

科技期刊编辑在约稿过程中的沟通方法与技巧

■黄月薪

收稿日期: 2013-01-10

修回日期: 2013-06-17

广东省医学学术交流中心(广东省医学情报研究所《实用医学杂志》编辑部 510180 广州市惠福西路进步里2号之6 医学会二楼 ,E-mail: huangyuexin89@gmail.com

摘要 科技期刊编辑在约稿各流程中的沟通方法与技巧直接影响着约稿质量。编辑素质的高低是决定期刊质量的关键因素之一,编辑的选题策划能力和约稿能力是编辑的基本能力,面对日益激烈的市场竞争和挑战,期刊的生存和发展需要编辑不断提高自身能力。对于医学期刊编辑,除了具备最基本的编辑理论和业务素质,还要特别强化编辑约稿意识和创新意识。

关键词 约稿 医学编辑 沟通方法与技巧

约稿是编辑工作中的重要一环,约稿成效如何,体现了期刊社编辑的专业素养、心理素质和公关能力,也是编辑综合能力的一种具体体现。科技期刊编辑一般是通过选题、约稿、审稿、编辑、出版等环节,以期刊的形式传播最新行业信息目标的特殊群体^[1]。期刊的类型、作者的层次、读者的范围决定了约稿的方法和模式^[2]。本文通过对本刊的约稿经验进行分析,谈谈期刊编辑部约稿流程及在各阶段的沟通方法。

1 约稿前必须“知己”

1.1 编辑部编辑人员的专业分工与特色

约稿是一个笼统的概念,凡是出版机构,如编辑部、报社、杂志社等都涉及到如何约稿的问题,各种形式的约稿既有其共性也有其个性规律,在实际工作中具体到期刊编辑部,就必须考虑编辑部的专业分工与特色定位。编辑部在日常的出版活动中,又形成了自己的出版风格与品牌影响,即编辑部的特色定位。所以,作为编辑,特别是新编辑,在约稿之前,一定要清楚编辑部的品牌定位,在约稿过程中,准确把握自身的差异性核心竞争力,特别注意约稿的预期结果的同时也要把握好其读者取向。编辑在整个编辑活动中起着内外衔接、承上启下的作用,处于枢纽和窗口的位置,对外需要与作者和读者沟通;对内需要与编委、审稿人沟通。编辑在约稿时要彰显期刊特色,通过有效的沟通来解读期刊的特点,宣传期刊并引导作者紧贴选题写作,突出特色。

1.2 编辑部的优势与品牌

品牌影响很重要,编辑代表编辑部去约稿。如果在同类期刊占有领先地位,又具有较高的影响因子等文献指标,编辑一定会感觉底气十足。如果是普通的编辑部,作者不太熟悉,约稿前,要认真分析编辑部的优势与不足,组织什么稿件,找谁撰稿,必须胸有成竹,定位准确。选题是否完善、选题的执行力是否可控、遴选的作者是否合适等因素,对于最终约稿稿件的质量起着至关重要的作用^[3]。

1.3 选题方向

优良的选题是编辑部约稿成功的关键,首先应进行选题定位,明确方向,做好规划。选题定位首先要确定选题类型,是专题约稿、述评约稿还是创新论文约稿。一般情况下专题约稿不止一位专家,编辑要充分发挥主观能动性,先选定一位专家作为该选题的“主持人”,再由该专家推荐或者编辑发现其他专家组建约稿队伍。约稿选题方向的确定一般按照选题策划五步法进行:(1)基础准备:筛选和利用信息;(2)选题设计:捕捉最新的选题生长点,构思该选题的总体结构;(3)选题论证:集体智慧、全方位论证;(4)选题优化:根据各环节实际情况,关注同类报道,不断调整、完善。选题计划是否完善、选题的执行力是否可控、遴选的作者是否合适等,对于最终稿件的质量起着至关重要的作用。编辑是代表编辑部约稿,如果编辑部选题尚未确定,与专家沟通一定要留有分寸^[3]。同时编辑部还有三审审稿制度,约稿能否达到预期目的和要求,编

辑与作者沟通时也要充分考虑相关影响因素,要留有足够的余地。

1.4 约稿编辑进行整体分析

医学期刊编辑约稿一般是通过编辑部提出选题,有计划、有方向、有选择的约请专家写稿的模式,编辑再依据专家意见,酌情完善选题。专家也可以不按照编辑部的要求选题,根据自身的研究方向和学术情况来考虑选题,并组织作者撰写。编辑应首先对拟约稿的选题进行整体策划,做到选题创新,贴近读者。编辑可以罗列一些题目,供专家选择,但具体到某一篇文章的题目,基本还是以约稿的专家意见为主。以本刊为例,本刊以临床研究报道为主,本刊编辑在与专家沟通前,一般都事先搜集有关这个疾病的基础与临床的研究热点、文献报道的热点。从即将拟定的题目上,让专业,新颖一些。再将初步拟定的题目,在编辑部讨论修改,最后将确定的题目发回给这个选题选定的专家,该专家再按照这些拟好的题目去组织其他专家撰写。

2 约稿前必须“知彼”

2.1 选题与专家确定

在约稿前,先选题再选专家,还是先选专家再选题?如何确定选题方向?如何选定专家,如何与专家沟通,要求专家提供什么选题的稿件,作为编辑,一定要知彼做到胸有成竹。如选题内容一般不重复,又要有所创新。如果是创新论文的约稿编辑所组织的稿件中不仅要包含该选题的专业最新情况,最好还要涉及未来的发展趋势,对专家的选择就至关重要。对于拟邀请撰稿的专家,一定要对其专业背景、写作能力、已发表文献、学术严谨性等进行深入的分析。编辑不仅要与专家沟通促进其顺利完成约稿,还要起到学术质量把关人的重要作用。这不仅要求编辑与专家真诚对待对方,互相尊重,以热情、友好的态度,建立起互助合作的关系^[4],编辑努力做好使专家满意的服务者,严格要求自己,争取约稿成功。

2.2 选题领域调查与研究

编辑通过搜集相关资料构思形成周密的方案,明确自己的思路,初步拟定选题名称,提出选题的原因、依据及目的,并确定选题价值,与编辑部工作群体的思想沟通,并与专家进行对接。具体选题确定在哪个领域,编辑可以通过最新热点初步确定选题,也可以通过参加专题分会拟定选题,并运用中

国知网、北京万方等数据库进行搜索,对选题新颖性进行评估。约稿前的充分策划、内部论证和资料准备是确保稿件质量的基础^[5]。约稿要有针对性和前瞻性,科技期刊要将组稿目标定在热点研究领域,并要有超前的眼光,积极争取高质量的稿件^[6]。编辑在调查研究过程中,要不断充实自己,将所选定领域的内容与编辑学相关知识进行整合。

2.3 确定准约稿对象

在遴选约稿对象时,首先要确定目标的一致性,专家的主要目的是让自己的成果发表以供同行交流,期刊社编辑的目的是希望利用作者论文中有价值的信息,产生一定的行业效益,两者共同担负着促进学术交流的使命^[12]。确定约稿对象常用方式有:

(1) 参加学术会议、各学科年会发现专家,关注大会发言情况,演讲的专家一般都具有较高的学术水平,通过演讲可以初步了解其学术水平、语言能力、工作严谨性,初步判断其写作能力高低,确定合适人选后,可于会下再深入交流,进一步了解专家,会议演讲专家是编辑选择专家的重点人群之一^[7]。

(2) 编辑部将约稿选题要求网上征稿,从自由来稿中选择符合要求的约稿稿件。

(3) 从编辑部审稿专家系统选择。

(4) 在日常工作中积极发现优秀投稿作者,积极扩充专家库。

(5) 通过图书馆和各大数据库对已发表相关选题文献作者进行分析,选出专家进行进一步联系。

(6) 通过熟知专家推荐确定约稿对象,也可以通过同行专家推荐。笔者在2011年共约稿5个专题:其中有2个是通过参加广东省某评审工作与专家充分接触后直接约稿;另2个是通过参加专科学术会议,从演讲者中锁定约稿对象;还有1个专题是通过确定选题利用网络在数据库中锁定专家,通过E-mail和电话与专家取得进一步联系后约稿。

3 正式约稿

3.1 约稿细节

约稿编辑在确定好选题后,将拟定好约稿文章的编写体例、要求、交稿时间、稿酬等事项以约稿信的形式告知专家。约稿信可通过E-mail发送电子版,同时还可以邮寄一份加盖单位公章的约稿信给专家。在实际约稿过程中,随着约稿对象、约稿要求的不同,约稿方式可以根据实际情况灵活多

样^[4]。编辑在约稿过程中要适时了解作者的撰稿感受和进度,把控作者的写作方向,跟进作者的创作思路,使其按照预期撰写效果创作,这对保证稿件质量至关重要^[2]。以本刊为例,本刊医学类综合期刊,主要以专题约稿为主,一个专题的题目的选定,主要以临床内容为主,基础研究的不宜过多,围绕诊断、治疗、预后、并发症处理、最新治疗手段等进行约稿。在约稿的时候,最好先对约稿的专家进行沟通并提出相关要求,特别是论文的题材,要有统一的格式。一般由本刊提出4~7个题目,由专家审核,专家可进行更改并确定各个小选题,发回编辑部确认后才正式写稿。

3.2 约稿中的沟通

刘晓涵^[8]在科技期刊编辑沟通过程中心理效应运用中进行分析,她提出了心理效应在科技期刊编辑沟通中的运用,包括:角色效应、双赢效应、名片效应、熟悉效应、反馈效应5种沟通方法,具有很好的参考价值。在约稿流程中,编辑不可能都像专家一样对该领域有较深的研究,但一定要对所约请的专家的一般情况、研究领域和建树有比较全面的了解,尽量减少与专家在沟通上产生的障碍。编辑既要使自己的心理、行为符合自身所承担的角色,也要引导专家向着期望更好方向发展。编辑要就拟组织的选题,与专家进行充分的沟通。通过沟通,不仅双方可以就选题的撰写达成共识,讨论中还能进一步对选题加以丰富、完善。编辑在约稿过程中要将各种因素考虑进去,在约稿信的拟定上,越细致越好。编辑部在依法合理使用约稿稿件的同时也要规避与版权人的利益冲突,以免产生误会。编辑在约稿时一定要明确地指出学术不端行为的恶劣性和所带来的严重后果并要告知如果出现类似情况的处理措施。在作者撰稿过程中,编辑应时刻关注该学科选题的前沿信息,将学术会议、最新发布的与选题密切相关的文献和资料及时提供给作者,为作者提供有力的学术支持,使其创作能紧跟学科前沿和进展,提升稿件质量^[9]。

3.3 约稿中的突发事件

在约稿与专家沟通过程中,编辑不仅要有较强的语言表达能力与交际能力,还要有自信心和亲和力,当好作者的参谋,全心全意做好服务工作。约稿中可能出现的情况:

(1) 作者不愿接受约稿任务或邀请。对此类推托的专家,编辑应态度诚恳不要勉强,说明情况即可。

(2) 如果遇到专家让自己的学生代笔,约稿期望与实际明显不符,应做好协调工作。

(3) 与专家的交流要站在同一高度,如出现学术不端行为,应主动联系专家进行及时处理。

(4) 专家可能会因为工作时间较紧张,对约稿没有信心,要注意给专家以信心,并积极跟踪进度。

(5) 对于约稿负责专家,一般行业影响力较大,在社会上所担职务较多,在约稿初期一般答应约稿,但约稿进度慢,最后存在中途中断的可能性较高,在约稿过程中对专家的选择至关重要。

(6) 约稿专家的稿件不能达到约稿要求的情况(需退修),编辑应站在约稿作者角度去思考,体会作者其学科特点,编辑应做到在退修时尊重作者劳动成果的基础上,与作者充分沟通,争取达成共识。如果有专家对部分退修意见有争议或者因外在原因不能修改到预期效果的专家,可在沟通时强调他们现有的学术地位和严谨性,赞扬其学术态度的同时肯定该稿件的学术价值,并提醒专家该稿件刊登后的学术影响力,最大化激发作者的创作责任感和积极性,强调其重要性及唯一性,激发热情等。如果初稿存在学术不端行为或者修改后仍达不到要求需要退稿处理时,编辑应对作者表示尊重,注意沟通方式,告知不予录用的原因,并欢迎作者再次投稿^[10]。

3.4 约稿后的落实

笔者在2011年通过广东省某职称评审与张复春院长取得联系,就对“登革热”这一疾病的诊断、治疗、预防及实验室控制技术等方面进行专题约稿,在该院长的主持下,与8名不同医院的专家取得联系,成功约到7篇稿件,并在本刊2011年第19期刊登。虽然在保证质量的情况下完成了约稿,但是在约稿过程中,由于笔者先前有打扰专家工作的受挫经历,在这次组稿中与专家联系不够主动,沟通交流较少,大部分协调工作都是由该院长独立完成,致使该院长认为我方不重视此次约稿,幸好解释后得到谅解。笔者下一次约稿是在肿瘤年会上发现专家的,与徐克成院长会后取得进一步联系后,初步选定了“肿瘤冷冻消融”为选题的约稿,在总结上一次的经验基础上,主动与徐院长通电话、短信、E-mail保持联系,询问稿件状态,徐院长在百忙中组织同行专家完成了4篇该专题稿件的撰写,并成功刊出。编辑与组稿专家沟通完毕后一定要保持联系,要不时地询问进度,跟踪进度。在节假日,可通过各种方式向专家表示问候,如祝福短信、

贺卡等。编辑在收到专家初稿后,要及时处理,第一时间回馈信息。对约稿不论是名家还是非名家,都要按正常的审稿程序认真审阅,勇于向约稿发问,虚心商榷,提出有理有据的修改意见^[11]。一般约稿都要进行多次修改,在保证论文质量的前提下,编辑应尽量减少论文的返修次数,简化专家操作步骤。并尽量满足作者提出的如邮寄多份当期杂志等合理要求。论文是作者的心血结晶,如果不讲技巧地生硬地提出修改意见,则易引起作者的抵触心理,编辑若能运用沟通技巧引导作者朝新的思路发展,在作者本人的思考之下产生的修改,则可大大增强其修改积极性。在给专家撰写修改意见时,尽量先提出论文中可圈可点的部分,认可其有价值的观点^[12-13]。编辑要换位思考,尊重作者的劳动,对于编辑部出版的进展,也要定期通报专家。约稿只是编辑工作的一个环节,定稿确定后,要及早的安排编辑、出版。这是当好编辑的职责所在,也是成为一个有影响的编辑的基础。

4 结语

编辑若能在各环节积极主动给予专家以信息反馈,让专家及时了解稿件的状态以及稿件出版后读者的反馈信息,无疑有利于专家与编辑部进一步的交流。编辑的积极主动性在约稿过程中是激发专家创造的重要因素,是做好编辑工作的前提,也是期刊编辑部工作的基本保证。作为新时代的期刊编辑,在工作中充分运用积极沟通的方式与技巧,做好编辑,

呵护期刊成长,就能促使期刊充满生气,真正实现“和谐办刊”的理念,适应新时代的发展需求,办出好期刊。

参考文献

- 1 赵洋,马述立,李天恒. 科技期刊编辑中的角色冲突与角色替换. 中国科技期刊研究, 2006, 17(5): 697 - 699
- 2 欧春芳,张雪明. 学术期刊编辑应做到“四个善于”. 江汉大学学报: 社会科学版, 2008, (4): 85 - 86
- 3 张凤新. 科技期刊编辑在约稿环节的稿件质量控制与沟通技巧. 科技与出版, 2012, (5): 47 - 48
- 4 中国编辑学会. 出版专业基础·中级: 2007年版. 上海: 上海辞书出版社, 2007
- 5 吴永华. 论科技期刊编辑的沟通能力建设. 编辑学报, 2011, 23 (Sup. 1): 139 - 142
- 6 刘刚,李朝前,陈晓锋,刘洪华,周汉香. 会议与科技期刊约稿. 江汉大学学报: 自然科学版, 2012, 40(4): 172 - 173
- 7 张凤新. 科技期刊编辑在约稿环节的稿件质量控制与沟通技巧. 科技与出版, 2012, 5: 47 - 48
- 8 刘晓涵. 科技期刊编辑沟通过程中心理效应的运用探析. 中国科技期刊研究, 2012, 23(3): 481 - 483
- 9 王慧瑾. 期刊编辑应强化沟通意识. 广西师范大学学报: 哲学社会科学版, 2009, 45(4): 134 - 136
- 10 杨美群. 青年编辑在科技期刊编辑出版中的人际沟通. 编辑学报, 2012, 24(2): 182 - 184
- 11 罗向阳,赵群,李辉,张翔. 科技期刊编辑如何开展约稿工作——以《机电工程》杂志为例. 中国科技期刊研究, 2012, 23 (3): 449 - 451
- 12 陶范. 学术期刊读者与作者互动的价值. 编辑学报, 2010, 22 (3): 198 - 199
- 13 张藤藤. 例谈期刊编辑策划选题能力. 出版发行研究, 2011, (12): 21 - 23

(上接第199页)

我们做翻译),期刊的运营和管理决定了中文版的制作质量和发展。

4 瓶颈期和发展探讨

美方从初期的中美友好合作模式迅速进入了将中文版纳入版权代理商的模式,标志着《科学美国人》中文版要迅速向市场化迈入要求经济收益。参考时尚集团旗下十年十二刊的迅速崛起,《科学美国人》也希望其中文版也能向这个方向发展。但是不能不承认,刊物内容不同,发行运营机制没有建立市场认知度不够广,即使时尚集团的建立也市场化了十年。在传统纸质图书和期刊整体受到电子书和网络打击的情况下,其实对于传统模式未发

展成熟的科学美国人中文版来说,其制作、发行、宣传成本及模式比过去又便利了许多,在传统发行宣传模式上的落后也可以以完全新的模式来发展,而且网络宣传发行成本要更低,如果不能迅速有足够的广告收益而要谈融资的话,就又是需要更多的运作。比如以《科学美国人》期刊为基点,建立科技英语教育培训、图书外延、青年少儿科技活动、科技技术和产品论坛等产品链都是可行的。进入微博微信等网络、手机新媒体平台,为读者提供互动科普科技信息渠道,提供电子书、有声杂志等。

参考文献

- 1 时尚模式——10年打造一个期刊品牌. 时尚网
- 2 中国国家地理, 2013 - 06