

# 我国科技期刊视频摘要的 社交化传播及其优化策略研究\*

李 杨 林 芝

上海理工大学出版印刷与艺术设计学院,200093,上海

**摘 要** 通过对社交媒体平台上科技期刊视频摘要的实践进行梳理,总结我国科技期刊视频摘要社交化传播现状,并提出优化策略。在微信平台搜索“视频摘要”,并按一定标准筛选,对最终查找到的30本科技期刊的相关数据进行统计和分析。结果显示,社交平台上科技期刊论文视频摘要的识别检索存在一定困难,明确标注使用“视频摘要”的较少,不同科技期刊在公众号或视频号上的视频摘要传播效果存在差异。总体而言,我国科技期刊视频摘要相关实践已取得一定成效,但也存在一定问题,需进一步规范使用与清晰标注,强化社交化、多模态化与有策略的传播,以提升传播效果,并拓展学术成果传播的多样可能。

**关键词** 视频摘要;科技期刊;社交化传播;传播策略

**Video Abstracts of scientific journals on social media and its optimization strategies//LI Yang, LIN Zhi**

**Abstract** This study attempted to explore the current situation of video abstracts of Chinese scientific journals on social media and try to put forward optimization strategies. After searching the keyword “video abstract” on WeChat, we screened out 30 scientific journals with data on video abstracts. The data indicated that it was difficult to identify and retrieve video abstracts on social platforms, as only few journals clearly labeled relevant information with “video abstracts”. The communication effect of video abstracts was different on WeChat Official Account or Channels Account of different sci-tech journals. In general, scientific journals have gained some experiences in the practice of video abstracts, but there is still a long way to go. It is necessary to further standardize the production, clarify labeling, and strengthen socialized, multimodal and strategic dissemination routes, so as to improve the effect of communication and the diversity of academic information dissemination.

**Keywords** video abstract; scientific journals; social media; communication strategies

**Authors' address** College of Communication and Art Design, University of Shanghai for Science and Technology, 200093, Shanghai, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2023.04.017

随着社交媒体和短视频的普及与流行,科技期刊逐渐开始关注基于社交平台的宣传与推广模式,并尝

试使用多媒体的传播形式,如音频、视频等来帮助呈现期刊及其文章内容。其中,视频摘要是一种多模态、融合化的学术成果传播方式,为科技期刊的融合出版带来了新的可能。

当前,诸多国际科技期刊,如《Journal of Visualized Experiments》(《JoVE》)、《New Journal of Physics》(《NJP》)、《Science》《Nature》等都启用了视频摘要,通常在各自的期刊官网(或原生流媒体平台)与 YouTube 等社交媒体平台发布。研究表明,视频摘要的使用有利于期刊及其论文的传播,如:《NJP》2010—2016 年的文章数据显示,有视频摘要的期刊论文被引量比无视频摘要的论文高出 1.206 倍<sup>[1]</sup>;《Journal of Physical Chemistry Letters》(《JPCL》)2010—2015 年的文章数据显示,有视频摘要的期刊论文下载量、被引量分别是无视频摘要期刊论文的 2.8 倍与 3.2 倍<sup>[2]</sup>。而社交化的传播模式对期刊及论文的传播深度与广度亦具有积极作用,也为视频摘要及相关研究成果的传播提供了一种相对便捷的途径。

科技期刊视频摘要的社交化传播契合当下我国出版深度融合发展的目标,也符合科技期刊的传播趋势和规律。基于此,本研究将探究我国科技期刊在国内主要社交平台上发布视频摘要的实践情况与传播效果,并总结存在的问题,提出相应的优化策略,服务于相关实践活动和科技期刊建设。

## 1 科技期刊视频摘要综述

视频摘要通常是指在 5 min 以内介绍包括研究背景、研究设计与发现等内容的学术视频<sup>[3]</sup>。它是新媒体时代下学术期刊视听化发展的一种形式,也是增强型出版的一种产物。实践层面上,最早启用视频摘要的科技期刊是《JoVE》,它于 2007 年开始正式启用视频摘要<sup>[4]</sup>。随后,《NJP》《Science》《Nature》等国际科技期刊纷纷启用视频摘要这一形式<sup>[5]</sup>。在 Taylor & Francis、Cell、Elsevier 等多个国际出版集团的学术期刊中,视频摘要这一形式也得到了较为普遍的应用,并且多在期刊官网或社交媒体平台上发布与传播。

\*上海市哲学社会科学规划青年课题(2020EXW005);上海市哲学社会科学规划基金项目(2022BTQ001)

与诸多使用视频摘要的学术期刊相匹配,视频摘要服务提供商也应运而生。使用视频摘要的国际学术期刊、国际出版商和视频摘要服务提供商等一起,构建起了相对完善的视频摘要使用标准、运作体系与模式。目前,国际科技期刊视频摘要的制作模式主要可归纳为3种:第1种,科技期刊编辑部为视频摘要的主要制作者;第2种,论文作者依据期刊要求自主完成视频摘要内容制作并交由期刊编辑部审核;第3种,专业视频摘要制作服务商为拟接收论文制作视频摘要内容。例如:《JoVE》由固定团队完成被接收稿件的视频摘要制作<sup>[6]</sup>;而 Taylor & Francis 出版社则为论文作者提供2种选择,除了可按官网的指南要求自行制作提交视频摘要外,还可选择付费并按照流程交由编辑部专有团队进行视频摘要制作<sup>[7]</sup>。此外,如 Letpub<sup>[8]</sup>、International Science Editing<sup>[9]</sup>等提供专业视频摘要制作服务的第三方服务商,可有偿为作者及其论文制作所需的视频摘要内容。

近年来,我国科技期刊主体对视频摘要的不同应用形式也展开了探索与尝试。2017年年末,《中国科学数据》上线了论文《1991—2001年北京十三陵台站地磁数据集》的视频摘要,这一使用视频摘要形式以增强出版的有效尝试在我国科技期刊中位居先列<sup>[10]</sup>。此后,更多的科技期刊也开始尝试制作视频摘要,并在期刊网站或社交媒体平台上进行发布、运营及传播活动。研究层面上,目前国内外有关视频摘要的研究大多集中于视频摘要技术这一主题上,探讨科技期刊视频摘要应用与传播现状的研究相对较少。关于我国科技期刊视频摘要的探讨更多集中在科技期刊的视听化发展或增强出版方面,以科技期刊视频摘要为特定对象的研究相对较少。

### 1.1 视频摘要与科技期刊传播效果

运用包括视频摘要在内的视听化手段来帮助提升信息的传播效果已经成为当下学术出版业的共识<sup>[11]</sup>,亦是出版界认可的媒介优势<sup>[4]</sup>。相较于科技期刊传统的文本产品形态,视频摘要丰富了科技期刊产品的多媒体呈现形式,对传播效果应具有积极意义<sup>[12]</sup>。

相关研究对科技期刊使用视频摘要的可能影响做了积极的描述,同时部分以特定国际科技期刊为研究对象的实证研究也证明了视频摘要的使用对科技期刊传播效果的增益。Zong等<sup>[1]</sup>通过回顾性队列分析认为,视频摘要的使用与研究论文被引量之间存在显著相关关系;张新玲等<sup>[2]</sup>对《JPCL》的分析证明,在总体维度与年度维度上,使用视频摘要有益于提升科技期刊论文的下下载量与被引量;Bredbenner等<sup>[13]</sup>通过调查

证明,对参与者而言,视频摘要比文本摘要、图像摘要更受读者和用户的喜爱。因此,作为一种多模态化的学术传播形式,视频摘要的使用对期刊和论文的传播效果应有所助益。

### 1.2 视频摘要的社交化传播

在当前由“出版大国”转向“出版强国”的重要背景下,中共中央宣传部于2022年4月发布了《关于推动出版深度融合发展的实施意见》,为学术出版的融合发展提供了更清晰的指向。推动科技期刊进一步深度融合发展,增强其社交化应用与提升其传播效果是重要方向之一。

目前,科技期刊主要在其期刊官网(或原生流媒体平台)或社交媒体平台上进行视频摘要的发布。在国际科技期刊之中,YouTube是科技期刊发布视频摘要的社交化平台的主要选择。以《NJP》为例,它在原生流媒体平台与YouTube频道上都发布视频摘要,且2个平台上的视频摘要浏览量都与相应文章的读者使用率呈显著正相关关系<sup>[14]</sup>。而相较于期刊官网或原生流媒体平台,社交媒体提供了一个低成本且高效率传播、面向更多大众用户的平台<sup>[14-15]</sup>,同时,基于社交媒体传播力的Altmetrics指标也在近年被纳入学术评价指标体系之中<sup>[16]</sup>,显现基于社交网络矩阵传播对于学术成果传播的重要性。

目前,已有研究对我国科技期刊在其官网中的视频摘要实践情况进行了统计分析<sup>[2]</sup>,但仍相对缺乏对我国科技期刊在社交媒体上的视频摘要实践进行探索的研究。我国科技期刊在社交媒体上的视频摘要实践情况如何?具有怎样的可提升空间?对此,本研究对目前我国科技期刊在社交平台上的视频摘要实践情况进行了梳理与总结。

## 2 我国科技期刊视频摘要实践现状分析

为探求我国科技期刊在社交媒体平台上视频摘要的发布与传播情况,本研究选择以微信平台为例,在微信平台内搜索“视频摘要”,并按照以下要求在关联检索结果中进行筛选查找:1)明确标注为“视频摘要”或“未标明视频摘要但符合视频摘要概念(时长在5 min左右,含有研究背景、研究设计与发现等论文主要内容)”的视频内容;2)由我国科技期刊或其所属出版社的公众号或视频号进行视频内容发布。最终,共查找到30本科技期刊(数据统计截止日期为2022年11月1日)。其中,英文科技期刊18种,如《National Science Review》及《Science China Information Sciences》等;中文科技期刊12种,如《中华心血管病杂志》及《中国癌症杂志》等。同时,对其在微信公众号及微信视频号

上的视频摘要发布和传播情况进行了统计与梳理。

在微信平台上发布视频摘要的30家科技期刊中(表1),明确标注使用“视频摘要”的期刊并不多,主要包括《中华耳鼻咽喉头颈外科杂志》和《洁净煤技术》等期刊,而其他如《Nano Research》的“视频解读文献”、《中国癌症杂志》的“作者解读”或未统一标注视频类型名称的,则属于与视频摘要要求的时长、内容结构相符但未明确标注为“视频摘要”的“类视频摘要”形式。同时,18家暂未为其“类视频摘要”内容进行统一归类命名的科技期刊,在相应平台内,也暂时缺少能够系统识别检索相关视频内容的便捷方式。

在起始发布年份方面,我国科技期刊大多自2020年之后开始在社交媒体平台上发布视频摘要内容,过半数的期刊在2021年开启社交化视频摘要实践。由于实践时间较短,累计发布视频摘要大于25则的科技期刊仅占20.0%,超过一半(53.3%)的科技期刊累计发布视频在5则(含5则)以下。同时,在30家科技期刊中,有7家在近半年内未发布新的视频摘要或类视频摘要内容。

在细分发布渠道方面,除了在微信公众号的推文内附上相关视频外,微信视频号也是目前我国科技期刊在微信平台上发布视频内容的主要途径之一。此外,在我国学术出版单位中,《中国科学》杂志社的科技期刊视频摘要社交化实践经验是相对丰富的。

表1 30家科技期刊视频摘要实践情况的描述性分析

项目	详情	数量(占比/%)
是否标注为视频摘要	是	2(6.7)
	否	28(93.3)
是否有统一标注名称	是	12(40.0)
	否	18(60.0)
最早发布年份	2020	5(16.7)
	2021	18(60.0)
	2022	7(23.3)
近6个月是否有发布内容	是	23(76.7)
	否	7(23.3)
发布渠道	仅微信公众号	10(33.3)
	仅微信视频号	17(56.7)
	微信公众号及视频号	4(10.0)
	≤5	16(53.3)
发布数量(多途径发布则计算除去重复内容的总和)	>5~25	8(26.7)
	>25~50	3(13.3)
	>50	2(6.7)
	是	12(40.0)
是否可系统识别检索	否	18(60.0)

而在传播效果层面(表2),无论是通过微信公众号还是通过微信视频号发布相关视频内容,我国科技期刊之间的社交化视频传播效果均存在较大差异。

表2 30家科技期刊社交化视频摘要传播效果的最高与最低均值数据

均值	公众号			视频号		
	阅读量	点赞量	在看数	点赞数	转发数	爱心数
最高均值	2 938.0	16.3	7.4	58.6	170.0	185.0
最低均值	175.5	0.5	0	1.3	3.0	1.0

### 3 科技期刊视频摘要实践存在的主要问题

整体而言,近几年,我国部分科技期刊基于社交化传播模式,对视频摘要以及类视频摘要展开了一定的探索、应用与创新,但仍存在一些问题。

1)在社交媒体传播活动中明确标注“视频摘要”的期刊较少,更多科技期刊使用的是时长和内容结构与视频摘要相似的“类视频摘要”形式。研究显示,社交视频媒体上的关键词等内容标签能够帮助捕捉用户注意力<sup>[17]</sup>,增加视频可见性,若未对类视频摘要明确统一标注名称,则可能造成部分用户无法迅速判断视频内容属性而选择暂不点击观看。同时,30家科技期刊在微信平台上发布视频摘要的可检索性大多建立在微信公众号内部的文字识别搜索引擎之上,缺乏统一命名或标识,使得在微信平台内识别检索存在一定困难,这在一定程度上影响了用户对视频摘要的检索与获取。

2)视频摘要的高质量一方面体现在内容上,另一方面也体现在视频的呈现质量上。尤其是视频画面的视觉传达方面,也即视频界面本身即是讯息,对于视频传播效果及论文传播影响力也发挥着重要的作用<sup>[18]</sup>。视频摘要的关键特点体现在能够直观地展示复杂实验的操作、临床手术过程,以及能够将结果进行动态化清晰呈现等,这也是视频摘要相对于其他形式摘要的显著优势之一<sup>[5]</sup>。若相应的研究论文或其视频摘要并不涉及清晰直观的实验过程或图表动态展示等,则可能使视频摘要的传播优势大打折扣,或需转变相应的视觉叙事策略。因此,对计划应用视频摘要的文章也需要分析和判断其内容与视频摘要这种传播形式的契合度。在对本文统计的科技期刊视频摘要内容进行分析的过程中发现,部分视频摘要为论文内容的“原文照搬”,难以突出视频摘要的传播优势。

3)在明确标注使用“视频摘要”的科技期刊中,时下累计发布的视频摘要数量并不多,且部分科技期刊在发布了几则视频摘要后便不再更新,未形成稳定的常态发布机制。这一方面可能是由于专业视频摘要的制作成本较高,表述及制作具有一定专业性,是否符合社交媒体用户的阅读和使用习惯还有待考察;另一方面也可能是由于相关活动及社交化传播的收效未达到

预期。因此,视频摘要的社交化传播实践还需明确定位、标准与目标,基于自身的优势和用户特征探索并开发合适的生产与服务模式。另外,部分科技期刊会在多个微信公众号或视频号上发布相同的视频内容,虽然这有利于多账号联动,形成传播矩阵,提升视频内容的曝光率和用户关注度,但从另一个角度而言,却也可能带来不同账号内容同质化的问题。

4)就目前我国科技期刊视频摘要的社交化传播效果而言,各家科技期刊之间颇具差异,这通常与视频呈现效果及科技期刊社交媒体账号运营效果等因素有关。在国际专业出版领域中,科技期刊、视频摘要服务提供商、作者、视频摘要发布平台等主体形成了相对完整的视频摘要运作与服务链。而我国科技期刊多于近几年启用视频摘要,实践时间并不长,应用并不普遍,加之经费支持不足等相关因素,使得目前我国科技期刊的论文视频化内容多由编辑部或作者创作,由此伴随着的环节分工、制作专业性、社交媒体运营水平等多方面因素导致了我国科技期刊视频摘要工作及其社交化传播的推进困难重重。

## 4 我国科技期刊视频摘要传播效能提升的优化策略

相关科技期刊的实践经验证实了视频摘要及其社交化传播对于科技期刊及其论文影响力的重要性,加之短视频的呈现优势和发展趋势,参考国际科技期刊的视频摘要制作和运营,结合自身情况继续坚持视频摘要及其社交化实践探索,对我国科技期刊未来的数字化实践探索具有重要意义。尤其是在新时期,在由“出版大国”到“出版强国”的转向过程中,科技期刊的视听化建设将有利于增强我国学术话语表达。

### 4.1 规范使用和清晰标注视频摘要

基于我国科技期刊类视频摘要使用多于严格意义上视频摘要使用的事实,本文认为在社交平台中,规范化应用视频摘要和清晰标识视频摘要内容很有必要。

1)增强视频摘要的可识别检索性。系统的识别或检索方式是帮助用户快速便捷接近或获取信息的重要方式,因此,需进一步建立健全有关视频摘要的系统识别或检索方式,如在标题或正文中以文字形式注明“视频摘要”、使用统一的视频封面格式等。同时,在微信公众平台或有关短视频平台上发布的视频摘要,还可灵活使用合集或话题的方式集中存放相关内容,这可以帮助改善视频摘要的可及性,从而提升视频摘要的传播效果。

2)视频内容与形式既要符合视频摘要特征,也应有其特色。国际科技期刊或相关的出版商通常有各自

明确的视频摘要制作规范,这为我国科技期刊制作和应用视频摘要提供了一定的参考。然而,并非各种类型的期刊论文都适合制作视频摘要进行传播与推广,且视频摘要的视觉传达模式也需要根据具体的研究内容进行设置。在传播实践中,需注重发挥视频摘要的相对传播优势,如实验演示过程的精细化呈现、主要结果的动态化展示等,更好地为期刊及其论文的传播增益。同时,相较于期刊官网与期刊原生流媒体平台,在社交媒体上进行视频摘要的传播会面向更多潜在的非专业用户,专业内容通俗化呈现的重要性更加凸显,适当使用动画呈现、对话式叙事等技巧必将有利于研究成果的大众化传播<sup>[19]</sup>。

3)注重对用户需求的分析。科技期刊社交媒体平台用户与数据库等专业平台用户的需求和特征存在差异,不同社交媒体平台之间的用户也存在一定差异。因此,首先要根据不同渠道用户或受众需求对视频摘要的传播目标进行准确定位,再制定相应的传播策略。对于专业性需求程度较高的目标用户群体,可标明“视频摘要”并严格按视频摘要的相关标准进行内容与形式的策划及制作;对于普通用户群体和渠道,可尝试在视频摘要的形式、内容和叙事方式上做一定程度的创新,并进行区别性标识与制作“视频摘要”。

### 4.2 强化期刊社交化与多模态化传播

选择合适的第三方社交媒体平台发布视频摘要,借助第三方社交媒体平台的影响力增强学术期刊视频摘要的传播力,是社交媒体流行的大环境下一种较为便利的出版手段。微信是我国目前主要的社交媒体平台之一,选择微信进行视频摘要的社交化传播实践,在一定程度上能够借助其人际关系网络传播使视频摘要得到更有效的分享与传播。同时,融合社交化运营思维与用户思维,借助微信平台打造微信公众号、视频号与微信社群协同的“主动传播”社交网络矩阵<sup>[20]</sup>,将有助于进一步扩大科技期刊视频摘要的传播力。

但在微信公众号或视频号上发布的视频摘要,其传播力通常会受限于公众号或视频号自身的粉丝基数影响力,这意味着,要提升在微信平台上发布的视频摘要影响力,其关键之一在于要先提升期刊自身公众号或视频号的影响力与传播效果。但目前我国科技期刊的微信平台建设还较缓,尤其是微信视频号的传播力通常有限<sup>[21-22]</sup>。鉴于此,除注重视频摘要等多媒体传播外,选择适合的文章并运用大众化表述增强专业内容的易理解性等,也是科技期刊增强其社交化传播需要关注的内容。

此外,在社交网络矩阵传播的基础上,需要进一步丰富视频摘要的多模态呈现形式。目前我国科技期刊

的视频摘要或类视频摘要多采用“PPT讲解”或“作者出镜解读”形式,视频摘要的呈现形式相对单一。应尝试采用不同呈现形式,如结合新兴技术(如动画、VR及元宇宙等)的具有吸引力的新形式,以提升观感,这是未来我国科技期刊视频摘要可尝试的发展方向之一。

#### 4.3 构建视频化内容的“创运维”协作链

在国际学术出版领域中,期刊出版商、视频摘要服务提供商、作者与视频摘要发布平台等主体就视频摘要实践达成了较为清晰的分工协作,从摘要到视频制作完成已有体系化的制作团队与服务,能保障视频摘要制作与运维的有效整合。在我国学术期刊的视频摘要实践中,构建相匹配的视频摘要创作、运营与维护协作流程与体系将有助于视频摘要及其社交化实践的可持续发展。

但着眼当下,在我国学术视频摘要相关运作体系暂未形成、专业视频摘要服务提供商较为缺少的情况下,期刊编辑部及作者仍承担着主要的视频摘要策划与制作工作。因此,对于文章类型较适合使用视频摘要推广的科技期刊,可在视频摘要制作、社交化运营和维护方面对相关人员进行培训,以提升学术期刊视频摘要的质量和传播力,推进相关视频化内容在科技期刊融合传播中的普及和应用,进而提升我国学术期刊的传播力与影响力。

## 5 结束语

科技期刊基于社交媒体平台进行社交化传播的流行趋势,以及国际科技期刊在视频摘要应用方面的成功经验,促使探索视频摘要的社交化传播规律成为出版主体的现实需要,也同样符合我国学术出版深度融合及国际化发展的需求。本研究通过梳理我国科技期刊在国内社交媒体平台上的视频摘要实践情况,总结了当下视频摘要社交化实践存在的主要问题,并提出了相应的优化策略,以期对科技期刊的多模态化、融合化及国际化发展提供参考。

## 6 参考文献

- [1] ZONG Q J, XIE Y F, TUO R C. The impact of video abstract on citation counts: evidence from a retrospective cohort study of *New Journal of Physics* [J]. *Scientometrics*, 2019, 119(3): 1723
- [2] 张新玲, 谢永生, 章权. 对比视角下我国科技期刊文章视频摘要制作和推广对策分析 [J]. *科技与出版*, 2022(9): 65
- [3] 习妍, 孔丽华, 侯艳飞. 新媒体出版在学术期刊知识传播中的应用策略 [J]. *中国科技期刊研究*, 2021, 32(3): 382

- [4] 王国燕, 金心怡. 国际学术期刊的视听内容建设与启示 [J]. *中国科技期刊研究*, 2021, 32(4): 446
- [5] 鲁翠涛, 赵应征. 国际科技期刊视频摘要发展概况及其启示 [J]. *编辑学报*, 2018, 30(1): 25
- [6] JoVE. 视频制作 [EB/OL]. [2023-05-17]. <https://www.jove.com/cn/authors/publication>
- [7] Taylor & Francis Group. Video highlights [EB/OL]. [2023-05-20]. <https://www.tandfeditingservices.com/services/video-highlights.html>
- [8] Letpub. Video abstract [EB/OL]. [2023-05-20]. [https://www.letpub.com/index.php?page=video\\_abstract](https://www.letpub.com/index.php?page=video_abstract)
- [9] International Science Editing. Video abstracts and video bytes [EB/OL]. [2023-05-20]. <https://www.internationalscienceediting.com/video-abstracts/>
- [10] 计算机网络信息中心. 《中国科学数据》首发视频摘要实践增强出版新方式 [EB/OL]. (2017-12-25) [2023-05-20]. [http://www.ecas.cas.cn/yjgd/201802/t20180205\\_4534495.html](http://www.ecas.cas.cn/yjgd/201802/t20180205_4534495.html)
- [11] 张家瑞. 高校学术期刊自媒体平台视听内容建设探究: 以 C9 联盟高校学报微信订阅号为例 [J]. *出版广角*, 2020(4): 49
- [12] JAKHAR D, KAUR I. Video abstracts in dermoscopy: moving beyond text [J]. *Research in Clinical Dermatology*, 2018, 1(2): 20
- [13] BREDBENNER K, SIMON S M. Video abstracts and plain language summaries are more effective than graphical abstracts and published abstracts [J]. *PLoS One*, 2019, 14(11): e0224697
- [14] SPICER S. Exploring video abstracts in science journals: an overview and case study [J]. *Journal of Librarianship and Scholarly Communication*, 2014, 2(2): eP1110
- [15] 宋启凡, 段鹏丽. 英文学术期刊提升国际影响力和传播力的路径探索 [J]. *科技与出版*, 2022(4): 74
- [16] 杨岳, 王贤文. Altmetrics 十年发展综述 [J]. *情报杂志*, 2021, 40(11): 136
- [17] 黄楚新. 融合背景下的短视频发展状况及趋势 [J]. *人民论坛·学术前沿*, 2017(23): 43
- [18] 夏千姿. 科学传播类短视频内容生产策略研究: 以短视频账号“哇喔”为例 [D]. 西安: 西北大学, 2021: 50
- [19] 李杨, 柯瑞丰, 林芝. 出版机构打造健康科普类短视频的叙事优化策略分析 [J]. *科技与出版*, 2022(6): 87
- [20] 谭春林. 公众号、视频号与微信群协同推动学术期刊的“主动传播” [J]. *编辑学报*, 2021, 33(5): 552
- [21] 张重毅. 中文科技期刊新媒体发展情况调查及分析 [J]. *编辑学报*, 2020, 32(4): 445
- [22] 高存玲, 聂友华. 科技期刊微信视频号运营现状、问题与策略探析: 以“中国科技期刊卓越行动计划”入选期刊为例 [J]. *中国科技期刊研究*, 2022, 33(9): 1219

(2023-02-08收稿;2023-05-29修回)