

守正出新、行稳致远,讲好中国煤炭科技故事

郭晓炜

煤炭科学研究总院出版传媒集团《煤炭学报》编辑部

自2018年入职煤炭科学研究总院出版传媒集团《煤炭学报》编辑部,我先后组织策划8个专题(专栏),并首创专题发布会;作为主要负责人,全力打造《煤炭学报》新媒体宣传矩阵;策划了“煤炭学报大讲堂”、“新锐科学家”成果分享会、学术沙龙等品牌学术活动。

1 潜心钻研,扎根煤炭科技期刊事业

1) 策划前沿热点专题,首创专题发布会,丰富专题论文推广宣传方式。依托“煤矿智能化关键技术”等3个专题,召开专题发布会,积极响应了国家和行业大力发展智能化的重大战略需求,为助力我国煤炭资源安全智能绿色高效开采发挥了重要的学术引领作用,其中,依托“煤矿智能化关键技术”专题发布会,首次拉到赞助单位支持,实现了学报办会创收的新突破。

2) 作为主要负责人,全力打造《煤炭学报》新媒体宣传矩阵。①将《煤炭学报》微信公众号打造成了与行业顶刊相匹配的新媒体平台,得到煤炭行业期刊及其他行业部分期刊新媒体平台的认可,在公众号创新模式、优化内容、丰富样式、美化形式等方面发挥了引领性作用。②创建视频号,开启全新媒体传播模式,依托视频号直播,为学报学术活动的开展、视频成果的推广提供了有利条件,同时也开辟了转播业务,进一步扩大了学报的影响力与媒体传播优势。

3) 搭建一流平台,塑造学术品牌“煤炭学报大讲堂”,服务煤炭科技强国建设。积极调研走访国内外名刊,学习名刊品牌活动创办经验,突破直播技术、活动形式零经验瓶颈,先后经历从企业微信、中国知网单平台直播,到科创中国、蔻享学术、视频号等多平台联动直播,从单人讲堂到多人报告的重大提升与转变。在35场学术盛宴后,最终探索出一条成熟且具有“煤炭学报大讲堂”品牌特色的学术活动组织之路,该活动得到国内外广大科技工作者称赞,成为影响力较大的高端学术交流平台。

2 创新引领,我与学报共成长

1) 创办专题发布会必须明确意义,并做好前提准备、流程控制。

举办专题发布会是提升期刊品牌影响力,吸引优

质稿源,加深与客座主编、客座编辑团队的合作与交流,拓宽期刊经营创收渠道的有效方式,同时可以报道行业前沿、热点话题,引领学科发展,促进产学研深度融合,尤其与企业合作举办,更能将学术研究与现场实际问题结合。

以多次实践成果为基础,我总结了成功举办专题发布会应具备的前提和高效的流程。3个前提:策划出聚焦行业前沿、热点话题的专题;拿出说服期刊管理层的发布会方案;客座主编、客座编辑愿意参与其中,共同策划。策划流程:制定发布会方案并讨论修订;进行任务分工,点对点负责,制定期限;定期开会讨论分工落实进展;会前彩排及会场布置;会中盯紧各环节;会后做好宣传推广。

2) 以办会为契机,发挥专家资源优势,强化企业合作,服务好一线技术人员的同时促进产学研用融合。

“冲击地压与岩石动力学”会议是《煤炭学报》与煤炭企业的第一次合作办会、第一次办会收取会议费,其中的关键纽带是客座主编窦林名教授积极协调好学报与窑街煤电集团有限公司的合作关系,弥补了学术期刊与企业无法直接有效沟通的短板,为后续深化合作打好了铺垫。

3 道阻且长,行则将至

1) 内容为王,质量为王。编辑的所有工作均是围绕稿件开展的,唯有吸引优质稿源,方能顺利开展各项服务工作;唯有把好稿件质量关、提升编校质量,方能得到作者、读者的认可,提升期刊自身的核心竞争力、学术影响力。

2) 提升服务,打造品牌。当下作者的需求已不再只是论文见刊,还关注论文见刊后的传播力与显示度,为此我们必须提升服务,借助新媒体等平台做好论文成果的传播工作,方能在激烈的期刊竞争中脱颖而出。同时,也要持续打造属于期刊自己的品牌栏目、品牌活动,通过品牌特色,吸引优质稿源。

3) 苦练内功,提升自我。作为编辑,需要不断学习交流,及时掌握行业动态,方能为相关专题的策划提供思路。同时也要与期刊界同人多交流,学习优秀期刊的成功做法与先进办刊经验,积极参加期刊的相关活动、比赛等,实现自我水平的不断提升。