

媒体融合在科技期刊学术活动中的应用与成效

——以科技导报社为例

■ 王丽娜 李娜 陈广仁

收稿日期:2018-09-20

修回日期:2018-12-25

科技导报社,北京市海淀区学院南路86号 100081

摘要 【目的】探索学术活动的宣传推广方法,以扩大活动的影响力。【方法】科技导报社在实践中摸索出3种特色品牌活动,在举办品牌活动的整个过程中注重服务意识,加大宣传力度,重点运用新媒体,并结合传统媒体,寻找扩大活动影响力的有效途径。【结果】期刊自有的微信、微博、博客等新媒体平台可有效扩大活动影响范围与影响力,海报、宣传页、纸刊等传统宣传方式可强化参与者对科技期刊的体验,增强对科技期刊的认知;与其他相关单位的新媒体平台合作可明显增强活动影响范围,并为学术活动注入活力;新媒体手段的广泛应用可帮助科技期刊节省人力、物力,以更小的投入取得更优的效果。【结论】媒体的全方位融合能够有效扩大学术活动的影响范围与影响力,促进科技期刊影响力的提升。

关键词 科技期刊;学术活动;学术会议;新媒体;媒体融合;全媒体;影响力

DOI: 10.11946/cjstp.201809200836

新媒体具有交互、即时、延展和融合等新特征,但它的根本特征是数字化与互动性^[1]。科技期刊借助新媒体不仅能加快出版内容的传播速度,扩大用户的覆盖范围,还能与作者、读者形成良好的互动,有利于品牌影响力的提升。目前,科技期刊新媒体出版、新媒体宣传等方式不断推陈出新,科技期刊进入全媒体时代。

科技期刊是科研成果交流展示的重要载体,不仅要刊载学术论文,也要发挥其他重要功能,为科研人员搭建学术交流的平台,因此,举办学术活动是科技期刊的重要工作之一。新媒体给科技期刊的发展带来前所未有的机遇^[2-3],在当前竞争日益激烈的环境下,越来越多的科技期刊在探索媒体融合之路^[3-5]。然而,绝大多数期刊关注与探讨的是期刊出版内容的媒体融合,例如,利用微信等新媒体平台对文章进行审稿,将纸刊学术文章发布到互联网,采用数字化出版形式等^[5-8],也有部分科技期刊利用媒体融合探索经营方式^[9],但鲜有将媒体融合应用到科技期刊学术活动中的研究。

为了推动学术交流与同行交流,科技导报社创办了3个品牌活动——《科技导报》学术沙龙、科学百家讲坛、科技期刊编辑学术沙龙^[10],并取得了良好成效,有力推动了期刊发展。随着新媒体的快速发展,科技导报社在3个品牌活动中不断尝试使用

新媒体,摸索多种媒体方式的融合使用并观察效果,以期探索更为有效的学术活动宣传与推广方法,进而提升科技期刊的品牌影响力。经过多次举办学术活动,科技导报社积累了一些经验,对提升科技期刊学术活动影响力具有较高的应用借鉴价值。

1 学术活动中媒体融合的应用

随着新媒体的兴起,在举办学术活动过程中,科技导报社改变了传统的宣传方式,转变了服务态度,注重新媒体的运用,并将其与传统媒体有机结合起来,以更加开放的姿态来开展学术活动(表1)。因此,在整个活动过程中,合作的媒体与单位越来越多,取得的效果也越来越好。

表1 科技导报社学术活动宣传方法

活动时段	传统方法	媒体融合方法
活动前	海报、博客、邮件等	海报、自有新媒体平台(微信公众号、微博、博客等)、合作单位的新媒体平台、邮件
活动中	纸刊、易拉宝	与活动主题相关的纸刊、易拉宝、宣传页、宣传视频、现场活动推广
活动后	纸媒、网站	纸媒、网站、微信公众号

1.1 学术活动前期宣传

(1) 充分利用多种新媒体平台。新媒体包括网站、App和社交媒体(如博客、微博、微信公众号)等,科技期刊常用的新媒体主要有网站、微信、微博

作者简介:王丽娜(ORCID:0000-0003-0457-0740),硕士,编辑,E-mail:wanglina@cast.org.cn;李娜,硕士,编辑;陈广仁,博士,编审。

等。科技导报社根据读者特点,尝试全方位利用新媒体,不仅充分利用自有新媒体,还主动寻找、拓展其他宣传渠道。

在学术活动策划阶段,科技导报社有针对性地撰写宣传文案和设计海报,以期达到更好的宣传效果。在新媒体宣传平台上,采用自有新媒体平台与其他新媒体平台相结合的方式,根据不同新媒体平台的特点,灵活调整传播内容,不仅给予用户良好的阅读体验,还使学术活动信息得到更加广泛且有针对性的传播。

自有的新媒体平台采取以微信为主,微博、博客为辅的传播方式。近几年,微信公众平台呈井喷式发展,用户群体非常广泛。为了更好地适应用户碎片化的阅读方式^[11],科技导报社在微信公众平台上不仅使用了简短有力的文字配合具有冲击力的图片,还使用了目前流行的新媒体技术——超文本标记语言5(以下简称“H5”)^[12]。H5可将绘图、视频、动画、音乐等融为一体,具有视听体验佳、访问速度快、互动性强、操作简便等优点^[12-13]。利用网络上的免费模板,就能设计出视听效果较好的内容^[14],这一新兴的传播方式更能突出人性化的用户服务^[15],可在微信中广泛传播,并容易受到用户欢迎。在新浪微博中,针对知识水平参差不齐的微博用户,科技导报社发布简短且通俗易懂的学术活动信息;而在以科学家为主体的科学网博客中,科技导报社则发布专业、详细的学术活动介绍。

此外,科技导报社主动寻找与其他新媒体平台合作的机会。比如,在2017年以“探视宇宙,回望科学”为主题的“科学百家讲坛”活动中,科技导报社与“科界”App、《环球科学》、“今日科协”微信公众号、北京宇航学会微信公众号以及相关研究院所的媒体平台合作,扩大信息传播途径,使该活动得到广泛传播。

(2) 保留传统的宣传方式。在传统媒体方面,科技导报社主要采用海报、宣传页、纸制期刊等形式。科技导报社为学术活动设计并制作了宣传海报。为了突出科技特色,海报使用经典、深邃、稳重的颜色,整体设计力求简洁、大气,并重点在与活动主题密切相关的高校以及科研院所张贴。此外,科技导报社还为学术活动设计制作简洁、美观的单页宣传资料,并配以《科技导报》已经出版的相关主题专刊,收到了叠加宣传的效果。

(3) 宣传中注重细节。在宣传过程中,科技导

报社在海报、易拉宝以及各个新媒体宣传页面上均设置了“报名通道”的二维码和《科技导报》微信公众号的二维码,用户使用手机扫描并简单填写信息即可成功报名。同时,对于活动组织部门而言,该做法不仅简化了报名信息统计工作流程,还为期刊微信公众号吸引了大量粉丝。

在学术活动举办时间临近时,科技导报社还会在新媒体上再次宣传、提醒,尽可能为参与者提供更好的服务。

1.2 学术活动进行中的举措

在学术活动举办的过程中,科技导报社在观众入场处设立工作台,摆放《科技导报》微信公众号二维码并引导观众扫码,同时向观众发放相关主题专刊;在会场中,充分利用观众等待间隙,循环播放科技导报社制作的宣传短视频,以进一步强化观众的印象。

此外,科技导报社与其他媒体或相关单位开展深度合作。例如,在2017年“科学百家讲坛”活动举办过程中,“科界”和北京宇航学会派遣团队来到现场进行宣传。以“科界”为例,其定位是“科技工作者之家”,与会者恰好是他们的主要服务群体,“科界”团队通过抽奖活动进行推广,取得良好效果。这种形式不仅受益于合作方,还为学术活动注入活力,吸引更多科技工作者关注。

1.3 学术活动后期宣传

学术活动结束后,科技导报社利用中国科学技术协会的开放获取(Open Access, OA)平台、自有新媒体平台以及其他合作新媒体平台,对活动进行再次宣传、报道。此外,科技导报社还邀请传统媒体(如报纸等)对重要活动进行报道。

2 媒体融合在学术活动中的应用成效

2.1 全方位覆盖目标人群

微信是目前广泛使用的媒介,但是微信在传播时受关注用户与朋友圈的限制,读者范围相对狭窄;微博是一种“一对多”的传播方式,借助“转发”功能可实现传播范围的几何式增长^[16];科学网的博客用户主要是科学家群体。因此,科技导报社充分利用微信、微博、博客这3种自有新媒体平台,以达到互相补充的效果。

科技导报社积极发掘科技类新媒体平台来拓展信息传播渠道,扩大目标人群。实践发现,与学术活动主题相关的学会、科研院所的微信号合作发布信息,该单位前来参加学术活动的人数会明显增多;在

与活动主题密切相关的科研院所张贴海报也会使该单位参加活动的人数增多。

拓展信息传播渠道使科技导报社举办的学术活动受到科技工作者的广泛关注,有效扩大了学术活动的影响力。例如,2014年丘成桐在“科学百家讲坛”中作了题为《数理与人文》的报告,听众达400余人,许多听众站着或席地而坐听完整场报告。

2.2 提升组织效率,降低活动成本,优化服务体验

在学术活动宣传过程中,开放微信报名通道使得想参加活动的用户只需使用手机识别二维码并填写相关信息即可成功报名,不仅使报名工作得到简化,节约了人力,还可使活动组织者实时看到报名人数与报名者信息,及时做好参会者信息统计工作,并据此来预定合适的活动场地、印刷适量宣传页、准备适量期刊等,使会议资源得到充分利用。

2.3 树立期刊的良好形象,提升期刊影响力

在学术活动举办的过程中,通过播放科技导报社制作的宣传短视频、发放活动宣传页与《科技导报》专刊,使参会者更深入地了解期刊的出版内容与风格,并且亲身体验科技导报社周到且细致的服务,由此在科技界树立良好形象。

在学术活动期间,《科技导报》微信公众号的粉丝大幅增加,期刊的受关注度在短期内得到显著提升;活动之后,《科技导报》收到部分听众投来的稿件。《科技导报》刊登的文章质量逐步提升,影响因子逐渐上升,受到越来越多科技工作者的认可,期刊的知名度与影响力也得到进一步扩大。

2.4 与多方建立密切且长久的合作关系

在宣传活动时,通过与其他媒体的合作,科技导报社不仅扩大了学术活动宣传的广度与力度,还与更多的媒体和单位建立了良好、长久的合作关系,促进双方发展,实现互利共赢。

3 结语

在学术活动举办的过程中,科技导报社通过使用媒体融合方式提升活动影响力,并积累了一些经验。实践表明,媒体融合的广泛应用不仅简化了部分工作流程,还扩大了读者群、增强了用户体验、为学术活动注入了新鲜活力,使学术活动得到更多科技工作者的关注与认可,从而使期刊影响力得到进一步提升。

利用媒体融合扩大学术活动影响力的工作方式,可以推广到科技期刊各类活动(如学术会议、专题的选题以及专刊的宣传等)的举办中。当然,仍

有一些技术方法有待进一步实践,比如利用视频直播的方式扩大活动受众面等。

科学技术的发展日新月异,在互联网高速发展的环境下,科技期刊在借助媒体宣传推广过程中应秉承“人无我有、人有我精”的理念,不仅要开拓新的传播渠道,还要在细节上下功夫,将已有主要传播手段发挥到极致,全面提升科技期刊的影响力。科技期刊的编辑应该与时俱进,学习新软件,开拓多种传播方式,主动探索科技期刊可持续发展新路径。

参考文献

- [1] 匡文波. “新媒体”概念辨析[J]. 国际新闻界, 2008(6): 66-69.
- [2] 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): 909-913.
- [3] 王福军, 冷怀明, 郭建秀, 等. 互联网背景下科技期刊的媒体融合路径[J]. 编辑学报, 2016, 28(1): 11-14.
- [4] 中央人民广播电台提升互联网国际传播力课题组. 传统媒体和新兴媒体融合发展的愿景与路径[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2014.
- [5] 郭雨梅, 郭晓亮, 吉海涛, 等. 媒体融合背景下学术期刊的创新之路[J]. 编辑学报, 2014, 26(6): 521-525.
- [6] 谢暄, 蒋晓, 何雨莲, 等. “融”时代下学术期刊媒体融合发展策略[J]. 编辑学报, 2017, 29(3): 218-221.
- [7] 倪海燕, 寿彩丽. 媒体融合与科技期刊出版和运营方式的转变——以浙江大学学报为例[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(12): 1248-1252.
- [8] 张艳萍. 科技期刊跨媒体融合发展模式——以《建筑学报》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(6): 600-606.
- [9] 杨婷, 姜小鹰, 曹作华. 科技期刊媒体融合发展的实践与思考——以中华护理杂志社为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(12): 1252-1256.
- [10] 王丽娜, 李娜, 陈广仁, 等. 科技期刊品牌活动与提升品牌影响力——以《科技导报》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(9): 946-949.
- [11] 魏艳君, 彭熙, 朱德东. 学术期刊的碎片化传播[J]. 编辑学报, 2016, 28(4): 378-381.
- [12] 刘欢. HTML5 基础知识核心技术与前沿案例[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2016.
- [13] 何华康. H5 技术: 网络与新媒体的创新发展[N]. 光明日报, 2016-02-06(6).
- [14] 张扬. 基于“H5+微信”的科技期刊新媒体融合[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(10): 936-940.
- [15] 胡晓林, 马振龙. 基于H5技术的微信交互式广告在交互设计方面的“优势整合”创新思考[J]. 包装工程, 2016(24): 124-129.
- [16] 方兴东, 石现升, 张笑容, 等. 微信传播机制与治理问题研究[J]. 现代传播, 2013, 35(6): 122-127.

作者贡献声明:

王丽娜: 提出选题, 设计论文框架, 撰写并修改论文;

李娜:修改论文;

陈广仁:提出意见和建议。

Application and effect of media convergence in academic activities of scientific journals: Taking Science and Technology Review Publishing House as an example

WANG Lina, LI Na, CHEN Guangren

Science and Technology Review Publishing House, 86 South Xueyuan Road, Haidian District, Beijing 100081, China

Abstract: [Purposes] This paper aims to explore the effective ways to promote the influence of academic activities. [Methods] Science and Technology Review Publishing House explored three distinctive brand academic activities in practice. In order to find the effective ways to expand the influence of activities, we paid attention to service consciousness, intensified publicity, focused on using new media, and combined with traditional media during the whole process of the activities. [Findings] The new media platforms of scientific journals such as WeChat, microblog, and blog can expand the scope and influence of the activities effectively. The traditional publicity methods, such as posters, publicity pages, and printed publication, can strengthen the participants' experience. Cooperation with new media platforms of other relevant units can significantly enhance the scope of academic activities and inject vitality. The application of new media can save manpower and material resources, and achieve better results with less investment. [Conclusions] The comprehensive integration of new media can enhance the scope and influence of academic activities effectively, and then promote the influence of scientific journals.

Keywords: Scientific journal; Academic activity; Academic conference; New media; Media convergence; All-media; Influence

(本文责编:李翠霞)