

媒體融合時代學術期刊的轉型發展

王善超

作為一種基礎性的建構力量，互聯網為人類社會開闢和建構了一個全新的信息傳播場域和社會文化景觀，它已經成為我們這個時代和社會的操作系統，這實際上也是近年來人們提出並關注“互聯網+”的根本原因和意義所在。在傳媒領域，互聯網這種基礎性的建構作用體現得尤為明顯。特別是隨著大數據和移動互聯網的發展，媒介的衍生、媒體的迭變以及平臺的嬗變花樣翻新、異彩紛呈，使人類的傳播進入一個新的時代——媒體融合時代。

以網絡為基礎的媒體融合發展，作為一種顛覆性的創新，既使傳統學術期刊的生存發展面臨前所未有的挑戰和壓力，也為傳統學術期刊的轉型發展帶來前所未有的機遇和空間。媒體融合時代學術期刊的轉型發展，應該以複合性的平臺型媒體建設為目標和方向，抓住編輯主體轉變和創新這個核心和樞紐，以精而特為特色和追求，實現由紙質期刊的編輯出版向平臺型媒體的傳播服務轉變。相應地，無論期刊還是編輯都面臨一個重新定位、選擇和整合的問題。

1. 從單一性的紙質期刊向複合性的平臺型媒體轉變，是媒體融合時代學術期刊轉型發展的目標和方向。由紙媒到數媒再到紙媒與數媒融合發展的融合媒體平臺，是學術期刊轉型發展的總體趨勢。“互聯網+”時代，學術期刊的轉型發展實際上是一場媒體融合革命，而平臺型媒體是其最佳的目標選擇和努力方向。作為平臺商（Platform）和出版商（Publisher）綜合統一的平臺型媒體（Platisher），決定了媒體編輯的專業性和權威性、平臺傳播的多維性和複合性、用戶服務的開放性和共享性，都將在平臺型媒體的建設和發展中得到統一和綜合。

平臺型媒體的建構，不僅涉及“紙刊”向“網刊”的移植和轉換、整合與融合，而且涉及“平臺”與“出版”的匯合與整合、融合與統一。它實質上是以傳統紙質期刊為基礎的解構與重構，是紙媒的“刊”與數媒的“網”的整合、融合與統一。從早先的內容媒體到當下盛行的社交媒體和正在興起的場景智能媒體的媒體發展過程和趨勢來看，其未來發展方向應該是“內容網”、“人際網”和“物聯網”的融合和匯通。這就要求學術期刊人在重視現實的“互聯網+”對學術期刊轉型發展影響作用的同時，還要關注未來的“物聯網×”對平臺型媒體升級換代的影響作用。

媒體融合時代傳統學術期刊的轉型發展，應該以平臺型媒體的建構為基礎，走多介質、多平臺、多終端互聯互通的融合式發展道路，使自己經過深度挖掘和開發的內容產品實現跨媒體、跨平臺的複合化傳播，通過滿足讀者用戶多樣化的需求和偏好，來為其提供全方位、個性化的服務。內容產品系統化、傳播方式複合化和用戶服務個性化，是複合性的平臺型媒體區別於傳統的單一性紙質期刊的重要標誌。

從結構要素來看，以用戶數據為核心、多維產品為基礎、多元媒體為平臺、多種終端為落點、深度服務為目標，是複合性的平臺型媒體的基本架構。內容、技術和用戶是平臺型媒體的三個基本組成要素。從三者的地位和作用來看，內容是基礎，技術是支撐，用戶是核心。在平臺型媒體的運作和管理中，應該堅持“內容為王”、“數字優先”、“用戶至上”的原則。這種平臺型媒體，

應該是內容編輯最好的期刊、技術保障最有力的系統與用戶服務最到位的平臺三者的強強聯合和有機統一。

從功能使命來看，學術期刊的轉型發展應該通過綜合服務平臺的構建，促進學術共同體的形成發展以及各個學術共同體之間的跨界交流互動。這種平臺型媒體的建構，在內容編輯出版的基礎上融合了傳播、服務等功能，從而為傳統學術期刊功能和使命的加強和拓展開闢了廣闊的空間。它不僅是學者發表學術研究成果的園地、展示學校等相關單位和團體科研成果的窗口，而且是一種融合性的多媒介、跨媒體、跨終端的綜合服務平臺。通過這個平臺型媒體，學者的問題和洞見、編者的標準和規範以及讀者的需求和評價，得以系統地交互匯合和反饋。相應地，作者、讀者和編者的各種價值和追求得以綜合生成和實現，真正的學術共同體得以建立和發展。

2. 從單一性的“期刊人”向複合型的“傳媒人”轉變，是媒體融合時代學術期刊轉型發展的核心和樞紐。一個平臺多種媒體一套人馬，決定了從單一性的“期刊人”轉變為複合型的“傳媒人”，是媒體融合時代學術期刊轉型發展中編輯主體的發展取向。編輯是學術期刊轉型發展的主體承擔者，應該體現時代性、把握規律性和富有創造性。學術期刊編輯實現由“期刊人”向“傳媒人”的轉變，是學術期刊實現從單一的紙質媒體向複合型的平臺型媒體轉型發展的必要前提。

學術期刊的轉型發展以平臺建構促進媒體融合，就媒體來講是聚合和融合，從編輯主體來看則是能力的整合和拓展。媒體融合視域下學術期刊編輯的轉變和創新，實際上以編輯自身的專業化為基礎，面向作者的“編輯學者化”和面向媒體平臺的“編輯技術化”整合和拓展，是編輯、學術和技術的三位一體。傳統紙質期刊時代人們常說做學術的人不懂編輯，做編輯的人不懂學術。而媒體融合時代新出現了一個現象是做編輯的人不懂技術，懂技術的人不懂編輯。媒體融合時代的編輯應該是一個既懂編輯又懂學術和技術的複合型編輯。21世紀之初大陸期刊界曾提出“編輯學者化”並做過積極的探索，取得了一些有益的經驗和成效，媒體融合時代還應該進一步轉化和延伸為編輯專業化、學者化和技術化的三位一體和有機統一，這就要求編輯主體在思維觀念、能力素養等方面實現綜合性的發展和創新。

在觀念思維上，複合型“傳媒人”的發展取向，決定了編輯主體在觀念轉變上，應該從重內容到技術與內容並重、重編輯刊發到編輯刊發與推介傳播並重、重作者編者向作者編者讀者並重轉變。在思維方式上，應該在樹立互聯網思維的同時，關注物聯網的思維和邏輯。物聯網是互聯網發展的更高階段，編輯主體應該在密切關注和跟蹤互聯網對媒體融合的基礎性影響和建構性作用的過程中，瞭解和把握互聯網的邏輯和規律，分析和洞察物聯網的特點和理路，並以這些邏輯和理路為基礎，對自身的工作重心和努力方向進行定位和調整。

在能力素養上，複合型的“傳媒人”在能力上，應該具有內容挖掘整合能力、數字技術應用能力、多元產品開發能力、網絡傳播營銷能力和集體協作能力等。在素養上，應該具有學術素養、編輯素養和媒介素養，不僅懂得學術、擅長編輯，而且通曉技術、擅長傳播。時下，就平臺型媒體建構而言，應該重點加強傳播能力和服務能力建設。

就傳播能力建設來講，複合型“傳媒人”的發展取向，要求編輯主體重視和發揮平臺型媒體的傳播作用和特長，加強傳播能力建設。以內容的深度開掘和多樣呈現為基礎，使最好的內容得到最好的傳播，是平臺型媒體的使命和優長所在。從結構上講，這種傳播能力的加強主要體現為內容傳播、聲譽傳播和平臺傳播三者匯合而成的綜合傳播能力的加強和發揮。從取向上看，則體現為以做好大眾傳播、共性傳播為基礎，更加注重和增強分眾傳播、個性化傳播能力建設和發揮。

就服務能力建設來說，複合型“傳媒人”的發展取向，要求編輯主體增強服務意識，加強服務能力建設，要通過自己的綜合性服務平臺的建構和整合，實現作者、編者和讀者的互聯互通和跨界融合，從而在為作者服務、為讀者服務和為學術服務過程中，使學術真正成為天下之公器。同用最好的編輯為最好的學術做最好的“嫁衣”的傳統學術期刊相比，這種綜合服務平臺的構建，可以進一步為最好的學術創新成果、最好的編輯加工成果作最好的傳播，從而使讀者的各方面需求和偏好得以滿足和實現。這就決定了這種服務的工作重心，應該從傳統的內容生產服務轉變為內容生產服務、平臺傳播服務與用戶交流服務三者並重。

3. 從傳統媒體的“大而全”向平臺型媒體的“精而特”轉變，是媒體融合時代學術期刊轉型發展的特色和追求。截至目前同方知網、萬方等大型數據庫，已經將紙刊的數字化成果一網打盡，它們的共同特點是聚合型的“大而全”，並且似乎已經做到了極限。同時，紙媒時代學術期刊的“千刊一面”備受詬病，學術期刊數字化後的“千網一面”也讓人倍感憂慮、無可奈何。媒體融合時代的平臺型媒體建設和發展是否會出現“千臺一面”，值得高度關注和警惕。

平臺型媒體的發展要規避“千臺一面”問題，需要進行風格和特色轉變，應該自覺地把“精而特”作為自身的特色和追求。這裡的“精”是精細、精準、精緻，“特”則是特長、特色、特質。這種“精而特”的特色和追求，應該通過堅持和貫徹“內容為王”、“數字優先”和“用戶至上”的平臺型媒體運作和管理原則，從內容生產、平臺傳播和用戶服務三個方面來加以落實和體現。

平臺型媒體應該通過堅持和貫徹“內容為王”原則，在內容生產中落實和體現“精而特”。內容產業和注意力經濟的發展啟示我們，內容建設是平臺型媒體建設和發展的基礎和根本，需要在內容挖掘和產品開發上下足功夫、做好文章，以薈萃精品凝聚精華。具體來說，要在理清自身家底的基礎上，以精緻和特質作為考量標準和特色追求，對自身積累的豐厚內容資源進行文字、圖片、音頻和視頻等多種媒體形式的開發和加工，創新內容形式，豐富產品形態，形成差序格局，滿足讀者的多樣化需求和個性化偏好，從而使自身的內容挖掘和產品開發從傳統紙質期刊的形式簡單、品種單一，走向平臺型媒體的形式多樣、內容豐富。

平臺型媒體應該通過堅持和貫徹“數字優先”原則，在平臺傳播中落實和體現“精而特”。平臺傳播是為內容產品的開發和傳播服務的，應該根據自身的內容和產品特點，以精細和特長作為考量標準和特色追求，以適宜自身的先進技術為支撐，建立多元化嵌入式的內容產品分發渠道和媒體傳播平臺，實現自身的多維呈現和跨界傳播。與過往信息稀缺背景下的短缺傳播不同，今天是一個信息爆炸的精確化傳播時代，人類的傳播正在由大眾的共性傳播走向分眾的個性化傳播，應該通過媒體融合、平臺整合、終端匯合等多種技術手段的綜合運用，實現個性化、精準化傳播，進一步貼近和滿足用戶的個性化需求，使人類真正進入信息推薦和定制時代。

平臺型媒體應該通過堅持和貫徹“用戶至上”原則，在用戶服務中落實和體現“精而特”。用戶服務是平臺型媒體內容生產和平臺傳播的目的和指歸，用戶服務要在做好受眾分析和用戶洞察的基礎上，以精準和特色作為考量標準和特色追求，根據媒體融合時代用戶的生產者、傳播者和服務者三位一體的特點，通過平臺型媒體中學術服務平臺和用戶社群的搭建和連接，在用戶需求與資源供給之間建立起高效連接，實現內容生產服務、平臺傳播服務與用戶交流服務的貫通化、細分化和個性化。在尊重用戶習慣的基礎上，增強用戶的參與度和互動性，滿足用戶的多樣化需求和個性化偏好，從而會澤百家至公天下。

（作者係《新華文摘》雜誌社副總編輯，編審）