

提高高校学报知名度的宣传策略*

梁 洁

《北京工业大学学报》编辑部,100124,北京

摘要 科技期刊面临的竞争越来越激烈,高校学报编辑必须有紧迫感,通过利用刊物自我宣传、开展多种活动宣传、利用网络宣传和通过服务作者宣传等途径开展学报宣传工作,加强与科研活动的有机结合,进而扩大学报的读者群和作者群,逐渐树立起学报的品牌形象。

关键词 高校学报;宣传;品牌

Improving popularity of university journals by propaganda strategy//LIANG Jie

Abstract Sci-tech journals are now facing more fierce competitions; therefore, university journal editors must have the sense of urgency. Journals should strengthen publicity through self-promoting, carrying out multiple activities, using network and serving authors, so as to strengthen participation of journals in scientific research activities, and then broaden readership and authorship of the journal, gradually setting up the brand image of the journal.

Key words university journal; publicity; brand

Author's address Editorial Department of Journal of Beijing University of Technology, 100124, Beijing, China

科技期刊的竞争力根本上取决于其内在质量,包括发展定位、学术水平、内容特色等,这也是吸引读者和作者、发挥社会效益和经济效益的前提,而多数高校学报留给人们的印象是千篇一律;所以,要想得到作者和读者的认可,除全面提高学报的学术水平和编辑出版质量外,还需加强宣传。

1 现状分析

目前,不少高校学报通过赠阅或交换刊物的方式进行宣传,但是没有达到预期的效果。在调研的近10家高校学报中,只有河海大学学报编辑部和浙江大学学报编辑部提出通过参加专业学术会议进行学报宣传,多数高校学报的编辑还没有主动宣传的意识。其主要原因如下:1)高校学报的主办方是高校,因此,更多地体现了学校“窗口”的功能,稿源以本校自投稿为主;2)多数高校学报的栏目设置包含本校所有的专业,内容基本上是“大综合”,更多地是从学校本身的学科建设出发,忽视了读者的需求。

在目前形势下,高校学报要想更好地生存和发展,必须有紧迫感和竞争意识^[1],在充分利用校内科研环

境和资源的基础上,把宣传范围扩大到整个科技领域,进而扩大学报的读者群和作者群,改变人们以往对高校学报的印象,逐渐提升自己的知名度。

2 宣传的途径

2.1 利用刊物自我宣传 精品期刊不仅要有好的内容,也要有好的包装。国外知名品牌期刊的印刷装帧都十分精美,体现了其特有的文化神韵。期刊的整体设计包括封面装帧设计和内文版式设计。从封面设计、版面制作和印刷等方面着力提高学报的排版印刷质量,可以做到内涵提升与形式完美的有机结合,激发读者的订购和收藏欲望。

封一是对读者产生冲击力的首要窗口,主要有2类:一类是像数学学科等偏重于基础研究的期刊封一,色彩设计简单,列出重点文章题名,体现出凝重的学术性氛围;另一类期刊的封一多以能体现学科特点的插图作为封面,比如《科学通报》选用当期一篇科学意义较为突出的文章插图或照片作为封一,对重点论文起到推介作用。高校学报可以根据自己的定位和读者群设计封一,还可以充分利用封二、封三、封底刊登被国内外各种检索刊物和数据库收录的情况、当期重点作者简介或本校重点实验室介绍,以及学报参与组织的高水平专业学术会议通知及报道等重要信息,除了达到刊物自我宣传的目的,还可以体现本刊的特色,通过向读者传播科技信息提升学报在读者心中的地位。

版式设计需要树立正确的整体设计观念,以适宜读者阅读为目标,让读者拿到学报就有一种愉悦感,并能以较快的速度获取所需信息,达到宣传学报内容的目的;因此,在经费允许的条件下,可以考虑采用彩色印刷。这样,对于一些颜色渐变和多条曲线重合的插图会有更好的表现效果,能向读者提供更全面、准确的信息。尤其随着数字化出版的发展,科技期刊越来越多地同时出现印刷版和网络版,人们阅读习惯逐渐改变,作者写论文时已经习惯采用彩色插图,如果做到印刷版和网络版一致,则便于作者论文表述和读者阅读,更具有收藏的作用。

2.2 开展多种活动宣传

2.2.1 主办、协办和参加学术会议 主办、协办学术会议是专业科技期刊进行宣传的主要方式之一,《中

* 中国高校科技期刊研究会基金资助课题(GBJXC1254)

国激光》杂志社在这方面做得比较成功。他们参照美国光学学会、国际光学工程师学会的出版与管理模式,在中国光学学会的支持下,开展了以“光学前沿”命名的系列学术活动。这一活动已作为一个品牌逐渐被光学研究人员所认可^[2]。自2008年以来,“光学前沿”系列论坛和会议的参与者均在300人以上,取得了比较好的社会效益和经济效益,这也是他们盈利的模式之一。

目前,重点高校都十分重视科研交流活动,经常主办国内外大型专业学术会议,高校学报完全可以借鉴他们的经验,充分利用学校的科研资源,争取每年至少合办高级别的专业学术会议一次。由于本校是主办方,学报可以得到最大力度的宣传,还可以通过组织者约到优质稿件。学报可以通过门户网站和各专业学会网站发布合作办会信息,由有合作意向的单位于每年6月之前提交下一年的合作办会申请,最终由主编或编委会确定。届时可考虑以专辑或增刊的形式出版会议论文集,进一步扩大学报的作者群和读者群,提升学报在专业领域的影响,并逐步成为学报盈利的一种模式。

此外,优势栏目编辑还可以追踪相关专业的国内外重要学术会议^[3],比如《自动化学报》《国际自动化与计算杂志》联合编辑部,曾利用会议展台、发放宣传册和赠刊等多种方式,向来自各个国家的教授和学生宣传刊物,得到了很多专家的支持,并利用英文刊主编刘国平教授作为会议区域主席的号召力,拿到了不少会议上的优秀论文^[4]。笔者于2012年3月参加了《中国激光》杂志社承办的第7届全国激光技术与光电子学学术会议,了解到该领域的最新进展,还结交了该领域的专家,获得不少专家的真知灼见,而且通过与参会人员交谈、发放宣传册、向专家发约稿函等方式介绍了自己的学报。

2.2.2 组织审稿人参加座谈会 审稿人一般都是业内知名的学者,为学报的学术质量起到了把关的作用,是学报的重要资源。如果学报每年能组织一次审稿专家的新年座谈会,共同探讨提高学报学术影响力的途径,并颁发年度优秀审稿人奖,则对提高学报知名度大有好处:可以加强与审稿人的联系和感情交流,传递学报的办刊思路 and 理念;通过座谈会编辑可以获得很多学术前沿信息和提高学报影响力的建议,也可以借此机会进行宣传,建立起自己的学术联系网络,进一步从审稿人的科研团队约到高水平稿件。此外,在新年到来之际,还可以通过网站发布“致审稿专家的感谢信”,并邮寄贺年卡和审稿工作量证明,以此表达对审稿人的认可和感谢。

2.2.3 栏目编辑联系对口学院举办座谈会 期刊的服务对象是读者,读者是期刊生存和发展的根本,而作者又是期刊持续发展的源泉;因此,要想提高学报的影响力,必须了解作者与读者的需求,加强与作者和读者的联系。高校学报的栏目涉及专业比较多,为了能有针对性地进行沟通和交流,可以采取栏目编辑联系相关院系的方式,与一线教师座谈^[5]。只有深入到院系,才能及时了解教师的科研动态以及学科前沿信息,抓住能反映研究热点的高水平的论文。此外,学校在读学生是学报的忠实读者,可以主动向他们介绍学报的投稿要求,并通过邀请专家开办讲座来提高他们撰写论文的水平。

2.2.4 深入到全国重点高校和科研机构访问 高校学报编辑除了努力抓住本校重点实验室、国家级基金项目资助的优秀论文外,还可以根据优势栏目的年度策划、各领域的研究热点等有计划地访问国内重点高校、研究所及其重点实验室,与专家学者进行面对面的交流,听取他们的意见与建议,并且结合提问,阐明学报的特点、优势以及稿件处理流程,达到扩大学报影响、组织稿源的目的。

2.3 利用网络宣传

2.3.1 加强门户网站建设 当今的数字出版技术已经进入到一个实质性的发展时代,科技期刊将适应不同用户的多元化需求,更多地走向跨媒体的复合出版。这种多媒体环境给高校学报的发展带来机遇;因为读者不再是通过订阅期刊的方式了解信息,更多地是在互联网中通过检索和搜索来找到自己需要的论文,这样就弥补了高校学报综合性的弱点。因此,宣传工作的重中之重就是加强学报网站建设^[6],尽快实现网络化与数字化出版,为用户提供基于期刊内容并超越期刊载体的增值服务。

期刊的网站是快速传播期刊信息与宣传期刊的重要窗口,一个设计良好的网站可以承载几乎所有有关期刊的内容信息,使之成为期刊内容信息发布、品牌推广和为读者、作者服务的综合平台。高校学报应尽快完善网站内容,每篇论文定稿后及时全文上网,为每篇论文申请国际通用的DOI号,方便读者快速找到论文的连接,并提供RSS订阅功能^[6],将论文内容及其他信息快速传送给读者;提供过刊文献的查询、下载服务,方便作者和读者快速查到需要的论文;提供高下载率和高被引论文排名,让优秀的论文得到更大力度的推广;通过会议信息栏目向广大读者提供专业学术会议信息;增强期刊动态信息功能,通过新闻公告及时反映学报及编辑的最新动态,使读者通过网站对学报有更全面、深入的了解;与其他期刊网站互动,互作链接,

扩大受众面。

2.3.2 充分利用互动性网络媒介 高校学报因为受众面窄直接影响期刊内容的传播,而随着互联网的普及,人们阅读和获取信息的习惯逐渐改变;因此,为了增强学报传播的广度,在新媒体环境中应该充分利用互动性网络媒介,加强与作者、读者的互动。比如,可以建立学报作者QQ群,各个栏目编辑共同参与,及时与作者沟通并解答作者的提问,通过口碑传播建立学报知名度。此外,国际主流科技期刊都有自己相应的新闻政策^[7],因此,高校学报可以选择传播范围广、费用低的新媒体——博客和微博作为自己的新闻发布平台。比如,可以将刊发的学术论文与社会热点结合起来,或者用易懂的文字写成科普性知识进行大众传播,提高大众的关注度。这不仅推广了科研成果,而且也宣传了学报。适逢学报周年纪念或策划出版热点研究的专辑之际,还可以通过博客和微博发布信息,从而扩大学报的影响面;还可以通过博客和微博发布学报动态信息,让作者、读者能及时了解,并从用户反馈中得到有益的建议,在第一时间对用户的问题和建议进行答复,从而加强学报与作者、读者的情感沟通和交流。

2.4 通过服务作者宣传

2.4.1 宣传作者 学术水平高的作者能为学报带来质量较高的稿件;因此,学报编辑部可以利用封二对本校在科研领域有突出成就的作者进行包装和宣传,一方面起到宣传本校科研骨干的作用,充分体现出学报服务学校、服务作者的定位,另一方面可以树立作者在读者中的良好形象,引导读者阅读他的论文。采用这种服务和宣传方式可以约到本校一线科研人员的优秀稿件。

2.4.2 推广作者论文 出版行业的数字化风潮在世界范围内是一个大的趋势,数字化加快了信息传播的速度和范围。如果高校学报能够更快、更好地把作者的论文推送出去,让更多的科研人员阅读到,势必会吸引到好的稿源。因此,可以通过学报网站实现论文提前出版,并利用网站短信形式推广作者论文;可以利用学报网站设置“好文推荐”栏目,让优秀的论文有快速传播的渠道;可以利用百度文库、微刊等其他媒体提高学报内容的显示度;还可以利用作者、审稿人的邮箱和采编系统的手机群发功能,把新出版的相关研究方向的论文和新年度的策划信息发给他们。通过上述方式,学报可以实现从被动服务到主动服务的转变。如果作者能够感受到学报提供的优质服务,自然就会认同和信任学报。

2.4.3 实施人文关怀 为了更好地服务作者,学报可以采取以下具有人文创意的举措:除了向作者赠送当

期学报外,再额外赠送印装质量较高、附有学报宣传文字的抽印本^[8]或电子抽印本,作者在进行学术交流的同时可对学报起到免费宣传的作用;提供详细的修改或退稿意见;邮寄别具一格的录用通知书;每年年底为作者提供其发表的论文被引情况的清单;年末通过网站向作者祝贺新年;每年评选一次优秀论文,并且放入网站的优秀论文栏目。

3 结束语

高校学报要想获得竞争优势,必须实施“精品战略”,多学习和借鉴同行的办刊经验,加强与科研活动的有机结合,充分关注我国前沿科学活动和创新成果,吸引并组织优秀稿源。学报编辑必须改变“酒香不怕巷子深”的传统观念,走出办公室,主动与作者和读者接触,在他们中间树立学报的正面形象,并让学报成为展示科研成果的重要媒介。通过多元化的宣传,必将会为学报编辑带来丰富的反馈意见,对办好学报起到积极的推动作用,也将有利于提高学报的知名度。虽然宣传工作的效果是潜移默化的,但是可以预期,随着多元化宣传工作的展开,投稿数量会逐渐增加,尤其外稿比例会逐渐增大。总之,高校学报应该注重宣传的策划性、主动性、连续性和互动性,而作为一名优秀的编辑在实际工作中也应有宣传意识,只有这样,才能为学报开拓出更大的发展空间。

4 参考文献

- [1] 徐玉梅,于长英,刘春光. 高校学报特色化与竞争策略选择[J]. 四川理工学院学报:社会科学版,2012,27(5):105-108
- [2] 段家喜,郑继承,童菲.《中国激光》杂志社集群化发展及体制改革的新进展[J]. 中国科技期刊研究,2011,22(2):176-179
- [3] 蒋函,刘雅琴,苏亚志. 不断提高期刊质量 努力创办一流高校学报[J]. 现代情报,2005(11):145-147
- [4] 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
- [5] 刘谦,吴民淑,肖宏,等.《中国药理学报》组稿与宣传的新举措:期刊高校行[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(3):469-470
- [6] 张伟,陶小雪,林家乐. 利用网站实现学术期刊的主动宣传[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(2):287-291
- [7] 张恬,张宏翔. Nature Biotechnology 的编辑出版模式[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(6):1056-1060
- [8] 袁晓萍. 科技期刊自我宣传方式探寻[J]. 产经透视,2006(5):95-97

(2012-12-03 收稿;2013-01-30 修回)