

科技期刊数字版权贸易思路

——以四川大学华西口腔医学院编辑部为例

吴婷 王晴 王跃[†]

四川大学华西口腔医学院编辑部,610041,成都

摘要 分析四川大学华西口腔医学院编辑部出版的6种期刊数字出版与数字版权贸易的思路。建议与非营利性组织机构合作,推动期刊数字出版国际化、管理规范化,增加经济效益与社会效益,并使中国科技期刊大踏步地走向世界。

关键词 华西口腔医学院编辑部;数字出版;版权贸易;非营利性组织机构

Thoughts on digital copyright trade of sci-tech journals: a case of the editorial department of West China School of Stomatology // WU Ting, WANG Qing, WANG Yue

Abstract This paper introduces the thoughts of digital publication and copyright trade of the editorial department of West China Journal of Stomatology. Cooperation with non-profit organizations is proposed to promote the internationalization of periodicals in digital publishing, management standardization, and to increase the economic and social benefits, advancing Chinese sci-tech journals towards the world in big strides.

Keywords Editorial Department of West China School of Stomatology; digital publication; copyright trade; non-profit organization

Authors' address Editorial Department of West China School of Stomatology, 610041, Chengdu, China

期刊的传播,传统路径不外乎是通过邮局送达订户手中,在网络时代则大多通过网络传播。如今再靠传统的方式在很难获得经济效益的同时,社会效益的获得也受限制。尤其是科技期刊,是针对特定人群的小众读物^[1],对于广大普通读者少有市场,如果不借助于现代网络技术进行传播,光靠那少得可怜的小众,刊物千辛万苦编辑出来只印区区几百册交给邮局,不仅传播的速度很慢,覆盖面也有限,许多边远地区甚至达不到,何来经济效益,恐怕连生存都会出现危机。上网肯定不是白上,这牵涉到版权贸易,在数字环境中著作权人将作品享有的财产权部分的数字版权,通过许可、转让等方式部分或者全部有偿转移给数字版权使用者,不仅可以增加经济效益,社会影响力也大大提升,而且没有时空限制,这无疑是科技时代科技期刊发展的重要途径,它通过互联网进行传播,所生产的数字信息建立在全球平台之上,通过一种数字化的数据库来达到在互联网环境中对作品的重复使用,把一份纸质的刊物变成无

数份供多人、无数人重复阅读^[2]的电子读物。

中国首届版权贸易工作座谈会于1994年召开,旨在推动版权贸易工作,使版权贸易为科技兴国服务^[3]。2001年,《著作权法》在法律上确认数字版权概念,增加了著作权人和著作权有关权力人可以授权著作权集体管理组织行使著作权或者著作权有关的权力规定,从而奠定了科技期刊数字版权贸易的法律基础。

进行版权贸易得有一个前提条件,即优质的内容。重经营轻质量难以为继^[1]。并不是将期刊编辑完成后上网了事,就等着别人来浏览下载;并非任何东西上了网都能卖得出去。要有先进的、优质的内容交易才能实现。我们一方面要编出最优秀的科技期刊并增强数字版权的保护意识,另一方面要精通世界范围的数字版权贸易路径。这一点,四川大学华西口腔医学院编辑部已走在前列。

1 华西口腔医学院编辑部出版的期刊

四川大学华西口腔医学院编辑部目前编辑出版的科技刊物已有6种,包括《International Journal of Oral Science》(IJOS)、《Bone Research》((BR)、《华西口腔医学杂志》《国际口腔医学杂志》《中国口腔医学信息》《中国口腔医学年鉴》。

《IJOS》是中国口腔科学的唯一有国内统一连续出版物号的英文期刊,与英国自然出版集团(Nature Publishing Group, NPG)合作,采取开放获取模式,创刊1年即被SCI和Medline等国际、国内知名数据库收录。根据2013年SCI发布的2012年引证报告(JCR),IJOS的影响因子为2.719,位列相关学科专业分类的Q1区。2013年入选“中国科技期刊国际影响力提升计划”并获得A类资助。BR是中国大陆唯一的一种具有国内统一连续出版物号的骨科学英文期刊,编委由来自中外的50余位全球顶尖骨科学专家组成,与英国自然出版集团合作,采取开放获取模式。

《华西口腔医学杂志》被Medline等国内外多家知名数据库收录,荣获百种中国杰出学术期刊、中国精品科技期刊、国家期刊奖百种重点期刊等多项殊荣。《国际口腔医学杂志》有创办40年的悠久历史,荣获教育部4届中国高校特色科技期刊奖。《华西口腔医学杂志》

[†] 通信作者

和《国际口腔医学杂志》的网站都已经实现 HTML 全文浏览、PDF 下载、DOI 链接、参考文献链接等服务。

对于为什么及怎么样将以上刊物通过数字化办刊及版权贸易走向世界,编辑部作了深层的思考并进行了卓有成效的探索。

2 编辑部开展数字版权贸易路径分析

数字内容的传播可以分为无偿与有偿 2 种情况。

无偿在于通过网络宣传谋取期刊远期发展效益。期刊在同别人合作时不能一味只谈收益,没有收益的事情就不干,这种合作很难谈成。其实有一种无偿也是有偿,你在没有支出一分钱的广告费的同时通过别人的平台上网宣传介绍自己的刊物,将精彩的内容无偿提供给读者阅读,这是在为远期发展谋利。在进行版权贸易时大多要经过这一阶段,总是从无偿到有偿。当然,能够一上来就有利更好,除非你的刊物名声足够大。反过来说你刊物名声如此之大了,又何必与人合作,只需要自建平台,将别的需要提升的刊物招至麾下,以壮声威。

另一种传播为有偿,通过数字版权贸易获得中长期收益。在考虑数字内容的传播及数字版权贸易路径时,编辑部有多种设想,既要考虑自我宣传以扩展影响面,也要获取经济效益为自己谋利。具体来看有 2 种进程,一是进行自营式贸易,二是进行代理式贸易。

2.1 自营式贸易 早期,编辑部拟单独对使用者进行海量授权与维权,但是考虑到获取利益的成本较高而弃之;因此,编辑部的贸易进程之一即是采用自愿的非营利性贸易,几乎是无条件地与内容使用者分享口腔医学专业知识与最新的研究成果。这个过程换回的是编辑部的市场影响力,吸引与发掘潜在的使用者。通过多次向同行前辈的登门拜访和认真学习,聘请专业人士到编辑部作培训,加强与新闻出版行业应用系统研发单位的交流与合作等方式,使得编辑部目前掌握的网刊技术已经走在了全国前列,是少有的采用结构化数据的刊物之一。编辑部不仅完成新发刊本的数字内容的网刊前期制作与发布,而且内请专职与外聘兼职人员进行网刊的回溯,经过 1 年的努力,《华西口腔医学杂志》和《国际口腔医学杂志》已经回溯到 2006 年,包括题名、中英文摘要、关键词、全文等 HTML 格式信息,全部免费向使用者提供。正是这一系列的创新和改革才使刊物影响力不断提升,做到了人无我有、人有我精。一种刊物面貌的改观不是一次性的,而是不断的,这会让读者不断惊喜。那种一次改变维持 10 年、20 年的状况会使读者产生审美疲劳,失去新鲜感,要积小胜为大胜,使刊物始终处于科技的前沿,这包括内容乃至办刊方式。

2.2 营利性组织代理式贸易 科技期刊数字版权贸易

领域的前期内容加工任务艰巨而且复杂,所以编辑部最初将《华西口腔医学杂志》《国际口腔医学杂志》《中国口腔医学年鉴》交由营利性数据库发布内容,年终通过数据库的使用记录获得相应的份额。网络传播作品成本低廉、方式简易,但是,不受有效监督则直接冲击科技期刊整体及其作者的著作权益。这不利于回报科技研究及科技成果传播者的劳动付出,也不利于进一步的研究与信息传播。如果编辑者不能根据读者反馈信息对期刊内容做出调整,只是瞎子摸象,根据自我臆断办刊这也不符合上网的宗旨。网络环境中科技期刊版权问题的关键仍然是减少著作权人与内容使用者的对接成本^[4],因此,编辑部考虑与非营利组织机构进行合作。

2.3 非营利性组织代理式贸易 国内外都有适合期刊的非营利性组织,如国内的著作权集体管理组织^[5-6]和美国版权结算中心(Copyright Clearance Center, CCC)。

编辑部与之合作的 CCC 成立于 1978 年,拥有云服务管理平台,可以实现数字资源的自主加工与加密,云存储与收取,版税清晰与清算等。在云平台上科技期刊可以自主管理,自主经营,面向市场自主定价,创新盈利模式^[7]。CCC 的数字版权代理可以针对科技期刊的任何内容部分进行版权保护,也可以按图、表、段、节、章、本等作抽印。正如高雪山等^[8]总结的那样,与 CCC 签订非独家协议进行版权管理是期刊转型期不可忽略的一条重要的保值增值途径。

3 编辑部与 CCC 开展数字版权贸易的流程

编辑部首先考察了 CCC 的服务能力和服务特点,综合考虑后与其签订合同。

3.1 CCC 的服务特点与能力 CCC 支持内容创造者的知识产权,其云端平台服务可以使著作权人与“不特定”的多数人进行受法律保护的数字版权贸易,从而数字版权问题得到较好的解决。在云端平台服务上,机构或者个人可以自由地选购与付款、信息检索与定制、数字化研究与学习等。作为“资源池”的云端服务平台是 CCC 进行作品集体管理的必要技术,吸引了众多版权持有者与使用者和受让者。2011 年度报告显示,其版权代理超过 4.5 亿美元,10 年来付给版权持有人的版税超过 10 亿美元,CCC 业务已逐渐扩张到中国市场^[9]。从 CCC 中国服务区了解到,截至 2013 年 9 月,与 CCC 签约的中国客户超过 30 家,华西口腔医学院编辑部已经完成了 3 种刊物的签署,其中《IJOS》由 NPG 集团与 CCC 直接签约。

3.2 与 CCC 签约的主要事项

第一,版权持有者授权协议的签订。CCC 对接了来自出版社、作者、创造人等版权持有者与使用者,与

CCC 签订非独家的版权所有者授权协议是这份完成对接的不可缺少的要件。版权所有者授权协议主要包括权利的授予, CCC 向用户授予许可的价格、条款和条件, 向版权所有者支付费用等 10 余条款。协议的核心是权利授予项目, 包括按年度许可、按使用次数计费许可、版权与版税的国际交易 3 大项。

科技期刊根据自己的情况与需要选择全部或部分 CCC 服务, 再辅之本刊刊名、连续出版物号、出版单位等期刊基本信息简表, 即可完成授权协议的签署。此外, CCC 会要求版权授予方提供 WIRE TRANSFER FORM 以方便电汇版税, 需要提请注意 SWIFT code 是向银行索取的环球同业银行金融电讯协会代码。

第二, 版权使用权交易定价建议。作品使用定价按定价的主体分为 2 类, 一是作品版权所有者定价, 二是由 CCC 版权所有者委员会定价。对于按次使用作品, 科技期刊作为版权所有者应该根据使用的领域不同而自主设定于学术、商业和一般领域按使用次数计费许可服务的价格。科技期刊版权所有者可以针对学术领域指定每篇文章或/和每个页面/次数的版税费用, 并且可以分打印方式、电子方式设置不同的费用, 也可以针对商业和一般领域设定价格, 电子函件方式还可以根据收件人次设定费用。一般来说, 学术许可费用低于商业许可费用, 批量使用许可单价低于小额使用单价, 但也有个别例外。具体设定价格时, 同专业层次的刊物价格设定可以作为参考。

例如, 华西口腔医学院编辑部与 NATURE 合作的 SCI 期刊《IJOS》, 起价 32 美元, 49 人次以内每增加 1 个使用者增加 26 美元, 50~499 人次每增加 1 人次使用者增加使用费 10 美元, 500 人次以上则增加 5 美元。针对商业许可, 《IJOS》仅设定单价 35 美元, 不再设级差。期刊信息使用定价的高低只涉及对信息的扩展影响与后期收益, 提供平台的 CCC 中心出于管理费的考虑, 在每笔订单中额外加收由版权使用者支付的 3.50 美元。

4 讨论

根据《网络信息传播权保护条例》, 科技网络期刊作为汇编作品拥有整本期刊的著作权与版式设计权, 期刊内的每篇作品的作者拥有各自作品的著作权, 而作者的著作权行使优先于网络期刊出版者的著作权, 出版者对期刊的发表、复制、发行、信息网络传播等须经过作者的授权, 不得侵犯原作品作者的著作权; 因此, 科技期刊在进行国际化贸易合作之前, 应该事先取得作者许可或授权, 以内容版权交易为标的的数字版权向 CCC 授权输出的科技期刊同样需要事先取得单篇作品的数字出版权即财产权中的信息网络传播权。

总之, 从期刊自身来讲, 要为作者和读者服务, 要增强数字版权意识, 善于借助外力来保护数字版权。利用 CCC 这个具有集体管理组织与版权交易中心双重身份的国际平台, 不在于可以获得短期的经济效益, 而在于可以给国际读者提供一个可以合法获取编辑部刊物的平台, 从而为走向世界多铺一块砖、多搭一座桥, 在为自己将来赢得视线与报酬的同时也为世界知识产权保护工作贡献一份力量。

从另一层意义上说, 作者的文章写得再好, 编辑将期刊编辑得再有水准, 不将其推销出去就是失败。国内许多科技期刊在内容上定位十分出色, 但知名度并不高。有人将其归结为语言问题, 认为是非英语刊物, 这有一些道理却又不完全正确。关键是我们找到一个足够大的平台展示自己。许多期刊找不准路径, 或者跟别人一接洽碰了壁就龟缩, 总是认为自己在规格、语种、水平上不符合别人的要求, 其实并非这样。我们总是要不断进取, 研究别人的方式方法, 以改进自己的落伍之处, 并且不要停下来等待, 因为在你打盹的工夫别人已在前进。我们哪怕在参考文献的链接上给读者提供一点方便, 在 DOI 链接上找到自己的身份识别码, 将办了几十年的期刊不断回溯上网方便读者的查对, 任何一次改变都是在为自己加分。其实走向世界的路有很多条, 条条大道都通向“罗马”。

5 参考文献

- [1] 游苏宁. 对中国科技期刊的若干思考[J]. 编辑学报, 2014, 26(1): 6
- [2] 阎晓宏. 控制了版权就控制了文化[J]. 杂志工作通讯, 2013(4): 3-5
- [3] 马连元. 中国知识产权年鉴 2000[M]. 北京: 中国知识产权出版社, 2001
- [4] 方圆. 集体管理或成解决网络版权问题的关键[N]. 中国新闻出版报, 2009-12-03(1)
- [5] 中国文字著作权协会. 《著作权集体管理条例》[S/OL]. <http://www.prccopyright.org.cn/staticnews/2010-06-29/100629110323179/1.html>
- [6] 张洪波. 中国文字著作权协会[M]. 北京: 中国版权年鉴, 2009: 263-264
- [7] 彭绍明. 云出版: 数字出版发展的整体方案[J]. 出版发行研究, 2012(2): 10-13
- [8] 高雪山, 钟紫红. 美国版权结算中心及其版权解决方案: 期刊转型不可忽略的保值增值途径[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(4): 619-623
- [9] 张秀峰, 沈玲, 钟紫红. 中美著作权管理组织现状比较及对我国科技期刊版权保护的启示[J]. 中国科技期刊研究, 2012, 23(1): 14-18

(2014-05-16 收稿; 2014-06-06 修回)