

新形势下加强科技期刊宣传与推广的思路探讨

李红霞, 彭冰霞, 邱亮斌

(中国科学院广州地球化学研究所《大地构造与成矿学》编辑部, 广东 广州 510640)

[摘要] 期刊的宣传与推广不仅能提高知名度和影响力, 也能将科技成果进行普及和大众化。针对科技期刊在宣传与推广方面的不足, 探索加强该方面工作的有效途径。对地质学31种核心期刊进行调研, 提出通过优化期刊官方网站、改进学术专辑出版方式、加强微信公众平台建设与充分利用超星域出版平台开展期刊宣传和推广工作。新形势下期刊编辑应充分利用新媒体和新平台, 积极探索加强期刊宣传和推广的新思路和方法。

[关键词] 科技期刊; 宣传和推广; 新媒体; 新平台

[中图分类号] G236 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-473X(2019)01-0081-03

学术论文的质量、期刊知名度和影响力是科技期刊追求的主要目标, 而期刊的宣传和推广工作往往是薄弱环节。学术期刊的知名度和影响力不仅来自论文的质量, 也来自于期刊的自我宣传和推广。“酒香也怕巷子深”, 如果没有好的传播方式和渠道, 即使优秀的研究成果也难以获得好的传播效果。实施多元化、精细化的宣传策略有助于吸引优秀稿件、提高期刊影响力, 推动期刊进入良性发展轨道^[1-2]。郝丽芳等^[3]提出科技期刊应该开展多渠道、全方位的宣传提升影响力。随着数字信息技术、社交媒体、移动终端等技术设备的快速发展, 不仅为期刊宣传和推广提供更多新平台新方法, 也对期刊的宣传和推广工作提出了新的要求和挑战。新形势下如何利用好新技术与平台提高办刊水平、创新传播方式、提升社会影响力, 成为了科技期刊共同面对的问题。本文通过总结本刊和其他优秀期刊的宣传推广实践经验, 提出在优化期刊网站建设的基础上, 更好地借助学术会议出版学术专辑提升期刊知名度、通过科普化学术论文扩大阅读群体、重视建设与经营微信公众平台拓展宣传渠道、充分利用新出版平台如超星期刊域出版平台提升传播力。藉此希望给科技期刊的宣传和推广工作带来新思路。

一、加强期刊网站建设

期刊网站是宣传、展示期刊的重要窗口, 不仅可以满足编辑部网络化办公的需要, 还承载了几乎所有有关期刊的内容信息和媒体形式, 是期刊发布信息、品牌

推广和为读者、作者提供服务的综合平台, 建设期刊网站已成为提升期刊综合实力的必经之路^[4]。据统计, 31种地学类核心期刊(北大版)都有独立域名的网站(表1), 可以实现论文在线投审稿、编辑在线办公、发布当期和往期论文、期刊最新动态等功能。如果期刊网站的功能仅限于此, 那么它将成为大数据时代的“信息孤岛”。因为除了作者、审稿人和编辑部, 没有吸引其他人的关注。那么科技期刊的网站建设该如何打开新思路, 吸引更多人的关注呢?

(一) 丰富网站功能和内容

网站的板块设置要尽可能满足不同群体(作者、审稿专家、读者、编辑等)的多种需要。如《地球学报》网站首页有14个模块, “信息动态”栏目发布与本刊有关的信息; “期刊论坛”发布编辑感兴趣的内容, 这些内容可以是编辑部首创也可以是转载的一些学术名人的博客、微博; 而学者们则侧重关注“当期目录”“被引频次T100”“文章下载Top50”等栏目; “友情链接”开通与同类期刊主页之间、相关专业网页、相关研究院所主页之间的相互链接, 增强网站联通性, 扩大读者群。此外, 在期刊网站增设论文分类阅读和深度检索功能模块, 能够为作者和读者提供更加便捷、高效的检索服务, 值得学习和借鉴。

(二) 择优推送

每一期选出3~5篇具有代表性的优秀论文广泛推送给本刊的作者和科研工作者, 相比整期推送的效果更

[作者简介] 李红霞(1984-), 女, 河北邯郸人, 中国科学院广州地球化学研究所《大地构造与成矿学》编辑部编辑; 彭冰霞(1977-), 女, 福建莆田人, 中国科学院广州地球化学研究所《大地构造与成矿学》编辑部高级工程师; 邱亮斌(1963-), 男, 湖南平江人, 中国科学院广州地球化学研究所《大地构造与成矿学》编辑部主任。

好。如《中国激光》《光学学报》《激光与光电子学进展》定期进行邮件推送，以网页的形式每期推送7篇优秀论文，推送页面包含针对某一特定专题进行征稿的信息，页面可以直接链接到期刊网站，如果被推送人感兴趣可以直接点击链接获取更详细的信息。《中国科技期刊研究》每一期的封面设立“推荐阅读”栏目，从每一期发表的稿件中选出几篇优秀稿件列在封面上，让读者择优阅读。择优推送的方式更能吸引别人的关注，推送的效果也更好！

（三）精准推送

根据研究方向对作者和审稿专家进行分组，把与其相关的优秀成果实时推送给他们，如“一对一好文推荐”方法能够有效帮助作者提高论文关注度。

二、借助学术会议出版专辑新思路

（一）出版学术专辑新方式

在学术会议与科研人员沟通交流，是宣传期刊提高其影响力的一种快速、有效的推广策略^[3]。针对学术会议的热门主题策划出版学术专辑已成为提升科技期刊学术影响力的一把利器^[5]。在学术会议上征集论文，会后出版学术专辑，是比较常用的专辑出版方式。《大地构造与成矿学》2016年第2期出版了矿田会议的学术专辑，让作者们在会议召开后投稿，编辑部选择优秀学术论文出版专辑，虽然吸引一批主题鲜明的优秀学术论文发表，但专辑主题不突出，出版时间滞后，没有起到期刊被集中关注的效果。这期专辑的下载量为1509次、被引12次，与2016年第1期的下载量1655次、被引9次（统计数据源自CNKI），几乎持平。于是本刊编辑部和矿田会议组织者改变工作思路：在会议召开的前一年由组织者确定专辑主题，并着手有针对性地约稿，选取一批优秀的学术成果在会议召开前出版专辑，利用学术会议的集中扩散效应，在会议召开时采用传统纸刊和新媒体结合的手段进行宣传和推广，引起学者们的关注。如针对2018年11月召开的“第五届全国矿田构造研讨会”会议组织者策划了“中国大陆构造成矿作用”学术专题，已经给相关研究领域的24位专家学者们发送了约稿函，专辑在会议召开前正式出版印刷，在会议现场分发纸质刊，并在会议的微信公众号以及超星平台上集中推广。同时将本刊以前发表的、有较高引次、与这一期专辑主题密切相关的优秀论文重新整合成一个专题，通过邮件、微信和超星平台推广，推动论文再次被关注。

（二）发布宣传广告

根据学科特点，在相关主题会议上发布宣传广告，是一种简单、直接且能起到立竿见影效果的宣传方式。2014年本刊连续在“第七届构造地质与地球动力学学术研讨会”“小岩体成大矿与地质找矿突破战略学术研讨会”和“第四届全国矿田构造研讨会”三个学术会议手

册上制作了宣传彩页，吸引了众多与会代表的关注，当时我刊网站的点击量和文献下载量都有明显提升，会后有学科负责人主动联系我刊出版学术专辑。2017年11月“广东省首届地球科学与工程学术大会”在广州召开，我刊主动与大会组委会沟通联系，作为会议合作方参会，在大会的网站、微信公众号和会议现场制作宣传材料，进行推广。

三、建设与经营微信公众平台

近年来移动终端技术和设备的快速发展，推动了期刊出版与宣传方式的变革。人们开始更多地利用智能手机、平板电脑等移动终端浏览网页、阅读或下载信息资源^[6]，科技期刊的移动终端业务也有了很大发展，突出表现在越来越多的科技期刊创建微信公众平台和期刊APP，为作者、读者提供多元化服务，丰富纸媒无法提供的产品内容，弘扬学术，促进传播^[7]。

目前31种地学核心期刊，有7家（包含2家正在建设中《中国地质》《矿床地质》）开通了微信公众号，占23%，比例较低。这可能与编辑部人员紧缺、缺乏专业人员维护和更新微信平台的内容有关。已开通的期刊，微信公众号已经可以实现投稿、查询稿件进度、浏览过刊和当期论文等功能，如《岩石学报》的微信公众号已经囊括了网站的所有功能。还有一些期刊的微信公众号拓展了网站的功能，如《沉积学报》的微信公众号增加了“优秀稿件绿色通道”栏目，尽快发表在沉积地质学领域具有重大影响和指导作用的科研成果。《地质与勘探》的微信公众号经常发布一些地质学的科普知识、有趣的地质现象、一些大家关注的地质学的热点知识等内容。这些应用和实践为期刊宣传和推广提供了更多机遇。微信的优势在于可以利用文字、图片、视频等多种媒介即时发布信息，使人们可以更多地利用“碎片时间”随时随地获取信息^[8]。编辑人员需充分利用这一媒体，从新的角度审视期刊的发展、运营和推广。

四、超星期刊域出版

2015年超星搭建了期刊“域专题”平台，快速实现内容的智慧分享和全终端、多渠道分发，使期刊获得更大传播力，为期刊的发展带来新生态。域出版构建了包括作者、编者、读者等在内的学术共同体的交流空间。该平台有四方面优势：（1）在手机终端上同一平台包含多种期刊，解决了在手机终端浏览多本期刊时需要关注多个公众号，或者安装多个期刊APP的困扰；（2）相对数据库检索，平台保留了期刊栏目，还原了期刊原本面貌，读者可以在手机终端浏览和检索单篇论文或者整本期刊，分享给微信好友、朋友圈、QQ、邮箱等，使论文或者期刊获得更广泛传播；（3）编辑部、作者、读者之间可以相互沟通，加强彼此的联系；（4）平台提供了全流程、自助式、智能化的专题汇编功能。

目前31种地学核心期刊,已有19种加入超星平台,《大地构造与成矿学》在2015年已经加入。目前本刊发表的每一期论文,编辑部都会通过超星平台转发到作者QQ讨论组,方便作者进一步分享传播。之前本刊编辑部要求所有来稿作者在系统投稿时用一段简明扼要的话概括文章的研究亮点,以便责任编辑在最短的时间里对论文有个初步的了解,但在论文正式发表时这段最能吸引人眼球的话却无法被大家看到。而在超星平台上,编辑部可以作为第一评论人把文章的研究亮点以评论的形式发表,让每个利用超星平台浏览这篇论文的人都能够看到,方便读者在短时间内获得最重要的信息。

此外,平台提供了全流程、自助式、智能化的专题汇编功能,编辑可以把期刊信息资源二次归纳和利用^[7],利用平台的“域专题”对期刊的相关内容专题汇编。针对作者稿件中热点研究专题“埃达克岩”,笔者正在制作关于“埃达克岩”的域专题,专题涵盖了“埃达克岩概念的提出”“埃达克岩的成因类型”“埃达克岩的分类”“埃达克岩的判别”等方向的经典论文、书籍、学术报告(视频或PPT)。希望通过该汇编专题让作者和读者更方便快捷地找到关于埃达克岩的资料,提高对埃达克岩的认知。随着越来越多期刊的加入和读者的广泛应用,超星“域专题”对期刊的宣传和推广作用会更加显著。

五、结语

期刊的宣传和推广是提高知名度和影响力的一项重要工作。随着数字信息技术、社交媒体、移动终端等技术设备的迅速发展,信息资源的呈现形式多样化,

人们阅读信息、获取知识的途径、阅读习惯都发生了变化,对期刊发展也提出新要求。科技期刊工作者应该充分利用新形势下带来的新技术和平台,重新审视期刊的发展、运营和推广,为读者和作者提供便捷、精准的服务,通过多渠道的宣传策略扩大期刊的品牌效应,提高关注度,为期刊赢来更多的优秀稿件,并广泛传播优秀科研成果。

[参考文献]

- [1]陈培颖,胡蓉,张哲.科技期刊的多元化宣传策略[J].编辑学报,2009,21(5):429-431.
- [2]陈培颖,任艳青,欧彦,等.科技期刊强化宣传推广的若干策略[J].中国科技期刊研究,2015,26(8):886-891.
- [3]郝丽芳,陈宏宇,武文.科技期刊通过自我宣传提高学术影响力的途径——以《生物工程学报》的实践为例[J].编辑学报,2015,27(3):285-286.
- [4]程维红,任胜利,沈锡宾,等.2011—2015年中国科协科技期刊网站建设进展[J].中国科技期刊研究,2016,27(11):1156-1161.
- [5]孙贺平,张学梅,杨侠,等.依托专业学术会议出版高质量专刊的办刊实践——以《有机化学》出版“金属有机化学专刊”为例[J].中国科技期刊研究,2016,27(5):564-569.
- [6]张玲.浅析数字化出版环境下移动终端业务对学术期刊发展的促进作用[J].中国科技期刊研究,2014,25(3):386-388.
- [7]恽海艳.学术期刊微信公众平台的应用与推广[J].编辑学报,2016,28(6):577-580.
- [8]梅阳.传统科技期刊微信公众平台的建设与经营[J].传播与版权,2013(7):142-143.