

《大数据》期刊发展中的二三事



《大数据》副主编
杜小勇
中国人民大学信息学院教授，明理书院院长，教育部数据工程与知识工程重点实验室主任

《大数据》是CCF大数据专家委员会（简称CCF大专委）的合作期刊。我曾担任CCF大专委主任，同时也是《大数据》副主编，因此对《大数据》期刊的发展倾注了更多的关注，也希望CCF大专委的工作能与《大数据》期刊有更紧密的结合。我欣喜地看到《大数据》的影响力越来越大，其中固然有大数据作为国家战略的时代背景，同时期刊编委和编辑部工作人员的不懈努力也功不可没。回望过去，有几件重要的事情我印象深刻，但需要再思考、再努力。

一、关于《大数据》的期刊定位

到底是将《大数据》办成纯粹学术期刊还是高级科普类科技期刊的争论一直存在，能否快速进入所谓的核心期刊，几乎成了期刊编辑部的工作目标。我对此并不太认同，认为应该将《大数据》的发展与国家大数据发展战略更紧密地结合起来，现阶段应该更多发表综述类、观点类和高级科普类的文章，而不是特别专业的学术研究类论文。《大数据》不缺稿源，每年的编委会会议上，主动申请组织专刊的编委都很多，CCF大专委很多专家也愿意供稿。CCF原理事长、大专委老主任梅宏院士关于大数据技术发展趋势的综述文章《大数据技术前瞻》就发表在2024年第一期上。坚持服务国家大数据战略的初心，围绕国家数据局的重点难点工作，组织力量出版相关的专题，仍然是《大数据》近

期的工作重点。

二、关于《大数据》的品牌推广

要办好一个期刊，品牌的宣传至关重要。编辑部为此也做了大量的工作。我也力所能及地做了点事情，甚至还配合编辑部对自己的文章主题录制了解读短视频。但是似乎效果并未达到预期，还没有在刷视频的时候发现有介绍《大数据》文章核心观点的短视频。但我觉得《大数据》的影响力不应该只是来自“引用”，还应该对国家数据事业发展的推动作用。编委会上主编郑院士曾经畅想，要让各级大数据局官员的办公桌上都有一本《大数据》期刊！

三、关于《大数据》的专刊组织

专刊的选题和质量直接关系到《大数据》的影响力提升。我自己也曾组织了数期的专刊，选题主要是大数据治理和安全治理。但是，事后评估觉得影响力不够大。我觉得这与选题、论文、推广都有关系，都需要改进。选题征集是否有一个更严谨的申请和评审过程？是否可以更加开放一些？除了面向编委征集，还可以面向读者征集。论文的遴选是否可以更加严格，宁缺毋滥？论文发表后是否让作者参与推广之中？例如提供5分钟的对核心观点的介绍视频、在自己的朋友圈推广等。

《大数据》未来要做的事情很多，我们一起努力。《大数据》发展的十周年也是我国大数据事业发展的十年。祝《大数据》的影响力越来越大。