

论医学科普期刊的手机出版

李法宝

华南师范大学文学院,510631,广州

摘要 分析医学科普期刊开展手机出版的必要性,阐述其进行手机出版的策略,即强化手机阅读,创新商业模式。

关键词 医学科普期刊;手机出版;互联网

On publication of medical popular science periodicals by mobile phone//LI Fabao

Abstract This paper analyzes the necessity of publishing medical popular science periodicals by mobile phone, and elaborates its strategy, namely strengthening reading by mobile phone and innovating business modes.

Key words medical popular science periodical; mobile phone publication; internet

Author's address Literature School, South China Normal University, Guangzhou, 510631, China

手机出版医学科普期刊是将医学知识与研究成果制成多媒体内容,并通过移动互联网提供下载、播放、转发等功能的一种出版形式。21世纪是一个资源共享、信息互通的时代,信息化和网络化的普及为手机出版的发展提供了重要机遇。特别是伴随着互联网技术的发展、3G技术的应用以及手机的日益普及,手机已不再是单纯的通信工具,它承担着收看电视、阅读报纸、浏览小说、欣赏音乐等越来越多的实用功能,并正在逐渐成为人们获取资讯的一种主要阅读终端。手机出版使得开卷有益逐渐演变成“开机有益”,这无疑将会给医学科普期刊带来新的机遇^[1]。那么,传统的医学科普期刊如何才能从手机出版这块“大蛋糕”中分得自己应有的市场份额呢?

1 医学科普期刊需要手机出版

医学知识日益影响着人们的日常生活。大众对健康知识的渴望越来越强烈,尤其是伴随着我国人民生活水平的提高,他们对医学科普知识的需求日益增长。如对广东省公民科学素质的调查结果显示,有79.6%的广东人对医学与健康知识最感兴趣^[2]。

医学科普期刊传播的内容明确,读者的针对性强。如《家庭医生》的读者定位是具有初中以上文化的社会人员,以传播保健卫生知识为主,主要栏目包括《专家门诊》《专访》《新闻透析》《心理健康》《家庭急救》等。医学科普期刊的服务对象是社会公众,且与社会大众的健康生活密切相连,也是每个社会个体期待接受的信息来源。

目前,我国手机上网人数已达2亿3300万人^[3]。

手机的终端设备已经普及,相当多的拥有阅读能力的人已经具备手机的阅读终端。医学科普期刊必须高度重视手机出版。当然,这要正确处理传统纸质出版与数字出版的关系。同时,医学期刊也可以根据人们的阅读习惯和手机出版的特点,面向市场进行适合读者的个性化出版。

1.1 手机出版医学科普期刊能够更好地帮助读者建立良好的生活方式和习惯,并引导公众以科学方法同疾病作斗争 医学科普期刊的手机出版作为公共空间内最有效的信息传播平台,也是重要的健康知识传播渠道。通过这种公共空间,公众可以顺利地交换意见,如对艾滋病患者权利的保护,以及对戒烟与滥用药物人群的帮助等,这些争论可以为公共政策的制订提供坚实的基础;因此,健康知识传播是一种双向沟通,也是传播者与读者之间进行的信息交流与互动^[4]。医学科普期刊能够影响公众的态度和认知,在培养公众健康意识方面发挥积极的、关键的作用,继而影响公众采取更健康的生活模式;所以,医学科普期刊应该认识到自己所承担的社会责任,科学地传播公共健康知识,并尽可能地减少疾病对患者和社会造成的损失。

医学科普期刊的手机出版,一可以倡导健康、科学的生活方式和习惯。人们的生活条件好了,休闲时间多了,更需要科学、合理地安排好自己的饮食起居,安排好自己的工作娱乐,让休闲和娱乐成为增进健康的有效方式。二能让公众认识到不良生活方式和习惯的危害,意识到建立良好生活方式的重要性。同时,手机出版的医学科普期刊需要引导公众以科学方法同疾病作斗争。

2010年初以来,名为《把吃出来的病吃回去》一书让张悟本迅速红遍全中国。张悟本提倡绿豆养生,仅3个多月,中国各地的绿豆价格涨了近3倍,有些地方甚至出现“满城尽喝绿豆汤”的现象。张悟本还能“治”近100种疑难杂症,糖尿病、心脑血管病不用说,还能“治”肝癌、肾癌等。世界医学界的难题,张悟本都解决了。方法就是吃绿豆、茄子和白萝卜等^[5]。这完全是在误导公众。

医学是一门实践性很强的科学,必须科学地使用它,才能发挥其功效。而公众在防病治病的过程中,经常会出现各种问题,且有大部分是因为不懂医学知识造

成的。医学科普期刊的手机出版应该把视野投向医学知识的普及,但要实现自己的导向功能,必须善于抓住事实,并将它用作引导公众与疾病作斗争的典型范例。

1.2 医学科普期刊参与手机出版,进行全媒体出版,能够最大限度地扩大读者的覆盖面 全媒体出版就是在数字技术的帮助下,把图书出版、视频、网站和手机出版融为一体,实现出版产业与新媒体的融合,最大限度地扩大读者的覆盖面,而且达到自身效益的最大化。

全媒体出版作为手机出版的一种盈利模式,可以在第一时间同步覆盖潜在读者,也就是在最短的时间内同时覆盖不同终端的使用者。同一媒介内容产品通过不同的媒介以多种形式进行发布,覆盖的读者群越大,成本也就越低。而作为主要的内容提供商,医学科普期刊必须在手机出版的内容服务领域作出自己的贡献。这就需要进行角色定位,即从一个相对独立的科普期刊出版发行部门,转变为一个包括向互联网、手机媒体提供数字内容的网络服务商。同时,医学科普期刊除了做好传统的纸质出版,还要根据手机媒体读者的需要,进行全媒体出版。

医学科普期刊的手机出版虽然还是一种新生事物,还受到各种因素的制约;但它作为一种全新的传播方式,有其自身的顽强生命力,且伴随着3G时代的来临,各种制度的完善以及人们消费观念的转变,手机出版的医学科普期刊的流量、传输速度、多媒体等技术难题将逐步得到解决。手机出版将可以更快、更好地承载医学科普期刊的内容,其方便、快捷的优势将凸显出来。手机出版对同一内容按不同读者的个性需求提供个性化服务,突破医学科普期刊传统的文字、图片表达方式,让读者自己选择喜欢的内容和版式,因此可以提高医学科普期刊的内容吸引力。

2 医学科普期刊如何进行手机出版

手机出版对读者的阅读行为产生巨大的影响,其数据传输的高速性,可以在很大程度上满足人们利用零散时间进行自由阅读的需求。特别是3G手机技术的不断完善与成熟,为培育发展面向3G手机媒体数字内容服务扫清障碍,也为其实实现产业化与商业化奠定坚实的基础。这项服务包括如下内容:

- 1) 建设各种类型的文献数据库,提供面向手机出版的出版、文献与信息服务;
- 2) 进行复合出版,即纸介质和手机的统一出版;
- 3) 开展基于3G手机媒体的按需出版和定制出版;
- 4) 通过电信内容提供商开展个性化的健康知识服务及其他增值服务,形成多种媒体间的资源共享、互

补互动。

2.1 手机出版的医学科普期刊,需要更好地满足读者的需求 读者是医学科普期刊传播的对象,没有读者,医学科普期刊就没有存在的价值;因此,读者既是医学科普期刊服务的对象,又是依靠的力量。由于3G技术的支撑,使得对手机媒体上的信息进行阅读、浏览、听、视、编辑、传输等成为可能,尤其是其大容量、高速率的信息传输,让许多不能进行传统阅读或不习惯于液晶阅读的人们能够更好地获取信息;手机出版具有海量存储、高速传输、自由移动、便捷搜索、自由沟通等互联网功能,其本身就是一条高效低廉的发行渠道,它为医学科普期刊的出版发行开拓了巨大的市场:这就要求人们转变观念,正确处理医学科普期刊的纸介质出版与手机出版的关系。

医学科普期刊与人们的日常生活休戚相关,为了让更多的公众接受到丰富的医学信息,能够关注到最新、最权威的医学研究成果,即以通俗易懂的方式把它们传递给读者,完成其所肩负的使命。而手机屏幕一般只能显示100个左右的汉字,一篇医学科普文章动辄1000字以上,要想看完一篇文章,读者感到十分麻烦。人们习惯于宽屏和浏览式阅读,而手机出版作为新生事物,对狭窄视觉范围内的翻页阅读,人们还需要一个适应过程。

关于信息选择的行为,传播学者施拉姆提出著名或然率(即概率)公式:选择率 = 预期报偿 ÷ 付出代价^[6]。即,读者选择哪一种媒介,与媒介可能提供的报偿成正比,与读者为此而费力的程度成反比。换言之,报偿越大,费力越小,媒介被选中的可能性就越大。其中预期报偿则是一种社会经验的体现,而付出代价则包括时间、金钱和精力等。

当前,医学科普期刊市场已由卖方市场转为买方市场,即真正由读者引导的竞争市场。由于医学科普期刊的读者阅读的随意性和流动性均较大,为了吸引读者,留住读者,医学科普期刊除内容上提供读者必需的精神粮食外,还需要在题名与版式设计等方面满足读者的需求。

2.2 充分认识到手机出版的读者大多利用碎片时间进行浅阅读,需要开发出适合读者阅读的简化文本 现代社会已进入传统阅读、网络阅读与手机阅读并存的多元化阅读方式的年代,这极大地增加了人们接受的信息的容量,也增加了人们收集、选择信息内容的难度;正因如此,以快餐式、跳跃性、碎片化为特征的浅阅读开始流行。浅阅读是一种重质感的阅读。在数字化时代,手机出版越来越成为人们乐于选择的媒体终端;但手机出版必须认真思考内容的分类、定位及结构形态,才能扩大读者群,形成良好的市场营利模式。同

时,由于人们习惯于电视画面的直观,这势必对人们的阅读习惯产生影响。

美国社会心理学家埃利奥特·阿伦森认为,人类理性思考需要2个前提:一是思考者能够获得准确、有用的信息;二是思考者拥有无限的、可用于加工生活数据的资源。人类这种有限的信息加工能力,总是试图采用简化复杂问题的战略^[7]。这种“简化信息”符合人类认知心理中的“求简律”。

有人作过一项实验:超市卖场里的进口果酱试吃摊位,陈列6种果酱与陈列24种果酱,哪种会卖得比较好?答案揭晓:光临前者的顾客,有30%会掏腰包;光临后者的顾客,却只有3%买了果酱。不是说选择越多,消费者越喜欢吗?未必。格拉德韦尔据此分析,因为购买果酱是一种瞬间判断,选择太多,反而会让人的潜意识无法消化,不知所措。想要保护人们的瞬间判断能力,就必须想办法保持精简。

医学科普期刊的手机出版需要遵从这种信息简化原则,出版适合人们日常生活的实用信息。传统纸质医学科普期刊向手机出版发展的优势体现在成熟的内容经验、强大的编辑力量、大量原创的内容资源、传统媒体的品牌、忠实的读者以及既有盈利模式的相互补充等;而且,手机出版大大减少了出版的中间环节,内容生产者与使用者可形成直接互动。

2.3 创新商业模式,开展医学科普期刊的手机出版

从传统期刊拓展到面向3G手机媒体的内容产业,必将成为医学科普期刊的战略选择。如果说,医学科普期刊的纸介质出版体现的是“卖方市场”,那么,面向3G手机媒体的手机出版则体现“买方市场”。它关注的是为读者提供个性化、多层次的需求;可以大力开展医学科普期刊纸介质出版物与光盘、互联网等跨媒体出版的整合,实现传统出版与手机出版的优势互补;要充分利用纸介质医学科普期刊的优势,将同一个主题的内容资源,采用传统纸介质、互联网和手机出版等形式加以呈现,并增加出版物的价值。

医学科普期刊可以将传统出版与3G手机媒体结合起来,创建稳定的商业模式。那就是,以纸介质医学科普期刊为基础,通过互联网,利用3G手机媒体为读者提供内容丰富、直观、具有互动性的多媒体服务,以提高医学科普期刊的市场竞争力。以医学科普期刊内容整合为中心的手机出版将会迅速发展,并将会很快成为出版业的主要盈利渠道。

当然,要彻底实现产品的盈利,就要进行医学科普期刊商业模式的创新。这种创新包括如下内容:1)选择的内容要有原创性;2)纸介质印刷采用低定价、大印量的策略,手机出版则采用文字、图画、声音集为一

体的多媒体产业链;3)采用基于数据库而面向手机出版的直销模式。同时,要提升内容资源的整合能力,加强内容资源的建设。优质的内容资源始终是医学科普期刊取得竞争优势的保障^[8]。

手机出版要求内容资源相对集中且异常丰富,医学科普期刊自身占有的内容资源足以支撑面向手机出版的发展;所以,拥有优质的内容资源是手机出版追求的目标,谁对内容资源有更强的整合能力,谁就拥有更强的市场控制力。因此,无论是医学科普期刊的传统出版抑或手机出版,内容资源的整合在所难免。这种整合将围绕着3G手机数据库进行,而且用户对相关数据的使用率将决定医学科普期刊的社会效益和经济效益。

3 结束语

纸介质出版作为医学科普期刊的固有阵地,必须保持其在这个传统领域的长续发展,并拓展手机出版的新领域。随着信息时代的来临,医学科普期刊的竞争相当激烈,而竞争成败的关键,是基于社会和读者对信息的认知度与满意度。医学科普期刊作为对普通公众进行健康知识教育的重要载体,需要开展健康知识传播以更好地适应市场竞争的需要。在市场经济条件下,读者需求的满足主要是通过提供迅速、有效的信息需求和服务来实现的;因此,医学科普期刊需要通过手机出版来扩大自己的读者群和社会影响,为读者提供及时、便捷、有效的信息增值服务,进而获得读者的支持,并取得市场竞争的优势。

4 参考文献

- [1] 何先刚. 3G手机媒体与期刊出版[J]. 出版发行研究, 2008(3): 34-37
- [2] 刘虹. 调查显示广东省公民科学素质高于全国逊于东部[N]. 羊城晚报, 2008-12-24(2)
- [3] 崔清新. 我国网民人数4.04亿 手机上网2.33亿[EB/OL]. (2010-05-01) [2010-05-29]. <http://tech.sina.com.cn/i/17114129487.shtml>
- [4] 李法宝. 论医学科普期刊的健康传播[J]. 编辑学报, 2010, 23(1): 202-209
- [5] 于泽远. “满城尽喝绿豆汤”折射社会逐利毛病[N]. 联合早报, 2010-05-27(3)
- [6] 阿伦森. 社会性动物[M]. 北京: 新华出版社, 2001: 119-122
- [7] 施拉姆. 传播学概论[M]. 北京: 新华出版社, 1983: 83
- [8] 郝振省. 中国手机出版产业的现状及未来发展趋势[J]. 科技与出版, 2008(7): 30-34

(2010-06-28 收稿; 2010-07-27 修回)