

# 手机报科技传播发展研究

——以中国移动手机报为例

王培志

(中国科学院研究生院人文学院, 北京 100049)

**[摘要]** 手机报的发展, 拓展了科技传播的发展领域, 使人们在日常的生产和生活中更加便捷地获取科学知识和信息。本文在网络调研和案例分析基础之上, 对手机报科技传播的发展历程、传播内容、现状问题等方面进行了剖析, 期望能够为新媒体背景下科技传播提供有益的建议。

**[关键词]** 手机报 科技传播 现状 建议

**[中图分类号]** N4

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1673-8357(2011)01-0038-06

## Research on Science Communication in Mobile Newspaper: A Case Study of China Mobile Newspaper

Wang Peizhi

(College of Humanities & Social Sciences of GUCAS, Beijing 100049)

**Abstract:** Mobile newspaper is developing rapidly. It expands the field of science communication, especially in the aspect of obtaining science knowledge from mobile newspaper. This article analyzes several issues related to science communication in mobile newspaper in terms of historic overview, content, current situation, problems and so on, which could bring forth some useful suggestions for science communication in new media.

**Keywords:** mobile newspaper; science communication; situation; suggestions

**CLC Numbers:** N4

**Document Code:** A

**Article ID:** 1673-8357(2011)01-0038-06

手机报为手机用户提供科学技术知识和信息, 属于科技传播的范畴, 也是手机报重要的传播功能之一。“近年来, 手机媒体在信息传播、娱乐互动和催生新的产业经济等方面都有不俗的表现, 在传统媒体、互联网的融合和其自身的不断创新中, 逐步显现出作为一个媒体应有的独立自主的地位<sup>[1]</sup>”, 而手机报是其中最为活跃的主力军。

关注手机报科技传播功能是十分必要且重要的, 它能为全民科学素质提升提供更广阔的渠道。与互联网、电视等传统媒体相比, 手机

获取信息的时间、空间成本要低廉得多, 这使得科学内容更容易到达信息匮乏的人群; 手机报科技传播内容不但能够满足公众工作、生活等多方面需求, 而且借助手机报业已形成的产业链条, 能够带动巨大的经济效益, 建立起科技传播的阵地; 同时从传播的源头上可以很容易地净化不健康内容, 在抑制手机低俗产品、破除迷信、促进科学传播方面有很重要的作用。

当前对手机报业务方面的实践研究较多, 而对手机报科技传播的研究非常少。本文尝试在网络调研和案例分析基础之上, 对手机报科

收稿日期: 2010-11-15

作者简介: 王培志, 中国科学院研究生院人文学院硕士研究生, 主要研究方向为新闻与科技传播, Email: bjwpz@sohu.com。

技传播的发展历程、传播内容进行梳理研究,对现状及其问题进行分析,在总结的基础上提出发展的建议。

## 1 手机报科技传播发展历程

### 1.1 非科技类专业手机报

非科技类专业手机报,虽然不是以科技主题命名、传播科学与技术知识为主旨,但是非科技类手机报中科学技术类栏目和内容标志着最早的科技传播的实践的开始。

#### 1.1.1 起步阶段

“2004 年是中国手机报发展的元年,北京好易时空公司和《中国妇女报》推出全国第一家手机报《中国妇女报·彩信版》。”<sup>[4]</sup>它虽然是以新闻传播媒介的身份出现的,但是《中国妇女报》中的医药健康信息就属于科技传播的内容。医学健康类科技知识成为手机报科技传播实践的最早内容之一。

2004 年,重庆报业集团与移动、联通的合作带动了地方手机报业务的兴起。2005 年广东日报集团与广东移动合作推出《信息时报手机报》,其《食尚养生》栏目向用户推送医学健康相关的科学知识。2006 年,《无锡手机报》、《潇湘晨报》等一批包含科技栏目或内容(主要是医学健康方面)的地方手机报出现。2005 年 12 月,鲁中晨报和淄博移动公司举行仪式,联手推出鲁中地区第一份手机报——《鲁中手机报》,经过 2006 年改版,《科技新知》成为《鲁中手机报》的固定栏目,也是迄今较早的以科技主题命名栏目的一家手机报。

2006 年底,地方手机报业务的实践让全国性报社和主流媒体也加入了全国手机报发展的业务大军中。《新闻早晚报》、《新华手机报》等包含科技栏目或内容的全国手机报相继出现。如《新闻早晚报》中的《学堂》栏目和《新华手机报》中的《生活百科》栏目。其栏目内容依然集中在医学健康领域。

#### 1.1.2 发展阶段

自 2006 年以后,手机报进入发展的繁荣期,这一时期也是科技传播内容不断扩散和深化的发展时期,虽然科技传播的内容一开始局限于医学健康很小的范围,但是随着 2007 和

2008 年的发展和调整,对信息内容和用户挖掘的不断深入,除了医学健康,包含自然地理、气象、生物、心理、考古、军事等内容的手机报不断增多。发展至今,通过移动梦网网站监测,中国移动总共 63 份全国手机报和 68 份地方手机报(截至 2010 年 11 月 7 日统计数据),从下文图 1 和图 2 可以看出,包含科技传播内容的非科技类专业手机报无论在中国移动全国手机报还是地方手机报中都占据 20%左右的份额,总共有 27 份,显示出发展的强劲势头。

本文选取 2010 年 11 月 6 日这一天(非每日发送的手机报,以 5 日或 7 日代替;每日多次发送的手机报,取最新一次为样本),对移动梦网首页中展示的 63 份中国移动全国手机报和 26 个省份 68 份中国移动地方手机报进行了内容监测分析。对科技传播信息内容的分类,本文采用《中国网络科普设施发展报告》中对科普内容按时事分类的标准:科技传播的内容分为生命科学、医学健康、工程技术、数学、环境、能源、电子、天文、航天、人工智能、气象、生物、地理、信息、材料、海洋、化学、心理、物理、科技考古、军事科技、科学史、地质、生态、农业等 25 个大类<sup>[5]</sup>。

中国移动全国手机报中,监测到 63 份手机报中包含科技传播内容的手机报共有 17 份。这 17 份手机报分别是:《新华手机报》、《新闻早晚报》、《央视手机报》、《中国青年手机报》、《中新手机报》、《家庭医学》、《健康报》、《中国国家地理》、《新前程》、《时尚指南》、《旅游卫视》、《芭莎时尚》、《周末画报》、《育儿天地》、《致富经》、《全球通专刊》、《全球通凤凰周刊》。其中《家庭医学》、《健康报》、《中国国家地理》3 份为科技类专业手机报。包含科技传播内容的非科技类专业手机报(14 份, 22%)在中国移动全国手机报中的所占百分比如图 1 所示。

中国移动地方手机报中,监测到 68 份手机报中包含科技传播内容的手机报共有 15 份。这 15 份手机报分别是:《常州手机报》、《春城手机报娱乐版》、《贵州手机报》、《江西手机报》、《鲁中手机报》、《三湘都市报》、《生活报财经》、《生活与健康》、《四川手机报》、《天天健康》、《文萃报》、《无锡手机报》、《潇湘晨报》、《新疆

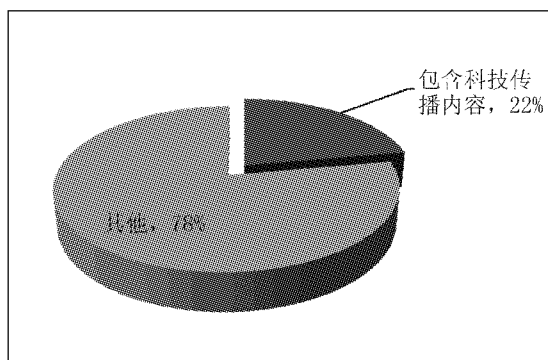


图 1 包含科技传播内容的非科技类专业手机报比例  
 (中国移动全国手机报)

手机报》、《信息时报》。其中《生活与健康》、《天天健康》两份为科技类专业手机报。包含科技传播内容的非科技类专业手机报 (13 份, 19%) 在中国移动地方手机报中所占百分比如图 2 所示。

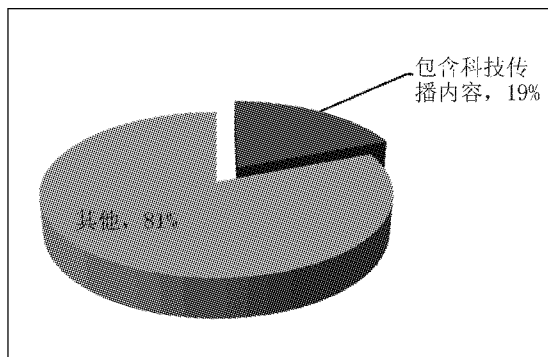


图 2 包含科技传播内容的非科技类专业手机报比例  
 (中国移动地方手机报)

## 1.2 科技类专业手机报

### 1.2.1 起步阶段

经过 2004 年、2005 年的起步发展阶段，手机报在 2006 年进入了发展繁荣阶段，报纸传媒开通手机报的理念也慢慢变得理性。科技手机报也是在报纸传媒探求新的发展思路的形势下产生。

2006 年 4 月 25 日，《北京科技报》与 CGOGO 科技联合推出了我国首家具有独立域名的手机报，也是第一家以科技命名的手机报，其域名为 WAP.BEIKEBAO.COM。用户只需登陆

手机 WAP 网站，就可以浏览当天北京科技报的内容。

2006 年 8 月，随着《齐鲁手机报》中《天天健康》子报的开通，专门的健康类手机报出现了。此时全国和地方性的手机报已经不再是简单地把纸媒的内容全篇复制，而是慢慢走向市场细分和栏目细分。各综合性的手机报尝试开通专题子报或者专题栏目，各类专业或者专题性手机报也开始出现。

### 1.2.2 发展阶段

2007 年以后，科技手机报不再走综合不细分的老路子，而是开始慢慢挖掘用户真正的对科技知识和信息的需求，比较具有代表性的两家手机报是《中国国家地理手机报》和《山西科技手机报》。

2007 年 11 月，中国移动与中国国家地理杂志社联合推出《中国国家地理手机报》，分为彩信版和 WAP 版。内容提供商是享誉中外的中国科学院地理科学与资源研究所，涉及天文、地理、生物、人文、历史等领域的精彩内容，同时也在中国国家地理互联网站上开辟手机媒体频道 (WAP 版)，进行手机报内容的展示、互动和推广。

2008 年 1 月 28 日，山西科技报刊总社与中国移动通信集团山西有限公司协商合作，联合推出了《山西科技手机报》，山西科技手机报分科技综合类手机报 1 种，即《山西科技手机报》；“三农”类手机报 7 种，包括《农民手机报》、《今日农业手机报》、《果农手机报》、《菜农手机报》、《养殖手机报》、《农资手机报》和《村官手机报》；特色类手机报刊 5 种，包括《实战管理手机报》、《时尚私生活手机杂志》、《环球博览手机报》、《品味女人手机杂志》和《今日文摘手机报》；专属群体类 4 种，包括《大学生手机报》、《今日健康手机报》、《体育手机报》和《山西教育手机报》<sup>[4]</sup>。主要关注用户农业科技和健康方面的需求。

2008 年后中国移动又开通了《生活与健康》、《家庭医学》、《健康报》、《天天健康》等医学健康类专业手机报，内容更加专业和具有针对性。

## 2 手机报科技传播的栏目及内容分类

### 2.1 中国移动全国手机报

本文运用上文的内容监测方法,选取11月6日这一天对包含科技传播内容的17份中国移动全国手机报和15份中国移动地方手机报进行了内容监测、统计与分析,得出中国移动全国手机报科技传播栏目和内容分类数据,见表1。

表1 中国移动全国手机报科技传播栏目、内容分类数据表

| 手机报数量 | 总栏目数 | 信息总条数 | 科技传播栏目数 | 科技传播内容条数 | 内容分类(条数) |    |    |    |    |    |
|-------|------|-------|---------|----------|----------|----|----|----|----|----|
|       |      |       |         |          | 医学健康     | 地理 | 气象 | 能源 | 心理 | 农业 |
| 17    | 138  | 765   | 28      | 38       | 32       | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  |

注:总条数因为统计量太大,按照一般彩信手机报的容量形成的约数(每份手机报含量平均为40~50条)。

通过表1可以得出,中国移动17份包含科技传播内容的全国手机报中,科技栏目在总栏目中所占百分比为20%,平均每一份手机报中,栏目数量为8~10个,科技栏目数量为1~2个。

总体来看,科技传播内容条数占总信息条数的百分比约为5%。平均每一份手机报中,科技传播内容的条数约占1~2条。而在科技传播内容的分类中,医学健康大类所占份额最大,达到84%。其次是心理、地理、气象、能源和农业,所占比例甚少。

### 2.2 中国移动地方手机报

中国移动地方手机报科技传播栏目和内容分类数据,见表2。

表2 中国移动地方手机报科技传播栏目、内容分类数据表

| 手机报数量 | 总栏目数 | 信息总条数 | 科技传播栏目数 | 科技传播内容条数 | 内容分类(条数) |    |    |    |
|-------|------|-------|---------|----------|----------|----|----|----|
|       |      |       |         |          | 医学健康     | 心理 | 航天 | 材料 |
| 15    | 169  | 675   | 16      | 28       | 24       | 2  | 1  | 1  |

注:总条数因为统计量太大,按照一般彩信手机报的容量形成的约数(每份手机报含量平均为40~50条)。

通过表2可以得出,中国移动15份包含科技传播内容的地方手机报中,科技栏目在总栏

目中所占百分比为9%,平均每一份手机报中,栏目数量为10~12个,科技栏目数量1个。

总体来看,科技传播内容条数占总信息条数的百分比约为5%。平均每一份手机报中,科技传播内容的条数约占1~2条。而在科技传播的内容分类中,依然是医学健康大类占据绝对主导地位,比例达到86%,其他内容份额微乎其微。

综合中国移动全国和地方手机报来看,在整个手机报内容中,科技传播无论是栏目数量还是内容条数都占据很小的份额,但是科技传播的内容已经被固定在手机报中的科技栏目中进行推送,例如医学健康的内容多被固定在《生活百科》、《健康》、《养生》等几个栏目中予以推送。除了医学健康内容和心理内容,科技传播的内容并没有形成固定栏目化,地理、农业、气象主要集中在科技类专业手机报中,如《中国国家地理手机报》和《山西科技手机报》,可见科技传播内容需要被拓展,目前的局限和集中使得科技传播内容同质、缺乏创新等问题突出。

## 3 手机报科技传播现状及问题分析

### 3.1 手机报科技传播功能研究的缺失

手机报业务发展得如此迅速,很多学者也从现状、特点、趋势,或是技术层面、营利模式、用户特征等方面予以分析,但从传播学角度来对之解读的却甚少,而对作为当前提升全民科学素质的一项重要功能——科技传播功能更是缺乏关注。笔者找寻到的探讨新媒体形式下科技传播相关内容的论文只有4篇。中国科普研究所于2009年11月至2010年5月实施了第八次中国公民科学素质调查,在对公民获取科技发展信息的主要渠道选择指标的设计上却没有手机媒体选项,可见对于手机媒体科技传播的功能尚没有充分认识和挖掘。

### 3.2 手机报科技传播内容集中且同质化现象突出

从表1和表2的数据我们看到,无论是中国移动全国手机报还是地方手机报,医学健康类都占了整个科技传播内容的80%以上,在医学健康大类中,其内容又绝大多数集中在饮食健康、养生保健与医药卫生方面,因为这三个方

面与人们的日常生活最为密切相关, 心理涉及的心理健康知识与人们的生活也密切相关, 人们通过手机报获取此类科技信息的期望最大。这也与中国科普研究所于 2009 年 10 月至 2010 年 5 月实施的第八次中国公民科学素质调查结果中显示的一致: “绝大多数公民 (82.66%) 对医学和健康信息感兴趣, 其次依次为: 经济学与社会发展 (40.90%)、环境科学与污染治理 (37.13%)、计算机与网络 (29.92%)、军事与国防 (29.79%), 公民对人文学科 (历史、文学、宗教等) 感兴趣比例为 16.81%。”<sup>[9]</sup> 某些专业类的科学知识与信息因为偏重于特定需求偏好的用户, 如自然地理、天文航天、军事科技和科技考古等信息, 处在尝试和探索的起步阶段而所占份额较小。当前手机报业务的开展对用户需求信息的挖掘深入程度并不够, 只是集中于生活信息, 而且多数手机报出现业务扎堆和内容同质化的问题, 从中国移动一家来看, 医学健康等内容基本遍布生活类各手机报当中就说明此问题的存在。

### 3.3 地方手机报科技传播发展不均衡

通过对 26 省 68 份中国移动地方手机报的监测分析, 得到地方手机报科技传播区域分布图, 如图 3 所示。进而采用国家区域权威划分标准, 东中西部的地方手机报数量分别为 32、15、21。东中西部包含科技传播内容的地方手机报数量对应为 4、4、7。显然, 地方手机报在数量上, 东部地区比例最大, 尤以广东和浙江最多, 分别是 9 份和 6 份; 但在包含科技传播内容的手机报数量上, 西部地区则最多, 而手

机报数量最多的广东省, 科技传播的手机报数量只有 1 份, 浙江省是零份。可见, 对手机报科技传播功能的重视程度并没有与经济发展水平相一致。

### 3.4 手机媒体缺少政策扶植和激励机制

手机媒体很大程度上是网络媒体的延伸, 当前对手机媒体的管理和引导体制还不成熟, 手机媒体在其传播功能的实践中难免会有问题。虽然当前手机报、手机软件、手机游戏、手机视频正在走向产业化运作, 但是无论政府还是业界都没有统一明晰的管理机制, 虽然有业务上的审查和管理, 但是对内容的相关管理比较缺失, 对科技传播的内容不够重视和规范化也是事出有因的。中国的科普界一直注重对大众进行科学普及的方法和渠道, 国家也有《中华人民共和国科学技术普及法》(以下简称《科普法》) 和文化创意产业扶持政策, 却没有把手手机媒体的科技传播功能纳入到提升国民科学素养的计划当中来, 手机报业务的从业人员也缺乏培训和相应激励机制, 使得科技传播的内容缺乏规范和创新, 而企业只是把手手机报作为一项获取利润的业务来看待, 缺少投入的积极性, 更缺少企业效益与社会效益的统一层面的考虑。

## 4 手机科技传播发展的建议

### 4.1 合理化发展

一是区域上实现平衡化发展。当前整个手机报业务东部发展迅速, 中西部发展稍落后, 而相应科学传播方面, 东部发达地区也应该重视受众对科学知识的需求, 推出科技类专业

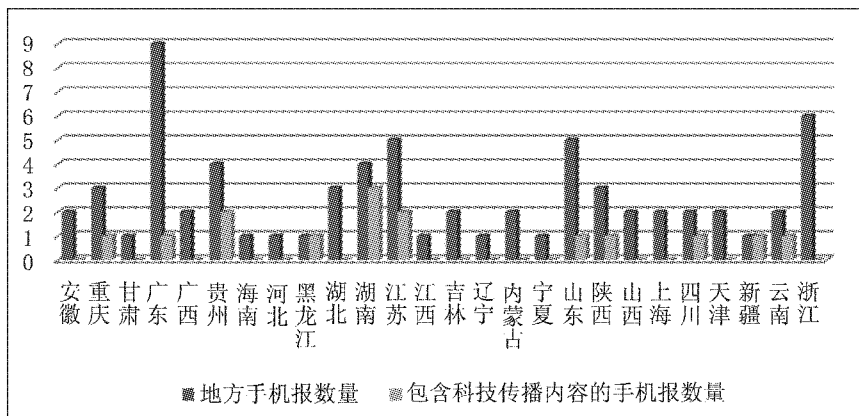


图 3 中国移动地方手机报科技传播区域分布

手机报或者科技类栏目和内容。

二是内容上实现多样化发展。当前科技传播的内容还停留在发展的初级阶段,医学健康的内容从手机报诞生开始一直存在,虽然医学健康的知识在更新,但是内容很少有创新。除了医学健康内容,与人们日常生活密切相关的气象、自然地理、科学人物、环境、能源、心理等内容同样需要受到关注。

#### 4.2 产业化发展

虽然“科普在中国形成产业还需要一段时间”<sup>[6]</sup>,但是发展的思路已经基本成型,报纸、期刊、网络媒体都在数字化和集团化,手机报也已经形成了CP(内容提供商)+SP(服务提供商)+移动运营商+终端商+用户的产业链模式,手机报科技传播的发展也可以借鉴科普产业发展的思路,真正发挥科技传播过程中各环节各角色的作用。

要走产业化发展需要国家规范引导,企业积极参与。科技传播应该是全社会参与的事业,国家通过方针政策的扶持引导,各企事业单位积极参与,用户和传播者之间自发互动,如此手机报科技传播的效果才能完全发挥出来,达到经济和社会效益的统一。

#### 4.3 注重实用性

手机报科技传播实践的开始首先就是注重用户的生活需要,医学健康类信息就是以生活信息作为切入点进入的。当前随着手机用户数量的增多,用户对各类信息的需求不同,需要考虑到用户生活的各个方面,凸显推送信息的实用价值。在此可以借鉴以下手机报的成功经验,都是针对不同用户需求推出的实用性信息:

如农业科技类(山西科技报群中的《果农手机报》)、地理类(《中国国家地理手机报》)和医学健康类(中国移动《健康报》);中国移动推出的《生活与健康》手机报中《美食》和《健道》两个栏目,涉及节气养生、饮食健康、季节保健、疾病预防、生活小窍门等知识,以及《育儿天地》手机报中《益智小游戏》、《健康档案室》和《百变营养吧》三个栏目,涉及儿童智力开发的科学方法和儿童养护健康等知识。

#### 4.4 增加娱乐性

《科普法》要求“用易为公众接受的形式”普及科学精神,而不是单调地把科学知识灌输给手机报用户,应该多采用诙谐幽默的语言,或者游戏等形式,如《育儿天地》手机报益智小游戏栏目,通过游戏的方式传达了智力培养的科学方法。尤其值得一提的是,像科学松鼠会此类科普写作团体,就是成功实践科学传播趣味化的典范。

#### 参考文献

- [1] 武文颖,江南.手机报未来发展趋势探讨[J].新闻战线,2009(2).
- [2] 宋瑾.传统媒体手机版,走出网络神话后的新希望[J].新闻界,2005(5):25-26.
- [3] 张小林.中国网络科普设施发展报告[M].北京:科学技术出版社,2009:8-9.
- [4] 郝建新,石宝新.发展科技手机报是科普宣传的必然选择[J].科技传播,2010(2):89.
- [5] 中国科普研究所.第八次中国公民科学素养调查[R].2010.
- [6] 翟雪.试探新媒体环境下科技传播的态势和机遇[J].科技传播,2009(8):59.