

# 学术期刊尝试传播科普内容的思考\*

张海东 孙继华<sup>†</sup>

中国热带农业科学院科技信息研究所期刊社, 571101, 海口

**摘要** 从学术期刊的媒介属性、国家的政策法规和传媒环境变化3方面分析学术期刊传播科普内容的必要性,提出学术期刊从社会热点、读者需求和报道方式创意的角度切入传播科普内容的方法,认为学术期刊传播科普内容有扩大自身影响、培养潜在读者和传播科学知识、建设理性社会的作用。

**关键词** 科技学术期刊;社会责任;传播;科普

**Reflections on disseminating popular science in academic journals**//ZHANG Haidong, SUN Jihua

**Abstract** The necessity of academic journals to spread popular science is analyzed from three aspects: the nature of academic journals as media, national laws and regulations and the change of media environment. Methods of publishing popular science in academic journals are introduced from the perspectives of social hot spots, the needs of readers, and creative reporting ways. We hold that these measures can expand influence of academic journals, cultivate potential readers, disseminate scientific knowledge, and finally help to build a rational social.

**Keywords** sci-tech academic journal; social responsibility; communication; popular science

**Authors' address** Journals Department of Sci-Tech Information Research Institute, CATAS, 571101, Haikou, China

科技学术期刊既是传播特定学科研究领域成果的载体和使科技信息增值的中介,又是培养人才、开发智力的有力工具,要考虑社会公众利益,把承担社会责任与自身发展紧密结合起来。我国科技期刊有学术性期刊和科普性期刊之分:学术性期刊以刊登研究报告、学术论文、综合评述为主要内容,具有专业性、严谨性和

通过收稿记录、参考文献、网络资源等3种维度,以信息间相互比对的方法审查稿件学术质量,可以帮助编辑克服专业知识的不足,快捷、准确、高效地把好初审关。

## 5 参考文献

- [1] 朱全娥. 编辑对学术论文价值的初审判断[J]. 中国科技期刊研究, 2009, 20(4): 701-702
- [2] 于青, 李娜, 王桂颖. 充分利用网络资源 提高科技期刊初审质量[J]. 中国科技期刊研究, 2011, 22(3): 417-419
- [3] 李林. 科技期刊编辑初审工作四步法[J]. 中国科技期刊

小众性的特点,现时期呈现出“曲高和寡”的状态;科普性期刊以刊登科普知识为主要内容,除“一些实用性较强以及教辅类专业科普期刊还能勉强度日,综合科普期刊的发行量明显萎缩”<sup>[1]</sup>,目前科普期刊承担的社会功能和责任亟待接替。学术论文的发表并不是科研的终结,惠泽于民才是科研的目的<sup>[2]</sup>;因此,学术期刊应尝试传播科普内容,承担起更多的社会责任。

## 1 学术期刊传播科普内容的必要性

**1.1 学术期刊媒介属性的本质要求** 学术期刊从媒介属性看它是专业性媒介,承担传播先进科学信息的重任。它重视社会效益和学术效益,它的活动在更大程度上受到公共性和公益性的制约<sup>[3]</sup>。这种公共性和公益性包括:它是现在社会必不可少的信息生产者和提供者,在满足社会普遍信息需求方面起着公共服务的作用;它的信息生产和传播活动对社会的政治、经济和文化都具有广泛而强大的影响力;它是某些公共传播资源的受托使用者,它必须对社会和公众承担相应的责任和义务。这种公共性和公益性是其拥有言论权、编辑权和刊载权的权利基础。

学术期刊的公益属性也决定了其编辑应承担弘扬科学精神和服务人民需要等社会责任<sup>[4]</sup>。同时,学术期刊的产品具有精神文化属性,不同于一般的物质产品。学术期刊的上述媒介属性决定了它必须以追求社会效益为主,兼顾经济效益,以引导学术研究方向、推

研究, 2011, 22(5): 795-796

- [4] 赵瑞. 基于融合交叉技术的科技论文初审方法[J]. 编辑学报, 2009, 21(2): 114-116
- [5] 陈浩元. 科技书刊标准化 18 讲[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 1998: 276-305
- [6] 朱大明. 参考文献的主要作用与学术论文的创新性评审[J]. 编辑学报, 2004, 16(2): 91-92
- [7] 陈灿华. 参考文献与作者和编辑[J]. 编辑学报, 2003, 15(1): 42-43
- [8] 周英智, 李伟, 孙瑶, 等. 初审中利用数据库检索论文抄袭行为[J]. 编辑学报, 2008, 20(4): 319-320
- [9] 曾莉, 吴惠勤, 黄晓兰, 等. 因特网学术资源及其在编辑初审中的应用[J]. 出版科学, 2007, 15(5): 21-22

\* 海南省自然科学基金(713185);中国热带农业科学院院本级中央级公益性科研院所基本科研业务费专项(1630012013011)

<sup>†</sup> 通信作者

(2013-05-08 收稿; 2013-06-26 修回)

动科技进步和提升人民智力水平为活动前提。

**1.2 国家政策法规的强制规定** 《中华人民共和国科学技术普及法》是为加强科学技术普及工作、提高公民的科学文化素质而制定的,适用于国家和社会普及科学技术知识、传播科学思想和弘扬科学精神的活动。该法第3章“社会责任”篇指出,科普是全社会的共同任务,期刊应当开设科普专栏或专版。第8次中国公民科学素养调查结果表明,2010年中国具备基本科学素养的公民比例为3.27%,社会亟待通过科普培养民众的科学意识,提升民众的科学素质,增强民众的理性。

学术期刊刊登的论文多为政府基金资助<sup>[5]</sup>,这些基金本质上源于民众税收,理应将其科研成果回馈给民众;因此,学术期刊不应囿于传统的功能定位和种类界限,应在办好期刊的前提下,按照法律要求承担起更多的社会责任。

**1.3 社会传媒环境变化的新要求** 学术期刊过去是纸质载体,出版周期长,而现在经历了网络化变革后,又迎来了博客、威客、Facebook、Twitter、YouTube、Flipboard、Zaker和VIVA等传播载体和社交网络,期刊的数字化发展使尽可能多的资源集成为一个公共的多媒体信息平台。这使多数人成为期刊的潜在读者变成可能,只有真知灼见才具有被广泛传播的价值。将期刊办成社会效益与经济效益完美结合的“双效”期刊,而且要使期刊成为读者和作者都喜爱的“双爱”期刊<sup>[2]</sup>,是社会传媒环境变化给学术期刊带来的新要求。

学术期刊肩负的知识传播、科技创新、受众利益等社会责任中也涵括了科技创新责任<sup>[6]</sup>,而科技创新的主体是人民大众。随着科学技术的迅猛发展,公众对科普的需求与我国科普能力依然薄弱的矛盾日益尖锐。在绝对的科技期刊发展的过程中,各类具体刊物的发展过程都是相对的,它们依靠一定条件而存在,随着一定条件而改变。具有现代化传播手段的学术期刊,有能力成为一种满足多层次科学知识需求的传播体,学术期刊传播科普内容,是社会传媒环境变化带给其社会责任的具体化。

## 2 学术期刊传播科普内容的方法

**2.1 社会热点切入式科普** 2013年6月20日,“神十”飞船在太空给青少年朋友上课成了社会的新热点,任何社会热点的出现都是学术期刊策划其科普内容的有利时机。长期以来,学术期刊不刊登科普内容是因为:一方面对自己的传媒属性和传播效果理解不够,认为诸如政治、经济和社会事件等热点与科学技术无直接关系或关系不大,学术期刊通常很难策划选题

应对;另一方面,学术成果的特殊性在于要通过实验等一个相对较长的时间过程才能取得,而学术期刊一般因刊期(月刊、双月刊、季刊)也难以回应社会热点。

事实上并不是所有社会热点都与学术期刊无关,职业惰性和传统观念使学术期刊独步于自己的轨道上。学术期刊传播科普内容要把握社会热点,注入科技元素,找准出版时机<sup>[7]</sup>,以适当的传播手段积极应对。与人类认识自然、人类生存环境有关的社会热点,如科学技术的重大突破,以及地震等自然灾害本身可以成为学术期刊科普内容的选题范围。2011年日本地震导致核泄漏,在中国引起了“抢盐”风波。我们不要危机的发生,但一旦其出现,作为科学传播工作者,向民众揭示灾难背后的科学道理,实现学术与应用的对接,不仅是我们的职责,更是我们的社会担当。

**2.2 读者需求切入式科普** 2013年6月,农业部批准转基因大豆的进口掀起了民众的心,民众接触传媒是基于自己的需求对媒介内容进行选择的活动。读者的需求就是科普的切入点。学术期刊的职责不仅仅是引导学术研究方向、促进科技进步,更是服务经济社会发展和传播科学的专业媒体,它不仅要讲述科学结果,也要讲述科学过程,以它拥有的学术导向权,用科普满足危机中的民众的科学渴求。2003年“非典”突发,中华医学会系列杂志在第一时间组织重点选题对民众释疑解惑,积累了期刊应对突发事件、以读者需求进行深层次报道的重要经验<sup>[8]</sup>;2008年汶川大地震发生后,中华医学会杂志社紧急出版多种灾区需要的资料,满足读者的相关科普需求:这就是读者需求切入式科普的典范。

2003年美国的《N Engl J Med》最先刊登关于“非典”的专业报道;2008年美国地质学会主办的《GSA Today》在收到研究汶川大地震的论文后3天就予以录用,并于6月中旬在其网站上率先发布;2008年7月24日,《Nature》发表了一篇有关汶川地震的论文<sup>[9]</sup>:如此的权威期刊、如此的主题内容和刊出速度迫使我们反思。

**2.3 报道方式创意式科普** “高度决定影响力”<sup>[10]</sup>。高度是学术期刊的专业追求,而影响力则是对其专业追求的一种诠释。学术期刊长期、持续的影响力培植的过程,就包含在它的一切活动之中,从传播内容到表现形式,从运营理念到组织文化。以创意式报道方式为契机,在受众中张扬自己的影响力,正是其高度的一种体现。科学内容传播的速度和质量,在很大程度上直接影响着科学技术自身的发展和科技成果的转化,而科普内容报道方式的创意是科学内容的再编辑、再传播,是在现代传播技术支持和民众不同层次需求的

条件下向受众需求传播理念的转向。

专业编辑科普化是学术期刊报道方式创意式科普的核心,他们作为“把关人”灵活地运用广告学、心理学、营销学、传播学等观念于科普,创意的表现手法会使“专业”如虎添翼<sup>[11]</sup>,可以使民众更简便、更快捷、更愉快地获取信息,破除盲目与迷信,把民众心灵深处的科学素养唤醒。比如,科普文章中可以加入快速导读、图片、3D技术和二维码内容链接等等。托尼·史密斯著的《人体》是一部彩色书,它还开发了3D版《人体》,使读者可以通过iPad直观、立体地了解人体的各个部分。

专业编辑的科普化首先是改变心智模式,其次是使用展望、综述、讲评、导语、编者按等引导读者阅读,以利于信息传播,通过期刊网站版块、人员微博等加强与普通大众的沟通。例如协和医院急诊科女超人于莺的微博就加深了民众对医院和现行医疗体制的了解。

报道方式创意的关键是具有自主创新能力,能将知识变成服务产品并培养出具有新价值的、活资源的编辑人才。

### 3 学术期刊传播科普内容有利于自身的发展

**3.1 扩大期刊影响,培养潜在读者** 知识的力量不仅取决于其本身价值的大小,更取决于它是否被传播以及被传播的深度与广度。学术期刊的使用价值在于满足读者在知识和文化等精神层面的需要,而读者需求的满足最终是要通过刊物以及与此相关的各种服务来实现的。学术期刊增加科普内容和学术内容的再编辑,借助现代的传播手段,能够走出内容太专、读者面太窄的困境,是学术期刊普及科学知识,为全社会科学素养和国家文化软实力的提高贡献力量的最佳途径。学术期刊从专业的角度提供最新的科学成果,以民众喜闻乐见的形式将这些成果介绍给他们,是在现代传播技术支持下扩大自身影响、培养潜在读者的新举措。学术期刊应在新技术、新媒体形式的支持下,树立“资源中心观”,提高对内容资源的控制力和整合力,牢牢把握大媒体时代主流媒体在多元化信息传播格局中的主导权和话语权,实现从传统的“内容提供商”向大媒体背景下的“内容集成商”的角色转变<sup>[10]</sup>,让“服务”取代“产品”,成为产业链的重心,赢取最广大民众的关注。

**3.2 传播科学知识,建设理性社会** 在混媒体时代,科普内容这个蝴蝶翅膀的扇动,打动千千万万的读者就会成就科学的龙卷风;在科学教育的大系统中,学术

期刊登载科普内容这个十分微小的变化,经过现代化的传播手段的不断放大,对民众科学素养的培育会起到从未有过的作用。媒介环境的变化导致公众的口味越来越苛求挑剔,对科普需求多样化,品质要求高层次化;所以,学术期刊应在保持科学性和知识性本色的前提下,增加科普内容,扩大读者群体,更加贴近生活,以满足人们的科学知识需求<sup>[12]</sup>。学术期刊积极参与科普工作,吸引大众媒体的采用和链接,可以使科技新闻产生更大的社会效益,达到经营期刊品牌,形成品牌效应的功效。

学术期刊增加科普内容是向公众传播科学知识、弘扬科学精神的重要举措,也是让公众了解科技进步、培养社会理性的主要渠道<sup>[11]</sup>。各类科技期刊既有相互配合,也存在竞争,没有竞争就没有优势,没有优势就没有胜利。学术期刊增加科普内容,可以创造赢取未来潜在受众的相对优势,在提高自身影响力的同时帮助科学家获得公众的支持。

### 4 参考文献

- [1] 初迎霞,孙明,张品纯.我国科普期刊的发展历程[J].编辑学报,2011,23(4):228-290
- [2] 高健,陈新石,游苏宁.应充分利用大众媒体宣传科技期刊[J].杂志工作通讯,2008(3):9-12
- [3] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999:112
- [4] 肖唐华,吴克力,王丽芳,等.科技期刊编辑的社会责任及其实现[J].编辑学报,2010,22(2):110-112
- [5] 游苏宁.正本清源,还学术期刊一片净土[N].医师报,2007-01-25(19)
- [6] 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
- [7] 刘志武.学术期刊选题策划的思考[J].中国出版,2011(10):37-39
- [8] 游苏宁.从突发事件看科技学术期刊的社会责任[J].编辑学报,2003,15(3):157
- [9] 游苏宁,石朝云.应重视科技学术期刊的社会责任[J].编辑学报,2008,20(6):471-474
- [10] 向淑君.科普期刊发展的多维视野[J].中国出版,2008(4):40-43
- [11] 王甲东,周昆,王莹,等.论科普编辑专业化与专业编辑科普化[J].编辑学报,2008,20(2):98-100
- [12] 潘光友,许易琦,李娅芳.如何把握当代中国科普期刊的时代特点[J].云南大学学报:自然科学版,2011,33(增刊2):1-3

(2013-06-17 收稿;2013-08-29 修回)