

# 英文学术期刊论文出版与推广体系构建\*

## ——以《Microsystems & Nanoengineering》为例

白小晶<sup>1)</sup> 刘晶晶<sup>2)</sup> 翁彦琴<sup>2)</sup>

1)中国科学院电子学研究所;2)中国科学院文献情报中心:100190,北京

**摘要** 基于期刊《Microsystems & Nanoengineering》的文章推广实践,提出英文学术期刊的论文出版与推广体系。该体系强调论文出版与宣传的统一性,编辑部在策划与实施过程中要发挥的中枢作用,以及对出版商平台、作者及其单位、相关媒体资源的充分利用。本文以作者所在期刊的文章出版与推广实践为例,具体说明该体系的实现步骤及效果。文章的 Altmetrics 表现印证了该出版与推广体系对促进文章传播,提升文章关注度的重要作用。本文提出的论文出版与推广体系是长期实践的经验总结,流程清晰,内容全面,可操作性强,期望能给国内英文期刊的文章推广提供借鉴。

**关键词** 英文科技期刊;体系;出版与推广;《Microsystems & Nanoengineering》;Altmetrics

**A unified system of publishing and promotion for English academic journals: practical experience from *Microsystems & Nanoengineering***

**Abstract** Based on the article publishing and promotion practice of the journal *Microsystems & Nanoengineering*, this paper proposes a unified paper publishing and promotion system for English academic journals. This system emphasizes the unity of publishing and promotion, the pivotal role that the editorial office plays in planning and implementation process, and the broadcasting through the publishing platform, authors' social media the affiliations' platform, as well as the other related medias. This paper takes the practical experience of *Microsystems & Nanoengineering* as an example to illustrate the steps and results of the system. The Altmetrics of the article approves the significant performance of the publishing and promotion system in extending the influence of the article. The article publishing and promotion system proposed in this paper is a long-term practice summary, with clear process, comprehensive content and strong operability. We hope to provide direct reference for the promotion of articles in China's English journals.

**Keywords** English academic journal; system; publication and promotion; *Microsystems & Nanoengineering*; Altmetrics

**First-author's address** Institute of Electronics, Chinese Academy of Sciences, 100190, Beijing, China

**DOI**:10.16811/j.cnki.1001-4314.2020.01.024

科技出版的使命是促进科学传播,如《Nature》一直秉承的办刊理念是:“把世界上最先进的科学传播

给世界上所有的科学家,把所有的科学传给所有感兴趣的大众。”<sup>[1]</sup>在信息激增的今天,科技成果的推广与传播意义重大,而当今互联网的高度发达和多媒体的深度融合,为科技成果传播提供了重大机遇。

我国科技期刊出版领域非常重视文章推广,有专家学者从政策和方法上提出建议<sup>[2-4]</sup>,很多期刊都结合自身特点开展了文章推广工作<sup>[5-6]</sup>;但受各种因素制约,如《中国科技期刊发展蓝皮书(2019)》所述,我国科技期刊“运用新媒体传播的手段还较为单一(仅有17.50%的科技期刊使用了2种以上的社交媒体),自主构建的网站和‘两微一端’等数据处理和传播渠道影响力还偏弱(体现在网站日访问量和新媒体“粉丝”数偏少)”<sup>[7]</sup>。特别地,我国有500余种英文学术期刊<sup>[8]</sup>,英文期刊更加注重其对国际学术领域的贡献和在世界范围的影响力,而我国期刊广泛采用的微信平台在英语国家的覆盖率不高,同时,编辑部访问 Facebook、Twitter 等英语国家主流的社交媒体受到限制,要实现英文学术期刊论文的广泛传播,就要充分利用出版商和作者资源,实现最广覆盖和最相关推送。

本文针对上述问题,根据《Microsystems & Nanoengineering》期刊长期的文章推广实践,提出英文学术期刊的论文出版与推广体系,主要强调以下4方面的内容:1)文章出版与推广统一于同一体系,保证出版,侧重推广;2)发挥编辑部中枢功能,深度挖掘和利用出版商平台和作者资源;3)为各平台提供定制化和个性化的传播内容;4)重视出版后再宣传,增强传播效果。

本文以《Microsystems & Nanoengineering》的文章推广实例具体说明本文所述推广体系的实施方法和效果,以期给国内英文期刊的文章推广提供直观借鉴。

### 1 出版与推广统一策划、同步实施

期刊论文通过同行评议达到录用待发表状态后,需要尽快启动论文的出版与推广工作。传统的稿件处理流程中,出版与推广工作串行进行,在文章正式出版后,才进行以纸媒为主要载体的文章推广与宣传活动。得益于互联网和多媒体技术的迅猛发展,科技出版已跨入数字与网络时代,期刊出版的主要载体从纸本转

\* 中国科学院自然科学期刊编辑研究会项目(YJH2019023)

为在线出版,文章的推广也从平面材料转入融媒体平台。网络融媒体时代,学术论文的“实效性”和“新闻性”推广对所载学术成果的广泛深入传播意义重大,要求论文推广与其出版同步;因而,需要将学术论文的出版与推广统一系统,进行统一策划与实施。

文章出版主要在于确定适宜文章推广宣传的出版日期和保证文章的出版质量2个方面。

### 1.1 定制出版日期

稿件通过同行评议后,编辑部需要结合稿件内容和期刊稿件状态,确定稿件的出版日期,出版日期是之后出版与推广的重要依据。在选定出版日期时,需要基于文章内容充分考虑相关专题活动,从而选定最适合的出版日期。出版日期的选定主要考虑以下几方面:

1) 研究热点需要重点推广;

2) 相近或相关主题论文集中出版,增强栏目效应;

3) 特殊事件出版,配合主题活动、特殊纪念日等进行专题出版。

### 1.2 保证文章出版质量

文章按期出版期刊正常运营的基础,要以高质高效的处理流程保证期刊的安全生产和正常出版。主要做到:

1) PDF版和在线版文件的准确性;

2) 文章相关材料的多媒体呈现;

3) 相关栏目的及时准确更新。

## 2 文章出版与推广体系构建

文章出版日期确定后,编辑部要充分发挥中枢作用,从文章内容出发,充分利用各方资源,策划好文章推广方案,督促协同各方实现文章的广泛推广。

### 2.1 整合资源,多维推广

编辑部应在学术期刊论文的出版推广活动中充分发挥中枢作用,贯通出版宣传各个环节,挖掘和引导出版商、作者及相关媒体资源,发挥出版商的内容服务和平台推广功能,引导作者参与内容制作和文章推广。

**2.1.1 利用出版商资源,实现最广覆盖** 出版商资源主要包含宣传内容和推广平台2方面。国内大部分英文期刊都与外国出版商合作出版,合作对象主要是Springer Nature、Elsevier、Wiley等大型的出版商,这些出版商都有专业的宣传推广团队、高端的内容制作资源和有广泛影响力的出版平台,编辑部需要积极主动地了解出版商所能提供的服务内容。例如Springer Nature:一方面,其拥有由专业编辑、科学新闻记者、职业科学作家、领域专家组成的写作团队,可以为研究成

果撰写符合英语国家习惯的新闻(News)、科普摘要(Summary)、评论(Comments)等多种题材的推广文章;另一方面,Springer Nature拥有成熟的宣传体系和完备的推广平台,包含文章所在期刊(主题栏、重点文章栏、专题栏等)、旗下相关期刊、SpringerLink数据平台等,同时,Springer Nature每年会参加众多国际有影响力的学术会议,组织针对特殊主题的相关主题文章推介等活动。编辑部应全面了解出版商提供的服务和平台支持,并努力争取和利用出版商的内容支持和平台推广。

**2.1.2 引导作者宣传,影响最相关的人** 在社交无比便利迅捷的当下,文章作者无疑是将其研究成果辐射至最相关学术圈的核心,而国外作者拥有访问Facebook、Twitter等国外流行媒体的便利。编辑部要积极联系文章作者担任其研究成果的“宣传大使”,指导作者制作符合各种媒体需求的宣传材料,引导作者在相关的学术平台上呈现和宣传自己的成果,增强自身的学术影响力。

同时,国外科研机构普遍重视对本单位科研成果的宣传推广,一般都设有专业的新闻专员(News Officer/Releaser)制作和宣传本单位的科研成果;特别地,国外主流的大众媒体及有广泛影响力的行业媒体都会关注和跟踪各科研机构的网站,及时报道或转播科研机构发布的最新成果。编辑部需要引导作者联系其单位的新闻机构发布研究成果,及时告知出版状态并说明版权限制,追踪和配合文章所在单位的成果发布。

**2.1.3 媒体广泛合作,定制内容推送** 学协会一直是相关学术领域研究者的集中组织,也是领域相关信息主要的发布者,编辑部需要重视学协会的力量,争取在学协会平台发布和传播期刊研究成果。

新兴媒体的发展造就了一批有广泛影响力的平台,如华人学术圈有广泛影响力的“知社学术圈”“赛先生”“自然科研(Nature Research)”,纳米材料领域的“纳米人”“材料人”等,编辑部需要建立和保持与这些平台的合作关系,积极主动地向这些媒体提供科研成果,并注重宣传材料的定制化和个性化,以增加文章成果“曝光”的成功率。

不同平台因平台特点和受众各不相同,为了达到良好的推送效果,编辑部需要针对不同平台进行定制化和个性化的内容再加工,公众性平台要侧重科普性和趣味性,专业平台的领域性更强,对实验过程及结果需要有更充分的展现。

### 2.2 创新栏目,精准推送

充分利用网络技术对内容呈现的多样性,探索和

创造更直观的科研成果呈现方式,吸引从科学家到普通大众对科研成果的关注和了解。

**2.2.1 特色栏目,形式多样** 以学术论文在其期刊网站的呈现方式为例,可以有主题图文章(Banner/Hero Article)、亮点文章(Feature/Highlight Article)、专栏/专题文章、最新文章等,形成层次分明、特色突出的文章推荐系统。

同时,伴随多媒体技术发展,越来越多的文章提供图片、音视频、设计图、数据包、实验代码等文字以外的成果展现或补充结果,编辑部应该利用好这些多媒体及数据资源,制作符合不同媒体展现,以及不同受众群体的推广材料,实现科研成果的广度和深度传播。

**2.2.2 突出专业,注重科普** 学术期刊要促进本领域的科研创新就需要把最新的成果推荐给最相关的人,相关的人需要专业的知识。对研究成果的专业领域推广,需要注重其专业性呈现,如对实验条件、实验过程的说明等。

同时,科技期刊肩负科学成果普及化的重要使命,以《Nature》《Science》《Cell》为代表的顶级期刊均十分重视科研成果的科普推广,特别是《Cell》及旗下期刊都包含图形摘要、简介等内容,同时,非常鼓励作者提供视频摘要,期刊编辑还为特色文章撰写新闻。制作面向大众、生动活泼并有很强可读性的科普产品,会促进科研成果的广泛传播。

### 2.3 持续宣传,巩固增强

科学研究是持续的过程,科研成果也应该通过持续的宣传不断扩展和增强其影响力。与文章出版后第一时间的及时集中广播不同,后期宣传更侧重合集推广。主要包含以下3方面。

**2.3.1 封面文章,特色文章,科普推介** 对应纸本出版,可以精选一定周期内的文章作为封面文章,重点文章作为重点推介提供图文介绍,一般论文制作科普推介材料。实现期刊内容的多层次呈现,引导读者深入了解论文研究内容。

**2.3.2 虚拟专辑/专刊/专栏** 对于热点研究领域、相关特殊事件、主题会议等特殊活动,可以精选相关主题的论文,定制化整理形成虚拟专辑/专刊/专栏。虚拟合集的展现形式丰富而灵活,便于网络各种平台媒体传播,也适合以单行本、宣传册等平面媒体宣传,并且可以依托特定活动实现精准推送。

**2.3.3 邮件推送,特别活动推送** 大部分期刊都已开展邮件推送服务,为了达到好的打开率和浏览率,邮件推送不能过于频繁,而推送内容需要尽量准确;依据收件人的专业领域整理出最相关的少数几篇研究论文进行精准推送,可以实现文章后出版时期的高效推广。

此外,科睿唯安、Elsevier 等信息服务商都提供基于其海量数据资源的邮件推送服务,数据量大,服务流程清晰,结果数据透明,但服务价格比较昂贵,编辑部需要精心组织专辑,并挑选恰当的关键词,帮助服务商尽可能准确地推送文章。

期刊也要充分利用出版平台,搭车推送文章。Springer Nature 等出版商经常针对特定事件组织基于SpringerLink 平台的主题文章推送,如在“世界阿尔茨海默日”精选对该病症的突出研究成果进行网页、邮件等全频道集中推送,编辑部需要积极了解出版商组织的相关活动,并精选与主题最匹配的文章进行搭车推送。

## 3 《Microsystems & Nanoengineering》出版与推广实践

### 3.1 文章出版与推广体系

《Microsystems & Nanoengineering》是由中国科学院电子学研究所与 Springer Nature 合作出版,严格执行国际同行评议制度的开放获取期刊,主要报道国际微系统与纳米工程领域的最新研究成果。期刊自2015年创刊以来,非常重视文章推广工作,基于多年的探索和实践,逐步建立并形成如图1所示的论文出版与推广体系。

### 3.2 文章推广实例

以《Microsystems & Nanoengineering》于2019年3月25日出版的文章<sup>[9]</sup>为例,该文于2019年1月29日录用后,编辑部综合期刊整体稿件状态及该文章的研究意义,决定将该文章作为3月份热点文章进行重点宣传;编辑部安排稿件生产以保证文章按期出版的同时,迅速形成文章推广方案,包含:1)联系出版商为文章撰写科普摘要;2)联系作者并协调美工设计网站主题图(Banner Image)及宣传材料图;3)编辑部为文章撰写成果报道;4)联系国内相关平台和媒体报道该成果。

编辑部广泛联系宣传平台以多渠道发布该研究成果,主要包含:

1)期刊出版商 Springer Nature 及其旗下 Springer、BMC 等新闻平台,特别争取到有广泛影响力和认可度的 Nature Research 博客、公众号、Twitter 等中外宣传平台上宣传该成果;

2)联系该文第一单位麻省理工学院在学校网站上发布该研究成果;

3)鼓励作者在其所有的 Facebook、Twitter、ResearchGate 等国外主流的社交平台上发布其研究成果;

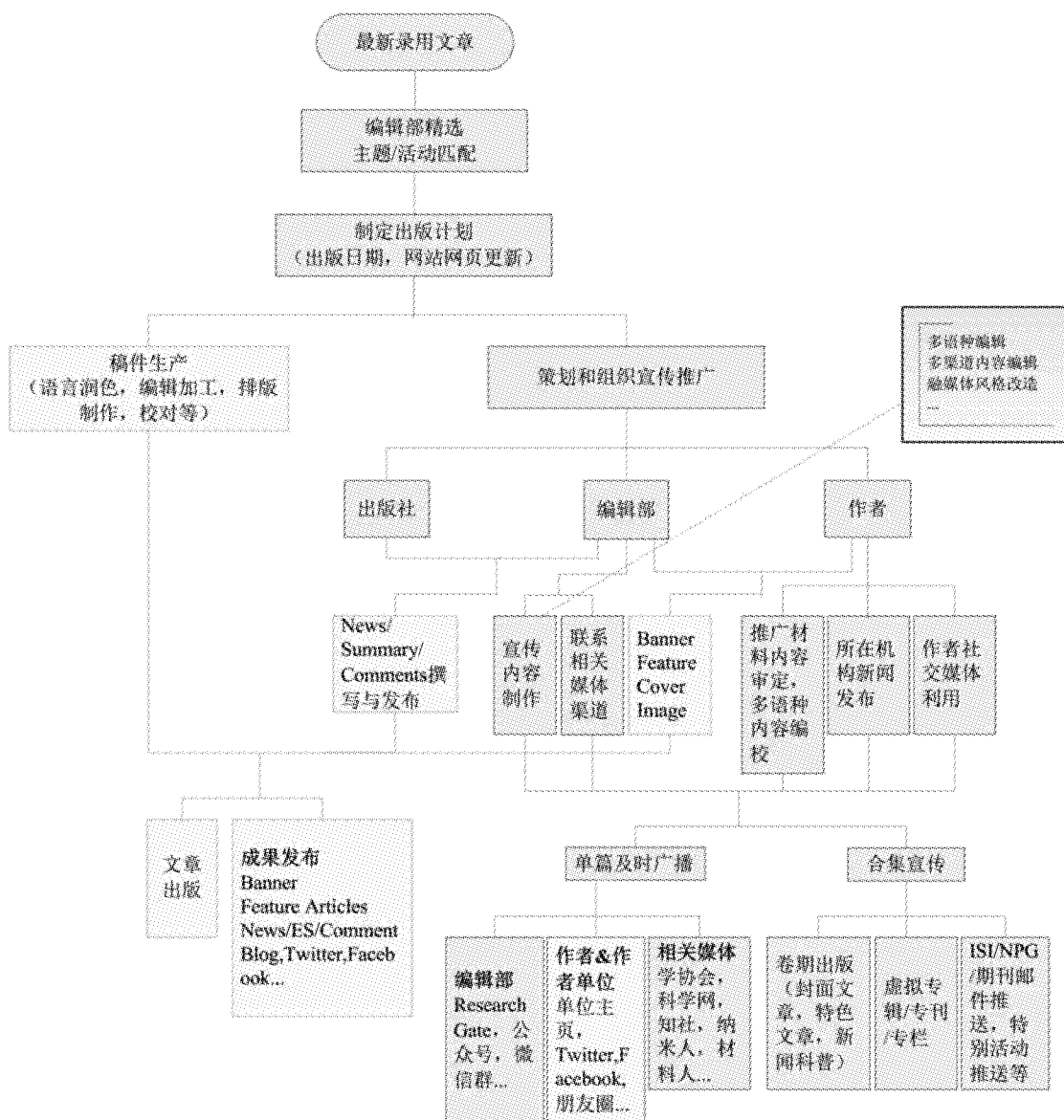


图 1 《Microsystems & Nanoengineering》论文出版与推广体系

4) 编辑部公众号及作者微信群推广;

5) 向科学网、中国微米纳米学会 (CSMNT)、全球华人微米纳米技术合作网络 (CINN)、麦姆斯 (MEMS) 等领域相关的平台和媒体推荐报道该研究成果。

文章[9]于3月25日按期出版, 相关报道迅速展开, 文章出版后一天内, 麻省理工学院、自然科学基金等平台发布了该研究成果, 随后十几家国外主流媒体转载了新闻报道; 在国内, 科学网、编辑部公众号、知识分子、纳米人对研究成果进行了广泛传播; 而作者本人在其所有的 Twitter、Linkin、ResearchGate 等社交媒体的展示得到了 18 次 Twitter 转载和多人的 Linkin、ResearchGate 关注。之后, 编辑部注重文章的持续推广, 选该文为期刊 2019 年第 2 期封面文章, 并将该文作为月度/季度热点文章整理成虚拟专辑进行邮件推送。

### 3.3 出版与推广实践效果

Altmetrics 提供了文章在各主要社交媒体传播的实时数据, 可反映文章的受关注度。文章[9]发表 5 个月后, 有 4 454 次网页浏览, 89 次在线转播 (含 10 条新闻, 1 条博客, 18 条 Twitter, 2 次引用和 34 条 Mendeley 收藏)<sup>[10]</sup>; 特别地, 根据 Dimensions 记录, 该文已经被 7 篇期刊论文所引用。同月发表的 3 篇针对细胞的纳米制造研究成果, 方向非常接近, 但如表 1 所列, 文章[9]的网页浏览量、Altmetric 值等都明显高于另外 2 篇文章, 尤其是这篇文章在英文主流新闻媒体和 Tweepsters 等社交媒体上有更广泛传播。

《Microsystems & Nanoengineering》自 2015 年 5 月至 2019 年 11 月共发表研究论文 214 篇, 其中 67 篇文章作为重点文章 (Feature Article) 进行了出版同期推

广,表1统计了重点文章、所有文章和未进行出版同期推广文章的网页浏览及社交媒体传播表现,可以看出,重点推广文章的网页浏览量、Altmetric 值及相关媒体参数都明显高于其他文章,一定程度印证了宣传推广对科研成果的促进作用。

积极策划与开展出版同期的宣传推广对文章的传播有明显的促进;但不可忽视的一点是,编辑在选定重点推广文章时主要依据其研究成果的价值和意义,即文章质量仍是文章被同行关注的核心。

表1 《Microsystems & Nanoengineering》文章 Altmetrics 参数

	网页浏览量	WoS	Altmetric 值	新闻报道	Tweeters	Mendeley	博客	Facebook
文章[9]	4 454	6	89	10	15	34	1	0
文章[11]	1 491	1	19	2	8	22	0	0
文章[12]	1 594	2	4	0	8	17	0	1
推广文章平均值	1 876.40	11.52	26.35	3.09	7.10	46.26	0.55	0.38
所有文章平均值	1 406.02	8.25	16.33	1.67	5.32	30.00	0.28	0.14
未推广文章平均值	1 275.64	6.96	11.83	1.12	4.82	23.59	0.17	0.05

#### 4 结束语

科技期刊的论文推广对传播研究成果、提升文章影响力有重要的促进作用。本文针对我国英文科技期刊论文推广的具体问题,基于多年的实践经验,提出英文学术期刊论文出版与推广体系。该体系强调论文出版与宣传的统一性,编辑部在策划与实施过程中要发挥的中枢作用,以及对出版商平台、作者及其单位、相关媒体资源的充分利用。本文以作者所在期刊的出版与推广实践,具体说明该体系的实现步骤及对应的实现效果,以期对国内英文期刊的文章推广有直接的借鉴价值。

#### 5 参考文献

- [1] 于海琴. 问渠哪得清如许: 记国际著名期刊《Applied Energy》主编严晋跃教授的办刊理念与智慧[J]. 编辑学报, 2017, 29(4): 405
- [2] 程维红, 任胜利, 沈锡宾, 等. 中国科协科技期刊数字出版及传播力建设[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(3): 340
- [3] 李小燕, 郑军卫, 田欣等. 我国科技期刊媒体融合现状与发展方向[J]. 中国科技期刊研究, 2019, 30(1): 34
- [4] 李静, 游苏宁. 集媒体创新之大成 促编辑脑洞之大开[J]. 编辑学报, 2018, 30(3): 327
- [5] 边钊, 韩向娣, 闫璐. 科技期刊融媒体出版传播模式探

索: 以《遥感学报》“中国遥感 20 年”纪念特刊为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(2): 97

- [6] 侯丽珊. 科技期刊多渠道精准传播体系的构建和应用[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(5): 422
- [7] 中国科学技术协会. 中国科技期刊发展蓝皮书: 2019 [M]. 北京: 科学出版社, 2019
- [8] 鲍芳, 张月红. 中国 548 种英文学术期刊的学科分类与名录[J]. 编辑学报, 2018, 30(6): 574
- [9] TOURLMOUSIS F, Chao J I A, KARYDIS T, et al. Machine learning metrology of cell confinement in melt electrowritten three-dimensional biomaterial substrates[J]. Microsystems & Nanoengineering, 2019, 5(1): 15
- [10] Article metrics for: machine learning metrology of cell confinement in melt electrowritten three-dimensional biomaterial substrates[EB/OL]. [2019-08-08]. <https://www.nature.com/articles/s41378-019-0055-4/metrics>
- [11] MURPHY T W, SHENG Jiayuan, NALER L B, et al. On-chip manufacturing of synthetic proteins for point-of-care therapeutics[J]. Microsystem & Nanoengineering, 2019, 5(1): 13. DOI:10.1038/s41378-019-0051-8
- [12] YUE Y U, de CAMPOS Richard P S, HONG Seolim, et al. A microfluidic platform for continuous monitoring of dopamine homeostasis in dopaminergic cells[J]. Microsystems & Nanoengineering, 2019, 5(1): 10. DOI:10.1038/s41378-019-0049-2

(2019-08-12收稿; 2019-11-15修回)