

网络时代学术期刊数字出版模式探析*

廖坤 崔玉洁

西南大学期刊社,400715,重庆

摘要 由于我国学术期刊的专业性和学术性,以及其办刊制度的特殊性,使得学术期刊长期以来形成了品牌意识薄弱、竞争力低、影响力小的局面。根据我国学术期刊的特征,讨论其出版模式的现状和主要问题,研究我国学术期刊的出版模式,从品牌建立、办刊人员配置、集约化、网络平台建设、增值服务等方面进行分析并提出建议。

关键词 学术期刊;网络时代;数字出版;集约化

Analysis of digital publication strategies of academic journals at network age//LIAO Kun,CUI Yujie

Abstract Due to the professional and academic natures, and the particularity of journal running system, the academic journals have been brought into such situation as weak brand consciousness, and lower competitiveness and influence. This article discusses the present situation and main problems according to the features of Chinese academic journals, and analyzes on its publication strategies from brand establishment, staffing, intensive management, network platform construction and value-added services.

Keywords academic journal; network age; digital publication; intensive management

Authors' address Periodical Office of Southwest University, 400715, Chongqing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.02.004

互联网时代,学术期刊面临前所未有的机遇和挑战,其出版方式和运营模式都迎来一场巨大的变革。如何在互联网时代适应市场竞争,谋求生存,成为学术期刊实现数字化发展的关键所在。

国内学者对数字出版模式现状做了很多研究^[1-6]。我国学术期刊具有较强的学术性和专业性,而且办刊体制多为行政化办刊,其资金多依赖于上级主管单位和行政部门的拨款,其办刊人员和管理体制也受主管单位制约,导致目前我国学术期刊存在产业链不完善、人员分配不合理等问题;所以我国学术期刊的出版模式有它的特殊性。目前研究界专门针对我国学术期刊数字出版模式的分析还比较少。笔者主要针对网络时代我国学术期刊的出版模式进行研究,探讨学术期刊出版存在的一些问题,从办刊人员配置、集约化、品牌的建立、网络平台建设、增值服务等方面进行分析

并提出建议,为改善学术期刊的出版模式提供参考。

1 学术期刊数字出版现状和主要问题

1.1 依赖主办方拨款,竞争动力不足 我国学术期刊大多数依赖主办单位的拨款维持生存,特别是各高校的学报类期刊,以学校拨款和收取版面费为主要经济来源,其内在发展的欲望和动机较弱,市场竞争力低。

1.2 品牌意识薄弱,整体质量和影响力较低 我国学术期刊数量多,同类刊物多,有影响力的少。从总体而言,我国学术期刊的整体水平与国外相比差距较大,表现在编辑对期刊的定位、创新、策划、组稿、操作等能力上。我国真正称得上具有品牌效益的靠市场机制来运作的学术期刊很少。

1.3 缺乏市场发行经验,数字化办刊人员匮乏 长期以来,我国学术期刊更注重期刊的学术质量,编辑把时间都花在策划更好的稿件、实施严格的审稿与编校流程上,没有把更多的时间和精力花在市场与营销上;因而期刊缺少懂数字化办刊和市场发行经验的人才,与市场需求脱节严重,市场化程度普遍较低。

1.4 出版模式陈旧,数字化主要依赖信息服务商 目前国内大多数学术期刊还停留在以纸质出版为主的模式,其数字出版多依赖于各类信息服务商,缺乏自主的数字出版和数字服务。作为内容提供商的期刊社在这种方式中处于弱势地位,缺少话语权和主导权。

1.5 服务模式单调,缺少衍生产品及服务 现在的期刊除了提供文章的内容外,很少有其他资讯的发布与更新,网站内容单调且相互雷同,风格相互模仿,缺少创新,大多数提供的都是无差异服务,不能满足受众的个性化需求,很难引起读者的访问冲动和欲望。

2 关于我国学术期刊出版模式改革的对策建议

2.1 内容为王,品牌效应 学术期刊的内容与品牌是2个密不可分、相互促进的关键要素。学术期刊只有以读者为中心,坚持内容为王,才能保证其学术权威性和影响力,促进品牌的发展。依托品牌延伸,通过附加、衍生产品或服务获得受众的关注和支持是网络时代我国学术期刊出版的一种主要途径。

2.1.1 以读者为中心,办特色性、专业性期刊 品牌的核心是学术权威性和学术声誉,品牌期刊的打造归

*重庆市高校期刊研究会科研项目(CQXK2016-12);中央高校基本业务费专项资金资助项目(SWU1609165);中国高校科技期刊研究会2015年专项课题资助项目(CUJS2015-010)

根结底是通过内容的把关实现的,准确、清晰的读者定位和内容定位是实现品牌经营的关键。

目前国内学术期刊的办刊宗旨和目标定位与国际期刊有一定的差距,不具备鲜明的定位和独特的风格,栏目设置和内容分类与同类刊物相差无几,缺少创新,而且很多学术期刊是综合性期刊,学术质量普遍偏低,读者关注度较低,受众分散,影响力普遍不高。

期刊社可在期刊自身资源及主办方学科特点和优势的基础上,深入了解市场状况和读者需求,通过信息反馈进行调整整合,寻求创新突破,办读者有兴趣的特色性期刊,可适当考虑将综合性期刊向专业性期刊转变,提高受众的关注度。在明确期刊内容定位的基础上,保证期刊文章内容的学术质量是保护期刊品牌形象和学术声誉的必备条件。

2.1.2 品牌的创立及延伸 期刊品牌影响力的建设是在同质化竞争中脱颖而出的保障。在保证期刊学术定位和学术质量的基础上,期刊的品牌创立和延伸还可以从以下几方面着手。

1) 建立自己的网站,独立网站是学术期刊品牌的重要名片,是期刊的重要传播渠道。应重视自建网站的受众服务工作,以赢得受众的认可。

2) OA 免费获取。学术期刊发行价格的走高,会相应地抑制读者的购买欲,使期刊很难得到受众的青睐,影响品牌的发展,而且学术期刊本身肩负着传播学术信息与交流的社会传播职责,社会效益和经济效益应该并重,靠 OA 免费获取赢得期刊的品牌和影响力。

3) 与行业网站、学术论坛,以及百度等各大搜索引擎合作,引导读者和作者点击本刊网站的图标链接;还可与各高校、图书馆、相关产业合作出版,扩大影响力。

4) 借助新媒体渠道,扩大期刊的品牌影响力和知名度。

2.2 完善期刊的管理和运营模式,改革出版体制

2.2.1 改善学术期刊的人员配置 现在的网络出版模式迫使期刊社需要具有高学术水平和编校能力,又有数字出版和发行能力的人才。目前我国学术期刊的编辑几乎承担了所有的出版任务,与读者和作者联系、组稿、审稿、编校、出版。如果还要求编辑以有限的时间和精力熟悉各环节业务,必然不利于期刊的专业化和内容质量的提高。Elsevier 出版集团的经验是设置了3个主要的专业团队,即出版商团队、期刊经理团队和市场经理团队,分别负责期刊的组稿、审稿、编校、出版、发行工作,以确保期刊每一环节的质量和效率。国外出版集团的成功经验值得我们借鉴。

我们可将学术期刊出版的全流程分为3个阶段:第1阶段,期刊的学术定位、策划、组稿与审稿;第2阶

段,稿件的编辑与校对;第3阶段,期刊的出版、发行及市场营销。其中:第1阶段的人员应是某学科领域的专家,需在该领域有较深的学术造诣(应充分调动和发挥编委会的职能),主要负责期刊的选题策划、组稿和审稿,保证期刊的学术质量;第2阶段的人员应是具有专业和语言文字水平的编辑校对人才,主要负责文稿的编辑加工等技术工作;第3阶段的人员应是具有数字出版和市场营销经验的人才,主要负责期刊的数字出版和发行,并通过各种方式提高期刊知名度,通过市场调研将读者的需求信息反馈给第1阶段的人员,辅助他们进行期刊的学术定位。这样分工明确、因材施教的模式更适合学术期刊的良性发展。

2.2.2 促进学术期刊的集约化 为了摆脱依赖信息服务商进行数字出版的困局,许多学术期刊正在建立自己的网络平台;但我国学术期刊多数小而散,自身资源匮乏,资金来源不足,发行渠道窄,难以形成规模化,传播能力较弱。许多学者提出让小而散的期刊集约化^[1],以整合资源,扩大读者群;但少有提出如何集约的方法,以及如何面对集约数据库使得“期刊消失”等实际问题,这些问题也值得我们深入思考。

我国学术期刊集约化发展观点的提出已有多多年,但仅有少数期刊实现了经营权的合并与转移。我国的办刊环境和管理模式决定了其无法复制国外期刊集约的做法,国外期刊集约化过程是市场经济条件下的知识产权交易的过程,我国要实现集约化就必然涉及期刊主管单位在期刊管理、办刊经费、场地、人力资源等方面的变更和配置,这些都是很难实现的。国家有关部门需对学术期刊集约化进程投入经费,办刊体制需要逐步推行改革,才能为期刊集约化发展提供推动契机。

目前国内也不乏集约成功的案例,例如:

由《中国组织工程研究与临床康复》创办的CRTER网站群是一个由统一规划建设若干个能够相互共享信息,并按照一定的隶属关系组织在一起,既可统一管理,又可独立管理,且自成体系的网站集合^[7]。

中华医学会所属的中华医学会杂志社是全国性医学期刊出版机构,编辑出版并管理中华医学会主办的各类医学期刊,已成为国内医药卫生界数量最多、影响最大、权威性最强的医学期刊系列,初具出版集团的运作规模,并取得了良好效益^[8]。

2011年由复旦大学等17家人选教育部“哲学社会科学名刊工程”的高校学术期刊联合发起的“中国高校系列专业期刊”,就是借助中国知网的平台,建立的一个涵盖人文社科方面的期刊群数字平台,截至2013年4月已经有70家期刊编辑部加盟。特别有开拓创举的是,该期刊群网站平台按专业整合各编辑部

资源形成专刊板块,包括马克思主义、文学、经济、法学等12个专业期刊学报,都是针对某个专门的学术方向领域的,突显其学科专业性,并坚持开放获取、免费试用的理念,自创办以来,在学界的影响力与日俱增。

这些案例为中国学术期刊集约化发展提供了经验。集约化进程中,各期刊编辑部应做好自己期刊平台的内容、服务、宣传工作,通过集约化的规模效应提高自身的影响力,以解决“期刊消失”的问题。

2.3 服务增值模式 传统的学术期刊应该从单纯的内容提供商向内容服务商转型,打破只经营期刊的旧思维,开展多样化经营。

2.3.1 文献检索服务模式 国内学术期刊大多都有其自建的网站,但除了自己期刊数字化及论文检索外,很少有期刊的网站提供包括引文索引、相关背景分析以及论文引用率统计在内的一系列多元服务。学术期刊应利用目前网络的便捷性,建立相应的数据库,提供文献检索服务。在这方面,本校期刊社做了一些尝试,在发表文章的开头部分嵌入二维码,扫码即可获知作者及其相关成果的情况,这一服务得到广大读者的好评。

2.3.2 个性化服务模式 个性化服务要求尽量满足不同用户的多样化需求。用户只希望在信息的海洋中找到自己关注的内容,学术期刊应通过数据库的反馈信息,通过数据分析掌握受众的需求,对受众进行细分,为他们量身定制所需的相关信息,提供差异性产品和个性化服务。

学术期刊终究是一个学术交流的平台,受众更多地希望在此平台上获得相关信息,期刊社可在这方面做一些工作。如在自建网站上设置互动交流论坛窗口,还可拉动审稿专家互动,供读者和作者在论坛上就某一学术问题开展讨论,实现问答互助、专家互动。与各学科专家或学术会议联系,帮助或参与组织学术报告,通过手机终端信息推送模式为读者提供学术会议通知和某学科研究新进展信息,并可在自建网站上增加远程视频点播某专业或某专家的学术报告的服务功能。

2.3.3 电子支付服务模式 目前学术期刊的自建网站几乎都还不具备网上支付等电子商务功能,读者、作者与期刊之间的费用结算仍采用传统的邮局汇款等方式^[9]。学术期刊要加大网站建设力度,完善网站功能,在自建网站上引入支付宝、微信支付等电子支付系统^[10],实现信息、服务的在线销售。

2.3.4 移动终端服务模式 目前很多学术期刊已经在尝试移动终端服务,通过手机、阅读器等终端服务器向读者提供期刊文章内容的阅读,或者通过终端向受

众推送期刊相关信息。

本校期刊社申请了微信公众平台,不断扩大受众队伍,并向他们推送期刊当期信息和下期预告。终端服务器可用于文章的阅读,通知信息的推送,广告的推送等;但目前的终端服务模式还不成熟,学术期刊文章都是以PDF格式生成,考虑到科技学术期刊特有的专业性,如果用PDF格式原封不动地将文章呈现在终端服务器上,由于终端服务器的格式兼容问题,以及读者的阅读习惯问题,必然造成阅读的诸多不便。

笔者认为,不是所有的深度阅读都适合在终端服务器上进行,期刊可将终端的阅读定义为提示性和碎片化浅阅读,以此激发读者的兴趣,最终吸引他们到期刊网站进行深度阅读。

3 结束语

我国学术期刊大多数依赖主办单位的拨款维持生存和发展,其内在发展的欲望和动机较弱,市场竞争力较低。在这种办刊制度下,我国学术期刊在管理和运营上存在着产业链分工缺失的问题,只有构成内容出版、数字发行、信息反馈这样分工明确的产业链,出版模式才有完善的基础。当前学术期刊急需新的出版模式来适应市场竞争,探索出更加适合期刊发展的道路是我们必须不断思考和实践的问题。

4 参考文献

- [1] 张维,邓强庭,冷怀明. 数字出版的发展现状及我国科技期刊的应对措施[J]. 编辑学报,2013,25(2):179
- [2] 方卿,王清越. 关于数字出版模式的思考(一):内容资源主导模式[J]. 中国出版,2011(17):35
- [3] 付婉莹,薛创. 基于大数据的数字出版模式研究[J]. 出版发行研究,2014(11):35
- [4] 汤雪梅. 数字出版模式的多元探索[J]. 编辑之友,2014(12):76
- [5] 颜爱娟,陈爱华. 数字出版模式下高校学报的发展[J]. 传播与版权,2015(9):142
- [6] 韩云波,蒋登科. 参考文献国家标准 GB/T 7714—2015的修订特色与细则商榷[J]. 西南大学学报(社会科学版),2015,41(6):157
- [7] 李晓晔. 期刊数字化:从网络版到网站群:《中国组织工程研究与临床康复》数字化探索的启示[J]. 传媒,2009(2):50
- [8] 游苏宁,刘冰. 中华医学会杂志社的数字化实践与发展[J]. 科技与出版,2009(11):8
- [9] 何长华,刘长青,何鹏,等. 基于电子商务的电力科技期刊网络出版平台研究及构造[J]. 编辑学报,2011,23(5):448
- [10] 江霞,颜志森. 数字出版时代科技期刊利用电子商务平台营销的构想[J]. 编辑学报,2015,27(2):172

(2016-09-07 收稿;2016-11-09 修回)