

# 刍议媒体融合视域下学术期刊的出版传播

——共享·多元·开放·互动·交融\*

刘 钊

《中南民族大学学报》编辑部,430074,武汉

**摘要** 在分析我国现有学术期刊的媒体融合形态特征基础上,探讨当下期刊媒体融合的发展瓶颈,以“共享、多元、开放、互动、交融”的融媒体理念重构了期刊的平台、内容、媒体形式、评议体系、功能和编辑角色等,以充分提升学术期刊在媒体融合环境中的传播力和影响力。

**关键词** 媒体融合;学术期刊;出版传播

**Exploration of publishing and communication mode of academic journals in the context of media convergence: sharing, diverseness, openness, interactive, convergence //**

LIU Zhao

**Abstract** Based on the analysis of the forms and characteristics of the media convergence of traditional academic journals, this article deeply discusses the problems of today's journals. With the media idea of "sharing, diverseness, openness, interactive, convergence", we present that the academic journals should reconstruct the platform, content, media form, academic review system, function and editing roles, to fully enhance the dissemination and influence of academic journals under the media convergence environment.

**Keywords** media convergence; academic journal; publishing and communication

**Author's address** Editorial Department of South-Central University for Nationalities, 430074, Wuhan, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.06.022

进入 21 世纪以来,“媒体融合”(media convergence)成为全球新闻出版传播发展的主流趋势和研究热点,其本质在于应用现代信息技术和传播手段对媒体组织重构、资源重整和流程再造,“媒体深度融合、移动化发展、社交化应用、媒体优势互补、大数据应用”是传统媒体与新媒体交织共存的 5 大特征。当下,媒体融合上升至国家战略,而学术期刊整体融合发展较大众传媒缓慢,与我国日益增强的科技实力不符,正面临读者订户流失,传播力和影响力减弱,综合性、分散性和内向性的结构性矛盾突显等问题。

为使学术期刊信息发布和传播渠道更加多样,传播时效提高,受众范围扩大,管理体制机制更加灵活,以多元的媒体形态满足用户的不同阅读需求,媒体融合已成为学术期刊自身发展和提升影响力的必然趋

势。郭雨梅等<sup>[1]</sup>主张学术期刊借助媒体融合之力提升学术质量和自身数字出版,掌握技术主动权,推进编辑资源共建共享。夏登武等<sup>[2]</sup>将学术期刊置于传播学研究视域,强调学术期刊借力新媒体渠道优化期刊议程,聚焦受众,扩大期刊的影响力。桑海<sup>[3]</sup>则从学术期刊用户需求出发,构想了一个集成论文发表、专业知识、在线刊群、互动社区、培育学术共同体和新型学术评价体系的在线学术服务平台。

尽管目前在期刊的媒体融合的理论和实践上进行了较多的探讨,但如何破解制约学术期刊媒体融合发展的瓶颈,实现学术期刊的多媒体交融互动、优势互补和一体化发展,仍是期刊界学者共同关注的话题。为此,本文在剖析我国现有学术期刊的媒体融合形态特征和发展瓶颈基础上,以“共享、多元、开放、互动、交融”的理念构建了其在利用新媒体优势实现融合服务中应重点重构的环节,为探索学术期刊的媒体融合出版传播模式提供新思路。

## 1 学术期刊媒体融合的形态特征

在力所能及的学术期刊媒体融合实践中,新媒体内容资源的适宜形态主要表现在数据库、期刊网站和社交媒体等方面。

### 1.1 学术期刊媒体融合形态现状

1) 数据库:目前,多数学术期刊通过 CNKI、万方、维普等数据库进行文献分类整合和数据库传播,是数字化出版主流方式,它收录各学科期刊较全面、链接丰富、使用效率高,但用户限于高校、图书馆和科研单位。

2) 期刊网站:以自建网站定期更新发布期刊文献内容供用户开放获取,或以协同办刊加盟“中国科技期刊开放获取平台(COAJ)”“中华医学会杂志社”等实现期刊的集约化和专业化转型。

3) 新媒体出版平台:以微信、微博、App 客户端、iPad 阅读平台、二维码等为代表的新媒体以便捷快速、社交化、多元多维的方式供用户搜索资料、浏览目录和下载全文等,已有 283 种(23.6%)学术期刊开通了微信公众号且比例还在递增<sup>[4]</sup>。随着“互联网+”和数字技术的不断渗入,学术期刊还呈现出语义出版、智能出版、互动出版、可视化出版、云出版等趋势。

\* 中国高校科技期刊研究会资助项目(MGKJQY1606);湖北省教育厅人文社会科学研究项目(17G039)

## 1.2 媒体融合下的期刊新特征

1) 期刊内容:出版细化,以篇、章、图表、数据等知识单元为组织方式;2) 期刊定位:凸显专业和特色,精准定位受众,增强受众黏性;3) 信息传播:多维度(由“一对一”到“一对多”和“多对多”发布到多个网络平台和移动终端),多元化(涵盖图片、声音、视频等多元传播符号);4) 信息特点:便捷、简短、新闻化、科普化、动态化;5) 信息交流:快速、实时、互动、共享;6) 出版周期:即时发布、优先出版;7) 评价方式:在大数据和云计算支持下向“以文评文”“同行评议”转变;8) 编辑角色:推送、导读、平等交流,以大数据分析新媒体用户阅读偏好和行为习惯,线上、线下多中心研究;9) 受众:融入内容生产,重视体验,个性化需求多元;10) 阅读需求:浅阅读、移动阅读、碎片化阅读、以超链接延伸阅读;11) 媒介生态:多网融合、微传播、泛关联。

## 2 学术期刊媒体融合发展瓶颈

审慎思考期刊新媒体的特征和发展趋势,就媒体融合发展现状而言,主要问题有以下几种。

**2.1 同质化现象普遍** 无论是纸媒期刊上网还是加入大型数据库,所呈现的内容与纸质版本并无太大差异,延续了纸质期刊的外在形式(版面、版式设计、插图等)和具体的知识(内容、栏目设置等),在庞大的网络数据库的资源中,学术期刊的特点难以彰显,期刊网站设置雷同(如期刊介绍、投稿须知等),由纸媒的“千刊一面”变成了数字媒体的“千网一面”,期刊在网络传播前缺乏二次加工和编辑,没有进行品牌衍生,摘要、题录等表现形式较为单一,难以满足不同层次研究者的各种需求,传播受众面窄,尤其难以吸引年轻读者的眼球,在一定程度上削弱了期刊的传播效应、利用价值和社会影响。

**2.2 社交互动性欠缺** 微博、微信等新媒体相对于传统媒体最大的优势在于传播者能与受众互动,但受学术期刊的专业严肃特质和办刊体制的影响,期刊编辑尚未完全更新新媒体语境下的服务意识,不完全习惯通过新媒体进行作者、读者、编辑间的社交互动并建立强黏性的学术圈子,尚未完全通过有效议题设置、微讨论、圈粉效应等手段进行以聚集粉丝,受众对期刊信息的多点多面传播和用户产生内容(UGC)等颇显不足。

**2.3 内容生产者的传播主体失语** 作者是学术知识内容生产创造的主体,而学术期刊扮演着内容提供者的角色,应在知识产业链占据主体地位;但长期以来,受学术期刊资源高度分散的影响,学术期刊出版单位对信息化接受度较低,没有能力自建数字化出版发行平台,形成对第三方发行平台的严重依赖。学术期刊

核心的知识内容无条件地被数据开发商垄断,丧失了作为学术知识代言人的话语权、传播权和利益分配权,造成知识整合功能缺失和信息传播失语,传统学术编辑在产业链中遭遇边缘化和身份泛化。

**2.4 网络出版空间尚待深度整合开发** 受发展思路、体制机制、技术手段等限制,学术期刊数字化和媒体融合进程缓慢,其深层次价值和市场占有率在快节奏的传播中常被忽视,在期刊网络平台的数据挖掘和结构化、语义标引、可视交互、协同出版、延伸服务等方面还存在诸多开发空间。如除少数网站实现了“一次注册”外,多数平台只能链接至各期刊网站再进行注册投稿,没有体现专业集群化网络出版的便捷<sup>[5]</sup>。与国外期刊平台(如NPG)的OA出版、纯网络出版、多维关联分析、聚类及反馈评价系统的完备开放性还有较大差距。

## 3 学术期刊媒体融合出版传播模式探索

媒体融合并非简单的期刊上网或运用某种新媒体技术,而是形成“纸媒+网站+新媒体平台”共同发展的三角模式,期刊需要针对不同层次的内容对各种媒体予以传播定位,实现各媒体间的优势互补、互促交融的融合媒体形态<sup>[6]</sup>。为使学术期刊从小众和高端进入更高更广的发展平台,在“大数据+移动互联”态势下,期刊需要在坚守学术的前提下,以新媒体的技术进行表达范式的革新和圈粉能力的提升,以“共享、多元、开放、互动、交融”的理念对期刊的平台、内容、媒体形式、评议体系、功能、编辑角色等进行融媒体视角下的资源重组和流程再造(图1),让学术期刊在出版传播中探寻更好的沟通桥梁和发展空间。

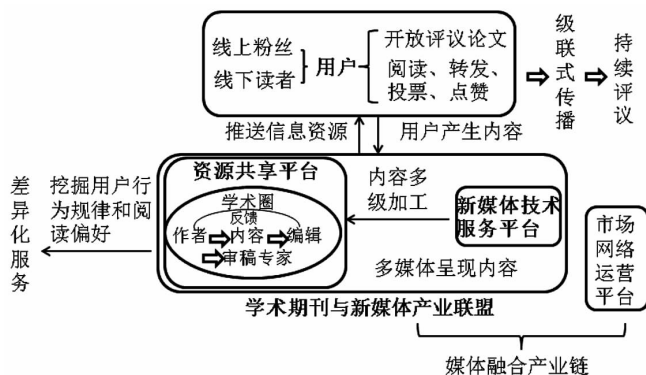


图1 学术期刊媒体融合发展模式

**3.1 共享:建立资源共享的平台并与新媒体形成产业联盟** 如果说,学术期刊的数字化、集约化、专业化转型只是其发展设计的底层1.0版本,那么,期刊与新媒体的深入融合并随之构建资源共享的平台或专域,并与新媒体形成产业联盟,在新的网络传播秩序下衍生发展,则是其上层的2.0、3.0版本。打破期与刊的界

限,建立开放共享的传播平台,在一定的基础上由相关行业协统一管理和联络期刊内容、作者、审稿专家、读者、品牌等,让资源不受限于编辑部或出版单位,实现整个学术期刊界互促互进、资源共享。

数据库下的运营模式使期刊既失去了在数字产业链上的利益分配和开发新媒体内容的积极性,又存在因新媒体数字技术匮乏导致部分作者直接将稿件交由数据库进行网络出版的风险。若由内容提供方(学术期刊)与技术提供方(新媒体)建立一种产品层面上的联盟合作<sup>[7]</sup>,并联合终端运营商或网络运营商,三者相互协同,共同构建学术期刊的媒体融合产业链,可使期刊与媒体互联共生、立体传播,提高整体影响力并持久发展。如中国光学期刊网集合光电学科期刊并秉承语义化、可视化、交互化、再生产化的数字理念开发信息资源并进行标签化、链接化的云传播,致力于构建垂直化、细分化的云平台。

**3.2 多元:重视内容的多级加工和创新媒体形式** 随着新媒体技术的出现,学术期刊“投稿→编辑→出版→印刷→发行”单一链条式出版模式也在衍化。期刊媒体融合转型的核心应在于对信息内容进行多层多级的加工,呈现多元媒体形式满足不同受众需求,对受众进行多点多面辐射,以二次甚至多次传播时获得受众反馈,在信息流动的过程中实现内容再造,充分利用互联网和移动端增强传播的长尾效应。

学术期刊应选择合适的新媒体平台,逐步建立集纸媒、网络、移动终端一体化的“组合信息终端”平台<sup>[8]</sup>,最大层面上体现出学术期刊的特有价值,扩大优质内容的传播范围,创新媒体形式,提升期刊文章显示度和关注度。用微信、微博等刊载期刊最新目次和摘要,能使学术期刊通过朋友圈分享、转发等形式建立“学术圈传播”,以口碑快速推广期刊的品牌;借助App或iPad移动阅读平台,融入多媒体、交互式设计、读者在线参与等形式,能激活纸质期刊内容资源的沉默价值,增强对读者的吸引力;扫描二维码可让读者进一步了解论文研究数据、图片、音频、视频等,实现期刊的扩展阅读,并精准跟踪到访者的记录;为期刊论文注册DOI并加入CrossRef等动态解析标志符,可涵盖参考文献全文链接、作者信息、读者评论等,更方便用户定位、识别和引用数据信息,促进期刊个体的链接合作和中外文信息的融合;伴随HTML、XML技术形成的语义出版以可操作性、交互性和关联性的文献形态,建立元数据和知识点的广义相关和集成,为科研用户提供更为高效、精确、便捷的阅读体验。

由此可见,学术期刊在坚守学术和深入挖掘内容价值的同时,正积极构建新的立体多元的传播秩序和

范式,形成学术期刊内容生产→融媒体表现→浅阅读+深阅读→读者反馈的良性循环,使新媒体的学术表达更加严谨、科学。

**3.3 开放:创新学术评议体系** 2013年中国科协调研的674种科技期刊中,245种使用了微信、微博等社交媒体<sup>[9]</sup>,说明学术期刊正在积极通过新媒体将学术出版和交流深入融合。由于社交媒体的一个显著特征是用户产生内容,完全可以充分利用新媒体使学术期刊传统的同行评议生动起来,比如Peerage of Science审稿平台就让论文及其开放评审的意见成为学术评价的对象,当论文匿名发布后,由平台筛选潜在的多位审稿人撰写评审意见,作者依据相关意见修改内容,只有稿件及评审意见质量评分很高时,稿件才能被录用。

在用户至上的新媒体语境中,同样可以充分利用社交媒体(如微信群、App客户端等)汇聚读者(用户)的集体智慧对开放平台投稿的论文进行评议,既有助于作者完善和提高论文质量,还监督了论文的原发性,提高了期刊的学术水平。若能实时追踪Facebook、Twitter等社交媒体对论文的评论、下载和数据库收录量等,还在一定程度上弥补了引用次数的时滞和传统引文计量分析的局限性。无论论文最终是否发表,利用社交媒体发布论文都有力增加了期刊的关注度和作者读者对期刊的黏性,改变了期刊作为研究成果认定的基本定义:论文发表不再是学术研究的终点而是开始,因为真正意义上的学术评议理应是一个可持续过程,“早发表、持续评议”值得推崇,由用户参与学术论文评审构建了更为双向、公正、开放、透明的学术评议体系。

### 3.4 互动:升级学术期刊功能

**3.4.1 “互联网+”思维** 学术期刊的媒体融合诉求主要在于提升学术内容价值和影响力,将“互联网+”思维应用于学术思想的“生产—传播—评价”中,期刊可以充分利用微信等新媒体聚集学术资源建立学术圈子,以微内容的方式进行微传播,增强编辑、审稿专家、作者、读者之间的黏性,打造一个期刊学术生态圈<sup>[10]</sup>,以学术期刊为纽带建立学术信息资源库、移动互联服务、设计知识聚合系统等,构建集知识生产、传播、服务等于一体的知识共同体,实现期刊全生态共享服务和价值链接。这种学术资源优化与共享,将学术期刊从展示学术成果的载体转变为学术研究协同创新链中的重要环节,与学术研究互利共生,产生叠加优势;同时,构建多元的人文指标评价体系(如学术热点、受众参与、学术反响等),促进学术研究和交流,打通学术期刊知识传播路上的“最后一公里”。

在“互联网+”的大数据技术和创新2.0模式下,学术期刊还可以探索期刊学术社群与媒体智库的融合

发展,结合学术期刊作者的知识资源和期刊新媒体的传播优势,以用户需求与期刊服务的对接如线下举办学术论坛,线上组织微型学术话题、微推送、微视频展示等构建学术社群。作者、读者不再局限于发表和阅读论文,而是作为社群成员为期刊贡献观点、材料等,进行期刊内容的聚合交互式传播;期刊借新媒体平台聚合学界、政界、产业等资源,并吸引智库专家为期刊提供作者、稿源、审稿专家,以期学术社群-媒体智库的协同合作储备并共享共用知识、人才、传播渠道等,搭建产、学、研、用的期刊媒体智库平台,开展跨区域和组织的知识共享和协同创新。

**3.4.2 充分重视用户体验** 在媒体融合背景下,作者、编辑、读者三者的身份也出现了交融和互换。就学术期刊而言,受众最感兴趣的是如何便捷快速、方便准确地以低成本(时间和经济成本)阅读所需的文献,而不介意出版形式;而作者最关注的是如何尽快获得评审意见并尽量缩短研究成果发表周期。目前学术期刊虽采用网络采编系统和自建网站,但整个出版时滞还是偏长,学者们每年在拒绝接受论文上花费的时间约350万h。随着媒体融合和OA出版的发展,出现了预出版(文章发表后再进行同行评议),OA出版(任何人及时、免费地阅读论文全文),以及ScienceOpen出版平台(结合预出版和OA出版)。ScienceOpen出版平台采用非匿名的公开评审模式,优化了学术期刊出版流程,由科研人员自主发布、分享、讨论研究成果,以合集、群组的方式聚集了不同用户,并通过讨论共同话题增强用户对该平台的黏性。论文质量由学术共同体来评议,作者可以随时根据平台提供的动态审稿意见修改论文,整个出版过程公平、公开,科研人员借助互联网在学术出版全过程中享受到很好的体验,非常值得借鉴和思考。

**3.5 交融:优化编辑角色** 在媒体高度发达的当下,传统学术期刊编辑“看稿→修稿”的单一模式已不能完全适应媒体融合下的多元化出版,面对泥沙俱下的海量信息,受众更需要精准、优化、定制的内容,知识需求也向纵深、多元化拓展,不仅需要编辑运用新的数字媒体技术去甄别、遴选、评价,还要走入学术研究,成为相关学科的信息分析和问题研究的专家,在实践中探索新的学科增长点 and 发布先导性话题,使期刊选题更具有前瞻性和针对性,组稿更具学术创新性和社会价值,以学术引领者的视角进行学术导读、互动、点评、推介等,与作者、读者在学术价值导向上取得共识,赢得学术领域的话语权。在新媒体语境中,编辑还要学会创新学术话语的影响方式,以新媒体的话语表现形式阐明学术观点、整合解读信息、引发学术争鸣等,充分

利用多种媒体功能增强期刊的活力,实现资源与受众需求的对接,延伸传统期刊的学术价值链<sup>[12]</sup>。

新媒体科学信息加工方式和科研成果表达范式的变革,促使编辑更多关注学术内容与新媒体结合后的形式及传播效果,从科研用户学术交流需求变化的角度完善学术期刊的服务功能。一方面,编辑在选题策划时就应思考选题内容与媒体形式之间的交融,发布与用户的共鸣互动,如可以先利用新媒体和网络交流让内容在用户中形成一定的影响,论文正式发表后再通过二维码等技术实现论文的融媒体传播,以获得用户对期刊论文持久关注和圈层传播;另一方面,编辑需要依据不同媒体的模式和特点对论文的主题内容、表现形态等进行N次性的多态加工,融入音视频态等多媒体素材中,运用人机协作、语义分析等智能化编辑手段,并围绕期刊的学术研究特色,设计更具交互性和舒适型、功能服务更完备的新媒体选单内容。

此外,编辑还要敏于关注学术交流趋势的变化,善于通过大数据分析新媒体平台用户的行为偏好,如阅读、评论、转发、点赞、投票等,紧密耦合用户科研环境,基于用户的阅读偏好提供个性化、及时化、多样化服务,并借助微平台以主题讨论、学术讲座直播、视频推送等多种形式丰富媒体表现形式,增强用户对学术期刊的黏性。

## 4 结束语

在媒体融合视域下,纸质的刊和期的边界趋于模糊:优先出版、即时出版、网络出版、在线评议、发表后评议等更便捷、开放的出版方式受到推崇;单介质线性出版流程正向跨媒体融合的语义出版、云出版转变;期刊集群网站、微信、微博、App推送、二维码技术等新媒体使内容信息的传播渠道趋于多元多样;主题检索、在线阅读、浅阅读、碎片化阅读等阅读习惯悄然而至;以刊评文的学术评价标准逐渐弱化,正向以“篇”为单位的“以文评文”和“同行评议”的方向转变<sup>[13]</sup>;论文的点击、下载、评论、转发、关注、持续报道、追踪等新媒体用户的行为逐渐改变了以被引频次作为评价学术价值的标准;编辑亦由单一的文字加工向融媒体策划表现、大数据追踪分析、信息推送服务等多重身份集聚。

学术期刊在媒体融合发展的大趋势中,应充分利用新媒体升级“内容”和“渠道”这2张王牌,探索最合适的传播主体。期刊需要以“共享、多元、开放、互动、融合”的融媒体的传播理念加快建立学术资源共享平台、与新媒体形成产业联盟、创新学术评议体系,更需要重视自身内容的多级加工和媒体表现形式,利用“互联网+”思维升级期刊功能,充分注重用户体验,