

学术期刊传播力研究的现状与发展趋势

万东升,陈于后

(四川理工学院 学报编辑部,四川 自贡 643000)

摘 要:近年来,在推动社会主义文化大发展大繁荣、提高国家文化软实力的时代背景下,以及数字化带来的传播方式变革影响下,学术期刊传播力问题逐渐受到了业界同行和有关专家学者的关注。通过对相关研究的现状和趋势进行分析,可得出一些启示:第一,学术期刊需要基于传播力建设的理念,对审稿、用稿和刊稿后各个流程进行调整充实甚至革新,特别是对编辑部或期刊社的内部相关管理制度建立健全;第二,传播力是学术期刊的基础能力,只有提高其能力才能真正提高学术期刊的核心竞争力;第三,在某些情形下,学术期刊影响力与传播力可以等量齐观,有利于编辑出版业界过去很长一段时间的传统研究习惯和知识谱系的传承;第四,学术期刊影响力与传播力需要在差异化中并行发展,有助于学术期刊发展目标更为明确、行动更为高效、办刊绩效更为显著;第五,编辑出版业界需要加强传播力与影响力进行融合的传播影响力研究。

关键词:学术期刊;传播力;影响力;传播影响力;受众;期刊评价;学术评价

中图分类号:G23;G206

文献标志码:A

文章编号:1672-8580(2013)01-0101-06

一、学术期刊传播力研究的现状

以中国知网的“中国学术文献网络出版总库”^①为文献来源进行检索,关于期刊传播力的研究,以正文包含“期刊”+“传播力”的文献,有 2938 篇^②,但从研究主题的相关性看,较有代表性的文献有 9 篇。这 9 篇文献,可在一定程度上反映期刊传播力研究的现状,概述如下。

1.《h 指数在期刊网络传播力评价中的应用》^③,文章认为,在网络高度发达的今天,网络传播力已成为期刊整体影响力的一个不容忽视的重要方面,但学界过去一直比较重视基于引文量的期刊学术影响力评价,而忽视基于下载量的期刊网络传播力的研究。针对目前期刊网络传播力评价研究相对薄弱的状况,提出基于下载量的期刊 hd 指数,并以 CNKI 为数据源,选取哲学、宗教、法律、贸易经济、语言学 and 图书情报学 6 个

学科的期刊为研究对象,剖析了 hd 指数与其他计量指标的区别和联系。认为 hd 指数可以作为考量期刊网络传播力的一个很好的参考标尺。

2.《文学期刊的传播力研究——以清末民初的<小说月报>为考查对象》^④,文中指出,《小说月报》传播力主要体现在:与受众阅读观念相契合的传播内容;传播技术的提高扩大了刊物的影响力;畅通的传播渠道提高了传播的宽度与广度。受其经验与启示,建议文学期刊:创新传播内容提高传播的影响力;提高期刊的传播技术;通过多种渠道拓宽期刊的传播渠道。

3.《数字环境下区域性学术期刊如何提升传播力》^⑤,文章主要在数字化的理念下,从市场环境的发展格局和趋势出发,就资源整合和利用,发行渠道,盈利模式,人才支持和培养等方面提出学术期刊的管理和发展举措。

4.《学术期刊转型发展的着力点》^⑥,该文作者是

收稿日期:2013-01-01

基金项目:全国高等学校文科学报研究会编辑学研究重点资助课题(Zd201101)

作者简介:万东升(1981-),男,四川宜宾人,研究方向:出版管理学、传播学;

陈于后(1964-),男,四川富顺人,教授,研究方向:出版管理学、传播学。

网络出版时间:2013-02-04 **网络出版地址:**<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20130204.0932.015.html>

《改革》杂志总编辑,他以《改革》杂志的办刊经验为例进行了总结。他对期刊传播力的理解,主要是致力于提升舆论引导力,发挥期刊领军人才的作用,推进数字出版,争取进入国际权威学术检索系统,以及出版英文版;并且以具体的成功办刊举措为例进行了说明。另外,他还指出,学术期刊竞争力、公信力、传播力的提升相辅相成,三者互动发展。

5.《浅论数字出版时代期刊传播能力的提升》^[5],文章主要是在数字出版时代背景下,就期刊探索新的盈利模式;加快资源整合,创新期刊传播手段和渠道;推动新闻出版业“走出去”;确立人才优先发展战略,加强人才队伍建设这些方面阐述了提升期刊传播力的途径,侧重于宏观的期刊管理理念。

6.《基于“服务为王”理念的期刊视觉传播力研究——中国第1 高端文摘杂志〈经典〉的视觉传播维度》^[6],文中指出,视觉传播不是孤立于编辑、发行、广告经营之外的,视觉管理体系的传播维度应该从更为全面的角度考虑设计的有效性和实用性。厘清视觉传播对期刊的经营和品牌的关系,充分意识到视觉传播对经营和品牌的重要作用。

7.《网络时代提升高校学报文化传播力的探讨》^[7],文章主要认为高校学报具有独特的社会价值和科学价值。从树立承担主流文化传播责任意识;准确定位彰显高校学报的特色;注重发挥高校学报的服务功能;利用网络扩大学报的影响,拓展学术文化交流的平台这些方面提出了提升高校学报文化传播力。

8.《高校期刊传播现状的量化分析及发展趋向》^[8],文章主要就当前数字化生存环境下,以79家河北省高校期刊为研究对象,从期刊发行、网络传播、特色建设和影响因子四个方面对河北省高校期刊的传播状况进行统计分析,并指出高校期刊专业化、市场化、集约化和数字化的传播发展方向。该研究主要借助于中国知网的文献计量统计和分析平台所提供的数据,在文献计量学意义方法上,在传播效果上的分布式、集中式的情况进行了概括和总结,由此引申到对于高校学报名刊栏建设工程,专业化发展等方面的思考。

9.《高校学报怎样走出边缘化》^[9],文中认为,互动是传播力得以提高的一个必备因素。从某种意义上说,互动是现代传播的本质特征,传播就是互动,没有互动,传播效果就大打折扣。相比较电视、网络等媒体的互动性很强,高校学报要走出边缘化,需要在编辑主体与读者、作者三方互动上提升高校学报的传播力,比如,编辑撰写导读、按语等,组织读者座谈会,开设编读热线、读者信箱、批评与争鸣等栏目。

二、学术期刊传播力研究的现状分析

(一)关于期刊尤其是学术期刊传播力的研究于近几年才开始受到关注

一些学者认为^[10]，“传播力”这一概念是复旦大学朱春阳教授于2006年提出的^[11]。而从前文所见,学术期刊传播力研究于2009年开始,不早于2006年;也就是说,关于学术期刊乃至期刊传播力研究是近几年才开始得到了业界的关注和重视。特别是2012年,云南师范大学主办、云南师范大学学报承办的“第二届社科期刊改革与特色栏目建设高层论坛”^[12],论坛的核心主张是“社科期刊应高度重视传播力”。这个会议报道在《人民日报》刊出后,随即被新华社、国家社科基金网站、中国高校人文社会科学信息网等业界重要网站以及搜狐、网易等商业大众网站转载,产生了较大反响。这表明,近年来,在推动社会主义文化大发展大繁荣、提高国家文化软实力的时代背景下,以及数字化带来的传播方式变革影响下,学术期刊传播力问题逐渐受到了业界同行和有关专家学者的关注。

(二)数字化、网络化等的发展是学术期刊传播力研究与建设的重要推动力

由于独特的学术评价和学术期刊评价机制所影响,与报纸、电视、非学术性刊物等媒介相比较,学术期刊与他们具有显著的区别,而具有比较封闭的、精英的、独立的特征。因为大部分学术期刊一方面处于卖方市场,没有自负盈亏的经济成本和生存压力,另一方面代表着与学历、学位、职称等相关的知识价值和评价价值。所以,大多数学术期刊管理者和编辑对于学术期刊的影响力考虑甚少,对于传播力的考虑则更少。

但是,由于数字化、网络化等的运用和发展,导致学术期刊的显示度的确比过去有了更明显、更广泛的提升,尤其是下载量的提高,由此带来的学术期刊的被引频次、影响因子等文献计量指标的提高。尽管学术期刊在各种传播媒介中居于比较曲高和寡的位置,但一些学术期刊为了提升自己的评价权威度和巩固其核心地位,比如各种级别的认定,各种核心期刊体系的人选,各种奖励资助体系的加入,在文献计量学上也不得不重视传播力的提升。

(三)学术期刊在现代科技的影响下逐渐开始运用传播力提高生存和发展的能力

我国目前拥有大量的学术期刊,但真正具有较高学术水平和影响力的学术期刊是少数一部分,大部分学术期刊办刊模式比较传统,甚至办刊模式比较单一和平庸。而学术期刊作为学术展示和交流的平台,在数

字化、网络化时代背景下,面临着内部的竞争压力,比如争取优质稿源,甚至一些纯盈利性刊物,也面临着以盈利为目的的稿源竞争。传播力可以丰富他们的竞争内容、竞争策略、竞争手段,在期刊品牌塑造、期刊口碑、期刊形象等方面进行一些调整。在这个意义上说,传播力不是基于学术期刊评价和学术评价的考量,而是基于期刊生存与发展的考量。

(四)传播力是学术期刊的基础能力

学术期刊的传播力是指一本学术期刊通过各种传播方式的组合,由信息扩散导致产生的传播能力。它包括传播的信息量、传播速度和精度、信息的覆盖面以及影响效果^[4]。学术期刊的传播力建设,是学术期刊编辑部或期刊社需要从期刊管理角度上深入考虑的重大问题。传统意义上的学术期刊管理体制和机制,主要是在学术评价、学术期刊评价体制和机制为框架下建立起来的。比如三审审稿制度,同行专家评议制度,这两大制度为基点构建起了学术期刊运作的各个流程。而学术期刊发行如邮购、提供电子数据给各数据公司、免费交流交换等出刊后的事宜,与传播力的关系有较为密切的关系,但这种传播模式对编辑部或期刊社的影响不够大或不够充分,传统的学术期刊管理更注重出刊或发行之前的收稿、审稿程序,在整个收稿、审稿、用稿一系列程序中对传播力考虑甚少。由于媒介技术手段的多元化发展,学术期刊需要基于传播力建设的理念,对审稿、用稿和刊稿后各个流程进行调整充实甚至革新,特别是对编辑部或期刊社的内部相关管理制度建立健全。否则,将来的发展会陷入一些被动和来自外部竞争的各种冲击。

(五)学术期刊的核心竞争力须以传播力为基础

关于期刊核心竞争力的研究,以“期刊”+“核心竞争力”为主题的文献,有705篇。可以看出:编辑出版业界对于学术期刊核心竞争力颇为重视,开展了较为广泛深入的研究^[13-21]。在笔者看来,现有的相关研究主要立足于资源优势确立,人才队伍建设,载文内容独特性和专业性,凝聚读者作者等方面来阐述和分析的,侧重于宏观的期刊管理的范畴。这样的研究进路是必要的。但就传播效果和手段的角度来看,由于学术期刊的独特属性,从狭义上理解,被提高引频次和影响因子可简略为其核心竞争力,这更为关键。

但从某种意义上看来,如果学术期刊缺乏必要的受众传播,也就缺乏被引频次和影响因子的先决基础。因为被引频次和影响因子作为现实或潜在的作者造就的,但这种作者的确立首先必须是读者,也就是学术期刊传播的受众。因此,传播力是学术期刊的基础能力,

只有提高其能力才能真正提高学术期刊的核心竞争力,否则要提高学术期刊的核心竞争力,是无源之水无本之木。但有必要指出的是,提高学术期刊的受众传播,并不必然提高学术期刊的核心竞争力,因为还存在学术评价方法差异、作者偏好、当时的客观条件等各种复杂因素的影响,存在较大的不确定性。学术期刊毕竟不像报纸、生活杂志等媒介的受众传播,传播信息量得到有效传递,就一定会产生他应有的市场价值和社会价值;学术期刊的信息传播被有效传递,并不一定能在其核心竞争力上得到有效转化。不过,无论如何,学术期刊必要量度和范围的受众传播是必须的。

三、讨论与结语

(一)学术期刊影响力与传播力在某些情形下可以等量齐观

关于期刊影响力的研究,以正文包含“期刊”+“影响力”的文献,有161083篇之巨。而用主题法检索,进一步提升研究的相关性文献,也有4246篇之多。对这些文献进行要览式浏览,可以看出:(1)学术期刊影响力研究的科学价值和实践价值已经在业界得到公认和普遍应用,研究的时间较早、持续性较长、影响较大。(2)编辑出版业界对学术期刊影响力研究从不同的视角,按照不同的学科专业杂志^[22]的特点、刊物不同的集群甚至地域^[23]分布,进行了理论与实践相结合的横向和纵向研究,研究成果比较纯熟。(3)学术期刊影响力研究的文献,几乎无一例外是建立在以学术评价和学术期刊评价框架为价值导向的,研究的价值取向是为了有利于提升学术期刊的学术评价地位和优势,具有在学术界和学人中更大的话语权。(4)学术期刊影响力研究由于前述十分明确的学术评价目的,大多数文献的研究方法和手段更多依靠于文献计量学的各种数据和指标的讨论^[24],这方面的研究文献占据主要地位,也是在实践中能得到应用的科学性文献。(5)大部分学术期刊影响力研究将学术期刊文献计量评价指标的变化视为其学术影响力的变化^[25-26]。(6)部分学术期刊影响力研究是将加强期刊综合管理和提高管理水平视为提高学术影响力^[27-28]。(7)部分学术期刊影响力研究是将多种传播技术的运用、提升传播效果视为提高学术影响力^[29]。(8)部分学术期刊影响力研究是将调整载文内容视为提高学术影响力^[30]。

由上可见,目前编辑出版业界对于学术期刊影响力的认识,由于研究视角和立场的不同,展现出来的研究思路和方法不同,对于影响力的认识也呈现着不同的理解。因此就系统完整的理论逻辑方法来看,大部分

的文献都是相对比较简单、片面的研究,将文献计量和评价指标、不能完全涵盖的名词术语概念、不同的视角和立场视同于影响力,而只有极少数部分文献相对比较科学一些,但仍然不能脱离以学术评价和学术期刊评价框架为价值导向的窠臼。几位知名业内专家的观点颇有代表性。如《北京大学学报(社会科学版)》程郁缀、刘曙光先生在《论文质量、期刊质量与期刊影响力》^[1]指出,如何构建和完善定性与定量相结合的、公正而又公平、科学而又合理的学术评价体制,使人文社会科学的研究者、传播者、管理者、评价者各归其位、各司其责,使人文社会科学走上良性循环的轨道。《陕西师范大学学报(哲学社会科学版)》张积玉先生在《学术期刊影响力及其评价指标体系的构建》一文中认为^[2],一个科学、合理和可行的学术期刊影响力评价指标体系,起码应包括学术期刊的学术影响力、社会影响力和读者、社会认可度三项指标。评价学术期刊影响力,应正确认识 and 把握好学术论文质量与学术期刊影响力、影响因子与学术期刊影响力、核心期刊与学术期刊影响力、传播方式与学术期刊影响力等关系,坚持以定量评价为基础、定量评价与定性评价相结合的方法。

如此,是不是就认为目前编辑出版业界对于学术期刊影响力的认识和理解大多数存在片面和简单化,只有极少数业界知名专家学者的观点就更为科学和全面呢?这不是一个理性客观的态度,因为,编辑出版主要是以应用性为主的行业和学科,由于实践经验千差万别,每个编辑部和编辑都有各自不同的编辑环境,也由于各种各样的历史原因,也有一部分编辑缺乏系统全面的编辑出版理论和学术训练,他们的文章撰述必然千差万别、异彩纷呈。在这个意义上说,只要他们的文章在同一篇幅里,对于影响力的认识和理解只要体例一致,观点鲜明统一,哪怕是影响力与传播力等术语概念混同也是无可厚非的。这也是符合编辑出版业界过去很长一段时期的传统研究习惯和知识谱系的传承。

(二)学术期刊影响力与传播力需要在差异化中并行发展

由于前述的原因,学术期刊影响力与传播力在并行不悖中发展是不难理解,但仍然要同时实施差异化发展,因为就严格的理论界定和厘清来考虑,两者仍然是不同的名词术语和概念,在理论的科学规范中,仍然有不同的实践指导价值。

从广义上看,影响力代表着期刊人对于期刊价值的追求,传播力代表着期刊人为了实现其价值追求的努力方式和手段,影响力伴随着期刊质量和评价目标

的因素,传播力伴随着扩大受众的因素。基于这个立场的考量,可有助于编辑出版业界从过去几十年来比较专注的影响力研究,调整到多关注传播力研究。其意义不仅仅在于此,还包括受众传播更少考虑期刊质量和评价目标,淡化学术期刊评价和学术评价的强烈目的性及功利性。把扩大传播受众作为期刊人重要的办刊工作内容和发展战略,而不是拘泥于被引频次和影响因子等所代表的影响力提升。

但是,传播力的建设并不能取代影响力的建设,因为传播的根本目的和价值归宿,也是为了对某种事物达致某种影响,使其改变或调整原有的状态,否则盲目的、漫无目的的受众传播,或许会形成一种信息骚扰,而取得适得其反的效果。比如,一些数据商在优先出版平台上提供的手机定向发送平台,将电子数据的网址通过输入手机号码发送到特定人士的手机上,这个功能是否需要得到运用,有待根据各刊物的实际情况进行慎重考虑和选择。

所以,在数字化、网络化时代背景下,加强学术期刊传播力的建设,与影响力建设并行不悖和差异化中系统发展,有助于学术期刊发展目标更为明确、行动更为高效、办刊绩效更为显著。

(三)编辑出版业界需要加强传播力与影响力进行融合的传播影响力研究

传播影响力指的是传播内容达到后的效果及其再释放能力所产生的最终结果,是接受者完成接受行为后,传播内容对个人和社会实际生成的影响力度,是在传播效果概念基础上提出的^[3]。学术期刊传播力建设是一项重要的系统工程,传播影响力建设更是重中之重。

关于“传播影响力”为主题研究的文献,有 349 篇,与前面检索的包含有“期刊”和“影响力”的文献,有 161083 篇之巨相比较,可谓相形见绌。但早在 1992 年就已经有学者对传播效力的影响力进行了分析(《新闻传播效力的一项实证分析》)^[4],尽管其中的观点大多不适应于当今多媒体和数字化时代发展的情况。而在文献研究主题上明确提出“传播影响力”的是 2002 年的《报纸竞争力与传播影响力的有效转换》一文^[5],中间间隔了近十年之久,从这个时候开始,关于“传播影响力”为主题的文献才逐渐开始增多。用“期刊”+“传播影响力”的主题法检索,则仅有 15 篇文献,比较有代表性的两篇文献(《利用 K-shell 分析合著网络中的作者传播影响力》^[6]、《学术期刊的网络传播及影响力研究——以国内 23 种图书情报类期刊为例》)^[7]主要是基于文献计量数据,对期刊或其作者的网络传播影响力

进行了分析。用“学报”+“传播影响力”的主题法检索,也仅有7篇文献,仅有1篇文章比较相关(《地方院校学报提升影响力路径创新探究》^[38]),但文章因为篇幅和文献综述的缺乏,对于传播影响力的诠释还不深入。从这些文献可以看出:编辑出版业界对于传播影响力早已关注,但由于时代和现实条件所限,没有引起足够的重视,造成现有的研究基础仍然十分薄弱,亟待加强这方面的研究。随着媒介技术的发展和文献计量学的进步,对学术期刊传播影响力的研究将成为时代和学科发展的必然趋势。

注释:

①本库包含期刊、学位论文、报纸等上千万篇文献,收录范围较为完整,回溯历史文献较为悠久,具有较好的广泛性和代表性。若无特别说明,文中涉及到的文献检索均来自于此数据库,不再赘述。

②截止于2013年2月8日,后面的其他检索项目,截止时间相同,不再赘述。

参考文献:

- [1] 许新军.h指数在期刊网络传播力评价中的应用[J].情报杂志,2012,(11):66-70.
- [2] 李直飞,刘吉冬.文学期刊的传播力研究——以清末民初的《小说月报》为考查对象[J].三峡论坛:三峡文学·理论版,2012,(6):133-136.
- [3] 王雅坤,侯翠环.数字环境下区域性学术期刊如何提升传播力[J].传媒,2012,(3):55-56.
- [4] 王佳宁.学术期刊转型发展的着力点[J].传媒,2011,(10):20-22.
- [5] 洪瑞.浅论数字出版时代期刊传播能力的提升[J].学理论,2012,(21):137-138.
- [6] 姚丹.基于“服务为王”理念的期刊视觉传播力研究——中国第1高端文摘杂志《经典》的视觉传播维度[J].今传媒,2012,(10):35-36.
- [7] 林钢.网络时代提升高校学报文化传播力的探讨[J].中国出版,2010,(20):53-55.
- [8] 吴星.高校期刊传播现状的量化分析及发展趋向[J].石家庄经济学院学报,2012,(4):125-130.
- [9] 吴志慧.高校学报怎样走出边缘化[J].编辑学刊,2009,(1):37-41.
- [10] 孟国凤,乌桂生.论地方广播媒体传播力的实现与拓展[J].中国广播,2009,(7):27-28.
- [11] 朱春阳.传播力,传媒价值竞争回归的原点[J].传媒,2006,(8):52.
- [12] 罗骥.社科期刊应高度重视传播力[N].人民日报,2012-12-31.
- [13] 公晓红,冯广京.我国期刊核心竞争力研究评述[J].中国科技期刊研究,2006,(2):182-188.
- [14] 俞志华.论精品科技期刊核心竞争力的构成和提升[J].编辑学报,2005,(5):321-323.
- [15] 侯敬,胡建明.论铁路科技期刊的核心竞争力[J].编辑学报,2008,(6):531-533.
- [16] 赵茜.基于读者价值的科技期刊核心竞争力的识别[J].中国科技期刊研究,2011,(3):410-413.
- [17] 赫建忠,杨洪泉.提升科技期刊核心竞争力有效途径的探讨[J].中国科技期刊研究,2008,(4):656-658.
- [18] 杨瑞,袁泽轶,李晓光,等.海洋科技期刊作者群分析及核心竞争力探寻[J].中国科技期刊研究,2011,(5):720-723.
- [19] 刘远颖,刘培一.论学术期刊核心竞争力的提升[J].中国科技期刊研究,2007,(2):191-194.
- [20] 陈翔.科技期刊构建核心竞争力中作者队伍的组建原则与措施[J].中国科技期刊研究,2011,(4):498-501.
- [21] 张音,周金龙.试论我国科技期刊核心竞争力发展路径[J].中国科技期刊研究,2009,(5):803-806.
- [22] 白娅娜,武英刚,官在芹.提高煤炭科技类期刊质量和影响力的途径[J].中国科技期刊研究,2012,(5):868-872.
- [23] 苗凌,葛赵青,赵大良,等.中文科技期刊国外影响力的统计与分析[J].编辑学报,2012,(6):605-608.
- [24] 伍军红.复合影响因子与期刊影响力评价[J].编辑学报,2011,(6):552-554.
- [25] 袁桂清,周赞.中国三大医学系列期刊影响力对比分析[J].中国科技期刊研究,2005,(6):850-852.
- [26] 黄冬华,蒋伟,贾贤,等.我国冶金学及冶金工程学期刊国际影响力趋势分析[J].中国科技期刊研究,2012,(2):239-242.
- [27] 周全.提高期刊影响力的途径探讨[J].广东技术师范学院学报,2007,(6):54-55.
- [28] 梁丽,张洋.采取多种途径增强期刊影响力——《实用药物与临床》办刊体会[J].中国科技期刊研究,2008,(1):107-109.
- [29] 国荣,邱芬,胡爱玲.重视呈现度和发展机遇:提升高校科技学术期刊的影响力[J].编辑学报,2011,(6):513-515.
- [30] 黄青,冯有为.综述论文与学术期刊影响力[J].中国科技期刊研究,2009,(6):1130-1131.
- [31] 程郁缀,刘曙光.论文质量、期刊质量与期刊影响力[J].陕西师范大学学报:哲学社会科学版,2010,(5):64-69.
- [32] 张积玉.学术期刊影响力及其评价指标体系的构建[J].陕西师范大学学报:哲学社会科学版,2010,(5):70-76.
- [33] 段鹏.收视率与满意度的博弈——刍议电视节目传播影响力与收视率、满意度的关系[J].现代传播(中国传媒大学学报),2007,(6):85-87.
- [34] 张学洪.新闻传播效力的一项实证分析[J].新闻研究资料,1992,(2):17-29.
- [35] 罗建华.报纸竞争力与传播影响力的有效转换[J].中国记

- 者,2002,(5):25-27.
- [36] 张金柱.利用 K-shell 分析合著网络中的作者传播影响力[J].现代图书情报技术,2012,(5):65-69.
- [37] 朱玉奴.学术期刊的网络传播及影响力研究——以国内 23 种图书情报类期刊为例[J].情报杂志,2012,(11):71-76.
- [38] 沈天舒.地方院校学报提升影响力路径创新探究[J].中国出版,2012,(2):37-38.
- 责任编辑:梁 雁

Present Situation and the Development Tendency of Academic Journal Propagation Force Research

WAN Dongsheng, CHEN Yuhou

(Journal editorial board, Sichuan University of Science & Engineering, Zigong 643000, China)

Abstract: In recent years, in the background of promoting socialist cultural development and prosperity, improving national culture soft power and the influence of the digital transmission mode change, academic journal propagation force problem is gradually concerned by the industry peers and relevant experts and scholars. Through the research of the present situation and trend analysis, some enlightenment can be got: first, academic periodicals should be based on the concept of the propagation force. The process of reviewing, accepting and issue should be adjusted, enriched even innovated. Especially for editorial office or journal internal management system should be established and perfected. Second, the propagation force is the basis of academic periodicals ability, only after its ability is improved, it can really improve the core competitiveness of the academic periodicals. Third, in some cases, the academic periodical influence and transmission force can be equated and be favor of inheritance of the traditional and long time study habits and knowledge pedigree for editing and publishing industry. Fourth, academic periodical influence and the propagation force should be developed in parallel in differentiation and will be favor of academic journal's development goal is clearer, action is more efficient, and the performance is more significant. Fifth, editing and publishing industry need to strengthen spread influence research on the fusion of propagation force and influence force.

Key words: academic journals; propagation force; Influence; spread influence; audience; periodical evaluation; academic evaluation