

# 搭建科学与大众的桥梁

——谈科技期刊与大众媒体的新闻报道合作实践

闫蓓 严谨 肖宏

(《中国科学》杂志社,100717,北京)

**摘要** 为促进我国优秀的原创性科研成果的有效传播,扩大科技期刊的影响,探讨科技期刊与大众媒体开展新闻报道合作的问题,论述合作的意义,介绍国内开展这类合作的现状,总结出《中国科学》杂志社的实践经验和问题,并展望这类合作的发展方向。

**关键词** 科技期刊;大众媒体;科技传播

**Build up a bridge between science and public – a study on cooperation between sci-tech periodicals and mass media on news report** //YAN Bei, YAN Jin, XIAO Hong

**Abstract** In order to facilitate the effective disseminations of Chinese original scientific and technical achievements, and to probe effective ways to amplify the influence of sci-tech periodicals, the paper focuses on cooperation between sci-tech periodicals and mass media on news report. It discusses the meaning of cooperation and introduces the general status quo in China. More specifically, it summarizes the experience gained by Science in China Press in this area, as well as the challenges it encountered. The paper also forecasts the future direction of the cooperation of this kind.

**Key words** sci-tech periodical; mass media; scientific and technical communication

**Author's address** Science in China Press, Beijing, 100717, China

## 1 科技期刊应与大众媒体开展新闻报道合作

**1.1 意义** 科技期刊具有快速传播科学新发现的功能,在科技期刊上发表的大量前沿性、原创性、有价值的研究成果对人类进步起着不可估量的推动作用。如果这些科研成果通过大众传播媒介以通俗易懂的表达方式让公众所了解,对于科研工作者、学术期刊、大众媒体和普通公众几方是一件共赢的事情:有助于扩大研究成果的影响力,使研究者本人及其服务的研究机构得到重视、支持和资助;有助于提升刊物和作者的知名度,引导公众和研究者关注其研究领域;有助于大众媒体源源不断地获得第一手的原创性、突破性、科学性有着严格保证的新闻素材;有助于提高公众的科学素养,弘扬科学精神。

**1.2 现状** 在科研工作者、科技期刊、大众媒体、普通公众构成的信息传播链条上,科技期刊起着重要的连接和推动作用;但是,由于科技期刊高度的专业性、严谨性和小众性,长久以来呈现出“曲高和寡”的状态。

国内科技期刊与大众媒体的合作一直面临着诸多的障碍,例如:科研成果的专业性注定了其艰深晦涩,不容易被公众理解;科技期刊缺乏与大众媒体沟通的动力,没有建立沟通渠道<sup>[1]</sup>;期刊编辑部没有足够的人力物力投入去做新闻发布工作;媒体记者不一定都具有把专业成果转换为通俗文章的能力;科研人员不一定都愿意积极配合新闻采访;等等。这些困难使得目前国内科技期刊和大众媒体各行其是,大量原创性的优秀科研成果没有广泛地被大众所了解和接受的。

虽然国内还没有建立系统的科技期刊论文新闻发布机制,但是,对这一工作的重要性已逐渐达成共识,一些科技期刊也开始了相关的尝试。例如:从2007年初开始,中国科协学会学术部主办的中国科协科技期刊与新闻媒体见面会每个月举办1次,受邀的科技期刊挑选最新发表的有学术和大众新闻推广价值的文章改写成新闻稿,推荐给专家评审,通过的文章即可在见面会上正式发布。目前见面会已经成功举办过22期,超过140篇论文新闻稿被传播给大众媒体(截至2009年1月),几百篇报道见诸报端,一定程度上促进了国内科技期刊的发展<sup>[2]</sup>,该活动被评为2007年度中国10大科普事件。此外,一些科技期刊通过申请注册等程序,成为国外科技新闻发布网站的注册会员,定期发布中、英文的新闻稿件。例如,美国科学促进会(The American Association for the Advancement of Science)创立的全球性科技新闻网络发布平台EurekAlert!<sup>[3]</sup>,《世界胃肠病学杂志》(World Journal of Gastroenterology)为国内第一家正式注册的会员,并且在其网站首页添加了自己的logo和网址链接,收到了良好的宣传效果。同时,国内的媒体如《科学时报》和科学网,也开始同一些科技期刊签署新闻报道合作的协议。

## 2 国外科技期刊进行大众传播的经验

虽然国内科技期刊在整体生存和发展环境方面与国外期刊有较大差异,但是,有选择地考察和借鉴国外一些知名刊物的运作经验仍然能够给我们带来一些启示。美国科学促进会前主席 Stephen Jay Gould 说过,“Part of the art of any kind of total scholarship is to say it well”<sup>[4]</sup>。国外很多知名科技期刊及其主办机构历来都非常重视其发表研究成果的公众影响力。他们采取

了多样化的宣传措施,目前形成了比较成熟的新闻发布模式,积累了大众媒体运作的成功经验。

美国科学促进会以及著名的科技期刊《Science》《Nature》在新闻发布方面的经验可归纳为以下几个方面。

1) 设立专门的部门或者负责人从事新闻发布,定期向外界推送,向注册记者提供禁止公布日期之前的新闻素材。重视发挥科技期刊本身的科普功能,通过设立大众通俗易懂的栏目或当期重要论文的简明摘要等方式,在期刊风格定位和内容设计、期刊网站板块设计等方面都融入了新闻传播功能的考虑。

2) 注重新闻时效性和发布时机,遵守关于公布时间的禁律。做好同论文作者、媒体和相关评论专家等几方面的沟通工作。建立记者和评论专家数据库,必要时直接和他们联系。保证稿件的撰写和修改质量。

3) 建立并使用专门的科技新闻发布网站,如 EurekaAlert! 和 AlphaGalileo<sup>[5]</sup> (欧洲地区科研成果的集中发布网站,由 AlphaGalileo Foundation 主办,受到欧盟委员会等的支持),在吸引大量期刊和媒体注册的同时扩大在全球的影响力。

4) 采用多种渠道和方式进行新闻发布,如使用多媒体和多语种,在线提供可随意下载的音频、视频节目,定期向注册记者打包发送多语种的新闻稿等;同时建设针对不同热点研究领域和受众群体的专题门户和频道。

### 3 《中国科学》杂志社同大众媒体合作的探索

**3.1 实践** 《中国科学》杂志社是隶属于中国科学院和中国科学出版集团的学术期刊出版单位,旗下拥有《科学通报》《中国科学》(A-G 中英文版)等 16 种科技期刊,每年刊载大量基础研究领域的高水平成果,特别是《科学通报》,办刊宗旨与《Nature》《Science》极为类似。以往杂志社通常由学科编辑兼职负责新闻推广,由于涉及多个学科的多种期刊,年论文发表量庞大且不乏优秀成果,学科编辑本身业务工作繁忙,随着办刊工作的深入,这种既不系统又不稳定的发布方式已经不能满足需要。为了使原创性的优秀科研成果得到有效、有益的传播,在从国内实情出发和借鉴国外经验的基础上,杂志社 2007 年初专门设立了新闻采访编辑岗位,负责对外宣传工作,虽然与国外知名期刊设立的专门媒体联络部门和新闻信息官仍有很大差距,但在此方面在国内算是先行一步。2 年以来,主要进行了以下几方面的探索和实践工作。

首先是与纸质媒体的合作。《中国科学》杂志社 2007 年 3 月同科学时报社签订了科技新闻合作报道的协议,每月将其系列期刊中最新发表的研究成果提

供给科学时报社作为新闻素材,并配合其做进一步的深入采访工作。通过这种协议形式,双方建立了比较稳固的科技新闻发布与报道合作模式。1 年多以来已经有超过 60 篇以《中国科学》和《科学通报》论文为素材写成的新闻稿在《科学时报》的重要版面上刊登,这些稿件图文并茂、语言生动且较准确地对科研进展进行了报道,受到回访的科研工作者普遍反映,通过大众媒体的宣传,他们的研究受到了更多的关注和支持。另外,在其他期刊的科普栏目以封面和期刊专栏等形式定期介绍最新的研究成果,也是进行新闻推广的有效形式。《中国科学》杂志社目前就同《科技导报》等媒体进行此方面的合作。接下来杂志社还希望能够同更多的优秀科技类报刊建立稳定的新闻报道合作关系,使原创性的科研成果得到更广泛的传播。

其次是同网络媒体合作。《中国科学》杂志社一直很关注 EurekaAlert! 在中国的发展,从筹备阶段起就定期为其中文版提供新闻素材,还将在其中文版上建立专门的期刊主页,并且加入其每周新闻推送邮件。为了使科研成果也能被国际上的媒体和大众所了解,2008 年初杂志社正式申请加盟成为 EurekaAlert! 英文版的会员。例如,2008 年 10—12 月发布的 13 篇英文稿件,平均每篇被浏览 1 404 次。杂志社也曾为源于《Nature》的科学与发展网络(The Science and Development Network, SciDev. Net)<sup>[6]</sup>提供中英文的新闻素材。同时,由于目前国内一些科学类网站在科研领域的影响力日渐提升,《中国科学》杂志社也在考虑同它们开展合作。而互联网上对上述各渠道发表的新闻稿件的转载文章更是难以计数,无形地扩大了这些成果的影响力。

此外,现场新闻发布会也是一种直接而高效的推广形式。《中国科学》杂志社从 2007 年 8 月开始,应邀参加由中国科协每月举办的科技期刊与新闻媒体见面会,推荐最新发表的具有原创性、新闻性或对社会发展和人类生活有可能产生重要影响的科研成果,到场回答记者提问,并且对媒体的后续报道提供尽可能多的帮助。所提供的新闻线索先后被《科学时报》《科技日报》《北京晨报》《大众科技报》《北京日报》《文明》杂志等多个媒体报道。同时,历次媒体见面会发布的新闻都在人民网的科技频道集中展示<sup>[7]</sup>,通过网络媒体扩大了其传播力度。

**3.2 经验** 经过 2 年的实践,《中国科学》杂志社的科技新闻发布工作积累了一定的经验。

1) 在杂志社学科编辑出版业务繁忙的情况下,投入专门的人力物力资源进行期刊的对外新闻推广能够大力推进这项工作;科技期刊集群更需要整合宣传,树立完整的品牌形象;科技期刊编辑应该培养新闻意识;

对外推广的途径应尽量多样化,进行跨媒体、跨地域的合作。

2)形成科学而高效的新闻稿件撰写制作流程非常有必要。为作者提供一定的撰写范例和指导,请其本人亲自撰写新闻稿,再由编辑审读润色,或者接受媒体专业人士在可读性和新闻性方面的建议,是完成一篇出色的新闻稿件比较科学的流程,既可保证新闻稿的准确性,又可保证其可读性。

3)报道题材的选择要权衡好大众兴趣与学术价值的重要性两者之间的关系,当前关于健康威胁、环境问题、脑科学、干细胞与克隆技术等方面的新闻比数学或者物理类的理论研究更吸引大众的目光,应把不同侧重点的新闻素材推荐给不同的媒体;新闻稿语言要严谨、准确且通俗易懂,有吸引力;新闻稿最好有多种形式,包括多语种、多媒体,以便于针对不同受众群体和地域间的推广。

4)要做好同作者的沟通工作,取得作者的积极配合,不仅更能保证新闻稿件的准确性,也能显示对作者的尊重。媒体深入采访之前应先同作者沟通,打消其顾虑;新闻稿见报后应及时回访作者,了解新闻发布后产生的影响。

5)同新闻媒体的沟通既要坚持科技类学术期刊的严谨性,又要了解新闻媒体行业的报道工作规律和惯例,为他们提供尽可能多的帮助,这样能够促使新闻稿快速、准确地发布。

6)签署合作协议或者加盟的形式有利于保证合作报道的持续稳定开展,进而形成日渐成熟的期刊科技新闻发布机制;利用国内外的新闻发布网络和发布会等平台,能够更直接、快捷地在国际范围内传播科技新闻信息。

### 3.3 不足

1)杂志社目前开展合作的新闻媒体数量有限,新闻的发布途径还不够多,范围还不够广,现有合作流程还需要进一步优化,使之更顺畅和高效。

2)将专业严谨的学术语言准确转换成通俗易懂、合乎伦理的大众语言,是一门需要专门研究的学问,从事这项工作的相关人员应经过专门的培训。

3)在撰写新闻稿件的过程中可能出现不准确或者涉及敏感问题的现象,需要特别注意加强审读工作。

此外,科技新闻在大众媒体刊登后的效果没有科学而直接的衡量方法,一般情况下其影响力,尤其是对科技期刊和大众媒体发展的促进作用并非短时间内可以完全显现,这也是今后需要探索的问题。

今后,《中国科学》杂志社将在总结经验和不足的基础上继续推进科技新闻的宣传工作,并且乐于同其

他科技期刊开展工作交流,并借鉴国外的可行经验。

## 4 展望

目前国内学术期刊界、大众媒体界对合作开展科技新闻报道,建立科技期刊新闻发布机制的必要性已经基本达成共识,并且已经开始探索实施。

科研管理和服务机构从服务于自主创新、创新型国家建设的目的出发,对原创性优秀科研成果的推广十分重视,这从中国科协科技期刊与新闻媒体见面会制度的确立、2007年底国家自然科学基金委员会举办的科技期刊与大众媒体交流座谈会等可见一斑。这些活动和举措开阔了科技期刊人的视野,为其开展同大众媒体的合作提供了有利机会。相信会有越来越多的科技期刊人认识到加强科技新闻报道的重要性,并且投入资源去积极探索适合自己刊物的宣传渠道和模式。

“No paper, no news”,最新的科研成果要让大众了解,大众媒体报道的科研进展必须以通过同行专家评审的学术论文为基础,科研基金申请和结题需要向公众交代资金使用的成果,基金申请的科学家有向公众传播的义务,在国外早已是不言自明的公理。这些深层的制度和精神层面的推动力也促使科学研究成果突破相对封闭的体系向广大公众传播出去。目前国内的情况显示出了在这些方面的差距,只有随着经济社会的发展,科学技术的进步,公众科学素养的提高,相关方面的重视和投入的增加,形成推动学术科研成果向外传播的动力,国内科技期刊同大众媒体的新闻互动机制的形成才会成为可能。

## 5 参考文献

- [1] 贾鹤鹏,赵彦. 沟通科技期刊与大众传媒:意义、方法与挑战[J]. 中国科技期刊研究,2008,19(4):641-644
- [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]. 编辑学报,2008,20(3):235-237
- [3] Eurekalert!:Science News [EB/OL]. (2009-04-03) [2009-04-03]. <http://www.eurekalert.org/>
- [4] American Association for the Advancement of Science/communicating science[EB/OL]. (2009-04-03) [2009-04-03]. <http://communicatingscience.aaas.org/Pages/newmain.aspx>
- [5] AlphaGalileo[EB/OL]. (2009-04-03) [2009-04-03]. <http://www.alphagalileo.org>
- [6] The Science and Development Network [EB/OL]. (2009-04-03) [2009-04-03]. <http://www.scidev.net>
- [7] 人民网科技频道[EB/OL]. (2008-12-24) [2009-04-03]. <http://scitech.people.com.cn/GB/25509/56813/101443/index.html>

(2009-02-19 收稿;2009-04-17 修回)