

用真诚践行服务 以服务凝聚人心： 也谈科技期刊如何做好编委服务工作*

杨臻峥 郑晓南[†]

中国药科大学《药学进展》编辑部,210009,南京

摘要 编委会是科技期刊核心竞争力的重要组成部分。编辑部在约定编委责任和义务的同时,也要用优质的服务吸引编委、调动编委积极性,方能充分发挥编委会的作用。文章从持续和全方位宣传编委、助力编委事业发展、点滴细节体现尊重和人文关怀这3个角度,探讨了期刊通过做好编委服务提高编委办刊参与度的方法和路径,旨在为科技期刊编委会的建设和运营提供参考。

关键词 科技期刊;编委;服务;微信公众号

Win popular support through sincere service; a discuss on how to serve editorial board members for scientific journals//
YANG Zhenzheng, ZHENG Xiaonan

Abstract The editorial board is an important part of the core competence of scientific journals. While stipulating the responsibilities and obligations of the editorial board members, editorial office should also use good service to attract editorial board members and mobilize their initiative, to realize the true power of the editorial board. In order to provide references for construction and operation of editorial board of scientific journals, we discuss the methods and path to improve the participation of editorial board members by excellent service from 3 aspects: providing continuous and all-round promotion service, facilitating the development of the business of editorial board members, as well as showing respect and humanistic care in the details.

Keywords sci-tech periodical; editorial board member; service; WeChat subscription

Authors' address Editorial Office of Progress in Pharmaceutical Sciences, China Pharmaceutical University, 210009, Nanjing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2018.05.020

编委会是期刊核心竞争力的一个重要组成部分^[1],期刊的学术水平离不开编委团队的支撑和保障;然而,编委会功能缺失是目前科技期刊运营中较为常见的问题。其中一个重要原因是,编委大多为行业中的领军人物,如学术造诣高的教授、具有一定行政职位的上级领导^[2],以及企业中的首席科学家等,他们的本职工作就已非常繁重,编委只是他们的诸多社会兼职之一,甚至有的专家身兼数种期刊的编委,更是无

暇顾及编辑部事务。近年来,国内有不少科技期刊建立并推行了编委责任制度,与编委签订聘任协议,规定其责任和义务^[3-4]。编委责任制度的实施,一定程度上提高了期刊质量及编辑部工作效率,也是势在必行的举措。

笔者认为,在跟编委谈责任和义务的同时,也应思考用什么方式提高编委对期刊的认可度与参与度,只有让权益与责任的“两驾马车”并行驱动才能充分发挥编委会的作用。编委若能在任职过程中切实获益,就会对编委这一身份产生归属感和认同感,从而有足够的积极性反哺期刊发展。因此,编辑部对编委的服务工作尤为重要,其在一定程度上决定了期刊与编委之间的黏性。笔者所在的《药学进展》编辑部近几年通过持之以恒、真诚贴心的服务赢得了编委的肯定和支持。自2015年以来,编委队伍以稳健的速度不断壮大,现有院士10位,“长江学者”“杰青”“千人计划”“百人计划”“万人计划”专家逾50位;主编陈凯先院士对《药学进展》高度重视,连续4年出席编委会议并作主旨报告、对杂志发展提出宝贵建议。此外,参与《药学进展》选题策划、稿件组织及文章点评的编委人数也在逐年增多,体现了期刊践行“专家办刊”的高效机制。笔者现结合工作中的一些经验与体会,再谈科技期刊如何做好编委服务工作,与编辑同人分享。

1 对编委的宣传服务应做到可持续和全方位

科技期刊是刊登学术成果、进行学术交流和传播的载体和平台,也兼有培养和宣传专业人才的作用,每一位专家的成名都离不开科技期刊。优质的宣传服务可以让学术成果的传播事半功倍。随着新媒体和线下活动逐渐融入期刊编辑部的日常业务,科技期刊应努力抓住一切可宣传的机会、素材和途径,为编委提供持续的、全方位的宣传服务,将编委打造成专业领域备受瞩目的明星,而不是将其定位为幕后工作者。

1)用杂志宣传编委。向编委约稿,或邀请编委为某一栏目文章作评述时,索要编委照片和个人简介,放在文章醒目位置,是宣传编委的途径之一,《药学进展》自改版以来就采用了这一做法,相比于以往脚注

*江苏省科技期刊研究基金“基于科技期刊编委会的专家智库的构建与运营研究”(JSRFSTP2017A02)

[†]通信作者

式的简单介绍,使用了更多的版面空间用于宣传编委。笔者建议,对于编委组来的稿件,或由编委评审的稿件,文后也可署相应的专家姓名,对其作为组稿人或审稿人的贡献予以肯定。

2) 举办学术活动。主办学术活动(如大型会议、讲座和沙龙)是科技期刊发展途径之一,也是宣传编委、展示其风采的有效手段。《药学进展》自2015年以来主办和协办了多场行业活动,邀请编委作学术报告、参与圆桌对话,或走进创新园区及企业为其发展建言献策,在扩大期刊影响、推动行业发展的同时,也宣传了编委,使其知名度进一步提高。笔者建议,编辑部在举办学术活动前,还可联合在业界具有权威性和公信力的机构,评出年度“十大研究进展”、“十大行业人物”等,在大会上颁发荣誉证书,对于入选排行榜的编委而言是非常不错的激励和宣传方式。

3) 新媒体宣传策划。近年来,微信公众号、H5微场景被普遍应用于宣传推广,编辑应充分发掘其功能为期刊服务。基于新媒体在传播速度上的优势,期刊在宣传编委的文章时就可以辅助使用这些手段,例如在杂志正式出版前制作并发布集图、文、声于一体的“本期预告”微场景,撷取编委文章中的精彩观点;或直接用微信公众号推送编委文章。

当然,仅仅推送文章可能还不足以使宣传服务保持热度,编辑应做有心人,平时注意收集编委信息以及与编委有关的新闻,并以此为素材,形成与期刊相关的信息产品。例如在公众号长期开设“编委风采”栏目,以人物传记形式介绍编委,或在召开学术会议时,对参会编委进行宣传报道;也可以针对某一专业领域的热点事件,邀请在该领域有建树的编委评议,或让编委用手机录制5分钟左右的讲话视频,制作成“微访谈”。值得一提的是,微信图文中还可以插入超链接,让读者浏览该编委曾经撰写或推荐的一些文章。这种多角度、有节奏的宣传有效强化了读者对编委的印象,也会让编委切身感受到编辑部全面的宣传服务。《药学进展》时常针对新药研发领域的一些热点事件向编委征集观点,或就编委获奖这一契机对其进行采访,既宣传了编委,又充实了公众号内容,使期刊品牌资源进一步增值。

2 助力编委事业发展:贴近需求,解决痛点

科技期刊编委会由业内极具影响力的专家组成,他们来自同一行业的不同机构和部门,其事业发展中有痛点和需求,也有可协同合作、互补优势之处;编委之间也非常希望了解彼此的近况。基于此,科技期刊应想编委之所想,积极为编委搭建交流与合作的平台,

助力编委事业发展。现在越来越多的科技期刊都会通过微信社群、学术会议等途径促进编委互动交流,笔者认为在此基础上,编委服务工作还可以更进一步——一是为编委提供有助于其业务发展的情报资讯,二是主动贴近编委需求、实现精准服务。

1) 编纂编委交流资料。在期刊同质化竞争日趋激烈、编委参与度较低的情况下,办好《编委通讯》是一种服务编委、调动其积极性的有效举措。《Chinese Journal of Natural Medicines》(中国天然药物)就曾办过《编委通讯》,将学术会议通知和纪要、新增编委简介、期刊引证数据、编委重大学术成果及获奖情况等信息汇编成册,定期向编委及时汇报,加强了与编委的沟通^[5]。受此启发,《药学进展》也汇编了编委交流资料,其内容更多侧重于编委团队在新药研发领域的技术突破、重大新闻事件、访谈实录和观点见解,不仅促进了编委之间相互了解与合作交流,也有助于编辑部了解编委近况,寻找组稿线索。

2) 积极走访和调研编委单位。除了召开编委会议外,编辑人员还应积极调研编委所在单位,了解其专注研究领域与最新进展,以及技术瓶颈与合作需求等。《药学进展》团队近年来走访了多家编委单位,通过调研,笔者发现编委单位发展模式和关注重点各不相同,需求也不同:有的希望期刊能为他们的团队、技术平台或产品做宣传服务,有的希望双方能合作举办学术活动,有的希望《药学进展》能成为创新企业与药学高等院校之间沟通与交流的桥梁,为企业定制人才培养计划,等等。这些调研结果能够帮助编辑深度接触编委,是期刊为编委提供精准服务的基础和前提^[6]。

3) 促进编委成果转化。《药学进展》编委会中有不少编委是高校、科研院所及企业的研发工作者,有项目合作和融资方面的需求;也有一些编委是资深投资人,在医药创新项目价值评估方面有灵敏的嗅觉和丰富的经验。基于此,《药学进展》近3年举办了多场产融对接活动,如“药学前沿高峰论坛”的生物医药投融资专场、“大院大所江苏行”生物医药专题推介会等,通过搭建研发人员和投资人互动交流的平台,为编委的创新项目提供了专家评估和推介服务,帮助其解决痛点、快速成长,从而强化了期刊与编委之间的关联;编委项目的加速孵化客观上也推动了行业的发展,进一步提升了期刊的业界影响力,编辑还能通过追踪这些创新成果的后续进展获得选题策划方面的灵感。

4) 帮扶青年编委成长。编委年龄老化是学术期刊发展过程中不可避免的问题。青年编委是编委专家中的生力军,与那些在学术造诣上已处于巅峰状态的编委相比,有更多的成长空间,更加渴望受到行业的关

注和认可,也有更大的动力协助编辑部办刊,因此,将行业中的优秀青年发展为编委会成员、优化年龄结构是提高编委会活力的有效方法。《药学进展》于2018年发展了一批“青千”、“优青”、“青年长江学者”作为青年编委,并于同年6月召开第四届编委会议,为青年编委颁发聘书,旨在促进组稿、审稿等办刊工作。笔者认为,在今后的办刊工作中,编辑部应用好期刊平台资源,提升青年编委业界影响,为其创造合作与发展机遇,帮助他们成长。例如邀请他们在学术论坛上汇报成果、请名家大师对青年编委的文章进行评述和推荐,以及帮助青年编委寻找和对接科研合作单位等。

3 点滴细节体现对编委的尊重和人文关怀

编委是科技期刊学术质量的“把门人”,其在出版活动中亦有话语权,处理好与编委之间的关系至关重要,既是学问更是艺术。若要引起编委的关注,就要先主动、持续地关注他们的动态,经常为他们“点赞”;更要从编辑出版过程中的点滴细节入手,体现编辑部对他们的尊重和人文关怀^[7-8]。

1) 尊重审稿人和组稿人的劳动成果。笔者在日常事务中常换位思考,站在编委的角度反思编辑出版中的一些细节是否妥当,并作出改进。例如近期经笔者处理的投稿,在请编委或其他审稿专家审阅之后,将录用与否的最终结果告知审稿人,这个看似不起眼的细节能让审稿人感受到编辑对他们的尊重。另外前文曾提到将组稿专家和审稿专家姓名标注于文末的建议,目前,《药学进展》每期的“专家论坛”栏目会请组稿专家以“栏目主编”的名义写评述,而暂未在论文末尾体现审稿专家的姓名,但笔者认为值得尝试:这样既是对审稿专家的宣传,也是对他们劳动成果的肯定与尊重。如组稿专家和审稿专家愿意,可邀请他们对文章进行简评,凸显文章的特色和亮点。

2) 在年会上为新编委颁发聘书。编委聘书既是编委与编辑部双方合作关系确立的证明,也是让编委获得归属感的荣誉证书。《药学进展》就非常重视颁发聘书这一细节,编辑部并没有用邮寄给编委的方式,而是在每年主办的大型会议——《药学进展》编委会暨“药学前沿高峰论坛”上由主编陈凯先院士亲自颁发给新编委。该会议已连续举办4届,被业界誉为新药研发的风向标,也形成了《药学进展》的特色品牌,在这场精英聚首的行业盛会上,主编给新编委颁发聘书、新老编委合影、新编委自我介绍和参与研讨,使得编委聘任工作充满了仪式感,也让新编委切身感受到自己被尊重和关注。

3) 节日祝福与个性化定制。HTML5 微场景(以下

简称H5微场景)是一种多媒体展现形式,集图、文、声、效于一体,给人以良好的阅读体验,《药学进展》是较早探索H5微场景在办刊事务中应用的期刊,除了将其用于期刊宣传、活动组织外,每逢端午节、中秋节、教师节、春节等节日,都会通过H5微场景制作电子贺卡发给编委^[9]。笔者建议,当编委获得荣誉称号及奖项,或其团队取得突破性研究进展时,也可用H5微场景进行图文报道,对他们发出祝贺。

近年来,数字印刷的发展使得个性化定制变得简单易行且成本降低。江苏省科技期刊学会在近年的培训班中为学员制作了个性化的软抄笔记本,封面印有“××老师留念”,卷首语末尾注有“谨祝××老师万事顺遂、阖家幸福!”一类的祝福语,受到学员广泛好评。笔者由此受到启发:期刊也可为编委个性化定制软抄笔记本,封面和卷首语注有编委名字,凸显物品强烈的个人属性,让编委觉得很温馨;封二后若干张彩页,以图文并茂的形式展示和总结编辑部一年来取得的成绩(期刊文章下载和引用情况、这一年来策划了哪些专题,举办过哪些学术活动,获得了什么奖项和荣誉等),对编委汇报工作的同时,也对编委为期刊作出的贡献(投稿、审稿和推荐稿件情况)表示感谢。

4 结束语

编委会是科技期刊打造品牌和提升影响力的核心资源,也是科技期刊相比于其他媒体得天独厚的优势,期刊应积极探索与编委相互服务、共同进步的良好发展模式。本文以《药学进展》办刊实践为例,探讨了期刊通过做好编委服务提高编委办刊参与度的方法和路径。笔者总结工作中的一些经验和教训,有2点思考:第一,大多数期刊编辑由于已脱离科研一线多年,难以把握学科发展方向,也难以准确判断文章的创新性、前沿性和科学性,对稿件的把关只能是针对文章的表达质量。因此,编辑不是学术方面的专家,更无法替代专家,应将自身定位从传统的文字编辑转型为组织策划型编辑,以优质服务凝聚人心,发挥编委智库的力量来办刊。第二,学术活动和新媒体本不属于传统意义上编辑出版的业务范畴,但其在扩大学术影响、强化期刊品牌方面的巨大推动作用已毋庸置疑。尤其是新媒体的出现和广泛应用,为科技期刊运营及编辑人员工作方式带来了变革,不论是在拉近编辑与编委之间的距离、促进交流方面,还是在快速传播学术成果方面,都为编辑部服务编委的方式提供了新思路。编辑同人应以此为契机,跳出期刊办期刊,深度发掘新媒体的价值,注重“线上”与“线下”的融合,将科技期刊打造成全方位、立体化的传媒和社交平台。