

科技期刊的发展模式及其时效性分析

王爱萍¹, 陈静²

(1.华北电力大学 电力科学与工程编辑部,河北 保定 071003;2.保定学院 学报编辑部,河北 保定 071000)

摘要:科技期刊出版的目的是科技新知识的传播,而传播知识是创新体系的中心任务,是检验创新体系效果的重要指标。科技期刊出版的传播作用应具备时效性,这取决于期刊从选题直到发行对象的准确性。要实现这种准确性,就要研究当前科技期刊科学的发展模式,建立功能互补、竞争合作、联合互动的关系。

关键词:科技期刊;发展模式;时效性;科技传播;创新体系

中图分类号: C55;Z62

文献标志码: A

文章编号: 1674-2494(2015)04-0077-04

当前我国科技期刊存在着资源浪费现象,比如:相当一部分赠阅的期刊在没有被拆封的情况下连同包装信封一起被当成废纸卖掉,尽管有的期刊发行量已经相当小但这种现象仍然不可避免;相当一部分已经发表的科技文章有很大相似性,这在我国几大数据库中显而易见;相当一部分期刊选题接近,特色不鲜明,故而大鱼吃小鱼,出现马太效应,强者愈强,弱者愈弱,可弱者没有转型,却仍在苦苦维持。

这些问题困惑着一些科技期刊的办刊人员。要想走出困惑,眼光不能只是着眼于期刊本身,要看得更高远,要看到潮流、方向、任务,最终要看清楚科技期刊的根本任务:科技期刊出版的目的是科技新知识的传播。

科技知识的传播是个系统工程。所以,科技期刊只是其中起传播作用的一个部分,是起桥梁作用的一部分。科技期刊也只有放在国家创新知识体系中去,才有真实意义。科技期刊有很多事情可做,从这种出发点来看,科技期刊科学的发展模式就是:建立与国家创新体系相关层面的功能互补、竞争合作、联合互动的关系。这样,科技期刊才有活力,也就不会出现前面提到的资源浪费的困惑现象。

一、科技期刊外部资源配置

我国科技期刊存在着资源浪费现象的根源是期刊资源存在不合理配置的问题。针对不同层面的规模,适时地、合理地、有目的地调整、配置科技期刊的数量并指导性地组织、分配各具特色的出版任务,是解决问题的关键。

1. 国家创新体系结构

国家创新体系可分为知识创新系统、技术创新系统、知识传播系统和知识应用系统。其中,知识创新系统是由与知识的生产、扩散和转移相关的机构和组织构成的网络系统,其核心部分是国家科研机构 and 教学科研型大学;技术创新系统是由与技术创新全过程相关的机构和组织构成的网络系统,其核心部分是企业;知识传播系统主要指高等教育系统和职业培训系统,其主要作用是培养具有较高技能、最新知

收稿日期:2015-05-19

作者简介:王爱萍(1963-),女,山东莱州人,编辑,主要从事编辑出版工作。

识和创新能力的人力资源;知识应用系统的主体是社会和企业,其主要功能是知识和技术的实际应用。

2. 各期刊(社)间的关系

各期刊社“为了同一个目标,走到一起来”,这个目标就是传播知识。这样做可以使知识传播更加通畅。

(1)联合互动——同行业的各期刊社间应提倡配合

各期刊社根据出版任务,应当适时地、简单地、临时地联合互动,目前,国家大型科研项目很少有哪个单位能独立完成,通常都是由一个单位牵头,几个科研实体共同完成,跨省市的合作比比皆是。根据这种形势,为完成一个大型项目的报道工作,各期刊社需要适时地合作。

(2)功能互补——不同类别的期刊间应协作

一种新知识的传播过程可简化为三步:理论—技术实践—科学普及。

不同类别的期刊针对同一选题进行协同报道,才能保证某种知识的传播流畅。理论研究类期刊不断地将理论研究成果传向核心企业,技术类期刊再把核心企业运用最新理论成果开发出的技术成果传递给生产企业,在此同时,科普期刊再将理论及技术成果变成科普知识传递给一线工人及社会。由此,一种知识在这3类期刊的共同协作下实现了广泛深入的传播。

(3)竞争合作——期刊资源的充分利用

创新体系的存在不应妨碍各主体的竞争。竞争要在平等的条件下进行。知识生产的供给方之间和需求方之间都应存在竞争。集中期刊优势资源抢占新知识的传播权是未来期刊提高影响力的主要手段。新知识的首家报道期刊将获得诸如核心效应、经济效益等诸多好处。

3. 期刊与社会非营利团体间的关系

同行业或跨行业之间结成联盟,这个联盟实际上就是解决企业之间知识流动的瓶颈问题,相互激发、鼓励创新,赢得竞争。行业协会真正地成为了政府与企业、企业与市场间的桥梁和纽带。其众多的基金会、协会、研究会等组织对推动科技发展和改革同样发挥了重要作用。

我国经历体制改革后,仍保留了相当一些企业联合会。当然,其中相当一部分由原来的行政职能演变到了目前的服务职能,而其未来的作用就相当于企业战备联盟。我国的期刊应当尽早融入到其中去,只有如此,才能找到自身的价值和位置,才能知道期刊要做哪些事才是真正有意义的。

以中国电力企业联合会(简称中电联)与《电力科学与工程》的合作为例。中电联原为国家行政职能部分,成立国家5大发电集团及2大电网公司后,其职能转为服务。《电力科学与工程》作为电力行业工程应用类期刊,瞄准了中电联在各大发电集团及电网公司深厚的背景和影响力,主动参与了中电联主办的“全国200MW机组技术协作会”,并为会议发表优秀论文。《电力科学与工程》与中电联的这次合作实现了双赢,第一,使中电联通过期刊扩大了其在社会的影响力,树立了联合会的形象;第二,期刊本身为电力生产企业所认识、接受;第三,通过发表论文使各机组在生产方面进行了经验交流,非常有针对性地以及准确地传播了200MW机组电力生产的知识,使更多电力生产企业受益匪浅。

4. 期刊与知识传播对象间的关系

科技期刊本身就是一个平台。如果这个平台能够吸引到足够的知识生产者及知识需要者,那么期刊就有成功的希望。这里的“足够”有3方面的含义:一是参与者数量要足够多;二是参与者范围要广而全;三是参与者包含知识传播的各个层面,既有专家学者,也有工程技术开发商及科研人员,又有生产一线技术人员,甚至还包括相关媒体人。

二、科技期刊内部资源配置

科学技术工作发展到今天,已经不是科学家、发明家的个人行为,而是成为了社会的系统工程。科学的发展、科技的进步在很大程度上有赖于科技工作者的跨学科协同合作。

科技期刊的编辑应融入到知识产生到转化的过程中去,这样才能使知识得到再创造,可以使知识

更好地传播、流动。

1. 期刊主编的素质和任务

创新体系下的科技期刊主编应是学者型主编,要精通专业、知识广博、洞察力敏锐、积极接受新事物。对于专业性强的科技期刊而言,期刊要想办好,就不可能是外行领导内行。专业性期刊需要具有专业知识的主编是不言而喻的。

科技期刊主编的任务是“请进来”。主编要主动发现新生事物:(1)要参与科学研究。知识在不断进步,更新。只有从事科学研究,才能站在前沿,才能获得敏锐的洞察力,才能将新生事物带到期刊中来。(2)要把创新人才引入到期刊中来。从本质上讲,科研人员作为知识载体,要通过流动把知识送到实际经济活动中去。这是大规模地、直接地推动知识流动,也是解决我国长期的科技和经济“两张皮”或者说科技知识向经济领域流动的最大瓶颈的一个重大措施。创新人才集中在期刊这个平台上,增加期刊知名度是一方面,更主要的是为了新知识、新观点的集中和交流。此外,学科之间的交叉更容易使知识转化为技术。

2. 期刊编辑的素质和任务

科技期刊编辑应是学习型编辑,应不断学习掌握新知识、新技术,看不懂新知识就无法更好地编辑相关的文章。

科技期刊编辑的任务是“走出去”。科技期刊编辑应当走到知识传播的一线:(1)深入知识生产一线,及时了解知识由量变到质变的过程,把握知识产出的时机。(2)融入到知识转变为技术的一线,掌握知识到技术转化关键问题。所有这一切工作,都将有助于指导知识生产者和需要者,尽快地实现知识的流动。

3. 期刊编外人员的组成和任务

科研人员作为知识载体,如何通过流动把知识传送到实际经济活动中需要知识的地方去,是科技期刊所要做的工作。

目前,我国科技期刊在传播知识方面是被动的。从办刊者的角度看,稿件该来的自然投来,愿意看的自然会订阅。期刊的赠阅对象因没有适时更新从而直接造成浪费。

变被动为主动,不需要做大量的工作,只要把科研人员请到期刊中来,使他们成为期刊的主人。因为期刊就是为他们所办,他们最有发言权,办刊人员只是为他们服务的。科技工作者是作者群体,同时也是读者群体。让科技工作者带动并提高读者群体数量是最行之有效的途径,比盲目发行赠阅要有效得多。让科技工作者谈谈他们在想什么、关心什么、正在做什么,给现在的科技期刊主编及编辑不定时讲课,科技期刊的时效性及实用性将会更大。

可以说,科技工作者的追求就是科技期刊的追求,所以,可以说他们是期刊编外人员。有他们及时指导期刊工作,期刊出版方向就永远不会错,工作就会更有效率。

三、期刊发展的关键是时效性

目前的科技期刊管理还是粗放的,所以产生相当程度的资源浪费,包括人力、资金以及不可再生资源,而且科技期刊所消耗的都是优质资源。这种管理模式已经不适应当前我国科技及知识发展的需要,科技期刊的生产需要细化。

在国外有这样一类小杂志,是由某个企业或类似企业协会机构所办。这种期刊页码不多,周期为月刊或半月刊,内容很新,印数不多,通常只赠阅,上面也有少量的广告。这种期刊当是知识高效传播的典范。(1)印数不多,页码不多,所以成本不高。(2)页码不多,一方面保证期刊内容以新知识为主;另一方面只定向给有关人士(能看得懂)阅读,由于文字不多,阅读时间短,不会让读者感觉到累,阅读效率也较高。可以看出,这类期刊的确起到了高效传播新知识的作用。(3)广告不多,通常只在封面或封底,所以广告内容肯定保证能被阅读且让人印象较深,广告有效性较高。

我国目前的科技期刊面临的问题与上面所说的形成鲜明对比。

1. 选题的有效性

如果一个科技期刊员工数量很少,那么基本可以肯定:该期刊不会有很多精力投入选题策划,充其量是选题计划。那么,该期刊的生产过程就存在盲目性。

一个选题策划,除针对国家科技政策外,还要分析作者群体,产文数量、时间分布,读者数量、学科分布。另外,还不能忽略前期宣传投入,后期针对选题策划成果的评定。对于国家大型课题的选题策划应由相关期刊协同合作完成才有可能周密。

2. 读者群体的有效性

当前关于科技期刊研究方面的文章,很少有研究读者群的。读者群体的有效性不被重视,我国科技文章被引率偏低也说明这个问题。一篇科技文章在刊出以前能被哪些读者、多少读者所关心没有预期值,出版工作存在一定盲目性。因此,如何建立忠实的读者群,如何利用忠实读者扩大相关读者数量,是值得思考的问题。

3. 广告的有效性

科技期刊广告的有效性是一个值得研究的课题。电视媒体广告是带有一定声、光、画面强迫性的。与电视媒体广告不同,当一本杂志插页超过3页,则后面的插页广告就有失效的可能,不可能有读者像看正文那样看遍每一个插页广告。插页过多,则连同期刊本身的正文知识都存在着一定的传播失效机率。另外,期刊插页广告无法特别指向读者。电视媒体广告可以分时段针对不同层面的观众群体播放特定的广告内容,而科技期刊则无法做到这一点。所以,不要看有些期刊插页较厚就以为效益好,其实这里面暗藏着巨大的浪费。

传播知识是创新体系的中心任务。能否把知识传播到所有需要知识的组织或个人,是检验科技期刊办刊效果的重要指标。

目前,科技期刊传播了什么、传播内容的有效性有多大、有没有有效机制、传播效率如何、传播质量需要有什么样的评价标准、传播效益如何评价等,如何使科技期刊有着合理、发展的办刊模式,使知识传播的时效性发挥到极致,这些都是科技期刊办刊人员所要研究的新时期的重要问题。这是一个系统工程,需要科技期刊同仁的协作与付出。

A Study on the Development Mode and Timeliness of Sci-tech Periodicals

Wang Aiping¹, Chen Jing²

(1. Electric Power Science and Engineering Editorial Office, North China Electric Power University, Baoding, Hebei 071003, China;

2. Journal Editorial Office, Baoding University, Baoding, Hebei 071000, China)

Abstract: Sci-tech periodicals are published to spread the new knowledge in the scientific and technological field, which is the main task of the innovation system as well as an important index to test its effects. Thus, sci-tech periodicals are supposed to be published and spread in time, which, in turn, is determined by their accurate positioning of various issues including topic selection and target readers. To achieve such accuracy, the development mode of current sci-tech periodicals is to be studied and a functional complementary, competitive-cooperative and interactive relationship is to be established.

Key words: sci-tech periodicals; development mode; timeliness; sci-tech communication; innovation system

(责任编辑 韩云芷)