

# 论科技期刊编辑的媒介素养

费郁红

(哈尔滨体育学院学报编辑部,150008,哈尔滨)

**摘要** 媒介是各种政治、经济、文化等社会信息的载体。科技期刊本身即是一种媒介,与其他各种媒介有着一种天然、密不可分的关系。作为科技期刊编辑,必须了解媒介,掌握媒介规律,具备良好的媒介素养。

**关键词** 媒介素养;科技期刊;编辑

**Medium literacy of the editors of sci-tech journals // FEI Yuhong**

**Abstract** The media are carriers of all kinds of political, economic, cultural and other social information. Sci-tech journals themselves are a kind of media, and other various media have a natural, inseparable relationship with them. As editors of sci-tech journals, we must understand the media, master of the media and have a good medium literacy.

**Key words** medium literacy; sci-tech journal; editor

**Author's address** Editorial Department of Harbin Physical Education Institute, 150008, Harbin, China

媒介素养在我国新闻传播界目前属于热门话题,正日益为社会和同人所重视<sup>[1-3]</sup>。媒介素养在英语中为 media literacy,它是“媒介”一词加上 literacy 复合而成的一个术语。literacy 在英语中指的是看书识字的能力。一般认为,看书识字能力是一种在社会上生存和发展的基本能力。过去人们认为“素养”就是与书面文本打交道的一套技能,在我国为世界发明了最重要的印刷术之后,近千年来,这种想法都是极为恰当的。然而,随着社会的发展,当我们进入信息时代以后,随着媒介成为人们获取信息的基本途径,单纯看书识字的能力显然已经不能适应时代的要求,获取、理解和利用各种媒介信息的能力则成为一种在现代社会或后现代社会生存的基本素养<sup>[4]</sup>。因此,“素养”自身的内涵已经改变,过去单一的文字素养已被拓展为媒介素养。媒介素养是针对个人而言的,它是人一生中都需要不断提高的修养。作为传统素养(听、说、读、写)能力的延伸,媒介素养主要指人们获取、分析、评价和传播各种媒介信息的能力。而获取信息、分析信息、评价信息及传播信息则成为媒介素养的4个基本要素。

随着数字技术的发展和经济全球化进程的加速,大众传媒日益影响着人类的社会、政治和经济生活,左右着人们看待世界的方式。对担任科技期刊选题、组稿、审稿和编辑加工的编辑来说,如何辨别、接收来自媒介的信息,又如何及时快速地传播各种科技信息,是

信息时代里急需加强的一种工作能力。科技期刊编辑的职业素养应该“由知识型的内向素养转向信息型的外向素养”,更准确地说要二者兼具,这有赖于科技期刊编辑是否具备通过各种媒介有效地获取、选择、理解、评估与传播相关学术信息和研究成果的能力,掌握各种媒介的传播特性及组织、创造和制作并予以有效地传播的能力——这就是当今科技期刊编辑比较其他个体更需要具备的媒介素养。

## 1 科技期刊编辑作为受者的媒介素养

科技期刊编辑作为信息时代的受众,一方面要掌握媒介技能,善用各种传播媒介快速有效地获取信息;另一方面要以自身逐步完善的知识架构为基石,建立对传媒信息行之有效的认知、批判和使用模式。具体而言,科技期刊编辑的媒介素养包括:

- 1) 了解各种媒介的传播特性和使用技能的能力;
- 2) 通过各种媒介检索或搜索有用信息的能力;
- 3) 选择、评估和组织信息与知识的能力。

科技期刊编辑若具有较高的媒介素养,则会更好地认识各种媒介传播信息的功能,并加以积极运用来获取信息;在技能上拥有轻松利用媒介系统获取信息的能力并养成习惯,能自主而有效地实现终身学习;在认知上具有选择、评估和组织信息的能力,能经由学习而进一步成为知识和信息的生产者和创造者。

现代社会学科发展、知识更新越来越快,科技期刊编辑的学科与专业知识也需要不断补充。编辑的学习不再局限于从单一纸质媒介中找寻知识,要善于运用一切媒介——书籍、报刊、广播、电视、网络等等,都是编辑学习“充电”的工具。同时,编辑工作也是一个不断发展的过程,很多时候需要涉足新的领域,编辑的媒介素养则可为其不断开拓新的知识领域、扩大知识面奠定基础。因此可以说,科技期刊编辑作为受者的媒介素养的高低,直接决定着其知识更新和拓展的速度、深度和广度。

## 2 科技期刊编辑作为传者的媒介素养

从发生学<sup>[5]</sup>上看,媒介素养的基本含义是“批判性思维能力(critical thinking skill)”和“传播能力(communication skill)”<sup>[6]</sup>。随着信息时代的到来,对

科技期刊编辑各方面的要求将发生很大的变化,其中极其重要的一个方面是要求编辑必须具备作为传播者的媒介素养,即编辑要善用各种媒介工具来获取与期刊出版相关的各种资源、知识和信息,来为出版传播的各个环节服务。这就需要具有作为传者的综合性的媒介素养,使编辑能够对读者负责,对自我负责,对学术负责,具体表现为3个方面:

- 1) 熟练使用数字媒介出版技术的能力;
- 2) 善用多媒介搜集出版相关信息并正确评估、预测的能力;
- 3) 运用相关媒介公关、发行的能力。

不断涌现的新技术需要具备更高媒介素养的编辑与之相匹配,编辑要适应并出色完成出版传播工作,就要不断提升自身的媒介素养,强化学习并熟练使用数字化出版媒介技术。

编辑部不是编辑工作的唯一阵地,编辑部之外还有很多信息需要编辑去关注,这些信息主要包括:

1) 社会环境与社会变迁。包括国家宏观出版政策,与本期刊出版密切相关的政治、经济、文化、科技的新进展、新情况、新问题,这对科技期刊的出版决策具有重要价值。

2) 读者反馈信息。反馈的信息既是对已出版科技期刊的意见和建议,也是读者期望和心理的折射,关系到编辑部的绩效评估和战略调整。

3) 作者写作动向。作者队伍是科技期刊编辑部赖以生存并激烈争夺的人脉资源,需要精心维护和经营,这就需要密切关注作者的写作动向,主动出击,争取先机。

4) 学界科研情报。关注相关学科的最新发展动态及可能出现的学术突破,有助于正确估计对未来期刊出版工作带来的影响;编辑还可以根据各种媒介的学术资源,尤其是互联网强大的数据库资源,作为编辑审稿最方便、快捷的支持。

5) 业界行情。指业界同类期刊出版情况、发行情况以及读者反馈信息等。编辑若具备良好的媒介素养,就可能拥有更多的渠道、采用更多的方式去获取这些信息。

另外,编辑除了负责内容的组织和加工外,还要有强烈的传播公关意识,要参与到期刊出版的多种发行渠道工作中。这主要是对读者、作者的公关。编辑既是知识和信息的传播者,也是读者、作者的服务者。要动用本期刊的纸质出版物和电子、网络出版物等一切可能的媒介,发布各种与期刊出版有关的信息,在出版前后以优质的服务争夺读者、作者市场,培养读者、作者的忠诚度,做到让读者、作者对本期刊的认知、订阅、

认可三位一体。

### 3 努力提升科技期刊编辑的媒介素养

为了将科技期刊办成社会效益和经济效益俱佳、读者和作者都喜爱的“双效”“双爱”期刊<sup>[7]</sup>,努力提升编辑的媒介素质已刻不容缓。

21世纪是学习型社会,学习型社会的基础是学习型组织,而学习型组织的主要特点就是把不断提高管理者和员工的素质作为组织发展的关键,由个人学习带动组织学习,又由组织学习带动个人学习。创建学习型组织是一个巨大的系统工程,不是一朝一夕能实现的,需要把它分解成若干分支工程,逐步实施。而培养科技期刊编辑的媒介素养是打造学习型编辑部、实现这一美好愿景的先导部分,是具体实施中的突破口和切入点。

对科技期刊编辑个人来说,要将培养自身的媒介素养作为一项长期的基本消费——媒介消费。这是个人实现终身学习和不断自我发展的一项基本素养,并且是与时俱进的,需要不断学习。对编辑部来说,一个拥有良好媒介素养的编辑,可能给编辑部带来无法估量的效益。不投入、不学习、不实践,就不会有所进步和改观。培养编辑的媒介素养,打造学习型期刊出版队伍,编辑部首先要在理念认知和导向上重视培养编辑的媒介素养,营造良好的氛围;其次要在实际工作中创造更多的空间,提供更多的政策和成本支持,要将培养编辑部的整体媒介素养作为一项长期项目去努力奋斗。

### 4 参考文献

- [1] 宋小卫. 学会解读大众传播: 国外媒介素养教育概述[J]. 当代传播, 2000(2): 61-63
- [2] 郑保卫. 媒介教育大众化势在必行[N]. 中华新闻报, 2002-01-16
- [3] 蔡骐. 信息时代与媒介素养[J]. 新闻与写作, 2004(11): 28-29
- [4] 伯金翰. 英国的媒介素养教育: 超越保护主义[J]. 新闻与传播研究, 2000(2): 73-79
- [5] 汪晓云. 人文科学发生学: 意义、方法与问题[EB/OL]. [2008-02-01]. [http://www.gmw.cn/01gmr/2005-01-11/content\\_163266.htm](http://www.gmw.cn/01gmr/2005-01-11/content_163266.htm)
- [6] 裘涵, 虞伟业. 日本媒介素养探究与借鉴[J]. 现代传播, 2007(5): 128-130
- [7] 游苏宁. “双效”“双爱”期刊: 办刊人的最高追求[J]. 编辑学报, 2005, 17(2): 79-80

(2008-01-10 收稿; 2008-02-20 修回)