

设立客座编辑 出版特色专辑

——以《重庆医科大学学报》内分泌系列专辑为例

唐秋姍 张辉洁 唐宗顺 冉明会[†]

重庆医科学期社《重庆医科大学学报》编辑部,400016,重庆

摘要 高校学报综合性和内向性的特点限制了其影响力和知名度的提升,开放化和专业化的办刊模式日益成为主流。在日趋激烈的期刊竞争中,高校学报结合自身优势,邀请客座编辑共同出版专辑,可以拓展期刊稿源,提高期刊质量,打造期刊特色,储备学科人才,树立期刊品牌。文章以《重庆医科大学学报》内分泌系列专辑的策划、组稿、审稿、编辑校对、宣传为例,对高校学报出版专辑进行了探索,以期为同人提供参考。

关键词 高校学报;专辑;实践

Practice and experience of launching special issue by university journals: Case Study on Endocrinology Serials of Journal of Chongqing Medical University//TANG Qiushan, ZHANG Huijie, TANG Zongshun, RAN Minghui

Abstract The characteristics of introversion and comprehensiveness of university journals limits their influence and popularity. Launching journal openly and professionally has become the mainstream currently. Facing the intense periodical competition, university journals should make full use of their advantages and launch special issue with the help of guest editors, which can expand the source of contribution, improve the quality of the journal, form the special feature, culture professional talents, and establish journal brand. This article introduces the exploration of special issue of endocrinology serials launched by the Journal of Chongqing Medical University in an aim of providing references for peers.

Keywords journals in colleges and universities; special issue; practice

Authors' address Editorial Office of Journal of Chongqing Medical University, Periodical Press of Chongqing Medical University, 400016, Chongqing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2019.04.028

高校学报产生于计划经济体制之下,基本是“一校一刊”,由学校主办并提供办刊经费,办刊宗旨是发布本校教学科研成果,为学校科研工作者提供学术交流平台。在这种特定的历史背景下,高校学报呈现出综合性和内向性,导致刊载内容重复、稿源单一、优秀稿件少、缺乏个性^[1]。为摆脱困境,实现可持续发展,高校学报应依托高校的学科优势和丰富的学者资源,打造特色栏目和学术品牌。开设专栏是高校学报突出

特色和学科特点、吸引优质稿件的重要措施之一,但由于文章数量较少、缺乏系统策划,专栏的影响力往往有限^[2]。不少刊物热衷于出版增刊,但增刊的质量良莠不齐,在学术认定中常常不被认可,因此发展前景不容乐观^[3]。《重庆医科大学学报》(以下简称《学报》)的实践表明,通过精心策划专辑,将论文有序地组合出版,使审稿专家、客座编辑、作者、读者、期刊编委等就刊登内容展开讨论,配合期刊数字化出版和新媒体推广,使得学术交流不受时空限制,更为高效和便捷^[4]。

1 专辑出版概况与效果

1.1 专辑出版概况 《学报》是重庆医科大学主办的一本综合性医学月刊,近年来学术影响力逐年提升,已先后被北大中文核心库和 CSCD 核心库收录。在拥有充足、稳定稿源(每年 3 000 余篇)的基础上,编辑部将部分内容相关的自由来稿组合成一些专题栏目;但这种做法存在滞后的缺点,只是机械地将内容相近的文章组合在一起,没有对整个栏目进行整体规划与系统策划,也缺乏对学科前沿、热点的把握,因此并没有获得明显的成效^[5-6]。在日趋激烈的期刊竞争中,学报必须探索一种新的模式,激发潜能与活力,树立品牌形象,增强竞争实力。

2015 年,学报编辑部决定尝试设立客座编辑,出版特色专辑。编辑部首先选择糖尿病这个学科热点组织专辑出版,邀请 2 名内分泌学科专家担任客座编辑。在客座编辑的支持和帮助下,专辑组稿 27 篇,来稿的 19 个单位分布于北京、陕西、四川、云南、江苏、重庆、辽宁、河北、河南等地,80% 以上的稿件得到省部级以上课题资助。专辑共邀约到 3 篇专家述评、2 篇指南解读,并邀请院士亲笔题序。该专辑出版后获得好评,编辑部决定参照此模式,每年定期出版该领域专辑,打造学术品牌,并于 2016、2017 和 2018 年相继出版了内分泌专辑、糖尿病足专栏和甲状腺及糖脂代谢疾病专辑,2019 年策划出版肿瘤与内分泌专辑。

1.2 专辑出版效果 经过 5 年的实践,《学报》内分泌系列专辑的影响力和知名度不断提升,逐步形成了特色和品牌。编辑部在实践中积累了专辑策划与出版的经验,带动了多学科领域专辑的出版。2015 年至

[†] 通信作者

今,编辑部在策划出版内分泌系列专辑的同时,先后策划出版了神经变性与脱髓鞘性疾病专辑、生殖与围产医学专辑,以及宫腔粘连、脑计划、CT血管成像等专辑,涉及神经、妇产、影像等多个学科。

根据中国知网截至2019年4月2日的统计,从“下载”和“被引”2个指标来看,《学报》各专辑的数据基本都高于年度平均值,其中糖尿病专辑数据几乎是年度平均值的2倍,但是也有个别专辑的数据没有达到年度平均值(表1)。这种差别提示我们,专辑约稿、

组稿要特别慎重,选题方向和来稿质量很关键。高质量的综述,重点课题的核心文章,仍然是支持一个专辑的灵魂。例如,2015年糖尿病专辑的一篇综述《中国糖尿病的流行病学现状及展望》,在学报所有文章中被引排名第一,已达到171次引用,3070次下载。除了提高“下载”和“被引”这2个量化指标,出版专辑还带来其他好处。比如:专辑作者单位分布广、级别高,对期刊的来稿和宣传有积极作用;通过组织专辑出版,还能挖掘一大批小同行审稿人。

表1 《重庆医科大学学报》2015—2017年专辑下载和被引情况

| 年期号(专辑) | 刊文篇数 | 下载次数 | | 被引次数 | |
|-------------------------|------|-------|-------|------|-----|
| | | 总数 | 篇均 | 总数 | 篇均 |
| 2015年第7期(糖尿病专辑) | 34 | 7673 | 225.7 | 242 | 7.1 |
| 2015年1~12期 | 353 | 48260 | 136.7 | 1255 | 3.6 |
| 2016年第11期(内分泌专辑) | 27 | 4051 | 150.0 | 43 | 1.6 |
| 2016年1~12期 | 298 | 31061 | 104.2 | 594 | 2.0 |
| 2017年第6期(神经变性与脱髓鞘性疾病专辑) | 32 | 5076 | 158.6 | 29 | 2.0 |
| 2017年第8期(生殖与围产医学专辑) | 25 | 2093 | 83.7 | 14 | 0.6 |
| 2017年第4期(宫腔粘连专辑) | 23 | 3077 | 133.8 | 64 | 2.8 |
| 2017年第3期(糖尿病足专栏) | 12 | 3372 | 281.0 | 43 | 3.6 |
| 2017年1~12期 | 381 | 42064 | 110.4 | 356 | 0.9 |

1.3 客座编辑的作用 要组织出版高质量的专辑,仅仅依靠编辑部或学校的力量往往不够。高校学报应整合校内外科研资源,特约部分知名学者担任客座编辑,树立“兼容并蓄、内外兼修”的办刊理念,借助客座编辑的学术资源和影响力,形成“内向强化、外向推动”的发展模式^[7]。客座编辑约稿模式目前已被一些国内期刊接受和采纳。客座编辑是协助编辑部完成专辑组稿、审稿和出版的编辑人员,一般由期刊主编或编辑部邀请行业知名专家学者担任^[8]。《学报》出版内分泌系列专辑的实践表明,在专辑组稿过程中设立客座编辑,能有效调动专家学者积极性,使其充分参与编辑部的组稿、审稿等工作,提升期刊约稿成效^[9]。

客座编辑对专辑出版起到的积极作用以上是多方面的:1)提高约稿效率。客座编辑是行业内的知名专家学者,更了解行业内科研现状,约稿更有针对性;且客座编辑约稿,更容易得到关注和认可,从而提高约稿效率^[10]。2)确保约稿质量。客座编辑弥补专职编辑在该领域专业知识不足的缺陷,对稿件进行专业把关,确保约稿质量。客座编辑对投稿的学术质量进行初审,可及早发现质量不高的稿件,尽快调整方向。客座编辑还可以邀请更多相关同行进行评审,确保整个专辑的学术质量。3)提升专辑影响力。客座编辑参与专辑的宣传与推广,可让专辑有更多曝光的机会,在行业内各种会议进行宣传。客座编辑协助编辑部或者通过电子邮件把文章推送给同行,可让专辑文章获得更

高的下载和引用。

2 专辑出版经验

2.1 邀请适合的客座编辑 客座编辑一般是邀请行业知名专家学者来担任,所谓“适合”指的是既要考虑其学术水平和学术影响力,又要考虑其主观意愿和客观条件。邀请客座编辑,我们有以下建议。

1)邀请2名客座编辑。客座编辑可以从审稿人、编委和保持良好联系的学者中遴选。考虑到知名学者身兼数职,很难潜心于专辑的具体事务,而中青年学者又缺乏知名度,在号召力和影响力方面不足,仅邀请1名客座编辑往往不能同时满足以上要求,而邀请2名以上客座编辑容易发生意见不统一的情况;因此建议邀请2名客座编辑参与出版专辑。如2015年出版糖尿病专辑时我们邀请的2名学者,其中1人是行业内的知名学者,1人是中青年骨干,相互搭配,事半功倍。又如2018年出版甲状腺及糖脂代谢疾病专辑,我们邀请的2名学者分别来自不同的地区,负责不同地区的约稿,借此扩大了专辑的影响力和知名度。

2)确定编辑部与客座编辑的责任和权利。邀请客座编辑时,编辑部与客座编辑签订《专辑组稿协议》,明确组稿的文章数量、质量、时间等要求,以及双方的责任和权利,做到清楚明了,为今后执行提供依据。

3)实行客座编辑推荐制。为了确保专辑的连续性和连贯性,可以请当年的客座编辑推荐下一年的客

座编辑人选。此举有利于保证系列专辑的持续运营,避免编辑部专家资源的匮乏与局限,同时也可使系列专辑的内容与风格保持统一和协调。

2.2 选题策划兼顾学科热点和客座编辑所长 选题策划是决定专辑成败的点睛之笔。常规步骤为:编辑提出选题设想—编辑收集文字、数据资料进行佐证—编辑部内部或邀请相关审稿人、编委、专家对选题设想进行讨论—确定最终选题^[11]。有的专辑也可请客座编辑根据自身资源直接提出选题内容。选题既要有前瞻性又要有创新性,既要有实用性又要有全面性;策划既要具体详细,又要切实可行^[12]。这就要求选题的内容要兼顾学科热点和客座编辑所长。一般来说,可以从重点学科以及重点科研课题(如国家“973”项目、“863”项目、国家自然科学基金项目)、国内外举办的重要学术会议、高被引用和高下载量文章等渠道获得学科热点^[13]。实践表明,学科热点与客座编辑所长有时并不吻合,为了更贴近专家与读者,我们不仅要选择学科热点,更需要考虑客座编辑所长,条件允许时可邀请客座编辑讨论后决定。例如,在2018年甲状腺及糖脂代谢疾病专辑的实施过程中,我们首先根据学科热点提出了10个选题,但考虑到其中1名客座编辑的专业方向是甲状腺的诊治,在这方面有较多的学术资源和人脉,故将专辑的选题重点定为甲状腺疾病。

2.3 制定专辑策划书并持续跟进 专辑是根据某一主题,经过精细策划的论文集锦,为了达到预期效果,必须提前策划,制定详细的专辑策划书。策划书应由编辑部与客座编辑共同制定,分别对组稿、审稿、编辑加工、校对、印刷、出版、宣传、进度安排、经费预算等内容进行提前规划。例如2015年糖尿病专辑的选题策划书就分为策划背景、组稿、质量控制、宣传推广等多个部分。在组稿部分,提出了组稿的几项策略并制定了约稿函。约稿内容又细分为6大主题(糖尿病的流行病学和发病机制,糖尿病的并发症,糖尿病的细胞移植、分子治疗和肿瘤,特殊类型的糖尿病,妊娠糖尿病,糖尿病与增龄)以及4种稿件类型(专家述评、论著、指南解读、罕见病例报告)并附拟约稿名单。在质量控制部分,列出了拟邀请的审稿专家,以及控制稿件质量的一些具体审稿要求。在宣传推广部分,列出拟参加的学术会议、学术活动以及准备采用的宣传策略等。

专辑的实施是一个较长的过程,涉及约稿、审稿、编辑加工、排版、校对等多个方面,不仅需要编辑部在人、财、物方面的支持,还需要客座编辑的学术支持。由于客座编辑不可能常驻编辑部,因此编辑部应主动汇报,持续跟进,确保各项策划的落实。通过选题论证会、中期汇报会、定稿会等面对面的交流,以及定期邮

件汇报的形式,积极与客座编辑沟通约稿与稿件处理情况,以便客座编辑能对稿件进行深入追踪。一些国外的投审稿系统专门开辟了专辑通道,并为客座编辑设立专辑账号,让客座编辑可以实时查看稿件情况并参与稿件处理,极大地方便了责任编辑与客座编辑的沟通,这一做法值得我们学习和借鉴。

2.4 实施高效、快速的同行评议 由于在专辑约稿过程中,稿件到达编辑部的时间不一致,编辑部实施同行评议往往觉得时间仓促;因此有必要针对专辑文章实施高效、快速的同行评议。我们的经验是:由责任编辑统一负责收稿,所有稿件按照学报的常规审稿流程处理,即“编辑初筛,专业外审,统计外审,主编终审”。为了保证稿件质量又不延误专辑出版时间,在客座编辑的推荐下新增了部分中青年学者作为审稿人,并为专辑组建了专门的审稿团队,力争做到高效、快速的评审;对于个别审稿未回的稿件,由客座编辑代为审稿,所有稿件由客座编辑、同行评议专家、责任编辑、主编层层筛选,对其科学性、创新性、实用性进行严格评价,从而确保质量。同时,编辑部与作者保持积极的沟通协调,避免了“久修不回”现象的发生。

2.5 增加可读性强的内容 为了更加贴近读者,调动作者的积极性,加强编辑部与学者的联系,专辑应增加一些可读性内容,例如会议报道、论文点评、序等。有条件的,还可根据专辑主题,制作专辑封面、撰写封面故事。2015年出版糖尿病专辑时,我们就邀请国内知名院士作序,并请刚参加完美国糖尿病年会的学者对会议进行前沿报道。此外,为了更全面地报道学科进展,还开辟特色翻译类栏目,对国外优秀稿件争取授权,全文翻译。

2.6 多渠道宣传推广 专辑出版的成功与其学术传播的广度、深度密切相关。为此,我们建议采取以下几项措施进行专辑的宣传推广。

1)参加重要的学术会议。例如参加中华医学会组织的年会,在会上赠阅专辑,并与参会专家积极沟通,吸引专家同行的关注,同时也为学报获取更多的潜在读者和作者群^[14]。

2)充分调动编委、审稿人、客座编辑的积极性。制作相关纸质和电子宣传材料,充分利用相关编委、审稿人、客座编辑进行学术交流的机会向同行推荐专辑。

3)编辑深入临床科室、实验室、科研机构进行拜访交流。通过深入这些一线机构与学者进行面对面的交流,能加深彼此的了解,掌握最新的学科动态,了解作者、读者的需求以便编辑部提供更好的服务。

4)采用互联网、新媒体进行推介。通过在线采编系统推送专辑目录,发挥E-mail Alert以及RSS订阅

等功能,让更多的作者、读者关注专辑;通过期刊主页、微信、微博等社交媒体的宣传,吸引读者并与读者、作者交流互动,达到宣传推广专辑的目的^[15]。

3 结束语

科技期刊面临诸多机遇与挑战,要在竞争中生存和发展,必须突出办刊特色。高校学报是综合性期刊,不易形成自己的特色,但利用特色专业、专家学者、科研团队来策划特色专辑,就能使高校学报具有鲜明个性。特色专辑出版经过精心策划,不仅能给读者耳目一新的视觉冲击,还能给期刊带来勃勃生机。在成熟的专辑出版之上,借助客座编辑,打造系列专辑,是高校学报提高知名度、提升期刊品牌形象的重要举措。

非常感谢张品纯编审对文章内容的指导与文字的修改。

4 参考文献

- [1] 马建华. 新形势下高校学报改革面临的困境与思路分析[J]. 中国科技期刊研究, 2012, 23(5): 740
- [2] 周密. “双一流”建设背景下高校学报转型路径探究[J]. 宁波大学学报(教育科学版), 2019, 41(3): 86
- [3] 姚志昌, 王继红, 段瑞云. 高校学报(自然科学版)学术地位现状与提升对策: 以首届江苏省新闻出版政府奖获奖期刊编辑的视角[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(1): 124
- [4] 徐书令. 科技期刊加大专刊出版力度的可行性与现实意

义[J]. 编辑学报, 2014, 26(6): 593

- [5] 罗晓琪. 打造特色、重点专辑/专栏的报道布局: 提升稿件学术质量和期刊影响力[J]. 传播与版权, 2017(9): 50
- [6] 李楠. 中文科技期刊专刊策划与出版实践: 以《生物技术通报》为例[J]. 编辑学报, 2017, 29(5): 486
- [7] 余昌谷. 从特色专栏走向专业性办刊: 对高校学报专业化改革的一点思考[J]. 中国出版, 2008(4): 44.
- [8] 张黄群, 孙静, 夏道家. 设立“客座编辑”提升约稿成效[J]. 编辑学报, 2014, 26(6): 563
- [9] 顾黎, 陈斌, 周英智. 高校医学学报重点号组稿模式的建立与思考: 以《山东大学学报(医学版)》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(7): 87
- [10] 程林, 莫愚, 谢秋红, 等. 医学期刊如何借助编委会组织重点号专题: 以《中华烧伤杂志》为例[J]. 编辑学报, 2018, 30(3): 98
- [11] 李克永. 用特色栏目打造高校学报的鲜明个性: 以《西安科技大学学报》为例[J]. 编辑学报, 2019, 31(2): 220
- [12] 温学兵, 王秋萍. 地方普通高校学报特色栏目的策划与建设: 谈《沈阳师范大学学报(自然科学版)》栏目《运筹学与控制论》建设[J]. 编辑学报, 2016, 28(4): 394
- [13] 彭利平. 行业科技期刊专刊策划的实践与探索[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(1): 47
- [14] 梁洁. 提高高校学报知名度的宣传策略[J]. 编辑学报, 2013, 25(2): 153
- [15] 宋洪伟. “互联网+”视域下地方高校学报编辑工作的变革与思考[J]. 科技传播, 2018(5): 36

(2019-04-03 收稿;2019-06-14 修回)

不执行推荐性标准的后果很严重

有相当数量的科技期刊编辑同人误读了《中华人民共和国标准化法》的“强制性标准必须执行。国家鼓励采用推荐性标准”的规定,认为“推荐性标准可执行可不执行,还可以有选择地执行”。这是标准化意识不强的典型表现,没有认识到不执行推荐性标准的严重后果。

《标准化法》宣布:“国家实行团体标准、企业标准自我声明公开和监督制度。企业应当公开其执行的强制性标准、推荐性标准、团体标准或者企业标准的编号和名称。”“企业应当按照标准组织生产经营活动,其生产的产品、提供的服务应当符合企业公开标准的技术要求。”联系到科技期刊出版,正如《出版管理条例》强调的“出版物的规格、开本、版式、装帧、校对等必须符合国家标准和规范要求”和《新闻出版行业标准化管理办法》要求的“新闻出版行业各单位不得无标准生产”。

我们应清晰地认识,专门为新闻出版行业制定的标准,全部是推荐性标准;而期刊编校等差错的判定则是“以国家颁布的法律法规、国家标准和相关行业制定的行业标准为依据”的:因此,期刊社不制定企业标准、不执行推荐性标准的结果,必然是差错率超标、期刊质量不合格。更何况还有“企业生产的产品、提供的服务不符合其公开标准的技术要求的,依法承担民事责任”的法律条款,以及相关的处罚措施。

在习近平主席指出的“标准已成为世界‘通用语言’。世界需要标准协同发展,标准促进世界互联互通”、“标准助推创新发展,标准引领时代进步”的“互联网+”时代,我们应自觉地强化标准化意识,在科技期刊编辑出版中践行“工匠精神”,认真执行相关标准,充分发挥“标准化+”效应,不断提高科技期刊质量。

(郝远)