

# 新媒体矩阵思维与学术期刊移动传播体系建设

李广欣, 席静远

**摘要** 学术期刊的移动端服务应在刊、网、端所构成的媒体矩阵中明确定位, 规划传播侧重点。同时, 学术期刊的移动传播平台也完全可以多元化发展, 形成涵括多种媒体形态和端点、账号的矩阵体系。这种矩阵体系的建设, 有必要以差异化为主旨实现内容提供矩阵化, 以特殊场景为指向实现应用方式矩阵化, 以交互为枢纽实现服务功能矩阵化, 进而产生矩阵共振, 提升学术期刊的移动传播力。

**关键词** 学术期刊; 移动传播; 新媒体矩阵; 矩阵思维; 期刊集群

**引用本文格式** 李广欣, 席静远. 新媒体矩阵思维与学术期刊移动传播体系建设 [J]. 创意设计源, 2019(6): 4-11.

## On the Design of the Mobile Terminal Service of Academic Journals by New Media Matrix Thinking

LI Guangxin, XI Jingyuan

**Abstract** The mobile terminal service of academic journals and the focus of the service should be designed according to its position in the media matrix composed of journals, websites and mobile terminals. The mobile platforms to provide service of academic journals can also be diversified in order to forming a new media matrix system including multiple forms, endpoints and accounts. When constructing this type of new media matrix system, it is necessary to realize the content-matrixization by themes differentiation, to realize the application-matrixization by adapting to the particular contexts, and to realize the function-matrixization by highlighting interaction. On the basis of the above design thinking, the mobile terminal service of academic journals would be enhanced in the mobile-media matrix resonance.

**Key Words** Academic journals; Mobile terminal service; New media matrix; Matrix thinking; Journals cluster

[基金项目] 本文系天津市2016年度哲学社会科学规划青年项目“社交媒体传播效果研究”(项目编号: TJXC16-001Q)阶段性成果。

### 一、引言

当今时代, 移动互联网日渐引领网络发展浪潮。最新的中国互联网发展状况统计报告显示, 2018年中国网民手机上网的比重已近99%, 手机网民年度增量比传统网民多出780万, 移动互联网接入流量增幅高达189.1%。<sup>[1]</sup>因应受众阅读方式和信息环境的整体变迁, 开发移动传播服务、占领移动互联网市场成为媒介运营发展的重要方向之一。

始终站在编辑出版现代化前沿的学术期刊, 对“移动”议题也非常敏感,

自2008年起即在实践和研究层面投入颇多。一方面, 积极引入新型移动媒体技术、平台, 创新服务模式, 拓展传播渠道。<sup>[2][5]</sup>另一方面, 就学术期刊依托移动互联网实现新发展的方略、方式和注意事项等问题展开深入探讨, 积累了丰硕成果, 涉及移动服务发展策略<sup>[3][4]</sup>、移动端软件开发利用的思路与技术路径<sup>[5][6][7]</sup>, 以及对于整体运营趋势和相应规律的探索<sup>[8][9]</sup>等; 尤其是关于学术期刊微信、客户端(APP)的讨论蔚为大观, 显示了业界、学界对移动传播的

高度关注与充分思考。相关研究和实践不仅论证了学术期刊有必要发展移动传播服务, 以应对媒介融合时代的挑战, 更在移动端应用问题上总结了丰富的理论和经验。

不过, 其中“中观”审视的视角体现得不甚充分。如前所述, 相关研究的重心, 或是在学术期刊发展移动传播的宏观论证——主要解决“要不要”的问题; 或是在特定移动应用的具体建设——主要解决某一端点的设计问题。但是, 二者之间还有一个移动端“场域”

存在:以“场域”称之,乃是因移动端与期刊、网站等具有系统性关系,并在此关系中确定了自身“边界”;同时,其又可统摄APP、微信、微博等不同平台以及相应的多种账号,具有“体系”的性质,而面向这一场域的构建性策略研究,目前略显薄弱。如周华清<sup>[10]</sup>、郭沁等<sup>[11]</sup>的探讨,虽着眼点有一定的场域意识,但其思考仍偏重“有无”之辨,在“如何”的问题上着墨不多,故有必要进一步阐述。

此外,现有各种思考的基本逻辑多偏向整体方法论,即往往将移动端视为一个与期刊、网站并立的唯一性主体,一定程度上忽视了移动端及相应新媒体因技术之便和较少受到政策规制而具有强大的衍生力——学术期刊的移动传播实践不断在App、微博、微信等平台上“转战”的表现,或与此有一定关系。本文正是着眼于此,力图通过引入并演绎大众传播中的“新媒体矩阵”,探讨学术期刊以终端体系化方式介入移动传播、发挥移动传播优势以实现效果最大化的思路。

## 二、新媒体矩阵及其思维方式

Web2.0时代开启后,新媒体蓬勃发展,媒介融合进程加速。凭借技术开辟全新空间之机,信息传播渠道的“门槛”迅速降低,使媒体突破了既有界面或载体的限制,构建起以新媒体为主力的渠道集群。“矩阵”(Matrix)正是对这种“化一为多”格局的形象描述,亦反映了一种媒介规划与运营的思维方式。

### (一) 作为媒体格局的矩阵

矩阵首先表现为传统的单一媒体演化成为由不同传播终端构成的媒体方阵,形成集普通网站、微博、微信、客户端、小程序以及其他新媒体形态等为一体的综合传播格局。《人民日报》的实践可谓是这种矩阵化发展的典型代表。在主报之外,网站、微博、微信、客户端、“人民电视”以及人民日报电子阅读报栏等平台或端点纷纷建立。这些平台或终端又可进一步衍生,如在微博平台上,除了人民日报官微,还建有“人民日报海外版-海外网”“人民日报视点版”“人民日报评论”“人民日报英文客户端”“侠客岛”等各种账户。众多端点统一于“人民日报”的旗帜下,既各自发声,又共享品牌、资源,相互呼应,形成综合性传播体系。显然,新媒体在该体系中占据绝大多数。(图1)

矩阵还表现为传播内容及其定位、风格等的多元化建构。仍以《人民日报》新媒体矩阵为例,其官方微博面向年轻网民,更多运用图片、短视频甚至直播的形式,以短平快的风格传递信息、引导舆论;微信公众号则以“成为用户的信息管家和舆论风向标”<sup>[12][54]</sup>为目标,

注重推送内容的权威性、立场性和实用性;而客户端、“人民电视”等开发了报纸页面无法企及的声像内容。不同端点有不同的目标用户,风格各异,不是简单地众声喧哗,而是整体上给人以“和声”之感。

### (二) 媒体矩阵化的基本思维方式

矩阵不仅是多种媒体并存的现实状态,更是一种内在秩序,一种运营策略。从媒介管理学的角度来看,矩阵(或曰“矩阵式”)意味着一种现代组织方式。其核心要义为,在兼顾层级稳定(便于管理)和业务单元精简(避免过分的机构重复)的基础上,形成一种可灵活分配和调用系统内资源,更为高效地达成组织目标的机制。<sup>[13]</sup>由此演绎,以矩阵概念规划统筹媒体,需要遵循矩阵管理的基本思维方式与理念,从而保证矩阵应有作用的发挥。

1.“主体”统摄。矩阵理念虽是针对传统直线型管理模式而提出的改进性理论,但在基本目标上却与一般管理无异,即特定业务诉求的达成或最上层级部门宗旨的实现。这就是所谓的统摄性“主体”,其可以是“任务”(如媒体的宣传任务),也可以是“实体单位”



图1 《人民日报》新媒体矩阵

(如核心媒体)。

2. 内部差异化。即组成矩阵的不同端点有不同的面向,其用户定位、平台特性和内容分化等应存在一定的差异。前述《人民日报》矩阵中各端点的多种风格,即为例证。而且这是一种必要条件,因为其直接关系到业务单元精简的矩阵管理诉求。

3. 联动配合。即矩阵中的不同端点、不同媒介资源各自发挥作用,同时又能通过组合、协同,扩展既有媒体的传播力,或是形成聚力效用,服务于特定目标的实现。当前,新媒体实战中强调“矩阵共振”<sup>[12]56</sup>的要义正在于此。

### 三、学术期刊移动端的矩阵式建设

学术期刊的移动端服务,与其主刊、网站等构成一个总体性的媒体矩阵,支撑起融媒体性质的传播格局,其定位、规划等都可在此矩阵中找到依据。同时,以新媒体为主要组成的实际情况,也提示学术期刊的移动端建设可以考虑多元化发展方式,构建自身的矩阵体系。

#### (一) 在刊、网、端的矩阵体系中准确定位

从矩阵思维出发,学术期刊发展移动传播服务的首要前提,便是坚持刊物及其发展目标的“主体”统摄性。媒体矩阵并非不同媒体(尤其是新媒体)的简单叠加,而有其秩序需要,并以共同性的外部“输出”为指向。学术期刊涉足移动传播,实际上就是一种融媒体发展策略。它将传统纸刊以外的媒体平台纳入到期刊传播之中。而融媒体发展的基本路径,又是“把单一媒介的竞争力

通过资源共享、宣传互通、利益共融变成多媒介共有的竞争力”。<sup>[14]</sup>因此,移动端的特色源于学术期刊;同时,其“输出”也需要指向学术期刊及其宗旨、任务,努力促成学术期刊出版目标的实现及相关效果的提升。

作为刊、网、端之大矩阵的一个组成部分,移动端又必须注意与纸刊、网站等其他矩阵单元保持一定的差异性。此为矩阵思维的内涵,也是主流媒体的新媒体矩阵发展经验。这意味着学术期刊发展移动传播需要突破“界面”数量扩张理念的局限,朝多平台“共振”的方向发展。亦即,移动端不仅仅是刊、网所承载内容的又一呈现界面,而且更是一种拓展性存在,其面向刊物、网站等不易触及的应用场景,开发刊物、网站等难以覆盖的潜在受众,提供刊物、网站等无法实现的服务功能。简言之,移动传播体系应以“互补性”特质与刊、网等构成学术期刊传播的大矩阵。

实际上,这也是移动传播体系在现阶段保持生命力的应然选择。毕竟,媒介融合发展过程中,互补性融合的成功几率要远超越替代性融合。<sup>[15]</sup>

#### (二) 打造包含多元移动端的“体系”

学术期刊的移动传播,可以利用不同的新媒体资源,进入多种类型的平台,构建起涵括手机网站、APP、微博、微信、H5页面、小程序等不同端点,运行多个账号的矩阵体。就当前的媒介环境来看,这种多点化、体系化的移动传播服务具有一定的现实意义。

1. 虽然学术期刊属于专业化、小众化媒介,受众群体不易迅速扩展,但是多种移动端的共同存在有助于增加接

触机会与使用时长。而且在当前尚无法精确把握学术期刊移动端各类应用场景的情况下,“以量取胜”,借助不同平台及其差异化内容、风格等,满足受众在不同场景下的不同需要,也不失为一种提升传播效果的应对策略。

2. 多元端点的存在及其共振,能够形成氛围型感知与联动式推广的效应,有利于强化印象(尤其是品牌认知)和拓展覆盖面,增强用户黏性。如《金属加工》通过网站、微信公众号、APP、QQ群、“金粉商城”等的协同运作,不断扩大影响,在一定程度上,甚至进入了大众传播范畴的实践经验,即可视为一个成功案例。(图2)而且内容聚合类媒体技术及相应平台(如今日头条、百度客户端等)的发展,从某种程度上绕开了“订阅”这一限定条件,重构起以内容兴趣为枢纽的新型“阅读生态”,有激活各类型移动端传播力的潜力,成为各端点协同发挥作用、产生影响的有利条件。

3. 学术期刊移动端的矩阵化建设,也可视为应对未来移动互联流量“分流”的绸缪之举。随着注意力资源的增量空间渐趋捉襟见肘,新媒体领域的竞争势必加剧。与此同时,“短视频时代”与“视频叙事”等呼声日起<sup>[16]</sup>,亦得到



图2 《金属加工》杂志的媒体体系

现实市场的佐证, 显示出媒介习惯变迁的可能性似乎正不断提升。在此背景下, 尽管微信一家独大的地位仍显岌岌, 但潜在的强劲挑战始终存在并不时显现。<sup>[17]</sup> 因此, 多元化、组合式的开发(图3)也是在为因应主流移动端应用的转型或格局变动而增加更多的“备选方案”。

#### 四、学术期刊移动服务的矩阵式开发

在学术期刊移动端体系的具体建设上, 新媒体矩阵思维的价值仍体现在其差异化协同的基本理念上。结合学术期刊性质、特点及实践经验等, 其可演绎出丰富的发展思路, 为移动传播服务中的内容开发、应用方式与功能规划等提供启示。

##### (一) 以差异化为主旨实现内容提供矩阵化

在矩阵思维下, 学术期刊移动端的内容及其风格应彰显一定的差异化或区别性特征。

1. 注意与纸刊、网站的内容有所区别。就服务于专业需要的阅读来说, 多数场景下, 纸刊浏览或网络检索往往具有比移动端阅读更好的体验。那么, 移动端遵循“内容为王”的原则吸引用户, 就必须考虑其信息的独特性问题。其实这也与学术期刊移动端用户的客观需求相适应。如有调查发现, 学术期刊微信读者最希望看到的内容是“学科前沿动态相关信息”(近87%的用户关注于此), 而不是简单的期刊文章再现。<sup>[18]</sup> 又如, 《中国中药杂志》的微信公众号没有简单重复地推送刊物的专业论文, 而是将中药知识与养生、民俗甚或故事



图3 媒体矩阵

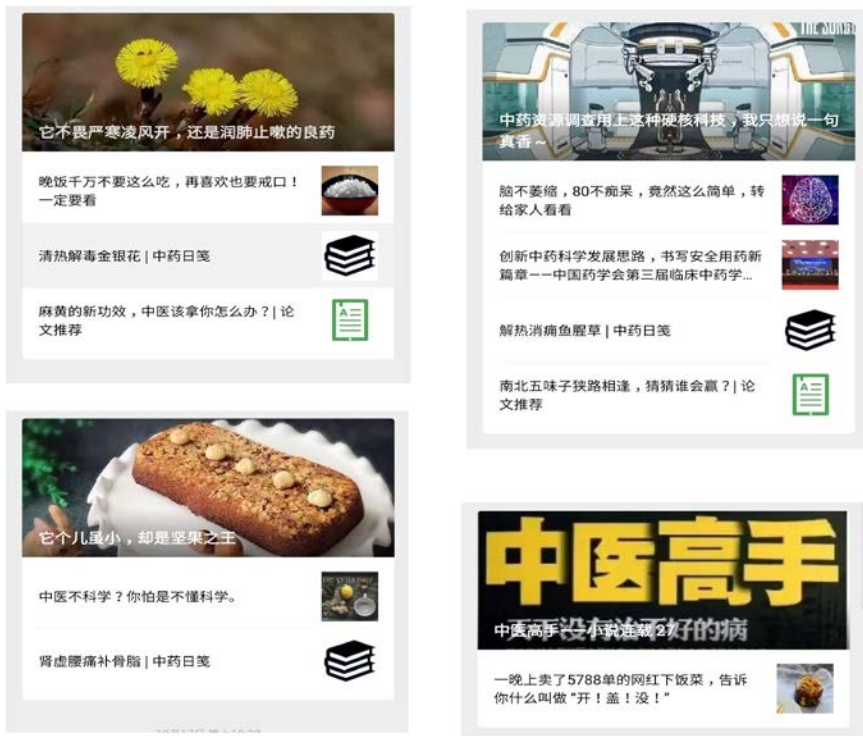


图4 《中国中药杂志》微信推送截图

等结合, 也因此受到读者欢迎。<sup>[19]</sup> (图4) 可以说, 差异化内容的提供, 既能促进学术期刊信息传播类型与题材的拓展, 也有利于提升部分移动端的使用体验, 增加相应用户的粘性。

2. 注意内容形式与风格的差异性。即借助新媒体的技术特点, 在文、表、图等之外重点开拓学术期刊在传统信

息传播中不常涉及的呈现形式, 如音频、视频(包括短视频)等, 丰富内容表现手段。如前述《金属加工》的移动知识服务平台(APP), 其大量提供视频类内容, 有时还运用直播形式, 形成全媒体呈现的整体效果。这既是对移动端传播技术潜力的开掘, 也符合媒介使用习惯演进的大趋势。此外, 移动媒体

端点毕竟不是传统刊、网界面，特别是“非官方”账号等与主刊的“距离”更远，这使其可在不甚影响学术期刊应有的专业、严肃形象的情况下，塑造“别样风格”，从而为满足不同受众心理开拓出空间。

3. 注意不同移动端之间的内容区别性。由于发展思路的问题，学术期刊同时而活跃地运行不同移动端的案例相对较少。但可以新发展起来的 OSID 开放科学计划为例进行考察：区别于论文提供、增强出版（附加材料、数据）等服务，其设置了作者的自我展示和对论文的介绍、问答互动等内容（图 5）或在论文、数据等材料（可能由网站或其移动页面提供）、摘要性或背景性信息（可能由微信公众号提供）等之外，进行个性化解说与有针对性的回复，从而打造了新的注意力焦点，并可使读者对研究成果有全面、深入的了解。显然，这也是实现知识服务宗旨，促进科研成果传播与运用的题中之义。

不同移动端发展不同类型、不同风

格的内容，仍是面向“拓展”这一目标。如，专业化信息主要凝聚以业缘、专业等为纽带的学术期刊传统读者；适应微博或头条等平台的用户特征、转化为科普内容或普通知识的、呈现形式多样且活泼的内容，则有可能从大众群体中争取到关注者和注意力，从而在更大范畴实现学术期刊的影响力和服务功能。

当然，区别化的内容开发需要予以统摄，以保证移动端新媒体矩阵的凝集力与秩序，而学术期刊的专业分工或出版宗旨等，显系贯穿不同类型内容的绝佳线索。

## （二）以特殊场景为指向实现应用方式矩阵化

移动端存在的意义，不仅在于提供了呈现论文及相关内容的又一界面，更因其新媒体技术特质而成为丰富学术期刊利用方式的重要抓手。

1. 学术期刊的移动传播应关注移动端的“人机一体”特性，努力发掘非专业、非正式、零散化等场景下的应用机

会。也就是着重面向传统刊、网等难以发挥作用的场景，拓展学术期刊阅读的可能性。如在视觉注意力难以调动或集中的行进间场景、多任务场景（如驾驶、整理物品时）下，用户专心翻阅刊物、浏览网页等行为多不具有现实性。此时，移动端基于自身的多媒体性质，开展语音类服务（输出或输入）便具有了特殊意义。针对此类场景的移动端服务，与刊、网的应用模式形成合理搭配，有助于促进学术期刊内容传播的弥散化，使读者“沉浸”于其媒体体系之中，从而拓展接触机会，强化接受效果。这体现的也正是通过矩阵化发展来提升媒体传播力的运营要求。

2. 学术期刊发展移动传播还应在展示优秀论文、促进科研成果传播与交流等传统目标之外，推动刊物资源利用方式创新及其效率提升。其核心逻辑在于借助移动新媒体的技术便捷性，促进学术期刊知识与人力资源的开发转化，使之能以多种方式直接地满足用户需要。如前述 OSID 开放科学计划中的读者、作者问答项目，基于简单的留言系统和移动端的随身性特点，激活了作者资源，在正规论文之外生产出更加具体、鲜活的信息，实际上反映出一定的拓展期刊应用方式的意味。更进一步，学术期刊移动传播体系中的各端点可以根据自身的技术特性与传播机制，针对不同场景灵活地开发和运用期刊资源。如，具有推送功能的移动端点，对专业内容进行筛选、精编，适时传递，以主动吸引用户注意力；而展示型移动端服务，则开发知识问答、智库咨询等项目。又如，订阅模式的移动端应用，突出专业性、行业性特色；而更具开放传播



图5 OSID 的语音内容与互动性内容

性质的应用,则注重专业知识的科普化、实用化。由此构建起的媒体矩阵,不仅能够充分激活学术期刊的知识资源,实际上也更好地实现了其应有的社会意义。

### (三) 以交互为枢纽实现服务功能矩阵化

移动端的技术特性,决定了其是当代媒介环境下功能集成性最强的信息终端。学术期刊移动传播体系建设,应充分利用媒介终端的软硬件基础,在信息呈现的传统功能之外,提供超越“呈现”这一传统媒介作用,更具“独特性”的功能。

从当前经验出发,以下功能值得关注:

1. 社交功能。自文艺复兴以来,学术期刊即表现出促进学者交往、打造学术共同体的功能<sup>[20]</sup>,其出版地也曾一度成为学理性场所,但是这种促进功能的间接性太强。而移动端及相关媒体现今已极富现实性地成为“人的延伸”,加之移动端社交媒体(紧密与个人身份和现实活动相联)的兴盛与媒体“泛社交化”等技术便利,移动传播体系具有使学术期刊的联系学术共同体之功能“直接化”“显性化”的现实能力,同时也能为便利作者、读者交流及其关系发展提供更好的支持。

2. 即时性信息处理功能。如人们在旅途中通过移动端阅读文献时,可能需要的文字识别、附属信息自动添加以及云存储等功能;又如在田野调查中,对即时性获取的数据进行初步运算或比对分析的功能,等等。简言之,此处所谓“即时性信息处理功能”,即面向学术期刊的刊、网、端等各类界面提供的信息,进行必要的加工处

理,以有效满足不同场景需求的各种工具性功能。<sup>[21]56-57</sup>

3. 扫描识别功能。即充分利用移动端的摄录、感应功能,实现基于移动端界面的信息拓展、应用方式升级以及物联效应等。这是移动端最具独特性的功能,如通过扫描二维码获取多种类型、多种形态的信息,通过摄像及识别使信息转化为可编辑文本等,都是刊、网这些传统媒介所无法实现的功能。又如当前增强现实(AR)的应用及其效果实现,几乎必须依托移动端才能实现<sup>[21]</sup>,故而也应成为学术期刊移动传播服务的重点关注方向之一。扫描识别及类似功能,其实反映了移动端服务在学术期刊传播与利用中的典型作用,打造出直接利用学术期刊的呈现型内容资源的工具性、技术性手段,从而减轻用户的精神性劳动,提高了他们的驾驭力和工作效率。

4. 凸显用户参与性的各种新颖功能,可能也将成为学术期刊移动端服务的突破点。如对于“Foldit”<sup>[22]</sup>“Eterna”<sup>[23]</sup>等网络科研游戏(以探索蛋白质分子结构的各种可能性为主要目的)来说,移动端实际上是最佳的应用平台,其适应零散性、非工作性场景的能力,以及随时可以调用的特性,有利于吸引用户灵活参与游戏,为科学项目贡献智慧;同时,这也是学术期刊发现科研成果和优秀作者的契机。诸如此类的项目,皆可成为学术期刊移动传播服务的成长空间。

前述诸多功能的核心要义乃是“交互”。科研工作者之间的交流是人与人的交互;而处理信息、扫描识别等,则可视为人与物(信息)的交互。无论何

种性质的交互,移动端在其中均扮演着以提升效率为主要功能的中介角色。这正是移动端功能的最大用武之地。移动端的的服务,使学术期刊所拥有的资源(如论文、作者、关系等)被多样化地调配与组合,从而发挥出更大的功效和更直接地适应极为广泛的需求。这种促进耦合性开发、实现协同性运作的功能,恰为刊、网、端及其资源构成的媒体矩阵提供了秩序,成为矩阵共振的催化剂。而且学术期刊移动传播体系的各组成部分,也应依据自身的新媒体特性,充分打造以某种功能为核心的竞争力。各自实现“专业化”,又各得其所,从而在移动端体系这一次级矩阵中形成共振,使展示性传播与交互性功能、其他应用相得益彰,共同提升实际传播效果。

## 五、关于学术期刊移动传播服务矩阵化发展的进一步思考

矩阵化是不同于集成化模式、多界面理念的规模性协同发展思路,因而有必要调整运营中偏向覆盖面扩张的思维模式,确立更为适合的发展原则。

### (一) 标举并贯彻“内容杠杆”意识

移动传播体系的构建,使学术期刊可以拥有数量众多的内容呈现“窗口”。不过,若是各窗口均呈现同一性内容(尤其是原始的论文),则难以符合矩阵思维的基本要求,而且对于基本受众相对固定的学术期刊来说,也并非有效率的传播策略。不同“窗口”展示不同的信息,才更有利于达成“扩展”的诉求,并适应不同类型的需求或场景。

“内容杠杆”是实现内容差别化、发挥矩阵化传播效力的现实方法。其基

本思路在于,通过对原始内容资源的“微调”,产出与不同移动端平台、账号的特点相适应的不同信息,从而更直接、更有针对性地满足相应端点的受众,产生极大提升接受效果的撬动效应。例如,面向社交属性较强的移动端应用,可充分开发作者信息、作者问答等资源;对于适应“急迫场景”<sup>[2156]</sup>的端点,采用核心观点摘选、成果汇编的方式;在大众化、开放性色彩较浓的平台或账号中,则着力寻找并呈现内容资源中的普通性知识或科普性成分等。进一步说,这也给学术期刊编辑工作者发挥主体性、创造性提供了机会。

### (二) 深入研究移动新媒体的传播机制

根据麦克卢汉的理论,传播形态、媒介技术与人的感知模式之间有着密切关联。<sup>[24]</sup>换言之,不同的移动端平台、应用,有其对应的接受倾向和致效机制。伊莱休·卡茨等虽指出,传播效果是覆盖面与接受度的乘积,但其为这一公式设定了先决条件——相应媒体能够充分发挥效力<sup>[25]</sup>。而这个条件的实质,仍是媒体平台传播机制的最大化实现。

因此,探究并掌握不同移动传播端点的特质,是实现其传播力的重要基础。一方面,这适应“内容杠杆”的要求,是不同类型信息适应特定端点“窗口”的前提。例如,在与内容聚合类软件密切相关的移动端平台上,关注信息“标签”的设置或表达方式(尤其是标题)的“热点关联性”等倾向就是该逻辑的体现。另一方面,其也有助于现实性地打造移动端服务的应用模式与功能矩阵。如工具性应用、信息处理功能等,

可通过发掘移动端小程序的潜力而更好地实现,并利用二维码之类的技术与内容展示型移动端点实现便捷关联等。当然,此目标的更好实现,有赖于大量理论研究和应用经验的积累总结。

### (三) 矩阵建设融入期刊集群化发展

我们必须承认,移动传播矩阵化体系的建设,受制于学术期刊的规模、资源等硬性限定条件,有一定的“门槛”。不过学术期刊、科技期刊的集群化趋势,提供了绕过资源瓶颈,依托集群力量打造移动端矩阵体系的机遇;同时,移动传播矩阵体系的形成,也能对期刊集群化的进一步发展起到助推作用。

具体来说,首先,在期刊聚合的同时,一并开展期刊移动端平台、账号等的整合。此时,可延续“一刊一端”的常见状态,而在集群的层面上打造多端点构成的移动传播矩阵。由于我国学术期刊的集群化发展多以专业、学科或某一出版单位为核心<sup>[26]</sup>,天然形成了矩阵的统摄性“主体”,所以移动端整合的重点主要在于各刊端点差异化分工的调整。其次,面向移动传播矩阵的维护,实现集群内期刊的资源互通共享。即为保证各端点分工,在集群内调用内容、作者、编委、经验乃至人力、技术等各种资源。进而,随着矩阵运行的稳定以及互通机制的磨合,尝试开发以新的应用模式和服务功能为指向的移动端。

实际上,以集群为主体的移动端体系建设及其矩阵化运行,规避了因体制局限而造成的期刊(纸刊)层面的隔阂问题<sup>[27]</sup>,而在移动传播这一新层面上构建起具有学术期刊特色的信息处理

“中央厨房”。这既符合媒介融合发展的基本逻辑,同时又有助于反推主刊层面的深度聚合,将其融合发展提升到一个新的高度。

### 结语

2019年1月,习近平总书记在视察《人民日报》“中央厨房”和新媒体中心后发表重要讲话,要求“通过流程优化、平台再造,实现各种媒介资源、生产要素有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通,催化融合质变,放大一体效能”<sup>[28]</sup>,指明了媒体事业的融合发展方向,廓清了社会文化与信息传播的未来格局。

开发移动传播服务,正是学术期刊顺应媒体融合、媒介习惯变迁之历史趋势,更好服务科研、服务社会的重要战略。新媒体矩阵的经验与理念,因其整合媒介资源、放大传播效能等特点,提供了体系化发展的思路,可以成为充分发挥移动传播优势、提升学术期刊传播力的可参考方案。当然,矩阵化只是方案之一,与集成式移动端建设、多界面并行思路等并不是非此即彼的关系。而且在如何更具体地实现矩阵化的问题上,还需依托实践和进一步的理论研究,通过不断总结,深入思考,切实促成学术期刊在融合出版和全媒体传播过程中提升服务力、影响力、传播力的目标。

### 参考文献

- [1] 中国互联网信息中心.第44次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL].[2019-3-28].[http://www.cac.gov.cn/2019-02/28/c\\_1124175677.htm](http://www.cac.gov.cn/2019-02/28/c_1124175677.htm), 2019: 9-12.

- [2] 李广欣. 场景理论下的学术期刊移动端服务 [C]// 中国科学技术期刊编辑学会, 等. 第十六届 (2018) 全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会论文集. 北京: 北京万方数据股份有限公司资源合作中心, 2018.
- [3] 王妍, 陈银洲. 基于移动应用的学术期刊知识服务模式与策略 [J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28 (10): 929-935.
- [4] 孙丽华, 徐冬梅. 学术期刊与移动互联网技术融合探析 [J]. 编辑学报, 2016, 28 (2): 175-177.
- [5] 余敏. 科技期刊 App 制作方法探析 [J]. 科技与出版, 2015 (12): 80-83.
- [6] 张义, 何洪波, 陈怡平. 移动客户端在科技期刊上的应用——以“科学秀”为例 [J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27 (9): 963-968.
- [7] 李广欣. 微信小程序在科技期刊移动端服务中的应用 [J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29 (8): 806-812.
- [8] 丛挺, 明蔚, 张蕾, 等. 移动场景下学术期刊跨平台传播的实证研究 [J]. 出版科学, 2019, 27 (3): 74-81.
- [9] 王雅娇, 王佳, 杨建肖, 等. 学术期刊 App 的困境及对策 [J]. 中国科技期刊研究, 2019, 30 (3): 264-270.
- [10] 周华清. 科技期刊的移动优先出版模式研究 [J]. 科技与出版, 2017 (1): 78-83.
- [11] 郭沁, 徐枫, 黄宝忠. 从相加到相融: 中国学术期刊全媒体融合发展进程 [J]. 科技与出版, 2018 (5): 6-12.
- [12] 刘芬, 周云. 新媒体矩阵传播之道——基于 358 个主流传统媒体的样本分析 [J]. 新闻战线, 2017 (13).
- [13] 谢新洲. 媒介经营与管理 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2011: 319-321.
- [14] 杨世宏, 陈堂发. 媒介融合背景下的媒介产业集团化与集群化研究 [J]. 出版广角, 2017 (20): 80-82.
- [15] 阿兰·B. 阿尔瓦兰. 传媒经济与管理学导论 [M]. 崔保国, 杭敏, 徐佳, 等, 译. 北京: 清华大学出版社, 2010: 421-423.
- [16] 周勇. 短视频的大时代 [J]. 新闻与写作, 2019 (6): 1.
- [17] 抢食微信流量! 用户增长瓶颈期, 今日头条押宝飞聊 [EB/OL]. [2018-12-20]. [https://www.qichacha.com/postnews\\_b4013ed98c1d901105886f6037d33926.html](https://www.qichacha.com/postnews_b4013ed98c1d901105886f6037d33926.html).
- [18] 刘丹, 苟莉, 王雁, 等. 医学期刊微信公众号用户需求调查分析——以《中国修复重建外科杂志》为例 [J]. 编辑学报, 2018, 30 (4): 406-409.
- [19] 陈晓堂. 科技期刊微信公众号的内容策划 [J]. 科技与出版, 2018 (8): 110-115.
- [20] Elizabeth L. Eisenstein. The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1979: 575-635.
- [21] 徐玲英. 科技期刊出版中嵌入 VR/AR 技术的必要性和可行性分析 [J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28 (6): 532-537.
- [22] The Science Behind Foldit [EB/OL]. [2019-7-1]. <https://fold.it/portal/info/about>.
- [23] What is Eterna [EB/OL]. [2019-7-9]. <https://eternagame.org/web/about>.
- [24] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介: 论人的延伸 [M]. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2000: 46.
- [25] Elihu Katz, Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications [M]. New Jersey: Transaction Publishers, 2006: 207.
- [26] 杨春兰. 我国学术、科技期刊集群化建设研究 [J]. 中国编辑, 2016 (4): 43-48.
- [27] 胡俊健, 张春强, 张益坚. 科技期刊集群式发展路径探析 [J]. 科技与出版, 2015 (4): 86-91.
- [28] 习近平. 加快推动媒体融合发展, 构建全媒体传播格局 [J]. 求是, 2019 (6): 4-8.