

# 科技期刊新媒体编辑应加强自我修养\*

陈晓堂

《郑州大学学报》编辑部,450001,郑州

**摘要** 随着科技期刊数字出版和新媒体工作的深入,新媒体编辑岗位越发重要。新媒体编辑需要不断从思想政治、素质能力、专业技能等 10 方面进行自我修养,以适应和胜任岗位要求;同时,还应保持积极的学习心态,在实践中创新探索。

**关键词** 科技期刊;新媒体;互联网思维;微信公众号;增强出版

**Strengthening self-cultivation of new media editors of sci-tech journals//CHEN Xiaotang**

**Abstract** With the improvement of digital publishing and new media of sci-tech journals, the post of new media editor is getting more and more important. The new media editors should constantly improve ten abilities including ideology and politics, competency, professional skills and so on, which could help new media editors adapt to the post and be qualified for the job. Meanwhile, new media editors should maintain positive attitudes to learning knowledge, practice, innovation and exploration.

**Keywords** scientific journal; new media; internet thinking; WeChat public account; enhanced publishing

**Author's address** Editorial Board of Journal of Zhengzhou University, 450001, Zhengzhou, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.06.028

随着数字技术和互联网技术的不断发展,科技期刊已经普遍对传统出版向数字出版转型统一了认识,纷纷尝试向数字出版和新媒体转型<sup>[1-2]</sup>。相当比例的科技期刊建有官方网站,并实现了在线投审稿<sup>[3-4]</sup>;更多的科技期刊开通了官方微信公众账号,除了定期发布资讯外,还开通了在线查稿、在线阅读、在线订刊等功能<sup>[5-6]</sup>;目前科技期刊也朝着数字化+集群化的方向发展,按学科专业建成了多个集群网站<sup>[7-8]</sup>。

随着科技期刊数字出版转型工作的推进,新媒体编辑岗位也越发不可或缺。受人力财力的限制,相当一部分科技期刊选择让专业编辑兼职做新媒体工作,负责网站内容的维护、微信公众号的运营等新媒体工作;也有部分实力较强的期刊,由专业编辑转型成为专职的新媒体编辑。无论兼职还是专职,新媒体工作都与传统的编辑工作有较大的差异,是一个全新的岗位,需要不同的能力和专业素养。新媒体编辑需要在日常的新媒体工作中不断提升自我修养,从而很好地适应

和胜任这一新兴的岗位。

## 1 新媒体编辑能力与素养

**1.1 思想政治素质** 思想政治素质是科技期刊新媒体编辑需具备的最根本的素质,需要格外重视。虽然科技期刊发布的论文很少涉及思想政治内容,但新媒体编辑不可避免地需要在工作中用到来自网络的信息和资讯。这就需要新媒体编辑在选择来自网络的内容素材时,谨慎、细致,特别是对一些细节的把握,都需要新媒体编辑注重对政治理论知识以及相关法律法规的学习,不断提高自身的思想政治素质和内容把关能力。

**1.2 新媒体相关软件操作技能** 新媒体编辑通常需要处理大量的图片、动画和视频,这就要求熟练掌握相关软件。新媒体编辑需要学习和掌握的制图软件包括 photoshop、美图秀秀、光影魔术师、inpaint、fairwork 等,视频处理软件包括曦力音视频转换专家、vegas 等。常用的专业网站包括:用于排版的 135 排版、秀米等;用于搜集图片素材的千图网、千库网、站酷网等;用于制作公众号封面图片的创客贴等;用于制作 H5 的易企秀、MAKA、兔展等。新媒体编辑通过对这些软件和专业网站的熟练操作和应用来提升专业技能,才能在日常的工作中提高工作效率和业务水平。

**1.3 互联网思维** 互联网思维有多方面深刻、广泛的内涵,新媒体编辑需理解和认知的 2 个核心层面为:

一是用户思维<sup>[9]</sup>,即以用户为中心去思考问题。如果说传统科技期刊面对的是读者和作者,那么新媒体编辑面对的就是范围更广的用户,用户是互联网时代最根本的财富,新媒体编辑一切操作层面的工作也都是为了吸引用户、服务用户、留住用户。

二是新媒体编辑需要了解互联网,并按照互联网的规律来开展新媒体工作。在具体操作中,难免会遇到与传统出版流程和经验不统一甚至矛盾的地方,这就需要新媒体编辑富于智慧、勇于创新、善于协调,按照互联网规律探索媒体融合和出版的流程再造。

**1.4 创新和策划能力** 作为新媒体编辑,仅仅按部就班地完成内容更新和网站维护是远远不够的。科技期刊的新媒体工作普遍开展时间不长,鲜有成熟的模式和可供直接复制的经验,特别需要新媒体编辑富有创新意识和较强的策划能力。由于数字技术和新媒体技术

\* 河南省哲学社会科学规划项目(2015BXW004);河南省优势特色学科平台项目(2017-XWXY-015);2018 河南省教育厅人文社科项目(2018-ZZSH-534)

的不断发展,在应用层面的门槛不断降低,很多创新的想法都可能靠自身的努力来实现,比如在对刊物的宣传和论文深度加工的表现形式上采用H5技术等。

此外,科技期刊新媒体编辑可以像传统编辑一样,策划选题,从数字出版的角度进行专题报道;或者对可预见的新闻事件提前策划,比如2017年5月5日中国国产大飞机C919首飞,《金属加工》微信公众号在当日的头条用大量翔实材料报道了C919有关信息,其中包括多段视频和美图;抑或与传统编辑进行深度沟通,策划利用新媒体技术进行从征稿到文章推送的全流程宣传,从而扩大刊物和专题的影响力与传播效果。

**1.5 信息搜集能力** 对于微信公众号的运营,信息内容是否全面和发布及时,是能否吸引用户的关键因素。这就需要新媒体编辑具有较强的信息搜集能力,能够转发用户感兴趣的新闻和资讯。

新闻和资讯的搜集,可从如下4个方面入手:一是关注相关政府管理部分网站、行业协会学会网站、行业重点企业网站、行业门户网站等;二是关注行业专业媒体、自媒体的微信公众号,或关注朋友圈中行业人士的转帖;三是关注今日头条、百家号等资讯类App,可以订阅经常发布原创内容的账号;四是关注科学网的个人博客,上面经常有学者发表有价值的原创内容。

需要特别注意的是,对于原创内容的转载,有原创声明的都应联系作者获得授权,没有声明的也应在转载时注明出处。

**1.6 原创、改编、二次加工能力** 转载来自网络的优质资讯固然重要,但若网站和公众号真正受到用户的重视,还是需要较高水平的原创内容或改编内容。这就需要新媒体编辑具有一定的原创、改编和二次加工能力。

对于内容的原创,新媒体编辑可尝试撰写对行业资讯的分析、科技论文的撰写技巧分享,以及行业感悟等。对于内容的改编,新媒体编辑可以针对某一选题,综合梳理多份材料进行汇编整理,并加入自身的观点,使之成为一篇改编作品。对于内容的二次加工,新媒体编辑可以将部分论文加工缩减至数百字,并配合重点图片,形成科技论文的二次加工作品,这更适合通过微信公众号发布,符合读者移动阅读和利用碎片时间阅读的习惯。

**1.7 捕捉热点能力与新闻敏感性** 相对于科技期刊和网站的官方性和严肃性,微信公众号的内容运营允许灵活、风趣和互联网语言化。这给了新媒体编辑更多体现创意的创作空间,新媒体编辑需格外注意捕捉热点,借助热点可以大幅度提高内容的传播质量。

例如2017年5月14日是母亲节,《中国中药杂志》微信公众号发布《要想知道哪些中药里带“母”,看

这篇就够了》的帖子,将知母、贝母、益母草等12种含母字的中草药总结出来,并配上药性说明、实物图片、传说故事等,取得了很好的传播效果,大量读者产生共鸣并留言。又如2017年5月15日,“一带一路”峰会在北京召开,很多期刊的微信公众号发布相关内容,也都表现出一定的新闻敏感性。

**1.8 设计标题能力** 实践表明,题目对于微信公众号发布资讯的点开率是近乎决定性的,同样的内容、不同的标题,点击和转发的效果差别极大。在做好内容的同时,新媒体编辑还花大力气设计吸引人的标题。

标题的设计有4个技巧:一是数字型标题,如“99%的人不知道,看了你就赢了”;二是可引发好奇型标题,如“据说这个东西将要取代‘中国石油’……”;三是吐槽型标题,“中医可以治愈癌症,这也信?”;四是质问型标题,如“特斯拉CEO的‘地下阴谋’,能解决交通拥堵问题吗?”。

虽然标题很重要,但也不要成为标题党,设计优秀标题的前提,是有过硬的内容提供给读者。

**1.9 快速响应能力和吃苦耐劳的精神** 为了能在第一时间发布资讯,常常需要新媒体编辑快速响应,特别是遇到突发新闻,不管时间地点都要想办法上线开始工作。从某种意义上说,新媒体编辑没有明确的下班时间,处于一种时刻待命的状态。有的科技期刊公众号常年保持每天发布信息,节假日也不间断;有的公众号为了培养用户的关注习惯和减少与其他公众号的时间冲突,选择在7点或22点左右发布资讯,这都要求新媒体编辑有极高的工作热情和吃苦耐劳的精神。

**1.10 抗压能力和数据分析能力** 相对于传统编辑对于处理过论文的零被引需要1年后才进行分析总结不同,新媒体编辑几乎每天都可以从发布信息的点击量和新增关注人数中得到对自己工作的反馈,承受着较高的心理压力。这就需要新媒体编辑具有较强的抗压能力,能够理性、客观地看待数据指标,并从中寻找规律;这也要求新媒体编辑注重对后台数据的分析。

以微信公众号为例,微信公众号提供了用户分析、选单分析、图文分析等数据。新媒体编辑可以根据不同信息发布的点击量、转发量,以及这些转发是来自朋友圈,还是公众号直接点开,来分析用户的阅读偏好和所关注的内容,对以后的内容选择进行调整。

新媒体编辑需每天查看数据,并做好分析记录,在微调和试错中把握选题方向,提高发文水平。

## 2 新媒体编辑进阶建议

**2.1 保持学习心态,坚持接受继续教育** 与传统编辑系统知识更新速度慢不同,新媒体技术和理念更新速

度快,要求新媒体编辑必须保持积极学习的心态,注重学习新知识、新技能,不断保持对互联网认知的更新。新媒体编辑可以每年参加新闻出版广电总局的“网编学院”接受在线继续教育和面授,网编学院的课程比较实用而且注重更新,是新媒体编辑充电的很好选择。

**2.2 向期刊外的媒体学习** 科技期刊的新媒体工作若想获得更大的提升,除了学习新媒体工作开展得好的科技期刊,新媒体编辑应开阔视野,将目光瞄向优秀的大众资讯类媒体,研究并参考它们的网站建设和运营模式,学习它们的叙述方式。这里推荐3个媒体:36氪、钛媒体和澎湃新闻。

在微信公众号的运营方面,新媒体编辑可以多关注自媒体。非常多的自媒体团队靠内容吸引了成百万的粉丝关注,10万+点击量的帖子比比皆是,有非常多值得科技期刊借鉴的东西。新媒体编辑如果探索将其他媒体的运营模式与科技期刊特色相结合的全新模式和理念,也许将会走出一条别具特色的新媒体之路。

**2.3 尝试增强出版** 增强出版被认为是未来科技论文的数字出版模式,除了直接阅读科技论文本身外,科技期刊还可以同时向读者提供与论文内容相关的动画、视频、源代码等,并以多媒体的形式表现出来。

随着数字技术和新媒体技术在应用层面门槛的不断降低,新媒体编辑可以尝试用H5技术制作增强出版科技论文。“煤传媒”微信公众号于2017年5月12日发布了基于H5的增强出版论文,其中包含9张图片、5段动画、1段视频,做出了积极的探索尝试。

### 3 结束语

在科技期刊进行数字出版转型的过程中,新媒体

编辑将扮演越来越重要的角色,转型能否成功,一定程度上受新媒体编辑对于新媒体和数字出版认知的水平、自身的能力素质和专业技能等方面的影响;所以,新媒体编辑需要不断学习,提升自身修养和综合素质,并在办好新媒体的实践中积极探索、勇于创新、大胆尝试,为科技期刊的数字出版成功转型做出贡献。

### 4 参考文献

- [1] 韩向娣,边钊,闫珺. 互联网+服务:科技期刊服务创新与发展[J]. 编辑学报,2017,29(2):112
- [2] 王攀智,边迪飞,董燕萍.《国际肝胆胰疾病杂志》的数字出版实践[J]. 编辑学报,2017,29(2):178
- [3] 程维红,任胜利,沈锡宾,等. 2011—2015年中国科协科技期刊网站建设进展[J]. 中国科技期刊研究,2016,27(11):1156
- [4] 王影,何真,王玉峰,等. 科技期刊自建网站中网络期刊的制作方法:以《高压物理学报》为例[J]. 中国科技期刊研究,2016,27(3):300
- [5] 张扬. 科技期刊微信公众号3种运营模式分析探讨[J]. 中国科技期刊研究,2017,28(1):39
- [6] 张广萌,李世秋,葛建平. 微信推广:让“枯燥”的学术期刊生动起来:以《航空学报》微信公众号为例[J]. 编辑学报,2016,28(5):482
- [7] 骆超钱,向东彭,桃英. 关于专业性学科期刊构建与发展的思考[J]. 编辑学报,2017,29(2):48
- [8] 赵金文,钱锋,颜帅,等. 中国高校医学期刊网融合实践探索:以中国高校医学期刊网为例[J]. 编辑学报,2015,27(6):579
- [9] 付丽萍. 科技期刊办刊中的互联网思维探讨[J]. 出版广角,2016(6):44

(2017-05-17 收稿;2017-07-07 修回)

## 关于汉字推荐词形、非推荐词形使用的辨析

《图书编校质量差错认定细则》(修订版)指出:语言文字正误的判别,以《现代汉语词典》等常用工具书为参考依据。有人将“参考依据”误解为以其为标准,于是引出了不少使用混乱和审读误判。

其实《现代汉语词典》对此作出了明确说明:

1) 已有国家试行标准(如GF 1001—2001第一批异形词整理表)的,以推荐词形立目并做注解,非推荐词形加括号列于推荐词形之后;在同一大字头下的非推荐词形不再出条,不在同一大字头下非推荐词形如果出条,只注明见推荐词形。如【马虎】(马糊)，“马糊”不再出条;又如【弘扬】(宏扬)，【宏扬】虽然出条,但只注为见:【弘扬】。

2) 国家标准未做规定的,以推荐词形立目并做注解,注

解后加“也作某”,如:【烦琐】……也作繁琐;【俯首帖耳】……也作俯首贴耳。非推荐词形如果出条,只注同推荐词形,如:【繁琐】……同“烦琐”。

由上可见:凡是有相关标准、规范已做出规定的,我们应使用推荐词形,如果使用了《现代汉语词典》词条后圆括号中的词如“马糊”,或标为“见推荐词形”的词如“宏扬”,则不符合规范,应当计错;凡相关标准、规范未做出规定的,我们最好使用《现代汉语词典》给出的推荐词形,如果使用了“也作某”如“繁琐”,或“同推荐词形”的非推荐词形如“俯首贴耳”,则不应计错,但评审者可以以《现代汉语词典》为参考依据,建议其分别使用推荐词形“烦琐”和“俯首帖耳”。

(陈浩元)