

军事学术期刊选题策划探要

欧春芳, 廖和平

(《军事通信学术》杂志社, 湖北 武汉 430010)

摘要: 选题策划对军事学术期刊具有宏观的战略意义, 是其质量的前提、特色的凝练和效益的保证。军事学术期刊选题策划必须按照立意高、主题准、视角新、落点实、时效强的要求, 创新“编者-作者-读者”三方互动的全方位、全流程运作模式, 打造学术精品, 创建期刊品牌。

关键词: 军事学术期刊; 选题; 策划

中图分类号: G232.1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-0143(2012)04-0169-03

选题策划是期刊编辑部为达到特定的办刊目标而制定有关策略、详细的运作计划并付诸实施的过程。它既是编辑出版工作的首要环节, 也是贯穿期刊出版全过程的主线, 最能体现编辑主体各个出版环节的思想和意图。通过对军事学术期刊进行富有表现力和创造力的深度开发与总体布局, 可增强对读者的吸引力, 彰显期刊强大的生命力。

1 军事学术期刊选题策划是凸显品牌效应的源头活水

画龙须点睛, 而选题策划正是这点睛之笔。笔者认为, 军事学术期刊选题策划的优势集中体现在以下四个方面。

1.1 综合提升期刊质量

质量是期刊之本, 学术期刊只有多出精品、不断提升质量, 才能吸引读者, 建立学术权威, 形成自身优势和品牌效应。高质量学术期刊离不开科学的选题策划, 它最能体现期刊的性质、宗旨与特点, 是影响期刊质量和水平的重要因素。一流的选题策划, 打造出一流的期刊。每期有针对性地进行选题策划, 可凸显报道的侧重点, 便于读者快速、集约、全面地获取信息, 从而更好地发挥期刊的服务功能, 显现学术期刊的个性价值, 为综合提升期刊质量奠定坚实的基础。

1.2 高度凝练办刊特色

邹韬奋曾说过:“没有个性或特色的刊物, 生存已成问题, 发展更没有希望。”军事学术期刊都有自己的办刊方针、办刊宗旨和办刊范围, 应围绕自己的专业领域找到自己的生存空间, 以鲜明的个性、独特的风格和内在的魅力吸引读者, 形成“人无我有, 人有我优”的办刊优势, 不断提高期刊的核心竞争力。创建期刊特色是一项高难度、高境界的工作, 而加强选题策划就是丰富期刊内容、强化期刊特色的重要手段。在办刊过程中, 根据办刊宗旨和专业优势, 按照系统性、独创性和前瞻性原则, 主动地、创造性地进行选题

策划, 能保证期刊在风格和内容上的延续, 继而通过长期积淀形成特色, 赢得广大读者的青睐。

1.3 着实体现编辑素质

选题策划是编辑主体意识和创造意识的集中体现。期刊要具有影响力, 离不开编辑的精心策划, 而编辑的成功策划又来自于编辑主体强烈的策划意识——一种高层次的、具有创新性的编辑主体思维活动。它与编辑的个人素质能力有直接的关系。海明威有个著名的“冰山理论”: 雄伟壮观的冰山, 其实只有八分之一露出水面。选题看似是灵机一动的产物, 其实是长期苦苦思考, 孜孜以求的结果。从某种意义上来说, 编辑思想认识的高度、问题调查的广度决定了选题策划的力度和报道的分量。因此, 学术期刊编辑必须具备多方位、多层次、多元化的才干和智慧, 掌握创造性思维的基本方法; 具有广博的知识, 长于“通识”, 对学术新问题具有高度的敏感性和卓越的判断能力; 具备扎实的学科专业基础, 了解学术动向和最新研究成果, 有足够的学识来论证和判断选题价值, 并预测成果的学术水平; 具备较强的编辑专业素质, 熟悉编辑工作的特点和规律, 能结合编委和专家的高新视角创造性地开展选题策划工作。

1.4 集中反映读者需求

读者覆盖范围和获益程度是衡量办刊效益的主要标志。要牢固树立“办刊为了读者, 办刊依靠读者, 办刊服务读者”的理念, 尊重读者的主体地位、人本需求和意见建议。选题策划必须认真贯彻“三贴近”原则, 通过在期刊、期刊网站或其他报刊和网站上发布“读者需求调查”、“读者意见征集”, 掌握读者需求信息, 了解读者对已报道专题和内容的反响, 发现有读者市场的选题信息, 及时对策划的选题做出调整。坚持把“读者需求”摆在第一位, 灵活采取“读者需求+重要论述”、“读者需求+上级要求”、“读者需求+学术前沿”等选题策划模式。

收稿日期: 2012-05-28

作者简介: 欧春芳(1973—), 女, 编辑, 硕士, 研究方向: 军事通信。

2 对军事学术期刊选题策划的基本要求

选题策划是深度挖掘期刊服务效能、提高期刊质量和水平的重要途径,必须充分体现其理论性、系统性、实用性和适应性。

2.1 立意要高

选题策划是一项思想性、学术性很强的工作。“会当凌绝顶,一览众山小”。站立点高才能对全局了然于胸,从而更好地驾驭全局,更深入地思考与开掘。范敬宜在《总编辑手记》中指出:“记者要提高把握全局的能力。这个问题一定要引起全体记者、编辑的重视。”同时又指出,“现在我们最欠缺的不是情况和文笔,而是对全局的把握。不少报道达不到一定的高度和深度,往往停留在就事论事上。”军事学术期刊编辑必须深入学习贯彻党的核心领导人关于国防和军队建设的思想,特别是胡锦涛主席关于主题主线重大战略思想,坚持以科学发展观为指导,着眼提高基于信息系统的体系作战能力,抢占选题策划的思想高地。要善于从首长讲话中选题,这些讲话的站立点高、信息量大,往往具有突出的学术价值,是选题策划的重要来源;要善于从军事报道中选题,掌握军事动态信息,从而有针对性地进行选题策划。

2.2 主题要准

清代学者王夫之在其所著的《姜斋诗话》中谈到,“无论诗歌与长行文字,但以意为主。意犹帅也。无帅之兵,谓之乌合。”其意思是说文章的主题好比军中统帅。不仅一篇稿子需要主题准确,一次策划,主题也必须十分准确。如果把策划看作一个坐标系,读者的需求就是横坐标,时间、工作和领导要求则为纵坐标,它们的交汇点就是策划主题。应根据期刊的办刊宗旨、特色及研究领域,确定主攻方向,找准选题的切入点,并在把握主题中寻求内容的翔实与丰富,在深度挖掘选题中力求策划角度的细腻与全面,更好地体现期刊的品位、特色和价值取向^[1]。应依托优势学科,约请军内相关领域的权威和著名专家,撰写具有较高理论层次和紧跟学术发展前沿的高质量、高水平论文。加强对国家科技攻关计划项目、国家基金项目 and 军队重点研究项目创新成果的报道,为知识创新提供交流平台。

2.3 视角要新

期刊作为高层次的学术刊物,属于知识创新体系中的重要一环。只有时刻出新和创新,才能永葆期刊的魅力。选题策划要求编辑具有另辟蹊径的独特目光,有融会贯通的独特思维。否则,选题就会趋于平淡、缺乏新意,自然不会引起读者的兴趣。所谓视角新,就是要“言前人之所未言,发他人所未发”,在期刊栏目设置、选题和版式上有突破和创新。具有原创性或创新性的选题应是策划的核心,必须坚持期刊的政治性、军事性、学术性、前沿性和探索性,跟踪报道最新研究成果,传递最新信息,努力给人以新的启迪。编辑要学会用新的视角观察和透视事实,发掘蕴含其中的价值,或是通过新的整合使其增值。贯彻落实“双百方针”,在刊发同一主题的一组文章时,通过几位作者从不同

的视域透视同一问题,产生新的整合效应,展现更为广阔的学术前景。

2.4 落点要实

选题策划不仅要注重敏感把握、广泛捕捉,而且要重视深度挖掘、内涵饱满。要敢于突破原有的思维框架,进行大胆的探索,以实用性提升期刊的使用价值。照搬照抄不会有特色,标新立异也不算真特色,唯有结合实际进行选题策划才能形成真正的特色。应直面现实抓热点、紧跟中心抓重点。具体而言,就是要围绕党中央、中央军委的决策指示进行策划,以增强敏锐性;紧跟部队中心工作进行策划,以增强指导性;适应读者多样化需求进行策划,以增强实用性;配合重大军事活动进行策划,以增强针对性。要竭尽全力地满足读者的需求,准确清楚地回答读者想知道的问题,给读者传递新信息,让读者实实在在地享受开卷有益的乐趣。对选题策划的核心要求是策划者要展示自己独特的发现。这种发现可以是对某种现象的揭示,对某个事物本质特点的把握,或是对某项具体工作内在规律的探索和总结。因此,以深刻的思想启迪人,以独到的见解吸引人,是成功策划所必须具备的特质。

2.5 时效性要强

战场上讲究战机,商场上讲究商机,出版界讲究时机。学术期刊是知识信息的载体,选题策划必须紧跟形势,把握时代发展的脉搏,根据学术研究发展的需要,围绕前沿性学术主题制定某一时期、年度和阶段的选题计划,确保时效性。策划是一项创造性劳动,要求编辑必须具有高度的敏感性和前瞻性,做到“春江水暖鸭先知”;必须具有较强的时效观念和时机意识,做到完成策划任务的时间恰到好处。在选题策划时要把握好节奏,根据需要从时间上将其区分为远期、中期和近期策划;要体现“艺术性”,根据稿量将其分为连续策划、专题策划和栏目策划;要打“组合拳”,采取“小核心、大外围”的运作模式,配以编者按、背景介绍、相关知识链接等内容,以专题、专栏、专刊等形式,全方位、多角度、全景式地展现选题内涵,确保成组成套、步步深入,给读者以纵深感、立体感和层次感。

3 大力推进军事学术期刊选题策划运作模式创新

当前,军事学术期刊选题策划多为简单联系互不介入的调度模式,作者一方主动,编辑一方被动。这种模式显然已不适应新形势下编辑出版工作的需要。“编者-作者-读者”三方互动的全程、全方位选题策划模式,将使该项工作更加科学、更加完善,取得更好的效益。

3.1 健全运行机制,再造业务流程

没有卓越的执行力,再好的选题策划也只能是空想。军事学术期刊选题策划是一个包括选题设计、选题论证、选题优化和选题实施等在内的系统工程^[2],涉及组稿、编辑、栏目(专栏、专题)设计、版面设计和印刷发行等出版流程的各个环节,必须建立有效的运行机制和一套科学严谨的运作程序。

3.1.1 制定选题策划的规章制度 根据杂志社(编辑部)的实际情况,明确规定选题策划(包括社/部策划、组策划、编辑策划)的组织实施与有关要求,以及选题策划计划、选题策划方案的体例格式和撰写时机等;明确编辑参与选题策划的职责与任务,并可根据需要设置专职策划职位。专职策划编辑必须清楚地知晓本刊的出版特色和资源情况,做到扬长避短,最大限度地发挥自身优势。

3.1.2 健全选题策划的运行机制 一是快速反应机制。即不放过任何风吹草动,抢占选题先机,做到全年有规划、阶段有计划,每期有重点、栏目有亮点。实现选题策划各环节的纵向贯通,使筛选信息、判断价值、确定选题、重组稿件和组版刊登环环相扣,各部门围绕选题策划迅速形成合力,紧紧抓住稍纵即逝的机遇;二是论证调整机制。在广泛调研的基础上列出年度选题题目,并召开选题论证会进行反复商讨和筛选。落实选题既要严格执行既定计划,但又不能过于机械,应根据相关学科领域的新动向及时进行微调,同时兼顾期刊的连续性、关联性和完整性;三是风险控制机制。认真研究分析实现选题所具备的主客观条件,拓宽信息采集渠道,加强内部信息管理,提高信息的时效性和准确度;充分预见情况变化,对可能的风险做好充分的思想准备并加强防范,在策划指标、完成时间等方面留有余地;四是策划反馈评价机制。建立受众需求意见反馈机制,搞好问卷调查和部队调研;建立专家、兄弟期刊的定期沟通机制,引进舆情搜集系统,提高策划的针对性和有效性。

3.1.3 规范选题策划的业务流程 一是制定选题计划。结合办刊宗旨和形势,制定期刊的长、中、短期选题计划。根据宏观层面的信息,确定期刊阶段性重点报道方向,根据项目、作者和读者信息综合设计选题,并确定实施的时间、进度和方式;二是做好选题论证。首先要在编辑部范围内对设计的选题展开论证,然后采取邀请相关领域专家审查、征求读者和作者意见以及召开选题论证会等方法,进一步论证选题的可行性和军事效益,提出修改意见和建议;三是对选题进行调整与优化。选题实施要做到前沿跟踪、价值定位、主题提炼和材料选择等各方面的高度统一,密切关注相关期刊的动态与变化,结合实施情况进行调整和优化;四是严格执行选题计划。根据年度选题计划,广泛征求相关领域权威专家的意见和建议,落实每期组稿内容,精心遴选相关专家撰稿。

3.2 构设环境条件,提供手段支撑

信息是学术期刊选题策划的基础和前提。信息采集的质量和范围将直接影响选题的价值、选题计划的可行性甚至稿件质量。应全力打造多位一体的信息化支撑环境,为选题策划提供手段支持。

3.2.1 多方采集、整合利用各类信息资源,发掘选题 高度整合国际互联网、报刊文摘等各类传媒信息,以及军事综合信息网(包括政工网、训练网、校园网等)各类信息资源,重要文件、内部参考(如决策参考、工作通讯和情报简报等)以及相关期刊提供的学术科研信息(如国家基金项目、

军内科研项目及学术研讨会),从深度和广度上挖掘有价值的选题信息。

3.2.2 充分利用论文数据库提供的信息资源与技术支持,准确选题 利用“中国知网”、军事期刊论文数据库提供的文献检索功能,获取选题策划信息^[3];运用学术趋势搜索功能,客观判断和估计选题的影响力;通过多刊对比,发现同一研究方向的作者信息,并根据文章被引频次和下载频次排序有针对性地约稿、组稿;依托知识网络型数据库了解选题的学术背景及其完整的知识体系,进一步理清发展脉络,找准选题的切入点。

3.3 整合社会资源,协调内外关系

选题策划不是闭门造车,而是结合内外环境审时度势、多方互动和优化整合的产物。选题创意来自于广泛的信息资源,选题的形成要经过学者、专家的共同论证,撰稿作者更是精心挑选的学术精英。总而言之,选题策划实际上是对各类资源的高度整合和协调运作。

3.3.1 整合内部资源,使人力、物力和技术得到优化配置

选题策划是一项兼具综合设计性和整体组织性的系统工程。应培养高素质策划编辑人才,为开展选题策划和论证工作提供智力支持。期刊社(编辑部)工作重心要前移,聚焦选题策划这一首要环节,从源头上保证期刊质量。在设计选题和选择作者阶段,要反复协商,集思广益,尽可能在选题思想、结构和体例等方面达成共识。

3.3.2 借助外部资源,在更大范围内谋求资源共享和最佳配置

充分利用期刊的主管、主办单位以及编委会的人力资源优势,主动邀请领导、编委、专家参与选题策划的各个环节,不断提高办刊水平。与全军相关学术研究中心、军事科学相关学会及论坛平台挂钩,联手打造和经营期刊“品牌”。加强与作者、审稿专家和编委之间的沟通与合作^[4]:
①与高被引频次论文的作者保持联系,跟踪课题研究,有重点地约稿。
②了解审稿专家的专业领域和研究方向,及时向其请教,保证选题策划顺利实施。
③重视和尊重编委,让编委了解年度选题策划的整体构思与重点,邀请编委参与新专题策划的全过程,深度挖掘选题价值,力求将选题做深、做精。

参考文献:

- [1] 朱毅.论军队任职教育院校学报编辑策划[J].武警工程学院学报,2010,26(2):83-86.
- [2] 赵学颖,孙静.编辑与选题策划[J].武警学院学报,2006,22(3):94-96.
- [3] 高申,李国玲,杜宇欣.“中国知网”在科技期刊选题策划中的应用[J].编辑学报,2010,22(5):457-459.
- [4] 余瑞萍.编辑做好选题策划[J].编辑学报,2011,23(S1):40-42.

(责任编辑:强士端)