

学科编辑在学术会议中的宣传和实践

王 维 黄延红 郭媛媛 侯修洲

《中国科学》杂志社,100717,北京

摘 要 以《中国科学:物理学 力学 天文学》期刊为例,展示在近年来学术会议中的宣传成果,探讨在学术会议宣传中学科编辑如何提高宣传效率。通过介绍参会时应注意的几个方面,包括前期准备、现场展示和会后跟踪等,总结不同阶段学科编辑的参会方法以及应重点完成的事项。前期准备是基础,现场展示是关键,会后跟踪是重点,做到这3个方面的周全考虑,可大大提高参会的宣传效率。合理利用学术会议的机会,可以高效地实现期刊的宣传效果。

关键词 学科编辑;学术会议;期刊宣传

Applications in spreading journal through academic conferences // WANG Wei, HUANG Yanhong, GUO Yuanyuan, HOU Xiuzhou

Abstract Taking the *Science China Physics Mechanics Astronomy* as an example, this paper shows some achievements in propaganda and studies how to improve the managing editor's efficiency in promoting journal through academic conferences. Three key steps in attending academic conferences are introduced, including early preparation, on-site show and follow-up tracing. Taking advantage of the academic conferences, the journal can efficiently get opportunities in propagating new policies and ideas. Early preparation is the base, on-site show is the key, and follow-up tracing is the emphasis. A journal could make great achievements in propaganda if the editor gives a full consideration of these three steps.

Keywords managing editor; academic conference; journal's propaganda

Authors' address Science China Press, 100717, Beijing, China

DOI: 10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.02.020

参加学术会议是学科编辑的必修事务^[1-3],也是每年编辑部要花大力气重点图谋的工作;因为学术会议不仅提供了学科内最前沿、最热点的思路和方向,而且为编辑提供了绝佳的宣传期刊和介绍自己的机会。如何充分利用参会时机,提高宣传效率,达到预期目的,并不是一件简单的事^[4-6]。本文将从前期准备、现场展示和会后跟踪3个方面,系统介绍和总结学科编辑利用学术会议宣传期刊的实践经验,供广大学科编辑参考和探讨。

1 前期准备

会议的前期准备可以说是最重要的一个环节,也是整个参会过程中需要花费时间和精力最多的部分,

通常需要在会前一两个月开始准备。

1.1 确定会议 首先要根据实际需要,确定参加会议的类型,根据不同的宣传目的制订不同的宣传计划。例如:以约稿组稿为主的,推荐选择热点学科的中小型专业会议或单个学科的青年论坛;以品牌宣传为主的,推荐选择各类学会主办的年会,规模通常在2 000~3 000人。英文学术期刊应重点集中在国际会议上。

每年除了例行参加的会议外,可根据预算,选择一两个热点学科的小型会议。当然,预算是一方面,另一方面就是参会宣传需要耗费很多时间和精力,在没有专业部门支撑的前提下,建议量力而行。

同时,应充分利用编委会的资源,如果有编委是会议组委会成员,建议优先选择,因为后续联系会非常便利。有编委推荐或参加的会议,尤其是期刊编委有邀请报告的会议,建议优先选择;因为有他们的支持,往往事半功倍。

关于会议查询,可定期关注一些发布学科相关会议的网站,如学会网站(www.cps-net.org.cn)、科学网(meeting.sciencenet.cn)、学术会议在线(www.meeting.edu.cn),以及高校和各大科研院所的门户网站。

1.2 确定宣传形式 一般学术会议发出通知后,都会在官方网站挂出明码标价的赞助形式,大到开幕招待会,小到挂牌系带,一一陈列可供选择。下面简单介绍几种常见的赞助形式。

1) 展台。这可以说是企业展示自我形象最直观的形式,可以按照定位,向参会人员直接展示企业文化和风格。展台有鲜明的优势,比如便于大批量存储和展示摆放宣传品和仪器,尤其是大型实验设备等。缺点是成本较高,费用一般在1万~2万元人民币,国际会议会更高些。另外,展台需要人员布置和值守。对期刊而言,如果有作者希望咨询出版信息,但又找不到相关人员,会直接影响作者的感受,进而影响后续合作。

2) 内插页和宣传页。一般来看,内插页和宣传页是成本相对较低的赞助形式,会议主办方收费不高,制作简单、省时。会议手册的内插页好于单独的宣传页,因为手册将会分发给每一位参会者,在会议期间将反复翻阅,阅读率高;而宣传单页在参会者不感兴趣的情况下,可能会直接被丢弃,利用率较低。

3) 现场宣讲。这是目前为止效果最好的一种宣

传形式,但也要依据会议的具体情况来安排。如果会议方同意,可以由编辑部成员进行简单宣讲,向参会人员介绍,这样便于作者直接从编辑这里了解第一手资料。另外一种可选择的方式,就是请编委在邀请报告中帮助宣讲,通常需要提前与参会编委沟通,协调并配合准备需要宣讲的内容。相比较而言,编委宣讲的促进效果更明显,利用编委在学科内的号召力和学术魅力,可以吸引更多作者关注期刊。

4) 赞助会议材料或分会场。会议资料分很多种,比如注册袋、会议服装、会议文具和纪念品等,一般的体现形式就是在物品上打出杂志社的标志。本质上和宣传单页的效果近似,成本略高,展示的文字内容有限;但纪念品一般会因为具有实用价值被带走收藏,重复利用率较高。

分会场的赞助需要充分体现赞助商的实力,最重要的是能组织到热点专家的报告,吸引更多的参会者前来,进行大面积的宣传。

1.3 完成财务手续 确定参会形式后,就要及时敲定后续环节,包括与会议方签订赞助合同,争取更多优惠。另外,要尽早完成财务手续。以展台为例,国际惯例是同级别的展台位置,以付款前后排序。完成财务手续时,协商付款方式和发票等,也需要一些时间,尤其是国际会议,与国外的会务组联系,往往有时差原因,就需要更多的准备时间。同时,还要与本单位的财务部门提前咨询好,确定最优的方案。

1.4 跟进重点会场 这一部分也是耗时相对较长的步骤,如果是大学科的综合会议,一般都有很多分会场,对于学科编辑来说,很难顾全时就要合理取舍。一般优先考虑热点的和准备做重点宣传的分学科。另外,针对分会场制作专门的宣传材料,比如摘要集等,效果要优于泛泛的宣传单页。还有一项重要的功课,就是确定好会上重点听取的报告、需要单独拜访的专家名单等。对于感兴趣的特邀报告人,最好多花些时间了解其研究背景和课题进展,也可提前用函件联系,预约时间,以提高拜访效率。

2 现场展示

在前期完成充足的准备工作后,现场展示就是按照预计的设想予以实施:如果是展台宣传,就根据会议主办方给定的时间进行布展;如果是资料装袋,就要提前完成设计印刷,按时寄给会务组;如果是制作复杂宣传品,则需要提前商定好时间,避免拖期;如果是编委宣讲,则需要会前提供宣讲素材,到会后再及时拜访,进一步确定宣讲内容。

2015年物理学会秋季年会上,《中国科学:物理学

天文学》编委在特邀大会报告中利用3 min 宣讲展示,介绍期刊的最近进展,现场近2 400人,宣传效果显著。此外,为了展示《中国科学》杂志社的整体形象,在2016年国际强关联电子系统会议上,杂志社进行展台设计,陈列相关期刊宣传品,吸引了大量参会者的关注。期间,杂志社还在多个国内国际学术会议上进行宣传,均取得良好的效果。

此外,除了确定好的常规展示,会场还会提供一些公共区域,用来张贴宣传页和各类通知,这些位置通常比较显眼,也可善加利用。参会时点对点的宣传也至关重要,即学科编辑向目标作者做一对一的详细介绍。介绍内容一般包括期刊的概况、对文章质量的要求等。主要目的是加深作者对期刊的了解,吸引作者对期刊的兴趣。

3 会后跟踪

会后跟踪是趁热打铁的过程,利用会上建立的联系,进一步确定悬而未决的事项^[8]。这里,联系对象主要分为3类。

1) 编委。对在会上给予帮助的编委要及时表示感谢,可选择函件、电话或者短信等形式致谢,为今后的进一步合作打下基础。如果会上有合适的约稿对象,可向编委陈列出约请的理由,比如作者的发文情况等,供编委了解信息。如果会上已经与作者沟通过,也可以将作者的意愿告知编委,同时与编委协商约请稿件的类型和主题。这样,由编委出面邀请,约到高质量稿件的成功率要大很多。

2) 作者。会后及时与作者联系,是建立互相信任的基础;因为会上时间有限,通常来不及详细介绍,会后发信是最好的选择。如果对方已经同意撰稿,就可把期刊最新的论文模板或撰写指南发给他们,明确稿件的质量和撰写要求,这种前期的约束比退改稿件时再提出意见更容易被作者接受。如果对方是已经在本刊发表过文章的作者,那么会后的函件可提醒作者文章发表后的情况,邀请作者关注同学科的最新文章等,可为继续合作提供良好的保障。

3) 报告人。优秀的报告人就是潜在的作者,如果会上明确了约请意愿,会后的及时跟进更加重要。即使当时没有获得肯定的答复,也许是时机不对,可保持联络,比如定期汇报出版动态和优秀文章,吸引并培养对方的兴趣,为以后的合作留出时间和空间。

4 结束语

本文主要从前期准备、现场展示和会后跟踪3个方面介绍了学科编辑参加学术会议时应注意的事项。

作者基本信息在稿件真实性审查中的应用

张海燕 张 和 鲁翠涛

温州医科大学期刊社《肝胆胰外科杂志》编辑部,325035,浙江温州

摘要 以《肝胆胰外科杂志》编辑部2015-01—2016-07发现的疑似代写代投的86名作者的基本信息及其所投的93篇稿件为研究对象,分析发现:这些稿件的作者信息量少,部分作者手机号码与单位归属地不符,邮箱、用户名、密码呈以“作者姓名+后缀”批量化命名,与作者沟通也有较多疑点;稿件学术不端检测重复率虽低,但一稿多投现象严重,数据经不起推敲,某些特殊格式也有迹可循。通过对作者基本信息进行审查,编辑特别是初审编辑可以尽早发现代写代投稿件,提高工作效率,减少人力、物力和财力损失。

关键词 作者基本信息;论文代写;真实性审查

Investigating authenticity of manuscripts by checking basic information of authors//ZHANG Haiyan,ZHANG He,LU Cuitao

Abstract Ecology and order of academic sphere are seriously affected by ghostwriting. In this paper, we analyzed the basic information of 86 authors and their 93 articles collected from January 2015 to July 2016 which were suspected as ghostwriting in our journal. We found that these authors generally registered very little basic information, and mobile phone number of some authors did not match the district of their institutions. The mailbox, user name and password were named by authors' name attached with suffixes, which may be the trend of ghostwriting. We also found many doubts during communication with these authors. Academic misconduct literature check (AMLC check) results of these manuscripts were low. A majority of these manuscripts were multiply submitted. Data of these manuscripts did not withstand the close scrutiny. According to some of the special formats we can also

find out these ghostwritten manuscripts. In conclusion, by checking the basic information of the authors, editors especially the first trial editor, can find out ghostwritten manuscripts early, which can improve work efficiency, and reduce human, material and financial losses.

Keywords basic information of author; ghostwriting; checking authenticity of manuscripts

Authors' address Editorial Department of Journal of Hepatopancreatobiliary Surgery, Periodical Press of Wenzhou Medical University, 325035, Wenzhou, Zhejiang, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.02.021

如今假冒的期刊网站层出不穷,期刊几乎已经沦为这些论文掮客和写手牟利的工具,而医学期刊又是其中的重灾区^[1];然而,由于论文代写代发仍然处于法律真空,期刊往往投诉无门^[2]。编辑审查是阻止这些论文发表的重要一环,要守住稿件质量这扇大门,需要编辑练就一双“火眼金睛”,尽可能找出这些问题稿件。作者基本信息在一定程度上可以反映稿件的真实性,由于代写代投论文行为中与编辑部沟通的不是作者本人,所以其基本信息都有一些共通的特点。

本文以《肝胆胰外科杂志》2015-01—2016-07投稿系统中来自不同单位却使用同一密码的86名作者及其所投的93篇稿件为研究对象,经编辑部综合审定,其中82篇初步认定为代写代投稿件,其余11篇

其中:前期准备是基础,要做最周全的考虑(包括预算、人员、场地等);现场展示是关键,要充分利用资源,能够应急处理各种突变,全方位展示期刊的整体形象;会后跟踪是重点,做到及时巩固会上建立的联系,才是参加学术会议真正的收获。总结并不全面,也因学科而异,仅做引玉之砖,拓展思路调动学科编辑在学术会议中的积极性和主动性,提高宣传效率。

5 参考文献

- [1] 任胜利. 国际学术期刊出版动态及相关思考[J]. 中国科技期刊研究, 2012, 23(5): 701
- [2] 丁洁, 王晓峰, 胡艳芳, 等. 提升期刊国际影响力的宣传策略研究[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(6): 648
- [3] 杨志华. 关于学术期刊国际化的思考[J]. 中国科技期刊

研究, 2013, 24(1): 154

- [4] 邱芬, 国荣. 英文科技期刊的多元化宣传策略探索[G]// 刘志强. 学报编辑论丛: 2014. 上海: 上海大学出版社, 2014: 249
 - [5] 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
 - [6] 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
 - [7] 王新英, 谨玉梅. 发挥编委会作用 办“品牌”科技期刊[J]. 编辑学报, 2001, 13(增刊): 85
 - [8] 廖光勇, 李春, 沈颖, 等. 借助学术会议提高科技期刊办刊水平[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(6): 1189
- (2016-12-05 收稿; 2016-12-21 修回)