

廣播：雖然可以透過 call in 和民眾互動，但是網路的訊息太過快速，很容易聽過即忘，所以想要準確的透過聲音讓聽眾吸收科學新知，仍有一定的難度，仍然要告知聽眾關鍵字，讓有興趣的聽眾透過網路搜尋，才有辦法得知更深入的資料。所以廣播只能做為提點性的作用，無法深入的讓閱聽眾被動接收完整的資訊。但是廣播也可以和科學展覽等合作，告知聽眾展覽消息，透過有獎徵答送出紀念品、科學營體驗券等等。

雜誌：由於雜誌分眾性明確，因此即便是小眾仍有一定的市場。雜誌在科學傳播裡運用的各媒體通路哩，是最穩定成長的。因為除了已經分化了對科學新知有興趣的人外，雜誌透過了精美的編輯和圖片，及精闢又不失詳細的內容，可以讓閱聽眾吸收想要的。而且雜誌都會有意見回條，和博物館合作展覽，藉由雜誌的截角提供展覽門票優惠券及紀念品較容易擷獲閱聽眾的心。

電視：科學性質的節目算是十分冷門的，大多數的人大開電視都是想要放鬆或是收看新聞，較少人打開電視是想要學習新知的。但是這和雜誌一樣仍然有他的小眾市場，雖然電視與閱聽眾的互動性相較於雜誌減少很多，但是節目內容取向也可是趣味性質的。像是針對小朋友而設計出簡單易懂又有搞笑的輕鬆的科學節目。像是金鐘獎現在鼓勵科學節目也有了關於科學節目的獎項。

報紙：報紙要做出科學版或是科學專欄真的是太困難了！！因為這完全是不討喜的題目，更不用說這塊小眾市場要在報紙這個平面媒體已經夕陽化的時代下生存！大部份會購買報紙的幾乎都是中年以上的成人會購買，大多數這年齡層的人對科學新知是沒有興趣的。現在報紙最多在生活版戶告知現在最新出來的 3C 產品，即在副刊刊登關於健康保健注意事項的醫生專欄內容，已經算是現在科學傳播在報紙裡最大的運用了。

網路：現在資訊爆炸的時代裡，因為有部落格、微網誌的誕生，可以讓專家學者發表對於一些科學新知看觀點及分享，直接和網民透過留言而有所互動。網路是傳播消息最快的，但是也是最沒根據的。因為關於科學的假消息、謠言太多了，加上一般大眾對於科學知識並不如專業人士般的足夠，容易未經查證就將資訊到處轉載，這也是科技發達後衍生的新問題。