

# 高校教师学术传播的时代特征、现实困境与规制路径

田贤鹏, 张婧妍

(江南大学 教育学院, 江苏 无锡 214122)

**摘要:**进入自媒体时代,学术传播的方式和渠道正在发生巨大变化。从深层次看,以何种形式进行学术传播不仅关涉高校教师的个人声誉,同时也会产生较强的社会溢出效应。自媒体建构正在成为高校教师学术传播的一种时代潮流,呈现出品牌化运作、形式多元化、方式自主化等特征。虽然自媒体为高校教师的学术传播提供了便捷,但学术传播遭遇的现实困境不容忽视,突出表现在监管失衡与学术传播失真的现实问题、专业化与大众化的矛盾冲突、“个体人”与“组织人”的身份冲突等方面。为促进学术传播规范化、确保学术自媒体健康发展,相关主体要从自媒体的特征、学术传播的要求以及高校教师的身份特殊性出发,注重从三方面进行改进:一是秩序重构,通过制度建设强化高校教师学术自媒体的运营监管;二是分类管理,通过明确定位促进高校教师学术自媒体的差异化发展;三是伦理形塑,通过培养责任意识防范高校教师学术自媒体的信息失真。

**关键词:**高校教师;学术传播;角色冲突;学术自媒体;秩序重构;分类管理;伦理形塑

**中图分类号:**G647 **文献标识码:**A **文章编号:**2095-8129(2023)05-0060-09

**基金项目:**江苏省教育科学规划重点课题“质量导向的高校教师学术增值评价变革研究”(B/2022/01/66),项目负责人:张曦琳。

**作者简介:**田贤鹏,教育学博士,江南大学教育学院副教授,硕士生导师;张婧妍,江南大学教育学院硕士研究生。

构建中国特色、中国风格、中国气派的学科体系、学术体系和话语体系,是新时代繁荣发展我国哲学社会科学的重大的战略任务<sup>[1]</sup>。在此过程中,学术传播是不可或缺的重要环节。纵观学术传播的发展史与学术传播的研究史可以发现,学术传播与媒体发展之间存在着千丝万缕的联系。早在近代出版业兴盛以前,学者们就通过赠送和交换学术成果来进行学术的交流与传播。印刷出版普及后则出现了专著和期刊等纸质学术出版物<sup>[2]</sup>,并逐渐成为主流的学术传播载体。彼时在学术传播研究领域,学术期刊与图书馆成为国内外学者反复研究的话题。随着纸质学术刊物订阅量逐年下降,以纸质学术期刊为代表的传统学术传播方式陷入了前所未有的时代危机。为摆脱传统

学术传播面临的危机与困境,学者们开始关注“开放获取”(Open Access)这一学术传播领域新的研究热点,对它的起源、发展和数字技术都作了大量探讨。1998年5月,联合国新闻委员会提出“第四媒体”——“新媒体”的概念,即基于互联网传输平台,以电脑、电视机以及移动电话等为终端,以文字、声音、图像等形式传播信息的新传播媒介。继而,学术传播的研究话题又朝向学术网络传播与发展。而“新媒体”本身是一个变化的概念,随着信息技术的发展,媒体也发展到新的阶段,“新媒体”的概念也随之更新,新的概念出现,即“自媒体”。自媒体改变了大众被动感知信息的传统方式,使得信息传播不再是权力阶层特权,而是民众的普遍权利<sup>[3]</sup>。由此,自媒体学术传播成为值

得研究的一个学术领域。

在新时代,凭借着自主化、平民化、大众化等特点,自媒体作为学术传播载体逐渐进入受众视野。高校教师作为新时代学术传播的主要群体,与时俱进,紧跟自媒体潮流,建立学术传播的自媒体平台。高校教师学术传播自媒体呈现出爆发式增长的态势。由此,如何规范自媒体管理、发挥自媒体的积极导向作用,成为一个亟待深入研究的重要议题。从已有研究看,高校教师的学术自媒体传播引发了诸多争议和分歧。有研究者认为自媒体有利于彰显高校教师的学术个性,促进学术的多样性。也有研究者认为自媒体会扭曲高校教师群体形象,影响学术的权威性。尽管自媒体由高校教师自主运营,但其产生的影响却是社会性的。教师不仅是个体层面的“个体人”,同时也是高校层面的“组织人”。鉴于此,本文以自媒体时代为背景,结合高校教师的社会责任与学术传播的特殊性,从学理层面探究高校教师学术传播自媒体建构的时代特征与现实矛盾,以期找到促进高校教师学术自媒体传播的健康发展之路。

## 一、高校教师学术传播的时代特征

在学术自媒体的建构过程中,高校教师的学术自媒体呈现出差异化的运营动机和定位。作为大众传媒,学术传播集中体现为信息的沟通和交流,属于大众广泛传播,同时又有其特殊的内在要求。由于学术本身的特性,学术传播呈现出复杂的时代特征,需要足够的尊重与关注。从现状看,自媒体时代的高校教师学术传播具有3个主要特征。

### (一)品牌化运作:专业、形象、热点相结合

在信息时代的大背景下,一方面,随着生产力水平的大幅度提高,人们的工作效率和生活方式也随之加快,大块时间被分割、分散;另一方面,互联网、手机等移动媒体促成了“碎片时间”的产生,使现代人的生活呈现出“碎片化”趋势<sup>[4]</sup>。互联网受众的信息接收方式在信息爆炸时代逐渐向“碎片化”转变,诸如“标签”

一类的碎片化信息,成为了受众接收信息的基本单位。信息的生产方式也随之变迁,标签化的个人品牌成为受众的记忆点,继而成为高校教师学术传播的首要特征。品牌化运作主要表现在3个方面。

#### 1. 精准定位,彰显个性

精准定位,即垂直定位与差异化定位。自媒体属于大众传播媒介的一种。大众传播指所有人都可以进入的信息交流场域,强调信息的娱乐性、通俗性,使大众能够获取、理解其传播的信息。与大众传媒的性质不同,学术属于“小众文化”,其目标群体并非普通大众。学术具有高度的专业性,其受众往往是专业领域的“垂直相关者”。一方面,学术传播目标受众定位清晰。高校教师以其研究领域为标签,在领域内持续发表专业信息,受到目标群体的关注,促使学术信息以及传播平台热度增高,使高校教师成为该领域的KOL(关键意见领袖),获得目标受众的持续关注。另一方面,学术自媒体在定位上强调差异,彰显个性。学术是规范、严谨、权威的,与此同时,学术也是自由的。每位高校教师对学术的理解不同,因此每个高校教师学术自媒体平台传播的学术信息也各不相同。高校教师通过学术研究,获得学术灵感,从而进行学术信息的原创。原创、独特的学术信息能够吸引目标受众的关注,并且个性化的学术内容具有不可替代性,能够持续引起目标受众的关注,增加吸引力,扩大自媒体的学术影响力。对于高校教师而言,学术自媒体既是学术思想的传播平台,也是个人形象的“营销平台”。

#### 2. 注重形象塑造,提升社会影响力

自媒体时代,众多高校教师成为“自媒体人”,凭借着专业知识与言论,成为自媒体技术积极的驾驭者并进入核心舞台。他们通过一种“点对点”沉浸式传播的方式,潜移默化地改变着人们价值观的形成机制、内容和结构,成为青年认识世界、理解信息、表达情感的重要影响力量。一方面,自媒体时代“麦克风”效应加强了高校教师与社会价值观的相互联系;另一方面,自媒体时代“聚光灯”效应使高校教师

的价值观点在信息社会具有“优势导向性”<sup>[5]</sup>。在互联网时代中,“知识分子”既是高校教师的身份,也是高校教师的一种“人设”。人设原本是指游戏中的人物设定,后来也引申为个体标志性形象特征的集合。“人设”的传播潮流体现了现代人的记忆习惯,而高校教师的知识分子的“人设”恰好符合现代人这种碎片化记忆的习惯。高校教师的知识分子形象提高了高校教师学术内容传播的效率。

### 3. 话题关注度和参与度高,更新频率高

如果信息因时间久远无法被受众感知,亦无法激发受众信息分享欲。因此,只有最新的热点信息才足以引起受众的兴趣。学术具有即时性的特点,因此学术话题也存在“热度”,往往处于热点状态的学术话题才会获得更多的关注。高校教师处于学术研究的“一线”,往往能够获取最新的学术信息,甚至提出最新的学术话题。互联网正处于即时网络阶段,信息传播速度极快,新刺激的产生会瞬间吸引受众注意力。高校教师往往能够通过不断更新的学术信息,抓住学术传播的热点。舆论场具有较强的马太效应,热点事件会吸引极高的关注度和参与度,而高参与度又会增加热点事件的受关注度。高校教师积极参与相关领域的热点话题的讨论,对相关领域热点进行学术解释,增加学术信息的新颖性。高校教师学术自媒体对舆论热点话题的参与有助于增加学术内容的曝光度,使学术内容热度高涨,从而提升学术自媒体关注度,强化品牌的生命力和影响力。

## (二)形式多元化:图文、音频、影像相结合

随着电子传播时代的到来,学术信息不仅在传播的空间和速度上实现了突破,在传播形式上也进入了多元化的崭新阶段。数字技术把分散的媒介整合到一个有机互联的传播系统中,实现了视觉、听觉联动的多媒体传播。

### 1. 以图文形式呈现的视觉类传播

曾经纸质阅读作为信息的重要阅读方式之一,能够开阔人们的眼界,获取未知时空的信息。如今,数字化阅读作为纸质阅读的更新,成为了互联网时代的视觉延伸,手机、电

脑、电子书等媒介成为了人们阅读信息的主要方式。《2020年度中国数字阅读报告》显示,“2020年,中国数字阅读产业规模达351.6亿,数字阅读用户规模达到4.94亿”<sup>[6]</sup>。数字化阅读盛行,微信作为数字化阅读的工具之一,是学术传播的重要渠道。不同类型、不同话题的微信公众号平台能够吸引该公众号话题所涉及的相关领域目标群体,受众针对性较强。微信的庞大用户群以及微信公众号的特征吸引了高校教师进行学术传播微信公众号的建构。高校教师的学术传播微信公众号主要以图文多样化组合的形式传播学术内容,图文相互辅助解释,排版美观清晰,较传统学术论文有更好的阅读体验。

### 2. 以音频形式呈现的听觉类传播

第十八次全国国民阅读调查数据显示,2020年,我国有三成以上的成年国民有听书习惯<sup>[7]</sup>。有声读物平台满足了用户多场景化、碎片化的阅读需求,读者可以在任何时间、任何地点、任何场景完成信息的获取,方便快捷。学术自身的文本性质适宜通过有声读物平台传播,而传播效果则因人而异。美国心理学家霍顿和沃尔提出了“准社会交往”(parasocial interaction)概念,即受众将大众媒介中的人物看作真实人物,作出反应并产生一定依恋,进而发展成为一种想象化的人际交往关系<sup>[8]</sup>。“准社会交往”程度越高,大众的“媒体形象”认同度就越高。有研究发现,用户在收听音频时对主讲人声音吸引力的感知,会直接影响用户与主讲人之间的准社会交往程度,即声音有吸引力的主讲人会更容易获得受众的喜欢。因此,高校教师在有声读物平台的受关注度一方面取决于其传播的学术信息本身,另一方面也取决于高校教师播讲时的语音、语调以及音色。善于播讲的高校教师容易获得更好的学术传播效果。

### 3. 以视频形式呈现的综合类传播

“截至2020年12月,我国网络视频用户规模达9.27亿……其中短视频用户规模为8.73亿,较2020年3月增长1.00亿,占网民整体的

88.3%。”<sup>[9]</sup>视频集视觉、听觉手段于一体,通过影像、画面、声音、字幕等多方面传播信息,使视听感受融合产生“联觉”,给受众以强烈的现场感、目击感和冲击力。与图文、广播相比,视频更容易吸引受众的注意力,也更容易给受众留下深刻的印象。从4G时代到5G时代,网络提速,视频加载提速,视频的形式也在不断变化。短视频凭借其快节奏、碎片化的特点脱颖而出,吸引了大量用户,抖音、快手等短视频平台拥有数以亿计的用户。高校教师的学术传播与短视频的融合一般有3种类型的定位:学术定位、科普定位、服务定位。学术定位是指学术短视频传播目的在于学术的传播,其传播的内容以学术信息为主。科普定位是指学术短视频传播以大众科普为主要目的,其短视频中的学术信息相对通俗易懂,服务大众,增加大众的知识量。服务定位指学术短视频以宣传、娱乐等目的为主,其中内容的学术性相对较弱。对于高校教师而言,学术定位是学术短视频账号构建的根本。

### (三)方式自主化:自由性、互动性、大众化相结合

作为学术传播的新兴载体,在注重学术内容的前提下,与纸质期刊相比,高校学术自媒体在传播方式上具有自由性、互动性、大众化等特征。

#### 1. 自由度高

基于媒介自身的特点,自媒体平台的学术创作与学术评价都带有主观色彩。高校教师可以自由选择符合主观兴趣的话题,发表自己尖锐、独到的见解,不必使用规范的格式。与传统期刊相比,无论是在内容还是在形式上,高校教师自媒体平台的学术创作都更加自主。传统期刊的学术评价有自身系统的评价体系,有学术内容的固定且严格的评价标准。而自媒体平台的学术评价一般以学术信息的传播力为标准。用户基于自身偏好对学术信息进行传播与评价,“热度高”的学术信息即为优秀的学术信息,学术信息传播的广度即为学术信息质量的评判标准。一方面,没有制度化评价

机制的限制,普通受众也获得了学术评价权;另一方面,学术评价的公正性和客观性却受到了影响。但从整体上来看,学术自媒体功大于过,学术自媒体的传播能为学术提供更广阔的发展空间,促进学术繁荣。

#### 2. 互动性强

在传统学术期刊的出版与传播模式下,读者只是被动的信息接收者。读者鲜有向作者提出建议、表达观点的机会,这种作者单向输出的模式,不利于作者的自我反思和知识更新。而在高校教师学术传播的自媒体平台,读者可以借助评论与私信功能表达观点,甚至与学术平台的所属高校教师进行直接对话。高校教师也可以与更多的读者进行互动。与此同时,读者之间还可以建立联系,互相交流学术信息,发表对高校教师学术自媒体平台以及相关学术内容的看法。志同道合的读者可以组成学术交流共同体,促进共同体成员的学术发展,激发更多的学术灵感。除此之外,高校教师的学术自媒体平台还可以与其他平台进行互动,通过跨界合作、联合推广等方式加强平台互动,从而促进不同领域的融合,增强信息传播的辐射力。

#### 3. 注重大众化

自媒体平台是大众媒体平台,受众身份各异,传播信息杂糅。学术领域的人员构成相对简单。自媒体的大众性、娱乐性与学术的小众性、严谨性存在着一定的冲突。有学者认为,“学术虽然是小范围的事,但关心学术、喜欢学术、崇尚学术、阅读学术的人不局限在小众范围”<sup>[10]</sup>。为了让学术与自媒体彼此兼容,也为了符合学术大众化的需求,学术性公众号关注行业发展趋势、行业讯息,主题更加贴近现实生活,话题大众化,专业难度下降,迎合一般受众取向。高校教师学术传播自媒体趋向科普性,学术话题趋近生活。高校教师学术自媒体的学术传播不再受限于学术这座令人望而生畏的“象牙塔”,使学术信息开始走入普通群众的视野,进入大众传播领域,满足公共领域日益增长的专业知识补充和深化的需求<sup>[11]</sup>。

## 二、高校教师学术传播的现实困境

学术自媒体的建构尚处于发展阶段,呈现出危机与潜力并存的复杂状态。自媒体的快速发展,为高校教师的学术传播提供了新思路、新契机,同时也产生了新问题、新挑战。自媒体自身的“弊病”、学术传播的专业化要求、高校教师身份的特殊性交织在一起,共同造成了高校教师学术自媒体发展困境和学术传播的现实矛盾。

### (一) 监管失衡与学术传播失真的现实问题

自媒体时代,信息呈现爆发式增长且传播速度加快。这对于高校教师学术传播而言,既是机遇也是挑战。学术信息与网络传播之间隐藏着诸多矛盾,其中著作权侵权和学术信息传播失真是高校教师学术传播自媒体的主要问题之一。

首先,针对自媒体学术传播的相关法律法规尚不健全,导致对自媒体运营的过度放任。由于相关法规不健全,学术作品的剽窃或未经许可的改编现象屡见不鲜。相关法规不健全主要表现在以下方面。一是现行著作权法存在着漏洞:在实体法方面,对违法行为的认定和处罚标准等问题不明确;在程序法方面,对侵权主体的确定存在问题,规定不够具体<sup>[12]</sup>。在具体执行上,法律规定公有资源不受著作权法保护,只有私有资源才须在著作权法许可的范围内使用。而在现实世界中以及网络环境中公有资源与私有资源边界十分模糊。在著作权侵权的相关事件中,具体执法对作品是否属于私有资源、能否适用于著作权法保护很难界定,这导致私有作品的网络著作权保护难以实施<sup>[13]</sup>。二是公众包括作者自身的法律意识非常淡薄。多数用户对著作权知之甚少,侵犯他人著作权者表示并不知道自身行为属于违法;被侵犯了著作权的作者也并不知道自己的合法权益正在受到侵犯。甚至,国外学者的调查报告显示约有46%的学术作者表示对著作权保护问题“不在意”<sup>[14]</sup>。著作权相关法律知识的缺失和对著作权保护的漠视,导致网络著作

权侵权现象不断发生。

其次,缺乏必要监督管理造成学术传播失真,扰乱正常的学术传播秩序。传统媒体中存在着“把关人”的角色。“把关人”理论是传播学的基础理论之一,也是出版内容的审稿模型。“把关人”对学术传播的信息进行筛选,确保传播的学术信息是真实、合理、科学的。然而在自媒体环境下,“一键发布”“快捷转发”等方式使得信息传播没有限制,人人皆可作为信息的传播者。传统媒体中的“把关人”角色缺失<sup>[15]</sup>,信息传播缺乏筛选机制,从而导致学术信息传播失真的现象。从客观层面来看,信息的不确定性是造成学术传播失真的根本所在,主要表现在两方面:一是在信息传输上,信息的含义存在着情境性,当信息被转化为数字信号输入互联网传播通道之前,处于编码过程中的信息可能已经产生损耗,因此在信息的传输中就已经造成了信息内容的变化;二是在信息接收上,信息数量过多会对信息接收者产生认知干扰,还会导致接收者视野受限<sup>[16]</sup>,此时接收者所接收到的信息与传播者传播时的信息已经存在偏差。从主观层面来看,高校教师作为知识分子,在自媒体环境中已经或正在占据“信息传播高位”。然而,部分高校教师学术自媒体为追求关注度,无意或故意忽略信息的真实性,导致虚假学术信息泛滥成灾。根据溢出效应理论<sup>[17]</sup>,高校教师的学术“造假”行为,不仅会在学术领域产生影响,并且虚假学术信息引起的不正之风甚至还会污染整个社会的风气。

### (二) 专业化与大众化的矛盾冲突

高校教师学术自媒体的构建意味着将以高校教师为代表的学术领域和以自媒体为代表的大众传播领域相融合。二者在优势互补的同时,也在“兼容性”上存在着矛盾,具体表现为高校教师学术自媒体内容专业化与大众化的冲突。

首先,高校教师学术自媒体内容的专业化会导致其传播范围受限。有国外学者曾将学术活动定义为高等教育的第三阶段或高等教

育附属的服务活动,不完全属于这些类别的活动被划分为“非学术”活动,且学术与非学术之间的关系被认为是二元对立的<sup>[18]</sup>。还有学者指出,在传统学术发表系统中,学术论文最初的目标受众是对学术话题极度聚焦的专业读者群体。多数作者在学术期刊上发表文章的主要目的是尽可能覆盖最集中的读者群体,即致力于解决类似问题的研究人员<sup>[19]</sup>。学术的定义和受众范围为学术信息的传播设定了“门槛”,不符合要求的受众会自动被剔除在学术传播的领域之外。因此,学术文化长期被认为是专业性极强的“小众文化”。而学术自媒体需要广泛传播,需要有更多的受众。在大众传播的自媒体环境下,学术的专业性成为高校教师学术传播自媒体构建的不利因素。

其次,高校教师学术自媒体传播内容的大众化又会导致学术性的消退。随着学术传播范围过窄的问题受到关注,国内外著名的学者、高校教师积极投身学术和科学普及工作,将复杂的学术理论和知识形象化、通俗化。同时,学术论文要进入大众传播就必须考虑大众传播特性与广大用户的接收偏好,即简短、通俗、准确和轻松易读,使学术信息逐步带有越来越浓厚的科普性质。学术的大众化可以推动大众接触、接受学术思想,提高公众科学文化素养,同时有助于改变学术传播窄化现象。然而,学术领域与大众传播领域本身就存在壁垒,如:学术研究强调内容的合理性,注重研究过程的严谨性;而大众传播则重视通俗易懂,强调“话题度”。因此,学术研究的学理性与大众传播的娱乐性有时存在对立,并且过于大众化的学术内容也会影响学术的严谨性和权威性。

### (三)“个体人”与“组织人”的身份冲突

“身份”是一个复杂的概念<sup>[20]</sup>,一个人的身份是由自然属性与社会属性相互作用而形成的。自然属性,即“个体人”身份;社会属性,即“组织人”身份。高校教师在学术自媒体建构中面临着“个体人”和“组织人”的双重身份与角色冲突。

首先,高校教师作为“个体人”,有自主发展的权利与自由。有学者认为,学者享有言论自由的“特权”,在社会需要时挖掘自身知识,解决社会问题<sup>[21]</sup>。高校教师作为具有专业知识的学者,通过学术自媒体的建构输出学术知识服务于社会大众。而学者言论自由的特权也伴随着特殊的义务,即学者要确保所说的话是科学、合理、真实的,否则会对公众产生误导。高校教师群体言论被广泛关注<sup>[22]</sup>。因此,如果高校教师学术自媒体平台的观点、言论或行为与高校教师形象不相符、与所在高校的立场不一致,就会导致“舆论危机”的爆发,甚至波及其所所在的高校。在高校教师学术自媒体的构建中,高校教师的“个体人”身份为其所在高校组织带来了潜在危机,因而高校教师作为“个体人”的自由就要受到一定的限制。高校教师的公共形象与大众对高校教师的信任,都影响着学术自媒体中高校教师的“个体人”身份建构,导致高校教师在学术自媒体的构建与传播中处处受限。

其次,高校教师是属于高校内部的“组织人”,需要遵守高校组织内部的规则。“组织人”的身份规范着高校教师的行为,可以规避高校教师不当言行产生负面影响的潜在风险。在其学术自媒体的构建中,高校教师遵守高校的纪律,受到高校的监管与约束,能够在一定程度上避免高校教师及其所在高校遭遇“舆论危机”。然而高校教师对自身“组织人”的过分在意也会在一定程度上抑制高校教师的创造性思维。作为“组织人”,高校教师在学术自媒体的建构中必然要受到高校组织一定程度上的干涉。但是高校的过多干涉,则会适得其反。有的高校要求高校教师学术传播自媒体发布的内容必须是某方面的话题,甚至规定其学术信息的内容细节。这使得高校教师以“组织人”的身份在学术自媒体平台发表学术观点,在本质上是代表整个高校组织发声,为高校组织发声。这种高校教师学术自媒体“官方化”的现象会导致高校教师学术自媒体传播内容缺乏个人特色,阻碍学术创新与发展,进而

导致高校教师学术自媒体行业整体衰落。

### 三、高校教师学术传播的规制路径

如何通过自媒体管理的规范化促进学术传播的合法化和合理化是决策者需要回应的迫切现实问题。结合自媒体的特征、学术传播的要求以及高校教师的身份特殊性,相关主体需从现阶段存在的主要矛盾出发,进行三方面的改革探索。

#### (一)秩序重构:通过制度建设强化高校教师学术自媒体的运营监管

自媒体意味着全民表达自由,但表达自由应当是相对的自由、有限度的自由。尤其是高校教师作为知识分子对当代青年的价值观有着导向性的影响,因此,高校教师在公众平台的自由表达,更应当受到合理的监管。通过制度强化高校教师学术自媒体的运营监管,可以从审查制度和备案制度两个角度入手。

在审查制度上,要建立针对高校教师学术传播自媒体的法律审查制度,先从法律上对合法学术自媒体信息传播作出明确的界定,再通过法律监管对学术传播行为进行规范。关于自媒体的监管,西方发达国家曾试图通过新闻媒体职业道德、行业自律和行业自治组织章程等形式来规范,但仅靠行业内部的自我监管效果并不理想<sup>[23]</sup>。在此背景下,对自媒体的监管只能依靠政府通过制度来进行,可以借鉴英国的监管经验。英国针对广播电视和电信的统一监管设立了英国通信管理局(简称 Ofcom)。该通信管理局在内部组织和运作上具有高度的自主权<sup>[24]</sup>,保证了监督过程中的公正性,并注重保护用户的隐私。政府可以设立专门的监管机构,由专业人员承担学术自媒体信息传播中的“把关人”角色,对学术信息的发布进行实时监管,对违规的高校教师学术自媒体平台进行及时的处理,甚至叫停,以保证学术内容的合法性。监管机构的持续监管和适度干涉,可以在维持高校教师学术自媒体合理运行的前提下最大程度地保证高校教师的学术自由。

在备案制度上,应制定明确的规章制度,

规定高校教师学术自媒体的建构必须依照法定程序报送有关部门备案,获得许可后才可以通过学术自媒体平台发布学术信息。执法机构要对自媒体账号的身份和资质进行核对,确认账号主体身份,并对不同主体、不同平台、不同话题、不同类型的高校教师学术自媒体账号进行分类备案。对不同类别的高校教师学术自媒体以不同方式实施管理。党政机关、企事业单位和各类群众团体应当开立公共账号,并按照国家组织法和信息发布的规定进行管理。

#### (二)分类管理:通过明确定位促进高校教师学术自媒体的差异化发展

高校教师学术传播自媒体主要分为专业性学术自媒体与综合性学术自媒体。专业性学术自媒体类型划分更为具体,可以从高校教师个人的研究方向进行细分,垂直定位目标受众。高校教师学术自媒体的构建,首先要精准定位,明确选取的学术领域,并对领域进行细分;其次要差异化发展,专业性高校教师学术自媒体应重视内容的原创性、避免内容同质化,而综合性学术自媒体传播内容则通常按学科大类划分,受众区分度不明显。因此,高校教师学术自媒体要有一定的内容倾向性,在学科大类中再细分出多元研究方向,避免与其他学术自媒体的内容重合,在创作形式上更加新颖独特,形成自身的风格。高校教师学术自媒体可以通过用户画像,分类定位目标受众,形成不同主题的用户社群。

高校可以对教师学术自媒体实行“行政一元化”“学术多元化”<sup>[25]</sup>的分类管理。“行政一元化”是指高校可设立专门的高校内部监管机构对高校教师学术自媒体进行统一管理,管理系统要公开透明。在具体运行中,首先,高校教师在创建自媒体账号前需向该监管机构报备,在获得监管机构的允许后再进行构建。对已经在运行的高校教师学术自媒体,由该监管机构进行不定时审查,并持续关注。高校要对该监管机构的管理权限进行明确界定。当高校教师有出格甚至违法的言论时,该监管机构方可对其账号进行干涉,而在正常情况下不得

干扰高校教师学术传播自媒体的日常运作,更不得干预高校教师学术自媒体的学术观点,不得对高校教师的学术创作进行不合理的限制。在“行政一元化”的前提下,高校要明确对高校教师的不当言行进行监督与管理,但不能过度限制高校教师学术的自由发展,同时也要鼓励高校教师的创新性研究、个人化风格和对学术的独立见解,促进高校教师学术自媒体向着“学术多元化”的方向发展。

### (三)伦理形塑:通过培养责任意识防范高校教师学术自媒体的信息失真

在学术自媒体的建构中,高校教师要加强责任意识,防止传播的信息失真。

一方面,高校教师应自觉履行自己的责任与使命。作为教师,高校教师的言行对大学生影响很大,高校教师应以身作则,依靠榜样力量和言传身教对青年大学生作出正确的引导。作为学者,高校教师的学术观点对整个学界有着重要的影响,高校教师肩负着维护“学术正义”的重要职责,理应对学术有敬畏之心,坚守学术道德,加强自律,保持学术良知,以追求真理、探索世界的学术精神抵御各种学术不正之风。作为知识分子和有影响力的社会公民,高校教师对社会舆论有一定的导向作用,肩负着重要的社会责任。因此,高校教师不仅要对学生负责、对学术负责,还要对广泛的民众负责,更要对自身进行道德自律,增强自身的责任感,明确自身的责任和义务。

另一方面,高校要建立多种激励与约束机制,鼓励与引导教师承担社会责任。社会责任意识的构建不仅要依靠教师的主观能动性,而且还要借助外部推动力量。在培训与管理中,高校要注重对高校教师的品质教育,开设相关的讲座、课程,潜移默化地影响教师,增强其责任意识。同时,除了现实层面的精神教育,高校也应当加强对高校教师网络认识信念的培养,帮助高校教师正确认识网络世界,正确利用网络平台,从而养成正确的“网络责任观”<sup>[26]</sup>。在激励机制上,高校要依据需要层次理论,对不同职位、不同类型的教师进行分层、

分类激励。在约束机制上,高校应根据高校教师学术自媒体的发展情况进行针对性的管理,并设立一定的惩罚措施,通过强制手段保证高校教师在自媒体构建中履行最基本的责任。归根结底,高校教师只有不断强化责任意识,才能在学术自媒体的构建中不断加强学术与大众的联系,促进学术广泛交流。

## 四、结语

全球化时代,学术传播领域发生了前所未有的变化。构建中国特色哲学社会科学的学科体系、学术体系、话语体系成为新时代中国创新驱动发展战略落实的重大任务。在此背景下,促进中国学术传播“走出去”、提升国际学术话语权成为新的时代要求和挑战。高校教师作为中国学术传播的重要主体,要让学术自媒体平台作为学术传播的优秀“麦克风”,成为“讲好中国故事,传播好中国声音”的重要一环。随着高校教师学术自媒体发展逐步走向规范化,在推动我国“三大学术体系”发展、提升学术传播“走出去”的国际影响力方面,高校教师学术自媒体将会发挥越来越重要的作用。

### 参考文献:

- [1] 谢伏瞻. 加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系[J]. 中国社会科学, 2019(5): 4-22, 204.
- [2] 燕今伟, 刘峥. 网络环境下学术信息传播的变革[J]. 情报理论与实践, 2004(2): 199-201, 208.
- [3] BOWMAN S, WILLIS C. We media: how audiences are shaping the future of news and information[J]. Media, 2003, 10(3): 66.
- [4] 彭兰. 碎片化社会背景下的碎片化传播及其价值实现[J]. 今传媒, 2011(10): 9-11.
- [5] 卢英. 自媒体对大学生社会主义核心价值观教育的影响及对策[D]. 上海: 华中师范大学, 2015.
- [6] 2020年中国数字阅读用户规模达到4.94亿[EB/OL]. (2021-04-16)[2023-07-23]. [https://www.gov.cn/xinwen/2021-04/16/content\\_5600094.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2021-04/16/content_5600094.htm).
- [7] 刘亮, 陈德楠. 新媒体时代有声读物提质研究[J]. 传媒, 2021(19): 45-48.
- [8] GILES D C. Parasocial interaction: a review of the literature and a model for future research[J]. Media Psychology, 2002, 4(3): 279-305.
- [9] CNNIC发布《第47次中国互联网发展状况统计报告》

- [EB/OL]. (2021-02-03)[2022-01-23]. [https://www.gov.cn/xinwen/2021-02/03/content\\_5584518.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2021-02/03/content_5584518.htm).
- [10] 王姗姗. 小众学术大众阅读[J]. 中国图书评论, 2002(2):13-21.
- [11] 王源. 新媒体时代学术传播范式嬗变与编辑主体角色重塑[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2021(6):150-156.
- [12] 王贵勤. 信息网络传播的立法思考[J]. 当代传播, 2013(4):79-80,92.
- [13] 刘芳芳. 网络著作权的利益平衡机制研究[J]. 出版广角, 2019(16):36-38.
- [14] ROWLANDS I, NICHOLAS D, HUNTINGTON P. Scholarly communication in the digital environment: what do authors want? [J]. *Learned Publishing*, 2004, 17(4):261-273.
- [15] CORRA M, WILLER D. The gatekeeper[J]. *Sociological Theory*, 2002, 20(2):180-207.
- [16] 赵静宜, 程明. 确定性抑或不确定性:关于信息传播一个基本问题的审思——兼论智能传播的未来发展[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2021(1):163-171.
- [17] CARLSSON F, JAIME M, VILLEGAS C. Behavioral spillover effects from a social information campaign[EB/OL]. [2023-07-23]. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0095069620300486?via%3Dihub>.
- [18] WHITCHURCH C. Expanding the parameters of academia [J]. *Higher Education*, 2012, 64(1):99-117.
- [19] ROWLANDS I, NICHOLAS D, HUNTINGTON P. Scholarly communication in the digital environment: what do authors want? [J]. *Learned Publishing*, 2004, 17(4):261-273.
- [20] TATUM B D. The complexity of identity: "Who am I?" [J]. *Readings for diversity and social justice*, 2000, 2(1):5-8.
- [21] HUNT E. The rights and responsibilities implied by academic freedom [J]. *Personality and Individual Differences*, 2010, 49(4):264-271.
- [22] 刘建银, 李霜. 大众传播中的“国家教师”媒介形象分析 [J]. *教师教育学报*, 2019(5):29-36.
- [23] 宋全成. 自媒体发展中的表达自由、政府规制及其限度 [J]. *南京社会科学*, 2017(11):99-106.
- [24] 宋全成. 论自媒体的特征、挑战及其综合管制问题 [J]. *南京社会科学*, 2015(3):112-120.
- [25] 娄成武. 对“行政一元化, 学术多元化, 作风民主化”的认识——高校基层学术组织运行机制初探 [J]. *中国高等教育*, 2002(17):31-32.
- [26] 胡尚君. 高校教师网络认识信念的研究及其启示 [J]. *教师教育学报*, 2020(5):47-53.

## Characteristics, Practical Dilemmas and Regulatory Approaches of University Teachers' Academic Communication

TIAN Xianpeng, ZHANG Jingyan

(School of Education, Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

**Abstract:** In the era of self-media, the methods and channels of academic communication are undergoing significant changes. In a deeper sense, the form of academic communication not only affects the personal reputation of university teachers, but also generates strong social spillover effects. Research suggests that the construction of self-media is becoming a trend of the times for academic communication by university teachers, exhibiting characteristics such as branded operation, diversified forms, and autonomous methods. Although self-media has provided convenience for university teachers' academic communication, related issues continue to arise, particularly in the areas of academic communication anomie caused by excessive indulgence and regulatory imbalance, conflicts between professionalization and popularization, and identity conflicts between "individual" and "organizational" individuals. To promote the standardization of academic communication and ensure the healthy development of academic self-media, relevant stakeholders need to address improvements from three perspectives. First, it is necessary to reconstruct order through institutional development to strengthen the operation and supervision of academic self-media for university teachers. Second, classified management should be implemented to promote differentiated development of university teachers' academic self-media through clear positioning. Third, ethical shaping should be emphasized to foster responsibility and prevent information distortion in university teachers' academic self-media.

**Key words:** university teachers; academic communication; role conflicts; academic self-media; reconstruction of order; classified management; ethical shaping

责任编辑 秦 俭