

中华医学会系列杂志实现全媒体出版的 SWOT 分析

卢全¹⁾ 游苏宁²⁾ 干岭¹⁾ 韩静³⁾ 徐静¹⁾ 袁庆³⁾ 宁田海¹⁾

1)《中华心血管病杂志》编辑部;2)中华医学会杂志社;3)《中华健康管理学杂志》编辑部;100710,北京

摘要 全媒体出版的出现,标志着出版业正发生着新的变革,必定对未来产生深远的影响。中华医学会系列杂志实现全媒体出版的优势是高度的学术权威性、具有全媒体出版的基础、出色的编辑出版人才队伍,劣势是全媒体出版的基础建设存在不足、杂志质量仍需提高,机会是政策的引导、市场的契机,威胁是国外出版集团的竞争、数字化出版势必导致纸质期刊发行量下降、终端数字设备的制约、目前对科研成果评价的偏差。

关键词 中华医学会系列杂志;全媒体出版;SWOT 分析

Chances and challenges for all media publishing of Chinese Medical Association Serial Journals: a SWOT analysis // LU Quan, YOU Suning, GAN Ling, HAN Jing, XU Jing, YUAN Qing, NING Tianhai

Abstract The appearance of all media publishing brings new chances and challenges for publishing professions. In this SWOT analysis, we evaluated the feasibilities of all media publishing of Chinese Medical Association Serial Journals and showed that the strengths for all media publishing of Chinese Medical Association Serial Journals included academic authority, fundament of all media publishing and talented editors; the weaknesses included insufficiency in fundament construction and journal quality; the opportunities included favorable policy and market situation; the threats included competition of foreign publishers, marketing quantity decrease of printed journals due to digital publishing, restriction by digital device and influence of evaluation system for research findings.

Key words Chinese Medical Association Serial Journals; all media publishing; SWOT analysis

First-author's address Editorial Office of Chinese Journal of Cardiology, Chinese Medical Association, 100710, Beijing, China

信息和通信技术的发展以及读者不断增长的数字化阅读需求,正改变着传统出版业的格局,加强媒体融合和数字化出版成为未来出版业发展的方向。在此形势下,全媒体出版应运而生。全媒体出版指书刊在以传统方式进行纸质出版的同时,以数字的形式,通过互联网、手机、电子阅读器等终端数字设备进行同步出版。全媒体出版为读者提供了更加便捷的服务,能将潜在读者转换为现实读者,有利于提升杂志的影响力和促进杂志的发展,有助于实现“双效”“双爱”的办刊目标^[1],因而中华医学会系列杂志有必要推行全媒体出版。

SWOT 分析是由美国斯坦福大学 Albert Humphrey 教授提出的战略分析模型,其中 S 代表 strength(优势),

W 代表 weakness(劣势),O 代表 opportunity(机会),T 代表 threat(威胁),S、W 是内部因素,O、T 是外部因素。目前全媒体出版主要出现在大众娱乐性畅销书和影视作品。通过 SWOT 分析,有助于判断作为高端学术类期刊的中华医学会系列杂志是否适合推行全媒体出版。

1 优势

1.1 高度的学术权威性 在探讨全媒体出版的时候,如果对杂志质量避而不谈是不适当的。如果没有高质量的内容,就没有全媒体出版的必要。即使实现了全媒体出版,如果没有高质量的内容,全媒体出版也不可能持续发展;因此,内容是王道,是推行全媒体出版的根本。

自 1887 年创办《中华医学杂志》(英文版)的前身《博医会报》以来,中华医学会系列杂志已走过了 100 余年的历程,截至 2010 年 9 月,中华医学会系列杂志的期刊数已达 123 种,形成了学科种类齐全的“中华”“中国”“国际”3 大医学期刊系列,是我国最大的医学期刊集群。

中国科学技术信息研究所 2009 年版《中国科技期刊引证报告(核心版)》公布的数据显示,在中国科技期刊综合评价总分排名最高的 100 种科技期刊中,中华医学会系列杂志有 13 种,中华医学会系列杂志在各类医学期刊中都处于领先地位,刊登省级以上重点课题基金资助论文比例达到 19.3%,特别是“中华”系列,高达 30.0%^[2]。《中华医学杂志》(英文版)是国内唯一被美国科学引文索引(SCI)收录的临床医学类综合期刊,在 2010 年 4 月成为国际医学期刊编辑委员会的成员,表明该刊已获得了国际同行的广泛认可。中华医学会系列杂志被公认为是国内专业学术水平最高的医学系列期刊,被上级有关领导誉为“中国科技期刊的一面旗帜”,是代表国家最高水平的 3 大期刊群之一^[3]。

1.2 具有全媒体出版的基础 自 1996 年开始,中华医学会系列杂志率先与万方数据、清华同方、重庆维普等国内著名的网络出版机构合作,将全文以光盘、网络版等数字形式出版,形成多家授权的局面。其后,Springer 等国际出版商曾谋求与中华医学会系列杂志合作进行数字化出版。2008 年,中华医学会与万方数据公司签订期刊数据库独家合作协议,首次在科技出版领域实现信息服务商与信息资源源头的合作。这一合作,不仅解决了数字信息版权保护问题,还避免了版权保护制度滞后

而产生的负面效应,同时建立了自己的网站(中华医学网, www.medline.org.cn),它是一个与公众交流的平台,实现了信息发布、电子订阅、网络期刊出版等功能。

《中华医学杂志》(英文版)以汤姆森路透公司 ScholarOne 的 Manuscript Central 作为其在线同行评审系统,为国际化审稿创造了条件,也有效拓宽了稿源,开辟了期刊国际化服务的新途径。自 2002 年开始,《中华医学杂志》(英文版)实行开放存取(OA)出版,网站的日均访问量约 2 万 9 000 次^[4],影响因子从 2001 年的 0.108 上升到 2009 年的 0.860,杂志网站广告也实现了零的突破,获得社会效益和经济效益的双丰收。中华医学会杂志社于 2006 年创办的《杂志工作通讯》也实行了 OA 发布,通过免费阅读,不仅加强了同行之间的交流,而且增强了读者对中华医学会系列杂志的认识。

中华医学会杂志社注重加强数字化出版的建设,投入大量资金,自主研发了远程稿件管理系统。该系统基于互联网平台和浏览器/服务器体系结构,是集投稿、审稿、编辑加工、出版及网上办公于一体的网络平台。中华医学会系列杂志从 2009 年开始采用该远程稿件管理系统,提高了期刊的出版效率,大大加快了数字化出版的步伐。

自 2009 年开始,在中华医学会系列杂志纸质期刊和数字化期刊发表的文章全部标注数字对象唯一标志符(DOI)。DOI 的设计理念是标志数字作品到最小的单位,以方便网络作品的识别和交易。通过 DOI,读者可以直接链接到出版商的数据库及文献,使数字作品实现互链互通,从而增加读者获取中华医学会系列杂志数字化资料的途径。此外,数字信息网络对版权保护制度形成了挑战,而通过 DOI 对数字资料进行权限设置,有助于解决数字版权保护的问题。

部分中华医学会系列杂志与电信服务商开展了合作。《中华病理杂志》推出了面向病理工作者的信息快递,通过手机发布最新出版期刊的内容摘要。2008 年初,《中华健康管理学杂志》通过与电信运营商合作,提供期刊编辑与读者相互沟通的平台,而同年该刊各期自办发行量是邮局发行量的 6~10 倍,其中手机信息平台起到了重要的作用^[5]。

1.3 出色的编辑出版人才队伍 出版业的竞争归根到底是人才的竞争。中华医学会系列杂志注重专职编辑人才的培养。从 1985 年开始举办编辑岗前培训,使新人能及时、系统地获取编辑学知识。杂志社每月定期举行 1 次编辑学术沙龙,让编辑掌握最新的出版编辑动态。此外,编辑每年还参加“全国医药卫生期刊编辑培训班”学习。目前中华医学会系列杂志人员结构合理,其中:博士学历占 6.3%,硕士学历占 16.1%,

本科学历占 46.0%;高级职称占 32.5%,中级职称占 41.1%,其他占 26.4%^[6]。中华医学会系列杂志涌现了一批以翁永庆、廖有谋、游苏宁等为代表的中国编辑出版界的领军人物,造就了一支高素质的编辑出版人才队伍,从而保证了杂志的质量和影响力。

2 劣势

2.1 全媒体出版的基础建设存在不足 中华医学会系列杂志的网络出版目前仅限于与信息服务商的合作,通过其所提供的信息平台实现论文的检索和下载,而且网络数字论文的出版与纸质期刊不同步,通常晚于纸质期刊,没有真正实现网络期刊的即时出版。与万方数据公司等信息服务商的合作虽然可以实现网络出版,但是也将部分利润让给了信息服务商。内容的数字化生产也较落后,目前纸质期刊的数字化仍然依靠扫描加核校,远远不能满足全媒体出版的要求。

中华医学会杂志社在 2009 年启用新的远程采编系统,虽然实现了数字化采编,但是数字化出版功能还存在不足,尚不能做到在线预出版与发布。中华医学会系列杂志中具有独立网站的期刊不足 50%,而且后台管理不力,信息量较少,内容更新欠及时。

全媒体出版是一个庞大的系统工程,需要先进的管理理念,要有足够的资金作保障,同时需要懂专业技术、会经营、具备网络传播知识的复合型人才,而我们正缺少这方面的人才。Elsevier 出版社目前拥有 6 000 名 IT 技术人员,与 8 000 名编辑人员规模不相上下^[7],而我们的人员还是以专业编辑为主,明显不适应全媒体出版对人员的要求。目前,管理体制也相对滞后,“事业单位行政化管理”模式使杂志社缺乏自主经营的权利。

2.2 期刊质量仍需提高 目前我国正式出版的医学期刊超过 1 000 种,数量上位居世界第四^[8];但是,至今中华医学会系列杂志中还没有出现具有国际影响力的期刊,而且目前各杂志的学术水平也参差不齐。“中华”系列杂志的整体水平明显高于“中国”和“国际”系列杂志,而即使是“中华”系列杂志,各杂志办刊的时间也长短不一,学术水平未必都在一个层次上。

3 机会

3.1 政策的引导 《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出,要加快从主要以传统介质的出版物为主向多种介质形态的出版物共存的现代出版业转变,积极发展以数字化生产、网络化传播为主要特征的数字内容产业。新闻出版总署出台的《新闻出版业“十一五”发展规划》更明确地指出,要实施数字化出版战略,以数字资源整合为核心,建立集内容采编、信息加工、自动排

版、按需印刷、网络传输与销售于一体的数字出版综合业务管理平台,并建立国家数字复合出版系统及示范工程。新闻出版总署于2010年1月1日下发的《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》也提出,新闻出版业将重点发展5大产业,其中之一就是发展数字出版等非纸介质战略性新兴产业。

3.2 市场的契机 3G手机和电子阅读器的出现使读者可以通过无线上网,搜索、下载电子文献,全媒体出版因此从概念转化成现实。国务院新闻办公室主任王晨2010年5月1日在为十一届全国人大常委会组成人员作《关于中国互联网发展和管理》专题讲座时表示,中国网民人数已达到4.04亿,互联网普及率达到28.9%,超过世界平均水平,使用手机上网的网民已达到2.33亿。目前,终端阅读器拥有率在不断增长,与此同时,上网费、手机及电子阅读器的价格正在不断下调。据媒体报道,有超过100家IT企业投产了电子书阅读器,中国移动、中国电信也纷纷成立手机阅读基地。2010年5月31日,新闻出版总署署长柳斌杰在介绍中国出版业发展情况时指出,2009年中国的电子阅读器等移动阅读终端销售量为71.6万台,2010年有望达到300多万台。

4 威胁

4.1 国外出版集团的竞争 荷兰Elsevier出版公司于2005年11月正式启动了中国科技期刊合作计划,并于2006年3月在其全文在线平台ScienceDirect上推出中国期刊专辑(China Collection)^[9]。而德国Springer出版公司在SpringerLink平台上也推出中国在线科学图书馆(Chinese Library of Science)^[10]。虽然与这2家出版公司合作的医学类期刊较少,目前对中华医学会系列杂志还不会形成真正的威胁;但是,以它们在数字化出版的经验,雄厚的资金及先进的经营管理制度,其未来在全媒体出版领域的发展形势不容忽视。

4.2 数字化出版势必导致纸质期刊发行量下降 数字化论文具有容易复制、方便携带和传播的特点。通过万方数据等期刊网,读者可以随时下载中华医学会系列杂志的数字化论文,因而,可能会影响纸质期刊的销量。据统计,中华医学会总会出版的22种期刊的刊期及发行数呈现逐年减少的趋势^[11]。

4.3 终端数字设备的制约 并不是所有的手机都能与网络连接,只有3G或更高级别的手机才能成为宽带多媒体传输终端。目前电子阅读器的价格也偏高,正如新闻出版总署科技司司长张毅君在2010年5月10日举行的书报刊数字化高峰论坛上指出的那样:

“目前电子阅读器相对集中于高端消费和礼品应用范围,与普通消费者之间尚有不小的距离。”只有终端数字设备广泛普及,才能消除数字信息的传播障碍,真正做到全媒体出版。

4.4 目前对科研成果评价的偏差 目前,教育主管部门、科研院校过分看重论文在国外科技期刊上发表,科研工作者的职称评定、评奖、奖金、科研经费申请无不与SCI挂钩。1999—2007年,我国发表的SCI收录期刊的论文总数年平均增长率为37.5%,国内期刊平均增长率为17.6%,国外期刊平均增长率为49.8%^[12]。可见多数SCI论文发表在国外期刊上,而高水平论文的外流必然会导致国内科技期刊学术水平下降。

总之,全媒体出版是历史赋予我们的使命。中华医学会系列杂志具备了全媒体出版的基础,因此,有必要、有决心、有能力通过自己的努力实现全媒体出版。

5 参考文献

- [1] 游苏宁.“双效”“双爱”期刊:办刊人的最高追求[J].编辑学报,2005,17(2):79-80
- [2] 袁桂清,潘咏,石朝云,等.中国科学技术协会期刊品牌建设与发展对策研究[J].中国科技期刊研究,2010,21(3):257-264
- [3] 袁晔.中国科技期刊步入“高速路”:访第36届世界期刊大会秘书长、新闻出版总署副署长李东东[N].人民日报,2007-05-10(8)
- [4] 沈锡宾,王爱华,汪谋岳,等.开放存取:《中华医学杂志》(英文版)之实践[J].中国科技期刊研究,2007,18(3):460-462
- [5] 韩静,游苏宁,孙志谦.手机媒体与纸质科技期刊结合可能性初探[J].中国科技期刊研究,2009,20(2):297-299
- [6] 蔡丽枫,游苏宁,王旌,等.传承经典 再创辉煌:中华医学会系列期刊的发展历程[J].中国科技期刊研究,2010,21(1):1-7
- [7] 刘金铭.Elsevier出版社评介[J].中国科技期刊研究,2009,20(2):225-230
- [8] 袁桂清,蔡丽枫.中外医药卫生科技期刊现状与发展趋势[J].中国科技期刊研究,2008,19(3):340-345
- [9] 何建新.Elsevier出版的中国期刊统计分析[J].中国科技期刊研究,2008,19(2):201-203
- [10] 何建新.Springer出版中国期刊的统计分析[J].中国科技期刊研究,2007,18(4):594-596
- [11] 金东,游苏宁.医学科技期刊市场发行现状及提升对策探讨[J].中国科技期刊研究,2010,21(3):395-387
- [12] 游苏宁,陈浩元.久有凌云志 喜迎决胜年[J].编辑学报,2010,22(1):1-3

(2010-08-12 收稿;2010-10-14 修回)