

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2026.01.002

欢迎按以下格式引用:王玲强,郝云飞,丁培卫.人文社会科学综合期刊选题策划的作用效果研究——基于96种高校综合性文科学报的实证分析[J].重庆大学学报(社会科学版),2026(1):130-147. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2026.01.002.



Citation Format: Wang Lingqiang, Hao Yunfei, Ding Peiwei. Research on the effect of topic planning in humanities and social sciences comprehensive journals: Empirical analysis based on 96 comprehensive humanities journals in universities [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2026(1): 130-147. Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2026.01.002.

人文社会科学综合期刊 选题策划的作用效果研究 ——基于96种高校综合性文科学报的实证分析

王玲强,郝云飞,丁培卫

(山东大学人文社科期刊社,山东 济南 250100)

摘要:由于办刊模式相似,人文社会科学综合期刊长期陷入“千刊一面”“低水平重复”的困局。人文社会科学综合期刊面临的上述困境,一定程度上可以归为选题策划缺乏而导致的办刊特色缺失,破解之道就在于大力加强选题策划,走特色化发展之路。正因为如此,选题策划已经普遍成为人文社会科学综合期刊提升办刊质量、破解低水平重复困局的主动选择。文章以历年入选CSSCI来源期刊的高校文科综合性学报为样本,构建2008—2021年面板数据,分别以被引频次和人大复印报刊资料转载数量测度期刊的定量和定性影响力,实证检验选题策划对人文社会科学综合期刊影响力的作用效果。研究发现,就总体而言,选题策划对于期刊定量和定性影响力具有显著提升作用。异质性分析表明,选题策划的作用在于提升了非985高校学报的学术影响力,对985高校学报的作用未能取得预期的效果;期刊主办单位的人文社科学科实力越强,选题策划对期刊影响力的提升作用越弱;内稿比例越高,选题策划对学报影响力的提升作用越弱,但这一结论对于985高校学报并不适用。进一步分析发现,选题策划的内部结构同样会影响选题策划的作用效果。第一,主题宣传类选题和非主题宣传类选题皆可提升期刊影响力,相对于后者,前者为期刊带来了更多的引用,但是对转载的提升作用并不显著。第二,社会科学选题显著提升了期刊的影响力,而人文学科选题却未能取得预想中的效果。分样本检验发现,人文学科选题显著降低了985高校学报的转载量,不过却可以提升其他高校学报的短期定量影响力。第三,单一学科选题对期刊影响力的作用效果显著优于跨学科选题,跨学科选题的积极效果要在定性评价和超长期定量评价中才能体现出来。分样本检验发现,211高校学报更多策划了一些与新科技革命以及社会科学热点话

基金项目:全国高等学校文科学报研究会编辑学研究课题“人文社科跨学科研究对期刊影响力的作用效果及其机制研究”(YB2025040)

作者简介:王玲强,山东大学人文社科期刊社副编审,Email:wlgapp@sdu.edu.cn;郝云飞,山东大学人文社科期刊社副编审;丁培卫(通信作者),山东大学人文社科期刊社副社长,Email:dingpeiwei@sdu.edu.cn。

题相结合的跨学科选题,显著提升了其短期、长期引用量和转载量,甚至对转载量的提升作用要优于单一学科选题。这些发现对于人文社会科学综合期刊选题策划具有启示作用。

关键词: 选题策划;综合期刊评价;期刊影响力;引用率;转载率

中图分类号: G232.1;G350 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-5831(2026)01-0130-18

引言

在中国的人文社会科学期刊版图中,规模庞大的综合期刊构成了一道独具特色的风景线。不过“三分天下有其二”的规模未能带来相应的学术声誉,由于编辑方针趋同、编辑模式趋同、栏目设置趋同,甚至探讨的社会热点问题也趋同^[1],人文社会科学综合期刊普遍形成了“学科拼盘”的办刊模式,陷入了“千刊一面”“低水平重复”的困境,长期受到学术界的批评和诟病^[2]。严重的“趋同化”现象显著降低了综合期刊的学术影响力,无论是在专业研究者那里,还是在期刊评价体系中,综合期刊都始终很难与专业性学术期刊相抗衡。

人文社会科学综合期刊面临的上述困境,一定程度上可以归为选题策划缺乏而导致的办刊特色缺失,破解之道就在于大力加强选题策划,走特色化发展之路,对此无论是期刊界还是主管部门都有着清晰的认识。早在2002年,教育部就出台文件,鼓励作为人文社会科学综合期刊最主要组成部分的高校文科学报“创办特色栏目和名牌栏目,走内涵式发展之路,塑造各自刊物的学术个性和文化特征”。2021年5月,中宣部、教育部、科技部联合印发的《关于推动学术期刊繁荣发展的意见》更是明确提出“提升编辑策划与把关能力”,要求学术期刊应“加强编辑策划,围绕重大主题打造重点专栏、组织专题专刊”。2022年,党的二十大报告指出,“必须坚持问题导向。问题是时代的声音,回答并指导解决问题是理论的根本任务”^[3]。在中国式现代化强国建设的伟大征程中,势必会遇到一系列的新情况新问题,需要学术界直面新问题新挑战,这就进一步为人文社会科学综合期刊加强选题策划指明了方向^[4]。正因为如此,近年来人文社会科学综合期刊纷纷以问题为导向加强选题策划。越来越多的期刊编辑部开始通过举办年度选题论证会,并在刊物封二、封三乃至网站、微信公众号发布年度重点选题等方式,增强刊物的主体意识,引领学界深入探讨党的重大理论成果、中国式现代化的内涵以及我国经济社会发展面临的重大理论和现实问题^[5]。以CSSCI来源期刊目录(2021—2022)收录的高校文科学报为例,在62种综合性高校学报和11种高校社科学报中,公布年度或重点选题的期刊数量呈逐年递增趋势。如图1所示,自2018年3种CSSCI高校学报开始公布选题后,每年均有新增刊物跟进。截至2024年,累计已有26种期刊公布了年度选题计划,占比超过三分之一,充分反映了高校文科学报群体对选题策划日益增长的重视程度。

目前,作为破解“低水平重复”困局的利器,选题策划已经普遍成为众多人文社会科学期刊的主动选择。那么,选题策划是否如预期那般提升了刊物的影响力,选题策划对于不同期刊有何异质性影响,选题策划的内部结构又产生了怎样的作用效果?近些年高校文科综合性学报的选题策划实践已经为这一问题的研究提供了足够多的样本,也不乏相关研究实证分析了期刊载文量^[6]、内稿比例^[7-8]、文史哲刊文占比^[9]、主题宣传^[10]等因素对人文社会科学综合期刊的可能影响,这一问题的研究已经具备了充分的可行性。因此,本文以历年入选CSSCI来源期刊的高校文科综合性学报为例,分别以被引频次和人大复印报刊资料转载数量测度期刊定量和定性影响力,运用2008—2021年面板数据模型检验选题策划与二者的关系,进一步探究期刊主办单位的异质性和选题策划内部结构的作用效果,据此得出结论并提出相应的对策建议。

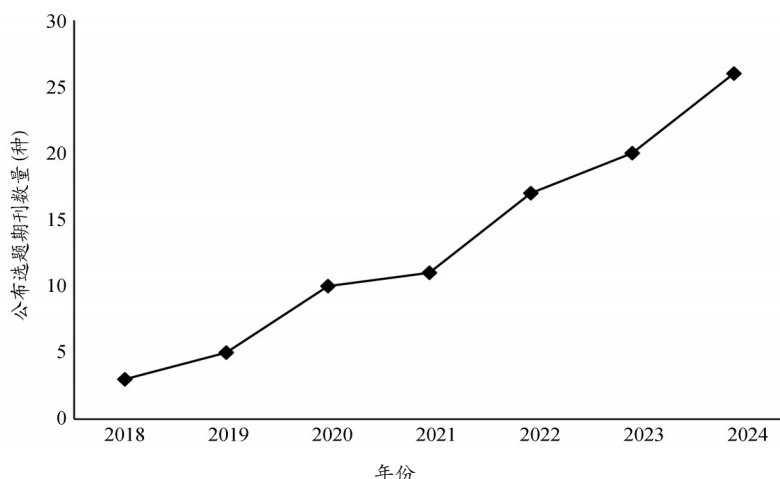


图1 CSSCI(2021—2022)高校综合性学报发布年度选题情况

一、文献综述

作为编辑出版工作中的重要一环,选题策划是学术编辑根据期刊定位和读者需求,在有目的地进行学术市场调研、信息采集的基础上形成选题意向,经过选题论证确定选题计划,继而选择作者、协商写作方案、形成初稿,最终完成学术论文出版的全方位系统过程^[11]。近年来,研究者就中国社科学术期刊选题策划的内涵、指导思想与功能进行了大量的理论探讨。首先,选题策划的本质是以问题导向实现理论创新和实践创新。期刊的一个重要职能即是议程设置,通过议程设置将社会注意力和关注点引导到特定问题上,对人们的思考对象施加影响^[12],进而促使期刊发挥引领问题发现、引领问题筛选、引领问题研究、引领问题解决的四重功能^[13]。这有助于引导作者增强问题意识,围绕理论和实践中的各种问题展开深入研究,提出解决问题的新思路,最终形成和发表高质量的研究成果。其次,习近平文化思想成为引领社科期刊选题策划的指导思想。习近平文化思想的提出为中国社科学术期刊高质量发展提供了遵循、指明了方向、明确了路径^[14]。学术期刊的高质量发展,要以习近平文化思想为指导,从中华性、精品性、传承性、引领性四个方面加强选题策划建设^[15]。习近平文化思想“明体达用、体用贯通”的特征有助于引领学术期刊以理论指导实践,又在实践中发展理论,从而推动学术期刊高质量发展^[16]。最后,选题策划应具有引领自主知识体系建构的功能。学术期刊作为传播思想文化的重要阵地,是构建自主知识体系的基本平台^[17]。学术期刊的多学科和多论域使其拥有系统集成全局视野和比较视野,能够在不同学科的差异性中取长补短,在自主知识体系建构中发挥独特的作用^[18]。学术期刊通过选题策划充分发挥能动性,在编辑方针、选题把关、理论取向方面为中国自主知识生产提供平台^[19]。

上述研究为厘清选题策划与期刊高质量发展的关系奠定了基础,期刊高质量发展虽不能简单等同于期刊影响力提升,但由此不难发现:一方面,选题策划带来了高质量的稿件供给。学术期刊的核心竞争力在于稿件质量,如果学术期刊没有明确的选题策划,就无法有的放矢开展相关工作,学术期刊的质量自然难以得到保证,选题策划成为保证文章质量、提高期刊影响力的关键^[20]。对于人文社会科学期刊而言,选题策划客观上起到了学术期刊供给侧结构性改革的作用^[21]。另一方面,选题策划又有助于期刊引领学术潮流。“评价一个期刊的影响力和生命力,最重要的一点,就是看它是否主动设置具有重大学术影响的标识性概念,引领学术潮流,推动学术进步”^[22]。如果学术期刊能够策划出引起学者关注的好选题,能够引领学界讨论的潮流,则可以打造出期刊的学术品牌,产生更大的学

术影响力^[23]。因此,选题策划有助于学术期刊形成核心竞争力,提高学术期刊的影响力^[24]。

在概念辨析之外,案例研究与统计分析成为探究选题策划与人文社会科学综合期刊影响力关系的重要方式。一部分研究者立足个别刊物和栏目进行了案例研究。如罗海丰以《广州大学学报(社会科学版)》为例,强调该刊“聚力选题策划,坚持专题化办刊思路”,2019—2022年刊发的论文共118篇被文摘刊物转(摘)载^[25]。李新根以《东北大学学报(社会科学版)》“科技哲学研究”栏目为例,指出选题策划显著提升了栏目的学术质量和社会影响力,其转载率在所有栏目中位居榜首,并且该栏目高被引论文对期刊整体贡献巨大^[26]。另一部分研究者以统计分析与实证研究探究了选题策划与人文社会科学综合期刊影响力的关系。如张京梅对2005—2015年《延边大学学报(社会科学版)》高被引论文进行了统计分析,她认为在经济、法律、文学、语言等高被引学科中进行选题策划有助于提升期刊影响力^[27]。张洁等从2013—2022年《西北农林科技大学学报(社会科学版)》刊发文章中遴选出高被引论文63篇,发现高被引论文均属学报特色栏目的下设专题论文,编辑部根据历年中央一号文件进行策划的选题成为近10年最具影响力的论文^[28]。李媛对2014—2016年CSSCI期刊中排名前十的综合性学报选题策划论文进行了实证研究,发现选题策划对期刊影响因子有显著贡献,不同学科选题策划效果存在显著差异,作者人数和基金项目作为重要因素会影响策划效果^[29]。

既有研究总体上肯定了选题策划对人文社会科学综合期刊影响力提升的积极意义,并对不同学科或类型的选题策划效果进行了初步探讨。但是上述研究还存在一些不足,影响了结论的可靠性。因而,本文在以下几方面进行优化。

第一,以研究对象而言,相关研究聚焦于单个刊物或少数头部期刊,选择性偏差影响了研究结论的普遍适用性,样本太小则难以根据不同期刊类型进行异质性分析,探究选题策划对不同期刊群体影响力的差异。因此,本文通过爬虫软件从知网数据库搜集了96种入选历年CSSCI来源期刊的高校文科综合性学报2008—2021年的面板数据,极大扩充了样本量,为异质性分析和机制分析提供了检验空间。

第二,以研究方法而言,既有研究多采用案例研究或简单的统计分析,进行的是相关分析(如计算皮尔逊相关系数),未能控制可能影响期刊影响力的其他变量,也就未能探究选题策划对期刊影响力的因果效应。本文在研究中使用面板数据模型进行实证检验,通过对相关变量的控制以及对期刊个体固定效应、时间固定效应的控制,尽可能减少因遗漏变量问题造成的偏误,并通过各种稳健性检验验证了结论的可靠性。

第三,以指标体系构建而言,既有研究多以二次文摘转载数量、被引次数、影响因子等衡量期刊的影响力,考虑的指标相对单一,且忽视了自变量与因变量在时间维度上的对应性。本文构建了期刊定性和定量、短期和长期影响力指标,并且在研究中充分考虑期刊办刊工作的年度性特征,以年度为单位构建了被解释变量、核心解释变量和控制变量,保证了指标体系的对应性,可以更好地评估期刊办刊实践对期刊影响力的作用效果。

二、研究设计

(一)研究方法 with 模型构建

为了探究选题策划与人文社会科学综合期刊影响力的关系,本文在研究中使用了面板数据模型进行实证分析,构建了如式(1)所示的双向固定效应模型:

$$\text{influence}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{topic}_{it} + \beta_2 X_{it} + \delta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中,下标*i*和*t*分别代表期刊和年份, influence_{it} 为被解释变量,表示期刊*i*在*t*年的影响力; topic_{it} 为核心解释变量,表示期刊*i*在*t*年的选题策划力度; X_{it} 表示一系列控制变量; ε_{it} 为随机扰动

项。此外,式(1)中还控制了期刊个体固定效应 δ_i 和时间固定效应 λ_t 。

(二)样本选择和数据来源

本文选取2008—2021年入选历年CSSCI来源期刊目录的高校文科综合性学报作为研究样本。高校文科学报作为人文社会科学综合期刊的重要代表,在过去相当长的时间内被定位为高校主办的、以反映本校教学和科研成果为主的学术理论刊物,由于有其背后的主办单位大学作为学术依托,与社科院系统或社科联系统主办的综合性人文社会科学期刊存在显著差异。21世纪以来,反映本校研究成果的定位得以转变,高校文科学报逐渐获得了进行选题策划的广阔空间。因此,以高校文科学报群体探讨选题策划对人文社会科学综合期刊影响力的作用效果具有代表性。另外,为实现样本同质化,本文在高校文科学报群体中选取了2021年及之前入选CSSCI来源期刊的综合性学报共计96种。目前或曾经入选CSSCI来源期刊代表高校文科学报具备一定的办刊目标,更有动机通过选题策划提升刊物影响力。在96种综合性学报中,主办单位涵盖985高校、211高校以及普通高校等不同类型的高校群体,便于进行异质性分析。除人大复印报刊资料转载数量外,本文使用的期刊数据主要来源于知网公开数据,在研究中使用爬虫软件获取了研究样本在期刊、栏目、文章3个维度的相关变量。

(三)指标体系构建

1. 被解释变量

本文的被解释变量为期刊的影响力(influence)。期刊的影响力是指在一段时间内,学术期刊对其所在科研领域内科研活动的影响范围和影响深度^[30]。对于学术期刊影响力的评价方法主要有定量评价和定性评价两种类型,参照已有研究,本文分别构建了学术期刊影响力的定量和定性评价指标。

定量评价以科学计量学方法为代表,主要利用期刊发表论文的被引数据,定量计算总被引频次、篇均被引频次、即年指标等传统指标、影响因子系列评价指标、H指数等指标来测度学术期刊的影响力^[31]。由于核心解释变量、控制变量都是以年度为单位进行构建的,为保证指标体系的对应性,同时确保不同年份期刊影响力数据的可比性^①,本文选择总被引频次、篇均被引频次作为期刊影响力的定量评价指标。参照通行做法,如在知网影响因子年报中,影响因子的计算以2年作为窗口期,南京大学中国社会科学评价中心在计算他引影响因子时亦选择2年作为窗口期,本文将2年内总被引频次(sumcit2)、2年内篇均被引频次(avecit2)作为期刊定量影响力的主要指标,将前者定义为“期刊在 t 年度发表论文在 t 到 $t+2$ 年被引总频次”,将后者定义为“期刊在 t 年度发表论文在 t 到 $t+2$ 年被引总频次/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”。当然,2年内篇均被引频次仅能测度期刊的短期影响力,且考虑到不同学科被引半衰期存在差异,为测度期刊的长期影响力,本文又将5年内总被引频次(sumcit5)、5年内篇均被引频次(avecit5)作为期刊定量影响力的辅助指标,将前者定义为“期刊在 t 年度发表论文在 t 到 $t+5$ 年被引总频次”,将后者定义为“期刊在 t 年度发表论文在 t 到 $t+5$ 年被引总频次/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”。

定性评价则以同行评议为代表。对于国内人文社会科学期刊而言,《新华文摘》《中国社会科学文摘》、中国人民大学复印报刊资料等二次文献的转载可以被视为某种程度的同行评议。由于人大复印报刊资料具有涉及学科广泛、转载数量较多的特性,本文使用人大复印报刊资料转载数量(reprint)作为期刊影响力的定性评价指标,具体界定为“期刊在 t 年度发表的论文被人大复印报刊资料转载的数量”。

^① 例如,影响因子系列指标关注的是期刊前 n 年(通常为2年)发表的论文在统计当年的平均被引率,这一指标与以年度进行计量的核心解释变量、控制变量缺乏匹配度。H指数具有随时间增长而增长的特征,更注重期刊的长期引用量,这将导致期刊不同年份影响力测度指标缺乏可比性。

2. 核心解释变量

本文的核心解释变量为选题策划力度(topic)。在办刊实践中,选题策划既可以集中策划,又可以单篇组约,是一个难以直接观察或测量的变量。考虑到在选题策划普遍实施前,人文社会科学综合期刊的普遍状态是没有栏目或以一级学科乃至多个一级学科混合的方式命名栏目,呈现出一种学科拼盘的办刊模式。选题策划在办刊实践中的重要表现就是特色专栏的创办,或是创办以二级学科、三级学科命名的专业化栏目,或是创办具有问题导向特性的跨学科栏目。特色栏目的创办情况成为期刊选题策划力度的直接体现,因此我们将特色专栏刊文占比作为选题策划力度的代理变量。在具体的数据清洗过程中,使用逆向思维方式,将没有栏目设置的论文或位于以“文学”“历史”“哲学”“经济学”“法学”“政治学”“社会学”等一级学科命名或多个一级学科命名的栏目以及“专题研究”等明显缺乏选题策划色彩的栏目刊发的论文视为无选题策划论文。由此,将期刊年度选题策划力度(topic)界定为“1-期刊在 t 年度无选题策划论文数量/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”。

3. 控制变量

为了减轻遗漏变量偏误可能产生的内生性问题,本文还控制了如下变量:(1)载文量(lnquantity),使用期刊年度发表(可被引)论文总数的自然对数表示;(2)内稿比例(interior),使用第一作者来自期刊主办单位的论文数量占比表示;(3)人文学科比例(humanities),使用人文学科论文数量占年度发表论文总数的比重表示;(4)跨学科比例(xdiscipline),使用跨学科论文数量占年度发表论文总数的比重表示;(5)篇均引文数目(lnreference),使用“期刊年度发表论文引用参考文献总和/期刊年度刊发(可被引)论文总数”的自然对数表示;(6)篇均关键词数目(keywords),使用年度刊发论文关键词的平均数目表示;(7)篇均摘要字数(lnabstract),使用年度刊发(可被引)论文摘要平均字数的自然对数表示。主要变量的描述性统计结果如表1所示。

表1 描述性统计结果

变量类别	变量名称	变量	样本量	均值	中位数	标准差	最小值	最大值
被解释变量	avecit2	2年内篇均被引频次	1 344	2.423	1.657	2.361	0.330	27.211
	sumcit2	2年内总被引频次	1 344	276.688	210.000	220.322	40.000	2 126.000
	avecit5	5年内篇均被引频次	1 056	3.945	3.148	2.838	0.739	27.139
	sumcit5	5年内总被引频次	1 056	490.979	419.000	299.553	89.000	2 741.000
	reprint	人大复印报刊资料转载数量	1 344	11.899	10.000	9.397	0.000	50.000
核心解释变量	topic	选题策划力度	1 344	0.462	0.430	0.237	0.000	1.000
控制变量	quantity	载文量	1 344	129.487	120.000	47.256	43.000	443.000
	interior	内稿比例	1 344	0.330	0.320	0.151	0.012	0.844
	humanities	人文学科比例	1 344	0.322	0.324	0.170	0.000	0.824
	xdiscipline	跨学科比例	1 344	0.209	0.189	0.110	0.008	0.677
	reference	篇均引文数目	1 344	11.025	9.951	4.437	3.626	28.642
	keywords	篇均关键词数目	1 344	3.956	3.928	0.387	2.680	5.928
	abstract	篇均摘要字数	1 344	227.767	225.828	44.650	114.029	518.449

三、选题策划对期刊影响力的总体效果

为了检验选题策划与人文社会科学综合期刊影响力之间的关系,在研究中对模型(1)进行了回

归,实证结果如表2所示。表2第(1)(2)列分别汇报了以2年内总被引频次、2年内篇均被引频次作为被解释变量的回归结果;第(3)(4)列分别汇报了以5年内总被引频次、5年内篇均被引频次作为被解释变量的回归结果;第(5)列汇报了以人大复印报刊资料转载数量作为被解释变量的回归结果。

由表2回归结果可知,从定量评价的角度来看,在控制了一系列控制变量后,年度选题策划力度每提升10%,当年刊文2年内总被引频次将提升15.944次,2年内篇均被引频次将提升0.158次,5年内总被引频次将提升20.897次,5年内篇均被引频次将提升0.192次,前两者通过了5%显著性水平下的统计检验,后两者通过了10%显著性水平下的统计检验,表明选题策划对期刊短期影响力提升效果更具有统计显著性^②。从定性评价的角度来看,在控制了一系列控制变量后,年度选题策划力度每提升10%,当年刊文被人大复印报刊资料转载的数量将提高0.269篇,这一结果通过了10%显著性水平下的统计检验。可见,无论是从定性还是定量的角度测度期刊的影响力,选题策划都显著提升了期刊的影响力。

表2 基准回归结果1

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	短期定量影响力		长期定量影响力		定性影响力
	sumcit2	avecit2	sumcit5	avecit5	reprint
topic	159.438** (2.459)	1.580** (2.249)	208.972* (1.970)	1.922* (1.782)	2.691* (1.738)
lnquantity	326.406*** (5.705)	1.534** (2.599)	590.983*** (7.009)	1.913** (2.136)	1.673* (1.685)
interior	-91.586 (-1.030)	-1.363 (-1.486)	-102.994 (-0.930)	-0.995 (-0.941)	-2.311 (-1.128)
humanities	-435.945*** (-4.632)	-4.966*** (-4.750)	-729.921*** (-6.408)	-7.525*** (-6.057)	3.305 (1.083)
xdiscipline	-264.237** (-2.168)	-2.686* (-1.786)	-285.806** (-2.146)	-2.676** (-2.032)	-6.064* (-1.842)
lnreference	179.850*** (4.408)	2.167*** (5.340)	299.358*** (4.135)	3.223*** (4.323)	2.017 (1.363)
keywords	94.676*** (3.702)	1.037*** (4.268)	95.726*** (2.731)	1.132*** (3.418)	0.807 (1.034)
lnabstract	286.380*** (3.428)	2.641*** (2.728)	335.803*** (3.271)	2.631** (2.496)	13.963*** (4.142)
常数项	-3 479.488*** (-5.227)	-26.155*** (-3.548)	-4 982.308*** (-5.755)	-28.268*** (-3.055)	-73.933*** (-3.970)
双向固定效应	是	是	是	是	是
R ²	0.623	0.629	0.520	0.552	0.136
样本量	1 344	1 344	1 056	1 056	1 344

注:***、**、*分别代表在1%、5%、10%的显著性水平下显著,括号内为t值,本表使用的是聚类到期刊层次的稳健标准误,下表同

为了增加回归系数的可解释性,同时改善变量的偏态分布问题、减少极端值的影响,在表3的回归中对被解释变量进行了取对数处理^③,以此探究选题策划力度变动引发的期刊影响力的百分比变动。由表3回归结果可知,年度选题策划力度每提升10%,2年内总被引频次和篇均被引频次将提升3.18%,5年内总被引频次和篇均被引频次将提升2.93%,人大复印报刊资料转载数量将提升

② 若某期刊当年刊文为100篇,年度选题策划力度提升10%,意味着当年新增10篇选题策划论文。2年内总被引频次提升次数的计算方法为:10%×159.438≈15.944次,其他数据计算方式与此类似。

③ 由于人大复印报刊资料转载数量取值包含0,不能直接进行取对数处理。根据通行做法,在人大复印报刊资料转载数量(reprint)加1的基础上再取自然对数,记为lnreprint。

3.86%,前四者通过了1%显著性水平下的统计检验,后者通过了5%显著性水平下的统计检验^④。

从其他控制变量来看,期刊载文量的增多则会显著提升2年内总被引频次和5年内总被引频次,但是对2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量的影响不显著;内稿比例对2年内、5年内期刊总被引频次、篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量的影响均不显著;人文学科论文比例的增多会显著降低2年内、5年内期刊总被引频次和篇均被引频次,但是对人大复印报刊资料转载数量的影响不显著;跨学科论文比例的增加会降低期刊2年内总被引频次和篇均被引频次,但是对5年内篇均被引频次、总被引频次和人大复印报刊资料转载数量的影响不显著;篇均引文数目和篇均摘要字数的增加会显著提升期刊2年内、5年内总被引频次、篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量;篇均关键词数目的增加会显著提升期刊2年内、5年内总被引频次、篇均被引频次,但是对人大复印报刊资料转载数量的影响不显著。

由于表3回归结果更具有稳健性和可解释力,且选题策划力度变动带来的篇均被引频次和总被引频次变动的百分比具有一致性,在后续的研究中将以表3(1)(3)(5)为基础,进一步探究期刊主办单位的异质性和选题策划内部结构的可能影响。

表3 基准回归结果2

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	短期定量影响力		长期定量影响力		定性影响力
	lnavecit2	lnsumcit2	lnavecit5	lnsumcit5	lnreprint
topic	0.318*** (3.082)	0.318*** (3.082)	0.293*** (3.212)	0.293*** (3.212)	0.386** (2.468)
lnquantity	0.047 (0.502)	1.047*** (11.209)	0.078 (1.009)	1.078*** (13.968)	0.192 (1.430)
interior	-0.222 (-1.362)	-0.222 (-1.362)	-0.054 (-0.386)	-0.054 (-0.386)	-0.201 (-0.895)
humanities	-1.577*** (-8.363)	-1.577*** (-8.363)	-1.535*** (-10.178)	-1.535*** (-10.178)	0.124 (0.360)
xdiscipline	-0.284* (-1.663)	-0.284* (-1.663)	-0.147 (-0.957)	-0.147 (-0.957)	-0.277 (-0.890)
lnreference	0.495*** (6.080)	0.495*** (6.080)	0.478*** (5.764)	0.478*** (5.764)	0.286* (1.723)
keywords	0.187*** (4.269)	0.187*** (4.269)	0.153*** (3.551)	0.153*** (3.551)	0.107 (1.481)
lnabstract	0.661*** (4.227)	0.661*** (4.227)	0.469*** (3.780)	0.469*** (3.780)	1.057*** (3.732)
常数项	-4.750*** (-4.325)	-4.750*** (-4.325)	-2.988*** (-3.488)	-2.988*** (-3.488)	-5.067*** (-2.942)
双向固定效应	是	是	是	是	是
R ²	0.824	0.753	0.696	0.616	0.111
样本量	1 344	1 344	1 056	1 056	1 344

四、期刊主办单位的异质性分析

对于高校学报而言,在过去反映本校教学、科研成果的办刊定位影响下,期刊的办刊质量往往与主办单位的学术实力存在密切的关联。一般而言,一所高校的学术实力越强,其主办的期刊从本校学者那里获得的稿件质量可能越高。而对于学术实力一般的高校而言,往往较难从本校学者手

^④ 由于对被解释变量进行了取对数处理,回归模型变为半弹性模型,用以解释核心解释变量变动所带来的被解释变量的百分比变动。2年内总被引频次和篇均被引频次提升百分比的计算方式为:10%×0.318×100=3.18,其他数据计算方式与此类似。

中获得学术质量较高的稿件。在反映本校教研成果的约束放松后,头部高校主办的期刊即使不进行选题策划,仍能获得大量优质稿件。但是对于一般高校主办的期刊而言,如果不能加大选题策划力度,将很难获得优质稿件,从而无法提升刊物影响力^[32]。由此可见,期刊主办单位的学术实力不同,选题策划对人文社会科学综合期刊影响力的作用效果将存在差异,因而本文接下来将对这一异质性进行检验。

(一)不同高校类别的异质性

一般认为,985高校在科研水平、学科建设等方面处于领先地位,且其学科发展较为均衡,985高校之外的211高校虽然部分学科处于优势地位,但在学科实力、科研实力方面总体弱于985高校,其他高校在学术水平和科研实力上则更难与985和211高校抗衡。故而本文在研究中将样本划分为3组,即985高校主办的文科学报组、985高校外的211高校主办的文科学报组和其他高校主办的文科学报组(以下分别简称985高校学报组、211高校学报组、其他高校学报组),在此基础上进行了分样本检验。

表4为基于定量评价视角的回归结果。第(1)(4)列报告了985高校学报组的回归结果,无论是以2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次作为期刊影响力的测度指标,选题策划力度的回归系数虽为正,但都不具有显著性。第(2)(5)列和第(3)(6)列则分别报告了211高校学报组和其他高校学报组的回归结果。结果表明,对于两类文科学报而言,选题策划力度对2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次的回归系数都大于0,前者通过了1%显著性水平下的统计检验,后者通过了5%显著性水平下的统计检验。

表4 主办单位异质性分析1

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit2	lnavecit2	lnavecit5	lnavecit5	lnavecit5
topic	0.119 (0.587)	0.437*** (3.050)	0.414*** (3.048)	0.122 (0.562)	0.374** (2.695)	0.350** (2.637)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R ²	0.832	0.842	0.830	0.720	0.710	0.706
样本量	434	448	462	341	352	363

表5为基于定性评价视角的回归结果。第(1)列为985高校学报组的回归结果,选题策划力度对人大复印报刊资料转载数量的回归系数虽大于0,但同样不具有显著性。第(2)列和第(3)列则分别汇报了211高校学报组和其他高校学报组的回归结果:前者的回归系数为0.452,通过了5%显著性水平的统计检验;后者的回归系数为0.606,通过了10%显著性水平的统计检验。

表5 主办单位异质性分析2

变量符号	(1)	(2)	(3)
	lnreprint	lnreprint	lnreprint
topic	0.224 (0.856)	0.452** (2.534)	0.606* (1.713)
控制变量	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是
R ²	0.157	0.205	0.131
样本量	434	448	462

表4、表5结果表明,对于985高校主办的文科学报而言,无论是从短期影响力或长期影响力等定量评价的角度而言,还是从定性评价的角度而言,选题策划对期刊影响力的作用效果并不具有显著性。但是对于非985高校主办的文科学报而言,选题策划显著提升了期刊的学术影响力。

(二)主办单位人文社科学术实力的影响

以985高校、211高校和其他高校测度一所高校的学术实力可能过于粗略,且无法评估一所学校的人文社科学术实力,本文以学科评估结果为依据开展进一步研究。由于第五轮学科评估结果没有公开,第四轮学科评估结果是可获得的最学科评估结果。根据第四轮学科评估结果,笔者统计了各高校各等级人文社科学科的数量,其中,B+以上人文社科学科(前20%的学科)数量记为subject1,B-以上的人文社科学科(前40%的学科)数量记为subject2。

表6汇报了相应的回归结果,第(1)一(3)列加入了选题策划力度和B+以上人文社科学科数量的交乘项,第(4)一(6)列加入了选题策划力度和B-以上人文社科学科数量的交乘项。第(1)(4)列回归结果表明,选题策划力度和B+以上人文社科学科数量、B-以上人文社科学科数量的交乘项都显著为负,前者通过了10%显著性水平的统计检验,后者通过了5%显著性水平的统计检验,说明期刊主办单位B-以上(或B+以上)人文社科学科数量越多,选题策划对期刊2年内篇均被引频次提升作用越弱。第(3)(6)列回归结果表明,选题策划力度和B+以上人文社科学科数量、B-以上人文社科学科数量二者的交乘项都显著为负,前者通过了5%显著性水平的统计检验,后者通过了1%显著性水平的统计检验,说明期刊主办单位的人文社科学科实力越强,选题策划对期刊被人大复印报刊资料转载数量的提升作用越弱。第(2)(5)列回归结果表明,在以5年内篇均被引频次测度期刊长期影响力时,选题策划力度和B+以上人文社科学科数量、B-以上人文社科学科数量二者交乘项的回归系数都不显著,说明期刊主办单位的人文社科学科实力并未在选题策划效果中发挥显著作用,这也提示期刊在选题策划时可能有关关注热点选题的倾向,制约期刊长期影响力的提升。

表6 主办单位人文社科学术实力的影响

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
topic	0.471*** (4.143)	0.372*** (3.490)	0.588*** (2.688)	0.565*** (4.014)	0.416*** (3.217)	0.734*** (3.054)
topic× subject1	-0.036* (-1.933)	-0.021 (-1.301)	-0.048** (-2.170)			
topic× subject2				-0.032** (-2.300)	-0.017 (-1.383)	-0.046*** (-2.752)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R ²	0.826	0.697	0.117	0.826	0.698	0.119
样本量	1 344	1 056	1 344	1 344	1 056	1 344

注:***、**、*分别代表在1%、5%、10%的显著性水平下显著,括号内为t值。本表使用的是聚类到期刊层次的稳健标准误

(三)期刊内稿比例的调节作用

上述结果表明,期刊主办高校的学术实力尤其是人文社科学术实力越弱,选题策划对期刊影响力的提升作用越强,这意味着选题策划事实上已经成为主办单位学术实力较弱、办刊水平处于较低层次的人文社会科学综合期刊提升办刊质量、实现跨越式发展的重要举措。不过值得进一步探究的是,期刊从本校学者那里获得的稿件,也即内稿真的影响了选题策划的作用效果吗?表7在基准

回归基础上加入了选题策划力度与内稿比例的内乘项。第(1)—(3)列报告了全样本回归结果,无论是以2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次还是以人大复印报刊资料转载数量测度期刊影响力,选题策划力度与内稿比例的内乘项都显著为负,表明内稿比例在选题策划对期刊影响力的作用中起到了负向的调节作用,即选题策划论文中内稿占比越高时,选题策划对期刊影响力的提升作用越小。第(4)—(6)列报告了985高校学报组的回归结果,发现无论是以2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次还是以人大复印报刊资料转载数量作为被解释变量,选题策划力度与内稿比例的内乘项都不显著,表明对于985学报而言,内稿比例未能显著影响选题策划的效用。一般而言,选题策划时依托本校优势学科的效果可能不如广泛利用校外资源,但是对于985高校学报而言,在选题策划时没有必要为了刻意降低内稿比例而回避本校优质稿源。

表7 内稿比例的调节作用

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
topic	0.579*** (3.172)	0.595*** (3.850)	0.796*** (2.953)	0.275 (0.849)	0.459* (1.774)	0.678 (1.315)
interior	0.157 (0.597)	0.356* (1.724)	0.392 (1.055)	0.280 (0.627)	0.664* (2.028)	0.827 (1.265)
topic×interior	-0.856* (-1.703)	-0.954** (-2.385)	-1.342** (-2.406)	-0.427 (-0.629)	-0.890 (-1.633)	-1.236 (-1.282)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R ²	0.825	0.700	0.117	0.832	0.723	0.162
样本量	1 344	1 056	1 344	434	341	434

五、选题策划内部结构的作用效果

选题策划作用效果不仅因期刊主办单位的不同而存在差异,还会受到选题策划内部结构的影响。在选题策划实践中,由于选题类型、稿源结构、学科结构等方面的差异,不同学术期刊选题结构显著不同。选题结构的形成固然受到主办单位学科布局的影响和体制机制的制约,表现出一定的路径依赖特征,但期刊编辑部在调整选题结构上仍具有一定的灵活性。因此在接下来的研究中将深入选题策划的内部结构,从选题类型结构、学科结构等方面进一步探究不同类型选题策划作用效果的异质性,以此为合理调整选题结构、优化选题策略提供参考。受限于数据可得性等因素,下面将从主题宣传选题与非主题宣传选题结构、人文与社科选题结构、跨学科与单一学科选题结构三方面展开具体讨论。

(一)主题宣传选题与非主题宣传选题

近年来,越来越多的学术期刊开始积极主动地围绕党和国家重点工作和重大会议、重大活动、重大事件等重大主题进行选题策划,推出了一批精品力作,实现了学术研究和主题宣传的有机结合。作为一种重要的选题类型,主题宣传选题在学术期刊选题策划中所占的比重呈现出显著的增长态势,发挥着日益重要的作用。那么,相对于非主题宣传选题,主题宣传选题究竟产生了怎样的作用效果,以下通过构建相应指标进行检验。

为确保研究的可复现性,在研究中对主题宣传作狭义的理解,仅将明显带有主题宣传色彩的栏目界定为主题宣传栏目,其他诸如马克思主义研究、党史党建栏目则界定为学科类栏目。根据栏目名称,我们首先划分了学习贯彻类、理论研究类、纪念庆祝类三种不同的主题宣传选题类型。学习

贯彻类是指围绕党和国家重大会议、重大活动、重要讲话精神而进行的选题策划,栏目名称常冠以“学习阐释”“宣传贯彻”“迎接”等词汇,如“学习贯彻党的二十大精神”;理论研究类则指围绕党和国家提出的重要理论命题而进行的选题策划,如“和谐社会建设”“中国式现代化”;纪念庆祝类是指围绕党和国家重大节庆日而展开的选题策划,如“庆祝中国共产党成立100周年”。将主题宣传选题策划力度(theme)界定为“期刊在 t 年度刊发学习贯彻类、理论研究类、纪念庆祝类选题策划论文数量/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”,相应地界定学习贯彻类、理论研究类、纪念庆祝类选题策划力度,分别简记为theme1、theme2、theme3,将非主题宣传选题策划力度(theme0)界定为“选题策划力度-主题宣传选题策划力度”。

表8第(1)一(3)列在回归中加入主题宣传选题策划力度和非主题宣传选题策划力度指标。结果表明,从定量评价的角度来看,非主题宣传选题策划力度每提升10%,2年内篇均被引频次将提升2.97%,5年内篇均被引频次将提升2.76%;主题宣传选题策划力度每提升10%,2年内篇均被引频次将提升10.55%,5年内篇均被引频次将提升9.29%,这意味着主题宣传类选题带来了更高的引用率,其短期作用效果和长期作用效果分别为非主题宣传类选题的3.55倍和3.37倍。从转载的角度来看,非主题宣传选题策划力度每提升10%,人大复印报刊资料转载数量将提升3.96%;但是主题宣传选题策划力度对人大复印报刊资料转载数量的作用效果并不显著。主题宣传选题对于转载的作用效果不显著虽然在意料之外,但是也不难理解。人大复印报刊资料在转载论文时具有强烈的学科属性,涵盖了全部一级学科以及主要的二级学科,主题宣传选题学科类属性不明显,在某种程度上影响了转载。因此,学术期刊在策划主题宣传选题时应加大从各学科视角阐释的力度,并根据学科特性向对应的二次文献期刊推介论文。

表8 主题宣传与非主题宣传类选题的作用效果

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
theme0	0.297*** (2.889)	0.276*** (2.941)	0.396** (2.468)	0.305*** (2.989)	0.278*** (3.054)	0.390** (2.421)
theme	1.055*** (2.885)	0.929** (2.112)	0.059 (0.104)			
theme1				1.804* (1.840)	0.402 (0.378)	0.443 (0.376)
theme2				1.761** (2.117)	2.336** (2.606)	-0.720 (-0.619)
theme3				0.532 (1.341)	0.383 (0.771)	0.371 (0.562)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R^2	0.825	0.698	0.112	0.826	0.700	0.113
样本量	1 344	1 056	1 344	1 344	1 056	1 344

表8第(4)一(6)列则将主题宣传选题进行了拆解,在回归中加入学习贯彻类、理论研究类、纪念庆祝类选题策划力度指标。结果显示,学习贯彻类主题宣传选题主要作用效果为提升了2年内篇均被引频次,理论研究类主题宣传选题则同时提升了2年内篇均被引频次和5年内篇均被引频次;纪念庆祝类主题宣传选题对引用和转载的作用效果都不明显。上述结果表明,主题宣传类选题带来了更高的引用,但是这一效果主要是来自学习贯彻类、理论研究类主题宣传选题,纪念庆祝类主题

宣传选题并未产生预期的效果。此外,学习贯彻类主题宣传选题仅对短期引用具有提升作用,未能带来长久的学术影响力。其中的原因可能是相似的,即学术期刊在围绕党和国家重大会议、重大活动、重要时间节点进行选题策划时未能提前部署、及早谋划,而是刊发了一些应景之作,宣传意味强而研究意味弱,未能实现宣传和研究的有机结合,这些论文在重要会议和活动宣传期或重要时间节点过后自然得不到更多的关注。而理论研究类主题宣传选题寓主题宣传于学术研究之中,以更具学理化的方式阐释党和国家重要理论成果,更容易具有长期学术影响力。这就提示学术期刊在策划学习贯彻类、纪念庆祝类主题宣传选题时,应该更加注重从学术的视角进行理论研究,实现学术研究和主题宣传的有机结合。

(二)人文学科选题与社会科学选题

学科差异构成了人文社会科学综合期刊选题结构的另一重要区别。在实践中,一部分期刊在选题策划时主要立足文史哲等人文学科,形成了扎根人文学科的办刊风格。如《清华大学学报(哲学社会科学版)》放弃了学科“大拼盘”的做法,扎根人文,着重刊发文史哲学科的论文^[33]。另一部分期刊在选题策划时则注重发展社会科学,将政经法等学科作为选题策划的着力点。如《山东大学学报(哲学社会科学版)》形成了“社科为主、交叉融合、特色兴刊、精细办刊”为办刊方针,大力加强社会科学方面的选题策划^[34]。人文学科选题和社会科学选题究竟对学术期刊的影响力产生了怎样的效果,就成为一个重要的问题。

为了实现这一检验,本文构建了人文学科选题策划力度(humanitytopic)和社会科学选题策划力度(socialtopic)两个变量。借鉴易会文的研究^[9],利用从知网爬取的论文中图分类号信息,将其中包括“B”(哲学、宗教)、“I”(文学)、“K”(历史、地理)的论文界定为人文学科论文,由此将人文学科选题策划力度定义为“期刊在 t 年度选题策划论文中人文类论文数量/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”。相应地,将社会科学选题策划力度界定为“选题策划力度-人文学科选题策划力度”。

表9、表10在回归中加入了人文学科选题策划力度和社会科学选题策划力度作为核心解释变量。表9第(1)一(3)列呈现了全样本回归结果,无论是以2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次,还是以人大复印报刊资料转载数量作为被解释变量,社会科学选题都显著提升了期刊的影响力,而人文学科选题对期刊影响力的作用效果都不显著。分样本检验发现,人文学科选题和社会科学选题对985高校学报、211高校学报和其他高校学报影响力的作用效果存在差异。表9第(4)一(6)列报告了985高校学报组的回归结果,无论是人文学科选题还是社会科学选题都没有带来更高的引用,但是前者却显著降低人大复印报刊资料转载数量,后者则提高了人大复印报刊资料转载数量。表10第(1)一(3)列报告了211高校学报组的回归结果,人文学科选题对引用和转载的作用效果都不显著,社会科学选题显著提升了2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量。表10第(4)一(6)列报告了其他高校学报组的回归结果,人文学科选题显著提升了2年内篇均被引频次,而对5年内篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量的影响不显著;社会科学选题显著提升了5年内篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量,而对2年内篇均被引频次的的影响不显著。

上述结果表明,就总体而言,社会科学选题显著提升了期刊的影响力,而人文学科选题的作用效果不显著。人文学科选题策划虽未能取得预想中的效果,甚至显著降低了985高校学报的人大复印报刊资料转载数量,但这并不意味着人文学科选题策划不能提升刊物影响力,而是说明人文学科选题策划难度更大,其他高校学报通过人文学科选题提升了其短期定量影响力就是人文学科选题策划提升期刊影响力的有力证据。在选题策划时,一味进行社会科学领域的选题策划虽可大幅提升刊物的影响力,但同时也可使刊物丧失人文关怀,缺乏厚重感。这就提示学术期刊在进行选题策

划时固然可以适度加大社会科学选题的比重,但是也不妨在人文学科选题方面精耕细作、多下功夫,变粗放式经营为集约式发展,以人文学科精品力作提升刊物的可读性与厚重感。

表9 人文学科选题与社会科学选题的作用效果1

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
humanitytopic	0.176 (0.912)	0.119 (0.770)	0.139 (0.393)	0.134 (0.258)	-0.049 (-0.107)	-1.707* (-1.945)
socialtopic	0.383** (2.493)	0.373*** (2.797)	0.500** (2.622)	0.114 (0.451)	0.167 (0.639)	0.797** (2.044)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R^2	0.824	0.697	0.112	0.832	0.720	0.186
样本量	1 344	1 056	1 344	434	341	434

表10 人文学科选题与社会科学选题的作用效果2

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
humanitytopic	-0.241 (-0.741)	-0.031 (-0.107)	0.408 (1.034)	0.540** (2.214)	0.250 (1.273)	0.494 (0.982)
socialtopic	0.735*** (3.730)	0.552*** (2.912)	0.471* (1.982)	0.319 (1.172)	0.437* (1.865)	0.691* (1.728)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R^2	0.846	0.713	0.205	0.830	0.706	0.132
样本量	448	352	448	462	363	462

(三)跨学科选题与单一学科选题

长期以来,面对专业性期刊的强势竞争,强调综合性学术期刊向专业性学术期刊的转型成为长期以来的一种主流观点^[33]。受此影响,深入二级、三级学科精耕细作成为综合性学术期刊选题策划的重要方式。不过随着新文科的兴起,综合性期刊契合了学科交叉融合的精神,以问题意识为导向组织专题文章,进行跨学科研究又成为综合刊选题策划的可行方式^[35]。本部分将对选题策划时跨学科选题与单一学科选题的作用效果进行检验。

本文首先以栏目为依据对选题策划的类型进行了测度。即,如果一个栏目中的论文来源于同一个学科,则认为该栏目为专业化栏目,否则认定为跨学科栏目。由于选题策划栏目已经排除了以一级学科命名的栏目,故而专业化选题策划栏目意味着专业化的深入,即深入二级学科或三级学科。为了测度选题策划的类型,在具体研究中,以网爬取的论文中图分类号信息前两位为判断依据,若前两位相同则界定为同一学科,如“B12”为古代哲学,“B14”为近代哲学,二者共同属于“B1”世界哲学;“B811”为辩证逻辑,属于逻辑学,则与“B12”“B14”为不同学科。由此,本文构建了跨学科选题策划力度(crosstopic)变量,具体定义为“期刊在 t 年度跨学科选题策划栏目刊发论文数量/期刊在 t 年度刊发(可被引)论文总数”。相应地,将单一学科选题策划力度(singletopic)界定为“选题策划力度-跨学科选题策划力度”。

表11、表12在回归中加入了跨学科选题策划力度和单一学科选题策划力度作为核心解释变

量。表11第(1)—(3)列呈现了全样本回归结果,单一学科选题显著提升了2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次和人大复印报刊资料转载数量,跨学科选题显著提升了人大复印报刊资料转载数量,但是对2年内篇均被引频次、5年内篇均被引频次的作用效果不显著。考虑到跨学科选题具有前瞻性,在发表初期带来的引用可能低于专业性选题,列(4)又以8年内篇均被引频次(lnavecit8)作为被解释变量进行了回归,结果显示跨学科选题显著提升了8年内篇均被引频次,不过其回归系数在大小和显著性方面小于单一学科选题的回归系数。表11第(5)—(7)列报告了985高校学报组的回归结果,单一学科选题显著提升了2年内篇均被引频次和5年内篇均被引频次,而对人大复印报刊资料转载数量的作用效果不显著,跨学科选题则未能带来更高的引用和转载。表12第(1)—(3)列报告了211高校学报组的回归结果,单一学科选题显著提升了2年内篇均被引频次和5年内篇均被引频次,但是对人大复印报刊资料转载数量作用效果不显著,跨学科选题则显著提升了2年内篇均被引频次和5年内篇均被引频次以及人大复印报刊资料转载数量。表12第(4)—(6)列报告了其他高校学报组的回归结果,单一学科选题显著提升了2年内篇均被引频次和5年内篇均被引频次以及人大复印报刊资料转载数量,跨学科选题则对转载和引用的作用都不显著。

表11 跨学科选题与单一学科选题的作用效果1

变量符号	(1)	(2)	(4)	(4)	(5)	(6)	(7)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit8	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
crosstopic	0.170 (1.371)	0.116 (1.046)	0.323* (1.701)	0.152* (1.834)	-0.098 (-0.367)	-0.170 (-0.681)	0.118 (0.345)
singletopic	0.499*** (3.381)	0.544*** (4.035)	0.453** (2.447)	0.617*** (4.770)	0.354* (1.758)	0.550** (2.685)	0.353 (1.409)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是	是
R^2	0.825	0.701	0.114	0.471	0.834	0.730	0.157
样本量	1 336	1 048	1 336	762	428	335	428

表12 跨学科选题与单一学科选题的作用效果2

变量符号	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint	lnavecit2	lnavecit5	lnreprint
crosstopic	0.382** (2.273)	0.250* (1.894)	0.728*** (3.262)	0.196 (1.209)	0.173 (1.117)	0.323 (0.828)
singletopic	0.501** (2.510)	0.529** (2.456)	0.128 (0.487)	0.736*** (3.100)	0.609*** (2.742)	0.961*** (2.828)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
双向固定效应	是	是	是	是	是	是
R^2	0.842	0.712	0.210	0.834	0.712	0.143
样本量	448	352	448	460	361	460

上述结果表明,就总体而言,单一学科选题对期刊影响力的作用效果更为有效,显著优于跨学科选题。当然这并不意味着跨学科选题策划对于提升期刊影响力效果不佳,而是从一般意义上,跨学科选题的积极效果要在定性评价中,或者在超长期定量评价中才能体现出来。不过对于211高校主办的文科学报而言,跨学科选题同样显著提升了其短期、长期引用量和转载量,甚至其对转载量的提升作用要优于单一学科选题。分析发现,211高校多为财经、理工等行业性院校,其学报依据院

校学科特点更多策划了一些新科技革命以及社会科学领域等热点话题的跨学科选题。因此,只要策划得当,跨学科选题同样也有可能带来比单一学科选题更高的短期影响力。这就提示综合类期刊在进行跨学科选题策划时既要有培育意识,在认识到跨学科选题引用迟滞的基础上,长期谋划具有一定稳定性的跨学科选题;又可适度将学术研究与社会热点问题、新科技革命融合,开展跨学科选题策划,一定程度上提升跨学科对短期引用的作用效果。

六、结论与建议

“选题是庄稼的种子,建筑的蓝图,出版物编辑工作的基础”。选题策划为人文社会科学综合期刊提高办刊质量,摆脱低水平重复困局提供了可行之路。本文以历年入选CSSCI来源期刊的高校文科综合性期刊为样本,构建了2008—2021年96种期刊的面板数据,实证检验了选题策划对人文社会科学综合期刊影响力的作用效果。研究发现:第一,无论是以篇均被引频次作为期刊影响力的定量评价指标,还是以人大复印报刊资料转载数量作为期刊影响力的定性评价指标,选题策划确实从总体上显著提升了期刊的影响力。第二,进一步分析发现,期刊主办单位的人文社科实力越强,选题策划对期刊影响力的提升作用越弱。分样本检验发现,选题策划对985高校主办的文科学报未能取得预想中的作用效果,而是主要提升了非985高校主办文科学报的影响力。机制分析表明,内稿比例未能显著影响选题策划对985高校学报的作用效果,而是在选题策划对非985高校学报的作用效果中起到了负向的调节作用。第三,选题策划的内部结构同样会影响选题策划的作用效果。(1)主题宣传类选题和非主题宣传类选题皆可提升期刊影响力,相对于后者,前者为学术期刊带来了更多的引用,但是却未能显著提升转载量。主题宣传类选题虽然带来了更高的引用,但是这一效果主要来自学习贯彻类、理论研究类主题宣传选题,纪念庆祝类主题宣传选题并未产生预期的效果。(2)社会科学选题显著提升了期刊的影响力,而人文学科选题却未能取得预想中的效果。分样本检验发现,人文学科选题显著降低了985高校学报的转载量,却提升了非985高校学报的短期定量影响力。(3)单一学科选题对期刊影响力的作用效果显著优于跨学科选题,跨学科选题的积极效果要在定性评价中,或者在超长期定量评价中才能体现出来。分样本检验发现,211高校学报更多策划了一些与新科技革命以及社会科学热点话题相结合的跨学科选题,这提升了其短期、长期引用量和转载量,甚至其对转载量的提升作用要优于单一学科选题。

基于以上研究结论,本文提出如下对策建议:(1)人文社会科学综合期刊仍应继续加强选题策划,谋求特色化发展,全面实行选题制、实现特色栏目全覆盖可能是人文社会科学综合期刊在与专业性学术期刊的竞争中赢得一席之地的可行方案。(2)主办单位学术实力较强的期刊(如985高校学报)在选题策划时也可以应该充分利用本单位的学术资源,适度提升内稿比例,无需为刻意降低内稿比例而回避本单位优质稿源;主办单位学术实力较弱、办刊水平处于较低层次的期刊在进行选题策划时仍应将内稿比例维持在较低水平,不过,可以本单位优势学科为切入点,借助本单位学者人脉资源延揽外部优质稿件。(3)人文社会科学综合期刊可以适当加大主题宣传选题策划力度,但是在策划主题宣传选题时应加大从各学科视角阐释的力度,并根据学科特性向对应的二次文献期刊推介论文。在策划学习贯彻类、纪念庆祝类主题宣传选题时,应加强学理性阐释,避免刊发应景之作,更加注重从学术的视角进行理论研究,实现学术研究和主题宣传的有机结合。(4)人文社会科学综合期刊在选题策划时固然可以通过加大社会科学选题的比重大幅提升刊物影响力,但是不妨在人文学科选题方面精耕细作、多下功夫,变粗放式经营为集约式发展,以人文学科精品力作提升刊物的可读性与厚重感。(5)人文社会科学综合期刊在进行跨学科选题策划时应具有培育意识,认识到跨学科选题在定性评价和超长期定量评价中的积极作用,不能因跨学科选题短期影响力不佳而

频繁更换选题,而要长期谋划稳定性的跨学科选题,通过增加学术研究与社会热点问题、新科技革命融合的跨学科选题策划比重缓解跨学科选题对短期引用的负面效果。

参考文献:

- [1] 张耀铭. 中国学术期刊的发展现状与需要解决的问题[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2006(2): 28-35.
- [2] 朱剑. 徘徊于十字路口: 社科期刊的十个两难选择[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2007(4): 70-89.
- [3] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [4] 陈艳华. 以“问题导向”引领学术期刊选题策划[J]. 出版参考, 2024(2): 66-68.
- [5] 刘有祥. 中国式现代化视域下社科学术期刊的使命担当[J]. 科技与出版, 2023(7): 49-55.
- [6] 冉嘉睿, 俞立平, 琚春华, 等. 人文社科TOP期刊载文量与影响力关系研究[J]. 情报杂志, 2022(7): 189-196, 115.
- [7] 李晶, 吴秋翔, 龚钰莹. 72家高校社科类学报收录论文内稿率的量化研究[J]. 出版科学, 2018(2): 62-69.
- [8] 俞立平, 万晓云, 姜春林, 等. 高校综合性社科学报内稿比例与学术影响力[J]. 情报杂志, 2019(11): 134-137, 133.
- [9] 易会文. 文史哲刊文占比有碍期刊影响力提高吗: 基于高校综合性学报的实证分析[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2022(12): 184-192, 200.
- [10] 魏建, 王玲强. 主题宣传与学术期刊影响力提升: 来自国家社科基金资助期刊的经验证据[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2025(1): 176-188.
- [11] 廖文婷. 新媒体时代提升学术期刊编辑选题策划能力的路径研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2022(4): 189-192.
- [12] 李意. 议程设置视域下国际关系学术期刊的选题策划[J]. 出版与印刷, 2020(2): 70-75.
- [13] 韩云波, 陈思思. 社科学术期刊引领中国自主知识体系建构: 基于习近平文化思想中理论创新之问题议程的研究[J]. 科技与出版, 2024(4): 5-13.
- [14] 魏建. 文化传承与引领: 新时期综合性学术期刊的使命担当[J]. 湖南第一师范学院学报, 2024(3): 56-62.
- [15] 韩云波. 习近平文化思想引领中国社科学术期刊高质量发展[J]. 科技与出版, 2023(12): 11-25.
- [16] 刘曙光, 管琴. 新时代文化建设中学术期刊的引领作用[J]. 出版广角, 2023(23): 4-11.
- [17] 秦开凤. 哲学社会科学学术期刊在新的文化使命中的责任担当[J]. 出版广角, 2023(23): 12-16.
- [18] 韩云波, 陈思思. 学术期刊引领中国自主知识体系建构中的六对辩证关系[J]. 出版广角, 2024(18): 11-16.
- [19] 叶俊. 学术期刊与学派共振: 中国自主知识体系的阵地建设[J]. 科技与出版, 2024(8): 13-20.
- [20] 包旖旎, 王晴. 论学术期刊重点选题策划与影响力提升[J]. 出版广角, 2022(24): 17-21.
- [21] 刘永红. 我国人文社科学术期刊高质量发展路径探赜: 基于重点选题策划视角[J]. 出版广角, 2023(1): 4-8.
- [22] 武勇. 学术期刊的责任与担当[N]. 中国社会科学报, 2018-11-12(2).
- [23] 冯书生, 王云燕. 试论学术期刊选题策划[J]. 中国出版, 2014(10): 35-36.
- [24] 邹霞. 学术期刊的选题策划与实现路径探究[J]. 河南社会科学, 2020(4): 119-124.
- [25] 罗海丰. 高校学报高质量发展的实践策略: 以《广州大学学报(社会科学版)》为例[J]. 学报编辑论丛, 2023: 649-654.
- [26] 李新根. 高校综合性学术期刊特色栏目建设路径探析: 以《东北大学学报》“科技哲学研究”栏目为例[J]. 渤海大学学报(哲学社会科学版), 2022(5): 119-123.
- [27] 张京梅. 从高被引论文看地方高校学报的编辑策略: 以《延边大学学报(社会科学版)》2005-2015年高被引论文分析为例[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2016(6): 127-132.
- [28] 张洁, 陈一朵, 刘建党. 《西北农林科技大学学报(社会科学版)》2013-2022年高被引论文特征分析[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2024(4): 153-160.
- [29] 李媛. 选题策划对综合性人文社科学报的作用: 基于CSSCI期刊中排名前十的学报数据(2014-2016)[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2018(4): 149-156.
- [30] 韩维栋, 薛秦芬, 王丽珍. 挖掘高被引论文有利于提高科技期刊的学术影响力[J]. 中国科技期刊研究, 2010(4): 514-518.
- [31] 张慧玲, 董坤, 许海云. 学术期刊影响力评价方法研究进展[J]. 图书情报工作, 2018(16): 132-143.
- [32] 李建军, 潘静静. 综合性社科学术期刊高质量发展的难点与进路: 以《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》为例[J]. 成都理工大学学报(社会科学版), 2022(1): 1-6.

- [33] 仲伟民. 调整是综合性社科期刊发展的必然选择[J]. 重庆大学学报(社会科学版),2007(4):65-67.
- [34] 陆影,魏建,郝云飞. 综合类学术期刊高质量发展路径:以问题导向深化学科融合[J]. 出版广角,2023(11):49-53,59.
- [35] 仲伟民,温方方. 目前社科期刊面对的十个矛盾与难题:社科期刊的外部压力与内部应对[J]. 首都师范大学学报(社会科学版),2022(2):1-14.

Research on the effect of topic planning in humanities and social sciences comprehensive journals: Empirical analysis based on 96 comprehensive humanities journals in universities

Wang Lingqiang, Hao Yunfei, Ding Peiwei

(*Journals of Humanities and Social Sciences, Shandong University, Jinan 250100, P. R. China*)

Abstract: Due to similar publishing models, comprehensive journals of humanities and social sciences have long been trapped in the dilemma of same characteristics and low-level repetition. The above-mentioned difficulties can to some extent be attributed to the lack of topic planning, which leads to the lack of distinctive characteristics in publishing. The solution lies in vigorously strengthening topic planning and taking the path of characteristic development. Therefore, topic planning has become a common choice for humanities and social science comprehensive journals to improve the quality of publication and solve the problem of low-level repetition. Taking comprehensive journals of humanities from universities that have been selected as CSSCI source journals over the years as samples, panel data from 2008 to 2021 are constructed to measure the quantitative and qualitative influence of the journals based on the average citation frequency per article and the number of reprints of China Social Science Excellence. The effect of topic planning on the influence of comprehensive journals of humanities and social sciences is empirically tested. The results indicate that topic planning has a significant impact on both quantitative and qualitative influence of journals. Heterogeneity analysis shows that the role of topic planning is to enhance the academic influence of non 985 university journals, but the expected effect on 985 university journals has not been achieved; The stronger the humanities and social sciences discipline strength of the journal sponsor, the weaker the role of topic planning in enhancing the journal's influence; The higher the proportion of internal articles, the weaker the effect of topic planning on enhancing the influence of journals, but this conclusion is not applicable to 985 university journals. Further analysis reveals that the internal structure of topic planning also affects its effectiveness. Firstly, both themed and non themed promotional topics can enhance the influence of a journal. Compared to the latter, the former brings more citations to the journal, but its effect on improving reprints is not significant. Secondly, social science topics have significantly increased the influence of journals, while humanities topics have not achieved the expected results. The sub sample test finds that selecting humanities topics significantly reduces the reprints of journals from 985 universities, but it could enhance the short-term quantitative influence of journals from other universities. Thirdly, the impact of single disciplinary topic selection on journal influence is significantly better than that of interdisciplinary topic selection, and the positive effects of interdisciplinary topic selection can only be reflected in qualitative and long-term quantitative evaluations. The sub sample test finds that the journals of 211 universities have planned more interdisciplinary topics that combine with the new technological revolution and social science hot topics, significantly increasing their short-term and long-term citation and reposting volume, and even having a better effect on reposting volume than single disciplinary topics. These findings have enlightening implications for optimizing topic selection strategies for humanities and social sciences comprehensive journals.

Key words: topic planning; comprehensive journal evaluation; journal's influence; citation rate; reprint rate

(责任编辑 周沫)