

新媒体矩阵赋能科技期刊传播高质量发展的 现实审视与实践路径

刘娟¹, 罗海军^{2*}

(1. 新疆师范大学 期刊社, 新疆 乌鲁木齐 830017; 2. 新疆师范大学 马克思主义学院, 新疆 乌鲁木齐 830017)

摘要:科技期刊作为传播学术成果的核心载体,其传播质量直接关系到科技创新活力与国家科技竞争力。新媒体矩阵以多平台协同、多形态呈现、多渠道触达的优势,为科技期刊传播高质量发展提供了全新可能。文章通过实证研究与案例分析,剖析新媒体矩阵赋能科技期刊传播的内在特征、影响因素及现实困境,包括内容同质化、传播效能失衡、用户黏性不足、人才短缺等突出问题;最后从内容生产、平台建设、用户运营、人才培养、机制保障五个维度,提出具有针对性与可操作性的优化路径,为科技期刊借助新媒体矩阵实现传播力、引导力、影响力、公信力的协同提升,提供理论参考与实践指引,助力科技期刊在新时代承担起传播科学思想、推动科技创新的历史使命。

关键词:新媒体矩阵;科技期刊;学术传播;内容体系;传播体系

中图分类号:G230.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-9659(2026)03-0083-08

在数字中国战略与国家科技自立自强需求的双重驱动下,科技期刊作为“国家科技竞争力的重要组成部分”^[1],其传播能力建设已成为提升国家学术话语权的关键抓手。传统科技期刊以纸质载体为核心的传播模式存在传播范围有限、反馈机制滞后、互动性不足等弊端,难以满足新时代学术成果快速传播、信息共享、成果转化的需求。与此同时,以期刊社网站、微信、微博、抖音、B站、各类集群学术平台(中国知网、万方数据库、维普等)为代表的新媒体平台蓬勃发展,形成了多形态、多层次、多渠道的传播矩阵,为科技期刊突破传播瓶颈提供了技术支撑与路径选择。

1 问题的提出与学术动态

新媒体矩阵赋能科技期刊传播高质量发展,不仅是科技期刊自身转型升级的内在需求,更是服务国家科技创新战略的外在要求。国外关于科技期刊传播的研究起步较早,多聚焦于数字技术对期刊传播模式的影响。有学者通过对《Nature》《Science》《Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)》等国际顶级期刊的研究,发现新媒体平台的应用使科技期刊论文的下下载量有所提升,但同时也存在信息过载导致的传播效率稀释问题^[2],即传播效能耗散问题。还有学者构建科学传播生态系统的跨国比较框架,将传播体系分为结构性和观念性两个维度,提出四类理想型传播生态^[3]。国外研究的优势在于实证数据丰富、技术应用研究深入,但缺乏基于马克思主义理论的政治方向引领,对中国科技期刊的本土化特征关注不足。

国内研究近年来呈现快速增长态势,主要集中在三个方向:一是新媒体技术在科技期刊中的应用实践。熊文文等人深入探讨全媒体时代下科技期刊融合发展之路,系统阐述在平台开发和实践过程中面临的困难

[收稿日期]2025-11-01

[修回日期]2025-12-15

[基金项目]2025年度新时代党的治疆方略理论与实践研究课题(2025ZJFLS01);2025年中国高校科技期刊研究会“师范·民族”期刊专项(CUJS-SFMZ-2025-C21)。

[作者简介]刘娟(1981-),女,副编审,主要从事期刊编辑学方面研究,E-mail:44139329@qq.com.

*[通讯作者]罗海军(1998-),男,博士研究生,主要从事马克思主义中国化方面研究,E-mail:1983544418@qq.com.

与应对措施,并提出科技期刊融合发展的建议与愿景^[4]。陈小明认为,数智媒体技术的应用、数据素养的提升、内容创新的推动以及跨学科融合的拓展是科技期刊高质量发展的重要方向^[5];二是科技期刊传播效能的评价研究。庞瑜等人系统梳理国内外科技期刊精准推送的发展现状,识别中文科技期刊在精准推送实践中面临的关键挑战,并展望未来发展趋势,为提升中文科技期刊的传播力与影响力提供理论参考与实践路径^[6]。付宇航认为,当前科技期刊科普化传播的实践困境主要体现在认知与体制结构、内容转化与传播效能、传播生态与评估机制等层面^[7];三是马克思主义理论与期刊发展的结合研究。顾良艳探讨了马克思主义理论学术期刊微信公众号内容建设的模式与相关问题^[8],还有学者从马克思主义宣传观视角分析了学术期刊的意识形态功能。但现有研究仍存在明显不足:一是理论深度不够,将马克思主义媒体观与新媒体矩阵传播结合的系统性研究较少;二是实践针对性不强,对新媒体矩阵应用中的具体问题剖析不够深入,提出的路径多停留在宏观层面;三是研究方法单一,缺乏大规模实证调研与跨学科融合研究。

2 现实审视:新媒体矩阵赋能科技期刊传播的现状、影响与困境

为全面掌握新媒体矩阵赋能科技期刊传播的现实情况,文章深入分析现今科技期刊传播的现状、影响因素和核心困境。

2.1 新媒体矩阵赋能科技期刊传播的内在特征

2.1.1 平台覆盖日趋广泛,但协同性不足

调查发现,大部分科技期刊开通了至少两种新媒体平台,开通最多的是中国知网学术平台,其次是微信公众号,部分期刊开通了抖音/视频号、B站、播客等平台。从平台类型来看,科技期刊的新媒体矩阵已初步形成“社交平台+内容平台+学术平台”的格局。

但目前,平台覆盖日趋广泛,协同性不足。一是内容协同缺失,科技期刊在不同平台发布的内容完全重复,多为论文摘要或全文链接,未根据平台特性进行差异化生产;二是运营协同不足,由编辑兼职负责新媒体运营,缺乏专门的运营团队,不同平台之间缺乏统一的运营策略与调度机制;三是数据协同薄弱,未建立跨平台的用户数据管理系统,无法实现用户行为数据的整合分析,难以精准把握用户需求。

2.1.2 内容生产初现创新,但学术性与通俗性失衡

与传统传播模式相比,科技期刊的新媒体内容生产呈现出一定的创新特征。一是内容形态多元化。部分期刊尝试制作学术短视频,例如,论文核心观点解读、实验过程展示,有期刊运用“AI+实验过程”推出文章摘要,或开设学者访谈直播栏目,少部分期刊推出学术播客;二是内容主题拓展。除学术论文外,大部分期刊发布学术会议资讯、科研方法指导、学术规范解读等延伸内容;三是互动性增强。绝大多数期刊在推文后设置留言提问、观点讨论等互动环节。

但内容生产仍存在学术性与普及性失衡的问题。一方面,大部分科技期刊新媒体内容过于专业化,直接转载论文全文或复杂的公式推导过程,读者大多难以理解,传播范围受限;另一方面,部分期刊为追求流量,过度简化学术内容,甚至出现“标题党”“娱乐化”等不良倾向,例如,将严肃的学术成果与网络热词强行结合,损害了科技期刊的学术权威性。

2.1.3 传播效能有所提升,但区域与学科差异显著

新媒体矩阵的应用显著提升科技期刊的传播效能。研究发现,进行新媒体矩阵建设的期刊,其论文的平均下载量较未开通的期刊有显著提高,平均引用量也超过后者;读者获取学术成果的平均时间从原来的3~5天缩短至1天以内,传播时效性大幅提升^[10]。从浏览量来看,大多数读者通过新媒体平台获取科技期刊的学术内容,部分读者认为新媒体平台因操作便捷性与内容丰富性已成为获取学术信息的主要渠道。

但传播效能存在明显的区域与学科差异。从区域来看,国内东部地区主办的期刊,其新媒体内容的平均阅读量较中西部地区期刊有显著提升;从学科来看,自然科学类期刊的新媒体传播效能优于社会科学类期刊,其中,工程技术、医学等应用型学科,因在多媒体平台进行了可视化呈现,其传播效能凸显,而哲学、历史学等基础学科的传播效能相对较低。

2.1.4 用户互动初步展现,但黏性与参与度偏低

新媒体平台为科技期刊与用户间互动提供了便捷渠道。目前,科技期刊的用户互动主要有三种形式:一是咨询答疑,例如,通过微信公众号后台解答读者关于论文发表、内容理解的问题,这是最主要的互动形式;二是观点讨论,例如,针对热点学术问题发起话题讨论,引导读者留言交流;三是用户参与内容生产,例

如,邀请读者进行投稿、分享写作经验。

但用户黏性与参与度普遍偏低。研究发现,科技期刊新媒体平台的平均用户留存率较低,大部分用户在关注该平台一段时间后便取消关注,远低于大众媒体的平均水平;在互动频率方面,微信公众号推文的留言数、点赞数与阅读量均较少,表明多数用户处于被动阅读状态,主动参与互动的意愿不强^[11]。

2.2 新媒体矩阵对科技期刊传播的影响

2.2.1 拓展传播渠道,提升传播覆盖面

传统科技期刊的传播主要依赖纸质订阅与图书馆馆藏,传播范围局限于科研机构与高校内部^[12]。新媒体矩阵打破了时间与空间的限制,通过多平台协同传播,使学术成果能够触达更广泛的受众,包括偏远地区的科研工作者、企业研发人员、高校学生以及对科技感兴趣的社会公众。例如,《中国医学科学院学报》^[13]的微信公众号“论文阅读”栏目,单篇推文最高阅读量达5.8万次,大多数读者来自基层医疗机构,这是传统传播模式难以实现的。

2.2.2 优化传播时效,加速学术成果转化

传统科技期刊的出版周期通常为3~6个月,学术成果的传播存在明显滞后性^[14]。新媒体矩阵能够实现学术成果即时传播,如科技期刊可在论文录用后、正式出版前,通过新媒体平台优先发布论文的核心观点与摘要,提前启动学术传播;对于重大科研成果,可通过直播、短视频等形式实现同步传播,加速学术成果向实践转化。例如,《自然·通讯》(中国版)在发布“某传染疫苗研发新进展”相关论文时,同步在微信、抖音、B站推送解读内容,24小时内总传播量突破上百万次,为相关科研团队提供即时传播。中国知网的“网络首发”功能可提前发布学术成果,受到各个期刊社、编辑部的青睐。

2.2.3 创新传播形式,增强学术传播吸引力

传统科技期刊以文字为主要传播形式,内容枯燥、形式单一,难以吸引年轻的科研工作者与社会公众的关注^[15]。新媒体矩阵通过文字、图片、视频、直播、互动问答等多种形式的融合,使学术传播更加生动、直观。例如,《物理学报》^[16]的主办单位中国物理学会在抖音账号上推出“物理小课堂”,通过动画演示的形式,解读复杂的物理原理,单条视频最高播放量达230万次,吸引大量青少年关注,实现科学普及与学术传播的双重目标。《物理学报》2025年推出13个前沿专题,年底形成高质量专题集锦,并评选出年度最有影响力的论文、优秀审稿专家,以上信息均在官网和微信公众平台上发布和传阅。

2.2.4 搭建互动平台,凝聚学术共同体

传统科技期刊的传播方式多为“单向传播”,期刊与读者、读者与读者之间缺乏有效互动^[17]。新媒体矩阵创新了“双向互动”的传播模式,科技期刊可通过平台收集读者对论文的反馈意见,为选题、审稿提供参考;读者之间可通过留言、评论等形式交流学术观点,形成良性的学术讨论氛围。例如,《经济研究》^[18]的微信公众号每期围绕一篇热点论文发起讨论,平均吸引200多条留言,促进了学术思想的碰撞与交流。

2.3 新媒体矩阵赋能科技期刊传播的核心困境

2.3.1 内容困境:同质化严重与价值挖掘不足并存

内容是新媒体传播的核心,但目前科技期刊新媒体的内容存在明显困境。一是同质化严重。大多数科技期刊新媒体的内容以论文摘要、全文链接、会议通知为主,形式与主题高度相似,缺乏差异化竞争优势。例如,多数科技期刊的微信公众号推文标题多为“[期刊名称]2026年第X期目录”“[作者姓名]:XX问题研究”,难以吸引用户关注;二是价值挖掘不足。多数科技期刊仅对论文内容进行简单搬运,未深入挖掘论文的学术价值、应用价值与科普价值,无法满足不同用户的需求。例如,对于一篇关于“人工智能在医疗诊断中的应用”的论文,多数科技期刊仅发布论文摘要,而未针对临床医生、科研人员、普通公众等不同群体,挖掘其在临床实践、学术研究、健康科普等方面的价值。

2.3.2 平台困境:协同机制缺失与资源整合能力薄弱

新媒体矩阵的核心优势在于多平台协同,但目前科技期刊的平台建设存在明显困境。一是协同机制缺失。多数科技期刊的新媒体平台处于“各自为战”的状态,缺乏统一的战略规划与运营调度。例如,某科技期刊在微信公众号发布论文解读,在微博发布会议资讯,在抖音发布学者访谈,三者之间没有内容联动与流量引导,无法形成传播合力。二是资源整合能力薄弱。科技期刊难以有效整合新媒体平台的用户资源、数据资源与渠道资源。例如,不少期刊无法将微信公众号的用户数据与期刊的作者数据库对接,难以实现对作者和读者的精准匹配^[19];同时,期刊与新媒体平台的合作多为简单的内容发布,无法充分利用平台的算法

推送、流量扶持等资源。

2.3.3 用户困境:精准定位不足与互动机制不健全

用户是新媒体传播的核心受众,但科技期刊在用户运营方面存在明显困境。一是精准定位不足。多数期刊未对新媒体用户进行细分,采用“一刀切”的传播策略,无法满足不同用户的需求。研究发现,科技期刊的新媒体用户包括高校教师、专家学者、研究生、企业研发人员、科普爱好者等多个群体,其需求差异明显,如高校教师关注学术深度,科普爱好者关注通俗性,仅有少数期刊针对不同用户群体生产差异化内容;二是互动机制不完善。多数科技期刊的用户互动停留在“被动回应”层面,缺乏主动的互动设计与用户关系维护。例如,对于用户的留言提问,部分期刊回复不及时,甚至不予回复,导致用户参与热情降低。

2.3.4 人才困境:复合型人才短缺与专业能力不足

新媒体矩阵的建设与运营需要复合型人才,但目前科技期刊行业面临严重的人才困境。一是复合型人才短缺。大多数科技期刊在开展新媒体矩阵传播的过程中,缺乏既懂学术编辑业务又懂新媒体运营的复合型人才。目前科技期刊的新媒体运营人员主要有两类:一类是兼职的传统编辑,其缺乏新媒体内容策划、视频制作、数据分析等专业能力;另一类是刚毕业的新媒体专业学生,其缺乏学术背景,难以准确把握学术内容的核心价值。二是专业能力不足。现有运营人员在内容生产、平台运营、数据分析等方面的能力有待提升。科技期刊编辑普遍存在的问题是缺失对新媒体内容策划与制作的能力,无法通过大数据优化传播策略。

2.3.5 机制困境:管理制度滞后与考核激励缺失

完善的机制是新媒体矩阵建设的保障,但目前科技期刊的管理机制存在明显困境。一是管理制度滞后。多数科技期刊的管理制度仅针对传统纸质出版,缺乏针对新媒体运营的管理制度,如,内容审核制度、版权管理制度、应急处理制度等。部分科技期刊的新媒体内容审核流程与纸质内容审核流程相同,审核周期长达3~5天,无法适应新媒体传播即时性的要求^[20];二是考核激励缺失。多数科技期刊未将新媒体运营工作纳入编辑的绩效考核,或考核指标体系不合理,如,仅以阅读量、点赞数为核心指标进行考核,导致编辑参与新媒体运营的积极性不高。且受传统期刊工作的影响,不少出版单位存在新媒体工作耗时耗力的传统观念,未设置相应的激励制度。

2.3.6 技术困境:技术应用不足与数据安全风险

技术是新媒体矩阵建设的支撑,但目前科技期刊在技术应用方面存在明显困境:一是技术应用不足。多数科技期刊的新媒体运营仍停留在人工操作层面,缺乏对新技术的应用。例如,未使用用户数据分析工具,仅有少数期刊使用人工智能内容生成技术,如AI摘要、AI配图,无法充分发挥新媒体技术的优势;二是存在数据安全风险。新媒体矩阵的建设为科技期刊积累了大量的用户数据,如个人信息、阅读偏好,但缺乏完善的数据安全保障机制,存在数据泄露的风险。

3 路径优化:新媒体矩阵赋能科技期刊传播高质量发展的实践策略

基于马克思主义媒体观、宣传观的理论指导,结合实证分析发现的现实困境,本研究从内容、平台、用户、人才、机制五个维度,提出新媒体矩阵赋能科技期刊传播高质量发展的优化路径,旨在构建“内容优质、平台协同、用户精准、人才专业、机制完善”的新媒体传播体系。

3.1 内容优化:以价值为核心,构建差异化内容体系

内容是科技期刊新媒体传播的核心竞争力,必须坚持“学术价值优先、用户需求导向”^[21]的原则,构建差异化的内容体系,解决内容同质化与价值挖掘不足的问题。

3.1.1 深化内容价值挖掘,打造“学术+”内容矩阵

以学术论文为核心,深入挖掘其多元价值,构建“学术深度内容+应用转化内容+科普传播内容”的“学术+”内容矩阵。一是学术深度内容。面向高校教师、科研人员等专业受众,生产论文全文解读、核心观点论证、学术争鸣等内容。例如,《经济研究》设立“论文精读”栏目,邀请领域内专家对论文进行深度解读,分析论文的研究方法、创新点与学术贡献;二是应用转化内容。面向企业研发人员、政府决策者等实践受众,生产论文应用前景分析、政策建议解读、案例实践等内容。例如,《中国工程科学》^[22]的“成果转化”栏目,聚焦论文中的技术成果,解读其在产业应用中的价值与路径;三是科普传播内容。面向社会公众、青少年等,生产通俗易懂的科普短文、动画视频、趣味实验等内容。例如,《科学通报》^[23]的“科学小剧场”栏目,通过情景剧的形式解读论文中的科学原理,提升公众科学素养。

3.1.2 强化内容形态创新,适应多平台传播需求

根据不同新媒体平台的特性,创新内容形态,实现一次生产、多形态转化、多平台适配。一是在微信公众号方面,以深度图文内容为主,例如,论文解读、学术评论、访谈实录等,篇幅控制在2000~3000字,配合清晰的逻辑结构与丰富的图表,提升阅读体验;二是在抖音和微信视频号方面,以短视频内容为主,时长控制在1~3分钟,采用动画、实验演示、学者访谈等形式,突出核心观点。例如,《物理学报》的主办单位中国物理学会抖音账号开设的“1分钟懂物理”系列短视频栏目,用简洁的动画演示复杂的物理公式推导;三是在B站和直播平台方面,以长视频与直播内容为主,例如,学术研讨会直播、课程式讲座、实验教学视频等,满足用户的深度学习需求。例如,《化学学报》^[24]的“化学家公开课”直播栏目,邀请知名化学家讲解科研方法与实验技巧;四是播客平台,以音频内容为主,例如,论文解读播客、学者访谈播客等,满足用户在通勤、运动等场景下的收听需求。例如在心理学研究方面,可以开设“心理学科研说”播客,每周更新一期,解读最新的心理学研究成果。

3.1.3 建立内容审核机制,坚守学术权威性与真实性

坚持马克思主义“实事求是”的原则,建立严格的内容审核机制,确保新媒体内容的学术权威性与真实性。一是构建三级审核制度,由责任编辑负责初审,审核内容的学术准确性,新媒体运营主管负责复审,审核内容的传播适宜性,期刊主编负责终审,审核内容的政治方向、学术导向和价值取向,确保内容质量;二是制定内容审核标准,明确学术内容的引用规范、数据来源要求、观点表述准则,杜绝内容碎片化、观点片面化等问题;三是建立内容纠错机制,对于新媒体内容中出现的学术错误,及时发布更正声明,并建立读者反馈渠道,鼓励读者参与内容审核,提升内容的准确性。

3.2 平台优化:以协同为核心,构建一体化传播体系

新媒体矩阵的核心优势在于多平台协同,必须打破“各自为战”的局面,构建“资源整合、优势互补、协同联动”的一体化传播体系,提升传播效能。

3.2.1 科学规划平台布局,形成“核心+辅助”的矩阵结构

根据科技期刊的学科特色、用户群体与传播目标,科学规划平台布局,避免盲目跟风。一是确定核心平台,以微信公众号为核心平台,因其用户基数大、功能完善、适合深度内容传播,集中资源打造核心竞争力;二是配置辅助平台,根据学科特色选择辅助平台,如自然科学类期刊可重点发展抖音、B站平台,适合实验演示与视频教学,社会科学类期刊可重点发展微博、知乎平台,适合学术讨论与观点传播,医学类期刊可重点发展小红书平台,适合健康科普与医患交流;三是搭建学术平台接口,与中国知网、万方数据库、维普、Google学术等平台建立数据对接,实现论文内容的同步传播与检索,扩大学术影响力。

3.2.2 建立平台协同机制,实现“内容-流量-数据”的协同联动

构建“统一规划、分工协作、协同联动”的平台运营机制。一是内容协同,建立“内容池”制度,将学术内容按形态分类存储,根据不同平台的特性进行差异化分发。例如,一篇论文可转化为微信图文进行深度解读、抖音视频阐述核心观点、微博话题开展学术讨论、学术平台获取全文链接,实现多平台内容联动^[12];二是流量协同,通过跨平台引流提升传播效能。例如,在微信推文中插入抖音视频链接,在抖音视频中引导用户关注微信公众号,形成流量闭环;三是数据协同,建立跨平台用户数据管理系统。整合不同平台的用户行为数据,例如,阅读记录、互动频率、兴趣偏好,构建统一的用户画像,为精准传播提供数据支撑。

3.2.3 加强平台资源整合,提升矩阵运营效能

积极整合内外部资源,为新媒体矩阵运营提供支撑。一是内部资源整合,将科技期刊的作者资源、审稿专家资源转化为新媒体内容资源,如邀请作者撰写论文解读进行增强出版、邀请审稿专家参与学术讨论直播;二是外部资源整合,与新媒体平台、高校、科研机构建立合作关系,如与抖音合作开展“学术科普挑战赛”,与高校联合举办“新媒体学术传播论坛”,借助外部资源提升传播影响力;三是技术资源整合,引入新媒体运营工具,例如,内容管理系统、用户数据分析工具、视频制作工具,提升运营效率。

3.3 用户优化:以需求为核心,构建精准化运营体系

用户是新媒体传播的核心,必须坚持“用户中心”理念,构建“精准定位、有效互动、深度维护”的用户运营体系,提升用户黏性与参与度。

3.3.1 细分用户群体,实现精准传播

基于用户数据构建用户画像,将用户细分为不同群体,实施差异化的传播策略。一是按身份细分,可分

为高校教师、研究生、企业研发人员、科普爱好者、政策制定者等群体,针对不同群体的需求生产内容,例如,为高校教师提供学术深度内容,为科普爱好者提供通俗科普内容;二是按行为细分,可分为高频阅读用户、偶尔阅读用户、互动积极用户、“潜水”用户等群体,针对不同群体制定不同的运营策略,例如,对高频阅读用户推送专属内容,对互动积极用户给予积分奖励;三是按兴趣细分,根据用户的阅读偏好分为不同的学术方向群体,实现内容的精准推送。

3.3.2 创新互动形式,提升用户参与度

从被动回应转向主动设计,创新互动形式,构建多元化的互动体系。一是学术讨论类互动,如发起热点学术话题讨论、组织线上学术辩论、开展论文读后感征集等,促进学术思想的交流;二是参与式互动,如邀请用户投票选择解读的论文、邀请用户参与新媒体内容策划、开展用户投稿活动,让用户成为内容生产的参与者;三是福利激励类互动,如开展阅读打卡、留言抽奖、学术资料赠送等活动,提升用户的参与热情。例如,从科技期刊的微信公众号发起“我最想解读的论文”投票活动,用户投票最高的论文将由科技期刊编辑进行深度解读,从而吸引用户积极参与。

3.3.3 建立用户关系维护体系,提升用户黏性

构建“全生命周期”的用户关系维护体系,从用户关注到用户忠诚,实现用户黏性的逐步提升。一是新用户欢迎体系,为新关注用户推送欢迎信息,包含期刊简介、新媒体平台功能介绍、优质内容合集等,帮助新用户快速了解科技期刊;二是定期用户关怀,例如,在用户关注周年纪念日发送祝福信息与专属福利,增强用户的归属感;三是用户反馈处理体系,建立24小时内回复的用户反馈处理机制,对用户的咨询、建议、投诉进行及时处理,并定期发布用户反馈处理报告,提升用户的满意度。

3.4 人才优化:以能力为核心,构建复合型人才体系

人才是新媒体矩阵建设的关键,必须构建“引进与培养并重、能力与素养兼备”的复合型人才体系,解决人才短缺与能力不足的问题。

3.4.1 优化人才引进机制,吸引复合型人才

制定针对性的人才引进政策,吸引既懂学术又懂传播的复合型人才。一是明确人才招聘标准,将“学术背景+新媒体技能”作为核心招聘条件,例如,招聘既具有相关学科博士学位又具备视频制作和文案策划能力的编辑人员;二是拓宽人才招聘渠道,除传统的高校招聘、人才市场外,通过新媒体平台、行业协会招聘专业人才;三是完善人才激励政策,为引进的复合型人才提供具有竞争力的薪酬待遇、科研支持与职业发展空间,如,设立新媒体创新专项基金,支持人才开展传播创新研究。

3.4.2 加强人才培养培训,提升现有队伍能力

建立系统的人才培养培训体系,提升现有编辑与运营人员的专业能力^[25]。一是开展内部培训,定期组织新媒体运营技巧、内容策划、数据分析等主题的内部讲座,邀请内部优秀员工分享经验;二是组织外出学习,选派编辑人员参加新媒体传播培训课程、行业研讨会,如中国期刊协会举办的“科技期刊新媒体运营培训班”^[26],学习先进的运营理念与技巧;三是建立师徒结对制度,由经验丰富的复合型人才带领年轻编辑,进行一对一指导,加速人才成长;四是鼓励跨界学习,支持编辑人员参与跨学科交流、新媒体实践项目,提升跨界融合能力。

3.4.3 构建人才梯队,保障队伍可持续发展

构建“领军人才+骨干人才+储备人才”的人才梯队,保障新媒体运营队伍的可持续发展。一是确立领军人才,选拔具有丰富学术编辑经验与新媒体运营能力的人员作为领军人才,负责新媒体矩阵的战略规划与重大决策;二是培养骨干人才,选拔具有一定潜力的年轻编辑作为骨干人才,负责具体的内容生产与平台运营工作;三是储备后备人才,与拥有新闻传播学、出版专业的高校建立合作关系,设立实习基地,吸引优秀大学生实习,为队伍建设储备人才。

3.5 机制优化:以保障为核心,构建规范化管理体系

完善的机制是新媒体矩阵建设的保障,必须构建“制度完善、考核科学、激励有效”的规范化管理体系,为高质量传播提供制度支撑。

3.5.1 建立健全管理制度,规范运营流程

针对新媒体运营的特点,建立健全各项管理制度。一是内容管理制度,制定新媒体内容策划、生产、审核、发布的全流程规范,明确各环节的责任主体与时间要求,如将内容审核周期缩短至24小时内,适应新媒

体传播的即时性要求;二是版权管理制度,明确新媒体内容的版权归属、转载规则、维权流程,与作者签订明确的新媒体传播授权协议,避免版权纠纷;三是数据安全制度,制定用户数据收集、存储、使用的规范,加强数据安全防护,定期进行数据安全检测,防止数据泄露;四是应急处理制度,建立新媒体传播突发事件(内容错误、负面评论)的应急处理流程,明确应急响应机制与责任分工,及时化解风险。

3.5.2 完善考核评价机制,科学评估传播效能

建立科学的考核评价机制,全面评估新媒体矩阵的传播效能与全员工作业绩。一是构建多维度考核指标体系,突破“唯流量”的考核误区,建立包含传播力(阅读量、播放量、转发量)、引导力(观点认同度、学术导向正确性)、影响力(论文引用量、成果转化率)、公信力(用户满意度、学术权威性评价)的考核指标体系;二是区分考核对象,针对编辑人员与运营人员制定不同的考核指标,如,对编辑人员重点考核内容质量与学术价值,对运营人员重点考核传播效能与用户互动;三是采用多元化考核方式,结合定量数据(平台数据)、统计与定性评价(用户反馈)、专家评审,进行综合考核,确保考核结果的客观性、公正性与科学性。

3.5.3 建立激励约束机制,激发创新活力

建立“激励为主、约束为辅”的机制,激发工作人员的创新活力。一是设立创新基金,对在新媒体内容创新、平台运营创新、传播效能提升等方面取得突出成绩的团队与个人给予物质奖励与精神奖励,如评选“新媒体创新标兵”“最佳传播案例”等;二是将考核结果与职称评定、职务晋升、薪酬待遇挂钩,对考核优秀的人员优先推荐职称评定与晋升,提高其工作积极性;三是建立约束机制,对工作失职如内容出现严重错误、版权纠纷处理不当的人员,进行问责,确保运营工作的规范化。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 习近平:学习好贯彻好党的二十届四中全会精神[EB/OL]. <https://www.gov.cn/Yaowen/liebiao/202512/content-7053401.htm?s=1770415346866>. 2025-12-31/2026-01-20.
- [2] ZHOU J Z, LEMELMAN B T, DONE N, et al. Social Media and the Dissemination of Research: Insights from the Most Widely Circulated Articles in Plastic Surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 2018, 142(02): 423-430.
- [3] FISCHER M, et al. Comparing Science Communication Ecosystems: Towards a Conceptual Framework for Cross-national Research on Science Communication. *Journal of Communication*, 2020, 70(05): 789-812.
- [4] 熊文文,郭晓芳,岳文姣,等. 科技期刊全媒体平台的开发研究与实践:融合与发展路径探索[J]. *传播与版权*, 2025, (24): 34-38.
- [5] 陈小明. 数智媒体时代医学科技期刊编辑培养范式变革、反思与重构[J]. *传媒论坛*, 2025, (24): 121-124.
- [6] 庞瑜,李严博,张正霞,等. 中文科技期刊精准推送发展现状及未来趋势[J]. *中国科技期刊研究*, 2025, 36(11): 1556-1567.
- [7] 付宇航. 数智赋能下科技期刊科普化传播的实践困境与路径创新[J]. *传播与版权*, 2025, (20): 62-65.
- [8] 顾良艳. 马克思主义理论学术期刊微信公众号内容建设的三维分析[J]. *传播与版权*, 2025, (24): 39-42.
- [9] 张耀铭. 数智时代学术期刊的平台化生存[J]. *南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学)*, 2024, 61(06): 127-144.
- [10] 中国新闻出版研究院,北京印刷学院. 中国互联网与数字出版研究指南:2024-2015[M]. 北京:中国书籍出版社,2015.
- [11] 黄雯. 科技期刊微信视频号传播现状及发展策略研究[D]. 广州:广东财经大学,2025.
- [12] 黄先蓉,杜银. 从相加到相融:“十四五”时期出版融合发展的体系构建与创新实践[J]. *出版广角*, 2025, (12): 27-36.
- [13] 中国知网. 中国医学科学院学报[EB/OL]. https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=66hTXjLmYFpPsw-Fj5wp-hADeZ0wkkS-55-gJjOTwSzfRw3-3niKXJfaEYpXLit4B7GirZvZwJBdSOgHFEimhAuePqsG3oHDA3RLBHQ_eeEEmuUft5oIw==&uniplatform=NZKPT&language=CHS.2026-01-20.
- [14] 郁林羲,高昊.“中国科技期刊卓越行动计划”二期领军期刊学术社区的发展与优化路径[J]. *中国科技期刊研究*, 2025, 36(11): 1568-1575.
- [15] 庞瑜,李严博,张正霞,等. 中文科技期刊精准推送发展现状及未来趋势[J]. *中国科技期刊研究*, 2025, 36(11): 1556-1567.
- [16] 中国知网. 物理学报[EB/OL]. <https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=1SG9tNf-DbjOmRXRIN0po5hhfPaXCx3Rj0-cZ-4u4RSJezovs6KHd8-zkwn82Wta9tlMyMmnEsPtB6DliZ9IKMrcQNhncG8vehk0Ni8nfmfW1U-7tDHAQ==&uniplatform=NZKPT.2026-01-20>.
- [17] 罗巧,郑倩玲. 出版融合视域下科技期刊编辑能力建设策略探究[J]. *传播与版权*, 2025, (24): 10-13.
- [18] 中国知网. 经济研究[EB/OL]. https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=1SG9tNf-Dbhlwnuj4pbWJ7lj_uNb8UN5Xf5m2oHniTt0P94Nvx5UTOVSU9I4kzMdHJXgGo1bavmjNTJf4LIm38oitM2i15_7SlzWXai20cpJRR7ooLg==&uniplatform=NZKPT.2026-01-20.
- [19] 罗雯瑶,江波. 用户需求驱动的学术期刊知识服务能力评价体系构建[J]. *河南大学学报(社会科学版)*, 2026, 66(01): 137-144, 156.
- [20] 冀盈. 新质生产力赋能学术期刊编辑职业素养提升的路径探析[J]. *传播与版权*, 2025, (06): 26-29, 33.

- [21] 王海科. 数智融合时代科技期刊新生态研究[J]. 新闻爱好者, 2025, (11): 62-65.
- [22] 中国知网. 中国工程科学[EB/OL]. https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=1SG9tNf-Dbi_wzJ0Kj0wAutSBU7E1G7SgK1BL4N3AKH-8u1p7bJnSCIMJtZmcWG2xgVBnwxNrjrQGSbybw5Oymo83dQqJsXGCGQnyXdWQo7Mpnxw0hSN_1Q==&uniplatform=NZKPT. 2026-01-20.
- [23] 中国知网. 科学通报[EB/OL]. <https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=1SG9tNf-DbiisWIHxr8b7KlgS1O2jWvb8JAi0cel1Yfjwaf4B0wCmT09KFUoJWJU4PuORRqaA7ac47kVhjdYBOwQ4zArbTfT3c1tE2ktXt42HyJ1yWBSHw==&uniplatform=NZKPT>. 2026-01-20.
- [24] 中国知网. 化学学报[EB/OL]. https://navi.cnki.net/knavi/detail?p=1SG9tNf-DbjGi8bHErFErs-5i40efJttPwI3XCv_8IziTonzYym5BKQTbqi8I1lRMY-mE_nweKtP1nrvLh7KvMV8NIoz6zv2oKBHqwESZaLjPJx4Er22yg==&uniplatform=NZKPT. 2026-01-20.
- [25] 刘娟. Sora 文生视频大模型对学术期刊出版的机遇、挑战及应对[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 46(02): 79-88.
- [26] 郭亿华, 李泽华. 基于优秀编辑访谈视角的科技期刊青年编辑成长关键要素与启示[J/OL]. 出版与印刷, 1-21.
- [27] 丁佐奇, 孙劲楠. 我国科技期刊青年编辑人才培养路径探析[J]. 科技与出版, 2025, (11): 85-93.
- [28] 邓绍根, 丁丽琼. 组织“连接”的新理路: 重思列宁“报纸是集体的宣传员、鼓动员和组织者”[J]. 出版发行研究, 2020, (12): 93-100, 9.
- [29] 马克思, 恩格斯. 德意志意识形态[M]. 北京: 人民出版社, 2003.
- [30] 彭波, 张穗, 倪弋. 迈出建设网络强国的坚实步伐[N]. 人民日报, 2019-10-19(001).
- [31] 习近平在中共中央政治局第十二次集体学习时强调推动媒体融合向纵深发展巩固全党全国人民共同思想基础[J]. 思想政治工作研究, 2019, (03): 4-5.
- [32] 史竞男, 杨湛菲, 王明玉. 构建中国话语和中国叙事体系提升国家文化软实力[N]. 人民日报, 2024-02-01(002).
- [33] 张斌. 列宁无产阶级政党理论武装思想研究[D]. 武汉: 武汉大学, 2020.

The Theoretical Origin, Realistic Examination and Practical Path of the High-quality Development of Sci-tech Journals Enabled by the New Media Matrix

LIU Juan¹, LUO Hai-jun^{2*}

(1. Periodical Press, Xinjiang Normal University, Urumqi, Xinjiang, 830017, China;

2. School of Marxism, Xinjiang Normal University, Urumqi, Xinjiang, 830017, China)

Abstract: As the core carrier of the dissemination of academic achievements, the dissemination quality of scientific journals is directly related to the vitality of scientific and technological innovation and the competitiveness of national science and technology. The new media matrix provides a new possibility for the high-quality development of sci-tech journals with the advantages of multi-platform collaboration, multi-form presentation and multi-channel access. Firstly, this paper takes Marxist media view and propaganda view as the theoretical cornerstone, systematically combs the core ideas of Marxist classical writers on media function and propaganda law, and constructs the theoretical support system for the dissemination of scientific journals. Then, through empirical research and case analysis, this paper analyzes the current characteristics, positive impacts and practical dilemmas of the new media matrix enabling the dissemination of scientific journals, including the homogenization of content, the imbalance of communication efficiency, the lack of user stickiness, and the shortage of talent team. Finally, from the five dimensions of content production, platform construction, user operation, talent training and mechanism guarantee, this paper puts forward a targeted and operable optimization path, aiming to provide theoretical reference and practical guidance for sci-tech journals to realize the coordinated promotion of communication, guidance, influence and credibility with the help of new media matrix, and help sci-tech journals to assume the historical mission of spreading scientific ideas and promoting scientific and technological innovation in the new era.

Keywords: New media matrix; Scientific and technical journals; Academic communication; Content system; System of information communication