创新是办刊人对期刊主题与内容的设计安排,体现办刊人办刊思想、职业水平和创造能力。在选题策划与栏目创新中,《江苏中医药》杂志通过自身实践总结出借题发挥法、借鸡生蛋法、移花接木法、先声夺人法、八仙过海法、小题大做法、暗香微度法、无中生有法等8种策略,对期刊建设具有积极的借鉴意义。

关键词 选题策划;栏目创新;实证研究;期刊

Practice and reflection on the planning of subjects and innovation of columns: taking *Jiangsu Journal of traditional Chinese Medicine* as an example/FENG Guangqing, HUANG Yabo

Abstract The planning of subjects and the innovation of columns are the design of the subjects and contents of periodicals, which reflect the editors' thinking, professional level and creative ability. In the selection of topics and the innovation of columns, the editors of *Jiangsu Journal of traditional Chinese Medicine* sums up eight strategies through their own practice, which have positive significance for the construction of periodicals.

Keywords planning of subjects; innovation of columns; empirical research; periodical

Authors' address Editorial Department of Jiangsu Journal of Traditional Chinese Medicine, 210029, Nanjing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.06.026

选题策划是体现办刊人办刊思想、职业水平、创造能力的重要工作,是对期刊内容的顶层设计,也是构建精品期刊的重要步骤^[1],对塑造期刊品牌知名度发挥着关键作用^[2]。栏目是在内容上或表现形式上体现一定特色,并有提示性、概括性名称的板块^[3],是反映办刊人选题策划与设计理念的重要窗口,也是展示期刊风格与亮点的特色标志。

近些年来,期刊界对选题策划、栏目创新等方面较为关注,并从不同视野进行过研究^[4-8],不断探索寻求新的策略与思路。

《江苏中医药》杂志将选题策划和栏目建设与创新紧密结合,以栏目特别是重点栏目建设与创新为抓手,打造特色品牌,取得显著成效。在选题策划与栏目创新中,《江苏中医药》通过自身实践总结出如下8种策略。

1 借题发挥法

“借题发挥”原意是指借着某件事情为题目来做文章,以表达自己真正的意见或主张。此处是指在选题策划和栏目创新中,具有较高的敏锐性和思维发散能力,善于借助于某件事情、某条信息、某个话题策划选题,并充分发挥,从而达到最佳效果。

1) 策划“青蒿素研发与江苏渊源探考”选题。2015年10月,屠呦呦荣获2015年诺贝尔生理学或医学奖,《江苏中医药》抓住这一热点,“借题发挥”,策划选题。编辑部在广泛调查的基础上发现,江苏与青蒿素的研究、发现有着深厚的渊源。屠呦呦对青蒿的关注来自东晋时期江苏医家葛洪所著《肘后备急方》。《肘后备急方》是最早记载“青蒿治疟”的医学文献;在青蒿素研发中,屠呦呦团队又受其所载“绞汁”服法的启发而取得关键性突破。江苏高邮等地区民间采用青蒿治疟的经验为青蒿素研究、发现提供了灵感和依据。

江苏高邮全力组织开展青蒿简易剂型治疗疟疾临床研究,在青蒿和青蒿素研究中发挥了重要作用。全国“523”领导小组1978年11月在江苏省扬州市召开的青蒿素(黄蒿素)治疗疟疾科研成果鉴定会上,江苏省高邮县(现高邮市)卫生局被认定为6个主要研究单位之一,1981年3月又被评为疟疾防治研究工作重大贡献先进集体,进一步肯定了江苏高邮在青蒿素研究中所做出的重要贡献。

在策划这一选题的过程中,编辑部联合江苏省中医药发展研究中心,先后赴高邮、句容(葛洪故里)等地进行实地调研,在当地召开专题座谈会,探访听取原青蒿治疗疟疾科研小组成员和临床治疗参与者讲述当时参与青蒿治疗疟疾研究的相关情况,并收集第一手资料。在此基础上,形成了专题调研报告——《青蒿素研究发现与江苏渊源探考》^[9],在第一时间通过《江苏中医药》2015年11期刊发,是同类中医药期刊中最早发布专稿的杂志。

2015年12月10日,屠呦呦在瑞典接受诺贝尔奖颁奖当天,编辑部联合江苏省中医药发展研究中心等部门又策划组织召开了“江苏中医药界祝贺屠呦呦荣获2015年诺贝尔生理学或医学奖座谈会”。《江苏中

[†] 通信作者

医药》2016年第1期用显著版面以《学习屠呦呦精神 建设中医药强省》为题对座谈会实况进行了专题发布^[10]；继后又刊发了《屠呦呦获诺贝尔奖与青蒿素研发对中医药发展的启示》等专题文章，受到业内的极大关注。编辑部策划的这一选题，被评为2015年度江苏省中医药10大新闻之一。

2) 策划“国医名师”选题。2016年2月，江苏省卫生和计划生育委员会、江苏省中医药局公布了首批江苏省国医名师评选结果，许芝银、邹燕勤、孟景春、唐蜀华、徐荷芬、徐福松、诸方受、盛灿若、王灿晖、孙浩等10人当选。当选的国医名师，均为逐级选拔、专家委员会评审，从行医50年以上的省级名中医和名中西医结合专家中遴选产生。《江苏中医药》以此为切入点，“借题发挥”，策划了“国医名师”选题，专栏刊登10位国医名师的学术思想和临床经验文章，以更好地传承名医经验，弘扬中医学术。

2 借鸡生蛋法

“借鸡生蛋”是指借助他人的力量，来实现自己的目标。在选题策划实施过程中，要善于采用“借鸡生蛋”法，发挥外部资源的优势，促进目标的实现。

从2006年开始，《江苏中医药》编辑部策划了《专家笔会》栏目，围绕行业以及广大读者所关注的各专科的疑难病症、学术热点以及中医药特色疗法，约请全国范围内多位权威专家分工撰稿，围绕某一专题从不同视角集中进行深入探讨。在实施过程中，编辑部遇到的最大难点就是组稿问题。由于医学学科分科较细，编辑部人员对某些专科特别是一些亚专科领域的专家情况不够熟悉，约请专家撰稿工作不易开展。基于此，编辑部在综合分析的基础上，探索采取“借鸡生蛋”法，依托杂志编委会专家资源，通过聘请栏目专家主持人的形式（每期特聘一两位专家主持人，由栏目编辑负责工作对接），专家主持人就《专家笔会》栏目确定的选题进行组稿，约请名家撰稿。

专家主持人本身都是各学科领域的权威专家，对该领域的学科发展及专家学者的情况比较熟悉，充分了解各专家的擅长领域和专攻方向，由专家主持人约请，能做到有的放矢，受约专家都能积极配合，较为及时地完成撰稿任务，且撰稿角度更具有针对性。最后由专家主持人进行统稿和学术把关，必要时由专家主持人召集各撰稿人就稿件内容进行专题研讨，以更好地保证栏目稿件的学术质量。

编辑部通过“借鸡生蛋”，实现了《专家笔会》栏目的选题策划目标，打造出自身的栏目品牌，得到广大读者和学科专家的肯定。编辑部还依托江苏省中医药学

会名家流派研究专业委员会，策划了《名家流派》栏目，刊发孟河医派、吴门医派、龙砂医学流派系列研究文章，进一步彰显了江苏中医药的学术特色。

3 移花接木法

“移花接木”是指把一种花木的枝条或嫩芽嫁接在另一种花木上。本文所指“移花接木”乃是一种将资源巧妙对接整合的创新工作方法。在期刊选题策划工作中，要善于“移花接木”，巧妙进行资源对接共享，实现共赢发展。

《江苏中医药》与江苏省中医药系统学会进行资源对接，实施“刊会结合”的发展战略，通过“移花接木”，实现了学会与杂志的资源共享，优势互补，取得了双赢的效果。江苏省中医药系统学会共设有80多个专业委员会，拥有1万余名会员，并建有各类专家库，每年组织数十场学术交流活动。在举办公学交流活动中，往往会征集大量会议论文，其中不乏一些高质量稿件。《江苏中医药》充分利用学会的这一学术资源，“移花接木”，与杂志选题策划紧密结合，围绕会议主题选题策划，优先刊发高质量会议论文，既扩大了学会学术会议的学术影响，又增加了杂志的看点。

4 先声夺人法

“先声夺人”出自《左传·文公七年》，“既不受矣，而复缓师，秦将生心，先人有夺人之心”，是指先造声势以动摇对方的士气。后也比喻做事前先一步，争取主动。在选题策划中“先声夺人”法，强调的是选题策划要体现超前性。办刊人要在全面掌握现有行业、学科、专业和学术发展信息的基础上，把握发展规律，对未来趋势做出预判，同时也是杂志发挥导向作用、引领学术发展重要职责的体现。

2008年10月，《江苏中医药》策划《中医大家》栏目，并在所举办的中医药传承创新论坛上正式举行开栏仪式。编辑部从自己的角度遴选排出了当时最具代表性的6位中医大家，分别是干祖望、朱良春、丁泽民、徐景藩、周仲瑛、夏桂成，策划推出这6位中医大家的学术思想、临证经验研究系列文章。这6位中医大家中有5位分别在2009、2014年首届和第2届国医大师评选中光荣入选，丁泽民教授则被评为国医楷模。

2006年《江苏中医药》创刊50周年，编辑部策划了《五十名医贺华诞》栏目，遴选的50位名医中，16位先后获得国医大师称号。这也验证了《江苏中医药》选题策划的超前性，抑或是导向性，可谓是“先声夺人”，意识超前。此外，值得一提的是，编辑部还对国医大师在《江苏中医药》刊发的文章进行整理，策划出

版《江苏国医大师文集》,受到业内好评。

5 八仙过海法

“八仙过海”语出明《八仙过海》第2折:“……则俺这八仙过海神通大,方显这众圣归山道法强,端的万古名扬。”相传八仙过海时不用舟船,各有一套法术。在选题策划中,“八仙过海”法指的是发挥不同作者(专家)群体的优势,基于不同作者群体或具有名望的专家个人策划选题,从而展现出各自的学术风采,而成为杂志独特的亮点。

多年来,《江苏中医药》在选题策划中,以“人物”为切入点,采取“八仙过海”法,发挥名家之长,尽显作者之能,策划出《菡萏医话》(《干祖望医话》)、《周仲瑛医案》《徐景藩脾胃病诊治歌括》《朱良春辨治实录》《夏桂成论经间期》《特约专稿》《名医长廊》《院士特稿》《博士论坛》《走近院长》《江苏已故中医药学家临床经验》等一系列特色栏目和专题。通过各类专家(作者)群体(个人)独具一格的临证经验、学术精华和特色亮点的组团式集中呈现,在展示专家(作者)学术风采的同时,提升了杂志的学术影响力,打造出自身的特色品牌。其中值得一提的是,2007年策划开办的《名医长廊》栏目,每期专题介绍江苏省内的国家、省、市级名中医和名中西医结合专家及其创制的经验方,截至2015年底,已有216位名医登此栏目,此栏目曾获得江苏期刊明珠奖“特色栏目奖”。

6 小题大做法

“小题大做”是指拿小题目做大文章。在传统意义上,多为贬义,常比喻把小事当作大事来处理。在选题策划中,“小题大做”法具有以下2方面内涵。

一是要善于从小切口做大文章。就某些专题而言,选题宜小,要善于聚焦。选题过大反而容易导致泛泛而谈,缺乏针对性和深刻性,而小选题则可以谈深谈透谈到位。比如《江苏中医药》的《专家笔会》栏目,每期基本都从学科专业和广大读者所关注的小选题入手,精心策划,重点组织,集中邀请多位大专家专题研讨某一疾病甚至某一疾病某一阶段或者某一症状的中医药诊疗方法,做到了准确聚焦,精准发力,取得了较好效果,成为杂志的一大亮点。

二是要善于捕捉并不显眼的闪光点。在选题策划中,要注意细致观察,增强敏锐性,善于挖掘潜在的亮点,捕捉并不显眼的闪光点,星星点点,交融汇聚,而使之成为一道亮丽的风景线。《江苏中医药》多年前就策划了《医海拾贝》《医案医话》《短篇报道》等栏目,其用意就是挖掘亮点,体现实用,以小见大。

7 暗香微度法

“暗香微度”出自元代刘秉忠《江边梅树》诗:“素艳乍开珠蓓蕾,暗香微度玉玲珑。”暗香微度的意思为,隐隐而不张扬的香味,慢慢地弥散,淡雅而清香,耐人寻味。在选题策划中,暗香微度法则指策划人在选题策划中蕴藏的不容易被明显觉察到的连续性创意,在近乎寻常中表达策划人的创意目的,唯有留心观察,细细体会,方能领略到策划的巧妙创意。

《江苏中医药》杂志自2007年以来,在封面上“暗香微度”,每期都蕴含了策划人特殊而用心的创意设计。杂志每期封面都刊登一幅历代江苏(或长期生活在江苏)医家著作的图片,与江苏省版图相契合,10年来共展示江苏医家著作100多部,在美化和丰富版面的同时,让人潜移默化地感受了江苏中医药特色,体现了策划人的巧妙创意。

8 无中生有法

“无中生有”一词源于《老子》“天下万物生于有,有生于无”,表现了道家对事物认识的朴素辩证观。在传统思维中,“无中生有”是贬义词,多指凭空编造之意;然而,从某种意义上讲,就事物发展而言,从无到有的过程,本身就是一种突破和创新。在期刊编辑出版工作中,特别是选题策划和栏目建设中,更要体现创新精神,这就要求办刊人用好“无中生有”法,突破旧观念,创立新思维。

无中生有法是选题策划和栏目创新的通则,任何一个选题的产生、一个栏目的打造实际上都是从无到有、无中生有的过程。除此以外,无中生有法也蕴含着对期刊功能的拓展。要发挥杂志潜在功能,从更高层次、更广范畴为杂志选题策划、谋篇布局,要有“跳出杂志办杂志”的办刊思路。通过“无中生有”法,全方位展示办刊人的创造能力和创新思维。

《江苏中医药》杂志在认真做好日常编辑出版工作的同时,发挥自身优势,体现责任担当,无中生有,拓展功能,围绕促进中医药事业发展这个中心任务,策划了一系列亮点品牌活动,在助力行业繁荣的同时,也进一步扩大了杂志自身的品牌影响。

1) 策划江苏省中医药10大新闻和新闻人物评选活动。为了集中展示全省中医药事业发展取得的新成就、新特色、新亮点,增进社会各界对中医药工作的了解、关心和支持,促进中医药行业精神文明建设,积极营造良好的社会舆论氛围,进一步推进江苏中医药事业改革发展和中医药强省建设,在江苏省中医药局支持下,《江苏中医药》发挥自身媒体优势,联合江苏省

中医药发展研究中心、江苏省中医药系统学会、江苏中医药信息网于2011年起策划组织开展了江苏省中医药10大新闻和新闻人物评选活动。评选活动通过对全省中医药行业年度新闻、亮点工作、特色举措、热点人物的回顾与盘点,集中展现江苏中医药行业的新气象、新突破和新成就,积极彰显江苏中医药人崭新的精神风貌和良好的道德风尚,凝聚中医药行业正能量,唱响中医药发展好声音。每年2月5日,由《江苏中医药》发布江苏省中医药年度10大新闻,每年3月1日发布视频版。活动连续举办6年来,受到了行业内外的广泛关注,已成为江苏中医药行业的亮点活动品牌。2016年12月,该活动被江苏省科技期刊学会授予“十佳品牌活动奖”。

2) 策划青年中医读书知识竞赛活动。为了进一步激发广大青年中医药工作者的读书学习热情,大力促进青年中医药人才成长,繁荣中医药文化,同时进一步扩大杂志影响,吸引更多读者关注,《江苏中医药》分别于1992、1998、2008、2014年面向全国策划举办了4届较大规模的“青年中医读书知识竞赛活动”。其中,2008年、2014年分别结合奥运和青奥盛会的举办,开展了“与奥运同行”“与青奥同行”青年中医读书知识竞赛。策划举办了竞赛启动仪式、现场总决赛、颁奖大会等配套活动,举行了向青年中医代表赠书、青年中医读书倡议、签名等一系列活动。竞赛活动受到行业内外的广泛关注,参赛范围覆盖全国各地。活动的策划举办,为青年中医读书营造了良好的氛围,也进一步提升了杂志的品牌影响力。

3) 策划江苏省中医药发展论坛。为了进一步促进新时期全省中医药事业发展,加快推进中医药强省建设,《江苏中医药》联合江苏省中医药发展研究中心、江苏省中医药系统学会,于2011年策划了每年一届的江苏省中医药发展论坛(江苏省中医药发展、中西医结合学术大会)。论坛定期于每年3月1日举办,

已成为全省中医药学术界规格最高、规模最大、影响最广的行业年度盛会。论坛整合了中医药发展战略高端学术报告、江苏中医药科技奖颁奖、江苏省中医药10大新闻揭晓、江苏省中医药发展研究报告发布等多项活动,集中展示全年江苏中医药科技创新与学术发展成果。至2017年,论坛已连续举办7届,在业内形成了显著的品牌效应和较大的学术影响,对促进全省中医药和中西医结合学术繁荣与发展发挥了积极作用。

9 参考文献

- [1] 刘志武. 学术期刊选题策划的思考[J]. 中国出版, 2011(10): 38
- [2] 代艳玲, 朱拴成. 提升期刊学术质量与影响力的方法与途径: 选题策划与组稿[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(2): 157
- [3] 全国出版专业资格考试办公室. 出版专业理论与实务: 中级[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2006
- [4] 韩铁梅. 开发与整合: 选题策划的基本思路[J]. 出版科学, 2016, 24(1): 42
- [5] 冯书生, 王云燕. 试论学术期刊选题策划[J]. 中国出版, 2014(10): 35
- [6] 赵丽颖, 杨永庆, 宇广华. 以特色栏目打造精品期刊: 《中国实用口腔科杂志》专题笔谈栏目选题策划[J]. 中国科技期刊研究, 2011, 22(3): 448
- [7] 薛瑞汉. 新媒体环境下学术期刊选题策划的路径选择[J]. 新闻爱好者, 2016(7): 50
- [8] 程建霞, 吕雪梅, 张大勇, 等. 论科技期刊选题策划中的信息整合[J]. 编辑学报, 2011, 23(2): 99
- [9] 黄亚博, 冯广清, 商璐. 青蒿素的研究发现与江苏渊源探考: 祝贺屠呦呦荣获2015年诺贝尔生理学或医学奖[J]. 江苏中医药, 2015, 47(11): 1
- [10] 《江苏中医药》编辑部. 学习屠呦呦精神 建设中医药强省: 江苏中医药界举行座谈会祝贺屠呦呦荣获2015年诺贝尔奖[J]. 江苏中医药, 2016, 48(1): 1

(2017-07-07 收稿; 2017-08-02 修回)

2017年中国高校科技期刊研究会优秀编辑学论著评选揭晓

本刊讯 为鼓励高校科技期刊办刊人参与编辑学尤其是科技期刊学研究, 2017年中国高校科技期刊研究会开展了优秀编辑学论著评选活动, 共收到参评论文141篇和著作3部(均为2016-01-01—2017-09-30期间发表或出版)。经评委会严格评审, 最终评出: 金笔奖5篇, 银笔奖25篇(部), 优秀奖35篇(部)。荣获金笔、银笔奖的论著第一作者分获刻有姓名及研究会标志的“金笔”和“银笔”1支。获奖论著的发表单位分布如表1所示。

表1 获奖论著的发表单位分布(数量(占比))

奖项	数量	编辑学报	中国科技期刊研究	科技与出版	其他
金笔奖	5	4(0.80)	0(0)	0(0)	1(0.20)
银笔奖	25	10(0.40)	9(0.36)	4(0.16)	2(0.08)
优秀奖	35	9(0.26)	14(0.40)	3(0.09)	9(0.26)

(严九慧)