

同行评议对科技期刊的宣传作用

张 向 谊

清华大学环境学院,100084,北京

摘 要 阐明同行评议作为宣传方式的优势及其可以达到的效果,探讨怎样实现同行评议对期刊的宣传作用并达到最佳效果。

关键词 科技期刊;同行评议;宣传

To promote scientific journals by using peer review // ZHANG Xiangyi

Abstract The advantages of using peer review as a way of promoting scientific journals are introduced. Then the effects of peer review on the journals are described. Finally, the approaches to achieve the purpose of promotion by using peer review are discussed.

Key words scientific journal; peer review; promotion

Author's address School of Environment, Tsinghua University, 100084, Beijing, China

同行评议是保证期刊论文质量的有效措施。越来越多的期刊认识到同行评议在提高期刊学术质量方面的重要作用,思考并尝试采用各种方法改进这一程序,例如引进在线投审稿系统^[1-3],完善审稿人数据库^[4-5],缩短审阅周期^[6],等等。其实,对于科技期刊来说,同行评议的作用不止于此,它还是宣传期刊的有效方式。

1 同行评议是一种宣传方式

关于如何宣传期刊,很多编辑部进行过总结,例如,利用大众媒体^[7-8]、利用网络^[9-11]、走访高校和重点实验室^[12]、参加学术会议和期刊展览会^[10,13]、赠阅样刊^[11,13]、刊登启事^[13]等,这些都是行之有效的方法。不过,这些方法都需要专门投入人力、物力,并需要时间进行准备和运行,而且很多不是持久性的,一次宣传很难达到预期效果。

同行评议是与人交流的过程,在交流的同时,可以让人加深对期刊的认识,这本身就是宣传。与所有宣传不同,如果运用得当,同行评议将是一种低成本、高效率、广范围的宣传方式。

1.1 成本低 多数期刊设置了同行评议程序,将每篇稿件发送给同行专家评审。在科技期刊日益向网络化、数字化发展的今天,同行评议几乎都是通过网络完成的,与人通信非常方便。在同行评议的过程中宣传期刊,不需要额外花费时间,也不需要增加任何开支,只需按部就班地做好这项本来就应该做的工作,所以说这是一种低成本的宣传方式。

1.2 效率高 只要接收投稿,期刊就要进行同行评议;因此,只要期刊一直办下去,同行评议过程就永不间断,并且常年运行。其他宣传方式也可循环使用,但是相比之下,由于同行评议是基础性的日常工作,重复率高,日复一日地宣传,在加深人们对期刊印象方面的效率更高、效果更好。

1.3 范围广 科技期刊面向的群体主要是本领域的科研工作者,宣传活动一般也面向这一群体展开。同行评议过程的参与者——作者和审稿人就是本领域的科研工作者,与作者和审稿人交流,就是在无形中进行宣传。通过同行评议这一过程,期刊可以向审稿人和作者传递很多信息。作者在投稿前可能已对期刊有所了解,通过这种交流,他们可以有更直接的体会;审稿人的范围很广,通过与他们交流,可能会使一些以前不了解该刊或者没有关注过该刊的人认识到该刊。在同行评议过程中,接触的人越多,宣传范围也就越广泛。

2 同行评议可达到的宣传效果

2.1 扩大期刊影响 宣传期刊是为了扩大影响,获得认同。毫无疑问,同行评议可以达到扩大期刊影响的目的。期刊运行时间越久,期刊的作者越多,邀请的审稿人越多,影响的范围就越大。

2.2 树立专业形象 同行评议的参与者主要是作者和审稿人,所以这种宣传具有很强的针对性。在此过程中,期刊可以通过完善细节、体现特色,展示希望外界认同的形象。每个领域的期刊都有自己的特色,获得本领域科研工作者的认可,在同行交流中拥有较好的口碑,有助于树立专业形象,为形成期刊品牌打下基础。

3 同行评议宣传作用的实现

3.1 对作者的宣传 作者在投稿前已对期刊有了一定的了解,投稿即表示对期刊的认可。很多期刊讨论过如何与作者交流、怎样在稿件退修时给予作者以人文关怀^[14-17]。在与作者的交流中,期刊应该做到:保持礼貌的态度,迅速而认真地回应作者的提问,明确告知审稿意见,尽力缩短审稿周期,维护专业形象。加深作者对期刊的良好印象,这本身就是向作者作宣传。

3.2 对审稿人的宣传 期刊邀请审稿人一般是根据其专业背景,虽然这些人是稿件所在领域的科研工作

者,但不一定了解期刊。在很多期刊的同行评议过程中,稿件至少被发送给2位审稿人,实际上,为了获得2份审稿意见,每篇稿件邀请的审稿人会多于2位。期刊将不断补充新的审稿人、扩大审稿人队伍,所以在同行评议过程中,注重面向审稿人的宣传,将有更加深远的影响。在与审稿人的交流中,注重一些细节,可能会获得很好的效果。

1) 审稿邀请函。期刊一般会给审稿人发信,请帮助评审论文。在撰写审稿邀请函时应注意各种细节^[18],这将有利于向审稿人展示期刊风貌,树立专业形象。和与作者交流相同,与审稿人交流也应保持礼貌的态度,并且要迅速而认真地回复审稿人的提问。在审稿邀请函中提供丰富的信息,可以使审稿人对期刊及其所需要的稿件有所了解,较为准确地把握期刊定位。审稿邀请函中应包含对期刊的介绍,但不宜过长,以免转移“审稿”这一主题。加入期刊网址将有助于实现同行评议的宣传作用。此外,向审稿人说明如何完成审阅或者在哪里查找相关说明、明确指出希望返回审阅意见的时间,都可体现出期刊工作的专业性与严肃性。

2) 审稿单。在审稿单中合理地设置审稿内容和审稿要求,可为期刊筛选符合自身需要的优秀论文^[19]。审稿单应要求明确、条理清晰,让人一目了然;但是,为了给审稿人审阅文章提供思路,特别是为了帮助不经常从事审稿工作的人尽快掌握审稿方法,审稿单也应包含丰富的信息,明确指出请审稿人对哪些方面进行评价,可包括从创新性等总体评价到文章写作的具体问题^{[20]208-232},也可加入体现期刊特色的问题。除了原始投稿,有些国际期刊还为修改稿准备了专门的审稿单^{[20]214},进一步提升了专业的形象。

3) 定时提醒审稿人。虽然在邀请函中已说明了审稿时限,但是,审稿人可能会忘记,或者由于太忙,迟迟未予评审,所以编辑应定时提醒。何时提醒、以怎样的频率和方式提醒,可能因刊而异、因人而异。如果期刊发表的文章时效性强,可以设置较短的评审时限和较高的提醒频率;如果审稿人经常忘记评审,可以在快到期之前就给予提醒;如果审稿人很忙,可以适当地提高提醒频率。但是,如果审稿人通常都很准时或者提前说明了需要较长的时间,那就不用过度提醒,以免给审稿人造成心理负担。

4 结束语

同行评议是一种有效的宣传期刊的方式。在同行评议过程中注重各种细节,充分发挥其宣传作用,有利于树立期刊形象、扩大期刊影响,长期坚持下去,必将进一步促进期刊的发展。

5 参考文献

- [1] 刘冰,游苏宁,范洪涛,等. 集群化科技期刊稿件远程管理系统的开发和建设[J]. 编辑学报,2010,22(1):54-57
- [2] 孙慧兰,张冰,王晓鹰,等. 医学科技期刊网上审稿系统新模式的建立[J]. 编辑学报,2010,22(1):66-67
- [3] 张欣欣,张纯洁,林汉枫,等. 网络投稿与审稿系统 Editorial Manager 初探[J]. 中国科技期刊研究,2010,21(3):331-335
- [4] 徐静,于岭,宁田海,等. 期刊审稿人问卷调查结果的分析与思考[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(2):212-214
- [5] 高宏,张晓冬,张琳琳,等. 从源头提高科技期刊的学术质量[J]. 中国科技期刊研究,2010,21(2):142-144
- [6] 李鹏,韩崑,游苏宁. 采用稿件网络采编系统对期刊论文发表时滞的影响:以《中华神经科杂志》为例[J]. 中国科技期刊研究,2010,21(2):169-171
- [7] 高健,陈新石,游苏宁. 应充分利用大众媒体宣传科技期刊[J]. 编辑学报,2008,20(3):235-237
- [8] 魏秀菊,王柳. 新闻媒体宣传是学术期刊品牌建设的内容:《农业工程学报》参与中国科协科技期刊与新闻媒体见面工作的体会[J]. 农业工程学报,2009,25(4):313-316
- [9] 张伟,陶小雪,林家乐. 利用网站实现学术期刊的主动宣传[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(2):287-291
- [10] 陈培颖,胡蓉,张哲. 科技期刊的多元化宣传策略[J]. 编辑学报,2009,21(5):429-431
- [11] 袁晓萍. 科技期刊自我宣传方式探寻[J]. 科技创业月刊,2006(5):95-97
- [12] 刘谦,吴民淑,肖宏,等. 《中国药理学报》组稿与宣传的新举措:期刊高校行[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(3):469-470
- [13] 邹玲莹,邓本姿,王晴. 科技期刊的自身宣传[C]//李光炜. 科技期刊编辑研究文集:第4集. 成都:四川省科技期刊编辑学会,四川省高等学校学报研究会自然科学学报分会,1996:59-61
- [14] 董兵,李小萍,尤伟杰. 稿件退修要做到“三心”“二意”[J]. 出版发行研究,2004(3):26-29
- [15] 蒋霞玲. 通过退修信看《中国科技期刊研究》人性化办刊之道[J]. 中国科技期刊研究,2009,20(5):907-909
- [16] 曹娟. 编者的角色定位与相关关系的处理[J]. 编辑学报,2011,23(4):300-302
- [17] 王璐. 科技期刊编辑的人文关怀意识[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(1):110-112
- [18] 刘晓涵. 运用换位思考方式 写好编辑专用信件[J]. 科技与出版,2012(4):48-51
- [19] 陈斌,李伟. 如何使审稿工作中的学术评判尺度适当[J]. 编辑学报,2007,19(1):23-24
- [20] Hames I. 科技期刊的同行评议与稿件管理:良好实践指南[M]. 张向谊,译. 北京:清华大学出版社,2012