

# 互联网背景下科技期刊的媒体融合路径

王福军<sup>1)</sup> 冷怀明<sup>2)</sup> 郭建秀<sup>2)</sup> 汪勤俭<sup>2)</sup>

1)《遵义医学院学报》编辑部,563099,贵州遵义;2)《第三军医大学学报》编辑部,400038,重庆

**摘要** 分析互联网背景下科技期刊媒体融合的必要性及存在的问题。认为科技期刊媒体融合应从思维理念、合理的层次定位、优化分工协作机制和构建平台型媒体进行融合,从而更加有效地发挥纸质刊、网刊和微博、微信等3种媒体各自的优势,提高科技期刊的影响力和综合竞争力。

**关键词** 媒体融合;科技期刊;互联网技术;融合路径

**Approaches to media convergence for sci-tech periodicals based on internet**//WANG Fujun, LENG Huaiming, GUO Jianxiu, WANG Qinjian

**Abstract** This article analyzes the necessities and problems in the media convergence, and brings forward that the convergence should be carried out based on thinking concept, reasonable level positioning, optimization of labor division and building of platishers, in order to take full advantage of the three types of media, and thus improve influence and competitiveness of sci-tech journals.

**Keywords** media convergence; sci-tech journal; internet technology; convergence approaches

**First-author's address** Editorial Office of Journal of Zunyi Medical University, 563099, Zunyi, Guizhou, China

**DOI**:10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.01.004

随着“互联网+”作为国家战略的提出,依托移动互联网而成长起来的各种新媒体的强大社会影响力将得到全面展示。互联网环境中微博、微信等新媒体技术已渗透到科技期刊出版的各个环节,传统科技期刊正面临读者群体的流失,对广大用户的影响力也在逐渐减小。如何运用现代化的技术手段,整合现有出版资源,充分发挥科技期刊各种媒体形态的优势,全方位、高效率地为广大用户服务。单一的媒体形态难以满足广大用户的阅读需求,媒体融合已成为科技期刊发展的必然趋势。

陈佳沁等<sup>[1]</sup>,陶华等<sup>[2-3]</sup>认为新媒体给科技期刊的发展带来了前所未有的机遇,可进一步提升我国科技期刊的影响力和国际竞争力。吉海涛等<sup>[4]</sup>认为媒体融合背景下学术期刊组建新媒体产业联盟是实现科技期刊媒体融合发展的一种新模式。周白瑜等<sup>[5]</sup>对媒体融合给科技期刊带来的机遇和挑战进行了分析,认为科技期刊应当借助数字化和网络化的东风,加快媒体融合的步伐,不断提升科技期刊的影响力。

尽管广大科技期刊编辑对媒体融合的研究取得了

不菲的成绩,但如何破解科技期刊媒体融合的瓶颈,把传统科技期刊的影响力延伸到网络空间,以实现3种媒体形态的实时互动、优势互补和一体化发展,已成为广大编辑同人共同关注的话题。为此,笔者拟通过剖析互联网背景下科技期刊媒体融合的必要性及存在的问题,探索科技期刊媒体融合的路径。

## 1 科技期刊媒体融合的必要性的必要性

互联网技术的进步和智能手机、Ipad等移动载体的出现为新媒体技术在科技期刊领域的应用提供了广阔的空间,媒介形态的改变不但改变了广大用户的阅读习惯,也改变了人们获取信息的方式。新媒体在科技期刊领域的应用也表现出强劲的发展势头;但各种媒体形态的劣势也日益凸显,单一的媒体形态难以推进科技期刊的发展,这就要求科技期刊编辑探索各种媒体形态融合的路径,以建立3种媒体形态一体化的全媒体。

**1.1 3种媒体融合实现优势互补** 纸质科技期刊在现有职称评审机制未进行重大调整的情况下仍有其存在的广阔空间,与网络及新媒体期刊相比有其自身的独特优势:一是纸质期刊有严格的审稿制度和专业化的审稿队伍,其公信力得到广泛认可;二是纸质期刊从投稿至正式出版凝聚着广大编辑人员及审稿专家的辛勤劳动,由于其不可随意改动,编辑和审稿专家的工作态度都十分严谨;三是纸质期刊在网络极其发达的国家也仍具有较高的权威性;四是纸质期刊版权归属明确,一般不会引起任何版权纠纷。

网刊的主要优势是编辑和发行可同步进行,信息量大,出版周期短,可实现编者、作者、读者的即时交流。

作为大众传播的微博、微信等新媒体有着强大的社会影响力,科技期刊可以充分利用它在互动性、参与性方面的优势,充分调动广大用户的积极性,让广大用户感知并享受到更多的产品体验和增值服务。

媒体融合可实现三者的优势互补、相互融合、共生共存。媒体融合的优势主要有:1)在传播方式上可实现多元化传播,做到图文音像并茂;2)可利用新媒体的分享扩大传播的范围,提升科技期刊的影响力和综合竞争力;3)内容形态上可实现优势互补,融合可实现三者内容上的互融、互通;4)可进一步探索期刊编辑部分散组稿,出版单位统一出版发行的运营模式,整

合各种内、外部资源,推动三者的一体化发展。

## 1.2 媒体融合为期刊拓展品牌和提升增值服务助力

纸质期刊作为一种小众化的传播媒体,其传播的范围窄,具有明确的市场细分和受众群体,其内容“精”“专”“深”,大多数的纸质期刊历史较长,拥有自己的公信力和品牌影响力。科技期刊网站通过信息服务加强与广大用户的互动交流,发布科技期刊的相关信息和为用户获取信息提供便捷渠道。新媒体借助网络技术的优势实现优质信息获取与传播的同步,通过对用户的精准定位,满足广大用户的碎片化阅读需求,提供科技期刊的最新资讯和刊物动态,对用户所需信息进行精准化推送,延伸期刊的增值服务和拓展品牌。

明确不同媒体的功能属性,对各种媒体进行精准定位,充分利用各种媒体的优势,增强用户体验,扩大期刊的用户覆盖面,通过媒体融合弥补三者的不足,推动科技期刊由单一的媒体形态向多元化的媒体形态发展,从而不断提升科技期刊的综合竞争力,使学术信息的交流传播变得更加快速、便捷、高效和准确。

## 1.3 媒体融合更有利于科技信息的广泛有效传播

媒体融合改变了科技期刊原有的传播渠道,使其由单一的传播渠道向多元化发展,编辑也担负起更多向社会大众普及科学知识的责任,同时为科技期刊的发展提供更为广阔的空间。

新媒体技术使科技期刊的内容更加丰富和多样化,个性化的内容可满足广大用户的碎片化阅读需求,通过用户对文章的点评以使我们了解用户需求,为用户提供关联性内容服务和其他增值服务。互联网背景下科技期刊必须占有舆论的制高点,拥有自己的话语权,新媒体平台就是科技期刊发声的重要传播渠道,也是与广大用户进行沟通的渠道。通过与用户沟通,吸纳用户建议以进一步优化选题,在服务特定用户的过程中与用户共同成长,以扩大期刊的学术视野,提高广大用户对科技知识的认知能力。

而传统的科技期刊有着良好的信誉和公信力,新媒体使科技期刊品牌得到进一步拓展,新媒体在这方面的优势是纸质期刊和网络期刊无法比拟的,三者融合能将新媒体在这方面的优势发挥得淋漓尽致,也使科技期刊的影响力达到前所未有的高度。

由此可见,媒体融合也成为科技期刊发展的大势所趋,为此,编辑必须顺应时代发展的潮流,加快媒体融合发展的步伐,探索行之有效的融合路径。

## 2 科技期刊媒体融合存在的问题

### 2.1 缺乏具有融媒体思维理念的复合型编辑专业人才

媒体融合最关键的节点是人的融合,思维方式的

转变又是实现人融合最关键的环节。缺乏复合型编辑人才,使科技期刊很难实现真正意义上的媒体融合。未来的融媒体人才需要会用全媒体的思维理念做好选题策划,与新媒体融合衍生出新产品,用新技术手段做好学术传播。

目前高校从事融合媒体教学的教师在这方面的业务也不够精通,使得寄希望于通过培训提高编辑人员的融媒体知识这一方案行不通,这就需要编辑自己主动进行学习和探索。媒体融合需要编辑用互联网思维开发适合各种媒体同时传播的多媒体产品,这就要求编辑要拥有互联网背景下的用户思维和博学多才,既要懂科技期刊的专业学术论文知识,又要懂网络媒体知识,还要懂新媒体的策划设计、编辑制作和运营。实践证明,原有科技期刊编辑难以胜任,而缺乏复合型编辑专业人才使中、小型科技期刊难以用融媒体的思维理念思考问题,在融合创新方面更是举步维艰,难以有所作为。

**2.2 融合新媒体时技术掌握不够<sup>[6]</sup>** 媒体融合其次的节点是技术的融合,技术掌握的熟练程度是编辑建立信心的基础。国内科技期刊涉足新媒体的时间不长,技术的娴熟程度不够,故对融合显得极为不自信。目前国内科技期刊常用的新媒体技术主要有 RSS 订阅、E-mail Alerts、ipad 移动阅读平台、QQ/论坛/微博/播客/微信等,国外的主要有 RSS Feeds、Blog、E-mail Alerts、Podcast、Webcast、Mobile-optimized Website、Mobile App、Video and Seminars 等<sup>[2]</sup>。国内外科技期刊一般都采用3种以上的新媒体技术,涉及上述即时通信工具、软件的应用和开发新媒体产品形态等复杂的新媒体技术。

科技期刊编辑由于掌握的新媒体技术不够娴熟,难以对各种媒体的优势进行深度开发。如某大学学报(医学版)在微信公众平台的功能定位方面就比较欠妥,对网站等传统媒体的功能未进行合理定位,对新媒体技术又未完全掌握,它开通的微信公众平台没有内容,这显然是在盲目跟风。由此可见,要想实现真正意义上的媒体融合,技术上的问题也是编辑必须跨越的一道屏障,编辑只有熟练掌握了新媒体技术,才能充分利用各种媒体的优势。

**2.3 对媒体融合的理解不够全面** 当前大多数科技期刊对媒体融合的理解和认识尚存在一定的误区:有的认为增加了微信、微博、播客、论坛、手机客户端等新媒体技术就是融合;有的把融合简单理解为期刊论文上网、新媒体平台,网络、新媒体平台的论文点评上刊;有的认为融合的最终目的是让纸质期刊退出传播领域。实质上新媒体只是为纸刊和网刊拓展了传播渠道,使其传播到以上2种媒体形态所不能到达的领域。

媒体融合的最终目的不是将各种媒体形态平行做大做强,而是要充分发挥3种媒体形态优势,扬长避短,通过三者的融合获得最好的传播效果,提升科技期刊的影响力和用户关注度。合是形式,融是灵魂,如《第三军医大学学报》、《中华医学杂志》(英文版)、《重庆医学》等杂志都在应用新媒体技术对媒体融合进行“八仙过海,各显神通”式的创新性探索,它们基本实现了3种媒体形式上的融合,但离真正意义上的融合还有一定的距离。美国心脏协会会员 Sanjay kaul 博士对近期《柳叶刀》刊登的美国医学研究新任主席 Victor Dzau 等撰写的关于精准医疗一文的评论就通过各种网络和新媒体平台进行广泛传播<sup>[7]</sup>,这就是融合的一个典范,3种媒体形态的融合能使其播及的范围更广,影响力更大。

### 3 科技期刊媒体融合的路径

移动互联网的快速发展和新媒体技术的进步,给科技期刊的发展带来了前所未有的机遇。科技期刊的传播渠道已由过去单一的媒体形态转变为纸刊+网站+新媒体平台共同发展的三角模式,3种媒体形态各占三角形的一个角,三者各有优势和不足,相互之间无法取代。科技期刊发展到现阶段我们需要思考如何实现3种媒体形态的融合,跨越阻碍三者融合发展的瓶颈,唯有破解媒体融合的路径,才能实现科技期刊真正意义上的融合发展。

**3.1 思维理念<sup>[8]</sup>** 媒体融合的瓶颈最首要的关键节点在于解决人的思维方式的转变,决不能把新媒体当作科技期刊网站和纸刊的附属,要充分认识到各种媒体的优势,明确每种媒体的目标及功能定位,在观念上用辩证思维的方式看待媒体融合,从思维理念上适应媒体融合发展的需要。

媒体融合需要具备互联网背景下开放的思维方式,获得的最新信息哪种媒体传播更加快捷就选择哪种媒体形态,另外的媒体再采取深度报道的形式予以跟上,通过聚合的开放网络信息平台吸引更多的用户。编辑要用平等的思维方式与用户打交道,广泛吸纳用户的建议,一改过去你提供什么,他就接收什么的思维方式。分享、共享是互联网环境中媒体的一大特色,期刊编辑在整个出版流程中都要有分享和共享的思维,通过分享进一步提升期刊的影响力。互联网环境中各种媒体高度依赖技术,要学会用技术引领的思维方式解决媒体融合过程中存在的问题。

从思维理念上我们必须明确媒体融合的最终目标是建立你中有我、我中有你的融合媒体形态,科技期刊发展的最终目标不应是简单的纸刊+网站+新媒体平台,而应当是三者优势互补、互融互通的全新媒体形

态。未来融合发展的媒体形态谁也无法清楚地勾勒,这就需要编辑边做边思考。

媒体融合需要科技期刊编辑进行全方位、多角度的思考问题,这也是融合思维的精髓所在。编辑在进行选题策划时就需要考虑3种媒体形态的优势,对选题内容的发布选择哪种媒体形态更为合适,选题内容之间通过何种方式实现三者的融合,选题内容放在何种媒体平台上更容易引起用户的共鸣,这些细节性的问题都需要编辑在选题策划时就进行思考。

例如,在给某些专家进行约稿时就提醒专家是否可以提供视频资料,专家组织专题研究栏目时可请他们先提供专题研究的写作序,这些内容我们都可以通过新媒体平台和网络进行先行传播,在用户中形成一定的影响,论文正式出版时再通过二维码扫描等技术手段实现三者的融合,这样会使我们的期刊得到更多的用户关注。

由此可见,互联网背景下开放的、平等的、共享的、技术引领的全媒体思维理念更能提升科技期刊的整体影响力和综合竞争力,也更加适应媒体融合不断求新、求变的需求。

**3.2 合理的层次定位** 科技期刊应当根据自身的实际情况和各种媒体的现状确定各种媒体的功能定位;但须明确各种媒体形态的融合决不是简单的“1+1+1”,将各种媒体平行做大做强不仅有违融合的初衷,而且这样的目标定位难以实现。这种情况下,必须对各种媒体形态进行合理的层次定位,明确融合媒体是以出版为主、技术为主还是网络为主,3种模式谁占主导地位,谁是主要形式。必须规避各自的缺点,充分发挥各种媒体形态的优势,必须对各种媒体形态给予不同的分工和功能定位,最大限度地避免传播内容的同质化。

由纸刊+网站+新媒体平台组成的全媒体中,纸刊应当占主导地位。由于网站不仅传播信息量大、时效性强、传播范围广,而且能与其他媒体链接,实现各种媒体之间的互动,应为全媒体的主要形式。依托移动互联网成长起来的新媒体在现行体制下要想做大做强,目前十分困难,如微博、微信公众平台等暂时只能处于次要的地位,其功能定位主要为延展期刊的增值服务和拓展品牌,即以“1+1+N”的媒体生态形式构建科技期刊全媒体。借此,合理的层次定位能明确科技期刊各种媒体形态的功能属性,充分发挥各种媒体的优势,使期刊在媒体融合形态下获得最佳传播效果。

**3.3 优化分工协作机制<sup>[9]</sup>** 3种媒体形态间并不是一种此消彼长的线性关系,各媒体形态间既有分工又有合作。根据不同媒体的特点和功能定位进行分工,取长补短,充分发挥各自的优势,极力避免同质化。

内容始终是科技期刊的生存之本,王者之道;因此,在“1+1+N”的模式中纸刊应充分发挥其深度报道和权威性的优势。选题策划时更多地以用户价值为导向,融入更多的经过用户体验的内容,提高原有内容资源的整合能力,充分发挥“二次资源”的应用价值,使整合的内容资源更加适合3种媒体形态融合传播。主动拟定每期重点报道文章和年度组稿计划,确定期刊的舆论导向,逐步转型为深度报道和原创内容的提供者。

网站充分发挥时效性和集纳性的优势,及时提供期刊的最新信息和动态,另一方面,还可展示纸刊由于受篇幅限制所不能刊登的内容,同时与新媒体进行超链接,为新媒体提供展示的平台。

新媒体则通过移动网络将科技期刊的最新资讯和音频、视频等信息延伸到网络空间,弥补前2种媒体的不足。

主编和担任常务主编的编辑部主任负责各种媒体的内容分工和协调各媒体编辑之间的协同创新,以及各媒体形态信息发布的审核。3种媒体形态的科技期刊编辑通常只有一套编辑队伍,只是给各编辑做了相对明确的分工,编辑均兼有各种媒体的任务。主编或常务主编决定优先发表的论文后网络编辑和新媒体编辑应及时跟进,每周发布一两条消息,并及时收集用户反馈的信息经筛选审核后再次发布。还可根据3种媒体的特点及优势将经过主编审核和分类加工的内容以4种不同的方式发出,即直发杂志、网络、新媒体、同一相似的内容用3种媒体形态全程互动。优化各种媒体编辑的分工协作机制,可充分发挥各种媒体的优势,实现3种媒体的高度融合。

**3.4 构建平台型媒体<sup>[10]</sup>** 平台型媒体是指不仅依靠自身力量,而且可以借助第三方做内容和传播的开放性数字平台,平台制定有各种标准和规则,并且向所有的科技期刊编辑部和受众开放。其实质是技术商与出版商的结合运作,这种结合将形成一些新的全媒体产品形态,新的品牌形态也可以说是内容和渠道的结合体,新的产品形态不仅有丰富的内容,还适合期刊的各种媒体传播渠道。技术商在这里建立一个内容平台,组织各编辑部进行内容生产,利用自身强大的品牌与专家资源、流量资源和营销工具,打造一个有门槛的、相当专业化的多功能一体化媒体平台。

目前大多数科技期刊尚没有构建这种一体化平台型媒体的实力,有实力的如中国物理学会就以《物理学报》为龙头构建了中国物理学会期刊网和微信公众平台,吸纳了22种物理学相关期刊加盟,加盟期刊间的信息可互相推送。中华医学杂志社有限责任公司在这方面也进行了一些探索,但平台尚未构建完成。支持第三方构建集编辑出版、内容管理、信息发布、推送于一体

的多功能平台型媒体,逐步建立起跨区域、跨媒体、跨国界的信息化数字服务平台,对入选的科技期刊进行资质审核,运用自身的平台优势及数据库资源对联盟期刊进行宣传 and 品牌推广,同时也可实现期刊的分散组稿和统一出版经营。由第三方或有实力的科技期刊出版集团构建一体化平台型媒体可充分发挥期刊的各种媒体的优势,实现3种媒体的互融互通和一体化发展。

#### 4 结束语

当前,互联网和新媒体技术的进步推动着科技期刊不断向前发展,单一的媒体形态已无法满足广大用户的阅读需求,融合3种媒体形态,提升科技期刊的影响力已成为科技期刊发展的必然趋势。构建一个使各媒体形态间互融互通、共荣共存的多功能一体化平台型媒体已成为科技期刊未来发展的主流模式,通过各种媒体形态的融合,使得各媒体间优势互补,逐步提升期刊的社会影响力和综合竞争力。

随着传统媒体和新兴媒体的融合发展提升为国家战略,媒体融合已成为不可阻挡的历史潮流,只有主动探索互联网背景下科技期刊的媒体融合路径,找到3种媒体形态的最佳结合点,才能使科技期刊在新的媒体格局中占据主动地位,从而不断提升科技期刊的国际影响力和国家的科技软实力。

#### 5 参考文献

- [1] 陈佳沁,马潇漪. 科技期刊的新媒体应用与提升策略[J]. 中国科技期刊研究,2014,25(7):909
- [2] 陶华,朱强,宋敏红,等. 科技期刊新媒体传播现状及发展策略[J]. 编辑学报,2014,26(6):589
- [3] 陶华,朱强,宋敏红,等. 地学核心期刊新媒体应用情况分析[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(4):414
- [4] 吉海涛,郭雨梅,郭晓亮,等. 媒体融合背景下学术期刊发展新模式[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(1):60
- [5] 周白瑜,段春波,于普林. 科技期刊在媒体融合时代面临的机遇与挑战[J]. 编辑之友,2013(4):35
- [6] 袁舒婕. 学术期刊:在刊网融合中披沙沥金[N]. 中国新闻出版报,2014-07-29(8)
- [7] DZAU V J, GINSBURG G S, VAN NUYS K, et al. Aligning incentives to fulfil the promise of personalised medicine[J]. The lancet,2015,385(9982):2118
- [8] 滕瀚. 透过腾讯《2014 互联网跨界趋势报告》探析媒体融合路径[J]. 声屏世界,2015(1):62
- [9] 王世华. 高校新闻媒体融合路径研究[J]. 新闻界,2010(4):4
- [10] 喻国明. “平台型媒体”或是未来媒体发展的重要模式[J]. 青年记者,2015(12):4