

期刊网络化趋势及科技期刊应对策略

郑筱梅 杨小玲

(北京工业大学学报编辑部,100022,北京)

摘要 总结出期刊网络化发展趋势的4个方面;通过现状和应对策略分析,提出实现传统期刊和网络期刊相互补充、协作共赢的发展思路。

关键词 科技期刊;网络期刊;期刊编辑

Analysis of trend and strategy of online journals // ZHENG Xiaomei, YANG Xiaoling

Abstract The author analyzes the trends of online journals, and proposes the implementation strategy, in order to achieve win-win between traditional and online journals.

Key words sci-tech periodical; online journal; journal editing

Author's address Editorial office of the Journal of Beijing University of Technology, 100022, Beijing, China

20世纪信息革命是一场人类沟通模式的变革,对传统媒体以及出版业的影响是巨大和深远的。伴随互联网的发展,网络化和数字化越来越渗透到我们工作和生活的每个角落,而且影响力不断增强。传统期刊的网络化即数字化就是重要的研究课题。

域网登录作者远程投稿系统,协助作者完成投稿。应当用我们的热忱服务,使广大科技工作者尽快熟悉“作者投稿系统”和“作者查稿系统”,加快普及在线投稿和查稿的进程,以推动科技期刊实现网络化。

稿件管理是科技期刊出版中的基础性工作^[12],来稿的管理更是基础中的基础。虽然期刊稿件采编系统提供C3安全级,对数据自动保护、事务回滚、数据库自动备份(包括异机备份)等功能,具备很高的安全性,但仍需随时防范病毒及恶意软件的攻击。收稿人员有必要将稿件从服务器上下载备份到自己的本机上,并及时导出稿件列表和作者信息,以防止发生意外。编辑部注意留存纸质的稿件登记簿和原稿,稿件登记簿可以设置简单的项目,包括收稿日期、稿件编号、通信作者及其所在单位、审理费(金额和收款日期)、发表费(金额和收款日期)、责任编辑等,有时据此查找信息比登录采编系统更为方便。

3 参考文献

- [1] 王立名. 科学技术期刊编辑教程[M]. 北京:人民军医出版社,1999:251-252
- [2] 周志新,刘雪立,徐刚珍,等. 科技期在线投稿系统应用

1 期刊网络化的发展趋势

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第21次中国互联网发展报告,截至2007年12月,我国网民总人数达到2.1亿,年增长率53%,仅次于美国,位居世界第二^[1]。我国互联网产业发展迅猛,网络应用正朝着宽带化、无线化、个人化的方向高速成长,网民已经形成庞大的信息阅读与新生读者消费群体。随着网络技术的不断创新和融合,互联网已经担负着一种数字全媒体的角色。作为知识传播的手段与重要载体,期刊的网络化、数字化是指传统期刊及其采、编、印、发与现代信息技术相结合的历史性进化和走向。

网络化对期刊及出版整体运营模式的影响深远,主要体现在4个方面。

1.1 信息采编“无纸化” 这种影响已经深入到日常工作中。网络海量信息获取大大提高了编辑的知识视

中的问题分析及对策[J]. 编辑学报,2006,18(6):435-436

- [3] 王金盾. 开发高素质编辑人才 适应科技期刊现代化办刊需求[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(6):1060-1062
- [4] 刘仲秋. 信息时代科技期刊编辑素质的优化[J]. 编辑学报,2006,18(5):395-397
- [5] 付中秋,吴利平. 科技期刊编辑应具备良好的综合素质[J]. 编辑学报,2007,19(6):468-470
- [6] 王丹,王军文. 如何管理编辑部的电子函件[J]. 编辑学报,2004,16(5):376-377
- [7] 陶范. 自然来稿处理中的若干问题探析[J]. 编辑学报,2008,20(1):8-9
- [8] 欧阳明. 书刊编辑学[M]. 武汉:华中理工大学出版社,2006:71-72
- [9] 王大锐,王华,单东柏,等. 尊重作者 善待作者 服务作者:国内外科技期刊给投稿者回复方式的比较与启迪[J]. 石油科技论坛,2006(4):63-66
- [10] 胡昌军,胡昌标. 科技期刊收稿回执和审稿通知应规范[J]. 编辑学报,2007,19(1):49-50
- [11] 岳建华,李小萍,尤伟杰,等. 科技期刊退稿工作中的人文关怀[J]. 编辑学报,2007,19(1):59-60
- [12] 刘芳. 论科技期刊中稿件的管理[J]. 经济与社会发展,2007,5(10):141-143

(2008-06-25收稿;2008-07-22修回)

野,电子文稿编辑早已取代手写文稿,投稿手段以发送E-mail代替了纸质投递,所有这些数字化变革极大地推动着信息加工和出版的效率。更重要的是,编辑部利用网络对整个编辑流程实施网络化管理,从选题登记、组稿、审稿,到编辑、校对、付印、发放稿酬、文档管理等均在网上实时、动态管理,由此实现编辑工作的网络化^[2]。

1.2 期刊印发“定制化” 传统期刊的纸质印刷仍然是保证内容权威性的重要载体;但是,由于网络应用的便捷性,信息内容的阅读可以直接通过计算机屏幕,网页无需印刷,而且便于保存整理,这样,大大减少了人们对纸质刊物的阅读需求。网络化发展对传统期刊的发行影响很大,甚至带来严重挑战。开放获取(OA)就是20世纪90年代末网络环境下发展起来的一种全新的出版发行模式,是一种新型的学术信息共享和自由免费获取的出版模式^[3]。网络对印刷和发行模式的改变,意味着读者获取信息内容可以“按需定制”,即传统期刊的定期出版变成依照客户需要随时随地交付,甚至按“篇”按“页”计费供应,读者只要获取自己感兴趣的部分即可。

1.3 读者阅读“互动化” 2006年3月,默多克发表演说指出:新一代媒体消费者正在兴起,公众不再是被动地接收信息,他们用自己的手段,从内容制作到编辑参与信息传播。他们渴望内容按照他们所需的时间、方式以及盼望的容量来传递;在线内容培养了大量受众,已经在影响着每一个传统媒体的变化^[4]。读者角色发生了重大变化,传统出版模式正在向围绕以读者为核心的运营模式转变。读者不仅是内容的受众,而且成为内容创造的参与者。读者通过博客、维客及各种个人社区与全世界网友交流分享,知识获取和创新的领域、效率、质量都提升到一个更高的层面。

1.4 经营管理“多元化” 互联网技术的限制在不断突破,“新经济”时代到来了,新经济的关键特征就是个性化服务和体验。传统期刊的服务主要是发表和阅读,读者拿到一期杂志,包括广告,看完了很难快速获得自己的延伸服务需求;有了网络就可以快速、低成本、主动地为读者提供个性化服务,从浏览、收藏、分享,直到在线购买,全程定制化满足读者需要,从而促进传统期刊的持续经营。

2 期刊网络化发展中遇到的问题

近些年来,越来越多的传统科技期刊有了自己的网站,部分期刊还提供英文版本、网上投稿、在线编审等服务,同时把期刊的内容通过CNKI、维普、万方等期刊数据库平台发布。我国期刊网络化在有了很大进步

的同时,许多期刊网站依然存在着网站信息内容匮乏、功能不足,也没有多少用户访问的普遍现象,每年还要为此付出很多人力和系统费用,传统期刊特别是科技期刊网络化尚有太多未解之题。

2.1 观念是根本:以读者为导向的经营观念缺失是本源之痛 面对新事物的挑战,最重要的是转变观念。相当多的科技期刊编辑部没有主动求变的压力和动力,没有真正关注内容质量和可读性,只要文章纳入Ei就万事大吉。编辑的眼睛只盯着作者随意投稿,而不按照读者的需求去策划选题,长此以往,怎么可能有更大的影响力?因此,编辑部应树立以读者为导向的办刊方针,认真研究读者对网络化内容的需求和阅读习惯,发掘期刊自身的长期价值内涵,及早学习和储备相关的知识和经验,以面对市场的挑战。

2.2 人才是关键:培养和建设专业网络化人才与队伍成为当务之急 网络化发展要求有更高的复合型编辑人才,期刊编辑从事的是一种知识密集型的职业,可能不一定是某专业领域造诣很深的专家,但必须是博学的“杂家”。网络时代信息传播很快,信息更新的速度惊人,因此,需要编辑以开放的思维和国际化的视野来应对编辑出版过程中遇到的问题,需要自身变革和提升能力。

2.3 机制是保障:期刊的经营策划和运营管理机制尚需突破 传统期刊编辑部大多数不是独立核算经营实体,面临许多诸如出版流程不支持、经费筹集难、经营思路受限制等问题而无法开展一些创新性工作。这一方面需要各级主管部门给予政策和资源支持,另一方面,编辑部应克服只依赖上级部门拨预算、给编制等不思进取的观念“惰性”,一定要塑造一种鼓励创新、勇于实践的文化氛围,利用自身挖潜,积极探索网络新事物和实践新方法,从而让更多的资源被吸引进来。

3 主动而务实地应对网络化挑战

传统期刊网络化是大势所趋,期刊编辑部应以求实进取的精神,积极研究期刊纸面和网络媒介的内在规律,发挥各自优势,形成纸上、网上共赢的局面。

3.1 优势互补,创新内容 读者买期刊或上网浏览并不是为了收藏,而是为了分享内容。互联网是先进的工具和平台,但它无法改变读者对媒体的基本需求:需要自己感兴趣和质量高的内容。其实,读者知道期刊印刷版与网络版之间的区别:专业的、经确认的、可信的信息与不成熟观点之间的差异。印刷版的优势是权威、正式、专业、翻阅方便、不易篡改等;网络版信息丰富,检索方便,但是再现率较低,检索后经常要把它保存或打印出来。网络内容的特点是为网络用户而设

计,为屏幕而设计,更短、更快,更符合网络读者的习惯,最关键的是运用互动环节,最大化地鼓励读者对内容有反馈。所以,纸质媒体正式发表内容所代表的权威性、规范性是网络媒体所不能替代的,应当继续加强;而网络化可以巩固和加强原有的读者群,保证纸质期刊的权威性。此外,网络版内容选择和开发要思路开阔,增加科普内容,吸引年轻读者;发表英文内容,加强国际交流;鼓励编辑、作者和读者撰写博客:都是对网络内容开发的有益尝试。

倡导网络化决不是否定和替代传统纸质期刊,相反,两者的结合可以获得更大的成功。国外《福布斯》杂志就是一个成功的范例。《福布斯》从2005年开始做网站 Fobes.com,开始时网站只是杂志的补充,但现在杂志反而要补充和迁就网站;因为 Fobes.com 每月有1 600万网络读者,所获利润也比杂志高。更奇妙的是,这2年《福布斯》印刷版的印量不但没有减少,反而从原来的90万份增加到100多万份。这是一个完美的双赢结果^[5]。

3.2 因刊制宜,建设网站 一个设计良好的网站可以承载几乎所有的信息内容和媒体形式,使之成为期刊信息内容发布、品牌推广、读者服务的综合平台。随着互联网技术的不断发展,软件工具和程序开发成本不断降低,可以说建一个网站已经不是难事;但网站的长期运营却不是一蹴而就的,一般说会有3个阶段。即:

1) 信息型网站。主要发布期刊文章,提供查询和检索服务。

2) 互动型网站。为读者提供在线投稿、在线编审等服务;提供网上 E-mail、短信订阅电子快报服务,向会员定期发送期刊信息。利用 Web 2.0 技术提供编、读、写的互动社区平台,鼓励用户和编者创建博客发表个人观点,相互交流,扩大影响。

3) 经营型网站。除了发布网络广告,还可以针对自己的读者群建立读者俱乐部,提供在线定制个人专辑,专题开发和组织学术活动,以及信息咨询等增值服务。此外,有了网站不去推广就容易使网站变成“鸡肋”。推广网站就是在推广期刊,采用一些网络推广专有手段非常必要。例如:优化网页标题,容易被各大

搜索引擎搜索到;与合作关系网站交换链接;利用网络第三方电子杂志平台自助制作电子杂志;等等。

总之,以服务读者和作者为出发点,发展网络互动为服务核心,建立综合信息服务平台为实现目标,坚持长期经营,才能保持期刊网站的生命力。^[6]

3.3 增强服务意识,改善管理机制 一方面要增强服务意识,不仅是对作者,更重要的是要提高对读者的服务质量。可以对期刊读者进行问卷调查,因为读者的满意度调查数据能很好地反映期刊的影响力和价值,通过读者反馈知道有哪些需求,从而有针对性地设计和组织内容。另一方面,切实改善现有管理机制和 workflows,主要包括:培训和提高现有编辑业者的网络化职业能力,甚至引进新型专业人才;依靠制度提高网络化应用程度,在出版流程中加入网络编辑出版环节,将编辑人员的工作考核与网络化建设及维护工作挂钩;建立网络出版内容的审核标准——要符合国家出版政策和知识产权法规;增加一些网络信息设备、网络技术开发和维护等方面的投入,鼓励并引导读者和作者利用网络进行沟通、协作办事和获取信息,营造网络化工作的氛围。

4 参考文献

- [1] 中国互联网发展信息中心. 第20次中国互联网发展状况统计报告[R]. 2007
- [2] 李英武. 论网络时代社科期刊编辑意识的嬗变和突破[C]//中国科学技术期刊编辑学会. 第5届全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会论文集. 2007:155-158
- [3] 张曼浩,华威伟,王媚君. 开放获取:学术期刊出版模式的新挑战[C]//中国科学技术期刊编辑学会. 第5届全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会论文集. 2007:203-207
- [4] 苗炜,陈赛,王冬月. 网络时代的杂志[J]. 三联生活周刊,2007(18):35-36
- [5] 陈赛. 专访世界期刊协会主席唐纳德·卡姆菲尔德[J]. 三联生活周刊,2007(18):42-43
- [6] 陈永. 学术期刊网站建设实践总结[C]//中国科学技术期刊编辑学会. 第5届全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会论文集. 2007:29-32

(2008-06-05 收稿;2008-07-05 修回)

《编辑学报》再次入选《中文核心期刊要目总览(2008年版)》

本刊讯 由北京大学图书馆和北京高校图书馆期刊工作研究会共同组织的第5届“中文核心期刊”评选工作已结束。北京大学图书馆文献计量学研究室从全国属于“文化事业/信息与知识传播类”的上百家期刊中共精选出28家“新闻核心期刊”,其中属于“信息与传播,新闻学,新闻事业”类15家,“广

播、电视事业”类2家,“出版事业”类11家。“出版事业”类核心期刊的排序是:1)编辑学报;2)中国科技期刊研究;3)编辑之友;4)出版发行研究;5)中国出版;6)科技与出版;7)编辑学刊;8)出版广角;9)中国编辑;10)中国图书评论;11)读书。

(包涛)