

# 传统医学期刊与新媒体微博共赢发展

冯 纓<sup>1)</sup> 游苏宁<sup>2)</sup>

1)《中华消化杂志》编辑部,200040,上海;2)中华医学会杂志社,100710,北京

**摘要** 《中华消化杂志》借助丁香园网站医学专业会员汇聚的优势,开设了丁香客微博官方主页,初步建立了一个有活力、高效率的线上交流平台,大大增进了编者与读者及作者间的沟通和互动。通过微博平台让临床医师及时了解到消化领域的发展动态,拉近了读者和作者间的距离,提高了杂志知名度,增加了杂志的发行量。网站借助入驻杂志的业界影响力,吸引更多的网友关注网站,帮助网站打造品牌形象,推广延伸产品和服务。我们的实践表明,传统医学期刊与新媒体微博相结合实现了共赢发展。

**关键词** 传统医学期刊;新媒体微博;共赢发展

**Combination of traditional medical journals and new media micro-blog leads to a win-win development** // FENG Ying, YOU Suning

**Abstract** With the advantages of medical professionals gathered around, Chinese Journal of Digestion set a micro-blog homepage on the DXY website, and preliminarily established an energetic and high efficiency communication platform, which greatly enriches the communication and exchange among editors, readers and authors. The micro-blog platform allows clinicians get the knowledge of digestion in time, makes closer the distance between readers and authors, improves the popularity and increases the circulation of the magazine. With the increasing impacts of the magazine, the website attracts closer attention from the net citizens, creates a nice brand image, and promotes extended products and services. Our practice show that the combination of traditional medical journals and new media micro-blog may lead to a win-win development.

**Key words** traditional medical journal; new media micro-blog; win-win development

**First-author's address** Editorial Department of Chinese Journal of Digestion, 200040, Shanghai, China

在当今网络普及时代,许多报纸、杂志等传统媒体都在寻求数字化突破<sup>[1-2]</sup>。在内容制作上,不仅早已实现内容电子化,而且制作过程也日益网络化,实现了稿件在线处理;在传播方式上,积极开发移动客户端新版本,注重利用新兴网络进行推广;在盈利模式上,积极尝试与互联网、电信网络等结合,力图依靠网络增加收益<sup>[3-7]</sup>。

微博具有随时随地、语言简短的特性,“微博体”更适应现代人的生活节奏与“短快平”的阅读习惯。微博更带有社交网络的性质,社会化的传播模式增强了用户之间的亲和性,有价值的微内容可在极短的时间内获得极大的传播效果。微博改变了普通人的社会影响力,每个普

通博主既可以是信息的接受者,又可以是信息的传播者,微博的直播、转发和评论,将个人的行为放大成为社会性行为,进而影响整个社会的舆论走向。微博的诞生,不仅在于其所带来的传播模式与传播理念的变化,其最大的意义在于它进一步打破了传统媒体的“渠道霸权”,报纸、广播、电视不再是新闻传播的唯一渠道<sup>[8]</sup>。

作为传统医学学术期刊,《中华消化杂志》一直试图在网络空前发展的新格局下寻求更多的发展空间;因此,借助丁香园网站医学专业会员汇聚的优势,开设了丁香客微博官方主页(<http://i.dxy.cn/cjd>),有幸成为入驻丁香客微博网页的首家中文期刊。上线仅3个月,粉丝即已达3600余人,留言互动超1000条,《中华消化杂志》已通过丁香园网站初步建立了一个有活力、高效率的交流平台,大大增进了杂志与读者、作者的沟通和交流。

## 1 传统媒体使用微博状况

**1.1 驻扎微博成为纸质媒体新的展现形式** 截至2012年3月1日,新浪微博—广场—媒体汇—杂志频道下已有277家专业刊物入驻,其中生物医学类占18家。传统媒体选择微博这种传播速度快、受众广的网络平台,能较大程度、较快速度地提升知名度和信誉度。《新周刊》原是一种比较普通的杂志,但在新浪开博至今已拥有超过430万名粉丝,如今它的每条微博都会受到追捧,很多条微博都有上千次的转发和评论,开设微博使得《新周刊》的品牌价值得到了很好的提升,也吸引了新老读者对期刊的关注。

**1.2 微博成为传统媒体的新闻源** 微博由于具有信息量丰富、渠道广泛、获取容易等传统媒体无法比拟的优势,已成为越来越重要的新闻来源<sup>[9]</sup>。传统媒体在微博上不仅可以利用“关注”跟踪有关用户,还可以“关注”中外媒体如CNN、BBC、新华社、东方卫视等,关注热点话题和焦点人物,在辨别新闻真实性的基础上,丰富自身的新闻线索。《大众医学》杂志在第一时间即对LASIK激光近视手术、熊胆等动物药之争等微博热门话题作出反应,并积极联络相关专家撰写并刊发相应稿件来解除广大读者的疑惑。

**1.3 传统媒体利用微博实现口碑营销** 很多传统媒体,如《新周刊》《大众医学》以及湖南卫视等,都已与微博客建立了良好的合作关系。它们都是微博客关注度很高

的媒体,关注相同的新闻话题为双方提高了知名度,凝聚了新媒体的网络人气,也提高了传统媒体的影响力和美誉度。在某种程度上,这种合作方式在网络上实现了传统媒体的口碑营销,对双方都是一种宣传,从而实现新老媒体的双赢<sup>[10]</sup>。另一个有趣的现象是,有些杂志总编/主编的人气都高过杂志本身,如《咬文嚼字》总编郝铭鉴的粉丝数达4万7028人,远超过《咬文嚼字》杂志粉丝数(1792人),求是《小康》杂志社社长兼总编辑舒富民粉丝数达51万5710人,更是大大超过该杂志本身(1万7711人)。这表明,杂志作为一种个性化很强的媒体,其掌门人的风格和个人魅力对杂志的影响深远。

## 2 传统医学期刊与专业生物医药媒体微博结合

《中华消化杂志》创刊至今已31年,是全国性消化科专业传统医学学术期刊,以消化内科医师为主要读者对象,兼顾腹部外科、消化内镜等相关专业,设有《论著》《短篇论著》《病例报告》《综述》《临床病例讨论》等常设栏目等,同时不定期设《述评》《专论》《专家笔谈》《讲座》《继续教育园地》《国外学术交流》等专栏,对增进我国消化专业医生之间的交流起着积极的促进作用。

丁香园生物医药科技网原名“丁香园医学文献检索网”“丁香园医学主页”,始建于2000年,目前已汇聚了近300万医学、药学和生命科学的专业工作者,每月新增会员3万名,超过70%的会员具有硕士或博士学位。网站旗下有“丁香园论坛”“丁香通”“丁香客”等多个网站产品,每天独立IP访问量超过15万次,每天同时在线人数最高超过1.8万人,每天页面访问量超过200万次,也是消化领域的临床医师们访问较多的网站。

互联网已经悄悄改变了新一代知识群体民意诉求表达的渠道、方法和表现形式,杂志开微博,将微博作为关注读者作者意愿的新窗口,可实现杂志与他们的有效沟通,以便更及时、更直接、更真实地了解读者的阅读需求,从而更好地服务于散在的读者作者群体<sup>[11]</sup>。

考虑到丁香园为生物医药专业网站,其注册会员中很大一部分已经身份认证,均是活跃在临床第一线的医师和研究生等,有很多是我们杂志实际上和潜在的读者作者,且遵纪守法、热爱并专注医学及其发展;因此,我们选择丁香园而非新浪、搜狐等大众媒体网站开设微博。这样,因目标群体更集中而更易激起共鸣,达到预期效应。通过反复多次的意见沟通和网站页面、功能的修改设计,《中华消化杂志》的丁香客官方微博官方主页终于在2011年12月中华医学会第11次全国消化系疾病学术会议召开之前正式上线。点开丁香园首页(<http://www.dxy.cn>)—丁香客—中华消化杂志,就可以进入到以纸版杂志封面蓝色为基调的官方微

博主页。主页右侧栏是杂志简介,主管、主办单位以及编委信息等,左侧栏是杂志主办各项活动的通告、精选可提供下载的文献链接和投稿信息等,中间版块自上而下则排列着杂志方的评论回复和网友的留言提问等。

最初上线时,连续3天在丁香园首页播放“中华消化杂志入驻丁香客”的公告,借助丁香园的网络人气,短期内即有数十人造访杂志微博主页并留言。之后我们积极推出鼓励网友关注微博、积极留言的活动,在留言网友中抽取幸运读者赠阅全年杂志,这一措施深受网友欢迎。很多网友已经在留言中憧憬着再也不用去图书馆翻阅,而是手捧杂志靠在沙发里慢慢品味的场景。短短几天内,粉丝即飙升到1000余人,留言数以百计,其中不乏众多读者给杂志提出的中肯建议和对杂志的殷切期望。

与此同时,我们又结合全国消化年会的召开,及时地介绍一些年会讲座信息等,报道杂志社同人参会的情况,都得到了众多网友的关注和评论。在获得中华医学会杂志社许可后,《中华消化杂志》又尝试每期挑选出部分可读性好、实用性强的共识指南及专家解读等文稿提供给网友们免费下载阅读,很多文献广受欢迎,刚开放几天下载次数即达上百次。随着这些重点文章的被阅读和传播,逐渐地有一些网友将自己的疑惑之处上传至微博,以期寻求合理的解释,同时有一批热心、活跃的网友主动回应并讨论,杂志方也精选一些具有共性的问题转发给相关专家请他们答疑解惑,逐渐形成了微博上浓厚的学术讨论氛围,也更激发了网友(尤其是年轻医师)的学习热情。

近日,我们又将纸质版杂志正在举办的一些活动推广到微博上,如刚刚开始的一项疑难病例征集交流活动,直接把此次病例征集活动的网站与杂志微博链接起来,使该活动获得急速推广,成功吸引到很多临床医师积极参与到活动中来。

## 3 传统医学期刊与生物医药微博在合作发展中共赢

采用这种新的合作模式,对于《中华消化杂志》有如下好处。

1)快捷服务于读者。通过微博平台,在每期纸质杂志出版前即精选实用性好且可读性强的亮点和精品文章的全文或摘要分享到丁香客,可以让广大平时忙碌紧张的临床医师们在最短时间内及时了解到消化领域的发展动态<sup>[12]</sup>。

2)拉近了读者与作者的距离。杂志通过丁香客把文章的全文或摘要开放出来,读者阅读后可以在网上发表自己的看法和疑问,作者获知后即可在网上跟踪

和解答,有利于读者与作者的学术交流,甚至还可能促成双方的学术合作<sup>[13]</sup>。

3)拉近了编者与读者和作者的距离。一方面编者通过阅读读者的评论反馈,可以方便地了解到他们的建议和关注重点,有助于编者了解杂志选题的优缺点,明确需要改进之处,而读者也更加方便地找到了建议渠道;另一方面,编者和作者的互动,可以使广大作者更准确地了解杂志的稿件定位,进而有针对性地投稿,提高投稿的命中率。

4)提高了杂志知名度并扩大了杂志的影响力,排除了非法网站的干扰<sup>[14]</sup>,同时刺激了消化临床医师对专业期刊的阅读欲,从而增加了杂志的线下发行量。

对于网站方来说,微博信息是实时更新的,由于用户频繁访问主页,微博的PV访问量可堪比内容频道。同时,微博的共享功能还可能刺激传统门户内容的流量。这种传媒社交网络对商业用户极具吸引力,可以帮助网站打造品牌形象,推广延伸产品和服务。

随着《中华消化杂志》的正式入驻和成功运营,丁香客上也逐步吸引了一些国内领先的杂志(如《Cell Research》)、学会协会(如中华医学会麻醉学分会)、医院科室(如北京大学第三医院神经内科)等的正式入驻。借助它们的业界影响力,网站人气不断飙升,吸引着越来越多的医学界人士关注并推动网站的发展。

随着网站知名度的不断提升,更可以开发线下延伸服务,如开设论文写作与投稿、实验技术的经验交流及培训讲座,医学专业知识学习班,以及实验器材和耗材导购等,从而更好地服务于网友并实现经济收益。

#### 4 传统医学期刊与生物医药微博结合发展中的后期要求和目标

**4.1 展现传统媒体新姿态,继续增强亲民性** 在新媒体平台上你“关注”的人应超过“关注”你的人,传统医学期刊不应仅把微博当成一个信息发布和推广的平台,或是新闻线索的来源,而更应把它打造成一个可以与读者作者即时交流、平等对话、倾听心声的园地。从这种意义上讲,微博也是传统纸质媒体改善与读者作者关系的一个绝佳途径<sup>[15]</sup>。同时,通过微博与更广泛的读者作者群交流,传统媒体可以实现品牌的推广,这种推广比传统的方式目标更精准,花费更经济,效果更扎实。

**4.2 向社会化媒体学习,尽力增强亲和性** 社会化媒体很重要的特点是用户之间的相互交流,这也是其强劲的亲和性表现之一,因而信息的传播能力更强。学习社会化媒体,不仅要建立传统医学期刊与读者作者之间的联系,还要建立同一媒介读者作者群之间的联系。只有建立这样纵横交错的关系网,才能使读者作者群紧紧围绕

在媒介的周围。传统医学期刊必须改变以提供内容为中心的定位,要学会以读者作者群为中心,借助与读者作者之间的互动来加快医学研究成果和进展等的传播。这样更能增强传统医学期刊与读者作者之间的亲和性,从而真正打造出读者与作者都喜爱的“双爱”期刊<sup>[16]</sup>。

对于专业学术杂志,微博将是发布信息的第一渠道,以简短的文字告知广大读者研究的简单内容,以吸引注意力,随后通过杂志主刊发布全部内容,再由杂志深入解读、微博及时评论,保持读者对该研究的持续关注。这是微博时代的杂志,也是微博时代传统媒体所应积极采取的举措。

#### 5 参考文献

- [1] 程维红,任胜利,路文如,等.我国科技期刊由传统出版向数字出版转型的对策建议[J].中国科技期刊研究,2011,22(4):467-474
- [2] 马爱芳,王宝英,赵建梅.我国网络科技期刊出版现状及其改进对策[J].编辑学报,2005,17(2):122-123
- [3] 丁乃刚.数字时代期刊媒体的整合趋势[J].编辑学报,2002,14(1):1-3
- [4] 潘伟.数字化、网络化在办刊中的应用与发展[J].中华妇产科杂志,2010,45(1):3-4
- [5] 巍巍.网络对科技期刊的影响[J].中国肿瘤,2010,19(3):214-217
- [6] 吴根范,王青.网络环境下科技期刊出版的特点、问题及发展建议[J].编辑学报,2009,21(3):252-253
- [7] 周仁惠.3G时代的手机媒体与未来的期刊出版[J].编辑学报,2008,20(3):257-259
- [8] 贺子岳,郭凌辉.互联网个人出版模式初探[J].情报科学,2006,24(8):1206-1209
- [9] 陈欣.试论网络医学信息资源的现状与利用[J].医学信息,2007,20(1):89-90
- [10] 张玉琳,毛蜀,张昊,等.期刊网站的口碑效应[J].编辑学报,2010,22(6):527-529
- [11] 贺青,于丽,钟方虎,等.微博客与医学图书馆服务[J].医学信息学杂志,2010,31(8):76-78
- [12] 黄晴珊.基于WEB提供全文医学期刊服务的实践[J].医学信息,2001,14(7):397-398
- [13] 谭鹤长,覃美青.微博在医学实践中的应用初探[J].临床医学工程,2011,18(10):1631-1632
- [14] 何有琴,刘岩,程艳敏.医学正规期刊与非法期刊网络博弈的调查分析与对策研究[J].医学信息学杂志,2009,30(3):37-41
- [15] 张文燕.在社交媒体时代做医生[J].中国医院院长,2010(19):27
- [16] 游苏宁.“双效”“双爱”期刊:办刊人的最高追求[J].编辑学报,2005,17(2):79-80