

# 新媒体环境下学术期刊传播服务模式探讨\*

——以“JME 学院”学术平台为例

向映姣<sup>1)</sup> 张强<sup>1)</sup> 恽海艳<sup>1)</sup> 董怡君<sup>1)</sup> 金程<sup>1)</sup>  
薛丽苗<sup>1)</sup> 张彤<sup>1)</sup> 张彤<sup>2)†</sup>

1)《机械工程学报》编辑部,100037,北京;2)南京理工大学《International Journal of Mechanical System Dynamics》编辑部,210094,南京

**摘要** 探索利用新媒体技术构建学术期刊创新传播模式,把握传播主动权,为我国学术期刊的传播服务提供案例参考。通过分析《机械工程学报》组建的“JME 学院”学术平台的传播服务定位与理念,结合利用多种新媒体手段为传播受众提供精准的传播服务活动。通过实践,在传播受众群体中厚植了《机械工程学报》的品牌,积累了私域流量池,在提升期刊传播力、增加专家对期刊黏性等方面均有明显成效。学术期刊从事传播服务活动要有明确的定位,利用自身优势和特点,整合现有资源和渠道,对目标群体进行专业性分析,树立“用户思维”,创新传播服务活动,助力学术期刊发展。

**关键词** 学术期刊;新媒体;传播服务

**Dissemination service mode of academic journals in the era of new media: based on the practice of “JME College” service platform**//XIANG Yingjiao, ZHANG Qiang, YUN Haiyan, DONG Yijun, JIN Cheng, XUE Limiao, ZHANG Tong, ZHANG Tong

**Abstract** This paper aims to explore innovative dissemination service modes of academic journals via new media, making use of the communication initiative of the journal, and provides a case reference for the dissemination service of Chinese academic journals. By analyzing the dissemination service orientation and concept of the “JME College” academic platform established by the Journal of Mechanical Engineering, and using a variety of new media means, a series of accurate dissemination service activities were carried out for users. Through practice, the brand influence of “Chinese Journal of Mechanical Engineering” has been improved, and attracted new users and followers. It has achieved obvious results in improving the communication and attraction of the journal. Academic journals engaged in dissemination service activities need to have a clear positioning, make full use of their own advantages, integrate existing resources, have a deep acquaintance with target groups, and implement the concept of “user thinking”. The development of academic journals will be promoted through innovative communication service activities.

**Keywords** academic journals; new media; dissemination service

**First-author's address** Editorial Office of Journal of Mechanical Engineering, 100037, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.03.017

面对出版新形势,学术期刊编辑部在新媒体环境下学术传播方面做了很多方面的努力。数字技术的发展,以互联网为基础、以流量化为特点的社交媒体快速渗入社会的各个角落,这种蓬勃的发展态势,使其迅速成为传播的主力军。学术期刊越来越意识到新媒体的重要性,并立足自身实际逐渐引入新媒体技术<sup>[1-2]</sup>,促进传统媒体与新媒体的创新融合和优势互补<sup>[3-4]</sup>,期为用户提供更多、更好的服务,从而提升学术期刊的影响力。随着移动终端的普及和网络的提速,短平快的视频传播<sup>[5]</sup>、直播更是受到传播平台、受众的青睐,逐渐成为传播的主要形式。周华清等<sup>[6]</sup>分析了新媒体传播环境下知识网红与学术传播研究现状,通过对知识共享下的学术传播趋势的研究,提出了借助知识网红的传播优势来提升学术期刊学术品牌影响力和学术期刊的学术水平的方法并得到显著效果,研究了发挥知识网红的优势对提升学术期刊的学术运营与学术传播能力的重要意义。付志华等<sup>[7]</sup>分析了我国学术期刊数字化出版的制约因素,从出版形式、整合资源、数字化出版平台等方面研究了我国学术期刊数字化出版的路径选择。卢群等研究了传播媒体(传统网站、微信、微博、腾讯QQ)在学术期刊学术传播中的应用情况,分析了微信平台在新兴学术期刊传播媒体中的较大优势<sup>[8]</sup>。尤笛等所在《遥感学报》亦是在新媒体环境下进行了“以用户需求为导向”的用户服务创新探索<sup>[9]</sup>。上述理念以及实践经验,对学术期刊在新媒体环境下开展服务与传播方面的工作具有积极的指导意义。

《机械工程学报》编辑部运用多种新媒体手段,积极进行尝试,为充分发挥微信、直播平台、短视频平台在学术内容传播中的作用,使其助力学术期刊融合出版发展,组建学术服务和传播平台——“JME (Journal of Mechanical Engineering) 学院”。JME 学院服务的内容,均是围绕着论文,即“传播论文”。JME 学院成立于2018年,以关注、陪伴青年学者的成长为宗旨,发挥刊物的专家资源优势,深化期刊品牌,探索学术传播新

\* 中国科技期刊卓越行动计划选育高水平办刊人才子项目——青年人才支持项目(2021ZZ053122)

† 通信作者

模式,助力学科发展。

## 1 JME 学院学术传播服务定位与理念

学术期刊需要对自身有明确的定位,剖析优势和特点,对目标群体进行专业性分析,科学规划传播路径,制定多样化的精准传播策略。JME 学院通过对学术资讯以及期刊增值信息的搜集、整理、加工和分析,以各种形式数字载体和学术活动为媒介向受众提供传播服务,以此促进信息对称与共享,同时提升学术媒体的影响力和传播力。

### 1.1 科学定位

在创刊伊始,学术期刊便制定了办刊宗旨,明确了期刊的刊登范围和作者、读者对象。学术期刊传播的受众即是学术期刊服务的“市场”。《机械工程学报》编辑团队在开展传播活动前,明确其活动的定位是传播期刊论文、服务机械及相关领域的高校、科研机构、专家学者,故而明确了传播内容和对象,以便于后续传播活动的开展。

### 1.2 服务理念——“用户导向”思维

《机械工程学报》编辑部运营的 JME 学院在服务传播活动中牢牢树立“用户思维”。JME 学院的传播服务以受众需求为服务起点,以用户满意和价值实现为服务目标,充分考虑用户的阅读习惯、工具偏好、传播倾向,通过新媒体平台以及学术活动实现与受众的交互,在关注受众体验和反馈的同时,不断调整与改进服务策略,以期达到更好的服务效果。

在平台的选择方面,学术期刊不仅需要了解当前社会上时兴的互联网传播渠道,了解对本领域受众的使用平台偏好,更需要对自身期刊的平台发展情况进行选择。与传统出版时代的学术期刊相比,融合发展时代的学术期刊的传播更大程度依赖于互联网,而合理利用社交媒体在内的新兴渠道对期刊内容的传播将是极大助力。故而根据《机械工程学报》的实际情况,编辑团队选择了微信作为新媒体发展的主战场,不仅开通了微信公众平台、微信视频号的官方账号,亦运营了微信群,三位一体开展传播活动、累积粉丝流量。

在传播内容方面,传播内容的制作,与传播平台的选择一样,均受制于传播受众的确定。《机械工程学报》的传播内容和特点有别于社会、法制、娱乐类内容,它的传播受众(高等院校的学生、教师及企事业单位的科研人员)群体一般来说更多关注行业的前沿研究情况、相关科研团队介绍、行业招聘信息、产学研结合的情况等信息。故而在制作传播内容时,编辑团队主要围绕这些方面展开,并通过植入宣传的方式将传播内容传播出去。

## 2 JME 学院特色传播服务实践

### 2.1 整合资源

经过长期的运营,《机械工程学报》作为我国机械领域的老牌期刊,积累了一定的内容(过刊)资源、流量(读者、作者、专家)资源、平台(微信、网站等)资源。基于这些宝贵的资源,编辑团队进行了高度整合,对传播受众进行专业性分析,科学规划服务传播、传播活动的路径,精准地制定具体策略。

对内容资源的整合。《机械工程学报》编辑团队将近 5 年存储的资源根据细分的研究方向和研究团队进行整合。这些资源主要包括但不限于已刊载的论文及其增值出版信息、期刊过往举办学术论坛的报告影像资料。自 2019 年开始,《机械工程学报》编辑部积极围绕期刊刊载的优质内容(专题、优秀论文等)举办线上线下学术研讨会,邀请行业专家进行报告,通过摄像、视频存储技术将这些报告的影像资料存储下来。无论是新媒体增值材料还是影像资料都对传播受众极具价值和吸引力,故编辑团队在对过刊进行整合工作的同时,也认识到充分整合利用这些影像资料对服务传播工作的重要性,好的内容资源有利于精准服务受众,增加黏性。

对流量资源的整合。期刊历史发展过程中积累的读者、作者、专家资源都是学术期刊的宝贵财富,而他们也成为学术期刊传播活动中的天然流量资源。再者,这些流量资源的自发或被动的 2 次传播也将产生新的流量。所以《机械工程学报》编辑团队在日常工作中,注意积极建立和巩固私域流量池的建设。通过对流量池的分析,对受众(主要是对其研究方向)进行科学画像,以便在开展传播活动时更为精准。

对平台资源的整合。《机械工程学报》编辑部自 2016 年开始在新媒体发展方面做了有益的尝试,除建立自有官方网站外,还在微信公众平台、网易号等社交网络平台开通了官方账号。在对这些平台的日程运营中,会注意平台之间的引流,统一化管理。根据每个平台的用户特点,针对性地规划传播内容和策略。

### 2.2 运维虚拟服务人设,提供精准论文推荐服务

关于精准的论文服务,其理念是通过期刊编辑部对刊发的论文从细分研究领域进行整理形成压缩包,精准地直接向读者提供所需的论文产品(这些产品包括相关专业的论文、附加材料及报告影像资料),为传播受众精准地提供相关研究领域的论文。

在服务过程中,JME 学院注重受众需求,在理解传播内涵基础上,转变“单向”输出思想观念,重视与传播受众的互动交流,从互动反馈中不断修正传播内

容,改进传播方式。运营并拓展 JME 学院虚拟学术社群,运营虚拟服务人设“小助理暖暖”。通过在运维的虚拟学术社群中为目标受众提供“一对一、一对 N”的精准式服务,使服务的受众渐渐对 JME 学院品牌形成一种可靠的渠道意识。在其运营的官方群中,不时会有读者提出需要某研究方向的文献的新需求,针对这些需求,整理出旗下刊物所刊登的对应论文产品,并反馈到群里,同时面对其运营的社群对该产品进行 2 次宣传,并传播给其他同需求的受众。这样的服务也慢慢形成了一个“需求—给产品—更多需求”的良性循环(图 1)。目前 JME 学院开展的精准论文推荐服务中,平均 1 次推送在 2 h 内下载量能达到 200 次左右。这种精准、快速的获取文献的方式,从“行为习惯”上影响读者,变“偶然”发现刊载的文章为“必然”读到期刊所刊载的文章。

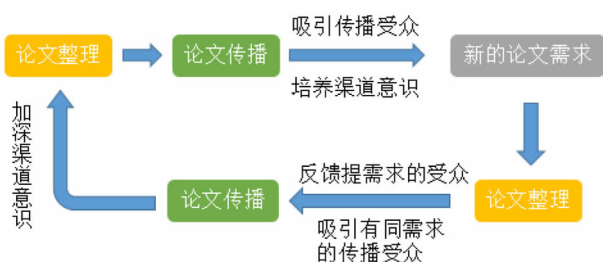


图1 “需求—给产品—更多需求”的论文服务循环

### 2.3 直播“带”论文的传播模式

当下“直播带货”模式席卷整个消费行业,对于学术期刊来说,可对这种模式进行变化并加以利用,搭上“直播”的热潮,进行“直播带论文”的尝试。

JME 学院 2021 年开展了 60 余场网络公开课,在微信视频号直播端观看达 280 000 人次。报告的内容主要有这些系列:封面故事系列、优秀论文系列、期刊专题系列、青年论坛系列。与之对应地,整理出了按照研究团队刊发论文形成的论文产品、按照细分研究领域形成的虚拟专栏论文压缩包。

JME 学院 2021 年 12 月 24 日开展的网络直播课由西安交通大学某教授担任主讲嘉宾,以其在《机械工程学报》当年发表的封面文章为基础做相关学术报告,直播时长为 106 min,微信视频号观看人数达到 4 519 人,实时在线最高人数达到 1 131 人,且一直稳定在 1 110 人左右,直播平均观看时长达到 1 550 s,来自同领域学者的在线提问达到 80 余条,报告嘉宾就前 50 条问题进行了实时解答。直播期间互动评论区也空前火热,更是引发听众们就一些学术问题自发在评论区激烈地讨论。吸引了诸多高校同行业的老师自发来到直播间在评论区做团队招生宣传。本场直播为

JME 学院虚拟学术社群吸引了 460 位学者加入。

由《机械工程学报》编辑部联合策划,以《Chinese Journal of Mechanical Engineering》2021 年出版的 AI-Enabled Monitoring, Diagnosis & Prognosis 专栏为基础,在 2022 年 1 月份举办了“AI 赋能装备智能运维”的系列线上分享会。参与报告的来自西安交通大学、清华大学、上海交通大学等 10 所高校的 15 位专家,均为该专栏的作者,且均为我国在该研究领域的优秀科学家,在《机械工程学报》《Chinese Journal of Mechanical Engineering》发表了一些代表论文,故而线上分享会前期预热宣传阶段,除了将专刊的电子版准备好外,还将这 15 位报告嘉宾在两刊过往发表的论文整理好,在分享会开始前 1 周便通过已有的宣传渠道传播出去。在分享会开始前 1 周的预热时间,论文包已被下载 1 200 余次,而为期 1 周的分享会结束后,论文包下载量达到 3 700 余次,而论文包中的单篇论文在某知名数据库平台半年下载量仅 1 200 余次。

学术直播不仅对专家个人或团队来说是一次很好的宣传,观众也能听到干货满满的报告,期刊编辑部在向传播受众输出优质内容的同时,提高了期刊的影响力,在积累私域流量方面效果显著。而更重要的是,期刊将各种论文产品精准地传播给了目标受众。

### 2.4 短视频“推”论文的传播服务

《机械工程学报》编辑部为融合发展,提升传播力,不仅在微信公众号传播方面做了积极探索,更是为适应短视频当道的传播新形势于 2020 年 12 月 7 日为其学术服务平台——JME 学院开通微信视频号。目前 JME 学院视频号发表的内容主要是:围绕学术活动的信息扩散、围绕科研成果传播,围绕科研团队的宣传。而其运营的目的则是提升其依托的期刊的学术影响力和传播力,传播受众的定位则与其纸媒和公众号的受众一致。

内容已经成为新媒体环境下短视频发展的核心,故而需要对传播受众采取差异化服务的策略,来提升短视频的传播力<sup>[10]</sup>。针对学术论文的特殊性,其缺乏趣味性娱乐性、传播面窄的客观现实,在对短视频的探索中,基于作者提供的视频、图片、文字等素材,进行二次加工,通过呈现试验场景、设备、参数、过程、效果、试验团队介绍,并展示试验成果的刊登情况等扩充视频的信息量,形成 1 min 以内的短视频。针对论文研究的背景情况、团队情况,撰写文案,尽可能以轻松、易于理解、故事性的形式,将专业性强但枯燥的科研内容展示出来。如针对北京某高校团队的研究成果“复杂曲面超声 C 扫描检测系统”的短视频,发布 12 h 后观看量即超过 20 000 次,不仅为研究团队带来了不错的宣

传效果,亦吸引更多的同行关注其团队发表的论文。

随着微信视频号功能的进一步开发和完善,编辑部可以通过添加附件链接的形式,在发布短视频的同时,将论文资料的下载链接附于视频下方,“短视频”推论文的直接实现形式得以优化和更好地实现。

除上述基于论文的短视频之外,还将网络公开课中嘉宾的报告视频剪辑后进行发布,充当回放功能,在发布回放视频的同时,在视频下方以附件的形式将相关的论文产品同时进行发布,方便更多人下载查阅。

## 2.5 学术资讯传播服务

维护好用户是期刊生存与发展的根本和保障<sup>[11]</sup>,针对不同用户提供差异化的个性化服务,提升学术期刊的用户黏性和认可度,提升期刊的影响力<sup>[8]</sup>。除了论文精准推荐、直播、短视频等服务,JME学院团队还通过微信公众号、视频号,为专家、作者团队开展学术

资讯传播服务,不仅对科研团队在研究成果、团队介绍或招聘信息进行报道,对其团队在国际顶级刊物发表的成果、所获得的奖励及项目也进行宣传。自2016年开始,我们团队通过微信公众号已连续5年报道国家自然科学基金机械学科优秀结题项目,得到广泛关注。

## 3 JME学院传播服务成效分析

JME学院充分发挥微信、直播平台、短视频平台在学术内容传播中的作用,创新传播服务模式,组织开展多种传播活动,逐渐扩大了私域流量池,高度重视用户反馈与体验,审视传播的工作效能,实时获取传播受众的需求,实时调整传播服务策略,形成适合自身发展的传播服务模式(图2)。这一模式对提升论文显示度、吸引优质稿源、提升期刊服务行业能力收效明显。

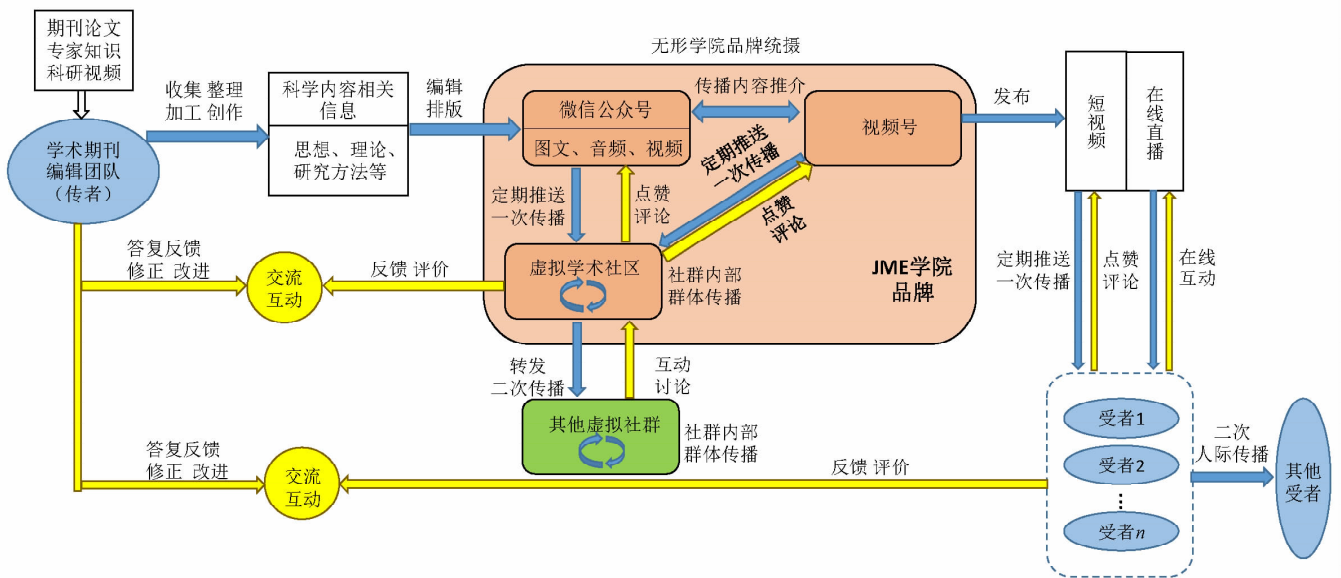


图2 JME学院传播服务模式

### 3.1 提升期刊传播力

JME学院充分利用新媒体传播平台的优势,创新以“论文”为核心的传播服务模式。通过精准、优质、多元化的传播服务,“JME学院”品牌在机械工程及相关领域已获得一定知名度,形成了其品牌特色。通过传播服务实践活动,吸引了大量的同行学者对《机械工程学报》编辑部两刊的优质论文的关注,使得论文能快速传播至目标受众,期刊的传播力得到提升。

### 3.2 吸引优质稿源,力促重大选题合作

JME学院组织开展的系列线上分享会,吸引了众多行业专家学者的关注。在分享会结束后,不仅相关论文下载量翻了1翻,更是吸引了相关研究领域的学

者向《机械工程学报》两刊投稿,其中不乏之前从未投过稿件的作者和团队。参与报告的专家对JME学院的传播服务能力给予了高度肯定,部分专家主动与编辑部进行联系,要求共同策划组织专栏、专辑。

### 3.3 吸引行业专家参与工作

JME学院系列活动在吸引青年学者方面有显著效果。随着多种传播活动的开展,越来越多的青年学者开始关注《机械工程学报》,主动向编辑部投递学术简历,要求参与期刊审稿工作,与期刊共同发展。

### 3.4 厚植品牌,服务行业

通过传播服务的开展,增强专家团队对《机械工程学报》的黏性,加大了期刊与专家作者团队深度合作的可能性(例如,吸引优质稿源,共同联合策划专题

与活动等),在服务过程中,亦在专家群体或传播受众群体中厚植了期刊的品牌。受新冠疫情的影响,线下交流活动受限的情况下,2021年JME学院坚持在每周五邀请行业学者举行网络公开课,受到了诸多高校科研团队的欢迎,成为其学生团体的必看课程,甚至要求团队在观看课程后进行分享。

#### 4 结束语

总而言之,在融合出版的大趋势背景下,学术期刊出版单位不仅需要明确目标受众,更要不断深化面向受众的服务理念,真正地理解他们的需求;与此同时,利用多种新媒体渠道搭建各种形式的学术平台,以多样化的传播服务回馈于受众群体,并使其对学术期刊产生更牢固的黏性和服务依赖性。各学术期刊出版单位还可以依据各自的优势和学科领域特点,整合现有资源和渠道,助力新媒体环境下传播活动的开展。

此外,我们还需要将“用户思维”贯穿始终。除了不断挖掘受众的潜在传播需求之外,还需要尊重用户的阅读习惯、工具偏好、传播倾向,并对受众的行为进行跟踪和分析,及时掌握需求变化,使服务策略能够不断随之完善。

笔者团队认为,在做好学术期刊出版的同时,还需要充分借助新媒体渠道开发传播模式,并提供以受众为导向的传播服务,以此达到期刊发展与服务主体——科研受众群体互利共赢,促进科技发展和科研成果传播。

#### 5 参考文献

[1] 王微,唐果媛,张颖,等.我国科技期刊新媒体发展现状

状的问卷调查与分析[J].中国科技期刊研究,2020,31(11):1322

[2] 游小秀,栗延文,蒋亚宝.科技期刊新媒体精品选题策划[J].编辑学报,2020,32(6):669

[3] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》[A/OL]. [2020-09-30]. [http://www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content\\_5547310.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content_5547310.htm)

[4] 韩璐,霍振响.科技期刊全媒体平台建设思维探究:以金属加工全媒体平台为例[J].中国科技期刊研究,2021,32(8):1032

[5] 张运军.浅析新媒体环境下短视频传播特性发展现状及趋势[J].传播力研究,2019,3(31):99

[6] 周华清,郑骋,王冰云.新媒体传播下学术期刊知识网红学术运营可行性分析[J].编辑学报,2021,33(6):667

[7] 付志华,付晓静,曾子璇.新媒体时代我国学术期刊的数字化出版研究[J].科技与出版,2020(2):61

[8] 卢群,张鹏,李焯.科技期刊学术传播与用户使用习惯调查与分析[J].中国科技期刊研究,2020,31(5):557

[9] 尤笛,李薇,边钊,等.新媒体环境下科技期刊用户服务创新探索:以《遥感学报》为例[J].中国科技期刊研究,2022,33(1):26

[10] 李珊.新媒体环境下短视频传播特性发展现状及趋势[J].安阳工学院学报,2019,18(5):46

[11] 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):113

(2022-03-18收稿;2022-05-08修回)

### “ $\chi^2/df$ ”中的 df 正确吗?

经核查,“ $\chi^2/df$ ”中“df”是统计学中的量自由度(degrees of freedom)的缩略词。依据 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分:标准化文件的结构和起草规则》“数学公式不应使用量的名称或描述量的术语表示。量的名称或多字母缩略术语,不论正体或斜体,亦不论是否含有下标,都不应该用来代替量的符号”的规定,将缩略词“df”或者改排为“*df*”作为量符号使用,都是不正确的。

其实,在 GB/T 3358.1—2009《统计学词汇及符号 第1部分:一般统计术语与用于概率的术语》中,2.54

节就给出了自由度的量符号为“ $\nu$ ”,因此,“ $\chi^2/df$ ”的正确表示应为“ $\chi^2/\nu$ ”。

有人说很多文献都习惯于写作“ $\chi^2/df$ ”,你把“df”改写为“ $\nu$ ”,表示成“ $\chi^2/\nu$ ”,别人就会不知所云。此话错矣!只要你在第一次出现“ $\chi^2/\nu$ ”时注明“ $\nu$ 为自由度”,他人怎么会不懂呢?如果你写出“ $\chi^2/df$ ”后,不对“df”含义作出说明,他人会明白“ $\chi^2/df$ ”表示 $\chi^2$ 除以自由度吗?

(郝昕)