

# 期刊质量的十大杀手

● 吴有定

期刊不是一块净土, 由于各种各样的原因, 尤其是受到市场经济大潮的影响和冲击, 一些编辑逐渐滋生了各种各样消极的编辑意识, 而社会上的一些不良风气也乘虚而入, 形成了一只只严重影响甚至危害期刊质量及生存的无形魔爪, 我们称之为期刊质量杀手。

## 杀手一：不收版面费不发稿

随着市场经济体制的建立, 一些期刊社经济上被“断奶”或“限奶”, 为解决办刊经费问题, 这些期刊社唯有靠自身筹集资金以作“补给”。而集资的主要渠道之一就是向作者收取版面费。收费形式大致有两种: 一种是每篇限制在一定的字数范围内, 统一按篇收费; 另一种是按文章篇幅所占版面收费, 篇幅不作限制, 愿意多交版面费者可随其意愿增加版面。针对这种做法, 尽管在很多场合有不少相关人士多次提出取消收取版面费的呼吁, 但效果甚微。这样下去, 其结果必定是负面的: 一是好稿子不愿来。作为作者, 对自己所写文章的质量是了如指掌的。质量好的文章, 可谓“人见人爱”, 因而投稿选择空间

大, 作者心中之“秤”可以反复权衡: 哪里发稿免费; 哪里发稿不但免费, 还有稿费; 哪里发稿版面费高; 哪里发稿版面费便宜。试想, 几经若干期刊社的筛选, 经过作者一番对比掂量之后, 还能有多少好稿子沦落到交费的地步。对于一般期刊社来讲, 此举的结果必定是好稿子几乎全部流失。二是平庸之作充斥期刊。时下, 课题研究需要发表文章, 职称晋升需要发表文章, 职务评估需要发表文章; 科研成果统计要看发表文章篇数, 发文章成了文化人的重要任务之一。由于文章平庸, 作者不得不转念: 只要稿子能发出去, 就有成果, 就能完成任务, 就有机会晋升, 再多花些版面费也值得——这种心态正好迎合了一些期刊社“好稿子要不到, 庸文章不得落”的指导思想, 你情我愿, 一拍即合, 却害了刊物质量, 亵渎(忽悠)了读者。

## 杀手二：以专业好恶取舍稿

韩愈在《师说》中指出: “闻道有先后, 术业有专攻。”由于人的精力所限, 再加上人的爱好不同, 所从事的职业、专业不同, 其所努力的、

所主攻的方向也自然有别。这是常理, 古今皆然。但是有些人只意识到自己的专业、专攻, 却忽略了他人的术业专攻, 因而在审稿的过程中自觉不自觉地把把自己的专业爱好作为选用稿件的标准。这种以爱好取稿的做法于作者不公, 于刊物不利, 于读者不尊, 于自身不爱, 于整体不负责任。其后果将是好稿子因非投其所好而被扼杀, 差稿子因正中下怀而成掌上珠, 刊物质量滑坡, 与落选文章作者志趣相投的读者无形中受到冷落, 长此以往, 刊物生存将受严重影响。一言以蔽之, 这是于人于刊都不负责任的表现。

## 杀手三：明哲保身弃稿

早在 1937 年, 毛泽东同志在《反对自由主义》中就批评并反对自由主义的种种表现, 其中就有“明哲保身, 但求无过”。然而时至今日, 这种表现在一些编辑同行中仍然不时可见。他们出于对政治的过度敏感, 或者对“文革”时期的一些现实刻骨铭心且心有余悸, 在审稿时前怕狼后怕虎, 谨小慎微, 小心翼翼, 如履薄冰, 生怕受牵连而陷入政治泥潭, 致

使将原本纯属学术领域而非属政治范畴的不可多得的好稿件拒之门外。比如关于佛教禅宗惠能生平逸事及其在中外文化交流中的作用等方面的研究力作,本是学术性很强的文章,却因审稿人是如此认为而被枪毙:马克思主义是无神论,共产党人是无神论者,佛教与马克思主义是格格不入的,因而与之有关的研究与我们党的信仰是相悖的,属于禁止之列。这显然是将学术研究误同于政治信仰,其结果将致使一批该方面研究的好文章被当成垃圾甚至是鬼魅予以横扫出门。

#### 杀手四:按比例登载内外稿

期刊载文内外按一定比例从理论上讲是理所当然、无可厚非的,有人提出内外稿比例为6:1<sup>[1]</sup>,有的提出内外稿比例为6:4<sup>[2]</sup>,一般认为外稿不超过1/3。而在实际操作中,往往外稿远远超出这个比例。据武汉理工大学学报(社会科学版)的统计,2005年该学报“目前内外稿比例为2:8”<sup>[3]</sup>。笔者所参编的《韶关学院学报》(社会科学版)在2005—2008四年中,内稿分别占用稿总数的45%、40%、35%、34%,内稿比率逐年下降。原因无非是:从心理学和传统的角度上看,由于本地姜不辣观念根深蒂固,不管是作者还是其他人,都认为在本单位刊物上发表文章不值钱;从现实的角度上看,好稿子能在核心期刊上发表,无论是职称晋升还是科研奖励都比在普通期刊上发表更为实惠,无奈之下才会考虑当内稿投。以上无论是用稿现状还是原因分析都告诉我们:内外稿的比例是个变数,是个逐年下降的变数;若要使这个比例固定下来,方法不外乎两个:一是大量砍

杀外稿,每期不固定页码,有多少内稿就按比例用多少外稿;二是网罗垃圾稿件凑够内稿比例,笨妇也要逼其强为无米之炊。可以断言,方法一等于立即要刊物的命,方法二等于逼刊物慢性自杀——垃圾文章,哪来质量?何来读者?遑论生存!为此,有同人呼吁:“必须转变办刊理念,迈出关键性的一步,完全撤消内外稿比例限制,提升办刊平台。”<sup>[4]</sup>

#### 杀手五:特约尴尬稿

所谓特约尴尬稿是指一些期刊社为了使所办刊物更有分量、能增光添彩且能产生一石激起千重浪的效应,特意向名人名家约稿,然而约到的却是货不对板的稿件。这主要发生在普通刊物尤其是小刊物中。按理说,名人名家之所以名声显赫,就是其才华洋溢,学问出众,术业造诣深,研究成果丰硕;能展示其水平的学术文章质量自然不凡,容易产生轰动效应,因而求之若渴。从名人名家个人角度看,既然是这样的现实:趋之若鹜,那当然要首选名刊发表。道理很简单,名刊品位高、影响大,更具社会效益。然而普通刊物也不善罢甘休,它们向名人名家的约稿往往都是“蓄谋已久”,因时择宜,捕捉最有利的时机和方式方法,使被约者“走投无路”而就范:非得有个交代,多少要给点面子。但这又伴随着另一个问题:稿子供不应求。在这十分为难的情况下,为了“面面俱到”,一些名人名家往往不得已而为之,办法有二:一是一稿多赐;二是以讲稿尤其是大会发言稿充数。前者我们暂且不论;后者则使那些受赐者高兴之余陷入了进退两难的尴尬境地:发吧,风马牛不相及;不发吧,怎么向赐稿者

交代?稿子毕竟是自己花了九牛二虎之力,对方给面子才得到手的。想到约稿时那感人情景及稿子的来之不易,绝大多数刊物不得不选择“还是发了算”。结果问题来了:不伦不类,不单光无增、彩不添,反而给刊物抹了黑。

#### 杀手六:“合作”交换稿

“合作”交换稿就是通过所谓的合作或交换方式录用的稿件。这里所指的“合作”,就是指一些相对较有优势、知名度较高的期刊社(编辑部),为了获取更高的经济利益,瞄准与其所办刊物对口或相关的单位、期刊社、编辑部有个人发表文章之需,费用可公家(或从课题基金)报销之便这一特点,主动邀请这些单位加盟成为该期刊社理事会的常务理事、理事或什么的,条件是对方每年交纳多少会费,就给对方优先发表若干篇文章;个人愿意也欢迎。由于这方面的要价往往比较高,经济效益比较可观,只要对方愿意合作,就一拍即合,用稿就网开一面。至于交换,就是指行内编辑同人互相交换稿件刊用。这主要发生在平级期刊社、编辑部之间。这种交换,大致可以分为两种:一种是现时交换。双方同时交换稿件,我为你发一篇,你也为我发一篇。另一种是异时交换。现在我先帮你发一篇,等以后我有文章需要发表时,你再帮我发一篇。通过上面合作交换的过程,我们不难想见,这类“合作”稿件的刊用是建立在高利或职务交易基础之上的,因而无甚原则可言,稿件质量不言而喻。

#### 杀手七:人情关系稿

所谓人情关系稿,顾名思义就是

通过人情关系而投来的稿子。这类稿子投送的渠道有三种:一是通过领导转交。这类稿子的作者或是这些领导的亲属亲戚,或是这些领导的老同学、老同事、老部下,或是会友。二是通过编辑的亲朋好友转交。这类稿的作者或是转交者本身,或是其亲朋好友。三是经别的期刊社(或编辑部)的编辑同人转交。其作者或是转交者本身,或是其亲戚朋友。三种渠道的来稿,有的至少已经“周游列国”了一遍无结果才姗姗来迟,有的因其作者有“自知之明”和“羞涩之感”而初出茅庐,总体上质量不高,有的甚至无甚质量可言。正因为如此,作者才有的放矢、想方设法取长补短,充分发挥人情关系的能动性。而对于编辑来说,由于存在“领导意见不可逆、亲情友情不可抗、同人托付不可失”的观念,往往原则性淡薄了,质量意识模糊了,门槛降低了,处理马虎了,感情用事了,稿件大吉了,对上司、亲友和同人有所交代了,当然期刊质量也自然受损害了。

### 杀手八:因人取稿

因人取稿就是根据作者身份取舍来稿。一些刊物尤其是学术性刊物——知名学术刊物,为了所谓的质量,为了提高所谓的知名度,为了使刊物“增光添彩”,在其主观臆断和想当然思想的指导下,审稿先审作者简介,用稿依据作者身份,地位高、名气大、职称高、学历高、年事高、地域灵者,其文章必列为佳作,各项不兼备者则按上述要素依次审查录用稿件,地位、名气、职称、学历、年事、地域等成为优选稿子的条件。可是此举的结果常常是事与愿违、实不副名;那些无名小卒尽管有相当部分

竭尽全力,潜心撰稿,稿件质量上乘也不屑一顾,当然难有立锥之地,也自然就没有一鸣惊人的机会了。其结果好稿子上不去,平平者却频频充斥其间。

### 杀手九:以规范、版面取稿

就理论而言,质量包括内容和形式两大方面。但不少作者无论是老作者还是新作者,特别是新作者,在写作时,往往把注意力集中在观点之新颖、标题之醒目、内容之充实、数据之精确、结论之正确、推论之合理、逻辑之严密、结构之严谨、层次之分明、语言之精练、语体之得当、信息之密集等等内容方面,而无暇顾及或者说因陌生而忽略了注释、引文出处标识、参考文献著录等形式方面的规范,更不考虑行距的是否恰当,版面的是否美观,标点符号使用是否正确等微观细节,结果乍看给人一种“蓬头垢面”之感。这个第一印象,往往催生了那些面对堆积如山的稿件却又尚欠耐心和图方便省事的编辑的“杀机”,这些稿子尽管有不少是质量上乘之作,却往往成为这种“杀机”之下的牺牲品。这种挥“金”如土无形在损毁刊物的金字招牌。

### 杀手十:拉郎配撮合稿

办出特色,本来与质量同是刊物的生命,是每个编辑出版人为之奋斗终生的永恒主题。卓越的政论家、出版家邹韬奋先生在自传《经历》中曾经说过:“没有个性和特色的刊物,生存已成问题,发展更没有希望。”<sup>[5]</sup>他在谈到法国的晚报《巴黎时报》销路虽小却有影响力时又说:“办报必须有其特色,有了特点,销路虽少,还有它的力量。”由此可见,个性和

特色是刊物的生命和力量源泉所在。然而,一些刊物为了打造所谓的特色栏目而走火入魔,尽管相关的科研力量微不足道,该方面的稿源也远远不足,时断时续,但为了凸显特色而勉为其难,甚至为了使特色栏目不出现“停跳”或“断气”,维持“特色”香火不断,不惜将至少要七拐八弯才能勉强找到内容仅有可怜一丝相干(或者说差点就风马牛不相及)又无质量可言的稿件硬加拼凑而成。如笔者曾经见过个别刊物,把本来属于语言学范畴且质量一般的关于方言词语研究的文章硬拉郎配于“××文化研究”栏目之下,读后不免使人颇有“挂羊头卖狗肉”、不伦不类、苟延残喘之感——如果要论特色,也许这就算是其所谓的特色吧。这种宁滥毋缺的编辑意识实际上与其初衷大相径庭、背道而驰,是对特色和质量的亵渎。

#### 参考文献

- [1] 姚飞,石琴,陈移峰等.学术期刊综合计量方法在期刊评价中的应用[J].重庆大学学报,2003(7):155-158.
- [2] 冯济平.论社科学报的板滞模式及改革思路[J].云梦学刊,2005(2):18-19.
- [3] 武汉理工大学学报(社会科学版)进入湖北省百强期刊行列[J].武汉理工大学学报:社会科学版,2006(2):10-11.
- [4] 周芷汀.省属重点高校学报问鼎名刊的几点思考[J].浙江师范大学学报:社会科学版,2006,31(4):107-111.
- [5] 邹韬奋.韬奋文集:第3卷[M].北京:三联书店,1955:304.

(本文作者单位:广东韶关学院学报编辑部)