

科技期刊改革有关问题探析

黄舫生

(《交通企业管理》杂志社,湖北 武汉 430063)

摘要:对我国及发达国家科技期刊现状进行分析,指出我国科技期刊发展存在的主要问题是管理部门众多、办刊水平不高以及期刊经营体制受到局限。提出了科技期刊改革的主要举措是解放思想,创新编辑出版制度;加强期刊的经营管理;加强期刊人才队伍建设。并对我国科技期刊改革成功的杂志社进行了剖析。

关键词:科技期刊;出版现状;经营体制;改革举措

中图分类号: G237.5 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-0143(2012)04-0005-04

《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》提出,到 2015 年我国文化改革发展的主要目标是:文化产品创作生产体系不断完善,高素质文化人才队伍发展壮大,内容创新和传播能力大大增强;公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局逐步形成。可以说,《纲要》从战略上和全局上为我国文化发展指明了新的方向。到 2010 年底,我国共有期刊 9 907 种,其中科技期刊 4 955 种^[1]。针对我国目前出版单位数量多、规模小、竞争力弱的现状,2011 年 7 月,国家新闻出版总署对非时政类报刊出版单位体制改革作出了明确的部署,其目的是通过体制改革使出版单位成为具备法人资格和独立承担责任能力的市场主体,并且通过调整结构、重组和集约,组建和创造出一批专、精、特、新的现代报刊出版企业。由此可见,我国的非时政类报刊出版单位改革已是迫在眉睫。目前,我国科技期刊分为 5 大类,即综合性期刊、学术性期刊、技术性期刊、检索性期刊和科普性期刊。而科技期刊具有其内在的特殊性,办刊方向专一、编辑人员较少、发行量不大,如果完全进入产业化进程可能会遭到重创,因而改革必须稳步推进。

1 我国及发达国家科技期刊出版现状

我国的大部分科技期刊都是由高校、科研院所、学会、协会及其他事业单位主办,相比已有 300 多年历史的西方国家的科技期刊而言,我国的科技期刊办刊历史都不长。例如大家都熟悉的施普林格(SPRINGER)、爱思唯尔(ELSEVIER)出版集团和其他许多出版社均具有悠久的历史(施普林格

已有 160 年),而我国科技期刊中办刊最早且连续出版至今的是由 1915 年成立的中华医学会主办的《中华医学杂志》,其创刊至今也不足百年。新中国成立时的 1949 年,我国仅有科技期刊 80 多种。十年文革期间,我国科技期刊出版几乎完全停止,直到 1978 年以后才陆续恢复出版和创办新刊。进入 21 世纪后,我国科技期刊迎来了空前的繁荣,到 2000 年我国科技期刊达到 4 300 种,2005 年上升到 4 800 种,目前有将近 5 000 种,一跃上升至世界第二位。可以说,我国在改革开放后仅仅用 30 多年的时间就取得了科技期刊的大发展。

从发达国家出版机构体制可以看出,他们的出版机构性质是多形式的。以美国为例,其出版机构可分为商业出版机构和非营利出版机构,非营利出版机构又可分为两类:第一类是政府出版机构,第二类为博物馆、宗教组织、大学出版社、学术或专业组织等。第二类出版机构本身可以是一个非营利组织,具有独立法人地位(如普林斯顿大学出版社、哥伦比亚大学出版社);或者出版机构是某个非营利组织中的一个部门,而不是独立法人(如芝加哥大学出版社和哈佛大学出版社都是各自学校的一个部门)^[2]。在学术期刊出版领域,非营利出版机构一直发挥着主导作用,至今仍然是一支重要力量。非营利机构出版的学术期刊在内容和质量上并不逊色于商业出版机构,有时甚至优于商业出版机构出版的刊物。可见美国的学术类科技期刊管理体制多种多样,完全依据市场规律办刊。

从出版集团规模来看,除施普林格、爱思唯尔等一些大型出版集团以外,其他国家科技期刊出版

机构的规模都不大。美国出版科技期刊的机构有2421家,共出版6720种科技期刊,平均每家机构出版2.8种科技期刊,出版10种以上科技期刊的出版机构只占全部出版机构的3.3%;日本有1963种科技期刊,由1473个出版机构出版,平均每家出版1.3种科技期刊;德国有2110种科技期刊,由715个出版机构出版,平均每家机构出版2.9种科技期刊;法国有810种科技期刊,由348个出版机构出版,平均每家机构出版2.3种科技期刊;英国的4323种科技期刊由1019个出版机构出版,平均每家机构出版4.2种科技期刊^[3]。发达国家科技期刊出版机构规模真正强大、出版100种以上期刊的非常少,即使在美国、英国这样的发达国家,大型出版集团也是寥寥无几。可见做大做强出版集团要根据本国或国际市场规律行事,并不是一味地追求做大。另外,发达国家向来对于中小型出版社有非常明确的倾斜政策,这样做的主要目的是防止大型集团垄断出版市场,以保护文化的多样性,更好地满足民众的阅读需求。

借鉴发达国家的办刊经验,我国没有必要要求所有出版社或杂志社都采用集团化和集约化方式办刊,只需要重点扶持几家大型出版集团做大做强。目前,我国出版科技期刊数量较大的中华医学会杂志社有百种以上学术期刊,中国科学出版集团旗下有220种学术期刊,高等教育出版社也拥有一定数量的学术期刊。国家要鼓励和扶持这些大型出版机构集团化办刊,推动其产业化、集约化发展,可为我国科技期刊逐步走向集团化起到示范和引导作用。同时,国家应支持和鼓励小型出版机构出版有特色的专业学术期刊,要鼓励条件成熟的期刊做大做强,而不是搞“一刀切”或“拉郎配”,否则不仅不能起到推动科技期刊发展的作用而且可能欲速不达。

2 我国科技期刊发展存在的问题

2.1 管理部门众多、办刊水平不高

我国的科技期刊具有专业性、科学性、公益性、严肃性的特征,但由于受众群体较小、发行量不大、规模偏小、赢利能力差等弱点的影响,因此期刊的经营情况普遍不是很理想。我国对期刊管理实行的是审批制,刊号成为稀缺资源,各研究所、大学、学会、协会等都在争相申办期刊,其结果是科技期刊形成了小而全、条块分割、管理部门众多的局面,低水平重复办刊现象普遍存在。目前,我国科技期刊归口管理部门众多,分布在不同的行业管理部

门、学会或协会。有些期刊由于处于相同的行业或单位,因而办刊形式相同、所刊登文章的内容大同小异,大家都在较低的水平上竞争;有些期刊办刊特色不明确,稿源少,因而不管什么文章只要愿意交版面费都发表;而有些期刊专业性太强、科技含量较高,因而受众面很窄,发行量极少,阻碍了其市场化步伐。

2.2 经营体制局限

国家人事及组织管理部门出台的相关职称晋升政策及各单位年终评价导向,使得一些科研单位、大学甚至企业都规定职称晋升和考核要以第一作者发表论文一定篇数,且被SCI、EI收录或影响因子较高的期刊方可申报高一级的职称,甚至有些企业人员评职称时也要求在核心期刊上发表文章若干篇。这种考核体系促使期刊编辑部都急功近利地盲目追求各种检索数据,不少学术类期刊绞尽脑汁、挖空心思地进入各种“核心期刊”,这直接造成一些科技期刊学术不学术、技术不技术、科普不科普,失去期刊自身的办刊特色,因而失去了读者和市场。甚至某些学术期刊的印刷数量极少,仅仅是赠送相关部门或为了应付作者之需。

这将直接导致以下后果:一是学术不公平、不公正。科技期刊为了生存必然要追求经济效益,而一些科技期刊很难有大的广告收入,向作者收取版面费成为主要来源,其结果是“一手交钱、一手发稿”。往往是有课题经费的稿件容易被采用,而某些学术价值较高的好文章却可能因为出不起高昂的版面费被迫放弃。这在不同程度上影响到了学术公平和学术质量,也不利于学术繁荣。其实,期刊收取版面费不是中国的发明,而是国际上通行的做法,而且国际上收费标准还相当高。如《美国生物化学会会刊》10页之内每页论文收75美元,超过10页每页收150美元,彩图每幅收300美元;《欧洲分子生物协会会刊》每页收费242美元^[4]。但是,国外学术期刊的版面费和我国期刊的版面费完全不同。国外发达国家期刊实行严格的“双向匿名评审制度”,高价聘请相关专家对准备采用的来稿进行审核,版面费很大部分是花在审稿上。而我国的一些科技期刊只管收取版面费,根本不管内容质量,这就直接带来了学术质量下降;二是不利于学术人才培养,助长学术腐败。传播学术观点、树立学术地位、扩大学术影响要借助科技期刊这个平台,但由于期刊经营性行为的影响,使一些学术新人不得不违心地缴纳高版面费,有的因无力承担被迫放弃。而一些院校、科研院所要求与期刊发表

论文挂钩,有的院校就根据各类期刊的排名,在科研资金补贴、职称评定、学科带头人评选、晋级提拔等方面制定相关政策,由此形成了花钱买版面,下力气跑刊物、拉关系的不良风气,这使一些学术质量不高、本不该发表的文章也就有了机会;三是不利于期刊编辑队伍稳定。科技期刊的编辑人员一般都是专职人员,他们长期从事某些专业的文字编辑加工、校对工作,普遍缺乏经营能力,而且各编辑部人员普遍缺乏。许多年轻人考虑到个人的发展空间根本不愿意从事该工作,不少期刊面临后继无人的窘境。

3 科技期刊改革举措

3.1 解放思想,创新编辑出版制度

目前,我国绝大多数科技期刊出版水平不高,期刊的市场竞争能力和应变能力较弱,因此要在科技期刊中既建立适应社会主义市场经济体制发展,又体现出版产业性质的行为规范的现代企业制度。办好一本期刊要有明确的定位,要有自己的特色,要有一个好的编辑团队,要有一个好的运行机制。我国科技期刊编辑队伍的结构普遍存在问题,包括年龄结构、知识结构、学科结构、性别构成,这将直接影响科技期刊的长远发展,亟需调整和完善。我国科技期刊的改革处于“阵痛期”,希望相关部门能给予更多政策上的支持,以便科技期刊能更快走上可持续发展的道路。

另外,科技期刊要树立全新的网络发展理念,使整个编辑出版全面实现数字化,这是信息时代发展的必然趋势。严格来说,目前我国科技期刊的数字化只是实现了期刊传播的数字化,很多期刊的约稿、审稿、编辑出版等工作还停留在传统的手工作业阶段。科技期刊应充分发挥网络的强大功能,一方面改变目前的编辑模式,实行在线编辑、审稿、校对,这样既可以从多方面准确把握文章的质量又可以从传统的编辑方式中解脱出来,让编辑人员投入到期刊的创意、选题策划或者深入到研究课题中去。另一方面,可以使期刊从静态的文字、图表向动态的文字、画面等转变,向多媒体方向发展。

3.2 加强期刊经营管理

科技期刊要发展壮大如果仅靠上级部门拨款,没有一定的经济基础作支撑是难以运行的。因此,科技期刊要积极开展适合本刊特色的广告经营,创新营销机制,激活发行工作。要通过多种渠道、利用多种形式进行期刊广告经营与营销,如与专业媒体公司、广告策划公司、广告代理公司等机构合作,

制定一套既有利于科技期刊健康发展又能激励从业人员积极性的政策,充分利用社会资源为期刊服务,激活盘活期刊现有资源;再如实行邮局发行、自办发行,与转专业发行代理商合作,利用其广泛的渠道帮助代理发行。

另外,科技期刊要主动深入市场推销期刊。要充分发挥各种推销会、展销会、订货会的强大功能,借机参会向参展企业、知名企业、参会人员赠送期刊,与展销厂商、企业交朋友,了解行业的最新动态,以提高期刊的影响力和知名度。期刊还可以组织召开学术交流会、专题研讨会,共同探讨社会、企业关注的热点问题,激发他们的浓厚兴趣,让他们自觉地为期刊经营服务,从而增强期刊的社会影响、提高期刊的经济效益。可以与一些高校、科研院所的教授、专家长期挂钩联系,聘请他们担任期刊的技术顾问,利用他们的社会关系为期刊服务。

还可以建立期刊独立的网站,向读者展示期刊的发展水平和实力,采取行之有效的措施吸引高学术质量的稿源,扩大期刊的影响;充分利用互联网的便捷性和实效性开展信息咨询、整合营销,为读者、作者提供高质量的服务,为广告商提供商业服务平台。

3.3 加强期刊人才队伍建设

人才是办刊的基础,一支知识结构齐全、年龄梯次合理、思想素质优良的编辑队伍是期刊长久发展的基础。因此要建立和完善有利于编辑队伍健康成长和脱颖而出的体制机制,要遵循人才成长规律,抓紧培养编辑拔尖创新人才、现代传媒技术专门人才、经营管理复合型人才以及适应编辑新形势发展的国际型人才,要制定一系列吸引人才的措施,将优秀人才充实到编辑队伍中。同时,要不断加强编辑队伍的职业道德建设,加强编辑人员自身修养,严谨踏实、自尊自律,甘为他人做“嫁衣”,坚决抵制学术不端、情趣低俗等不良行为。

4 我国科技期刊改革成功案例分析

4.1 转企改制,活力大增

2009年,《中国科学》杂志社完成转企改制,成立《中国科学》杂志社有限责任公司,按照现代企业制度要求建立了董事会和监事会,领导班子着力推进人事、用工、分配制度改革。《中国科学》杂志社有限责任公司建立了理事会—总主编—各辑主编—各辑编委会的新型学术管理体系。理事会是最高学术领导机构,理事会成员由与中国科学事业发展相关部门的负责人、中科院各学部主任、

学部科普和出版工作委员会正副主任、大学校长、中国科学出版集团负责人及国内外知名科学家组成。各辑编委会成员中,中青年科学家占较大比例,同时增加了一定比例的海外科学家。为了吸引优秀编辑人才加入,杂志社向全社会公开招聘编辑部主任;与全体员工签署劳动合同,明确了员工的工作职责和聘期目标;进行了员工岗位工资制度改革,建立健全了各项奖励制度,制定了学术、经营、出版和管理4方面的定量打分与定性评价相结合的考核标准。通过以上改革,杂志最大的变化就是贴近市场,与市场结合更加紧密,优质稿源不断增多,刊物质量稳步上升。以《中国科学》和《科学通报》期刊为例,改制前两家期刊合计每年只收到4000多篇论文,改革后两刊连续两年收稿量超过10000篇,稿件平均录用率为24%;海外稿件数量有了明显增加,每年国际作者发文数量大大增加达到240篇,占将近10%^[5]。

4.2 紧抓市场,开拓创新

《专用汽车》杂志是由汉阳专用汽车研究所主办的一本汽车行业的专业期刊。2003年《专用汽车》编辑部改为《专用汽车》杂志社后开始独立核算,自负盈亏。但由于缺少相应的激励机制,杂志发展缓慢,人才流失严重,员工缺乏工作激情。从2006年开始,杂志社实现真正意义上的自主经营、自负盈亏,进行内部结构调整,明确个人职责及目标,实施“以责定岗、以岗定人”;实行全员竞争上岗,推行全新的绩效考核制度,打破原有工资结构,实行“岗位工资+奖金”的模式,吸引了一批年轻有为的专业人员加入,形成了一支有朝气、有活力、有闯劲的采编队伍。

随着我国专用汽车行业的迅猛发展,汽车制造企业对外交流与合作的愿望非常强烈。《专用汽车》杂志抓住这一需求,充分利用行业资源,适时组织了一些中外技术交流、学术研讨活动,搭建起一个中外同行交流与合作的平台。同时,针对专用汽车行业整个产业链的沟通不是很顺畅、企业与企业之间信息不对称的实际情况,杂志社与企业合作,开展了一系列产品推广活动。2007年初,杂志社与一汽解放组织了“解放产品湖北行”活动,推动了“解放”产品与湖北专用汽车企业及用户间的沟通。2008年,国家对底盘产品提出了新的排放要求,各底盘企业都有一些新产品投入市场,杂志

社即时捕捉这一市场信息,努力开拓与底盘企业的合作业务。我国专用汽车的快速发展带动了其配套产业的快速发展,也吸引了大量的国外相关配套产品进入国内市场。杂志社从主要专用汽车产品入手,分类梳理相关产品的主要配套件及国内主要生产企业、国外代理机构,有目的、有重点地开发专用汽车配套产品市场,先后与美国铝业、美国多福集团、瑞典钢板有限公司、威伯科及ZF等世界知名企业建立了广泛而深入的合作关系。随着《专用汽车》杂志在行业内的影响力越来越大,国内几大主机厂、几百家专用汽车企业、下游配套产业及一些国外知名企业越来越关注《专用汽车》杂志,广告客户越来越多。通过这些活动,《专用汽车》杂志与整个产业链的联系与合作日益密切,广告收入大幅提升,成为杂志社的主要收入之一。《专用汽车》杂志逐渐适应了行业和市场的需求,达到一个新的高度,成为本行业需要、企业欢迎、读者喜爱的杂志。

总之,随着我国文化体制改革的不断深化,科技期刊改革已是刻不容缓。我国科技期刊要实现可持续发展、走向世界就必须进行体制改革,改变传统的编辑、出版、经营模式,主动适应市场,与市场接轨,提高办刊质量,扩大期刊发行量和社会影响力,同时要充分借鉴发达国家科技期刊办刊的先进经验,与国际接轨,共同发展。

参考文献:

- [1] 李云霞.我国科技期刊数字出版的思考[J].编辑学报,2011,23(S1):77-78.
- [2] 潘云涛,武夷山.换个角度看中国科技期刊出版体制改革[J].科学学研究,2011,29(12):1770-1772.
- [3] 中国科学技术情报学会.国外科技社团期刊运行机制与发展环境[M].北京:中国科学技术出版社,2011:56.
- [4] 张贺.学术期刊大国的尴尬与梦想[N].人民日报,2012-03-02(17).
- [5] 《中国科学》杂志社有限责任公司.探索学术期刊改革发展新路径[N].中国新闻出版报,2011-11-28(3).

(责任编辑:朱现平)