

DOI: 10.19411/j.cnki.1007-7030.2019.05.013

特色栏目建设与编辑策划

冯 斌, 钱 澄

(扬州大学 学报编辑部, 江苏 扬州 225009)

摘 要: 引入策划机制对于高校学报的生存与发展有着重大的意义。特色栏目便是策划的产物, 策划亦贯穿特色栏目建设的整个过程。特色栏目策划包括定位策划、选题策划和组稿策划等几个重要方面。

关键词: 学报; 特色栏目; 编辑策划

中图分类号: G232

文献标识码: A

文章编号: 1007-7030(2019)05-0125-04

高校学报进行特色栏目建设有着多重意义。其一,在高校学报普遍存在“全、弱、小、散”问题而导致影响力式微、读者满意度与信誉度降低的情况下,有助于形成特色与个性,提高学术影响力和刊物知名度,并在此基础上成为专业化转型的通道;其二,引进策划机制,对于编辑思维、编辑方法、编辑习惯的转变有着开拓性的意义,这一点对于高校学报的生存与发展尤其重要。

我国高校学报综合性刊物占绝大多数的格局是计划经济时代形成的,办刊宗旨强调学报的“窗口”作用,强调为本校教学科研的服务功能,在某种程度上忽视了编辑的主体意识和创造性能力的发挥,编辑工作主要是对来稿进行修改加工,策划的理念和作用被忽略。而在市场经济深入发展、信息来源多元化且更新速度加快的今天,出版业的生态环境已发生了根本性的变化,那种不计成本、不考虑效益和影响的办刊方式已难以为继。“期刊不再只是喉舌,而是一种特殊的商品”,^①作为一种特殊的商品,学报同样要参与市场竞争,同样要服从于市场竞争的规律。若要在竞争中立于不败之地,就必须引入策划机制。策划是一种超前性的行为,具有明显的主动性和创造性,它是“对出版内容、出版时机、出版形式等方式所进行的设计、谋划和预想”。^②成功策划,才能占有市场、吸引读者,成为传播科研成果的公共平台,更好地为我国科学技术的发展做出应有的贡献。

特色栏目便是编辑策划的产物,而且策划贯穿栏目打造的整个过程。笔者以为,特色栏目建设成功与否主要取决于这样几个方面,即定位策划、专题策划、组稿策划。

一、定位策划

进入市场经济和信息多元化时代,读者对信息的需求越来越大,期刊所面对的是一个不断细分

收稿日期:2018-02-10

作者简介:冯斌,扬州大学学报编辑部副编审,主要研究方向为编辑学和高等教育学;钱澄,扬州大学学报编辑部编审,主要研究方向为历史文化与编辑学。

① 赵明地、张宏玉:《期刊编辑策划论略》,《世纪桥》2009 年第 9 期,第 138—139 页。

② 李春来:《浅论期刊的编辑策划意识》,《农业图书情报学刊》2008 年第 8 期,第 165—167 页。

化的市场。“人们对期刊的选择将逐渐集中在专业化程度和市场细分化程度较高的一些期刊品牌上”。^① 期刊在市场经济中的竞争,说到底,不是期刊选择读者,而是读者选择期刊。期刊存在的价值在于拥有读者,谁拥有了读者,谁就在市场经济的竞争中占据有利地位。因此,读者定位应该成为刊物所有编辑工作和活动的起点,一切都应以读者为中心,以满足读者的需要为目标。正如李栓科先生所说:“做期刊的过程中有一个非常重要的环节,那就是在读者中树立阅读期待。没有一个强烈的阅读期待,就不可能成为一个口口相传的品牌,只有口口相传时你的发行量才会突飞猛进,你的东西才会越做越大……”^② 反观绝大多数综合性学报,面面俱到、无所不包,从根本上忽略了读者定位,因此,读者的阅读期待便无从谈起,读者的疏离不可避免。

笔者以为,特色栏目建设的定位策划从本质上讲,就是读者定位,只有这样,才能在学报整体综合性的条件下,实现局部专业化,找到自己的目标读者或核心读者,激发起读者的“阅读期待”,提高读者的忠诚度、信誉度和关注度,形成一种归宿感,从而为学报的专业化转型打好基础。而要达到这个目的,特色栏目建设有必要采取“差异化”战略,亦即人们常说的“人无我有、人有我优、人优我特”,应“有别于其他期刊的个性化、独特特色……雷同的策划突出不了自己期刊的特色,最终会被读者所抛弃”。^③ 唯有与众不同,才会吸引关注、脱颖而出。在这方面学报大有可为,尤其对那些所谓的“第三世界”学报来说,更有着积极的意义。“第三世界”学报总体实力虽不强,但并不是一无是处,由于所处的地域环境不同,长期办学的积累积淀不同,每一个高校都有自己的特色、特点,借助于这些特色、特点打造特色栏目,就会形成与众不同的个性。既可以借助自身独特的地域文化优势打造特色栏目,如《重庆三峡学院学报》的“三峡文化研究”;也可以借助学校的优势学科打造特色栏目,如《滨州学院学报》将“孙子研究”作为自己的特色栏目,等等,均取得比较好的效果。即便是整体学科力量偏弱,只要瞄准学术研究中的稀缺资源,精心策划,同样会拥有自己的读者和市场,从而取得成功。例如《沈阳师范大学学报(自然科学版)》所处的沈阳师范大学,只是一所普通的省级师范院校,综合排名在辽宁省居前10名之外,甚至没有博士点,但该学报选择排序理论与应用研究作为特色栏目“运筹学与控制论”的主打内容,2014年以来成为刊登经过小同行评议的这方面论文的全国第一,^④ 从而真正实现了“人无我有,人有我优,人优我特”。由此可见,定位策划准确,就会事半功倍,为特色栏目建设找到一个合理的目标和方向。

二、选题策划

如果说定位策划是打造特色栏目的起点,那么选题策划便是打造特色栏目的核心。学术期刊若要在激烈的竞争中取胜,质量是关键,而成功的选题策划则是质量的根本保证。传统的学报编辑工作片面强调学报的“窗口”作用,强调为教学与科研的服务功能,办刊的内向性决定了用稿方面在相当大的程度上依赖作者的自由来稿,学报编辑将大部分精力用在对外来稿的编辑与加工上,而不是选题策划,导致工作中的随意性和盲目性,从而“陷入来稿质量不高——期刊质量不高的恶性循环,严重制约了期刊的生存和发展”。^⑤ 特色栏目的打造,就是要从根本上改变这种状况,改变编辑的思维方式和工作方式,标志着由加工型编辑向策划型编辑的转变,同时,也标志着对学报编辑的使

① 陈洛:《期刊编辑策划刍议》,《广西大学学报(哲学社会科学版)》,2016年第3期,第155—156,162页。

② 李栓科、师永刚、胡勋璧,等:《期刊的几个做点》,《编辑之友》2009年第6期,第9—16页。

③ 韩军艳:《论期刊策划创新》,《中国传媒科技》2012年第3期(下),第143—144页。

④ 温学兵、王秋萍:《地方普通高校学报特色栏目的策划与建设——谈〈沈阳师范大学学报(自然科学版)〉栏目〈运筹学与控制论〉建设》,《编辑学报》2016年第4期,第394—396页。

⑤ 冷淑莲、冷崇总:《关于学术期刊选题策划的思考》,《价格月刊》2010年第10期,第66—71页。

命、责任、担当的全新诠释。也就是说,学报编辑不能仅仅局限于对来稿的挑选、编辑、加工和修改,仅仅以“为人作嫁衣裳”作为精神追求;而是应该在学术研究和社会需要、读者需要之间起到桥梁和纽带作用,甚至在某种意义上起到引领学术研究、促进学术研究的作用。而选题策划则是这种作用的最好和最充分的体现。选题策划的展开,将极大地调动学报编辑的主观能动性,极大地激发其创造性和开拓进取精神。

期刊,包括特色栏目之间的竞争,说到底就是选题策划的竞争;期刊或栏目质量的高低,取决于有没有选题策划,取决于选题策划质量的高低。成功的选题策划具有这样的主要特点:一是前瞻性,即能够站在学术研究的高度,预测社会发展的趋势、预测学科专业领域的发展趋势,预测学术研究的发展脉搏和基本走向,对学科前沿问题有着清晰的把握;同时,既能够了解读者现实的需求,更能够了解读者将来的需求。二是创新性,即选题能够具有与众不同的视野和角度,引导出新的研究方法,呈现新的资料,并且具有填补空白的价值,给人以新的启迪。成功的选题策划,避免了内容的分散,从而具有整体感和连续性,并真正形成自身的个性与特色。

为了改变学报“积贫积弱”的现状,不少学报采取了打造特色栏目的办法。但是,在实践中普遍存在的一个问题,就是选题策划的不到位或缺失。多数学报开设的所谓特色栏目,只是将相同或相类的论文编排在一起,某种程度上只是综合性学报拼盘式编辑方式的翻版,从而使特色栏目徒有其名而无其实。纵观大多数综合性学报,真正能够通过打造特色栏目而具备专业化转型条件和资质的,寥寥无几。究其根本,一个最重要的原因就是没有很好的选题策划。选题策划的不到位或缺失的原因有许多,但与综合性学报编辑专业化素养欠缺和不足无疑有着相当大的关系。这里的专业化素养,不仅仅包括广义上的编辑专业素养,而且包括具体学科领域的专业素养。选题策划不是闭门造车,而是建立在对大量信息分析研究基础之上的,获取信息的途径,一是从来稿的创新性中获取,二是从与专家学者的交流与沟通中获取,三是从数据库和相关文摘中获取。这就对学报编辑提出了更高的要求——专业化素养。而综合性学报的编辑一个人要分管不同的栏目甚至跨越不同的学科,即便是一个优秀的专家学者,一生中充其量也只能在一个二级学科甚至二级学科的某个方向有所建树,专业化水平欠缺成为学报编辑选题策划的短板。特色栏目建设并不是靠一两个编辑的运作就可以获得成功,它需要形成一支专业化水平较高的团队,每个编辑在不同的学科研究方向上都有精深的了解和把握。只有这样,才能策划出优质的选题,才能充分保证特色栏目的学术质量,并真正形成个性与特色。

三、组稿策划

特色栏目要做大做强,关键的一环就是组稿策划。只有以充足和优质的稿源作为保证,才能使特色栏目建设实现可持续发展。

稿源策划首先应该立足本校的优势学科。特色栏目的设立并不是无本之木、无源之水,应该有所依托,而本校的优势学科则提供了可靠的稿源保证。例如上文提到的《沈阳师范大学学报(自然科学版)》“运筹学与控制论”栏目之所以能够取得成功,就是因为依托了本校的优势学科和学术力量,在运筹学与控制论研究领域,沈阳师范大学人才济济,校内三个院系——数学与系统科学学院、数学与计算机基础教学部都有运筹学与控制论方面的专家学者和较多的研究人员,^①这就为这个栏目的运作提供了学术支撑。

打造特色栏目的一个重要目标就是使其成为专业化转型的通道,纵观全国高校所有的综合性

^①温学兵、王秋萍:《地方普通高校学报特色栏目的策划与建设——谈〈沈阳师范大学学报(自然科学版)〉栏目〈运筹学与控制论〉建设》,第394—396页。

学报,在目前情况下仅仅凭一家学报的某个特色栏目所拥有的本校学术力量是很难达成这个目标的。要使特色栏目做大做强并为专业化转型打好基础,不仅要充分利用本校的优势学科和优势学术资源,而且要想方设法使校内外甚至国内外这方面的专家学者汇聚到特色栏目中来,形成马太效应,形成良性循环。这就需要编辑除了具有较好的学术素养之外,还要具有较好的沟通交际能力、宣传推介能力,使相关研究领域的专家学者乃至普通的作者、研究人员熟悉、了解特色栏目并愿意为特色栏目撰稿、一起研究和策划选题。利用与特色栏目选题相关的学术会议或专题研究会宣传特色栏目并邀约稿件就是一个很好的办法。例如《广东第二师范学院学报》开设了“数学不等式研究”特色栏目,广东第二师范学院数学应用研究所从2005年6月开始举办了Hilbert不等式讨论班,学报及时安排栏目编辑参与讨论班的学习,不失时机地向参加讨论班的专家学者宣传“数学不等式研究”特色栏目,了解专家学者的最新研究的动向,并向他们约稿。而且,学报还鼓励编辑参加各种与特色栏目相关选题的学术会议,创造与全国数学不等式的专家学者交流沟通并宣传特色栏目的机会,把他们的最新研究成果组及时刊发到栏目中来。通过不懈的努力,近年来,该栏目刊发了为数不少的不等式理论及应用的领域专家学者的论文,从而大大提高了栏目的质量,扩大了栏目的学术影响力。^①此外,还可以通过数据库和各种文摘,追踪与特色栏目相关的专家学者的研究动向,及时向那些转载率和引用率高的专家学者宣传推介自己的栏目,就特色栏目的选题策划向他们征询意见和建议并邀约稿件。

稿源策划的目标应该是建立自己的作者群,这样的作者群,既有著名的专家学者,也有年轻的作者,包括博士和硕士研究生;既有本校的作者,也有校外甚至海外的作者;最终,围绕特色栏目形成学术集群或学术共同体。只有这样,才能避免“巧妇难为无米之炊”的尴尬,使特色栏目做大做强,真正实现可持续发展。

总之,特色栏目建设与编辑策划有着密不可分的关系。定位策划是起点,将为特色栏目建设提供明确的方向;选题策划是核心,将为特色栏目建设提供质量保证;组稿策划是关键,将为特色栏目建设提供可持续发展支撑。

Construction of Characteristic Columns and Editorial Planning

FENG Bin & QIAN Chen

(Journal Editorial Department, Yangzhou University, Yangzhou, Jiangsu 225009)

Abstract:Introducing planning mechanism is of great significance to the survival and development of university journals. Characteristic column is the product of planning. Planning also runs through the whole process of characteristic column construction. Characteristic column planning includes positioning planning, topic selection planning and drafting planning and the like.

Key words:academic journal, characteristic column, editorial planning

(责任编辑 赵林平)

^①曾志红:《高校综合性学报特色栏目宣传平台的构建》,《湖北第二师范学院学报》2016年第3期,第128—132页。