

新媒体环境中科技期刊的内容拓展*

傅晓琴

《华南理工大学学报》编辑部,510640,广州

摘要 探索新媒体环境中科技期刊内容拓展的主要途径,包括:善用媒体工具,扩大内容传播;打造内容产品,延伸内容服务;进行专题策划,挖掘内容深度。认为在科技期刊内容拓展中应准确定位读者和期刊内容,并坚持内容为主、技术为辅的原则,以此促进期刊内容资源与新媒体技术的融合发展,提高期刊影响力。

关键词 科技期刊;新媒体;内容拓展;融合发展

Content expansion of sci-tech periodicals in new media environments//FU Xiaojin

Abstract Dealt with in this paper are three main approaches to the content expansion of sci-tech periodicals in new media environments, including making good use of media tools to expand content propagation, creating content products to provide more content services and planning special subjects to reveal content depth. Moreover, two principles, namely correctly positioning readers and contents and emphasizing the content with technology assistance, are pointed out. All these above-mentioned approaches and principles help to accelerate the fusion of content resources of sci-tech periodicals and new media technology and to improve the impact of periodicals.

Keywords sci-tech periodical; new media; content propagation; fusion development

Author's address Editorial Department, Journal of South China University of Technology, 510640, Guangzhou, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.02.017

作为科技期刊的核心产品,一直以来,内容都是期刊的立刊之本,是期刊生存和竞争的法宝。随着计算机、网络、新媒体技术的持续发展以及新媒体用户群的日益增大,包括期刊内容在内的各种信息被数字化后,

通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道,以不同的介质形态加以表达,并通过文本、图像、声频、视频等的集成,以丰富的表现形式呈现给受众^[1],技术在科技期刊内容传播中的作用日益凸显。在与现代技术手段的结合方面,科技期刊界最简单、最普遍的做法是将纸介内容原封不动地照搬到期刊网站或网络数据库上;但是,这种简单的媒介变化并不能满足读者的阅读自主性要求,难以体现期刊内容的价值,更难以实现期刊内容的增值。“内容为王”是办刊人长期奉行的准则^[2],在新媒体环境中,要坚守和发展“内容为王”,就必须深度挖掘和拓展期刊的内容资源,以不同的媒体形式进行组合式的内容传播,满足作为期刊服务主体的读者的需求,进而提升期刊的影响力和知名度。本文试就新媒体环境中科技期刊如何做好内容拓展工作做一探讨。

1 内容拓展的途径

1.1 善用媒体工具,扩大内容传播 在传统的期刊内容传播模式下,作为内容受众的读者,对于内容信息的接受处于相对被动的状态,期刊提供什么样的内容,读者便被动接受什么样的内容,即使这些内容并不符合读者自身的阅读需求。这种单方面授予的模式,难以形成期刊与读者之前的良性互动,大大限制了内容传播的广度^[3]。

新媒体技术在给读者阅读带来便利的同时,也引起了读者阅读方式的改变,这种变化体现在:1)阅读习惯的变化——读者对内容信息由过去的单一纸质媒介依赖变成现在的对多种媒介的依赖;2)读者阅读的

[4] 赵茜. 高校学报作者投稿心理分析与期刊编辑策略:以《南阳师范学院学报》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2010,21(4):527

[5] 吕建辉,王文昭. 科技论文生产技巧与投稿取向研究[J]. 情报杂志,2001,20(10):86

[6] 夏登武. 影响作者投稿动机的因素分析[J]. 编辑学报, 2008,20(1):5

[7] 宋梅梅,何卓铭,王晓峰,等. 中文光学期刊作者投稿关注点调查及分析[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(5):460

[8] 吕小红. 工业大学高被引作者发文分析及学报编辑的应

对之策[J]. 传播与版权,2015(4):43

[9] 杨琦,刘晓莉. 国内外期刊稿件采编系统功能特点[J]. 长安大学学报(社会科学版),2015,17(2):99

[10] 王银平. 近30年我国科技期刊编辑办刊理念的变化与启示[J]. 编辑学报,2009,21(4):289

[11] 张祥合,王丹. 数字出版的概念、特征及相关技术分析[J]. 长春师范大学学报(人文社会科学版),2013,32(5):218

[12] 张风华. 新媒体时代科技期刊编辑的新素养[J]. 新闻研究导刊,2015(16):197

[13] 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

* 广东省高等学校学报研究会一级资助项目

(2016-09-09 收稿;2016-10-28 修回)

个性化需求日益突出——读者对期刊内容不再是一股脑儿地全盘接收,而是希望期刊提供的内容更具自主“选择性”。科技期刊要应对读者日益“挑剔”的阅读口味,有效扩大内容传播范围,就必须改变原来内容传播方式的单一媒介性,采用现代媒体技术,将期刊的内容资源与技术“联手”,从而增强内容信息传播的实效性、互动性和直观性,节约信息传播成本,扩大信息传播广度。

利用新媒体技术信息量大、覆盖面广、传播迅速、互动性强的优点,科技期刊可从以下几方面扩大内容传播^[4]:1)采用刊网互动形式,将期刊在内容资源方面的优势与网络快速传播的优势相结合,对一些热点研究领域的文章,做到用稿即见刊,通过网络数据库的优先发表功能,将热点论文第一时间呈现给读者;2)利用微信公众号进行点对点的内容订阅和推送,满足读者的个性化和实时化阅读需求^[5];3)研发期刊自身的App,让读者自我掌控阅读内容和频次,并实现在线付费阅读、在线付费下载等功能,在扩大内容传播的同时实现效益的同步增长^[6];4)撰写期刊最新内容或重点专题的导读,并通过微信、微博、博客等新媒体平台加以推介,引起读者的阅读和购买兴趣,并进而引导读者对新兴学科或研究热点进行讨论,扩大内容传播的力度和广度。

新媒体的使用,使科技期刊内容的传播手段更多样,呈现形式更丰富,在给读者展示丰富信息资源的同时,也有效提高了期刊的影响力和知名度。

1.2 打造内容产品,延伸内容服务 目前科技期刊所提供的内容信息具有体量庞大、内容全面的特点,读者若想从纷繁的信息中找到符合自己需求的内容,要花费大量的时间和精力。为满足受众阅读日益个性化和非同质化的要求,并实现期刊内容的价值提升,科技期刊的内容服务不应满足于常见的内容推送,而是应该在对所占有的优势内容资源进行合理配置、加工和整合的基础上,利用现代媒体强大的信息储存和检索能力,打造多形态、多角度的内容产品^[7],并将其以“数字化”的形式呈现给读者,让受众自由浏览、选择自己需要的信息和关注的内容,从而有效延伸期刊的内容服务。

科技期刊内容产品的打造,可围绕“提供科技信息”这一宗旨来进行。在这方面,科技期刊可以做以下工作:1)通过论坛、博客、微信等新媒体平台与读者互动,发掘读者关心的热点问题,加以分析和归纳后,围绕相关热点向特定读者群体提供其研究领域的一系列文献,通过这种专题文献服务打造具有针对性和全面性的内容产品;2)通过新媒体平台的后台数据,追

踪读者的阅读轨迹、点击行为和停留时间等,统计分析读者的兴趣点,再利用主题相关性分析,获取出版内容中符合读者兴趣的信息,将相关论文的题名、摘要、主要创新点进行定向推送,打造个性化、定制式的内容产品;3)在进行期刊内容的新媒体传播时,利用超文本链接这一功能,将与原始内容相关联的该刊已发表论文及其作者信息、研究背景、主要成果等进行超链接,为读者提供全方位的、围绕某一主题的内容信息,打造具有核心主题的、系统性的内容产品。

在这方面,笔者所在编辑部已形成了对已刊发论文摘要点击率、全文下载率、栏目浏览量定期追踪和综合分析的机制,通过挖掘平台数据,获知特定读者群和特定内容信息之间的关联,将一定时间内刊发的论文细化、重组为不同专题的内容产品,提供给与之关联的读者群。该项服务一出,便受到广大读者的欢迎。

新媒体技术有助于科技期刊获得有关读者需求的第一手资讯,打造被读者接受的新的内容产品^[8],扩大内容服务的外延。通过这种扩展式的、有针对性的内容服务,可以吸引有深层次阅读需求的读者,提高期刊在专业领域的美誉度,也为期刊带来新的盈利增长点。

1.3 进行专题策划,挖掘内容深度 内容是科技期刊的立刊之本,而内容的深度是期刊在激烈竞争中胜出的法宝。期刊内容的深度体现在其所刊发论文的专业性、指导性和前瞻性上。要挖掘期刊的内容深度,就必须从纷繁复杂的信息中提取最重要、最核心的部分,通过筛选、分类和整理,进行专题策划,强化内容的专业性和先进性^[9],满足相对高层次的读者的需要,实现受众的精英化和内容的深度化、精细化。

科技期刊可以通过以下几种渠道挖掘内容深度:

1)借助多媒体平台,发挥编辑个体主观能动性,对期刊所刊发内容的后续研究进展进行持续追踪,全面掌握关于该研究的最新、最全面的资讯,据此进行选题策划和组稿。

2)根据所掌握的作者信息,建立网络数据库,对有相似研究方向和研究兴趣的人员进行归类,跟踪某一特定群体的研究成果,特别是对于科研院所和高校的优势学科及顶尖团队,要持续跟踪其团队研究进展,从而贴近学术前沿和热点,围绕某个研究专题组织高水平的稿件。

3)构建作者、读者、编辑多方参与的多媒体平台,营造良好的学术讨论氛围,鼓励读者和作者参与互动交流,编辑作为中间协调人参与其中,从中准确捕捉学科热点和研究空白,据此实时调整自己的策划和组稿重点,打造具有权威性和前瞻性的内容产品^[10]。

4) 实时跟踪期刊内容新媒体传播过程中关注度高的话题,或通过新媒体平台的高频词分析,捕捉某行业领域发展的重大问题或热点话题,再利用所掌握的作者信息来组织稿件展开讨论。

笔者所在编辑部根据编辑个人的学科背景以及所负责的栏目,采取分类包干、责任到人的方式,利用多媒体平台对本校重点学科、重大项目和重要团队的科研成果进行持续跟踪,并通过关联性搜索将跟踪范围扩大至国内各高校和科研院所,从而充分掌握有关学科的热点话题和研究进展,组织到大量高水平的稿件。近年来,一批有关光电材料及器件、智能装备等的优质稿件在本刊发表,便得益于这一举措。

好的选题策划,不仅能够提升期刊品牌美誉度,而且有助于推动行业技术水平的提高。在专题策划过程中,可抓住某一学科领域具有普遍意义的问题有针对性地进行策划,也可就某一科技领域存在的突出技术问题多角度进行深入分析,其目的都是提供具有影响力的内容信息,打造具有内容深度的期刊产品。

2 内容拓展的注意事项

2.1 准确定位读者和期刊内容 新媒体环境中的期刊内容拓展,不仅仅是内容信息体量的扩大和内容推送数量的增长。新媒体环境中期刊内容的碎片化阅读,要求科技期刊对读者的定位比以前更加细分,通过精细化分类发现并满足每一群体对期刊内容的阅读需求;同时,科技期刊应该密切关注行业市场的变化,主动、准确地把握时代脉搏和各类人群的阅读需求,及时、审慎地调整期刊的读者定位。

在做好读者定位的同时,还应对期刊内容进行准确定位。缺乏准确定位的内容,非但吸引不到读者,还会降低期刊的专业性和影响力。在采用新媒体工具进行内容拓展之前,需要了解读者的准确的、具普遍性的需求,突出报道重点,要有主打内容和主推栏目,有主有次,而不是单纯地为了迎合读者而全面开花。只有这样,才能构建忠实的、具有专业认同度的读者群,扩大期刊内容的影响力^[11]。

2.2 坚持内容为主、技术为辅的原则 内容是传播的出发点和归宿,是刊物的灵魂^[2]。科技期刊的竞争归根到底是内容的竞争。新媒体作为一类技术手段,是科技期刊内容的传输渠道和新载体。科技期刊在进行新媒体内容拓展时,必须坚持内容为主、技术为辅的原则,没有优质的、能够吸引读者的内容,一切采用新媒

体的内容推广都只能流于形式。科技期刊应努力发掘自身的内容优势,重视“深度”“专业”,致力于从策划、组稿、审稿、编辑加工等方面打造具有高水平和吸引力的内容信息,以内容赢得更多读者,满足不同层次读者和作者的需求,从而树立自身的品牌,提高刊物的影响力和美誉度。

3 结束语

新媒体环境中,科技期刊的内容传播突破了距离和媒介的阻碍,基于期刊内容的信息服务工作转变为以用户为中心的主动服务。科技期刊要积极汲取新媒体的长处,以全新的理念、先进的技术、科学的平台来进行以内容为核心的多媒体、多载体开发,将所拥有的内容资源融入新媒体平台,构建全局性的、多平台的内容组织和推广系统,通过不同的内容呈现形式和内容传播手段,打造全新的期刊产品形态,引导并开发出满足读者需求的内容产品。只有这样,才能使内容资源与新媒体技术相辅相成,促进学术期刊与新媒体的融合发展。

4 参考文献

- [1] 石磊. 新媒体概论[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2009
- [2] 李兴昌. 随想:内容为王·质量第一·期刊永存·编辑万岁[J]. 编辑学报,2016,28(2):103
- [3] 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
- [4] 欧阳菁. 借助新媒体扩大科技学术期刊受众的范围[J]. 编辑学报,2013,25(5):474
- [5] 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
- [6] 钱筠. App时代学术期刊的发展策略[J]. 编辑学报,2015,27(1):71
- [7] 张博,余姣卓. 综合性文摘期刊数字出版产品形态研究[J]. 出版广角,2014(15):62
- [8] 夏登武. 新媒体时代科技学术期刊信息传播的路径拓展[J]. 中国科技期刊研究,2012,23(1):129
- [9] 李军领. 现代期刊专题策划多元主体模式初探[J]. 编辑之友,2011(9):40
- [10] 傅晓琴. 大数据时代科技期刊的创新性出版模式[C]//广东省科学技术期刊编辑学会2014年年会论文集. 广州:广东省科学技术期刊编辑学会,2014
- [11] 邹琳. 新时期学术期刊发展困境及出路[J]. 新闻传播,2013(6):89

(2016-12-05 收稿;2017-01-13 修回)