

# 学术期刊与移动互联网技术融合探析

孙丽华 徐冬梅

中国科学院上海应用物理研究所联合编辑部,201800,上海

**摘要** 分析学术期刊的传播与移动互联网技术的契合点,认为传统学术期刊应结合自身专注的服务内容来搭建学术推广和内容互动平台,并提出了相应的策略。

**关键词** 学术期刊;移动互联网;微信;微传播力

**Applications of mobile internet technology in academic periodicals**//SUN Lihua,XU Dongmei

**Abstract** In this paper, we analyze the advantages of academic journals communicated with the mobile internet technology, and present that the academic journals should build their own platforms according to their own requirements.

**Keywords** academic journal; mobile internet; WeChat; micro-communication

**Authors' address** Shanghai Institute of Applied Physics, Chinese Academy of Sciences, 201800, Shanghai, China

**DOI**:10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.02.026

移动互联网是移动通信和互联网的结合体,使用者通过手机和平板电脑等可移动数据终端与互联网连接获得互联网中的海量资讯。中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center,CNNIC)最新发布的中国互联网络发展状况统计报告显示,截至2015年6月,移动终端网民规模已达到5亿9400万,移动互联网开始作为传统互联网的补充,占据了用户大量的碎片时间<sup>[1]</sup>。目前以微信为代表的轻应用App(Application program)成为主流,它能够针对不同的用户,提供个性化的精准服务。

学术期刊作为科研成果的发表平台,在发表科技前沿信息的同时,应具备将新技术融入期刊信息传播方式的能力,为学术成果传播提供快捷的传播渠道。

本文分析学术期刊的传播与移动互联技术的契合点,并以《Nuclear Science and Techniques》期刊为例,讨论传统学术期刊结合自身专注的服务内容来搭建推广平台,借助微传播力实现期刊新的突破。

## 1 融合的意义和契合点

科技期刊是科研成果集中记录和交流传播的基本载体,在推动科技创新和国家创新体系建设中发挥着十分重要的作用<sup>[2]</sup>。长期以来,我国学术期刊将自己定位于学术论文的发表平台这一角色,而忽略了学术期刊传播媒介的基本功能<sup>[3]</sup>。在期刊信息的传播环节中,学术信息始终是呈被动接受的状态,作者与读者之间缺乏交

互,从而造成国内学术期刊缺乏竞争力的窘境。在新的发展时期,学术期刊亟待解决的问题就是如何利用网络技术实现用户关系构建和进行学术信息的传播。当前,利用移动互联网技术进行学术期刊推广的条件已经形成:一方面是基于移动网络访问网页速度的提高和移动智能终端强大功能的完善;另一方面是读者已经养成了利用碎片化的时间快速获取信息的阅读习惯。

学术期刊在学术信息的传播模式、传播特点和传播途径上与移动互联网之间存在着天然的契合点,主要表现在以下几个方面。

1)多维度的信息传播模式。学术期刊对信息传播的需求是“一对一”“一对多”“多对多”的传播形态<sup>[4]</sup>。学术期刊需要了解接收信息的用户群是谁,信息在何时被接收,接收信息的用户反应是什么,信息被扩散到哪些群体;而传统的学术信息传播模式是由一个信息发布者向不明规模与特征的受众发布信息,信息发布者与受众之间没有确定性联系,学术信息仅是被广播了一次。移动互联网技术的微博、微信等社交平台可以满足学术期刊多纬度传播的需求,在这些平台之上,用户可以向某一个特定订阅者进行“一对一”的传播,也可以向整个学术圈进行“一对多”的传播,同时每个订阅者也可以根据自己的判断选择转发或评论,使信息发生演变及至产生新的信息,实现信息的又一次传播,最终形成“多对多”的信息传播方式。

2)即时交互式传播的特点。学术信息体现的是学术研究领域的最近进展,需要快速呈现并及时得到反馈,从而体现学术信息的价值。传统的学术信息是通过长篇幅论文来呈现的,受发布渠道和阅读工具的限制,学术信息到达需求的读者手中时往往比较滞后,从而造成学术信息在传播过程中的互动性不强,进而影响信息的再利用<sup>[5]</sup>。基于社交网络的微博、微信等微传播平台,具有信息简短性特点,通过绑定移动设备便可以做到信息的生产与发布同步,在整个流动环节中,发布者和读者角色相互转换,信息不断交互和共享,实现快速实时交流。

3)多元化的信息传播途径。学术期刊的出版将进入全媒体网络出版时代,届时学术信息可以通过文字、图片、音频、视频等多元化素材进行诠释<sup>[6-9]</sup>,学术研究的全过程将会被全景呈现。由于纸质媒体和数字化出

版承载量的限制,这些信息当前是无法向读者呈现的;而移动互联网的学术社交网络可以运用图片、声音、视频图像等多元化传播符号,使得信息达到高度逼真的还原。学术期刊的多元化信息通过与移动互联网嫁接,提高了学术信息的透明度,成为网络化出版有益的补充。

学术期刊通过与移动互联网技术的融合,使得学术信息能够被快速阅读、精准传播,用户群体能快速扩展。传播技术的创新,必将为学术期刊用户提供更舒适、便捷的阅读体验,从而增强期刊与读者的黏合度,提升期刊影响力<sup>[10]</sup>。

## 2 融合的途径

订阅与分享是构建用户关系和进行信息传播最基本的2种行为。学术期刊借助移动互联网发展的主要技术途径之一,是借助移动互联网新型传播力量“微传播力”扩大期刊的受众群体<sup>[11]</sup>,提升期刊的美誉度和知名度。利用微传播力推广期刊的途径主要有2个:一是建立认证服务号或普通订阅号,搭建期刊“微平台”;二是建立学术期刊App,促进编读互动及读者分享。

**2.1 不同微信互动平台的选择** 据第三方机构调查显示,微信国内用户超过5亿,海外用户超过1亿。微信公众平台无论从用户数还是技术成熟度,都成为一款具有覆盖性的技术平台。微信公众平台以多媒体信息大规模定向推送,一对一互动,多样化开发和智能回复功能为学术期刊带来阅读、营销、客户服务、公众服务等应用方向的服务<sup>[12]</sup>。

“服务号”和“订阅号”是2种不同微信平台互动模式。表1列出了微信公众平台“订阅号”与“服务号”的区别。微信公众平台服务号主要是给客户提供服务,其主要功能包括信息功能、开发接口功能、用户管理功能和统计分析功能。

1)信息功能:服务号1个月内可群发4条信息,信息可以按定时的方式发送,用户手机会像收到短信一样接收到信息,显示在用户的聊天列表当中,当读者发送消息时,系统会通过匹配关键词自动回复读者。

2)开发接口功能:使用公众平台的开发接口,公众号可在自身服务器上接收用户的微信消息,并可按需回复。此外,它还提供了更多、更高级的功能和体验,如会话界面的自定义选单、获取更多类型的消息等。

3)用户管理功能:可使运营者更好地对用户进行管理,可将用户移至定义分组、黑名单、星标组(重要用户)进行管理。

4)统计分析功能:可以针对昨天用户主动的消息发送人数、次数变化,以及与前天、7d前、30d前进行对比,体现为日、周、月的百分比变化。可选择7、14、

30d或某个时间段的消息发送人数、次数变化,也可以选择按时间对比。

表1 订阅号与服务号的区别

功能权限	普通订阅号	认证订阅号	普通服务号	认证服务号
消息显示在好友列表	×	×	√	√
显示在订阅号文件夹	√	√	×	×
每天群发1条消息	√	√	×	×
每个月群发4条消息	×	×	√	√
基本信息回复接口	√	√	√	√
底部自定义选单	√	√	√	√
高级开发接口	×	×	×	√
微信支付功能	×	×	×	√

微信平台“认证”与“非认证”的区别首先在于通过认证标识提高了公众号服务的公信力。其次,认证后获得更丰富的高级接口,向用户提供更有价值的个性化服务。此外,还包括微信商户支付功能的开通。整体上说,公众号的服务能力大大提高。

综上所述,如果只利用微平台进行学术期刊推广、论文导读、信息推送、读者互动等服务,订阅号功能即可完成。如果利用微平台进行复杂的在线投审稿、编辑、付费等涉及第三方软件平台或云服务的功能,需要认证并开通服务号。

**2.2 学术期刊App软件的开发和应用** 学术期刊利用移动互联网的第2个技术途径是开发移动终端操作系统的App应用程序<sup>[13]</sup>。App通常是指智能手机和平板操作系统中的第三方应用程序。常用的App商店有Apple为iPhone、iPodTouch、iPad以及Mac设立的ISO AppStore,Google为Android设备创建的Google Play,以及亚马逊的Amazon Appstion等。

2014年底,谷歌应用商店Google Play中应用数量突破143万,苹果iOS应用数量达到121万,亚马逊安卓应用商店总量也达到29.3万。从某种意义上说,App在一定程度上改变了人们的生活方式。期刊App用户不仅可以方便地利用碎片化时间随时随地进行阅读,编辑部门也可以利用期刊App监测用户的个性化兴趣偏好、实现个性化定制、实时掌握受众的内容需求,以便更有针对性地向目标用户适时推送最新的科研成果,开展个性化服务。学术期刊App可以是一种独立的学术期刊,也可以是多种学术期刊的集群。

## 3 《Nuclear Science and Techniques》的实践

微信公众平台订阅号主要是提供信息和资讯。订阅号群发信息时,手机微信用户将不会收到像短信那样的消息提醒。订阅号每天都可以群发一条信息,群发的信息直接出现在订阅号文件夹中。订阅号可作为

期刊信息推送、交流的平台,宣讲期刊理念,推送优秀文章,并能实现读者阅读后的评论交流<sup>[14-17]</sup>。

《Nuclear Science and Techniques》(NST)希望通过自建的微信公众号向学术群体推送优秀论文和专题论文,同时实现当期目次浏览和过刊论文检索的功能,逐渐提高期刊品牌在学术群体中的认知度;因此,NST的公众订阅号以“NST核技术英文”命名,一级选单设置为“网刊管理”“精品推荐”“关于我们”。“精品推荐”以新闻的形式发布当期重要论文的重要结果,要求图片鲜活、文字简短,中英文同步展示。通过信息的快速推送,吸引订阅者进入出版平台,关注论文细节并开展相关课题的讨论。

使用公众号进行学术期刊管理主要包括选单功能建设、素材加工和微信平台的接口开发等。NST的学术编辑通过订阅号可向读者推送的内容如表2所示。选单功能建设是为了更好地体现学术期刊服务平台的特点,方便读者获取信息。

一、二级别选单宜包含以下内容:期刊在线(当前目次浏览、过刊浏览、精品推荐);采编系统(在线投稿、专家审稿、编辑办公、在线审稿);期刊介绍(期刊历史、投稿指南、联系我们),需要根据期刊的特色和业务范围来设定选单。

关于素材,首先要重视主界面的编辑加工,主界面应文图结合使界面生动;同时需要重视文章浅阅读的内容编辑,文字宜简洁并能反映文章的主题。学术论文摘要可以作为浅阅读的内容,但需对一些与主题无关的文字进行精简。微信平台的接口开发,公众平台消息接口为开发者提供了一种消息处理方式,利用开发者的语言接口可以通过己方服务器为期刊用户提供更加个性化的服务和消息智能回复。

表2 NST 订阅号的内容

目次1	目次2	简介
网刊管理	专刊浏览	期刊专题内容的检索及链接
	过刊浏览	过刊内容的检索及链接
	论文检索	论文快速检索通道
	当期目次	当期目次及下载链接
精品推荐	当期推荐	当期精品论文的推荐及链接
关于我们	期刊介绍	期刊的介绍及推广二维码
	联系我们	地址、电话、邮件等联系方式

学术期刊是一种相对小众的专业性期刊,通过微信公众号,NST维护着一个高端的学术群体,定期向订阅者推送学科研究进展和期刊动态,通过这种随时随地服务,实现学术信息的传播,促进学术成果价值的体现,增强学术期刊的服务功能,成为期刊服务有益的延伸。

随着科学技术的发展,新的信息传播载体不断涌现,新传播媒介的出现并不是对原有媒介的代替,而是对信息传播媒介的丰富。学术期刊利用微传播方式和App的方式实现移动在线办公、移动查稿、移动推送、移动订阅等服务功能,将会为期刊生态圈建设提供最便捷的通道。移动互联网技术将深刻改变传统期刊的发展模式,能够及时吸收、转化和应用新技术的学术期刊将会得到长足发展,反之则会被淘汰出局。

#### 4 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第36次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2015-07-22]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg>
- [2] 关于准确把握科技期刊在学术评价中作用的若干意见:科协发学字[2015]83号[A/OL]. [2015-11-03]. <http://www.cast.org.cn/n35081/n35488/16753578.html>
- [3] 马倩,张晶,杨京晶. 学术期刊信息服务策略研究[J]. 中国科技信息,2012(23):145
- [4] 郭海霞. 新型社交网络信息传播特点和模型分析[J]. 现代情报,2012(1):56
- [5] 刘佳. 基于网络的学术信息交流方法与模式研究[D]. 长春:吉林大学,2007
- [6] 刘杨,赵大良,葛赵青. 学术期刊信息的传播模式[J]. 编辑学报,2005,17(6):410
- [7] 陈呈超,朱宝象,谢骏,等. 运用互联网思维推进科技期刊数字化进程[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(10):1090
- [8] 李雪,邱文静. 全媒体时代科技期刊出版的理性思考[J]. 编辑学报,2013,25(增刊1):1
- [9] 吴卓晶,刘君,王应宽. 科技期刊网络出版的三个关键环节[J]. 科技与出版,2012(2):72
- [10] 钱筠. APP时代学术期刊的发展策略[J]. 编辑学报,2015,27(1):71
- [11] 张芳,栾慧先. 移动互联网时代微传播力的解构、冲击与构建之我见[J]. 通信管理与技术,2014(1):1
- [12] 王明华,沙勤,郑晓南. 微信公众平台在期刊运营中的应用[J]. 编辑学报,2014,26(3):272
- [13] 谢文亮. 移动互联网时代学术期刊的微信公众号服务模式创新[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(1):65
- [14] 余朝晖. 微信公众平台在学术期刊中的传播模式研究[J]. 科技与出版,2015(6):112
- [15] 何菁菁,王国玉. 微信公众平台及其在护理期刊中的应用研究[J]. 电脑知识与技术,2014(31):7534
- [16] 余溢文,陈爱萍,白林雪. 学术期刊微信公众平台的传播策略及案例研究:以《同济大学学报》微信公众平台为例[J]. 编辑学报,2015,27(4):388
- [17] 张艳萍. 大学学报的微信公众号运营策略[J]. 福建工程学院学报,2015(2):151