

● 教育训练研究

媒体融合背景下高校学报 传播力提升策略研究

刘彦超,李念,李志,杜彬,李蕾,陈华
中国人民警察大学,河北廊坊 065000

摘要:习近平总书记对媒体融合多次作出重要论述,党和国家出台系列文件,为媒体融合背景下高校学报建设发展提出要求,提供重要遵循。我国高校学报在传播力方面不同程度地存在着传播内容同质化、传播意识和能力欠缺、传播渠道利用不充分、传播效果不尽如人意等问题。在媒体融合背景下,高校学报要努力提升学术质量、不断拓展传播渠道、注重增强国际传播力、持续加强编辑队伍建设,更好地实现立体多维、快速、有效传播。

关键词:媒体融合;高校学报;传播力;新媒体

中图分类号:G237.5

文献标志码:A

文章编号:2097-0900(2024)10-0071-07

一、引言

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视传统媒体和新兴媒体的融合发展。2014年8月18日,习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上强调,要推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合^[1]。2019年1月25日,中共中央政治局第十二次集体学习时,习近平总书记明确提出推动媒体融合向纵深发展的重大要求^[2]。2020年9月,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》,明确媒体深度融合发展的总体要求,推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐^[3]。习近平总书记关于媒体融合的重要论述,以及党和国家出台的系列文件,对媒体融合背景下高校学报建

设发展提出要求,也提供了重要遵循。对于高校学报传播力研究,学界已取得为数不少的成果。然而,无论从研究广度还是深度来看,还存在一些不足,仍需进一步加强。本文结合《中国人民警察大学学报》办刊过程中的一些思考和实践,探讨媒体融合背景下高校学报传播力提升策略,以期推动高校学报更好地实现立体多维、快速、有效传播。

二、高校学报传播力概念

在国内,清华大学新闻与传播学院刘建明教授(2003)在《当代新闻学原理》一书中较早对传播力作出解释和定义:传播力是媒介传播力的简称,指媒介的实力及其搜集信息、报道新闻、对社会产生影响的能力。丁柏铨(2018)指出,传播力表现为新闻信息及观点能顺利传抵受众,实现传播有效覆盖的一种能力。沈建新(2018)认为,出版物的传播力应该包

收稿日期:2024-05-16

基金项目:河北省高等学校人文社会科学研究项目“媒体融合背景下高校学报传播力提升策略研究”(SZ2022080)

作者简介:刘彦超(1975—),男,河北衡水人,编审;李念(1985—),男,河北衡水人,工程师;李志(1977—),女,河北衡水人,教授;杜彬(1979—),男,河北廊坊人,副编审;李蕾(1977—),女,山东肥城人,编辑;陈华(1977—),男,江苏泰兴人,编辑。

括传播手段与传播效果。所以,传播力可以视为是“媒介或者组织使用自身或其他传播途径实现其传播效果的能力和效力”^[4-5]。由此可见,高校学报传播力,就是高校学报利用各种途径,将其所刊发内容实现有效传播的能力。衡量传播力,应当通过对传播主题及传播手段作用于传播客体所产生的影响进行综合分析。也就是说,高校学报传播力应从传播内容、传播途径、传播效度等方面进行综合考量^[6]。

三、高校学报传播力现状

截至2023年,我国共出版期刊9 851种。根据2014年国家新闻出版广电总局对学术期刊的认定,通过第一批学术期刊认定的为5 756种,通过第二批学术期刊认定的为693种,学术期刊总数为6 449种,约占期刊总数的三分之二。高校学报是开展学术交流的重要平台,传播思想文化的重要阵地,促进理论创新和科技进步的重要力量,在我国学术期刊中占据着特殊而重要的地位。长期以来,我国高校学报认真履行肩负的职责,高度重视对稿件的编辑、加工、校对等各环节工作,很好地发挥了学术交流、学术评价、学术创新、学术规范等功能。然而,却相对忽略传播环节,导致传播效果不尽如人意。

(一)传播内容同质化

我国大多高校学报特别是综合性高校学报内容同质化现象较为严重,选题和栏目设置大同小异,不能直观地凸显优势和特色^[7]。受学术评价政策影响,非核心期刊的高校学报优质稿源极为稀缺。整体来看,高校学报传播内容“千刊一面”,呈现“全、散、小、弱”局面,对读者的吸引力较低。

(二)传播意识和能力欠缺

高校学报编辑出版部门大多属于教辅单位,办刊经费由学校全额保障,市场敏感度不强。加之,目前对于学术期刊传播力的评价标准、监督机制、法律法规等仍付诸阙如。这就导致一些高校学报编辑往往更加注重传统的编校工作,主动传播意识不强^[8]。由于不是高校的重要或核心部门,高校学报很难引进高学历、高水平优秀专业人才,既懂计算机技术和网络出版技术,又熟悉编辑出版工作的复合型专业技术人才尤为匮乏。相当数量的高校学报编辑媒介素养不高,很难胜任数字化发展的时代要求。

(三)传播渠道利用不充分

1. 纸质期刊发行方面

高校学报受众通常限定于特定领域专家学者,

主要发行部分高校图书馆及科研院所。由于没有办刊经费方面的经济压力,编辑出版任务繁重而人员较少,导致大多高校学报对发行环节不甚关注。加之,在互联网和新媒体冲击下,纸质期刊发行量每况愈下。国家新闻出版署发布的《2023年全国新闻出版业基本情况》数据显示:与上年相比,全国出版的期刊平均期印数降低1.85%,其中文化、教育类期刊平均期印数降低1.77%^[5]。

2. 期刊网站建设方面

目前,大多高校学报都已建立自己的网站,极大促进了编辑出版工作。然而,受限于专业技术匮乏、资金和时间不足等原因,很多高校学报自建网站功能较为单一。有的学报网站仅设置期刊简介、投稿指南、通知公告等模块,没有开通“采编系统”,稿件投递仍依赖于电子邮箱。有的学报网站在纸质期刊发行后,才上传当期论文目录或全文,数据更新明显滞后于纸质期刊。更有甚者,个别学报网站名存实亡,长期不进行信息更新。有相当数量的高校学报依托中国知网等大型期刊数据库运营商建立网站。网站架构和栏目设置千篇一律,不能凸显期刊自身的亮点和特色,容易使读者产生审美疲劳。此外,大多学报网站仅提供固定电话、电子邮箱、通信地址等联系方式,网站与学报微信公众号等新媒体的联系较弱,缺少编辑、读者与作者的互动空间,交互性不强。部分学报网站虽然设置有在线留言板块,但留言回复不及时,甚至始终无人回复^[4]。

3. 与期刊数据库运营商合作方面

近年来,中国知网、万方数据、重庆维普、超星等期刊数据库平台逐渐发展壮大,多数高校学报通过与其合作来开展数字化出版^[9]。然而,在合作中也不同程度地存在着一些问题。一是部分高校学报电子数据上网慢。由于编辑出版任务繁重、人员较少,一些高校学报在纸质期刊出版后,不能及时向数据库发送电子文件。加之工作人员需要时间来对电子文件进行加工,因此期刊数据库平台刊文滞后于纸质期刊。二是部分高校学报采取数据库独家代理。选用单一数据库代理商,虽然能够增加高校学报版权费收入,但也导致部分读者无法检索学报刊文,不利于学报传播力提升。三是部分高校学报没有实施优先出版和网络首发。优先出版及网络首发有利于大幅缩短论文发表时间,加快学术传播与交流。然而,由于种种原因,并非所有高校学报均开通该项服务。在调查的39种学术期刊中,仅有4种期刊实现

中国知网优先出版,7种期刊加入中国知网网络首发。四是部分高校学报开放获取意识不强。学术期刊的开放获取有利于在最大范围内实现学术知识的自由传播,提高期刊论文的引用率和影响力。我国现已建成中国科技期刊开放获取平台(COAJ)、中国科技论文在线、“开放科学计划”(OSID)、国家哲学社会科学文献中心学术期刊数据库(NSSD)等多个开放获取平台。有相当部分高校学报对开放获取重视程度较低,既不注重借助期刊网站或微信公众号向读者提供全文免费阅览、下载服务,也不与开放获取平台开展合作,不利于自身学术成果更广范围的共享和传播^[4]。

4. 新媒体出版平台建设方面

以微博、微信、微视频、APP客户端等为代表的新媒体,具有便捷快速、社交化、多元多维等特点,互动性强,传播面广。很多学术期刊紧跟时代步伐,积极利用新媒体及时将期刊刊载论文、相关信息和服务推送给用户。但是,高校学报对于新媒体平台建设重视程度不一。在广西高校39种学术期刊中,有13种学术期刊开通微信公众号^[4]。在河北省56家高校学报中,仅有10本刊物开通微信公众号^[10]。此外,相当数量的高校学报新媒体平台建设仍有较大提升空间,微博、微视频、APP客户端建设大多处于缺失状态,微信公众号菜单设置简单、传播内容单一、表现形式单调、推送频率不稳定、互动性不强,利用率及运行能力整体偏低。

(四)传播效果不尽如人意

部分高校学报品牌意识不强、办刊特色不鲜明、刊文质量不高,难以满足不同层次受众的需求,传播效果欠佳。纸质期刊通常只印几百本,大多赠阅图书馆、科研院所等,或者发放到校内各单位,个人订户寥寥无几。无论是学报网站,还是期刊数据库,大多延续纸质期刊的原有形式及内容,对读者的吸引力不强,论文的下载量、引用量较少。在微信公众号等新媒体传播方面,很少进行二次加工和编辑,摘要、题录等表现形式较为单一,缺乏具有创意的知识服务内容,关注人数和阅读量不多,推广和传播效果有待提升。

四、高校学报传播力提升策略

在媒体融合背景下,高校学报一方面要加强内容建设,另一方面更要注重发挥媒体平台和创新服务的效用,突破媒体融合的障碍,不断扩大传播力和

影响力^[9]。

(一)坚守“内容为王”,努力提升学术质量

高质量的内容永远是刊物的立刊之本和生存之基,只有拥有一流的内容,才会产生一流的效益。在高校学报传播力建设中,传播内容是传播力的关键要素之一。如果传播内容不能吸引受众和用户,传播效果必然不佳。一旦由于把关不严,刊发内容中存在错漏、谬误,乃至政治、保密等问题,还会引发严重的不良影响。因此,如何提高传播内容的质量,是高校学报传播力建设需要首要考虑的重要方面,否则再多的传播手段也难以实现好的传播效果^[11]。

1. 确保正确的政治方向

学术期刊肩负着“社会之公器”责任,坚持正确的政治方向,维护意识形态安全是编辑出版工作必须坚守的红线。高校学报必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实党和国家关于新闻出版工作的决策部署,自觉接受新闻出版管理部门、主管单位、行业组织、主办单位及编委会的领导,全面落实意识形态审查制度,确保正确的政治方向和舆论导向^[12]。

2. 确保较高的学术质量

刊发高质量、高水平论文是高校学报的生命力和核心竞争力,是高校学报生存和发展的根本所在。刊物的特色是吸引读者的法宝,专业化办刊是高校学报走向成熟的重要标志。正如出版家邹韬奋所言:“没有个性和特色的刊物,生存已成问题,发展更没有希望了。”^[13]高校学报要力避同质化供给,紧密聚焦所在学校优势学科,凝练重点选题方向,大力加强特色栏目建设。“巧妇难为无米之炊”,没有丰富的优秀稿源,提高学报质量就无从谈起^[14]。高校学报要高度重视选题策划工作,聚焦社会发展的重大理论和现实问题,密切追踪学术热点、社会热点,策划具有前瞻性和针对性的选题,及时组织专题专栏研究,积极向专业领域科研院所、专家教授、课题组约稿,吸引更多具有前沿性、创新性、专业性的优质稿件,努力提升学报的专业特色和学术品位。高校学报还要注重严把编辑出版流程,认真执行学术不端文献检测、三审三校一读、专家匿名审稿、保密审查等各项规章制度,精心进行装帧设计,保证期刊既具有较高的学术质量,又有上佳的编校质量、印刷质量。

(二)拓展传播渠道,实施立体多维传播

纸质期刊时效性及交互性不强,所刊载信息非

常有限。高校学报要积极顺应时代潮流,注重传播技术和手段运用,不断提升数字化、网络化水平,大力拓展传播方式和渠道,构建纸质期刊传播、网络传播、移动传播、人际传播等渠道相结合的立体多维传播格局。

1. 注重纸质期刊发行

学术期刊的读者群体主要为科研院所研究人员,以及高等院校师生,出于教学科研工作需要,在很大程度上依然离不开基于纸质期刊的深阅读。高校学报要进一步提高编校工作效率,尽量缩短出版周期,出版后第一时间将纸质期刊发行出去,更好地满足读者的深阅读需求。此外,高校学报还要充分利用四封、补白、征稿启事等形式加大宣传力度,通过邮局订阅、图书馆、资料室、同行交换、赠阅等途径扩大发行范围^[15]。

2. 加强与期刊数据库合作

传播速度决定着学术期刊信息的时效性和价值。信息传播越快,时间越早,其价值就越大。高校学报出版后,要尽快将电子数据发送给期刊数据库运营商,积极推动优秀论文和热点论文的优先发表和网络首发。高校学报在加强商业数据库传播基础上,可借助NSSD等平台供读者免费下载阅读,以此扩大传播效果。

3. 建强期刊网站

在大数据时代,用户需求呈现定制式、多层次、差异化特征,高校学报要充分利用网站宣传展示期刊,提升传播力。一是规范学报网站建设,做好网站模块与内容规划,清晰呈现学报专业特色,保证网站具有快速的访问速度和较好的用户体验。二是在纸质期刊出版前,及时将拟刊用论文的目录、摘要、全文等内容上传至网站供读者浏览。三是建立过刊数据库,使读者可随时免费在线阅读或下载全文。四是在刊载论文的同时,还可对论文背景、相关文献、作者介绍、科研信息、行业信息等予以扩展。五是应用WEB 2.0技术,通过RSS订阅(简易信息聚合订阅)等方式随时将相关资讯推送给感兴趣的读者。

4. 实施增强出版

“开放科学计划”是由国家新闻出版署出版融合发展(武汉)重点实验室、中国编辑学会出版融合编辑专业委员会共同发起的,面向学术期刊行业的一项开放科学公益计划。通过给每篇论文标注开放科学(资源服务)标识码,借助SAYS(Scientist at Your System)系统工具,可实现文字、图像、音频、视频等

多种媒体表现手段,使期刊除呈现单篇论文图文内容与知识外,还可同时提供与论文相关的更多附加服务与资源,包括语音介绍、开放内容数据、在线问答、学术交流圈、视频直播等。“开放科学计划”官网实时数据显示,截至2024年3月4日,我国共有2074家期刊社加入“开放科学计划”,涉及各类期刊论文267818篇,作者177351位。高校学报可免费加入“开放科学计划”,在纸质期刊上标注OSID码,为读者提供作者对论文背景的语音介绍、论文研究中的开放内容、作者与读者的交互问答、学术圈等方面服务,通过多维度立体增强出版,助力影响力和传播力提升。

5. 探索集约发展模式

国外一些有影响力的学术期刊采取集团化管理。如Emerald拥有290余种著名期刊,Springer出版的期刊达到2200多种,ACM拥有几十种著名的计算机领域期刊,Elsevier每年采用和出版250000余篇期刊文章^[11]。我国一些规模较大、实力雄厚的高校学报,也可探索建立学术期刊传媒集团,整合自身人力、物力、专业人才和管理制度、内容、作者群、读者群、数据库、网络出版平台、OA处理系统等资源,通过统一的加工、管理,打造“全产业链”生产模式,构建学术期刊纸质版、电子版及网络版的多样化传播格局^[8]。我国学术期刊大多规模较小、实力较弱,难以实现集约化经营。整合相关领域学术期刊,推动其资源共建共享,不失为学术期刊应对媒体融合发展趋势的一个好的发展路径。高校学报可通过学会等组织牵头,积极加入同行专业期刊数据库等期刊数字联盟,组建同行专业权威数据库,探索集约化发展模式。如,中华医学会整合行业资源主办近200种医学期刊,实行“统一办刊思想、统一管理办法、统一模式、统一编排标准、统一经营”原则,建成国内外权威性最强、规模最大的医学期刊系列^[16]。

6. 充分利用新媒体平台

现阶段,随着移动智能终端的普及以及读者阅读习惯的改变,APP客户端、QQ、微博、微信、微视频等新媒体已经深入人们的日常生活。新媒体平台为学术期刊提供了崭新的、强有力的传播方式,有利于实现碎片化阅读、增强互动功能、提升阅读体验的效果,极大满足年轻一代读者的阅读需要。高校学报要充分利用APP客户端、QQ群、微博、微信公众号、微信群、微视频等方式,使期刊与读者和用户之间的信息交换更加便捷化,信息获取手段更加丰富。如,

《中国人民警察大学学报》微信公众号将遴选出的优秀论文进行重新排版,并添加作者照片、个人简介等信息,推文篇均阅读量达到6 000次以上。

在应用新媒体平台时,高校学报要在坚持期刊专业内容定位前提下,紧密结合时事热点,将专业内容融入社会问题,对现有内容资源通过再加工、合成等手段,引发用户关注和转发。高校学报新媒体平台不能满足于做纸质媒体的“内容搬运工”,要突破单一的文字传播形式,综合运用图片、文字、音乐、动画、视频、超链接等形式,将原本晦涩难懂的学术信息进行二三次文献加工,增强内容的生动性与感染力。新媒体建设必须坚持以受众需求为中心,重视用户诉求,捕捉用户喜好,对账号设计、消息互动等方面进行不断完善。如:在信息推送内容方面,除期刊相关信息外,可适当发布论文写作指导等与读者需求密切相关的内容。在信息推送频率方面,要保持适度的推送频率,在保证质量前提下及时更新信息,使更多有需求、感兴趣的用戶持续关注。根据人们阅读高峰期(如工作日的上下班前后、夜晚入睡前来)来制定有一定规律的推送时间、推送次数和推送频率,增强用户黏性。在消息互动方面,及时收集用户需求,积极为用户答疑解惑。尽可能采取自动回复与人工回复相结合方式,自动回复的回复语要尽量个性化,既避免仅采用人工回复的延迟性,又可提高新媒体的亲和力^[10]。此外,高校学报要充分利用互联网和大数据技术,对新媒体平台用户的阅读、评论、转发、点赞、投票等行为偏好进行分析,建立读者画像,为每位读者贴上相应标签,基于用户的阅读偏好提供个性化、及时化、多样化、精准化服务。

7. 积极向大众媒体推荐学术信息

中央级媒体及重要门户网站等具有很大的权威性,大众对其关注度极高,其传播力不容小觑。学术期刊与大众媒体两种媒体的结合是履行学术期刊科普使命的重要途径,学术期刊应重视向权威媒体拓展,积极向大众媒体提供新闻信息源,不断拓展媒体融合传播的广度,提高期刊媒体融合传播力。高校学报要与电视、报纸等各种大众媒体建立广泛的合作关系,积极向媒体记者推介优秀研究成果。

8. 做好大众传播和人际传播

学术期刊不仅要注重纸质期刊、电子期刊、互联网和新媒体传播,也需要做好大众传播和人际传播,实现多种传播方式相结合的全方位传播。一是高校

学报要积极与政府部门、社会团体、科研院所合作,联合举办学术论坛等活动。二是高校学报要鼓励编辑“走出去”,利用学术期刊研讨会等场合,积极向专家学者推介所办刊物,主动与学报同行交流,借助各种有影响力的媒介宣传刊物。三是高校学报要注重发挥编委作用,通过学报编委在学术会议和学术圈的分享和推广,扩大学报影响力,吸引优秀稿源。

9. 积极推进融合出版

在媒体融合背景下,学术期刊传播力提升,并非几种传播渠道和方式的简单叠加,而应以内容生产为核心,以数字化和网络化为依托,有效整合多种传播渠道和传播方式,通过多种媒体间的协同,提高信息传播的效率和覆盖面,增强传播效果。如:可通过在纸质期刊封面或封底、官方网站、审稿意见书、录用通知书、采编系统等显著位置刊印二维码,利用期刊交流群、学术论坛、期刊会议等途径宣传新媒体等方式,引起更多受众关注。可在学报网站刊载微信公众号二维码,方便读者扫码登录,或在微信公众号中链接至期刊网站阅读全文^[7]。限于编辑部技术能力,高校学报可积极争取主办单位经费支持,引进融合出版平台,更好地助力传播力提升。如:《中国人民警察大学学报》引进方正学术云出版服务平台,实现网络PDF、印刷PDF、XML、WORD、HTML、HTML展示、Meta、WeChat等多种格式文件的同步生成,满足传统印刷、网刊发布、移动阅读等多场景、多渠道发布需求。同时,输出的多格式数据可兼容中国知网、万方数据、重庆维普、超星等运营平台数据加工标准,极大提高工作效率,提升学报传播力。

(三)重视跨文化传播,提升国际传播力

积极推进国际化传播,是关乎中国学术期刊国际传播和当下中华文化“走出去”,实现“构建人类命运共同体”的重要问题。高校学报要树立国际化视野,积极推行国际化战略,大力传播中华文化,从而增强我国文化软实力,提升中华文明在世界文化中的影响力、传播力。

1. 积极突破语言障碍

英语是全球通行语言,世界上著名的数据库大都采用英语来评价收录期刊。高校学报要想提高国际传播力,就必须积极突破语言障碍。有条件的高校学报可创办英文版或中英文双语学术期刊,聘请国际编委,积极向全球范围内专家学者征稿。以中文出版的高校学报可推广长英文摘要,并做好英文目录和摘要的规范和精准翻译工作。此外,高校学

报还要注重创建英文版网站,以此积极传播我国的学术思想。

2. 探索国际化合作出版

加强与国外期刊出版商的合作出版,是一条扩大高校学报国际传播力的快捷途径。一是高校学报的编排规范要与国际接轨,对标国际权威检索机构的具体规定与要求。二是高校学报可采取“借鸡生蛋”方式,组建国际化的高水平编委和审稿专家群。三是高校学报可利用各种渠道和途径,加强与国际知名学术期刊的交流与合作。四是高校学报也可尝试出版发行的国际化,在境外建立分支机构和发行部门,走境外合作出版之路^[14]。

3. 加强与国际检索机构联系

目前,世界上最重要的学术引文索引所收录期刊以英文期刊为主,我国被国际著名数据库收录的期刊比例还很低。高校学报要积极与相关国际检索机构联系,分析各权威检索系统的收录范围及其状况,及时寄送样刊。通过自荐或国际编委和审稿专家的介绍,或在一些重要国际会议上赠阅样刊,来引起国际检索机构的关注^[14]。

4. 加入国际开放获取网站

近年来,我国学术期刊开放获取工作有了长足进展,但加入国外专门开放获取网站的期刊还不多。高校学报应积极寻求加入国际专门开放获取网站,建立全球化互动式网站,加大开放获取力度^[17]。

(四)加强编辑队伍建设,提升业务能力

编辑工作是整个出版工作的中心环节,高水平的编辑队伍是期刊发展的根本保障,也是推动高校学报传播力提升的关键。高校学报亟须转变编辑出版理念,在媒体融合背景下重新审视编辑团队的知识结构和技能结构,有针对性地培育复合型编辑队伍,全方位提升编辑业务能力。

1. 加强学报编辑出版工作的政策保障

主办单位应结合高校学报面临的困境,进一步给予相应的政策支持。一是根据高校学报编辑出版人员普遍不足的现实情况,支持编辑部引进具有相关学术背景、专业知识扎实、愿意投身编辑出版事业的高素质人员,为学报高质量发展做好人才储备;二是健全完善学报编辑职称评聘、晋升等制度,拓展职称评聘及晋升渠道,激发其工作积极性;三是健全完善岗位绩效考核评价制度,明确岗位职责,严格奖惩,促进编辑责任感和业务素质提升^[18]。

2. 提升业务能力和专业素养

由高校学报的性质决定,编辑不仅需要掌握编辑学的基本规律和技巧,还必须具备深厚的专业知识,既做编辑出版领域的行家,也要做学术领域的专家。“中国出版事业的先驱”叶圣陶先生“始终坚持编辑合一的理论品质”,把学术研究、编辑出版、教书育人完美统一,集教育家、编辑出版专家和学术专家于一身,是编辑“专业化”和“学者化”方面的典范^[19]。一方面,高校学报要经常组织业务学习,支持编辑参加行业学术会议,以及国家新闻出版署规定的继续教育,鼓励其申报编辑学课题,以及时掌握编辑出版工作发展趋势,不断提升编辑出版技能。另一方面,高校学报要注重编辑的专业知识培养,使其能够深入了解相关专业、学科研究现状、发展前沿和未来方向,成为相关学科的信息分析和问题研究专家。

3. 提升新媒体素养

媒体融合是传统媒体与新媒体的融合,也是内容与技术的融合,亟须培养既懂得学术期刊出版理论,又精通学术期刊传播技能的人才。高校学报要培养编辑熟练掌握计算机技术,熟悉数字出版和信息化商业运作模式,具备视频制作、音频剪辑、动画创意和日常运营维护等必要的新媒体技能,使编辑能够以新媒体的话语表现形式阐明学术观点、整合解读信息、引发学术争鸣。高校学报也可借鉴国外建立专业出版集团的做法,积极培养、引进新媒体编辑,或者设置专门的新媒体编辑岗位。

4. 提升国际化传播素养

当今社会,信息传播国际化程度越来越高,拥有一支国际传播人才队伍是高校学报提升国际传播力的关键。一是高校学报编辑要具备较高的英语能力,掌握国外学术期刊及专业领域发展动态,更好地与国际同行开展交流。二是高校学报编辑要具备较高的跨文化沟通技巧和现代的国际传播理念,能够策划具有前瞻性和国际引领性的话题。三是高校学报编辑要掌握国外学术期刊的通行编排体例和规范,熟知国外学术检索系统的选择宗旨、学科范围、入选条件、格式规范等,提高高校学报在国际学术界的收录率、引用率和转载率^[14]。

五、结束语

媒体融合背景下,高校学报在确保正确政治方向、上佳学术质量前提下,亟须充分利用互联网、大数据、云计算、人工智能等技术,积极推动传统媒体

与新兴媒体深度融合发展,不断扩展传播范围、提高传播速度、增强传播效果,为建设创新型国家、提升国家软实力和国际影响力作出更大贡献。

参考文献:

- [1] 在融合发展中构筑新型主流媒体[EB/OL]. (2014-08-20) [2024-05-10]. <http://cpc.people.com.cn/n/2014/0820/c87228-25499354.html>.
- [2] 习近平主持中共中央政治局第十二次集体学习并发表重要讲话[EB/OL]. (2019-01-25) [2024-05-10]. https://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361197.htm.
- [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》[EB/OL]. (2020-09-26) [2024-05-10]. https://www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content_5547310.htm.
- [4] 付哈利. 高校学术期刊新媒体传播现状及发展策略:以广西高校学术期刊为例[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(12):18-20.
- [5] 赵爱清. 论媒体融合时代学术期刊传播力的评价与提升路径[J]. 四川行政学院学报, 2022(2):70-77.
- [6] 胡梅. 新媒体时代学术期刊传播力的提升[J]. 传播与版权, 2017(8):56-58.
- [7] 帅群,曹耐,龚丹,等. 高校学报微信公众号建设研究:以“长江大学学报自然科学版”微信公众号为例[J]. 黄冈师范学院学报, 2021, 41(6):84-88.
- [8] 刘茜,高婷. 学术期刊传播力强化的路径研究:基于大数据时代背景[J]. 现代商贸工业, 2017(33):59-60.
- [9] 姚雪梅. “互联网+”环境下学术期刊媒体融合的新路径[J]. 图书馆学刊, 2018, 40(1):37-40.
- [10] 库雪飞,许航,王晓阳,等. 河北省高校学报微信公众号传播力的现状与提升策略[J]. 华北理工大学学报(社会科学版), 2018, 18(3):45-49.
- [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):425-430.
- [12] 刘彦超,李志. 基于SWOT分析的公安院校学术期刊发展策略[J]. 学报编辑论丛, 2020(00):162-166.
- [13] 向美林. 浅谈高校学报专栏主持人制度发展路径[J]. 科技传播, 2024, 16(9):78-82.
- [14] 陈世华. 传播中国学术好声音:高校学报“走出去”战略研究[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2018, 58(4):143-148.
- [15] 刘彦超. “以人民为中心”视域下的高校学报办刊策略研究[J]. 武警学院学报, 2019, 35(8):81-87.
- [16] 温优华,何苗苗. 供给侧视域下的学术期刊传播力提升路径[J]. 中共伊犁州委党校学报, 2017(3):102-104.
- [17] 崔国平. 论高校学报的国际传播能力建设[J]. 出版发行研究, 2018(6):67-71.
- [18] 田杰,赵琳,刘元元. 后疫情时代高校学报传播能力提升研究:面向河北省高校学报的调研分析[J]. 邢台职业技术学院学报, 2022, 39(5):101-104.
- [19] 王文,黄园,陈浩凯. 中国高校文科学报国际影响力的现状与提升对策[J]. 陕西理工大学学报(社会科学版), 2023, 41(3):16-25.

Strategies for Enhancing the Communication Capability of University Journals under the Background of Media Convergence

LIU Yanchao, LI Nian, LI Zhi, DU Bin, LI Lei, CHEN Hua

China People's Police University, Langfang, Hebei Province 065000, China

Abstract: General Secretary Xi Jinping has made important statements on media convergence on many occasions, and the Party and the state have issued a series of documents setting requirements and providing important guidance for the construction and development of university journals in the context of media convergence. There are problems such as varying degrees of homogenization of communication content, lack of communication awareness and capability, insufficient utilization of communication channels, and unsatisfactory communication effects in the dissemination of journals in Chinese universities. In the context of media convergence, efforts should be made to improve academic quality of university journals, continuously expand communication channels, focus on enhancing international communication capabilities, continuously strengthen the construction of editorial teams to better achieve multi-dimensional, rapid, and effective communication.

Key words: media convergence; university journal; communication capability; new media

(责任编辑 马龙)