

本文引用: 张燕, 陆静, 任喻薇. 融合传播视域下中医药期刊创新发展策略研究[J]. 湖南中医药大学学报, 2024, 44(8): 1505-1509.

融合传播视域下中医药期刊创新发展策略研究

张燕¹, 陆静^{2*}, 任喻薇³

1. 马来西亚世纪大学, 吉隆坡 47810; 2. 中国中医药报社, 北京 100101; 3. 河北传媒学院, 河北 石家庄 050010

[摘要] 中医药期刊作为传播中医药信息和文化的主要媒介, 在推动中医药领域学术交流与文化遗产方面扮演着重要角色。随着媒介融合发展的纵深推进, 中医药期刊需要更加精准的策略指导, 以更好地发挥其在中医药科研领域的引领、示范作用, 从而满足学术界及社会公众的需求。本研究围绕中医药期刊融合传播发展现状及存在问题, 提出内容创新、平台建设、人才培养、国际化发展4个层面的融合传播策略。

[关键词] 中医药文化; 中医药期刊; 融合传播; 高质量发展

[中图分类号]R2

[文献标志码]A

[文章编号]doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2024.08.022

Innovation and development strategies of TCM journals under the perspective of integrated communication

ZHANG Yan¹, LU Jing^{2*}, REN Yuwei³

1. SEGi University, Kuala Lumpur 47810, Malaysia; 2. China News of Chinese Medicine, Beijing 100101, China;

3. Hebei Media College, Shijiazhuang, Hebei 050010, China

[Abstract] As the main medium for disseminating information and culture of Chinese medicine (TCM), TCM journals play an important role in promoting academic exchanges and cultural inheritance in the TCM field. With the deepening of media convergence development, TCM journals need more precise strategic guidance to better fulfill their leading and demonstrating roles in the field of TCM scientific research, so as to meet the needs of the academic community and the public. This study focuses on the current situation and problems in the development of integrated communication in TCM journals, and proposes integrated communication strategies at four levels: content innovation, platform construction, talent cultivation, and internationalization development.

[Keywords] TCM culture; TCM journals; integrated communication; high-quality development

在全球化和信息化的大背景下, 媒介融合作为一种不可逆转的发展趋势, 正在深刻地影响着传统媒体的生态格局。自2014年中国政府将媒介融合发展提升为国家战略以来, 各行各业, 特别是学术出版领域, 开始积极探索跨媒体、跨平台的内容传播新模式。在这一过程中, 中医药期刊作为传承和创新中华

优秀传统文化的重要载体, 承载着将中医药知识和文化推广到全球的使命, 其在融合传播时代的角色和作用愈发凸显。随着数字技术的快速发展, 尤其是移动互联网和社交媒体的广泛应用, 中医药期刊面临着前所未有的挑战与机遇。一方面, 融媒体技术为中医药期刊提供了更为广阔的传播平台和形式, 使

[收稿日期]2024-03-19

[基金项目]2023年度中华中医药学会期刊项目(XH-QKBGS-202301)。

[通信作者]* 陆静, 女, 硕士, 主任记者, E-mail: lujing7171@qq.com。

得中医药知识的传播更加多元化、互动化;另一方面,如何在快速变化的媒体环境中保持学术权威性和专业性,同时实现内容的创新和优化,成为中医药期刊发展的关键挑战^[1]。此外,中医药学科作为一门历史悠久的传统医学,其知识体系复杂,文化内涵丰富。在全球健康治疗体系中占有独特地位的同时,如何通过现代媒体技术有效传播中医药学术成果和文化精髓,不仅对于中医药学科的国际化发展具有重要意义,也对全球医学多样性和文化交流贡献着积极力量。基于此,本文将在深入分析中医药期刊融合传播现状的基础上,探讨其面临的主要挑战,着重研究如何通过融合传播策略实现中医药期刊的创新发展。

1 融合传播的概念辨析

融合传播是现代传媒学领域的一个关键概念,涉及技术、内容、平台和受众的综合整合。这一概念源自信息通信技术的迅猛发展,尤其是数字化和网络化的普及,使得原本孤立的媒体形式和传播方式趋向于交互和融合。Henry Jenkins 在《*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*》中阐述了融合传播的文化影响,指出新的媒体环境使消费者不仅是内容的接收者,也成为内容的创造者和扩散者^[2]。

融合传播的实质涵盖技术融合、内容融合、平台融合以及受众融合4个维度。技术融合指的是不同媒体技术的相互融合,例如互联网、广播和电视的技术交叉使用;内容融合涉及跨媒体的内容制作和发布,使得单一内容可以通过多种形式在不同平台上呈现;平台融合则是指多种媒体平台的功能和服务在单一平台上的整合;受众融合强调的是受众在媒体消费过程中的多样角色,他们不仅是内容的接受者,还可能是内容的创作者或批评者。这种融合不仅改变了传统媒体的生态,还重塑了媒体的消费和生产方式^[3]。

在中医药期刊领域,融合传播提供了一种新的发展策略。通过整合传统和现代传播技术,中医药期刊可以更有效地触及广泛的受众,提供更加丰富和互动的内容。例如,将专业的中医药知识通过视频教程、在线研讨会和互动问答等形式呈现,能够吸引更多年轻受众并提高其参与度。此外,社交媒体的利用可以增强读者的忠诚度和活跃度,形成在

线社区,促进信息的深入交流和传播^[4]。

综上所述,融合传播作为一种跨领域的传播方式,对中医药期刊的发展具有重要的理论和实践意义。期刊可以利用这一策略,不仅增强其内容的吸引力和可访问性,还能在全球化的背景下扩大其影响力和竞争力。未来研究可以进一步探索融合传播在不同媒体和文化环境中的应用,以实现中医药知识的全球传播和普及。

2 中医药期刊融合传播发展现状及存在问题

2.1 内容趋向多样化拓展,但整体创新性略显疲态

近年来,中医药期刊在融媒体内容拓展方面取得了显著进展,主要表现在通过多种融媒体平台发布内容、探索多样化的内容形式与风格,以及覆盖更广泛的主体。一些期刊通过社交媒体发布短视频系列普及中医药知识,或利用图像和动画解释复杂的中药配方和作用机制,有效地扩大了传播渠道并增加了内容的互动性和可接受性。然而,这些探索虽在形式上表现出多样性,却在内容的深度和科学性方面显现出一定的不足。举例来说,某期刊在微信公众号发布的“冬季养生”系列虽吸引广泛关注,但大部分内容仅提供基础生活建议,缺乏深入探讨中医理论及其与现代医学验证的结合。此外,内容的同质化也是当前中医药期刊面临的重要挑战。许多期刊在追求广泛传播和吸引点击率的过程中,往往重复使用表面化的健康提示和广泛已知的养生知识,缺乏创新和个性化的深度内容。这不仅限制了期刊在学术和专业领域的发展,也影响了其在公众中的信誉和权威性。尽管融媒体技术为内容更新和用户互动提供了新的可能,但众多期刊并未充分利用这些技术的优势。例如,通过数据分析来调整内容策略或增强用户参与度,导致内容更新缺乏创新性和针对性。这一现象指向一个核心问题:为了真正提升中医药期刊的学术影响力和公众吸引力,仅在内容形式和传播渠道上的多样化尝试是不够的。期刊还需要加强内容的质量和科学性^[5],积极利用现代技术手段进行深入的科学论证和读者互动,以实现内容与形式的深度融合,并有效推动中医药知识的广泛传播和应用。

2.2 融媒体平台建设良好,但矩阵化传播深度尚浅

当前,大多数中医药期刊已经深刻认识到融媒体平台的重要性,纷纷建立官方网站和微信公众号,

乃至在视频和资讯平台如抖音和今日头条上积极布局,展示了中医药期刊对融媒体平台建设的积极姿态。然而,单纯的平台多样性并不直接等同于矩阵化传播的成熟与深入。矩阵化传播指的是一个综合的、系统的传播策略,它涉及在多个平台上发布内容,但每个平台上的内容都是根据该平台的特性和受众偏好精心设计的,以实现最大的传播效果和受众参与^[6]。以一家典型的中医类期刊为例,尽管在微信公众号、微博和头条等多个融媒体平台均设有账号,其内容创作却普遍聚焦于中医药的健康理念与保健知识的传递,暴露出中医药期刊在进行矩阵化传播时,仍处于较为初级的阶段。这些期刊未能充分挖掘融媒体各渠道的独特优势,如抖音的短视频形式适合更生动、互动的内容展示,而今日头条则适合更深入的文章和分析。缺乏针对不同受众的定制化内容和互动策略^[7],导致其传播效果和互动程度有限。此外,尽管大部分中医药期刊的官方网站提供专业知识和投稿指南,但往往缺乏及时更新和受众互动,内容单一且更新滞后,难以吸引持续关注。而社交媒体账号因缺乏专业运营,也面临内容形式单一和反馈不及时的问题,导致活跃度不高,难以形成有效的用户参与^[8]。这表明,中医药期刊在融媒体传播策略上还需要深化理解和实践,通过加强内容创新和提高互动质量,真正实现矩阵化传播的深度和广度。

2.3 人才培养意识已增强,但复合型人才缺口过大

随着融媒体技术的迅速发展,中医药期刊逐渐认识到掌握融媒体技能对于编辑和撰稿人员的必要性。为此,一些领先的中医药期刊已经开始强化对相关知识和技术的内部培训,体现了人才培养意识的增强。这些培训通常涵盖从基本的数字内容管理到复杂的社交媒体策略,旨在提升编辑团队的融媒体运营能力。例如,通过组织定期的融媒体工作坊和邀请有经验的融媒体专家进行专题讲座,期刊能够确保其团队不仅理解融媒体的操作技巧,而且能够有效地利用这些技术来扩大中医药知识的影响力。尽管这些培训项目在提升技能方面已取得进展,但在深度和广度上仍不足以满足对跨学科复合型人才的高需求,这一缺口仍然存在于行业中^[9]。大部分中医药期刊的编辑团队主要由中医药学领域的专业人才组成,他们熟悉学科理论和研究方法,但在融媒体编辑和传播技能方面缺乏足够的实践经验。这种

技能缺口表现在,尽管团队可以通过微信公众号使用短视频等形式进行中医药科普,但内容在创新性和互动性方面还有较大的提升空间。因此,构建一个既了解中医药专业知识又熟悉融媒体传播策略的复合型人才队伍,是中医药期刊发展的关键。此外,为了在国际市场上提高认可度,精通中医药知识的翻译人才也至关重要。中医药的知识体系深邃且复杂,需要有高水平的翻译人才来确保信息传达的准确性,任何翻译上的微小偏差都可能导致理解上的巨大误差。因此,专业翻译人才的培养和引进是实现中医药期刊国际化战略的另一个重要方面。

2.4 国际化进程不断推进,但学术认可度亟待提高

随着全球对中医药研究的日益关注,中医药英文期刊已成为传播中医药文化的重要媒介和平台。这些期刊不仅覆盖了从中医药基础研究、临床实践到药理学和药物发现等广泛领域,还向国际学术界提供了大量的中医药科研成果。根据《中国科技期刊发展蓝皮书(2022)》的统计,2016年至2020年间,中医药英文期刊的数量已增至23本,年发量在40至200篇之间,覆盖中医、中药、结合医学、针灸推拿及中医文化等多个细分领域。融媒体技术的发展为这些期刊提供了更广泛的传播渠道。通过互联网和社交媒体平台,这些期刊不仅可以轻松地被全球的研究者和学术机构获取,还能促进国际间的学术交流与合作。社交媒体的普及也有助于期刊通过各种推广和宣传活动,更有效地吸引全球读者。然而,尽管取得了一定成绩,中医药英文期刊的学术认可度仍需提高。科睿唯安(Clarivate Analytics)的最新引文数据显示,目前中国大陆出版的中医药英文期刊中仅有5本被SCI收录,且这些期刊的影响因子普遍低于5,表明其国际学术影响力有待加强。此外,中医药英文期刊在国际化过程中面临多重挑战。首先,语言障碍是一大问题,期刊需要解决中医药学特有术语和理论的英文表达不足的问题,以提高文章的语言质量和科学性。其次,由于国际读者对中医药的认知和接受度相对较低,期刊必须注重提升研究的质量和科学性,发布具有权威性和可靠性的研究成果。最后,中医药期刊的国际化进程也因缺乏国外作者、国际化的编审团队和国际学术交流的机会而相对缓慢。综上所述,虽然中医药英文期刊在推进国际化和提升国际影响力方面已取得进步,但仍需克服多方面的挑战,以进一步提高其学术认可度和

国际地位。

3 中医药期刊融合传播发展创新策略

3.1 组建数字期刊平台,创新内容生产方式

在智能终端普及下,中医药期刊要在传播过程中探索“一种内容,多种载体,复合出版”的出版模式,丰富传播渠道。例如增加独立网站、微信公众号、微博平台、客户端等出版渠道,将传统纸质期刊的内容全文数字化,提供开放获取的功能与服务,并尝试多渠道融合发展。在内容分享、收藏、转载、引用格式提取等层面,实现传播渠道间的深度融合,进一步增强中医药期刊的影响力。此外,通过借助大数据和人工智能技术,中医药期刊可以分析读者的兴趣、偏好和阅读历史,为每位读者提供个性化的推荐内容^[9]。量身定制的个性化服务不仅能够更精准地满足用户的需求,也会成为持续提高用户的阅读体验和满意度的有效手段。比如期刊《中国药房》,从2018年始开拓性发展网络版后,实现了从单一数字化到多元数据化的转变,数据化期刊发展可有效避免纸质版与数据版出版的同质化问题,尤其在特定的主题,比如儿童用药专题、抗癌药专题、新型冠状病毒感染专题。从内容上兼顾视频采访、音频访谈、图文信息、政策解读、视频教育、药学科普等内容为一体,在药学行业以及药学类期刊界具有极高的知名度及新颖性。

3.2 打造社交媒体矩阵,精准触达目标受众

中医药期刊与微博、微信、Twitter、Facebook等新型社交媒体的深度融合,激活、创新中医药内容呈现与传播方式,可有效拓宽中医药期刊的传播渠道,从而争取更多展现在受众面前的机会,扩大受众接收范围,由此提升中医药期刊的传播效率。其次,中医药期刊要突破小众化传播局限,在增强内容吸引力之外,重视融媒体对中医药内容的深加工与再创作。此外,对不同需求的受众进行信息传播与共享,仅依靠各期刊的官方账号不能满足用户需求,中医药期刊在多媒体化的过程中应该组建个性化社交媒体矩阵,各平台账号相互关联,多角度差异化定位,在顶层设计统一的情况下针对性地推进分众传播。比如期刊《中医杂志》,近年来积极探索融媒体全方位转型,目前已具备多种形态的数字化传播媒介和手段,形成了传统纸媒+融媒体+数字出版的全方位发展模式,极大地提高了办刊能力及出版效率,

并显示出显著的传播效果。在融媒体运营与建设方面,通过对《中医杂志》微信公众平台、小程序、融媒体数据库的建设,实现了多功能菜单建设,完成了学术信息发布、期刊动态展示、作者投稿相关培训等板块的功能分区;开通网络优先出版、单篇定制等绿色通道,对传统纸媒单向输出模式进行了有益补充,且避免了出版时效问题对时效性较强论文的学术价值的影响。在传播效果方面,近年来国内纸刊阅读量虽有小幅度下降,但网络浏览及下载量却有大幅度增长。据中国知网统计数据,《中医杂志》在2020、2021年的网络下载量分别达107.1万次、99万次,均遥遥领先于同类期刊。

3.3 构建多方协同机制,培育融媒编辑队伍

随着媒介深度融合的不断推进,对中医药期刊编辑人才的要求也有了更高标准,如编辑人员综合素质的提高、融媒体平台编辑人员的培养、骨干编辑的储备、老中青队伍结构的稳定等,成为了每个中医药期刊亟待解决的发展问题。首先,中医药期刊管理部门需要转变办刊理念,分配资金、人力资源用于推动期刊开拓融媒体业务。以资源共享的方式,构建多方协同机制,推动多本相关联的学术期刊共建传播矩阵。其次,优化和调整编辑人员技能结构与岗位设置。融媒体技术的快节奏更新换代,导致传统中医药期刊编辑面临知识结构过时、信息储备匮乏、技术能力不强等诸多挑战。因此,为不被行业所淘汰,中医药期刊编辑更需努力提升自身专业素养,跟上融媒体时代发展的步伐,并补充融媒体编辑人员。此外,期刊应实行学者型编辑与专业型编辑合作协同办刊的模式,根据岗位职业分配主管业务,并设置独立的融媒体工作室^[11]。最后,中医药期刊英文编辑是期刊编辑部的重要工作人员,在中医药学术的对外交流传播中起到至关重要的作用。中医药期刊英文编辑主要负责英文期刊翻译、润色及编辑排版工作。这些工作内容要求中医药期刊英文编辑必须从中医药专业知识、英文编辑能力、传统文化修养等方面不断提高自身素质,以便更好地推动中医药期刊的国际化。

3.4 建构国际话语体系,多维传播中医文化

构建中医药文化海外传播话语体系,需要遵循科学性和可信度原则,强调多方合作与资源整合^[12],注意文化特色不能丢。中医药文化传播同时需要关注受众需求和文化差异,更好地推动中医药文化的海外传播,从根本上消除中医药污名化,提升中医药

国际影响力及认可度。首先,作为中国传统文化的重要组成部分,中医药拥有独特的理论体系、诊疗方法和药物资源。因此,在海外传播过程中,中医药期刊需要通过清晰准确的话语体系,向国际社会传递中医药的文化特色和传统价值,使其能够更好地理解和接受中医药文化^[13]。同时,构建中医药文化海外传播话语体系,需要关注受众需求和文化差异,了解他们对中医药的关注点和兴趣,以便更好地定位传播内容和方式。其次,中医药的实践经验和理论基础需要以科学的方法进行解读和传播,以确保传播内容的准确性。同时,中医药传播话语体系中的信息要具有可信度,需要基于权威的研究和实践成果,避免夸大宣传和虚假信息出现。此外,对于中医药领域的学术期刊来说,探索适合该学科的评价体系至关重要。这一体系应突出中医药的优势,在标准化体系之上结合中医药个性化元素,以独特定制的评价体系完美适配中医药文化传播,促进中医药的多元化国际传播,提高中医药学术质量。例如,建立一个独特的跨学科综合学术评审系统,以多学科专家和中医专家建议为指导意见,对中医药期刊学术成果进行评审。最后,在进行中医药文化海外传播时,需要注重多方合作与资源整合。中医药的传播需要不同领域和专业人士的努力,包括中医药机构、学术界、传媒机构和政府部门等。通过各方的合作,可以整合资源、共享信息、提高传播效果,推动中医药文化在海外的传播^[14]。例如,《中医药通报》杂志借助厦门“一带一路”及对东南亚及台港澳区位优势,积极打造海内外中医药学术交流平台。创刊以来,共有5位院士、16位国医大师在期刊发表论文共计163篇;发表海外中医药同仁的论文30余篇,多次刊登台湾中医药学者的论文,为推动海峡两岸中医药学术发展做出了积极贡献。

4 结语

媒介融合发展是中医药期刊提升传播效能的重要机遇。作为一项战略举措,媒介融合为中医药期刊制定了明确的政策指引与支持方向,同时也为其开拓新的发展路径提供了无限可能性。在不断演进

的信息技术与传媒格局中,中医药期刊应紧密把握媒介融合发展契机,深化战略规划,积极推动传媒资源的整合与高效利用,广泛拓展传播影响的辐射范围,持续提升传播效果与影响力。同时,中医药期刊还应坚持以创新为灵魂的思维导向,积极开拓新的传播途径与方式,为中医药文化的传播与推广赋予更加独特的意义。

参考文献

- [1] 刘仪辉, 余亚微. 新媒体时代中医药文化传播的现状与对策建议[J]. 科技传播, 2019, 11(21): 174-176.
- [2] JENKINS H. Convergence culture: Where old and new media collide[J]. Revista Austral de Ciencias Sociales, 2011, 20: 129-133.
- [3] FLEW T, LIU B, MERTEN K, et al. Media convergence[J]. Postcolonial Studies Meets Media Studies: A Critical Encounter. Germany: Transcript Verlag, 2016: 25-42.
- [4] RAO S. Media and Communication Research Methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches[J]. Journalism & Mass Communication Educator, 2002, 56(4): 73.
- [5] 惠小珊, 张振鹏, 刘咏梅, 等. 科学传播对中医药文化影响刍议[J]. 世界科学技术: 中医药现代化, 2022, 24(10): 3667-3672.
- [6] ROWLAND C. Communication matrix: Description, research basis and data[J]. Oregon Health & Science University September, 2012: 1-6.
- [7] 张舒文, 闫剑坤, 张文华, 等. 全媒体下中医药文化传播的探索[J]. 中国中医药现代远程教育, 2021, 19(15): 62-64.
- [8] 王冀宁, 张兴旺, 王 磊. 新媒体环境下国内中药信息传播存在的问题及控制策略研究[J]. 医学与社会, 2023, 36(2): 96-101.
- [9] 张 媛, 欧阳静. 媒介融合视域下中医药文化传播的困境及对策研究[J]. 中国医药报, 2020, 17(26): 190-192, 196.
- [10] 朱伟珍, 甘 泉, 李 莉, 等. 大数据视域下加快推进数字中医药的发展路径探讨[J]. 中医药管理杂志, 2022, 30(24): 164-166.
- [11] 许静荣, 王朝阳, 姚群峰. 中医药文化国际传播人才培养模式研究[J]. 时珍国医国药, 2022, 33(9): 2246-2248.
- [12] 刘 佳, 毛国强. 融媒体视域下中医药文化的传播路径研究[J]. 天津科技, 2021, 48(6): 31-35.
- [13] 叶 晓, 陈云慧, 陈 骥, 等. 中医药海外传播的文化变迁机制研究[J]. 医学与哲学, 2021, 42(22): 66-69.
- [14] 张 星. “一带一路”背景下中医药文化传播路径研究: 评《中医文化蓝皮书: 中国中医药文化传播发展报告(2016)》[J]. 新闻爱好者, 2019(8): 112.

(本文编辑 禹纯顺)