

ICS 03.140
CCS A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 40108—2021

人文社会科学期刊评价

Evaluation of humanities and social sciences journals

2021-05-21 发布

2021-12-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国知识管理标准化技术委员会(SAC/TC 554)提出并归口。

本文件起草单位：中国社会科学评价研究院。

本文件主要起草人：荆林波、张青松、苏金燕、逯万辉、耿海英、余倩、王雅静。

引 言

为规范人文社会科学学术期刊评价活动,特此构建人文社会科学期刊评价体系。期刊评价标准是加强和引导我国学术期刊建设,建立科学权威、公开透明的哲学社会科学成果评价体系,推动中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系和话语体系建设的重要制度保障。

本文件在结合国内外期刊评价标准体系理论研究与实践应用的基础上,设计了定性和定量相结合的评价指标体系,旨要创建一套具有科学性、权威性、指导性、工具性和可操作性的学术期刊评价标准。

人文社会科学期刊评价

1 范围

本文件规定了人文社会科学期刊评价的原则、评价体系和评价程序。

本文件适用于人文社会科学学术期刊的评价。在人文社会科学学术期刊建设与管理、科研诚信监督与改进,以及期刊信息化研发与建设等方面可以作为参考。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语、定义和缩略语

3.1 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1.1

评价客体 **evaluation object**

评价活动中的被评价对象,主要指学术期刊。

3.1.2

评价主体 **evaluation subject**

对评价客体进行组织、实施评价活动的机构或个人,包括科研管理部门、第三方评价机构和学术共同体等。

3.1.3

吸引力 **attractive power**

评价客体吸引资源的能力,评价客体的外部声誉。

注1:良好的外部环境能够吸引更多的作者和读者,提升评价客体的关注度、汇集力和竞争力。

注2:在期刊评价活动中,吸引力则表现为学术期刊作为评价客体,展现于公众面前的良好学术形象和综合竞争能力,它包含诸多因素,如荣誉、奖项、口碑等。

3.1.4

管理力 **management power**

评价客体的内部运作能力,评价客体保持发展的能力。

3.1.5

影响力 **impact power**

评价客体的吸引力和管理力最终体现为对外传播、实践应用,以及对学术理论、公共政策等产生作用的能力。

注:影响力涵盖学术影响力与社会实践影响力,是评价客体实力的直接表现。

3.1.6

影响因子 **impact factor**

测度一篇期刊论文在一定时间内被其他期刊引用的次数。