

博客在科技期刊网站中的应用

——以《分析化学》网站为例

王重洋^{1,2)} 陈燕¹⁾ 田建平¹⁾

收稿日期:2008-01-02

修回日期:2008-08-21

1) 河北大学新闻传播学院,071002 河北省保定市合作路1号, E-mail:cywang@ciac.jl.cn

2) 中国科学院长春应用化学研究所《分析化学》编辑部,130022 长春市人民大街5625号

摘要 博客是一种以用户为中心的网络技术与服务,具有个性化、平等性、互动性、细分化的特征。《分析化学》编辑部在网站的建设中,应用开设的博客,开展了一系列新的信息互动平台,成功实现了包括期刊文章导读、信息推送、参考咨询、读者反馈意见收集与沟通等,大大拓展了科技期刊网站的传播功能。

关键词 博客 科技期刊 网站 网络传播

《分析化学》编辑部在2004年建设了编辑部网站,应用期刊编辑采编自动化管理平台,实现了编辑工作现代化,大大提高了编辑工作效率,大幅减少重复劳动。受到了编辑、作者、审稿者的普遍好评。近年来,随着网络信息技术发展的日新月异,一种新的以Web 2.0技术为代表的网络传播方式,在各种网站上被广泛应用,其强大的功能是互联网的一次理念和思想体系的升级换代。从原来的自上而下的由少数资源控制者集中控制主导的互联网体系转变为自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系。从而可以充分发掘个人的积极性参与到该体系中。广大个人所贡献的影响和智慧和个人联系形成的社群的影响替代了原来少数人所控制和制造的影响,从而极大解放了个人的创作,使得互联网的创造力上升到了新的量级。Web 2.0技术以博客等应用为核心。图书馆情报行业里应用博客已相继出现^[1~3]。由科学时报社主办的科学网(<http://www.sciencenet.cn>)目前能够汇集中国科学院、中国工程院的众多科学家于旗下,并撰写博客,是一种较好的尝试。科学网的博客是实名科学家博客,很多科学家都是经网站邀请过来的。从注册开始就很严格,会检查每一位申请博客人士的基本资料。而正是由于科学家的实名制,以及高学历的国内学者、海外华人、外籍科学家等众多高端申请博客者的出现,目前已经形成了口碑效应。英国的《自然》(Nature)杂志不仅有发布科技新闻的博客,还包括有让读者聆听和观看杂志社及科学家对于科学动态和研究工作的评论的站点(播客)等。Nature的博客按照学科领域、热点话题、旗下期刊来分类,博客作者通常是杂志的编辑、政策研究人员、邀请的科学家等,他们严肃而颇具权威性地报道和评论全球科技领域里最重

要的突破,将科学发现的重要结果介绍给公众,让公众尽早知道全世界自然知识的每一分支中取得的最新进展。

基于对博客概念的了解和对一些国外科技期刊网站的考察,认识到博客的应用将使科技期刊网站从一个自动化的采编平台,转化为一个全方位的传播平台。于是《分析化学》在原来网站的基础上引入编辑部的博客(Blog),并开展了一些与读者、作者的沟通、传播工作,取得了较好的社会反响。

1 编辑部的博客简介

博客是个人或群体以时间顺序在网上所做的记录,并且经常更新,称为网络日志。这种网络日志分主题性的和非主题性的,博客的作者可以随时对其进行修改和管理。博客已经将互联网从信息共享提高到资源共享、思想共享等,其基本特征是使用户成为信息的创造者而不只是信息的接受者。它可以实现编辑与作者、读者更加融合化的沟通,信息传播的功能被整合和增强。从使用上来说,具有更加良好简洁的用户界面,更加智能化。

博客作为一个有效的传播工具,可以满足科技期刊对科技论文、编辑部内部管理、学术进展等的关注,并与读者相互交流;因为科技期刊汇聚了科学领域的一批智力丰富且不断创新的读者和作者群体,他们对每天的科学态势或者对新的事物的敏感度要高于其他行业;而一般公众对科学领域的了解并不多,科学家又较少对涉及自身及所从事的研究工作向大众宣传,因此科技期刊开通博客可以树立起科学领域亲近大众的形象,为公众普及科学知识提供园地。我们开通了《分析化学》编辑部博客(<http://hi.baidu.com/analchem>),它不仅是一种沟通和发布消息的场所,而且也让编辑以个人的中国科技期刊研究, 2008, 19(6)

身份来抒写自己的工作状态和生活方式,消除读者、作者心理上的差距,使科学工作者愿意与编辑建立工作或朋友关系,然后进一步吸收更为广泛的读者、作者群体来关注期刊的成长和变化。读者可以了解编辑部的动态和对稿件的需求信息,编辑也可以通过作者的反馈改进自身的工作,真正达到了无障碍相互交流。《分析化学》的博客从 2006 年 11 月开通,到目前已经发表 70 余篇博客文章,点击超过 37000 次,在编辑工作中开展多项应用,已经取得了良好的社会反响。

2 编辑部的博客应用

博客作为新的媒体形式,它是传统媒体的延伸和发展。一方面它具有传统媒体所不具有的优势,另外一方面它又脱胎于传统的媒体(如互联网),需要借助传统的媒体力量来发展自己。博客和传统网站还有所不同,它在语言运用上倾向于口语化。无需遵循完整的新闻格式,内容上也不局限在发布通知和会议纪要上,它可以通过编辑自身的角度,将亲历的会议上的专题讲座、人物访谈等内容发布到博客上。博客给更多的人提供了一个参与搜集信息、发布信息的平台,博客通过相互共享和交流,可以从多角度、多方位对他们感兴趣的话题进行传播,《分析化学》编辑部开通博客以后,根据博客的受众细分化、传播个性化、交流互动化的特点,开展了以下一些应用。

2.1 沟通和发布信息

科技期刊对博客不再是大众市场,而是小众市场;从其信息传播的内容来看,博客传播的主流信息是“微内容”(micro content),微内容可以是用户所生产的任何数据:一条评论、一幅图片、收藏的书签、喜爱的音乐列表、想要做的事情、想要去的地方、新的朋友等。《分析化学》应用博客的细分化特点,开展对专业读者的信息发布,努力从传统媒体的点对面的传播,改变为点对点的传播。因为编辑在博客上发布信息的同时还可以允许读者浏览和评论,大家对共同关注的话题进行探讨。而经常关注《分析化学》博客的人,大部分是分析化学领域的学者、科研人员,面对这一专业受众,许多有关期刊发展定位的决策就可以与他们在博客上沟通。如本刊在 2007 年初加入了 Elsevier 英文版,编辑部博客就事先发布了该合作意向,并号召读者投票及发表各自的意见,商讨利弊,从读者的反馈意见中获得较为全面的参考,有助于在与 Elsevier 的谈判中争取到更多的利益。随后,还可以快速把更新内容传递给读者,不定期的在博客上发布英文版的相关内容,如:如何撰写规范的英文稿;英文版的翻译模式及是否和中文版按照不同的论文对待;还包括作者经常询问的细节问题等等。因此,博客能在一个页面上对某一类话题进

行不断更新和讨论,既有助于查询,也有利于宣传。

2.2 提高编辑文稿质量

博客的出现使科技期刊不再是编辑和媒体自上而下的传播过程,而越来越成为一种读者、作者和编辑互动的自下而上的传播过程,读者也不再是被动的角色,而是主动的参与者,主动的参与到科技论文的评价、报道和传播的全过程。同时,博客的发布者还要接受访问者的批评和监督,比如对期刊的编校质量提出意见,对发表的某篇论文产生疑议等。编辑部在其中要充当更为亲和、更为宽容的发布者。《分析化学》应用博客最显著的特征之一,就是通过博客在编辑部与读者之间架起一座交互讨论的平台。专业编辑可以随时了解读者的意见,达到及时为读者提供编辑服务的目的。为了加强编辑与读者之间的双向联系,倾听读者的呼声,采纳读者或作者的合理化建议,编辑部利用博客站点对作者和读者的意见和建议进行搜集,每个登录编辑部博客的人都可以在博客上畅所欲言。对每期刊物的文章内容、作者情况进行咨询或评论,对编辑工作中的疏漏进行监督检查,例如一篇文章参考文献中作者名字印错了就有读者在博客上提出批评,这样不仅激发了编辑们的工作责任心,也构筑起编辑部与读者之间的双向交流平台,从而使编辑期刊的质量精益求精,用稿更加公开透明,如果关系稿人情稿质量不高,就会受到读者的批评。

2.3 开展期刊导读

《分析化学》网站应用博客技术扩展了互联网上的共享空间,编辑部根据期刊内容开通重点文章博客,向读者介绍重点文章的内容和作者情况,推荐同类文章参考链接,将期刊文章按内容进行分类,提供给读者。还建立了评论博客,用以揭示被评文章的理论性、学术性、信息性与相关性价值,以独特的评论视角来引导读者阅读,设立留言板及时了解读者的反馈需求。例如,2008 年 3 月 19 日编辑部博客发布了一则《分析化学》近期栏目改版计划,设立“特约稿”栏目的消息介绍:“该栏目是一个站在学术界科技工作者立场的栏目,每期报道最新的国内学者在国际学术领域活跃的研究项目。该栏目及时追踪分析化学领域最新的发展动向,以图文的特写形式让读者快速掌握近期研究者所关注的态势,广泛传播科学研究成果或者该领域的评述与进展。本栏目不收取任何费用,并给予稿酬”。特约稿消息在博客发出后就许多读者在博客留言中关注这一栏目,我们紧接着就介绍了这一栏目近期要发表的特约稿内容为武汉大学程介克教授指导撰写的“芯片毛细管电泳集成电化学检测装置和四种碳纤维电极比较研究”全文,进行预告性导读,受到了读者好评。

中国科技期刊研究, 2008, 19(6)

3 编辑部的博客管理

博客作为一种新型的媒介,它会与传统媒体会产生一定的竞争关系。首先,博客的栏目设置要更为灵活,内容来源广泛,不仅可以包括期刊现有的科技论文的学科门类,还可以囊括社会生活的方方面面。作为博客信息的发布者,编辑由于各自的年龄、职业背景以及学历背景都有所不同,兴趣、爱好也是五花八门,随之而来写作手法、撰文形式、风格也会各具特色。因此,编辑对于期刊的发展及内部事务都有各自的体验,这样带给读者的信息也就比较庞杂,大量的信息会使得读者无所适从。其次,尽管博客作为一种传播方式有着传播快、覆盖广、内容丰富、形式多样等特点,但发布内容上也无需经过初审、专家评审、数次校改等,缺少传统期刊所具备的审核程序。这就使得博客的质量与公信力难以得到有效保证,也就无法完全取信于受众。再次,有人担心进入门槛几乎为零的博客,其开放的评论平台,会变成信息垃圾场。大量的无效广告信息、网络链接会充斥着页面;过多的评论里,会不会成为造谣、诽谤、谩骂、胡乱攻击的场所?基于这些考虑,编辑部对博客的内容和形式进行了有效管理,既保证了必要的活跃度和访问者的积极性,也遵守了政策和法规、学术道德的要求。

3.1 博客的专人管理

博客作为期刊网站的有效补充,既要考虑到与期刊网站发布信息的互补性,也要避免博客代替了网站信息发布的功能。科技期刊网站发布的信息关注度较少,互动性不足,而博客发布的信息就可以弥补这些问题,将读者、作者普遍关注的话题发布出来,用来探讨,还可以不断更新某一话题的内容和方式,以期吸引到更多的读者参与。博客内容的取材以及发布周期要经过精心的设计和专人管理。申请一个博客很容易,目前可以免费注册,但如果不去管理,博客就没有发挥应有的效果。因此,我刊博客有专人管理,随时回复一些网友的询问和各种建议,并随时删除一些垃圾广告和不良信息。

3.2 博客的内容管理

编辑部的博客按内容不同可以分为三类:(1)以发布时效性内容为主,如各类有共同特征的新闻信息的博客,包括期刊栏目的变化、版式与印刷质量的变化、会议信息、编辑部公告等;(2)发布专业性知识为主,主要专注于某些前沿、特点领域,对专业知识进行分类和积累,并能够得到读者的反馈意见;(3)以个性的交流为主,如记录个人生活日记的博客,编辑把日常看到和想到的思想精华及时发布在博客上,使得读者可以在很短的时间内接触最鲜活的思想。通过博客的建立,可以浏览到最新的专业信息、评论与报告,准确把握最新的专业热点、专业动态和趋势;可以贴近科技期刊编

辑群体,向公众揭开行业神秘的面纱。编辑部博客在收集和编写文章时本着诚实和公正,确保文章、引述、标题、图片和其他所有相关内容如实叙述。博客应该敢于承认错误,并且及时纠正。如期刊出版后,在编校上出现的个别瑕疵上要让读者指出并勇于公布出来。定期对博客的评论内容进行整理,对一些提问、质疑进行回复以保证发挥监督作用。

编辑部的博客在内容界定上还没有统一的标准,科技期刊需要为学术创新服务。因此,《分析化学》编辑部博客主要定位于传播科学理念、传递科学知识的学术平台。而所谓博客实名制,是指后台实名,指博客作者在后台注册时使用实名,而在博客的外在表现形式上,可以不是实名。由于编辑部是一个特定的组织,因此开通的博客实质上就是一种实名制的表现。

3.3 博客的形式管理

制定长期的博客计划,内容包括安排博客写作的人员、每个人的写作领域选择、博客文章的发布周期等。由于博客写作内容有较强的灵活性和随意性,因此博客实际上并不是一个严格的执行出版周期的期刊,而是从一个较长时期来评价编辑部工作的一个参考。要发挥博客的价值,编辑部给予相应的鼓励环境,编辑要坚持不懈地写作。随着日积月累的文章不断增多,除非是很感兴趣的群体会每天关注博客的变化外,很少有人会一篇篇的阅读。因此,就需要对内容进行分类,把相同特征的信息汇集到同一个栏目里。从搜索引擎(谷歌、百度等)检索到博客的排序来看,相对频繁的更新和较多的回复是博客处于活跃状态的参考依据。当然,作为科技期刊还要考虑行业内的影响力。每周保证均有内容更新即可,关键是要把握博客内容的个性化。

在日趋激烈的科技期刊国际化竞争中,读者的需求不断变化,要实现科技期刊的可持续发展,创新是科技期刊的唯一出路。编辑部开办博客克服了传统网络环境下科技期刊编辑模式的一些不足,对编辑工作的创新给予一定的启示。博客是 Web 2.0 技术在科技期刊编辑工作中的应用,是以读者为中心的新编辑工作模式,更是研究与改进科技期刊传播工作的一种认识与思考。然而,将博客应用到科技期刊网站中绝不可能是简单移植,科技期刊应用博客必定是一个不断探索和创新的过程。我们相信,信息技术的进步带来的新的传播模式虽然一时难于把握,但其应用前景将是非常美好的。

参考文献

- 1 张莉. 当博客遇到数字图书馆——数字图书馆服务新思维, 情报资料工作, 2005(3): 37-38, 19
- 2 杨倩. 博客知识服务及其在图书馆中的应用, 图书情报工作, 2006, 50(11): 49-52
- 3 朱思渝, 王志华. 国内外图情博客的发展与应用调查分析, 图书馆建设, 2007(2): 89-91