

# 融合轉型：期刊主體性困境與路徑選擇

高自龍

刊網融合是當今學術期刊出版理論研究與實踐探索的一個熱點難點問題。在商業模式不斷創新和網絡信息技術發展的驅動下，越來越多的學術期刊開啓了數字化征程，刊網融合的創新模式不斷出現。總體看，大眾市場化類報刊基本確立了以用戶為中心的融合轉型理路，而學術期刊的融合轉型之路卻面臨諸多困境。在學術期刊出版生態系統正在徹底重構進程中的轉型過渡期，不少有關學術期刊融合轉型的模式、路徑、機制、傳播形態、市場開發等等的探研，都存在“合乎邏輯的理想成分”。在當今中國，學術期刊是個特殊生態群體領域，只有既立足國情又尊重互聯網精神，充分體現和發揮各個學術期刊的主體性、能動性，才能順利推進學術期刊的融合轉型。

## 一、目前刊網融合轉型的主要方式或模式簡析

從不同視角，刊網融合轉型的方式或模式有不同的歸納類型。從刊網融合的主導者看，目前學術期刊融合轉型可大致分為主動型和被動型。所謂主動型是指由學術期刊自己或所在的出版集團（單位）或系統內行政強力整合所主導的數字化探索。如浙江大學學報網站、上海財經大學經濟學期刊網、上海大學期刊社網站、中國法學期刊網、中國光學期刊網、新華文摘網、中國人民大學書報資料中心的學者在線、中國科學院系統的中國科技期刊網等都較領先。這種模式追求獨立自主性，自建刊網融合的數字化平台，力圖實現縱向一體化的資源整合、融合轉型。但由於資源規模、資金實力、技術開發、複合型人才、整合機制等因素制約，在規模、深度、影響等方面都顯不足。不少還存在數字出版部門與傳統紙質出版部門分離、業務融合不緊密的“兩張皮”現象。看來，要成為資源整合者、平台運營者、商機創造者這“三者角色”並不容易。所謂被動型是指學術期刊通過轉讓傳播權的方式，將期刊資源交由國內外知名的數字出版商和各類專業平台進行數字資源整合、開發和傳播，如國內的中國知網、萬方數據、重慶維普、龍源期刊網、北京世紀超星、百度學術等，國外的愛思唯爾、施普林格、泰勒弗朗西斯集團等。這種模式力圖用橫向聯盟（或加盟）的方式實現資源集聚、市場化開發的目的。因數字出版商擁有資金、技術、機制、市場運作的優勢，這種平台或數據庫規模大、市場佔有率高。但從刊網融合角度看，仍然“你是你，我是我”，未能真正促進學術期刊的數字化轉型，僅僅拓展了學術期刊的傳播渠道。而且由於網絡碎片化閱讀的特點，單個學術期刊的品牌、特色被淹沒在大數據中，期刊影響力還要靠專業的學術評價研究機構通過統計分析、評價和排名才體現出來。此外，一些實力強的學術期刊多數採用以上兩種模式和微信公眾號、微博、App等跨平台的多種方式進行融合探索。而教育部科技發展中心主辦的“中國科技論文在線”則採取線上先發表後審核，線下再精選出版有正式刊號的《中國科技論文》紙質期刊，這種反向操作的現象很值得業界深入分析思考。

## 二、當前學術期刊融合轉型中的主要困境

形象地說，刊網融合最終要實現“你中有我，我中有你；你就是我，我就是你”的目標，從而重構網絡學術出版傳播的新格局、新生態。但要達至此理想目標卻任重而道遠，僅僅是學術期刊從線下分散到網絡聚合就遇到了種種困境。其中，主要有兩點：一是缺乏國家主導的公共服務數字出版平台，表現為廣大分散弱小的學術期刊沒有公共技術平台支撐，盲目或重複探索；二是學術期刊主體地位模糊，表現為學術期刊主體性缺失、融合動力不足。

學術期刊反映著學術科研的最新成果，是國家文化軟實力、科技競爭力的重要組成部分，是一種國家戰略資源。網絡信息時代，建設中國特色社會主義的文化事業，更加需要國家層面高度重視，建設統一開放共享的學術成果數字出版平台，降低應用成本，推動和加快刊網融合步伐。照搬西方某些國家模式，任由社會資本自發搭建這種學術公益性平台，將會造成數據壟斷、價格扭曲、惡性競爭、秩序混亂等種種問題，違背我國學術期刊推動學術創新繁榮和學術成果開放共享的社會公益性質，而且也不能在規範有序基礎上推動學術期刊的融合轉型。國家新聞出版“十二五”規劃中提出要建設“國家學術論文數字化發佈平台”精品工程（旨在建立多家學術期刊單位在線投稿、同行評議、出版與發佈系統），至今也未能有效地搭建起來；國家有關部門每年以項目方式重點資助的幾十家出版數字化轉型試點單位，對學術期刊融合轉型的輻射帶動作用並不明顯，甚至有的違背資助初衷，變成企業牟利的資本。國家新聞出版廣電總局、財政部聯合發佈的《關於推動傳統出版和新興出版融合發展的指導意見》中提出的“以傳統出版為根基實現並行並重、優勢互補、此長彼長”、“堅持一體化發展，推動傳統出版和新興出版實現出版資源、生產要素的有效整合”的指導思路，對我國學術期刊群體而言，還需有關部門細化研究落實。

所謂學術期刊融合過程中的主體性，是指學術期刊作為一個有機體在網絡數字化轉型過程中的主導性、獨立性、能動性、整體性等特徵的綜合反映。這種主體性是由學術期刊的主管主辦機構、社長主編、編輯和作者共同構築並體現的。在學術期刊傳統出版過程中，儘管學術期刊缺乏獨立市場法人地位，依附於主辦單位，但每一種學術期刊的主體性特徵都能夠較充分地體現。比如，都有自己的辦刊理念和特色、自己的品牌形象、獨立的編輯部空間、固定的編輯隊伍、相對穩定的作者群體、適宜的管理考核制度、強烈的單位身份歸屬感等等。刊網融合中，在大數據、雲計算、碎片化等等網絡數字化理念支配下，學術期刊的這些特徵都被嚴重削弱或湮沒。多數學術期刊都是迫於擴大影響力的需要，被動甚至無奈地參與到了學術期刊數字化資源集合大潮中，成為數據集成商的眾多的內容加工編輯部之一。作為刊網融合的主角，多數學術期刊都找不到自己主體性發揮的著陸點，迷失在市場競爭割據的網絡數據海洋中。

## 三、學術期刊融合轉型的路徑選擇

在不斷更迭的互聯網產品技術及大數據營銷模式的衝擊下，學術期刊如何盡快融合轉型、謀求新生與發展？

首先，要加快建設基礎性的學術期刊公共數字出版平台和系列管理規範、標準體系。

平台建設是網絡信息傳播時代的基本任務，學術期刊融合轉型首先要解決公共平台建設問題。基於國情和學術出版資源國際化激烈競爭的現實，這種基礎性平台的建設不能照搬西方國家商業化資本運作的思路，必須由政府主導，才能充分體現中國特色的學術期刊出版應具有的公益

性、權威性、規制性、安全性和開放共享性。從公共管理視角，政府主導並不是要政府自建，而是從政策導向、財政扶持、規則制定等方面進行健康引導。比如，鼓勵建立行業期刊聯盟，大力扶持構建符合刊網融合要求的滿足於行業或區域需求的學術期刊公共數字出版平台；制定規則、標準，約束網絡學術期刊資源的排他性市場壟斷、不正當競爭、學術不端等失範失序行爲，爲平台提供權威的信譽保障，降低作者、讀者對學術期刊及其內容質量的辨識成本，維護學術期刊健康繁榮的網絡出版環境；不斷更新技術，爲學術期刊數字化轉型提供免費的公共軟件技術工具和融合轉型業務培訓等降低各種成本的公共服務等等。

互聯網是由一個個網絡平台組合成的虛擬生態社會，其主要特徵表現爲分散性、分權性、個體性、民主性等。因此，在公共數字出版平台建構模式上，必須充分尊重參與者的主體性。那麼，當前階段學術期刊的融合轉型採取什麼模式能更好地發揮期刊的主體性呢？

近期，基於互聯網和移動終端的期刊智能出版傳播平台——域出版，由北京超星集團推出上線，旨在打造全媒體、全介質、全渠道、全時空、全終端的學術期刊出版新生態。這個看起來很完美的一體化刊網融合轉型升級方案，雖然在調動部分社長、主編、責任編輯積極性以及出版專題化、傳播多樣化等方面有所創新，但因完全屬於民營資本公司化運營，還將面臨不少難題。如學術期刊的主體性體現、平台權威的規則秩序建設、資源與利益的協調機制、學術民主評議的有效開展、制度意義上的產權歸屬等等。

“合唱”比“齊唱”好！電商平台在這方面已有比較成功的探索。像天貓商城平台雖然是一種 B2C 的商業零售模式，但其對入駐商家免“場地費”、第三方支付平台信用保障、買賣雙方信息溝通充分、商家自主經營、平台統一管理規制等優勢，對公益性的學術期刊數字化轉型有諸多值得借鑒之處：

1. 爲學術期刊數字化、集約化、規模化發展提供了新思路新機遇。傳統媒體與新興媒體融合發展之路難在破舊立新，因學術期刊管理制度和學術期刊歷史形成的散、小、弱現狀，試圖通過轉企改制實現集約化發展是非常困難的。在刊網融合轉型中，試圖甩開學術期刊現有出版體制，用新的實體、新的組織、新的機制去做新的業務，對廣大分散的個體期刊也不切實際。而由國家統一政策主導，建設類似天貓商城 B2C 模式的學術期刊數字出版公共服務平台，則可在不改變期刊現有管理體制、編輯機制的前提下，線下支撐、線上變道超車，實現刊網融合的初期目標——資源集聚、信息共享、平等競爭、優勝劣汰、擴大傳播、推動專業化發展等。

2. 爲學術期刊主體性發揮提供了更加適宜的環境。任何變革都要依靠和發揮改革主體的能動性。在目前刊網融合過程中，傳統學術期刊並非都缺乏熱情、思想保守、不識大勢，而是備感危機、積極介入網絡數字化發展的大潮，只是限於種種條件，沒有找到用武之地——合適的數字化平台。在由政府主導的學術期刊數字出版公共平台上，各種學術期刊打破了以往時空和交流渠道的藩籬，可以像天貓商城的“網店”一樣，在對應的專業區域獨立、自主地開展各具特色的學術出版活動，如發佈選題、徵集稿件、溝通作者、論文評審、編輯加工、優先出版、按需印刷、重點推薦、優勢宣傳等，充分展示自己的品牌形象，更可以自主定價、自主經營。作者也可以即時與期刊編輯部互動、溝通，瞭解學術期刊的定位、特點、質量、發稿要求等信息。在現階段，這種“期刊網店”模式，各美其美、美美與共，符合既統一又有差異的中國社會制度文化，將極大地激發各個學術期刊的主體能動性和創造性。相較於生產要素整合的縱向一體化融合轉型模式，B2C 模式既承繼和增強了學術期刊各自業已形成的權威性、公信力和穩定的讀者群等傳統優勢，

也倒逼眾多綜合類、同質類刊向專業化、特色化發展，提高競爭生存能力。

3. 社長、主編、編輯的勞動價值得到更充分的體現。長期以來，學術期刊的出版者為期刊的主題策劃、稿件編輯加工所付出的勞動價值無法衡量，只能依賴一些學術期刊評價機構和文獻轉摘期刊的評價指標間接進行測度和考評。而在這個 B2C 模式的學術期刊數字出版公共平台上，產品的使用者會很方便地對每家“期刊網店”的質量品牌、欄目策劃、單篇論文、編校水平等做出評議，粉絲、點評、下載、收益、第三方機構評價等各種數據綜合起來，對期刊出版者的科學績效評估就有了數據支持。

因此，借鑒電商平台建設的成功經驗，充分發揮學術期刊在數字化轉型中的主體性作用，網絡上的“物質家園”也可以變成廣大學者、讀者的“精神家園”。

其次，要鼓勵建設多樣化、多元化的專業學術社群出版平台。

建立公共學術期刊數字化出版平台只是刊網融合的初期目標，最終的目標是挖掘所聚合的大數據，針對不同的用戶群體，實現專業的深度學術信息服務和傳播。專業學術社群出版平台就是集聚和發掘同類學術期刊出版資源，凝聚學術共同體的專業化平台。這種社群性質的網絡學術專域出版傳播平台，才是信息網絡時代學術共同體的理想園地。在學術專業社群出版平台建設過程中，學術期刊在作者讀者群凝聚、內容質量控制、學術規範學風道德倡導、學術社群活動組織等方面，對引導平台建設形成良好的學術出版與傳播的生態環境，發揮著不可替代的作用。目前不少專業網站已經在聚集資源、用戶方面初具規模，漸成聲勢，發展前景可期。

網絡信息技術的發展日新月異，全媒體、智媒體、多終端出版傳播方式正迅猛發展，學術期刊數字化轉型的最終形態尚無定論。理論上，從“物理聚合”到“化學融合”，是刊網融合發展的兩個遞進階段，但實踐中往往是相互交織、並行推進的。因此，專業學術社群出版平台與公共學術期刊數字化出版平台並不矛盾，雖然二者投建的主導、功用、運營機制可能會有差異，但在促進學術期刊數字化轉型、服務科學研究、建構學術傳播新秩序等方向上都是一致的，二者可以相互嵌套、鏈接，也可以並行發展。學術期刊除了在公共的學術期刊數字化出版大平台上建好自己的“家園”外，也可在社會化、個性化的眾多專業學術社群出版平台上開疆裂土，實現更大的學術服務價值。特別是那些專業引領作用較強的學術期刊，通過構建特色的學術出版服務平台，逐漸吸引相關資源，就會形成學術研究、出版、傳播、知識服務的專業領域平台。

再次，刊網融合需要期刊人的自我革命精神。

刊網融合轉型過程中學術期刊的主體性困境，主要是由期刊管理制度因素所致，也與學術期刊界對互聯網和新媒體的本質屬性把握不夠、適應變革能力不足、依賴行政力量保護等有關。刊網融合轉型實際上是一場顛覆性的出版流程革命、人員革命和管理革命，痛苦和代價不可避免。面對學術出版模式和傳播方式的數字化網絡化發展大勢，傳統期刊出版人唯一的出路是自我革命。思路決定出路，選擇決定未來。在技術發展和勃興的網絡出版傳播平台推動下，傳統的期刊管理制度必將變革，廣大期刊人只有抓住機遇，積極投入到融合轉型的探索實踐中，推動期刊體制機制改革，才能贏得未來。

總之，鑒於我國學術期刊管理和發展現狀，刊網融合只有在先進工具技術驅動下，優先為學術期刊及其編輯部的主體性發揮找到釋放空間和能量的路徑，才能形成千軍萬馬共建學術期刊出版與傳播新生態的繁榮局面。刊網融合創新永遠在路上！

（作者係中國人民大學書報資料中心總編輯，編審）

〔責任編輯 劉澤生〕