

提升科技期刊传播力的路径与思考*

吴彬¹⁾ 丁敏娇¹⁾ 徐天士²⁾ 毛文明^{1)†}

1)温州医科大学期刊社;2)温州医科大学附属第二医院毕业后教育处;325000,浙江温州

摘要 立足于科技期刊传播能力的重要现实意义,对我国科技期刊在传播能力方面的不足进行分析,发现目前我国科技期刊在优质稿源获取、传播平台搭建方式、从业者素质以及内容建设等方面上存在问题。结合问题以及培育目标,从论文发表模式、精准传播体系、期刊品牌建设、搭建国际传播平台、提升期刊从业者专业性以及内容优化这6个方面提出相应的措施,以期提升科技期刊的传播能力。

关键词 世界一流科技期刊;传播能力;提升措施

Thoughts on improving the communication ability in scientific journals // WU Bin, DING Minjiao, XU Tianshi, MAO Wenming

Abstract Based on the practical significance of the communication ability in scientific journals, this paper analyzes the shortcomings of the communication ability in scientific journals in China, and discusses problems in the acquisition of high-quality contributions, building of communication platform and mode, quality of practitioners and construction of content in scientific journals in China. According to the problems and cultivation goals, this paper puts forward corresponding measures from six aspects: paper publishing model, accurate communication system, brand building in journal, international communication platform building, professionalism of journal practitioners enhanced, and content optimization.

Keywords world-leading scientific journals; communication ability; improving measures

First-author's address Journal Department of Wenzhou Medicine University, 325000, Wenzhou, Zhejiang, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2020.02.018

在培育世界一流科技期刊的过程中,提升期刊品牌知名度、扩大优质内容的影响力是关键。期刊传播力的提升是影响力扩大的前提,只有重视提升传播环节的效果,才能够契合我国培育世界一流科技期刊、“做精做强一批基础和传统优势领域期刊”的发展策略。

1 科技期刊传播能力的关键内涵和重要意义

1.1 科技期刊传播力的内涵

科技期刊作为促进科学技术交流的重要媒介,提升其传播力的重要性不言而喻。科技期刊传播力是科

技期刊在进行科学传播过程中,以特定的传播方式、手段、技术为基础,以达到良好的传播效应为目标的一种核心能力,提升传播力是为了增强科技期刊论文的传播广度、深度以及速度。传播力的提升往往会体现为科技期刊的影响力扩大,因此,传播力的建设与提升应该贯穿于整个科技期刊的发展道路,从而保证科技期刊拥有提高科学研究质量的源源动力。

对于科技期刊的传播实践来说,传播者、传播内容以及传播渠道这3个部分作为传播路径的前置环节,能够有效注入传播力来提升科技期刊的传播效应,那么传播者的专业性、传播内容的优质性以及传播渠道的广泛性便是科技期刊传播力的重要影响因素,把握好影响因素的特点,制定与实施提升传播力的具体措施,就能够为培育世界一流科技期刊提供动力,让每项单独的科研成果能够聚合成为推动社会科技发展的力量。

1.2 提升科技期刊传播能力的重要意义

提升科技期刊传播能力有利于塑造一流期刊品牌。着力建设品牌、扩大影响力是提升科技期刊传播力的实践方向以及主要目标,强大的传播能力能够有效地让优质的科技期刊内容得到广泛传播,从而获得学界以及业界的关注。从另一个角度来说,传播力的提升有利于科技期刊吸引优质稿源,促进传播力与优质内容相辅相成,形成良性互动,进而在业界与读者心中构建出卓越的品牌效应,保证科技期刊未来的可持续发展以及享有较高的知名度。由此可见,传播力是科技期刊品牌建设的关键因素之一。

提升科技期刊传播能力有利于增强科技知识传播与服务功能。科技期刊中的内容不仅是科学研究领域中的最新理论成果,而且是具有社会性的人类文明知识,因此要利用科技期刊的传播力做好科技知识的普及服务工作。如1959年1月缪天荣教授在《温州医学院学报》上发表的“对数视力表”,国外眼科专家发现,缪教授的视力表比美国同行发明的早了3个月,是名副其实的首创,促进了科技知识在国际上的传播。1999年广州管圆线虫病在温州出现,王小同教授1999年5月在《浙江预防医学》上发表《22例广州管圆线虫性脑膜脑炎分析》,并及时归纳出此病近一段时间在温州的流行情况以及病因是生吃福寿螺导致,临床医师遇到有“头痛”症状的患者就要考虑此病的可能性,

* 浙江省教育厅科研项目(Y201840348);温州市级基础性科研项目(R20190038);温州市哲学社会科学规划课题(19WSK082)

† 通信作者

有效地普及了防治该病的措施。由此可见,提升科技期刊传播力不仅有助于增强国际间的科研交流传播,也能够为公众健康提供公共知识,产生社会效益,强化了科技期刊的知识服务能力。

提升科技期刊传播能力有利于构建世界一流科技期刊体系。科技期刊是一个国家赢得科技话语权的重要工具^[1-3]。提升科技国际交流的话语权,需要适应时代发展的要求,也需要主动参与、组织科技交流活动,而科技期刊体系的建设也为我国参与国际科技交流提供了一个广阔的平台。目前已有研究者指出构建世界一流科技期刊的关键指标是国际影响力和国际传播力,传播力作为提升影响力的重要因素,已逐渐凸显出其实际价值^[1];因此,要把握好品牌建设、内容质量、专业优势以及传播效应之间的关系,不断加强对外交流以吸收国际上的优秀科技期刊建设经验,逐渐内化为具有中国特色的科技期刊体系,在国际上形成平等交流对话的局面。

提升科技期刊传播能力有利于期刊与作者相互成就。科研作者所撰写的学术成果若是能够凭借传播力强的科技期刊得到广泛的传播,可以有效提升其在学术界的知名度,增强相关科技领域的研究专业性与多样性,给予作者更多的研究动力与信心,让作者更加青睐传播能力强的科技期刊。如此一来,既为科技期刊提供了优质的稿源,又令科学研究保持不断地进步,从而形成相互促进的良性循环。

2 我国科技期刊传播能力不足之处

2.1 高质量科技论文稿源外流

2017年,我国已有300多种英文科技期刊,其中173种被SCI数据库收录,但我国仍是论文流出较严重的国家之一^[4]。尽管目前我国科研经费已持续加大投入,学术成果质量以及影响力也有了一定程度的提升,但是高质量科技论文稿源外流问题仍然存在。根据同行评议文献数据库Scopus统计,在2012—2016年期间,中国科技研究者在化学、物理以及材料科学专业领域中的发文量均排名世界第一,其中发表在国外科技期刊的文献数量高达75%;由此可见,我国的科技期刊并非本国研究者投稿的首选,造成我国科技期刊的文献质量不高,传播能力有限。此问题的原因在于我国科研评价和科技期刊评价体制仍然不够完善,国内部分研究者盲目崇拜SCI,轻视国内科技期刊。

2.2 科技期刊传播平台建设有限

科技期刊作为科技传播体系的主要传播渠道,搭建资源聚合的传播平台有利于科技信息集中传播。但是,在融合出版传播背景下,我国科技期刊“拥抱”新

媒体不够深入,尚未综合运用多种传播平台形成规模化优势。我国的科技期刊具有数量众多、各自分散、互为阵营的特点,并没有开展科技期刊集群化的道路,科技期刊网站仍然采用付费阅读的模式,科研成果资源的开放性不足,从而造成传播力量弱化、传播平台分散的境况,无法相互引流带动传播力提升。另外,我国在国际上的科技期刊传播平台尚未建设完善,如今我国的英文科技期刊多与Elsevier、Springer等国外商业出版机构进行合作搭建传播平台,尽管能够在短期内提升期刊的国际影响力,但在长期发展中却会逐渐沦落为其“附庸品”,不利于期刊品牌建设和受众维护,在内容提升、传播方式以及传播范围上都无法更好地“施展拳脚”。

2.3 部分科技期刊同质化现象突出

科技期刊同质化的现象主要为报道内容及栏目雷同、论文选题重复以及传播方式单一等,而同质化问题较为明显的科技期刊是学报类,如医学院校的学报有将近60种,由于我国的科研评价体系以刊登学术论文为主要衡量标准,因此会在某个职称评定的时间节点催生大量同质化的论文,学报的作者范围也局限于自家院校的教师以及学生^[5]。又如电力科技期刊会根据大数据的引导而被动遵循单一的期刊评价指标,造成具有不同办刊宗旨的电力科技期刊在发展目标上趋向同质化,刊载相似的科研论文,因此也造成了读者、作者及审稿专家同质化的问题,不利于学术研究的良性互动^[6]。当科研内容的质量无法得到保障,科技期刊的专业性和权威性便会弱化,其传播能力自然就会受到限制而出现疲软的情况。

2.4 科技期刊从业者职业素养有待提升

目前我国科技期刊编辑的职业素养难以与建设一流科技期刊的发展目标相匹配,多局限于对来稿进行编辑加工,在组稿、遴选优质论文的工作上有所欠缺,文章内容过于陈旧或质量不高,读者接收不到具有前瞻性的学科热点、科技资讯或理论,便会降低对科技期刊的期望值,导致传播力失去“施力”的受众。另外,期刊编辑岗位的设置未精细化,导致编辑的精力过于分散,在统筹不同主题的论文时便会缺乏整体性策划,无法多角度整合科技期刊的内容。而且在互联网快速发展的当前,科技期刊也缺少具有互联网思维的高素质专业人才,从而影响了科技期刊的媒体融合之路,传播力的提升也因此受到限制。

2.5 重影响因子而轻传播力

科研人员通过影响因子来判定科技期刊的论文含金量,而论文传播的广度也在一定程度上推动影响因子的提升,在科技期刊进行媒介融合以及向知识服务

转型的过程中,传播力要得到充分重视才能够更好地发挥影响因子的作用;但是,当前我国的学术成果评价体系过度崇拜期刊影响因子,传播力的价值无法凸显,影响因子低的科技期刊在发展中举步维艰,导致学术资源分化。主要的原因是当前我国仅有影响因子评价体系,并没有传播力评价体系,而传播力的提升能够让受众注意到科技期刊的优质内容,进而提升其影响因子的数值,因此需要我国在学术成果评价体系中尽快完善传播力的衡量标准与评价体系。

2.6 缺乏高效的精准传播

目前科技期刊在进行科学传播时仍然缺乏精准传播的思维,无法高效、准确把握受众的偏好需求。一方面,科技期刊鲜少在公布选题、论文征集、稿件审查等出版前置环节进行精准宣传,难以吸引受众对后续论文出版的注意力;另一方面,尽管科技期刊在后续的传播阶段会在期刊网站、知网以及维普等传播平台进行广泛投放,但并没有从受众的个性化需求入手进行精准推送,造成科技期刊传播力后劲不足。此类问题的原因主要是科技期刊经营主体的传播技术与理念更新不及时,没有利用大数据思维把握受众需求,精准传播不到位便难以获得受众的精准反馈信息,而且也缺乏反馈的便捷渠道,跟不上受众需求的变化脚步,造成传播效率低下。

3 提升科技期刊传播能力的实践思路

3.1 创新优秀成果发表模式

聚合优质内容是提升科技期刊传播力的重要手段,创新优秀成果的发表模式能够高效获取优质稿源,这需要期刊编辑主动出击,关注社会效应大的国家重点科研项目,为拥有重点课题的研究者开设快速发表的“绿色通道”,对约稿或是优秀的稿件采取一系列的优惠政策,如减免版面费、缩短发表周期等,从而扩大文章的传播范围并增加引用次数。此外,科技期刊还可以加强网络出版,实现优秀成果多维度共享,如开放获取出版和知识共享、在线优先出版等模式,使论文的传播更高效便捷。如今,国家针对当前科技学术期刊“多而不强”的问题已有了具体的创新发表模式计划——OSID 开放科学计划。该计划在2018年由国家新闻出版署出版融合发展(武汉)重点实验室发起,通过开放论文中的内容与数据、引导作者与读者交互问答、建立作者学术圈等多种举措,让优秀的论文在发表周期中得到更多的关注,从而全方位、多维度提升科技期刊的传播能力,实现文献外的科研学术延展。

3.2 构建多渠道精准传播体系

精准传播能够有效整合论文资源并提升科技期刊

传播的广泛度和准确度。精准传播需要落实到科技期刊编辑部的各个工作环节以及论文发表的全周期,从每一期的选题策划、征文、审稿、出版等阶段都配备相应的宣传措施确保传播的持续性。值得注意的是,论文的投放阶段是精准传播的关键,除在全网的学术数据平台进行全面投放外,还可以充分利用人工智能、算法技术等手段实现精准传播,如利用大数据驱动科技期刊的跨媒体协同处理、进行知识计算、抓取受众搜索浏览的内容。充分了解受众对科技成果的偏好程度,提供更具有针对性的知识服务。例如:开辟科研成果转化的专栏吸引应用型读者;增加读者与期刊的互动性,让期刊知道读者需要什么;挖掘科技期刊潜在读者群体并激发读者的潜在需要,实现精准推送。从另一个角度来说,大数据技术还可以分析科技期刊历年来的高频引用论文并从中抓取主题关键词,向相应的作者或是科研团队进行精准约稿,在提升期刊关注度的同时增强其传播力。

3.3 树立品牌吸引优质稿源

树立科技期刊品牌的效用在于打开其知名度,为吸引优质稿源打下基础。

首先,科技期刊可以通过调查本刊物的历年高被引用频次的文章,挖掘自身的论文特点以及在科研领域的定位,以此为基础建设特色期刊品牌,从而向特定研究方向的作者及其科研团队约稿,获得可以提升传播力的优质稿件。

其次,科技期刊可以定期举办最佳论著的评选颁奖活动、作者读者与审稿专家见面会、线上线下学术交流等,形成品牌活动,在巩固读者群体的同时又保证了优质稿源。

此外,从国际化的角度来说,期刊在参加国际学术会议期间,可以借助会议平台开展宣传推介,制作期刊宣传页,提升期刊的知名度并推广品牌特色。在期刊编委、审稿专家国际化的基础上也要争取稿源国际化,参考国外期刊到国内约稿的模式,实现国内期刊向国外作者或科研团队约稿,开通国外征稿绿色通道,成功树立科技期刊品牌,能够从稿源的层面提升科技期刊的传播力,进而培育我国的一流科技期刊。

3.4 搭建期刊国际传播平台

国际化道路是培育世界一流科技期刊不可或缺的发展路径,我国早期采用的国际化模式是利用我国的英文科技期刊与国外知名学术出版商合作,尽管这种“借船出海”的战略对于提升我国科技期刊国际传播力有一定成效,但出版主动权掌握在国外的出版商手中,难免会弱化我国科技期刊的品牌和主体地位;因此,我国可以利用英文科技期刊打造属于自己的数字

期刊国际传播平台,开辟“造船出海”的国际化发展路径。所建设的国际传播平台应抓住当前的政策机遇进行转型,在为作者提供研究成果发表服务的同时,转向新的功能维度——向读者提供知识服务,即从内容集成出版商的手中拿回科技传播的主动权。在搭建平台的过程中,应该由政府发挥主导作用,在政策出台、资金投入、资源配置等方面予以支持,如中国知网便是20世纪90年代由我国政府大力培育的数字传播平台,如今已成为规模较大的主要数字出版市场主体。此外,政府要致力于维护我国科技文化主权和科技信息安全,增强国际话语权,树立我国科技期刊品牌形象,为创建世界一流科技期刊提供支撑。

3.5 编辑需利用社交媒体进行能力建设

科技期刊若是仅仅凭借单一的官方网站进行传播难以形成规模优势,编辑需要建立“互联网+科技期刊”的思维。根据中国科协2015年的调查数据,纳入调研范围的1200种中国科技期刊中,仅有283种期刊开设了微信公众号^[7]。由此证明我国科技期刊需要进一步开拓社交媒体传播平台,编辑需要了解社交媒体的传播特性,以科技期刊的网站作为信息发布的核心岛屿,将主要的科技信息辐射到微信公众号、微博、微话题及官方应用程序等多种社交媒体,以此形成社交媒体读者圈,利用群际之间的联系对科技期刊的内容进行分享、转发等^[8-11]。从丰富编辑的职能角度来说,充分利用社交媒体还能够提升其组稿的专业性,在社交媒体平台上增强与作者的互动性以获取更多优质稿源。此外,在对读者社群进行运营维护时还能够从中挖掘优质的潜在作者,进而从多方面扩大科技期刊的传播范围与影响力。

3.6 以优化内容为导向开展科研活动

优化科技期刊的内容需要解决内容同质化问题、推动科技期刊科普化以及坚持内容为王的理念,从而有效集成推送优质内容,让优质内容成为科技期刊扩大传播广度以及深度的基石^[12-13]。在解决内容同质化问题时,科技期刊需要找准定位,既要结合专业优势也要结合地域优势进行论文筛选,还可突出作者群体、读者群体的独特性,在选题方面要适当跟踪热点并转换研究视角,做到“人无我有,人有我优”,部分科技期刊还需要提高投稿的门槛以防止同质性的文章大量涌入。在推动期刊科普化方面,科技期刊应该多注重刊登应用型文章以加强普通受众对科学知识的理解,通过扩大读者群体来进一步提升科技期刊的传播力,此举既可以实现科技期刊的经济效益又能够发挥社会效益。在坚持内容为王方面,坚守科技期刊的原创性及创新性是永恒不变的话题,尤其是在当前科技期刊种

类繁多、论文质量参差不齐的情况下,更加需要挖掘具有深度的论文选题,同时也要在国内外的热点问题当中进行“冷思考”,注重研究视角、理论应用的独特性。

4 结束语

近年来,我国科研实力有了较大的提升,国家的政策与经济支持也在源源不断地输送推动力,与此同时,新媒体技术的飞速发展也营造了一个更加开放、广阔的传播平台,这些条件和环境的变化让我国科技期刊拥有了更加成熟的发展机遇。将传播力建设纳入科技期刊评价体系,需要政府、期刊主办单位、科研机构、研究者和读者共同施力,形成传播力建设的互动机制与长效机制,从而有效促进期刊走向集群化、数字化以及国际化的道路,并进一步维护我国的科学研究话语权与科技信息安全,成功培育属于我国的世界一流期刊,为科技强国战略及创新驱动发展战略作出实质贡献。

5 参考文献

- [1] 梁小建. 影响力、传播力与平台建设:世界一流科技期刊相关话题的思考[J]. 出版广角, 2019(2): 14
- [2] 张品纯. 对培育世界一流科技期刊几个相关问题的思考[J]. 出版广角, 2019(5): 6
- [3] 秦德继. 建设世界一流科技期刊的路径研究[J]. 科技传播, 2019(11): 1
- [4] 刘华鲁. 抢抓机遇,正确把握一流科技期刊建设中的“六大关系”[J]. 科技与出版, 2019(4): 41
- [5] 陈汐敏,丁贵鹏,接雅俐,等. 医学学报类期刊同质化问题分析和对策[J]. 编辑学报, 2015, 27(2): 109
- [6] 李琼. 电力科技期刊差异化发展策略探讨[J]. 出版参考, 2018(5): 62
- [7] 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
- [8] 杨晨晨. 科技期刊提高传播力的策略探析[J]. 传媒论坛, 2018, 1(8): 115
- [9] 赵瑞,许升阳. 科技期刊专题的传播策略及传播力提升方案[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(8): 793
- [10] 张莉,沈艳军,周文凯,等. 全媒体出版时代科技期刊提高传播力的途径探讨[J]. 湖北师范大学学报(自然科学版), 2017, 37(3): 66
- [11] 谢文亮,王石榴. 学术期刊的传播力与传播力建设策略[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(4): 425
- [12] 徐丁尧,郑艳华,杨晓彤,等. 提高科技期刊传播效力和影响力的策略[J]. 青年记者, 2019(5): 42
- [13] 李林. 提升科技期刊传播力的实践与探索:以《环境科学》为例[J]. 编辑学报, 2018, 30(1): 77

(2019-09-03 收稿;2020-01-17 修回)