

《服饰导刊》办刊 4 周年总结暨 2012 ~ 2015 年 载文分析

文/李强,杨锋

摘要:《服饰导刊》经过 4 年的发展,完成从季刊到双月刊的华丽转身,并且在学术界初具影响力,这离不开全体《服饰导刊》的办刊人员、作者、读者的同甘共苦和风雨同舟。通过对 4 年《服饰导刊》办刊经验的总结和载文分析,旨在客观评价《服饰导刊》这段令人难忘的历史、总结经验教训,为刊物的快速发展提供借鉴。同时,为广大读者、作者、编者提供参考资料,为行业发展和学科发展做出贡献。

关键词:《服饰导刊》;办刊 4 周年总结;2012 ~ 2015 年载文分析

《服饰导刊》(CN 42-1826/TS;ISSN 2095-4131)作为国内外公开发行的服饰类综合性学术刊物,由武汉纺织大学主办、主管。2012 年 9 月由《湖北省财经高等专科学校学报》改为《服饰导刊》,^[1] 2015 年入选 RCCSE 中国核心学术期刊,决定 2016 年起由季刊改为双月刊,用短短 4 年的时间完成其他刊物十几年乃至数十年的发展历程。4 年的办刊过程中艰辛和喜悦交织、痛苦与快乐并行,此中滋味恐怕只有办刊人员才能体会。4 年来,《服饰导刊》从无到有、从弱变强,越来越受广大作者和读者关注和喜爱,为行业科技文化平台的建设做了大量工作,为促进服饰学科发展做出了重要贡献。吐故纳新、鲲鹏展翅,似有不吐不快之感,笔者对《服饰导刊》4 年来的办刊经验做一个总结,并对 2012~2015 年共 14 期刊物的载文做一个详细的分析。一方面,这是对《服饰导刊》历史的记录,给刊物、作者、读者一个交待;另一

方面,这也是给办刊人员一个交待,以期今后更好地做大、做好《服饰导刊》。

1 办刊总结

1.1 坚持办刊理念和办刊宗旨

《服饰导刊》自 2012 年改刊以来,一直恪守“传承文化、美化生活、连线市场、引领时尚”的办刊理念和“为服饰研究领域知识创新与学术繁荣服务”的办刊宗旨。将办刊宗旨中的“传承文化”具化为“服饰与文化”板块,下设“服饰考源”、“非遗研究”、“服饰哲学”、“文物鉴赏”等可变动栏目;将“美化生活”具化为“服饰与艺术”板块,下设“设计理论”、“服饰与美”、“设计与美”等可变动栏目;将“连线市场”具化为“服饰与产业”板块,下设“产业历史”、“产业观察”、“品牌研究”等可变动栏目;将“引领时尚”具化为“服饰与传播”板块,下设“影视服饰”、“传承创新”、“传播方式”等可变动栏目。四大板块的固定设置突显了《服饰导刊》的办刊理念,各板

基金项目:湖北省教育厅社科基金青年项目(15Q104)

作者简介:李强,博士,武汉纺织大学《服饰导刊》编辑部副主编、责任编辑,湖北省科学技术史学会理事,江西服装学院服饰文化研究所兼职研究;杨锋,博士,武汉纺织大学教授

块下设的变动栏目使办刊理念在选题上更具可操作性。《服饰导刊》四大板块实质上是栏目集团,这一设置为了选题方向的稳定性,以便形成自己的办刊特色,走特色刊物→名栏刊物→名刊的循序渐进道路。而每个板块下设的变动栏目,乃是根据选题、组稿、用稿情况进行调整,体现了用稿的综合性和多样性,真正做到“为服饰研究领域知识创新与学术繁荣服务”。

1.2 严格按审稿编辑程序操作,客观评价和完善每篇稿件

《服饰导刊》自改刊始,就制定了严格的审稿编辑程序(图1),确保客观评估和完善(针对已录用的稿件)每篇来稿。从图1可以看出,审稿编辑程序每一个阶段都实行责任制,任何一个环节出现问题,只要作者申请复核,都可以找到被拒稿或编辑出错的原因和相关审稿、编辑人员的审稿、编辑记录。正是因为这种严格的审稿编辑程序和可复查性,使处于每一个审稿编辑环节的工作人员都不敢大意,必须客观公正,否则出现任何问题都可以找到相关责任人,进行相应的处理。笔者曾经发现中国服饰领域有些知名教授、

专家的学生,假借其老师大名,甚至以其老师为第一作者给《服饰导刊》投稿。笔者认真审读,发现稿件结构混乱、行文不畅,让人质疑作者署名的真伪,通过电话核对后,断然拒稿,并将相关投稿人列入黑名单,永不录用其人的稿件。《服饰导刊》不仅对投来稿件进行客观评价,也对投来稿件的学者进行客观评价,从而间接评估了其投来稿件的质量。其方法是:基于中国知网检索投稿人姓名、工作单位,通过阅读其相关论文和对比是否存在一稿多投现象对其学术水平、学术道德进行考量,以防止抄袭论文事件出现。近几年来的学术抄袭“牛

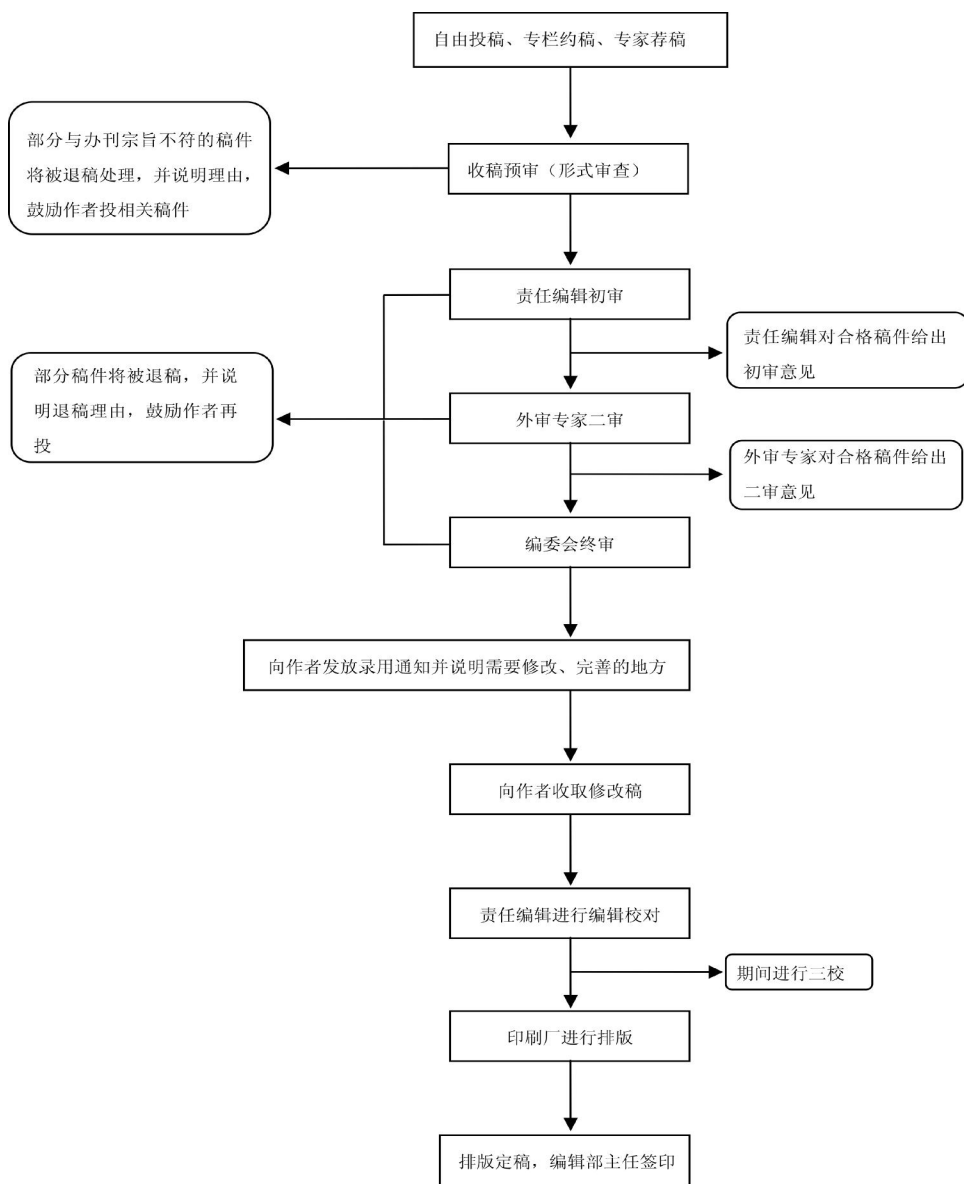


图1:《服饰导刊》审稿编辑程序

人”董鹏,利用其对网络的熟悉和相关刊物稿件在上传中国知网前先在其官网上论文免费获取存在的时间差,一年发表200余篇囊括经济、管理、哲学、艺术、政治等多学科内容的抄袭论文,并且一稿N投,全国很多刊物上当受骗。董鹏多次向《服饰导刊》投来稿件,但均被拒稿。正是因为《服饰导刊》编辑部通过中国知网,在其第一次来稿后便知道其人一年发表200余篇论文和一稿N投现象,已经可以完全断定其为伪学者身份,将其列入黑名单,从而避免了《服饰导刊》名誉受损。

1.3 以人为本,真诚关心和对待每一位作者和读者

投来的稿件和审稿编辑程序都是“冰冷”的客观实在,但《服饰导刊》编辑部的每一位工作人员却以一颗温暖的心,将这种冰冷融解在与作者和读者的交往过程中。

(1)《服饰导刊》对待作者严格要求,不论作者的职称高低、所在平台的大小、来稿所挂项目等级高低等,一切以论文质量为取向。通过三审拟录用的论文,都要经过认真修改,三次修改几乎成为常态,甚至个别论文经过修改六七次才被刊出。当作者们抱怨修改过多时,办刊人员经常这样说:“修改后论文质量提高,请问谁获益啊?”,无形之中化解了作者的放弃心理。另外,从图1的《服饰导刊》编辑部审稿编辑程序中,我们可以发现《服饰导刊》编辑部从来不会放弃任何一位作者。即使拒稿,也要说明原因,让其知道原因和如何改进,进而提高论文写作水平,并鼓励其再次投稿,让他们知道给《服饰导刊》投稿不仅是论文的发表,更是写作能力的提高和友谊的增长,从而将其发展为刊物忠实的作者。经过这4年的努力,《服饰导刊》在每个板块下都有长期投稿者,这些作者甚至和《服饰导刊》的责任编辑成为从来都没有见面却彼此之间非常熟悉声音的朋友和师长。

(2)保护作者正常合法的利益,坚决同论

文代发、论文发表欺诈做斗争。《服饰导刊》坚决不与任何个人和组织建立论文代发关系,对于涉事相关人员严肃处理,决不姑息;对于涉事稿件坚决不予刊出;对于涉事投稿者,列入黑名单,永不录用其后投的任何稿件。由于《服饰导刊》编辑部的细心和经常通过电话核实投稿者身份,使得论文代发事件从来没有发生。在此笔者需要提及一起在《服饰导刊》上未遂的论文代发事件。一北京论文代发机构,通过XX推广链接伪装成《服饰导刊》的官网,并征集了一些论文,并以一篇论文一个假身份在《服饰导刊》的投稿系统中注册、投稿,企图做中间传话人来骗取不正当利益。由于《服饰导刊》对于每篇论文的作者都进行电话核对和交流,在其交流过程中发现那些所谓的作者,使用北京的手机号,而其所谓所在单位地区不在北京,这引起笔者高度怀疑。通过对其论文内容进行电话交流,发现对方对所谓自己的论文一点也不熟悉,故果断拆穿其代发身份,拒绝其一切来稿。同时,在《服饰导刊》的官网、刊物上发布郑重声明,强调《服饰导刊》不收取任何费用,并公布《服饰导刊》的唯一投稿系统、唯一电子邮箱、唯一联系方式和人员。^[2-3]在与某搜索引擎公司交涉要求取消北京这一论文代发的机构XX推广链接未果情况下,紧急印制1万份宣传册,陆续邮寄给全国各大涉及服饰研究的高校院所、科研机构的相关人员,重申《服饰导刊》的唯一投稿系统、唯一电子邮箱、唯一联系方式和人员,以防作者利益受损。虽然论文代发现象现在愈演愈烈,其治理也是个系统工程,牵扯面很多、很大,不是一朝一夕和某个单位能解决了的。^[4]但是《服饰导刊》尽一切努力,防止作者的合法利益受到损害,极力维护《服饰导刊》的公平、公正、一切为了学术而学术的健康形象。

(3)《服饰导刊》不仅关心和鼓励给其投过稿件的作者,还关心他们在其刊物上被刊出的文章。利用便捷、高效的互联网,在其官网和百

度文库上上传《服饰导刊》上刊出的所有论文,采取开源的方式(即免费获取),希望更多的读者无障碍地获取和利用其刊出的论文,让其刊出的论文尽可能更快地被学术界看到和关注乃至被引用。

(4)作为武汉纺织大学主办、主管的服饰类学术刊物,《服饰导刊》对本校师生来稿也一视同仁、不偏不倚,宁缺勿滥。刊物每期以外单位稿件为主、本校稿件为辅的策略——每期刊出论文总数中本校师生稿件坚决不能超过40%,一般控制在30%以内,这样杜绝形式上拥有双刊号而实质上却为内部刊物(多以本校稿件为主)的高校举办刊物普遍存在的困境,也避免了一些人情稿、垃圾稿驱逐优质稿的“劣币驱逐良币法则”。

(5)以读者(不仅限于购买《服饰导刊》纸质版和电子版的读者,还包括《服饰导刊》潜在的读者)为中心进行约稿、组稿、发稿,主要体现在两个方面:①提高刊物内容的时效性和学术性相统一。时效性就是要抓住研究热点,体现学术前沿。《服饰导刊》通过在各种学术数据库中检索服饰领域中最频繁使用的关键词、主题来确定服饰学术界热点选题,组织、鼓励相关作者、专家进行写作,进而提高读者使用《服饰导刊》刊出论文的次数,为相关论文被引用打下坚实的基础。②提高刊物形式的表现力。《服饰导刊》作为一本与时尚紧密结合的学术刊物,要求其具有较好的视觉效果。从2014年第3期开始,在刊物定价不变的情况下,实现全彩版化,增强了刊物的视觉冲击力。

1.4 内修编辑队伍建设,外宣刊物知名度

任何一个成功的学术刊物背后都有一支强大的编辑队伍和作者群。编辑是为作者服务,要树立服务意识。对于改刊时间不长的《服饰导刊》而言,不可能在短时间内有自己的强大作者群,这是由于刊物的马太效应和后发劣势所致,这导致《服饰导刊》在短时间内不可能获得很大的学术和行业影响力。但

可以在短时间内引进高素质的学者型编辑团队,通过学者型编辑团队掌握的专业化知识认真负责地指导投稿作者进行论文写作,既能保证刊物的学术质量,还能与作者建立深厚的友谊。这在《服饰导刊》上表现非常明显。时间是公平的,努力却是主观的,这需要学者型编辑与作者一起努力,将提高论文水平作为一项事业去做。随着刊物与作者一起成长,作者因为学者型编辑的指导,学术成果逐渐增多,学术职称和学术地位也不断提高,这又反过来有助于刊物在期刊评价中获得更多的分数,有利于刊物的不断进步。笔者认为刊物和作者之间的强力双赢纽带是细心、耐心、学术素质高的学者型编辑。

学术刊物的成功以论文质量为基础,但宣传也是必须的,特别是在这个信息化时代。《服饰导刊》作为连线市场的学术期刊。网络化和电子商务化是其外宣期刊学术和市场知名度的必要手段。网络化强调的是服饰专业学术刊物要有自己的网络信息发布平台,如网站、微信、微博等,能让读者和作者自由获取相关信息。同时还要包括服饰学科比较重要研究者的相关研究成果以及热点研究领域的丰富资料只有这样才能吸引更多的相关研究者关注这一网络信息发布平台,继而关注期刊,从而提升期刊的学术知名度。在网络化发展的同时,《服饰导刊》可在其网络信息平台上进行一些特殊服饰商品的电子商务活动,如传统服饰、高校服饰专业师生设计作品的买卖,进行差异化经营,突出特色,努力提高市场知名度。此外,基于《服饰导刊》掌握大量研究者资源的优势下,利用电子商务积极开展服饰行业市场、服饰企业文化建构、服饰企业管理方面的咨询服务,完成从知识到生产力的间接性转变。^[5]

2 2012~2015年《服饰导刊》载文分析

对于学术期刊而言,每期载文的数量和质量对其影响力和竞争力评价至关重要。此外,

分栏目(或分板块)载文情况有助于了解学术期刊的优、劣势。同时学术期刊论文第一作者的群体特征也是判断学术期刊质量的标准之一。^[6]为了提高《服饰导刊》的办刊质量,并动态地了解其编辑出版情况,笔者对《服饰导刊》2012~2015年载文情况进行统计,并深入分析。

2.1 载文数量和质量信息分析

《服饰导刊》2012~2015年共载文256篇,标准总页码为1302页(14期×93页=1302页),篇均页码为5.09。2012年载文量为46篇,论文页码179页,篇均页码为3.89页,占2012年标准总页码(2期×93页=186页)的96.24%,索引共6页,占2012年标准总页码的3.76%;2013年载文量为79篇,论文页码357页,篇均页码为4.52页,占2013年标准总页码(4期×93页=372页)的95.97%,索引共15页,占2013年标准总页码的4.03%;2014年载文量为68篇,论文页码362页,篇均页码为5.32页,占2014年标准总页码(4期×93页=372页)的97.31%,索引共10页,占2014年标准总页码的2.69%;2015年载文量为63篇,论文页码372页,篇均页码为5.90页,占2015年标准总页码(4期×93页=372页)的100%,索引被取消。数量在某种程度上可以反映质量的,一般认为学术期刊的篇均页码数的多少可以反映期刊的质量。从《服饰导刊》2012~2015年篇均页码数来看,分别为3.89页、4.52页、5.32页、5.90页(图2),其论文质量呈明显上升的趋势。

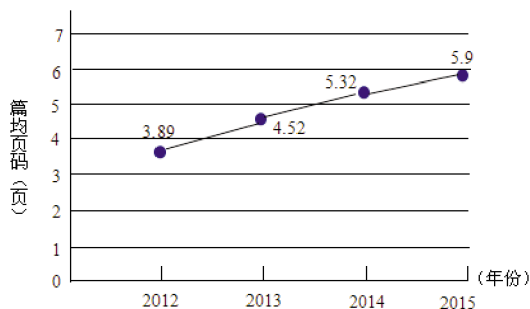


图2:2012~2015年《服饰导刊》篇均页码数

载文的质量除了篇均页码数可以反映外,主要还可通过是否被基金项目特别是国家级、省部级的基金项目资助来反映。因为基金资助项目的论文往往代表着一个研究领域的新动向、新趋势,具有科学性、创新性。笔者对《服饰导刊》载文中获得省部级、国家级基金项目资助的载文进行统计。2012年刊出24篇,占2012年载文总数(46篇)的52.17%;2013年刊出32篇,占2013年载文总数(79篇)的40.50%;2014年刊出35篇,占2014年载文总数(68篇)的51.47%;2015年刊出35篇,占2015年载文总数(63篇)的55.56%。从图3中我们发现,《服饰导刊》2012~2015年刊出省部级、国家级基金项目资助的载文数量变化呈V型,2013年有所下降,其余各年呈稳定增长趋势。这是因为2013年下半年《服饰导刊》编辑部的责任编辑发生人员变动,新上任的责任编辑集中精力强调论文质量而忽视对载文基金项目的要求所致。随后,2014年、2015年由于新任责任编辑参加了相关出版专业从业人员的学习培训、考证(已通过),逐渐认识这一指标的重要性,所以这两年这一指标有明显增长趋势。

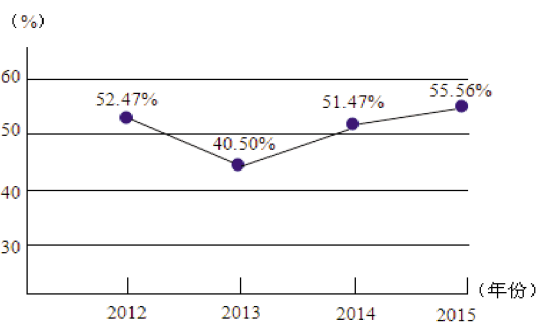


图3:2012~2015年《服饰导刊》每年刊出省部级、国家级基金项目资助的载文占全年载文的比例

2.2 分板块的载文情况分析

《服饰导刊》载文的四大板块设置体现了办刊宗旨,对引导读者阅读和作者投稿起到导向分类作用。为了吸引高质量的稿件,自2013年起开设“专稿”和“特稿”,并给予作者一定的稿费。由于“索引”板块在中国知网中的下载量偏

低,2015年将其取消,节省版面最大限度地支持学术论文的刊出。

《服饰导刊》2012~2015年各板块总体载文情况:“服饰与文化”板块共载文72篇,每期均载文5.14篇;“服饰与产业”板块共载文55篇,每期均载文3.93篇;“服饰与传播”板块共载文56篇,每期均载文4.00篇;“服饰与艺术”板块共载文63篇,每期均载文4.50篇;“专、特稿”板块共载文10篇,每期均载文0.71篇。从存量上来看,“服饰与文化”板块的优势明显,“服饰与传播”、“服饰与艺术”板块稳定发展,“服饰与产业”板块则相对较弱。

我们再从动态来看《服饰导刊》各年各板块的载文情况:

(1)2012年“服饰与文化”板块载文13篇,每期均载文6.50篇;“服饰与产业”板块载文8篇,每期均载文4.00篇;“服饰与传播”板块载文14篇,每期均载文7.00篇;“服饰与艺术”板块载文11篇,每期均载文5.50篇。

(2)2013年“服饰与文化”板块载文19篇,每期均载文4.75篇;“服饰与产业”板块载文

17篇,每期均载文4.25篇;“服饰与传播”板块载文18篇,每期均载文4.50篇;“服饰与艺术”板块载文22篇,每期均载文5.50篇;“专、特稿”板块载文2篇,每期均载文0.50篇。

(3)2014年“服饰与文化”板块载文17篇,每期均载文4.25篇;“服饰与产业”板块载文17篇,每期均载文4.25篇;“服饰与传播”板块载文10篇,每期均载文2.5篇;“服饰与艺术”板块载文18篇,每期均载文4.50篇;“专、特稿”板块载文6篇,每期均载文5.50篇。

(4)2015年“服饰与文化”板块载文23篇,每期均载文5.75篇;“服饰与产业”板块载文13篇,每期均载文3.25篇;“服饰与传播”板块载文14篇,每期均载文3.50篇;“服饰与艺术”板块载文12篇,每期均载文3.00篇;“专、特稿”板块载文2篇,每期均载文0.5篇。

从《服饰导刊》2012~2015年各板块每期均载文量(图4~图7)来看,四大板块的每期均载文量总体呈下降趋势,这并不是坏事,这是由于控制质量导致每期载文量下降所致。四大板块每期均载文有两组不同的特点:①“服饰文

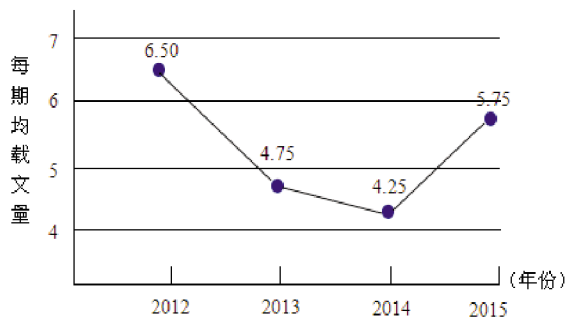


图4:《服饰导刊》“服饰与文化”板块各年每期均载文量

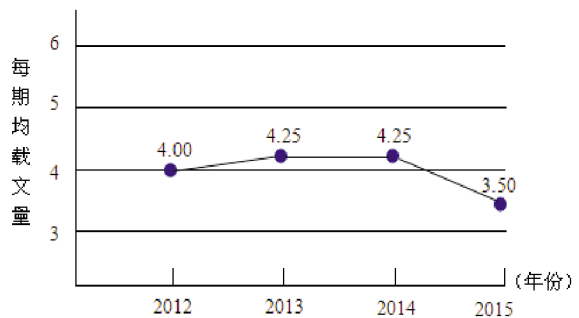


图5:《服饰导刊》“服饰与产业”板块各年每期均载文

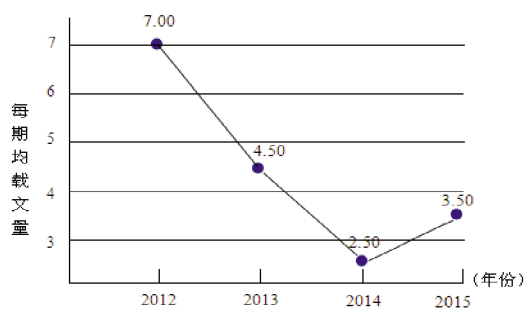


图6:《服饰导刊》“服饰与传播”板块各年每期均载文量

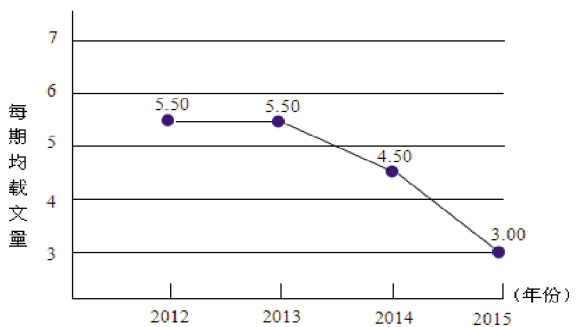


图7:《服饰导刊》“服饰与艺术”板块各年每期均载文量

化”、“服饰传播”两大板块在下降中有稳步增长趋势,特别是“服饰与文化”板块增长明显。这是因为这两大板块的投稿量和质量都相对其他两大板块要好,这说明“服饰与文化”有建设特色栏目的条件和基础,“服饰与传播”板块有建设特色栏目的潜力,多加培养作者则也可建成特色栏目。②“服饰与产业”、“服饰与艺术”两大板块则呈直接下降趋势。这是因为这两大板块的投稿量和质量相对较弱,这说明它们需要加强建设。此外,“专、特稿”板块的每期均载文量由上升走向下降,则是由于《服饰导刊》对专、特稿的要求并不仅限于服饰界的名人、设计师、专家、学者,更重要的是论文的质量。

2.3 载文第一作者群体特征分析

(1)《服饰导刊》2012~2015年载文作者总数406人(次),其中独著172篇,占总载文(256篇)的67.19%。

(2)《服饰导刊》2012~2015年载文第一作者的职称构成:正高级(包括教授、高级工程师、工艺大师、研究员等)载文量49篇,占总载文量的19.14%;副高级(包括副教授、拥有博士学位的讲师、在读博士生、副研究员等)载文量101篇,占总载文量的39.45%;初、中级(助教、未获得博士学位的讲师、硕士研究生等)载文量106篇,占总载文量的41.41%。从以上数据我们发现,第一作者高级职称(包括正高级和副高级)的载文占总载文量的58.59%,但副高级的作者为主要写稿队伍,这说明《服饰导刊》的学术高品质性和正高级载文的上升空间很大。随着时间的推移和作者的成长,正高级和副高级的载文会不断上升。

(3)《服饰导刊》2012~2015年载文第一作者按学校、博物馆、科研部门、企业分类:第一作者是高校的有243篇,占载文总量(256篇)的94.92%;第一作者是博物馆的有8篇,占总载文量的3.13%;第一作者是研究所、企业的均为2篇,占总载文量的0.975%。以上数据说明,《服饰导刊》与企业、研究所的交流很少,需要

在它们之中宣传刊物,让它们的相关人员了解刊物并积极投稿。

(4)《服饰导刊》2012~2015年载文第一作者按地区分类:湖北108篇,北京、江苏均34篇,上海25篇,天津7篇,河北6篇,广东、山东均为5篇,福建、浙江、辽宁均为4篇,江西、广西、湖南均为3篇,云南、陕西均为2篇,重庆、河南、山西、黑龙江、新疆、贵州、海南均为1篇。以上数据说明《服饰导刊》虽然力创全国性的学术期刊,但其湖北地域性很明显。中国现代时尚服饰和研究中心的北京、上海、广东收稿情况不太理想,特别是广东的稿件太少。而作为少数民族服饰比较集中的地区的云南、贵州其投稿量也偏低,这需要《服饰导刊》加大这些地区的宣传、征稿、约稿活动。

3 结语

进入21世纪以来,国内外学术刊物在争夺稿源方面异常激烈。而稿源的质量直接影响到刊物的生存与发展。《服饰导刊》虽然是中国唯一一本以服饰作为研究对象的专业性学术刊物,但由于办刊时间短(不到5年),加之很多纺织服装类院校举办的学报、行业学会和行业协会举办的学术刊物以及美学类学术期刊的激烈竞争,使其面临着高水平稿件投稿量不充分的困境,直接影响着《服饰导刊》的评价指标,进而影响刊物的生存与发展。虽然《服饰导刊》有后发劣势,但首先只要坚持办刊理念和宗旨,严格按审稿编辑程序操作,客观评价和完善每一篇稿件,保证载文质量;其次,以人为本,真诚关心和对待每一位作者和读者,强化学者型编辑队伍,给作者和读者以学术性指导,与作者和读者做真心朋友,努力培养自己的作者群、读者群。随着作者群和读者群职称水平的提高,可以从根本上改变高水平稿件不足的缺陷;再次,《服饰导刊》也要不断地开拓创新,找到自己的优点和缺点,有针对性地提高刊物的评价指标,使刊物在评价中不断进步,从而吸聚到更多的和更好的稿源。在时间

上,坚持走特色栏目刊物到名栏刊物,最后到名刊的循序渐进之路。在空间上,坚持走出湖北地方性学术刊物的窠臼,走向全国。只有这样才能将后发劣势转化为后发优势,才能在未来更加激烈的刊物竞争中走出自己的特色和明天。

参考文献:

- [1]康存辉,周莉.从学报到专业学术期刊的转变——析《服饰导刊》办刊思路[J].武汉纺织大学学报,2014(1):92-94.
- [2]武汉纺织大学《服饰导刊》编辑部.郑重声明[EB/OL].(2014-09-07) [2015-12-20],http://qk.fsdk.net.cn/ch/reader/view_news.aspx?id=20140907115730001.

[3]武汉纺织大学《服饰导刊》编辑部.郑重声明[J].服饰导刊,2015(2):27.

[4]李强.论文代发现象出现和恶化的原因及其对策[J].江汉大学学报(自然科学版),2013(4):173-175.

[5]李强,杨锋,康存辉.报刊市场化形势下服饰类高校学报转型的困境与对策刍议[J].服饰导刊,2014(4):87-92.

[6]徐石勇,张会巍,李启正等.坚持创新探求发展——《丝绸》创刊55周年办刊总结暨2010年载文分析[J].丝绸,2011(10):55-59.

(收稿日期:2015年12月20日)