

“定”“拓”“融”“通”： 青少年科普期刊生命力的提升策略*

——以《未来科学家》全媒体出版探索为例

季 慧

未来科学家编辑部,210036,南京

摘要 互联网时代传统期刊的生存发展面临极大挑战,青少年科普期刊应该立足出版本位,通过定、拓、融、通的提升策略:找准媒介定位,追求价值传播;增强内容结构的紧致性、连通性;打破边界,盘活资源;促通达,增服务——为读者提供全媒体科普阅读体验,提升期刊生命力。

关键词 科普期刊;生命力;提升策略;《未来科学家》;全媒体出版

Positioning, expanding, integrating, communicating: the way to enhance vitality of popular youth science periodicals: an exploration of the whole media publishing of *Scientists Tomorrow*//JI Hui

Abstract Facing serious challenges in the internet era, the survival and development of youth popular science periodicals should be based on sticking to publishing industry standards. Through stressing innovation, expansion, incorporation, and online interaction, the periodicals should adopt a new strategy which will achieve a suitable positioning, pursue communication of values, enhance the compactness and coherence of the contents, encourage interdisciplinary exchanges, consolidate academic resources, and provide a bigger variety of services. In the process of achieving all these goals, a brand new reading experience will be created for the readers and the periodicals will be invigorated.

Keywords popular science periodical; vitality; promotion strategy; *scientists tomorrow*; all media publishing

Author's address Editorial Department of *Scientists Tomorrow*, 210036, Nanjing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.06.024

期刊的生命力是指期刊能够实现可持续发展、创新发展和结构优化的能力。当前,青少年科普期刊的生存与发展面临极大挑战:技术进步对期刊数字化发展提出要求,集团化发展给单刊运营带来压力,文化产业化发展又倒逼期刊成为市场主体参与市场竞争,而同类期刊市场竞争又带来内容创新挑战。面对此境,青少年科普期刊如何提升生命力,走出一条可持续发展的创新之路?

本文以创刊19年的《未来科学家》办刊实践为

例,对此问题进行讨论。笔者认为,充分发挥电视媒体办刊优势,立足出版本位,牢记科普期刊出版使命,坚持科普创作中的教育情怀和人文精神,通过定、拓、融、通的创新实践,打造全媒体内容生产格局,是青少年科普期刊在当下生命力提升的有效策略。

1 定:立足出版本位,坚守科普本业,保持教育情怀

定,甲骨文为“宀,房屋”+“足,结束征战归邑”,表示结束征战,消除暴乱,归家安生。远古男子为了觅食和战争,总是常常外出远行奔波,回归家园是身心踏实的歇息。造字本义:结束征战,安居度日^{[1]3059}。

“知止而后有定”。系统科学认为,一个有效运行的系统遵循的是“伺服原理”,也就是快变量服从慢变量,序参量支配子系统^[2]。在《未来科学家》全媒体出版探索中,这个原理同样处于支配地位。要想以“不变”的原则来应对“万变”的各种因素,始终给人清晰、笃定的面貌,而不是动辄就改弦更张,需要系统具备大格局、大视野和大定力。

就青少年科普期刊来说,在市场浪潮的搏击中,是否具备安居度日的底气,取决于办刊理念、核心价值以及执行力和影响力。在纸媒不景气的当下,科普期刊要生存发展,既要有代表核心价值的实在定境——闭环式系统,又要有开放式可融可通的流动化境——外围循环系统,吐故纳新。不管外界环境如何变化,核心价值不变,目标定位不变,办刊宗旨不变。

《未来科学家》作为教育传媒主办的青少年科普期刊,在办刊实践中立于出版本位,止于科普本业,定于教育情怀。

1.1 深耕内容,找准媒介定位 内容一直都是期刊的立刊之本。在内容层面的竞争中,编辑的眼光、理念、把握事实的方法和逻辑是期刊的核心竞争力。作为一种长期扎根教育系统的科普期刊,《未来科学家》责无旁贷的社会使命是为未成年人的科学素养和综合素质提高提供精彩的内容。虽然,当前传统出版活动遭受冲击与挑战,但从全球范围来看,“近几年,传统出版

* 2016年度江苏省期刊协会立项课题(2016JSQKB009)

回升,数字出版下降”^[3],传统出版仍大有空间。

相比新媒体传播信息庞杂、权威性差、缺乏真实性等特点来说,传统媒体在内容的精加工上,有着自身独特的优势。此时,更需要传统出版人才在积极面对变化趋势的同时,在期刊的目标定位、用户定位、生产定位和发展定位上做理性分析、深入研究和执著坚守。通过目标定位,确立系统的最高原则;通过用户定位,为期刊发展留足空间;通过生产定位,在匹配与协同中走向更宽广的文化空间;通过发展定位,稳中求变,不断创新^[4]。传统出版人才要始终明确出版物传播的是内容,而非载体本身,不管出版介质是纸质还是电子,其核心价值不变,就是要使出版物发挥公共服务的社会价值,发挥科普期刊的教育功能、文化功能,让青少年读者通过运用交流工具不断进步与成长。编者应在内容的原创性、科学性、趣味性、艺术性等方面下大功夫,打造精品,用精品垒品牌,用品牌拓市场,不断提升期刊的影响力。

1.2 生命为本,推行价值传播 青少年科普期刊是刊载科学普及内容、提升青少年科学素养和综合素质的重要载体。如何充分地发挥科普期刊的教育功能,办一种青少年喜欢的,有教育情怀、科学特色和自身特点的期刊;需要厘清科学与人的内在联系,突出科学家在探究过程中的人文精神和科学精神,打造有“人”的生动科普;需要用生命化教育理念去观照青少年科普期刊的发展,去发现科普期刊与生命成长的交互关系,打造为“人”的温暖科普;需要在科普创作、文化传播等系列活动中,突出求真、扬善、达美的价值取向,打造树“人”的价值科普——让青少年科普期刊从知识性定位的信息传播向高品质科学传媒定位的价值传播转型,成为“兼具科学思想、技术知识、人文内涵和正确世界观的高价值科学传媒”^[5]。

2 拓:一刊连三屏,拓展内容生产格局

拓,篆文为“手”+“石”,表示捡拾砾石、推翻巨石,即处理荒地上的大小石头,以便垦地耕耘。造字本义:拾砾推石,垦地耕种,开创定居点^{[1]3564}。

传统出版这块领地上的“荒石”好比陈旧的理念、错误的观念和固化的思维。面对唱衰传统出版,认为期刊已然末路、纸媒终将消失的声音,既需要我们去沉淀、去辨明、去省察,更需要我们勇于创新,深耕内容使之鲜活,沉淀思想使之清明,拓展格局使之宽广,融汇资源使之通达。这样的开拓性发展有些像几何学中的拓扑关系,不断增强紧致性和连通性。

2.1 栏目互动,增强内容结构的紧致性,提升期刊活力 《未来科学家》为了彰显自主办刊特色,其内容生

产一直坚持以主题策划为中心,精选贴近科技前沿、贴近当下实际、贴近青少年生活的科学事件或有科技含量的新闻事件,对内容做深度、广度及创新性挖掘,彰显编者的教育情怀、人文精神和科学本色。

例如,2016年8月,第31届夏季奥林匹克运动会在巴西里约热内卢举行,《未来科学家》在9月刊就此主题进行策划,以《封面故事》《科学瞭望》《科学别别窍》《精彩瞬间》等多栏目的互动来关注奥运主题中的科学元素、有趣故事、历史延展以及与科学精神相关的奥运精神、运动中的生命价值等,通过《节俭奥运 绿色奥运》《里约奥运:那些闪光的身影》《里约奥运:科技装备的狂欢节》《里约奥运面面观:男生最爱 VS 女生最爱》《乒乓乒乓 举世无双》《奥运奇葩朵朵开》等多篇文章,立体化地向青少年读者展示了丰满的“奥运”形象。栏目之间有结构性的联系和互动,各栏目标文章围绕主题有内容的延展和侧重,使得期刊内容更具黏性和活力。这也让我们坚信,无论媒体传播方式如何更新换代,传统媒体高质量、网格化、深广有趣的内容不可替代。

2.2 媒体互联,增强内容的连通性,延展文化空间

推动不同媒体之间的互联互通,是增强科技传播能力、提升全民科学素质的举措之一。传统期刊在信息传播方式上具有单向、平面,受制于时空、平台、形式的特点,而新媒体技术的出现,正在让传播向无处不在、无时不在的生态式、泛在式的方式转变,一个“拓”字在技术层面上表现为一种链接,这种链接消解了传统媒体传播链条受限的尴尬,带来期刊和手机屏、电脑屏、电视屏互联互通的传播新格局,体现出期刊内栏目互动、期刊内外媒体互联的融合办刊特点,也让读者感受到期刊信息价值的提升和期刊人服务读者、服务教育事业发展的不懈努力和追求。

3 融:打破边界,盘活资源

融,甲骨文为“三条虫”+“土”,字形像很多蛇从地里钻出来。造字本义:冬眠中的昆虫在春日恢复生机。后引申为复苏、融化、转化,了无痕迹地化合、交流和转化^{[1]2984}。

“融”的对象可以是边界,可以是理念,可以是内容。媒体融合过程的本质其实是追求事实本源、世界真相的社会传播关系的延展和多种信息需求方式的满足^[6],是内容和介质的创新发展和彼此同在的路径选择问题以及新的利益格局的划分。科普期刊这一社会资源从新中国成立初期至今,经历了创刊、停刊、再创辉煌、进一步进展、受挫转型等5个阶段^[7]。

1988年,在全国2951种科技期刊中,科普期刊有

150种,占比5.1%。当时,发行量超过10万册的科普期刊有127种,发行量超过100万册的期刊有6种;1995年,科普期刊达到252种,在当时全国4386种科技期刊中占比5.7%,然而这一阶段,科普期刊发行量却在普遍下滑;2009年底,全国科技期刊共有5100余种,其中科普期刊455种,但发行量超过10万册的科普期刊共45种,超过100万册的科普期刊只有1种。

肩负公益使命的科普期刊不得不走上市场化、产业化的创新发展之路。《2014年全国文化企业发展报告》(中央文资办发布)数据显示,2014年全国国有文化企业收入为1万2855.1亿元,净利润977.7亿元,而BAT(百度、阿里、腾讯)3大互联网巨头2014年收入1804.88亿元,净利润608.14亿元^[8]。这对传统期刊利用自身优势打破边界、向互联网企业的全产业链开发模式学习、盘活资源、提升市场活力提出了新的要求。

3.1 全媒体格局做出版,盘活出版、电视和新媒体资源,实现优势互补 当前,传媒技术的创新和新媒体发展使传统期刊出版和电视传播面临共同的挑战,加之期刊市场同质化竞争态势迫切需要传统媒体走出一条创新发展、差异化竞争的特色之路。

《未来科学家》作为一种诞生在电视媒体的单刊,在期刊市场竞争中,势单力薄,难敌集团化发展的优势,必须依托自身电视媒体优势,建立小而全的全媒体格局,实现印刷媒体、电视媒体和新媒体的文化基因交汇、传播优势互补,形成文化合力,在期刊竞争中实现创新发展和可持续发展。当电视媒体的非线性逻辑互补印刷媒体的线性逻辑,又在新媒体泛在式、生态式的传播方式影响下,必将有利于期刊生命力的提升。

《未来科学家》在创刊初期得益于教育系统的大力支持,曾有过月发行量200多万册的辉煌。近几年,期刊发行市场整体下滑,《未来科学家》的发行量也有所下降。

2016年,《未来科学家》通过在纸质版本中嵌入链接方式,打通与电视媒体的边界,在期刊内通过二维码加载《未来科学家》电视节目和新媒体内容,实现期刊从单一传播方式向多元传播方式转型,带来版权内容和品牌价值的最大化,使传统出版资源、电视媒体资源及新媒体资源重新整合,内容共创,效益激增,使期刊月发行量止跌回升,并慢慢形成以期刊出版发行为主体,以电视节目制作、网站视频推广和新媒体分发给支撑,以科普夏令营、科普大赛、视频杂志、科普课程等延伸产品和线下活动为拓展的一刊多元的全媒体生产格局,使《未来科学家》以全媒体特征在期刊竞争平台上彰显电视台办刊特色,激发青少年的科学阅读和探索

兴趣。

3.2 产品化思路做内容,打破作品、产品和商品的边界 “内容为王”一直是期刊人奉行的法则。在新的发展阶段,当内容产品越来越需要通过不同介质平台的关联组合来形成适应人们新的媒介消费习惯的“产品链”与“服务链”时,一种介质形态的经营模式就会被打破,产品形态也会发生变化。传统的作品变成产品、再成为商品、消费品的过程和路径也会发生变化。

《未来科学家》践行“产品化思路做内容”的办刊理念,使作品内容既是期刊的内容产品,又可在新的介质平台独立成为新的具备载体、资讯、规则3要素的媒介产品,使作品拥有除了期刊的多种产品通道。

《未来科学家》推行“用栏目孵化产品”的策略,在积累内容资源的基础上,开发幼教主题产品,并尝试向主题课程转化,积极打造依托课程内容的儿童专注力培训产品。这些产品通过不同的介质将《未来科学家》核心价值观传递给读者或用户,让电视与出版优势效益激增,让线下活动与新媒体平台相互助力,让多家少儿出版单位通过微信矩阵实现联合;同时,编辑在融合过程中,也实现“自身内核的传统化、自身外延的新媒体化,完成从内到外的嬗变”^[9]。

4 通:跨界有整合,彰显特色内容的统一性

通,甲骨文为“辵,行进”+“用,借代物用”,表示物用来往,交流有无。造字本义:彼此来往,交换物用^{[1]3295}。

《易·系辞》曰:往来不穷谓之通。系统论指出:一个闭合的系统最终只能走向内部的败坏,稳定的系统依赖于“创新”和“传统”之间的协调。这种协调是让系统走向良性循环乃至通达的必然选择,是一种突破边界的渗透、流动、融合乃至整齐划一。正如美国传播学者普尔教授所认为的,媒体融合过程是各种媒体形态、功能开始整合之后,趋于多种功能的统一化^[10]。在媒体融合进程中,技术的创新至关重要,它打通了不同形态媒体的连接点。

4.1 互联网思维整合内容和介质,促通达 《说文》曰:通,达也。“达”者,甲骨文为“彳,大道”+“大,人”,表示人来人往,四通无阻。造字本义:人在大道上通行无阻^{[1]3296}。

《未来科学家》强调互联网思维发展,强调跨界整合能力,强调内容的特色彰显和整体统一,强调始终坚守自身的出版本位和文化使命,弘扬和升华精神文明。通过传承和创新并举,提升未成年人的科学素养;通过认识科学与人、科学育人、以“文”化人的3层关系来充分行使和发挥科普期刊的教育功能:打造有“人”的

生动科普,为“人”的活泼科普,树“人”的价值科普^[11]。

《未来科学家》的跨界互联是破边界,化单个为整体,联通成大道。在恪守办刊宗旨的前提下,主要表现在以产品化思路做内容,实现作品与产品的互联延展;以教育者眼光做科普,实现科普、文化、教育情怀的融通互动;以全媒体格局做出版,实现期刊、电视、网络以及新媒体平台的创新融合。当纸媒与电视、网络等传媒业态之间开始互动融合,则实现了内容、技术、传播渠道资源的优化配置,提升了品牌、著作权和企业文化的价值,拓宽了发展空间,也推动了媒体行业与科普产业、教育事业的对接。

4.2 一体化思维统合各媒体平台传播优势,增服务

一体化思维是增往来、至通达、显一致的思维,体现在运用互联网思维来谋划和推进各项工作时,用兼容并包的理念来统合各自的传播优势。纵观媒体发展的历史进程,新媒体与传统媒体的关系经历了一个从替代到竞争再到合作、互动、融合的过程^[12],媒体演进的基本规则也是从简单到复杂,最终回归到高层次的简单^[13]。虽然传统出版人才“存在思维老套,缺乏时代性,对市场发展动态的把握能力不够、资源拓展能力不够”^[14]等问题;但是“编辑人员对选题精心设计的深入挖掘,校对人员对书稿竭尽心力的层层筛查,发行人员对市场稔熟于心的步步掌控”^[15],恰恰又是新媒体从业人员身上并不具备的特质,这些正体现出传统出版人才身上的工匠精神和执著坚守。

在提升期刊生命力的探索实践中,《未来科学家》既适应新兴媒体平等交流、互动传播的特点,又尊重传统媒体有深度、有力度的原创化、精品化导向和价值引领;既尊重各自的传播特点和自主性,又尊重各媒体平台的“主体间性”(指交互主体性,它打破了主体的孤立状态,建构起多个主体之间的交互关系。主体间性不再是某个主体的独语,而是努力关注“主体与主体”的关系,确认自我主体、他人主体以及世界主体之间的平等对话关系。主体间性概念的创始人是胡塞尔),打造相互之间的和谐统一。期刊平台始终坚守“本”业,对主题进行一如既往的深度挖掘和原创展示;电视屏充分发挥电视台的独特资源和传播优势,以主持人介入科学实验操作的活泼方式为内容特色,深入学校,走进课堂,助力江苏省科学教育的发展,延展期刊活动和视频杂志内容生产;手机屏改变过去媒体单向传播、受众被动接受的方式,注重用户体验,策划“科学小助手选拔”“科普求真营、探秘营”“视频直播”等丰富多彩的板块和线下活动内容,满足多样化、个性化的受众

信息需求;电脑屏则通过电视节目生产的积累,扩充视频内容资源库,为学校科学活动的开展提供资源。

5 结束语

《未来科学家》一刊三屏之间的互联互动使它的出版既呈现出电视媒体办刊的全媒体特点,又凸显内容的教育特色和科学本色,让科普期刊真正成为素质教育的助力器,服务少年儿童,促进科学教育发展和青少年科学素养提升。这一互联互动在实现期刊内容稳定性、延展性、活动化、全媒体化和统一性的基础上,让期刊出版表现出定、拓、融、通这一由内而外的拓动过程,彰显期刊生命力。

6 参考文献

- [1] 象形字典[M/OL]. (2010-11-28)[2017-06-21]. <http://www.vividict.com/WordInfo.aspx?id=>
- [2] 白列湖. 协同论与管理协同理论[J]. 甘肃社会科学, 2007(5): 228
- [3] 陈香. 柳斌杰表示,传统出版仍大有空间:兼谈出版业深改方向、出版供给侧“革命”、图书销售价格规范[N]. 中华读书报, 2017-01-11(1)
- [4] 王辰瑶,符文涓.《经济人》为什么成功:网络时代媒介定位再思考[J]. 中国出版, 2016(1): 53
- [5] 王亚男,俞敏. 新媒体环境中科普期刊的内容重构[J]. 编辑学报, 2017, 29(2): 105
- [6] 魏晓莉. 论全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合[J]. 新闻爱好者, 2016(10): 33
- [7] 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): 288
- [8] 李明. 冷看“IP热”对传统出版业的冲击[J]. 当代经济, 2017(3): 90
- [9] 黄春春,付培琪. 新媒体环境中重温科技期刊编辑的人文情怀[J]. 编辑学报, 2017, 29(1): 81
- [10] 马燕妮,柳青. 融合时代传统媒体与新媒体的发展路径[J]. 青年记者, 2016(9): 94
- [11] 季慧. 有“人”的科普:生命化教育理念观照下青少年科普期刊教育功能思考[J]. 江苏大学学报(社会科学版), 2017, 19(2): 82
- [12] 王辰瑶. 从替代到融合:新媒体与传统媒体关系研究的回顾与走向[J]. 浙江传媒学院学报, 2009(5): 1
- [13] 马燕妮,柳青. 融合时代传统媒体与新媒体的发展路径[J]. 青年记者, 2016(9): 95
- [14] 赵振华. 如何加快传统出版的融合与创新[J]. 新媒体研究, 2017, 3(2): 104
- [15] 仲诚. 新时期传统出版人如何坚守[N]. 中国新闻出版广电报, 2017-02-20(8)

(2017-06-25 收稿;2017-07-06 修回)