

县级融媒体中心科技传播能力的影响机理研究

武 丹¹ 张 鑫²

(中国科普研究所, 北京 100081)¹

(东北大学工商管理学院, 沈阳 110000)²

[摘 要] 县级融媒体中心作为我国全新媒体布局中的重要一环, 担负着引导群众、服务群众的重大责任。增强县级融媒体中心的科技传播能力是提高公民科学素质的一种有效途径。而明确传播中的各种影响因素, 是提升县级融媒体中心科技传播能力的前提和基础。本研究采用扎根理论方法, 探究出影响县级融媒体中心科技传播能力的五大层面(国家、县域、县级融媒体中心组织、成员个体、公众)和16个具体的影响因素, 依此构建了影响机理模型, 并分析了所有因素对县级融媒体中心科技传播能力的作用和影响。最后, 针对不同层面提出相应的建议 and 对策: 加强国家政策引导、完善政策体系; 将县级融媒体科技传播能力纳入县域考核指标; 县级融媒体中心应制定相应管理制度, 加强人才培养; 通过先进技术获取公众关注点以进行科技传播产品的创作。

[关键词] 县级融媒体中心 科技传播能力 影响机理 扎根理论

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2022.04.004

近几年, 随着媒体融合的不断深入, 我国的媒体格局发生了巨大改变。作为数量最多、遍布范围最广的基层主流媒体, 县级融媒体中心在我国新的媒体布局中具有十分重要的作用。2018年8月, 习近平总书记在全国宣传思想工作会议上要求“扎实抓好县级融媒体中心建设, 更好引导群众、服务群众”^[1]。2018年9月, 中宣部在县级融媒体中心建设现场推进会上提出要“努力把县级融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台

和社区服务枢纽”, 明确了县级融媒体中心的功 能^[2]。目前, 在国家政策的推动下, 我国已经基本实现了县级融媒体中心的全覆盖, 完成了媒体格局的重塑。

随着整体传播生态的变化, 原有的科技传播格局也发生了改变, 科技传播处于机遇与挑战并存的状态之中。县级融媒体中心作为打通信息传播的“最后一公里”, 对科技传播有着重要的意义。反之, 科技传播也是县级融媒体中心实现引导舆论、服务公众功能

收稿日期: 2022-01-22

作者简介: 武丹, 中国科普研究所副研究员, 研究方向: 大众传媒科技传播、科普影视动漫, E-mail: 2522538905@qq.com。

的内容之一。如何提高县级融媒体中心科技传播能力,引导公众了解科学、参与科学是摆在我们面前的一个重要课题。

对于县级融媒体中心的研究,基本始于2018年国家开始推动县级融媒体中心建设,已有研究成果丰富。从研究视角来看,现有研究从宏观、中观和微观三个视角对县级融媒体中心进行了研究。在宏观视角上,主要明确县级融媒体中心顶层设计与困境对策^[3]。在中观视角上,主要探索县级融媒体中心建设困境与发展路径^[4]。在微观视角上,主要选取具体的代表性案例分析其做法^[5]。但对县级融媒体中心科技传播情况及科技传播能力的研究几乎是空白。原因是,一方面,全国的县级融媒体中心刚刚完成建设不久,研究的关注点还集中在上述所分析的视角和基础内容上;另一方面,对于科技传播而言,作为传递信息的“最后一公里”,县级融媒体中心在科技传播中能够发挥的作用还未得到充分的认知。本文将聚焦县级融媒体中心科技传播能力的影响因素研究,采用扎根理论的方法,挖掘各种影响因素及其内在关系,分析各因素对科技传播能力的单独与协同作用机理,并据此构建影响机理模型,以期为提升县级融媒体中心科技传播能力提供理论支撑。

1 研究设计

1.1 研究方法

扎根分析是先导性分析,是一个由下至上,不断归纳总结的过程^[6],尤其适合用于微观事物间相互作用的研究^[7],可以很好地揭示现象背后的本质行为特征或变量之间的相互作用关系,能够对定量研究中无法使用变量测量的现象加以更具体、更全面、更动态的

描述。本文主要依据 Strauss 程序化扎根理论的编码思想,持续地对在数据收集阶段整理所得的文本资料进行分析、比较,对不同来源的资料反复对照补充,不断交叉核对,从而提高数据资料的可靠性与真实程度,从中提取出主范畴与核心范畴,直至达到理论饱和。运用扎根分析,可以将县级融媒体中心科技传播能力影响因素的识别问题简单化,进而构建出县级融媒体中心科技传播能力影响机理模型。

1.2 数据收集

为全面挖掘影响县级融媒体中心科技传播能力的因素,根据县级融媒体中心的性质,本文从政府、县级融媒体中心自身及公众3个层面,选取具有典型性的案例,通过深度访谈、实地调研、大数据抓取等多种方式进行一手数据和二手数据的收集,以提升研究的信度和效度,确保最终所得理论模型的准确性和科学性。

(1) 政府层面。由于媒体融合是国家战略,县级融媒体中心的建设是由政府推动,因此,政府部门的政策和措施对县级融媒体中心的发展有着极为重要的影响。本文以中国科协科普部发起的“科普中国融媒发展省级试点”项目和北京市政府下属各单位联合发起的“北京智慧科普社区建设”项目为例,进行资料汇集,并与相关人员进行深度访谈,明确政府层面对县级融媒体中心科技传播的要求及产生的影响。

(2) 县级融媒体中心自身层面。本文通过对河北省张家口市各县级融媒体中心进行实地走访调研,并进行相关人员访谈,了解县级融媒体中心科技传播的相关情况;对北京市昌平区融媒体中心、云南省丘北县融媒体中心、黑龙江省拜泉县融媒体中心 and 贵州

省锦屏县融媒体中心的科技传播过程通过数据抓取进行监测，了解其科技传播的主要做法等内容。

（3）公众层面。以全国科普日和科技周专项内容宣传为契机，采用大数据抓取的方法

选取 2019—2021 年张家口融媒体中心和 2021 年全国 2 845 个区县的县级融媒体中心的传播数据，通过相关数据了解县级融媒体中心在科技传播落实过程中的情况。整体数据情况见表 1。

表 1 县级融媒体中心科技传播能力研究数据收集情况

关注层面	具体调研对象	数据来源	调研数据统计信息	数据标签
政府	北京智慧科普社区	二手资料	社区建设方案、建设招标信息，获取建设情况、建设要求等数据	S2
	科普中国融媒发展省级试点项目	二手资料	项目申报说明书，获取申报条件及要求等信息	
	主管领导	深度访谈	对县委宣传部部长（现任市科技局局长）进行了近 60 分钟的访谈，获得 12 000 字左右的文档资料	
县级融媒体中心	河北省张家口市各县级融媒体中心	现场调研	2019—2021 年走访张家口市各县级融媒体中心，其间对工作人员进行访谈，获取工作人员对传播效果、媒体参与度等的评价数据	S1
		深度访谈	对区融媒体中心主任进行了近 50 分钟的访谈，获得 9 500 字左右的文档资料	
	北京市昌平区融媒体中心	二手资料	通过对各个融媒体中心的科技传播过程进行监测，获取各个中心在科技传播时的主要做法、取得的成绩及现存问题	S2
	云南省丘北县融媒体中心	二手资料		
	黑龙江省拜泉县融媒体中心	二手资料		
	贵州省锦屏县融媒体中心	二手资料		
公众	全国各县级融媒体中心	二手资料	通过各区县官方网站、新闻媒体报道、自媒体等渠道搜集资料，并对全国 2 845 个区县 2021 年全国科普日举办的情况进行数据抓取	
	张家口融媒体中心	二手资料	利用新浪舆情等工具进行持续 3 年的纵向监测，获取参与主体、传播形式等数据信息	

1.3 信效度校验

为保证研究的信度，提高理论敏感程度并降低主观因素的作用，本文由 3 人同时对数据进行编码，并讨论产生共同意见；此外，基于数据的获取时间、收集渠道和具体内容进行归档与分类，构建数据库，以便开展重复性研究与结果检验。为保证研究的效度，本文主要采用罗伯特·K. 殷（Robert K. Yin）^[8]的分析推广逻辑，通过“三角验证”法则对不同受访者和多渠道来源信息进行验证，确保受访者的心理契约保持高的信效度，减少来源单一的数据对研究造成误差^[9]；同时，在理论抽样时注重样本的典型性和代表性，注重样本与研究主题契合程度高、数据可得性高，尽可能确保研究结论的普适性。

2 范畴挖掘与提炼

2.1 开放式编码

开放式编码阶段，本文首先随机选取 3/4 的数据进行开放式编码，对原始资料进行筛选与缩减，剔除重复、不相关的数据，形成文字资料库。其次，对整理好的文字资料进行标签化处理，根据数据分类对资料进行提取关键词、概括或进行初步定义，用“B+ 数字编号”进行标注，共得到 124 个标签化编码。再次将各标签概念化，对提取的标签整理去重，用“G+ 数字编号”进行标注，共得到 35 个概念化编码。最后，通过对具有相同本质属性的概念进行聚类 and 命名，用“F+ 数字编号”进行标注，最终得到 16 个范畴，具体见表 2。

表 2 开放式编码主要结果

范畴	概念化	标签关键词举例
政策体系（F1）	顶层政策完整性（G1） 区域层面针对性（G2）	统一命题、文件触发、行政触发、全会精神指导等 省级政策、市县级政策等
资源投入（F2）	传播经费投入（G3） 内容资源投入（G4）	科普经费投入、创作经费、财政拨款等 内容资源、内容目录等
任务来源（F3）	常态化工作范畴（G5） 偶发性工作（G6） 持续性工作（G7）	常态化工作、原有工作等 突发事件、偶发性任务等 科协自身工作、委托性长期项目等
政策渗透（F4）	政策关注程度（G8） 政策执行程度（G9）	关注点差异、政策依据等 执行政策文件、执行得好坏程度等
管理实施（F5）	中心内容的可操作性（G10） 中心制度的执行程度（G11） 形成管理惯例（G12）	中心自身制度与要求、制度可操作程度等 严格执行中心制度、相应管理措施完善程度等 完善管理体系、平时宣传逻辑、特定事件宣传逻辑等
领导重视（F6）	县级领导或主管领导重视（G13） 县级融媒体中心领导重视（G14）	领导亲自抓、分管领导具体抓、领导现场调研指导等 融媒体中心负责人牵头等
考核体系（F7）	直接考核方式（G15） 间接考核方式（G16） 项目任务考核（G17）	强制纳入考核体系、直接考核等 全国科技示范县指标、全民科学素质指标等 项目投建效果等
传播体系建设（F8）	传统传播资源优势不同（G18） 传播体系建设投入不同（G19）	原县区电视台主导转型、依托固有优势资源、原有平台 功能差异等 人才资源投入、组织结构调整等
平台间的融合（F9）	上下级融合（G20） 平行融合（G21） 服务模式融合（G22）	对接国家级媒体、对接市级媒体等 融合县委县政府网站、对接县级平台等 线上线下联动、社区与平台合作等
人员能力（F10）	学习能力（G23） 新媒体创作能力（G24）	人员不断学习、人员持续探索等 内容创作、把控内容、运营策划等
人员认知（F11）	对科学的认知（G25） 对科技传播工作的认知（G26）	科学敏感性、把握科学性等 领导关注焦点、传播事件的紧急程度等
科学创意（F12）	特色内容（G27） 科学编译（G28）	特色播报、方言宣传等 转化科学内容等
区域特点（F13）	区域优势（G29） 中心特色工作（G30）	张家口与冬奥等 区域特殊性、工作特殊性等
科学性审读（F14）	内容科学（G31） 权威性解读（G32）	传播科学内容等 内容令人信服、保证权威等
公众关注度（F15）	公众关注的内容（G33）	公众话题、公众关注等
公众喜爱度（F16）	互动内容（G34） 地方文艺（G35）	有奖问答、积分兑奖、互动措施等 地方艺术形式、特色文艺节目等

2.2 主轴式编码

主轴式编码阶段是根据概念化后的数据提取出主范畴。本文构建的是县级融媒体中心科技传播能力的影响机理，团队成员将开放式编

码所得的 16 个范畴按其内在联系进行了归类，形成了“政策导向”“融媒体中心（机构）”“融媒体中心（平台）”“科学内容”和“公众”5 个主范畴，各主范畴的内涵及其对应范畴见表 3。

表 3 主轴式编码主要结果

主范畴	对应范畴	对应范畴的内涵
政策导向（ZF1）	政策体系（F1） 资源投入（F2） 任务来源（F3）	政策（国家或区域）体系是系统性的政策工具，对科技传播能力提供框架指引 为保证县级融媒体中心开展科技传播所必需的资金投入与媒体资源投入 驱动县级融媒体中心开展科技传播的机构与任务
融媒体中心（机构）（ZF2）	政策渗透（F4） 管理实施（F5） 领导重视（F6）	县级融媒体中心对于科技传播政策的关注度与使用程度 县级融媒体中心对各项政策的落实以及自身对科技传播的特有政策 县级融媒体中心领导对科技传播工作的重视情况，即包括自身主动的重视，也包括外在因素导致的重视

续表 3

主范畴	对应范畴	对应范畴的内涵
融媒体中心（机构） （ZF2）	考核体系（F7）	县级融媒体中心的考核内容，既包括对融媒体中心的直接考核，也包括对县委县政府的各项考核由融媒体中心负责落实
融媒体中心（平台） （ZF3）	传播体系建设（F8）	县级融媒体中心本身功能的建设与健全程度
	平台间的融合（F9）	县级融媒体中心融媒体的利用与融合程度，包括上融、下融、平行融的情况
	人员能力（F10）	县融媒体中心工作人员的能力：一是本身从事融媒体工作的能力，二是从事科技传播的能力
	人员认知（F11）	对县融媒体中心科技传播事件重要性的认识
科学内容（ZF4）	科学创意（F12）	县融媒体中心工作人员能够对科学热点的捕获能力，以及对科学事件的科学编译能力
	区域特点（F13）	传播的科学内容是否与区域的中心工作、支柱产业等关联
	科学性审读（F14）	对传播内容的科学性能否有效把握
公众（ZF5）	公众关注度（F15）	公众对县级融媒体平台是否关注
	公众喜爱度（F16）	公众对县级融媒体平台喜爱程度

2.3 选择式编码

选择式编码阶段，需将提取出的主范畴继续抽象为核心范畴，并开发出能统领整个范畴的故事线。根据研究主题及编码分析，5个主范畴共同指向“县级融媒体中心科技传播能力”，可以将其定义为核心范畴，通过分析和梳理主范畴和核心范畴之间的关系，建立了范畴间的作用路径（见图1）。

内容”“公众”5个主范畴，可知：（1）“政策导向”是从顶层进行设计，通过“融媒体中心（机构）”“融媒体中心（平台）”“科学内容”对县级融媒体中心科技传播能力产生影响；（2）“融媒体中心（机构）”“融媒体中心（平台）”“科学内容”是从科技传播的供给方来总结的，因而都归为供给侧因素；（3）“公众”是从科技传播的接收方来总结的，因而归为需求侧因素。

2.4 理论饱和度检验

理论饱和度检验是决定案例数据停止收集的标准，是指不可以获取额外数据使研究发展新范畴的时刻。团队成员对剩下的1/4的数据进行编码，检验过程中出现的因素仍然在前3/4数据编码的5个主范畴16个副范畴之内，没有出现新的标签、范畴和概念，满足扎根理论中新抽取的样本不再提供新的重要信息为止的理论饱和度和原则，所以本研究得出的理论模型是饱和的。

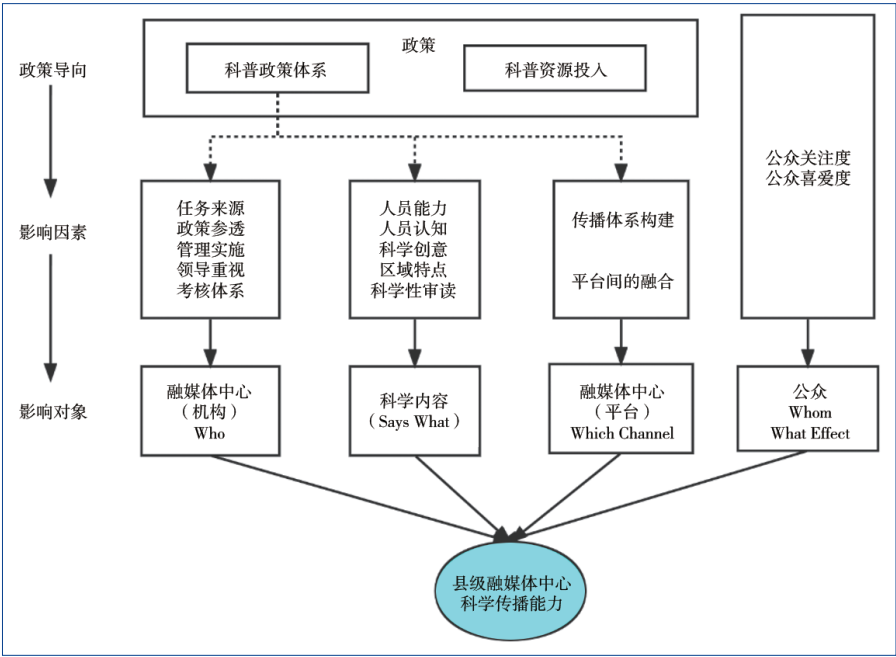


图1 范畴间的关系及作用路径

其中，围绕“县级融媒体中心科技传播能力”这一核心范畴及“政策导向”“融媒体中心（机构）”“融媒体中心（平台）”“科学

理论中新抽取的样本不再提供新的重要信息为止的理论饱和度和原则，所以本研究得出的理论模型是饱和的。

3 模型构建与解析

3.1 县级融媒体中心科技传播能力影响机理模型

县级融媒体科技传播为县级融媒体中心扩展公共服务功能和新时代占领科技传播

新阵地提供了双向的引导，具有重要的理论和实践意义。本文根据上述编码结果构建了县级融媒体中心科技传播能力影响机理模型（见图 2）。

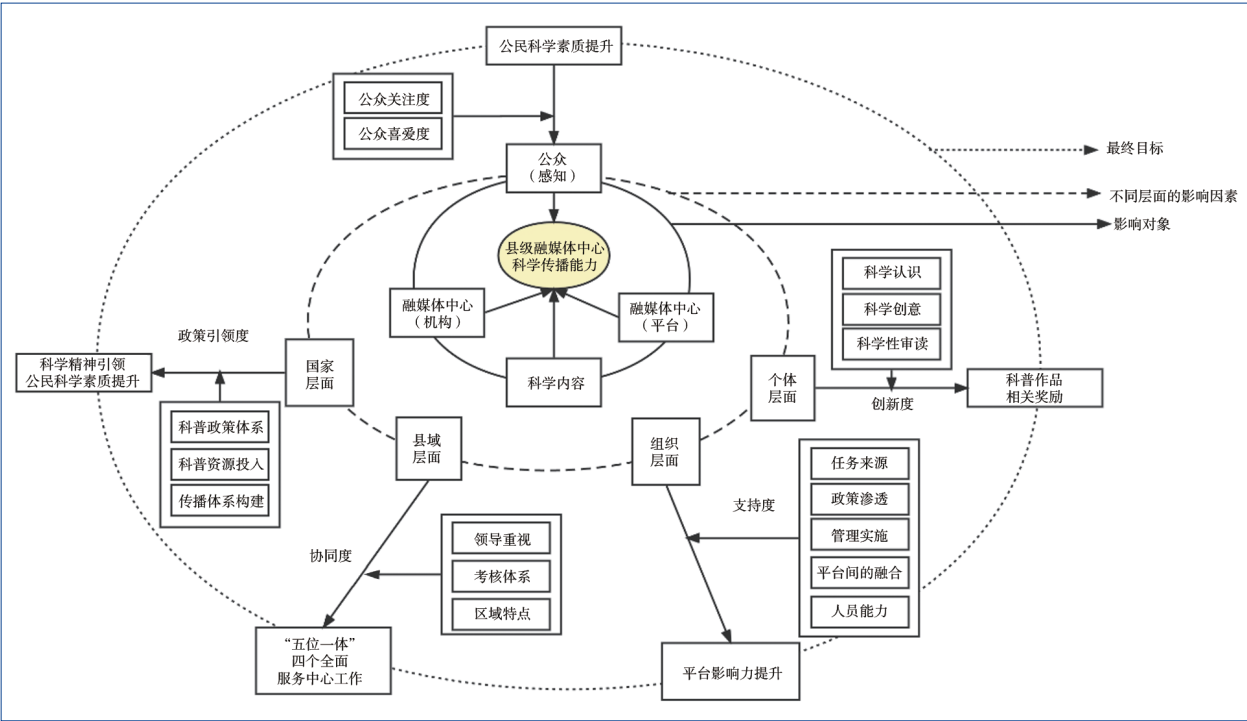


图 2 县级融媒体中心科技传播能力影响机理模型

3.2 模型解析

整体来看，本模型以公众为中心，以公众的诉求与愿望为边界。影响因素有 2 个视角，一是公众层面的需求侧，一是融媒体一端的供给侧。为了更具针对性地为各级主体提供指导，模型将供给侧一端的因素细分为国家层面、县域层面、县级融媒体中心组织层面以及县级融媒体中心成员个体层面，这四个层面的因素是平行的关系，协同发展共同为公众服务。同时将起顶层设计作用的“政策导向”这一范畴的内容融入国家层面当中。
 从需求侧的视角来看，县级融媒体中心是以人民为中心，以为公众服务为宗旨，将对公众的引导和公众的关注放在首位，从而驱动县级融媒体开展科技传播工作。在这方面主要需做好两项工作：一方面是对公众的引导，把应知、应会的科技内容通过融媒体平台传递给公

众，让公众在点滴间实现科学素质的提升；另一方面是融媒体平台对公众的诉求进行汇聚，对于广大公众热切关注的科学问题快速反应，及时提供极具公信力的回应。
 从供给侧的视角来看，模型跳出融媒体中心内部，全方位考量相关因素的影响，不仅包括县级融媒体中心定位与职责，还包括影响县级融媒体中心科技传播能力的国家层面、县域层面、组织层面、个体层面等多维因素，为需求侧的公众满意提供有效支撑。
 具体来看，模型以科技传播为着力点，从供给—需求视角出发，包含了影响县级融媒体中心科技传播能力的五大层面下的 16 项影响因素。
 第一，国家层面下包含的影响县级融媒体中心科技传播能力的因素有科普政策体系、科普资源投入、传播体系构建。其中，科普政策体系是指导国家科普事业发展的重要依

据,县级融媒体中心会依据政策的导向提升相应的科技传播能力,如“全国统一命题,有所谓的文件或行政触发”;科普资源投入是县级融媒体中心科技传播能力提升的直接原因,拥有科技资源后的县级融媒体中心能有效提高内容生产能力与内容推广能力,如“各种科技活动报道、媒体宣传的首发媒体,然后依托融媒体中心控制的媒体矩阵扩大宣传”;传播体系建设关乎平台的功能建设与健全程度,尤其是科技传播体系的建设与健全程度关乎平台影响力,进而影响县级融媒体中心科技传播能力。国家层面各项因素融合,最终体现在科学精神的引领和公民科学素质提升方面。

第二,县(区)层面下包含的影响县级融媒体中心科技传播能力的因素有领导重视、考核体系、区域特点。其中,领导重视会为县级融媒体中心带来更多资源,进而提升其传播能力;考核体系中的考核内容会成为县级融媒体中心科技传播时的关注焦点,进而促使其对应方面的能力提升;区域特点是指县级融媒体中心进行科技传播时结合当地特色进行传播内容的创作。县(区)层面各项因素融合,最终体现在五位一体、四个全面、服务中心工作的总体战略中。

第三,县级融媒体中心组织层面下包含的影响县级融媒体中心科技传播能力的因素有任务来源、政策渗透、管理实施、平台间的融合、人员能力。其中,任务来源是指县级融媒体中心在进行科技传播时听从谁的指挥,如“我们通常是接收上级指令或与科协寻求合作”;政策渗透是指县级融媒体中心对于已有政策的关注度与执行度,会显著影响其在科技传播时的政策理解能力;管理实施强调县级融媒体中心对上级政策的落实以及自身规定的完成度,影响其内容生产能力;平台间的融合包括横向融合——区级报、台、

本级行政单位,上行融合——市、省、中央媒体,下行融合——社区(乡镇)融合,跨界融合——融媒体+政务+服务,以及其他新媒体融合,平台融合能力直接影响县级融媒体中心科技传播能力;人员能力是县级融媒体中心工作人员所具备的学习、创作等能力。县级融媒体(组织)层面各项因素融合,最终体现在县级融媒体中心的平台影响力提升方面。

第四,县级融媒体中心个体层面下包含的影响县级融媒体中心科技传播能力的因素有科学认知、科学创意、科学性审读。其中,科学认知是县级融媒体中心工作人员对科技事件地认识和理解能力;科学创意是县级融媒体中心工作人员对科学热点的捕获能力,以及对科学事件的科学编译能力;科学性审读指要把握住传播内容的科学性,保证传播的内容质量。成果体现在科普作品创作、相关奖励方面。

第五,公众层面下包含的影响县级融媒体中心科技传播能力的因素有公众关注度和公众喜爱度。公众关注度和公众喜爱度体现了传播效果,侧面体现县级融媒体中心的科技传播能力,如“这种传播类的东西一定是老百姓感兴趣的,才能让咱们融媒体中心更好地提升能力获得发展”。

在县级融媒体中心科技传播的过程中,上述5个层面的16个影响因素是相互作用、相互影响的。只有将所有因素进行系统思考,有效整合,相互融通协作,才能把科技传播作为县级融媒体常态化的内容,构建出县级融媒体中心科技传播能力的全景画面,提升县级融媒体中心的科技传播能力。

4 结语

研究表明,县级融媒体中心科技传播能力的提升是多层次的演化过程,是县级融媒体中心外部的多项政策体系构建与中心内

部有效管理多层演化的结果。因此,要有效提升县级融媒体中心科技传播能力,需要各方协作努力。

4.1 建议及对策

本研究概括总结出的影响因素,为各部门共同提升县级融媒体中心科技传播能力提供了理论依据。基于此提出以下建议:

首先,从国家层面看,各相关机构可以通过加强对县级融媒体中心的政策引导、完善政策体系、加大经费投入等措施提升县级融媒体中心的科技传播能力,并通过税收等法律法规提供配套支持,共同推动县级融媒体中心科学传播工作的建设,助力国家科学传播体系的构建。

其次,从县(区)域层面看,将县级融媒体科技传播能力纳入县域考核的指标中,提升县级领导对县级融媒体科技传播的意识。在对县级融媒体中心完成建设与融合的阶段之后,将科技传播纳入县级融媒体中心的公共服务职能之中,明确导向,根据区域中心工作的内容与特点设定科技传播的内容与方式,更好地助力区域公民科学素质的提升,助力乡村振兴与区域科技创新。

再次,从县级融媒体中心自身看,县级融媒体中心作为组织层面应制定相关的管理制度,对国家政策、区域层面政策进行系统整合与有效落实,通过制作化、规范化的手段使县级融媒体科学传播纳入机构的常态化工作之

中,根据县级融媒体中心人员能力特点进行媒体产品的设计,保证科学传播的持续性与稳定性,发挥基层媒体的科学引导能力。同时,可以通过多种形式(走出去、引进来等)加大对县级融媒体中心的采编人员培训力度,一方面提升其策、采、编、发、统的能力,另一方面提高采编人员的科学素质和科技传播意识。

最后,从公众层面看,县级融媒体中心要通过如大数据的统计与分析等先进的技术手段,及时获取区域范围内公众关注度高且喜爱的内容,以此为导向作为媒体产品设计的切入点,进行科技传播产品的创作,获得更好的传播效果,实现科技传播的有效目标。

4.2 研究的不足之处

本研究还存在一些不足之处。一是本研究试图从多个层面、以多种方式获取有效资料,找出影响县级融媒体中心科技传播能力的关键因素,但由于时间等因素所限,难免有所遗漏,后续将继续充实和完善,对研究结论进行完善或修正。二是县级融媒体中心在发展的过程中有更多更好的科技传播的新案例出现,与现有机理与路径是否相同,是在未来研究中仍需关注的。三是本文的着眼点在于探寻影响县级融媒体中心科技传播能力的因素进而构建影响机理模型,提升县级融媒体中心科技传播能力的对策与建议较为笼统,后续将就此进行更深入的探讨,提出新时代对于科技传播的全新思考。

参考文献

- [1] 新华社. 习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话 [EB/OL]. (2018-08-22) [2022-01-11]. http://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content_5315723.htm.
- [2] 何炜, 张旸, 杨海霞. 用好互联网思维 打通媒体融合“最后一公里” [EB/OL]. (2019-02-15) [2022-01-11]. <http://media.people.com.cn/n1/2019/0404/c88454-31014530.html>.
- [3] 陈立新. 县级融媒体中心建设核心是加强制度的顶层设计 [J]. 传媒, 2019(2): 33-35.
- [4] 范戈. 新时代县级融媒体高质量发展的路径分析 [J]. 新闻爱好者, 2021(12): 101-103.
- [5] 刘璇, 郝亚晓. 融媒体背景下脱贫攻坚的创新实践——以石家庄县级融媒体中心的实践为例 [J]. 出版广角, 2021(12): 73-75.

(下转第 39 页)

- [12] 中华人民共和国教育部. 教育部关于印发《幼儿园教育指导纲要(试行)》的通知[EB/OL]. (2001-07-02) [2021-12-22]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A06/s3327/200107/t20010702_81984.html.
- [13] 朱凤. 利用科学活动促进幼儿深度学习[J]. 学前教育研究, 2018(9): 67-69.
- [14] 靳一娜, 王晓庆. 幼儿园科学教育实施现状的调查研究——以河北省张家口、廊坊、邢台和石家庄地区为例[J]. 内蒙古师范大学学报(教育科学版), 2015, 28(4): 43-46.
- [15] 姚伟. 论儿童科学素质的培养[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2001(2): 97-103.
- [16] 朱凯利, 冯国荣. 幼儿园教育活动设计与指导[M]. 西安: 陕西师范大学出版总社, 2014: 132-141.
- [17] 胡玉华. 科学教育中的核心概念及其教学价值[J]. 课程·教材·教法, 2015, 35(3): 79-84.
- [18] 祁海芹. 幼儿科学教育教学方法[M]. 北京: 高等教育出版社, 2005.
- [19] 霍力岩, 孙冬梅. 幼儿园课程开发与教师专业发展——比较研究的视角[M]. 北京: 教育科学出版社, 2006: 18-20.
- [20] 张俊. 幼儿园科学教育活动指导[M]. 北京: 人民教育出版社, 2008.
- [21] 董旭花. 幼儿园科学区(室)科学探索活动指导 117 例[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2011: 24.
- [22] 王鉴. 课程资源开发与利用的多元化模式[J]. 教育评论, 2003(2): 36-39.
- [23] 王文乔, 于泽元. 地方应用型本科院校幼儿师范专业与幼儿园的共生发展[J]. 学前教育研究, 2018(10): 60-63.
- [24] 王兴华. 幼儿科学教育与活动指导[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2020: 157-162.
- [25] 梁志霞, 张立星, 曹静. 幼儿园科学教育与活动指导[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2017: 168-192.
- [26] 夏竹筠, 宋占美. 从美国 FOSS 科学教育项目看幼儿素质教育课程资源的开发与利用[J]. 学前教育研究, 2013(10): 35-39.

(编辑 袁 博)

(上接第 15 页)

参考文献

- [1] 何薇, 张超, 任磊, 等. 中国公民的科学素质及对科学技术的态度——2020 年中国公民科学素质抽样调查报告[J]. 科普研究, 2021, 16(2): 5-17.
- [2] 全民科学素质行动规划纲要(2021—2035 年)[M]. 北京: 人民出版社, 2021.
- [3] 王国华, 刘炼, 王雅蕾, 等. 自媒体视域下的科学传播模式研究[J]. 情报杂志, 2014, 33(3): 88-92, 117.
- [4] 郑斌, 王大鹏, 梁琰. 科普微视频传播路径与受众行为研究——以利用 Google Analytics 对“美丽化学”网站的分析为例[J]. 科普研究, 2018, 13(3): 29-35.
- [5] 金妍. 浅析如何扩大科普传播受众面——以呼伦贝尔市草原科普轻骑兵为例[J]. 科技传播, 2021, 13(18): 64-66.
- [6] 陈暖. 医院科普短视频传播现状与对策研究——以中南大学湘雅医院抖音号为例[J]. 科普研究, 2021, 16(1): 32-38, 55.
- [7] 金心怡, 王国燕. 抖音热门科普短视频的传播力探析[J]. 科普研究, 2021, 16(1): 15-23, 96.
- [8] 陈家玮. 视频弹幕基础下的青少年网络社群研究——以哔哩哔哩和斗鱼直播为例[J]. 视听, 2020(10): 134-136.
- [9] 周洋, 邓莹. B 站军事题材视频弹幕传播效果研究[J]. 中国记者, 2020(2): 64-70.
- [10] 张铮, 邓妍方. 从《国家宝藏》探析传统文化在弹幕场域的建构[J]. 电视研究, 2018(7): 29-31, 34.
- [11] 徐明华, 李丹妮. 从“外显自尊”到“真实自豪”: 新时代青年群体的爱国情感表征与价值认同生成[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(6): 51-57.
- [12] 甘春梅, 梁栩彬, 李婷婷. 使用与满足视角下社交网络用户行为研究综述: 基于国外 54 篇实证研究文献的内容分析[J]. 图书情报工作, 2018, 62(7): 134-143.
- [13] Katz E, Haas H, Gurevitch M. On the Use of the Mass Media for Important Things[J]. American Sociological Review, 1973, 38(2): 164-181.

(编辑 李 莹)

(上接第 30 页)

- [6] 长青, 孙宁, 张强, 等. 机会窗口、合法性阈值与互联网创业企业战略转型——支付宝 2004~2019 年纵向案例研究[J]. 管理学报, 2020, 17(2): 177-185.
- [7] 费小冬. 扎根理论研究方法: 要素、研究程序和评判标准[J]. 公共行政评论, 2008, 1(3): 23-43.
- [8] Yin R K. Case Study Research: Design and Methods[M]. London: Sage, 2013.
- [9] 许晖, 张海军, 王琳. 价值驱动视角下制造企业服务创新能力的构建机制——基于艾默生网络能源(中国)的案例研究[J]. 管理案例研究与评论, 2014, 7(4): 269-282.

(编辑 颜 燕 李 莹)