

● 编辑学

学术期刊的编辑和策划浅论^{①)}

张 西 山

(深圳大学学报编辑部,广东 深圳 518060)

[作者简介] 张西山(1968-),男,安徽涡阳人,深圳大学学报编辑部编辑,主要从事编辑学、政治学研究。

[摘 要] 学术期刊编辑活动是一种高层次、隐匿性精神产品的创造过程,具有独特价值和特征。学术期刊传统的办刊思维面临挑战,而策划是铸造学术精品的关键。

[关键词] 学术期刊;编辑;策划

[中图分类号] G 232 [文献标识码] A [文章编号] 1000-5374(2001)04-0509-03

学术期刊担负着繁荣学术、探索学理、传播知识、承续文明的崇高使命,做好这项工作的意义自不待言。但不可否认,在市场化整合中学术期刊面临着不少困窘。世纪更迭、社会转型和学术研究的新趋势将向学术期刊传统的办刊思路和编辑思维提出挑战,对学术编辑提出更高的要求,而策划是铸造学术精品的根本保证。

一 学术期刊的编辑价值和特征

“编辑”一词内涵丰富且富有时代气息,用词频率极高。可为名词,又算动词;既为主体,又属过程。先秦即有编辑之义,字体组成,文章排写,竹简形式,无不因编辑而成,孔子编辑“六经”成为日后学人经典,对于我国社会文化的影响可谓至大至伟。及至当代,电影电视需编辑组合,电脑、网页需编辑来排列、策划。可以说,编辑作为人类智慧和认识能力的载体,作为研究、开发、传播人类文明成果的工具的地位已得到公认。我们认为,编辑是精神文化产品的把关人,科学知识的传播者,人文精神的守护者,人类文明的创造者。编辑活动是一种高层次、隐匿性精神产品的创造过程。学术期刊的编辑活动则与学术探索的过程紧密相连,是学术编辑依照一定的指导思想,对学术研究的初级成果(文字等)进行组织、审读、编选、加工,使之得以出版的过程。具有以下特点:

第一,学术期刊的定位应在“学术”两字。“学术”即学问之术,指专门的、有系统的学问。蔡元培“学为学理,术为应用”的提法,梁启超“学者术之体,术者学之用”的认识,严复“学为知,术主行”的思考,是对学术内涵的精辟揭示。学术是一个民族的精神之光,是人类理性认识的系统化,其价值在于“创新性、探索性和学术性”。“学术者,天下之公器”,学术以追求真理、探索未知为己任,因而其以社会效益为行为规范,泡沫学术、浮躁文风、色情迷信等不良倾向与之格格不入。北大学者袁行霈曾对学术的气象作过论述:“作诗讲究气象,诗之气象如山峦之有云烟,江海之有波涛,夺魂摄魄每在于此。做学问也要讲究气象,学问的气象如释迦之说法,霁月之在天,庄严恢宏,清远雅正,不强服人而人自服,无庸标榜而下自成蹊。”学术期刊应该成为学术精神的塑造者。而如今,学术,这一最圣洁的一块净土,也开始受到侵蚀,一种浮躁之症在国内学术界游荡;赝品之风早离青萍之末;平庸之气也正在侵蚀精华。当前,学术打假的呼声开始不绝于耳。我们的学术期刊阵地应该清除赝品,拒绝平庸。“精神鸦片”与“文化垃圾”势在必禁之列。爱因斯坦曾十分精辟地分析科学家“探索的动机”。他说,在科学的殿堂里,有许多人所以爱好科学,是因为科学给他们以超乎寻常的智力上的快感,科学是他们自己的特殊娱乐,他们在这种娱乐中寻找生动活泼的经验和雄心壮志的满足;另外还有许多入所以把他们的脑力产物奉

献在祭坛上,为的是纯粹功利的目的。如果上帝有位天使跑来把所有属于这两类人都赶出殿堂,那么聚集在那里的人就会大大减少,但是,仍然有些人留在里面。这些人当然是指为追求真理而献身的人^[1]。

第二,学术期刊的编辑活动具有参与的隐性性。编辑活动是一种对象化的实践活动,在编辑实践中存在主客体关系。学术期刊编辑这一主体不仅只是对稿件的选择、加工和引导,担当文化作品的传播中介,而且还通过作品将自己创造性的一面与作者的学术研究和科学探索相联。学术期刊的编辑活动是编辑参与人类精神产品创造的过程,其活动范围是人类的精神文化和科学技术领域,活动的过程是学术产品的生产流程,评价活动的标准是社会效益,活动的结果又往往是下一步研究的开始。但是,学术编辑的劳动却难以在物化的精神产品中反映,具有隐性性。

第三,学术期刊编辑活动技术性和规范性要求较高。学术规范既包括动态规范(程序规范)、静态规范(形式规范),也包括对学术目的、对象、范畴、方法、功能的规律性认识。它是最优劳动程序和最优传递方式的总结和表述。所谓动态规范,通常指审稿视角(政治性、思想性、创造性、审美性)、改稿原则(原稿完整性、风格统一性、稿件规范性)等等;所谓静态规范,如语言文字方面的专业术语、概念表述、语法、标点、文字(含外文)、标题、篇名、署名、图表、注释等等。学术期刊的版式设计也必须严肃庄重、和谐规范、端庄醒目。

二、学术期刊的困境与症结

在众多的编辑出版物中,学术期刊有其独特的编辑理念和读者、作者群体。我们在承认众多的学术精品不断问世的同时,亦应正视其发展面临的困境和尴尬。随着现代出版业的市场化,出版部门间抢读者、抢作者、抢市场的竞争日趋激烈,媒介革命和入世对出版的挑战迫在眉睫,很多期刊都在寻求致胜谋略和发展之道。但更多的期刊经营则举步维艰,出现了“市场边缘化”现象。这已引起不少同仁和读者的关注。这种病症主要有:

第一,学术期刊的编辑缺乏建构意识和大文化观念。在当前的社会转型和文化塑造中,编辑应“代表先进文化的前进方向”,承担起“探索真理、繁荣学术、传播知识、创造文化”的历史重任,力争对社会文化有推动或导向作用。编辑主体要有前瞻的学术视野,强烈的精品意识,追踪学术前沿、理论热点和社会思潮,对人们关注困惑的社会问题作出科学阐释。编辑不仅要完成文化选择与传播的任务,而且要肩负起文化创造和文化建构的时代使命。这种大文化观念就是“问题意识”,而所谓问题“就是公开的、无畏的、左右一切个人的时代声音。问题就是时代的口号,是它表现自己精神状态的最实际的呼声。”是一个采璞输玉的创造,为时代立言,为文化立心,哺时代之音是我们无悔的追求。

第二,学术期刊编辑出版长期以来大多处于一种粗放经营状态,缺乏整体设计和个性塑造,因而形成千刊一面的办刊模式,少有特色。我们知道,编辑出版期刊是一项系统工程,既要有编者,又有著者。从主客体关系的角度看,编辑处于主体地位,他面对着两个客体,即著者和著者提供的精神产品原坯。而编辑发挥主体作用的重要表现,就是制定正确的办刊方针,确定独特的编辑思想,进而形成一定的风格和特点。

第三,学术期刊的编辑实践中存在许多不足。人们把选题、组稿、加工、整理、校对称为“六艺”,编技精湛,才能奉献出“高、新、深”的精品自不待言。但当前许多学术期刊在组稿和选题中缺乏主动出击,等米下锅;在栏目设置上,贪大求全,广种薄收;在编排加工中,不能美其思想,全其风格。

第四,学术期刊的“包装”和经营缺乏个性,显得“脸谱化”。学术期刊属公益性、基础性的性质和高知读者群导致其封闭性和内向性,曲高难免和者寥寥。在计划经济体制下形成的“等、靠、要”心理和财政拨款制度下的“早涝保收”惰性思维使之缺乏造血功能,无法与市场实现对接。学术期刊的形式固然追求庄重、朴实、典型,但过于强调严肃性和规范性,活泼不足,缺乏时代感和风格美。以上种种问题固然有历史、体制、社会等多种因素所致,但编辑主体策划意识淡薄是影响学术期刊生存和发展的重要原因。

策划编辑是文化产业时代的新角色。角色转换使编辑不仅仅是修修补补为他人作嫁衣裳的工匠,而且又是承担重要社会使命的具有创造性劳动特征的文化传播者和“导演”。策划编辑从一开始就进入文化作品制作过程,从选题、组稿、加工到装帧设计、编印、市场营销等各阶段、各环节均发挥着创意、主导的作用。而如何遵循文化产业的根本宗旨,辩证地处理好社会效益和经济效益的关系,是必须遵循的一个根本原则。

三、加强对学术期刊策划的思考

在今天期刊已走向产业化,一些综合类、文学艺术类、时事政治类期刊不断抢占市场,争取读者,发展自己的情况下,

学术期刊应对自己传统的编辑理念、办刊模式、经营方略进行反思和策划,以适应社会和时代发展的需要。

(一)理念策划。理念是编辑出版中所体现的理想追求、价值准则和行为规范在精神上的积淀和升华。其具体表征为编辑思想和办刊方针。学术是精神生命的本质律动,学术探索就是在“已知”的基础上探求“未知”,这就需要一种精神,一种勇气,需要一种责任感和执着。马克思曾说,“精神的实质就是真理本身”,对真理的探索必须符合真理,符合真理的探索就是扩大了真理。从这个意义上说,学术期刊在作为载体传递知识的同时,还具有文化积累和文化创造的意义;学术范式的革命不仅要有学统可依,学脉可寻,更要有思想自觉的积淀和支撑。我们提倡学术对话,追求自觉和学者自主,鄙视学术泡沫,塑造学术人格,呼唤“有学术的思想和有思想的学术”。学术期刊策划应以提升学术品位,铸造学术精品为宗旨,不媚俗、不猎奇、不逐流。学术策划主体应以理性语言探索真知未知,以思想的灼见照澈幽暗,以登泰山而小天下的胸襟审视和评判学术文化,在学术编辑中承担参与创造和建构的重任。

(二)特色策划。出版界大家邹韬奋说,“没有个性和特色的刊物,生存已成问题,发展更没有希望了”。学术刊物的特色表现为:区域(地方)特色、学科特色、栏目特色。这种策划实质就是找准自己在期刊市场上的坐标,形成人无我有、人有我新的品牌风格、选题范畴、读者定位。从全国的学术刊物看,有专业性的,有综合性的,要策划出好的学术期刊并非易事,只有通过调研和论证,通过巧妙的构建,才能设计出独具匠心又具学术导向的品牌拳头产品。

(三)形式策划。期刊的形式包括装帧设计、版式、开本、封面、用纸、印刷等各方面,它属于编辑美学范畴,既是直观的欣赏形式,又是无声的载体广告。出版技术的革命,给书刊的形式策划提供了极为广阔的空间,形式设计也日渐多样化,呈现出不同的审美价值和艺术风格。或庄重、朴实、典雅,或艺术、浪漫、潇洒。形式设计赋予理念、特色以视觉的实感,使形式和内容相得益彰,让读者观其“颜”而知其“心”。目前,学术期刊千篇一律的排版样式,整期标题字体、字号、位置刻板划一,给人一种呆板、,难以刺激读者兴趣、;在字体字号上,要布局合理,和,有序;在排版设计中,要疏密得当,错落有致。“ ” “ ”, “ ” “ ”,充满个性与活力,在规范中具有多样性,在严谨中不失艺术性。 ,形式设计既要体现学术刊物不同于文艺性或消遣性的刊物,又可以寓教于乐,精心包装;既要突出每一期的主题,又能保持整体协调,实现刊物形象与内容的完美结合。

(四)市场策划。 ,由于其性质的公益性和效应的潜在性,由于其发行量少,读者多属高知层消费群体,无法与市场实现直接对接。

,加入 W T O 的挑战,出版产业的革命,知识形态的多元化格局,这使提高编辑的市场策划能力已趋当务之急。“ ” ,我们必须早定对策,争取主动。 ,找准市场与期刊的契合点,实现“ ” 。 、 ,按照出版工作的自身规律,找到适合学刊的市场运作机制。 ,由政府和社会团体联合办刊;建立出版基金;刊登健康高雅广告;以刊养刊等。 ,走与市场接轨之途决不等于“ ”、“ ”。

参]

[1] [美]爱因斯坦.爱因斯坦文集:第 1 卷[M].北京:商务印书馆,1977.

(责任编辑 于华东)

Learned Journals Editing and Scheming

ZHANG Xi-shan

(Editorial Department of Shenzhen University Journal, Shenzhen 518060, Guangdong, China)

Biography ZHANG Xi-shan(1968-), male, Editor, Editorial Department of Shenzhen University Journal, majoring in editing and politics.

Abstract The editing and scheming of learned journals is a high-leveled intellectual production of concealment, therefore, has a particular value and characteristic of its own. The traditional guiding principle of handling this kind of journal faces challenges. Scheming is the key to the creation of academic treasures of fine quality.

Key words learned journal; editing; scheming