

# “微期刊”的催生與策略

## ——兼論人文社科類學術期刊的數據化

許麗梅

**[提要]** 目前，人文社科類學術期刊與微信公眾平臺這樣的新媒體的結盟，不過才剛有先鋒者試水，微時代需要微期刊。從策略上講，數據化的“微期刊”要敏銳地發現數據的價值、創造性地開發數據計算的功能。“微期刊”是適應碎片化閱讀的大眾閱讀方式的產物，本身就隱含著要爭取更廣泛的閱讀群體，獲得更深入閱讀效應的命題。因此，在數據計算的幫助下，新媒體每一次推送的時間點與推送頻率，都應當精心考量。推送的內容則以強化雜誌品牌與風格、擴大期刊的受眾面為中心，但只要於此有益，也不必過分拘泥於本刊正式發表的文章。微期刊將以自己獨特的學術趣味，聚集起一批有相同學術趣味的研究者，成為孕育微學術、聚合微學術的場域，從而大大拓展學術交流的空間。

**[關鍵詞]** 微期刊 數據化 微學術

**[中圖分類號]** G312 **[文獻標識碼]** A **[文章編號]** 0874 - 1824 (2016) 02 - 0119 - 07

### 一、微期刊的催生

當今中國已然邁入微時代，人們的閱讀方式、閱讀習慣都發生了巨大的改變，人文社科類學術期刊也應當順應潮流的發展。微時代需要微期刊，這個命題已經呼之欲出。另一方面，如果說微期刊僅僅是數字化的產物，<sup>①</sup>而大數據時代又悄然來臨，挑戰與機遇將不期而至。學術期刊該如何應對，本文擬提出一些粗糙的構想，以拋磚引玉。

微閱讀無疑是微時代的重要組成部分之一。近兩年微信異軍突起，發展勢頭極其迅猛，其公眾訂閱號也隨之急速壯大。<sup>②</sup>微信之“微”，其義更多在使用介質之微，傳播週期之微。在數字化的衝擊之下，傳統媒體對於新媒體的出現都變得極為敏感。微博一手遮天的時候，許多傳統媒體努力開通官方微博；<sup>③</sup>微信與微博一爭天下之後，傳統媒體又轉而爭相開通微信訂閱號。都市報、時尚新聞雜誌、出版社等，已經有不少成功運營訂閱號的案例，<sup>④</sup>他們搭建起很多構思精巧、內容精彩的公眾平臺。與此同時，學術期刊界也開始跟進。據研究，“截至 2014 年 8 月 18 日，

國內共有 90 餘個學術期刊開通了微信公眾平臺”。然而，12 個服務號中，“2/3 的服務號自開通後從未進行更新（未向粉絲進行過信息推送），3 個服務號在最近一兩個月內進行過信息推送，1 個服務號近 4 個月內未再更新”。80 餘個訂閱號中，“約半數的訂閱號在最近 10 天均有更新，有 10 餘個訂閱號從未進行過信息發佈（個別為新開通帳號），另有 11 個訂閱號近 2 個月未再更新”。<sup>⑤</sup>也就是說，事實上只有 40 餘個訂閱號是在運營中的。而這些已經開通了微信公眾平臺的學術期刊，絕大多數是自然科學類的期刊，社會科學類期刊屈指可數。

據筆者不完全統計，綜合性人文社會科學類期刊開通微信公眾平臺的，目前尚不多。權且以《中國人文社會科學期刊評價報告（2014 年）》中所收錄的綜合性人文社會科學類期刊目錄<sup>⑥</sup>為主要考察範圍，截至 2016 年 1 月 17 日，187 家期刊中只有 51 家開通了微信公眾號，約佔 27.3%。這些微信公眾號裡，最早的開通於 2014 年 4 月，晚的則於今年 1 月剛剛開通，而在去年下半年至今年初這一時段內，開通的就有 25 家。從公眾號的經營情形來看，有 10 家僅開通了，而幾乎沒有推送信息；有 8 家是以較為零星（如平均每月一兩條）地推送信息的方式在經營。其餘 21 家持續經營的期刊公眾號，又大約一半是以一種不緊不慢的態度在和讀者保持著聯繫：每個月都推送信息，但數量都不太多，或者四五條，或者七八條。

比較活躍的則有：《探索與爭鳴》（推送第一條信息的時間為 2014 年 5 月 20 日，快則每天，慢則四天推送一條新信息，平均每月約推送 20 條信息），《學術月刊》（推送第一條信息的時間為 2014 年 9 月 22 日，平均每月約推送 13 條信息）等。《中國社會科學》是與中國社會科學網、《中國社會科學報》等權威學術媒體一起，共建了“中國社會科學網”公眾平臺，於 2014 年 4 月 23 日推送了第一條消息，平均每月約推送 19 條信息。“上師大學報期刊雜誌社”公眾平臺推送有關《上海師範大學學報》自然科學版和哲社版，以及《教育參考》的消息，於 2014 年 6 月 27 日推送了第一條消息，平均每月約推送 12 條信息，等等。

當然，學術期刊公眾微信平臺推送信息的頻次並非固定不變，而是存在波動，且有時波動很大。有的在剛開通的兩三個月內，沒有進行任何活動，但之後卻開始了較為密集的推送信息；有的則是在剛開通的一兩個月內，非常積極地推送信息，此後卻開始疏淡起來，甚至出現某幾個月內暫停推送的情形。而國家法定假日，尤其是春節這樣的長假，對於多數公眾平臺推送信息有著明顯的影響。這些都顯示出學術期刊在公眾號經營上的實驗性，還缺乏成熟與長遠的策劃。

“中國社會科學網”2014 年 4 月 23 日推送的第一條消息《借力網絡新媒體傳播哲學社會科學》，即大聲疾呼，“在網絡信息化大潮中，哲學社會科學研究成果的傳播發生了深刻變化”，“世界哲學社會科學研究成果傳播已經向網絡新媒體轉移”，我們必須“抓緊應對”。<sup>⑦</sup>人文社會科學類學術期刊必須直面新媒體傳播。

現在對學術期刊與微信公眾平臺的研究，主要側重於學術期刊如何運營好微信公眾平臺，具體介紹微信公眾平臺的內容策劃與經營技巧，以實現期刊有效傳播，充分利用微信平臺的各種優勢。<sup>⑧</sup>但是更重要的是，大數據時代正在向我們走來。數據化與數字化雖然有著本質的差別，然而，數據化要求的數據卻必須由數字化先收集，以便供給計算機處理與分析。所以有論者徑稱數據化為數字化的“升級版”。當然，目前還沒有開發出專門為人文社科類學術期刊處理大數據的程序軟件，也還未出現學術期刊的大數據算法師，這些技術層面的開發可能需要計算行業者的加入。微期刊應該具備了數據化的基本條件，學術期刊能否將偏重“傳播”的眼光轉為向外“傳播”與向內“收集”兼備，則是數字化能否升級為數據化的關鍵之點。

## 二、大數據時代微期刊的策略

所謂大數據，強調必須是海量的、總體的、錯綜複雜的，且不必十分精確的數據，與小數據相對，而且數據化與數字化有著本質的差別。如果說數字化的目的是為了讓全世界的人能夠通過網絡共享信息與資源，那麼，數據化則要求所收集的數據必須能供計算機處理與分析。因此，數據化是建立在計算技術與設備大發展的基礎上的。因為有了以前無法想像的大存儲的能力，以及與之相對的計算機算法的更新，大數據成為了一種可能。大數據潛在的能力無窮，將會掀起生活、工作、思維等方面的大變革。而對大數據計算結果的實際運用者，無需知道數據是如何計算的，甚至無需知道為什麼會有這樣的結果，只需提供相關的海量數據，以及想要得到關於什麼的預測，其餘的一切，交由大數據算法師去處理就可以了。<sup>⑨</sup>

這樣的前景美好而充滿誘惑。對大數據的討論已經鋪天蓋地地展開來了，學術期刊界也有不少先進，已經發表了他們的高見，熱情洋溢地暢想了大數據時代學術期刊的生存與發展。<sup>⑩</sup>這些先驅的研究無疑為我們後來的討論打下了基礎，指明了方向。大數據釋放出我們極大的想像力與創新的可能性，根據大數據對於海量、全體數據的要求，我們有理由想要得到充分的、各種各樣的數據。比如，對於作者，我們想要瞭解他有什麼研究計劃，處於一項研究的什麼階段，去了什麼地方查閱資料或進行調研，與誰進行了交談，參加了什麼學術活動，將會發表什麼學術見解等。對於讀者，我們想要瞭解他對什麼文章感興趣，甚至是對一篇文章中的哪些文字或段落感興趣，最後哪些文章成了他將會使用的資源等。而更具有想像力的是，無論對於作者還是讀者，我們或許還想瞭解，這些問題跟當時的天氣、跟這位作者或者讀者的心情與性格、跟這位作者或讀者所處的地方、跟這位作者或讀者使用的介質之間，是否存在相關關係。我們很可能根本無法想像，一些我們憑藉慣常的尋找因果關係的思維完全無法發現的相關物，會有助於我們更好地獲得解決問題的途徑。這樣，學術期刊界可以更好、更準、更快地預測知識界的發展與創新，預測學術期刊自身的發展方向，同時也能更全面、客觀、公正地評價學術期刊。

大數據的特徵之一是“整融合”，可能會突破許多常規的界限。但筆者認為，大數據時代首先要取消的不是雜誌之間的邊界，而是各學術傳播環節之間的邊界。傳統的作者—編輯—讀者這一傳播流程可能會發生重構，如作者與讀者之間直接的雙向交流，讀者對編輯流程的參與與影響，以及作者與編輯角色可能合二為一等等。無論現存的期刊雜誌會在大數據時代變形為怎樣的媒體形式，以學術傳播為主要目的的平臺，都應該有一定數量的獨立的存在。<sup>⑪</sup>

面臨大數據的時代要求，微期刊的數據化意味著不能僅僅是裝點門面，而是要真正吸引到更多的注意力。因此，微期刊要注重研究自身的應對策略。微期刊除卻要關注最新的計算技術發展，以便及時地為我所用之外，應當有先見性地利用數字化搜集必不可少，以及可能成為微期刊新的生長點的相關數據，經由大數據計算，得到有指引性的結果。更有可能的是，在沒有特定目標的情形下，通過敏銳地發現數據與期刊發展的相關性，可以提示出編輯風格、稿件組織、編輯參與等各方面可能發展的方向。

首先，有利於更早地發現、更長期地追蹤學者的學術興趣。通過分析文章的點擊率、閱讀量、閱讀頻次、閱讀時間的長短、搜索的關鍵詞等數據的細緻分析，自然可以達到瞭解學術興趣的目的。尚可注意的還有離開本期刊的數字化平臺之後，鏈接到了哪裡；數值的高低與真實的學術興趣的關係是什麼。微期刊還可與資料數據庫進行合作，通過分析數據庫提供的數據，預判正在產

生與即將產生的學術熱點，從而在組稿、約稿、調整編輯風格方面搶得先機。

其次，在編輯校對的過程中，大數據也有不少可堪利用的潛力。現在雖然已經實現了在線編輯，也有了專門的校對軟件，然而功能還比較機械，不夠智能化與個性化。事實上的情形往往是這樣，一位編輯可能具有某種特定的編校錯誤傾向，容易總是出現同樣的失誤。而對於綜合性人文社科期刊來說，每位編輯，或者編輯編校的每一篇文稿的學科屬性都不同。在進一步完善數字化編校的基礎上，完全可以為每一位編輯設計保存獨立的、個性化的編校數據，然後通過大數據的計算與分析，得出每位編輯的失誤傾向與學科背景需求，自動提醒糾錯。

更重要的是，在學術成果與信息的傳播方面，大數據也當大有作為。之所以與新媒體結合而成“微期刊”，使得傳播內容更新、傳播速度更快、傳播的針對性更準，是適應碎片化閱讀的大眾閱讀方式的產物，本身就隱含著要爭取更廣泛的閱讀群體，獲得更深入的閱讀效應的命題。或許傳統的學術刊物，自足於“小眾讀物”，尤其人文學科，自覺地與現實保持一定的距離。紙質刊物訂戶數量幾乎恒定的狀態，也讓學術期刊較為忽略進一步的宣傳與推廣工作。對大數據的利用，則可能會對改變此一狀態起到一些積極的作用。以下從兩個方面來說明——

傳統學術期刊與新媒體的結合，首先遇到的一個重要問題便是推廣的時間、頻率與內容問題。學術期刊發展至今，基本形成了短則半月、長至一個季度甚至半年的出版週期，而月刊與雙月刊是學術期刊的主流。這樣的期刊刊期，在信息爆炸的當今，從爭取關注度而言，顯然是太刻板、太遲緩了。而新媒體固然能夠極其快速地抵達讀者，然頻率過高，恐怕反而弄巧成拙，且新媒體推送的頻率之高，與紙質刊物出版的頻率相對顯得極低，形成了極為衝突的矛盾。利用大數據的計算結果，探索什麼樣的頻率對編輯部與讀者都相宜，是會有助益的。再從內容上來說，新媒體推送的內容與紙質刊物的內容的相似度應該達到怎樣的地步為最佳，也可以收集相應的數據來計算分析。

從爭取眼球的角度來說，新媒體每一次推送的時間點與推送頻率，都應當精心考量。大數據可以告訴我們時下容易引起關注的話題是什麼，應將推送內容與之巧妙地聯繫起來，激發讀者的閱讀興趣，而不僅僅是原封不動地呈現紙質刊物刊載的文章。目前部分期刊的微信公眾號則明顯經過精妙的構思。如宗旨為“以學術關懷社會”的《開放時代》，在2014年10月7日微信公眾平臺上推送了一篇呂大樂的《香港的中產階級》，而這篇文章節選自2004年第2期《開放時代》發表的相關內容。為什麼會在那時選擇推送十年前的演講呢？原來當時的“佔中運動”正為全社會所關注，呂大樂正是與“佔中運動”有關的人物。編輯部此時“重新發現”十年前的舊文，就是想以呂大樂為焦點，將期刊與社會熱點連接起來，從而達到吸引注意力，擴大期刊影響的目的。

以社會熱點為推廣期刊的媒介，凸顯出學術的現實關懷，想要爭取的是更為普泛的民眾。而即使是純學術的研討，也不應僅僅看重擴大本專業的讀者面，而應試圖影響到跨學科的讀者，再以《開放時代》為例，2015年3月14日其微信公眾平臺推送了一組討論中國社會治理“項目制”問題的文章，作者包括了來自社會學、經濟管理、公共管理及歷史學的學者，相信這樣的組合能夠吸引不同學科背景的讀者，而來源期刊則包括2015年第2期和2014年第5期。學術期刊本就注重追蹤學術熱點，而與熱點相關、值得注意的討論可能早已出現過，故而配合這樣的時機，推送期刊相關的文章，也不失為增加關注度的有效方式之一。對於綜合類學術期刊而言，尤具有這樣重新發掘本刊寶庫的能力與優勢。

再從微期刊推送的內容來看。一般而言，目前學術期刊的微信公眾平臺主要推送的是本刊發

表的文章。筆者以為，借用史學界對中國古史的探討的說法，推送的內容可以“中心明確，邊緣波動”。即以強化雜誌品牌與風格、擴大期刊的受眾面為中心，但只要於此有益，也不必過分拘泥於本刊正式發表的文章。有一些擴展閱讀，有一些相關鏈接，不一定就顯得缺乏原創性，或許能達到“綠葉襯托紅花”的效果。

微期刊所受限制較少，能大大拉近與讀者的距離，讓學術期刊觸手可及，不再僅僅高踞在圖書館的書架上，也不再僅僅委身於昂貴的數據庫中。雜誌社在打造公眾平臺時，有很大的主動權與靈活性，可以不必像編輯紙質期刊時那麼一板一眼，那麼過於嚴謹與莊重，而是可以輕鬆一點，更具親和力一點。有些編輯之餘的話，有些不適合在正式的刊物裡說的話，都可以放進公眾平臺。在公眾平臺推送消息，除了不同於期刊有固定的刊期外，還不存在固定的頁碼版面的問題，有話則長，無話則短，可以反映編輯部的動態，也可以展現編輯的品味與風格，真正成為讀者可親、可近、可以交談的朋友。讀者若在反復的搜索中，發現提供有參考價值，或質量較高的文章集中於某一些期刊，那麼，他便會對這些期刊產生格外的信賴感與忠誠度，進而產生閱讀這些期刊上登載的其他文章的興趣，即由“按圖索驥”變成“有什麼讀什麼”。這就形成了雜誌的品牌效應。打造期刊的公眾平臺，有助於雜誌品牌的建立與鞏固。

### 三、微期刊孕育微學術

信息傳播方式的改變，新媒體的出現，總會反作用於社會生活、知識的生成，成為知識創新的重要助推力。尤其處於信息處理思維轉變、信息處理技術升級的時期，更能實現超越與突破。

近代中國與傳統的斷裂，從知識形態的劇變與轉換來說，起到最重要作用的，就是當時的新型傳播媒介——報紙書刊、電報，以及鐵路、輪船等。有研究者指出，這些年，中外史學界都高度重視“新型傳播媒介”對“歷史”的重塑。“不僅技術的進步推動著‘歷史’的改變，伴隨著‘社會’的成長，‘歷史書寫’的基調也因此而發生改變。”以中國近代史而言，濫觴於晚清的新型傳播媒介報刊，營造了近代中國的“思想界”，塑造了現代讀書人的品性，並深刻影響了讀書人的“話語”。以世界歷史而言，“在一個層面上，新教可以被視為由一種新的大眾傳播技術所引發的各種分裂性潮流的綜合體”，甚至可以直言“新教是印刷術的產物”。至於在現當代，通訊方面的機械化技術“構成了現代性的反思與斷裂的重要方面，而正是反思與斷裂，將現代從傳統中分離出來”，“如果不是鋪天蓋地而來的由‘新聞’所傳達的共享知識的話，現代性制度的全球擴張本來是不可能的”。<sup>②</sup>

微期刊的誕生與發展，也必將引領思想、學術與知識系統的變革創新。筆者在前“微時代”曾經探討過綜合性人文社科學術期刊的使命，認為學術期刊追求的目標應是力爭反映最高水平的學術成果，或曰高質量地反映學術界的研究。筆者仍然堅持這應是學術期刊最基本的使命，但若能善於敏銳地體察到各類數據，使大數據計算能在不同方面發揮功效，學術期刊將如虎添翼。<sup>③</sup>

微期刊傳播快、更新快，無疑有助於加快新的學術成果的產生。尤其值得重視的是，微期刊可能建立起學界全新的交流方式。由於地理距離的限制，現在學者之間主要通過參加學術會議的機會，進行直接的交流。然而召開學術會議，受限於時間、財力、地點，若是參加者眾多，進行學術報告、評議、討論的時間都相對較少，加之幾場小組討論會同時進行，參加者疲於奔走於不同的會場之間。討論時由於研究領域差異較大，也不容易形成正面的交鋒。小型的學術會議由於中心議題受局限，又不容易組織起來。微期刊在大數據的幫助下，可以為化解這樣的困境提供一

種可能的出路。微期刊借助大數據，可以發現、發起、推動話題，不必是嚴正的學術問題，不必太過精心策劃，借由其分享、評論功能，引起學者間的討論，不必有嚴密的論證，不必是成熟的研究結論，就像志同道合的師友相聚小論，也像是會場討論時的自由發言，稍顯隨意一些，也許許多重要的見解就產生其中。重視思想的碎片，記錄思想產生的過程，為學者提供一個可以發表零碎思想、方便實時討論的空間，也許將是微期刊的重要創新功能之一。學術期刊應該具有自己獨特的學術趣味，應該在自己周圍聚集起一批有相同學術趣味的研究者，微期刊能夠成為孕育微學術、聚合微學術的場域。

此外，微學術可以通過數據化的微期刊大大拓展學術交流的空間。限於目前的學術體制，作者在學術期刊上發表文章的目的越來越多元化，也越來越偏離學術期刊作為傳播與展示學術成果平臺的初始旨意。大量帶著各種發表訴求的自由來稿，與學術期刊追求精品、追求特色及欄目策劃之間形成衝突，甚至僅僅是與期刊的刊發週期、固定頁碼等發生矛盾。學術期刊編輯部不得不捨棄不少並非完全達不到發表水準的文稿：或者是文章有閃光點，適合作為學術劄記，但期刊並未設置這樣的欄目；或者是文章有較好的基礎，但需要進行比較重大的修改，作者對此卻不願意耗費太長的時間，因為這可能會影響到他發表文章想要獲致的結果；或者是文章本身已經達到相當的水準，然而不符合學術期刊近期的欄目設置方向，而作者亦不能做較長時間的等待，等等。這樣的局面在學術期刊來說，是對學術資源的不充分發掘與利用，是一種自我約束與局限，是斷絕了未來可能的發展方向；對於作者來說，尤其是以年輕學人為主的自由來稿作者，他們的信心可能會受到打擊，他們不瞭解被拒絕並不完全基於文章的水平問題；進而從社會影響方面來說，現在之所以出現違法的論文發表“黑中介”（有的甚至純屬詐騙）、假期刊、假冒學術期刊的網站等等諸多怪相，前述矛盾都有以致之。所以，可否借助計算微期刊獲得的數據構建這樣的“微學術”：將限於各種客觀因素而無法登載於紙質期刊、有潛質的文章，全文或節選部分發表於微期刊中，接受讀者的審閱、批評，作者則進行回應、修訂，給文稿提供一個成長的空間。經過一定的時限後，由學術期刊確認最終的狀態，並可以相應做出再次的處理。當然，這樣的微學術的形成，需要得到學術體制內的承認。希望可以給學人營造一個從容不迫，能夠沉下心、靜下氣從事學術研究，又不乏激勵機制的“微學術”空間。

#### 四、餘論

上海文藝出版總社原社長何承偉先生認為，在傳統紙質媒體的生產總值中，物質生產的價值佔70%，智力生產的價值只佔30%，而智力生產的效率不會在短時間內提高太多。可見全媒體時代對傳統紙質媒體形成的巨大衝擊主要體現在物質生產方面，傳統媒體依然擁有出版內容的權威性與稀缺性，是否充分運用出版媒體自身所具有的影響力是其能否成功轉型的關鍵。人文社科期刊雜誌社雖然與出版社在體制上不同，但都要應對同樣的時代問題。大數據逼著我們不能再一成不變地照舊下去了，然而我們也實在不必過於焦慮與悲觀，傳統媒體並非走到了消亡的末路。信息與資訊的快速傳播未必能導致思想與觀點以同樣的高速產生，就像無論現代交通工具能達到多麼快的速度，也不可能完全代替人類一步一個腳印的行走。沒有人會試圖廢棄自己的雙腿，人類也不會不需要深刻的思想與觀點，人文社科類學術期刊尤其是人類思想精華之集萃。因此，誠如何承偉先生所言，這正是一個出版人可以胸懷理念、追逐夢想的時代。開發利用大數據的“微期刊”，或將為我們將來的學術生態開出光燦之新景。

①《澳門理工學報》自2011年第4期推出“總編視角”專欄後，刊發了不少討論學術期刊數字化、有價值的文章，如朱劍：《變革年代學術期刊的數字化生存》（2013年第2期），杜敏：《不同媒介形態下學術期刊的共生與變革》（2014年第3期），周小華：《在學術共同體中實現學術期刊的新媒體轉型》（2015年第1期）等。尤其是徐楓有關“在線優先出版”的系列討論，更有《浙江大學學報》的實踐為討論的堅強基石，非常值得重視。見徐楓、郭沁《傳統學術期刊的數字化轉型：做最好的在線傳播》（2013年第1期）、《中國學術期刊出版模式的變革——中文學術期刊“在線優先出版”及其進程》（2015年第1期）。

②據2015年8月微信官方的公開信息，微信公眾號的總數已超過1,000萬。參見《3年公眾號已超1,000萬個 微信將推付費閱讀》，新浪網，<http://gd.sina.com.cn/finance/observer/2015-08-28/cj-ifxhkafa9376454.shtml>，2016年2月16日登錄。

③對此比較全面的研究，請參見苑輝：《雜誌“微博控”——雜誌微博實例研究》，南寧：《出版廣角》，2012年第2期。

④相關研究可參見隆梅：《淺談傳統紙媒微信公眾帳號的運營》，重慶：《新聞研究導刊》，2014年第4期；張文婷：《都市報微信公眾平臺的運營與發展探索——基於八家都市報微信平臺的研究》，北京：《中國記者》，2013年第5期等論述。

⑤馬勇、趙文義、孫守增：《學術期刊對微信公眾平臺的功能選擇分析》，北京：《科技與出版》，2014年第9期。

⑥中國社會科學評價中心：《中國人文社會科學期刊評價報告（2014年）》，[http://www.cssn.cn/xspj/201411/t20141125\\_1415277\\_25.shtml](http://www.cssn.cn/xspj/201411/t20141125_1415277_25.shtml)，2016年1月17日登錄。

⑦王偉光：《借力網絡新媒體傳播哲學社會科學》。也可訪問[http://www.cssn.cn/sjxz/xsqksjk/rdgz/201404/t20140417\\_1070108.shtml](http://www.cssn.cn/sjxz/xsqksjk/rdgz/201404/t20140417_1070108.shtml)，2016年1月17日登錄。

⑧主要參見馬勇、趙文義、孫守增：《學術期刊對微信公眾平臺的功能選擇分析》，北京：《科技與出版》，2014年第9期；裴俏：《微信公眾平臺與期刊發展的關係》，哈爾濱：《新聞傳播》，2014年

第7期；王明華、沙勤、鄭曉南：《微信公眾平臺在期刊運營中的應用》，北京：《編輯學報》，2014年第6期等相關論述。

⑨本文對於大數據的敘述，主要來自維克托·邁爾-舍恩伯格、肯尼思·庫克耶《大數據時代：生活、工作與思維的大變革》（盛楊燕、周濤譯，杭州：浙江人民出版社，2012年）一書，下不贅。當然，理解有誤之處，概由筆者負責。

⑩部分重要的論述可參見周小華：《大數據時代中國學術期刊的創新發展》，北京：《中國社會科學報》，2013年12月18日；彭遠紅、孫怡銘：《簡論大數據時代科技期刊編輯的信息素養》，北京：《科技與出版》，2014年第3期；周小華：《“大數據”時代中國學術期刊的轉型與發展機遇》，北京：《科技與出版》，2014年第4期；柴英、馬婧：《大數據時代學術期刊功能的變革》，太原：《編輯之友》，2014年第6期。

⑪筆者贊同黃頌傑討論學術期刊在改革中變與不變時強調的觀點，“學術期刊無論怎麼改革都必須要有一個強有力的編輯部。”見黃頌傑《學術期刊的變與不變之辨》，澳門：《澳門理工學報》，2015年第1期。當然，我們尚不知道將來出現的這樣的新事物具體會是什麼，本文僅以“期刊雜誌社”姑且稱之。

⑫本段請參見章清：《“專史”與“一般史”的割裂：基於新型傳播媒介的思考》，2013年成都“第二屆中華民國史高峰論壇”會議論文；章清：《民初“思想界”解析——報刊媒介與讀書人的生活形態》，北京：《近代史研究》，2007年第3期。

⑬參見拙文：《高質量反映，還是介入引導——綜合性人文社科學術期刊使命之探討》，成都：《天府新論》，2010年第4期。文章完稿於2009年，微博誕生之前。

作者簡介：許麗梅，《社會科學研究》雜誌社副總編輯，副編審。成都 610071

[責任編輯 劉澤生]