

融媒體時代學術共享的期刊參與

鄭珊珊

[提 要] 學術共享是知識傳播的未來,也是學術期刊自誕生以來的一個努力方向。在融媒體的時代語境下,積極參與學術共享,對於期刊的轉型升級也大有裨益。面對數字化未來的挑戰和融媒體轉型的要求,學術期刊需重新定位,轉變思想觀念,完成媒體融合的全面轉型升級,構建學術傳播新秩序和新型學術公共平台,並培養新型複合型編輯人才。而學術共享這一終極目標的實現並非單純依靠學術期刊自身的努力就能完成,還必須有相應的頂層設計,進一步深化改革,創新體制機制,加大相關支持力度。

[關鍵詞] 學術共享 學術期刊 學術共同體 融媒體

[中圖分類號] G39 [文獻標識碼] A [文章編號] 0874-1824(2020)03-0135-09

近年來,共享日益成為學術熱點。共享經濟、共享平台、資源共享、信息共享、知識共享等關鍵詞,反復為學界所討論。至於學術共享,可以說是學術自產生以來的天然需求。學術期刊的誕生就是為了促進學術交流和知識傳播,其中本就蘊含着學術共享的目的。隨着互聯網的普及與快速發展,學術共享越來越被人寄予厚望,甚至被視為知識傳播的未來,但相關的研究成果尚屬少見。移動互聯網和新媒體的飛速發展改變了信息的傳播方式和人們的閱讀方式,促使傳統媒體向融媒體轉型發展;也打破了知識和信息的壟斷,促使學術信息資源共享機制的巨大變革。在這樣的時代語境下,學術期刊的傳統出版和傳播模式面臨着一系列挑戰,在進行融媒體轉型的同時,也應積極思考如何更好地實現學術共享。而積極推進學術共享,對於學術期刊的融媒體轉型也大有裨益。

一、學術共享的現實與困境

學術共享是知識共享的一種,具體指學者或學術團隊通過各種渠道和方式進行學術資源和學術信息的分享、互動和交流,從而促進學術創新。需要注意的是,學術共享的主體不僅有學者或學術團隊,還有其背後的學術機構。因為每個學者或學術團隊所佔有的學術信息資源都是有限的、碎片的,他們背後的學術機構往往會將有關信息資源進行整合與開發,提升資源的利用率,並提供平台和服務以便學術共享。“科學技術的突飛猛進創造了‘信息社會’,生產和經濟比過去任何時候都更加依靠知識性活動。”^①當今社會對知識更新的需求遠超過去,知識更新的快速增長則有賴於不斷推動學術創新,而實現學術共享對於推動學術創新、提高科技水平、促進社會和經濟的發展均

具有重要意義。

學術共享的方式和影響範圍與傳播技術的發展密切相關。在早年,學術交流大都通過面對面的會議、學者間的電話或信件、學術出版等方式進行,學術共享的範圍受限於學者的人際關係網,傳播速度也受限於通訊技術。信息革命推動人類社會全方位深度轉型,以互聯網為代表的信息技術極大增強了人類認識世界和改造世界的能力。以聯通共享、開放合作為內核的互聯網精神,給學術生態帶來了巨大變化,數字信息技術和傳播技術的飛速發展,打破了知識和信息傳播的壁壘,讓學術共享的範圍不斷擴大。在出版領域,數字化已經是一股無法抗拒的浪潮。所謂的數字化,“是指利用數字技術進行內容編輯加工,並通過網絡傳播數字內容產品的一種新型出版方式,其主要特徵為內容生產數字化、管理過程數字化、產品形態數字化和傳播渠道網絡化”^②。近年來,學術出版數字化日趨加強,呈現了豐富多元的出版形態和信息載體,大大推動了學術信息資源的傳播與共享。而學術信息資源的快速傳播與共享,也推動了學術生產和學術出版的深刻變革,進一步擴大了學術共享的廣度。

從目前來看,除了學術會議和學者個人之間的交流,大量的學術共享主要通過圖書館和數據庫等平台來實現。圖書館以高校和科研院所等科研單位的圖書館為主,其實現學術共享的方式主要是整合本單位的學術信息資源,打造面向本單位科研工作者的學術共享空間,並提供學術支持服務。單個圖書館的共享範圍是有限的,通過數字技術整合所有科研單位的學術信息資源,則能更好地實現學術共享。近年來,中國內地通過 CALIS(中國高等教育文獻保障系統,China Academic Library & Information System)將高校圖書館凝聚成為發展共同體,促進各館相關資源的互補和共享,在高等教育領域促進了學術共享。這一系統為高校科研工作者提供了極大的便利,有力促進了高校科研水平的提高。但圖書館的學術共享仍然有一定的身份和地域限制;而數據庫則利用數字技術突破了這一限制,在海量學術信息資源和快速便捷傳播方面展現了明顯優勢,已成為科研工作者必不可少的科研工具。但目前數據庫大多採用商業化運行模式,一些建設較早、基礎較好、發展較快的數據庫已顯示出壟斷性質,其商業逐利性對學術共享理念有所異化。“商業數據庫以低廉價格購買學術期刊的內容,卻以高昂價格向圖書館、研究機構以及個人出售數字產品,壟斷數字學術資源,既阻礙了學術成果的廣泛傳播,對學術期刊也極不公平。”^③學術乃天下公器,學術資源應為公共產品,卻被商業數據庫所壟斷。從學者角度來說,商業數據庫將學者創造的智力成果據為己有後,又在學術成果傳播渠道中製造壁壘,將公益性的學術信息資源異化為牟利的工具,卻沒有給學者相應的報酬;從期刊角度而言,數據庫利用期刊的優質內容打響了自身平台的品牌,吸引了大量的讀者和用戶,卻拆碎了期刊的整體性,使得期刊的品牌和影響力反而湮沒不彰,長此以往,對期刊的發展建設也有所損害。學者和期刊提供學術信息資源是為了推動學術共享,而數據庫卻破壞了這種共享的生態,這一現象早已飽受學術界詬病。迫於強大的輿論壓力和自身品牌形象塑造的需要,一些商業數據庫也適時推出免費知識服務以改變形象,如在 2020 年初新冠肺炎疫情蔓延期間,全中國人民大都“宅”在家中時,知網、維普、中國集刊網等商業數據庫向註冊用戶免費開放論文閱讀等知識服務,受到科研工作者的歡迎。但一時的免費開放只是有限的學術共享,總的來說,商業數據庫對學術信息的壟斷現象仍未得到根本的改善與扭轉。要實現真正的學術共享,作為學術出版和傳播的中堅力量之一,學術期刊應積極應對形勢,有所作為。在融媒體時代,學術期刊必須要完成媒體融合的全面轉型升級,構建學術傳播新秩序和新型學術公共平台,並培養新型的複合型編輯人才,進而推動學術共享的真正實現。

二、聯合學術共同體構建新型學術公共平台

學術共同體“是基於某種學科、價值、理念或範式的認同而形成的結構鬆散的學者群體”；而學術期刊本是學術共同體的中心，往往“具有相對固定的研究範圍（如專欄設置）和共同的研究範式，乃至共同的價值取向和行文風格，以及相對固定的裝幀、篇幅、出版週期等外在特徵，以應對和滿足共同體成員的需求”^④。學術共同體並非實體，但其中的學者交往頻繁，關係緊密，有較強的凝聚力，常常通過專業學會和學術期刊進行組織層面的交流活動。實際上，學術期刊的誕生就與學術共同體有關。公認的世界上最早的學術期刊是創辦於 1665 年的法國《學者雜誌》（*Le Journal des Sçavans*）和英國《皇家學會哲學會刊》（*Philosophical Transactions of the Royal Society*），這兩份期刊的創辦者都來自學術界，而後者就是一個學術共同體。他們的辦刊初衷就是為了增進學術交流，推動學術創新。從學術發展史來看，許多著名的學派是因學術期刊而產生的，一般都擁有作為學派中心和旗艦的學術期刊。^⑤而學術期刊也對學術共同體的構建以及學術研究的推動有着巨大貢獻。在互聯網蓬勃發展以前，期刊的傳播效率遠遠超過其他方式，是學術共享的重要功臣。至今，學術期刊憑藉着傳統的平台優勢和品牌效應，仍然是學術共享的主要推動者之一。

“學術期刊因學術研究的需要而產生，本應內嵌於學術共同體並成為其中心，作為學術生產主體的學術共同體理應是學術傳播秩序的重要構建者。”^⑥一般來說，學術期刊以學術公信力和權威性將學者聯接起來，在學術共同體中扮演學術把關人、科研服務者與學術生態建構者的三重角色，成為學術生產鏈條中必不可少的重要環節。然而，“中國學術期刊與國際學術期刊存在着重大差別，其中關鍵的差別體現在學術共同體與學術期刊的關係。……一味求穩的期刊體制阻斷了學術共同體與學術期刊的緊密聯繫，……使得學術期刊外在於學術共同體而不能與期刊發展相適應，造成了學者與學術期刊的疏離”。^⑦此外，中國內地目前普遍採用的“以刊評文”的學術評價制度，使得學術共同體與學術期刊之間的關係也有所背離。“所謂‘以刊評文’，就是在學術成果的評價中只看發表文章的刊物是不是核心期刊（如 SCI, SSCI, CSSCI 等），而不管所發表的內容本身是否好壞，是否有創新。對核心刊物之外的優秀成果完全視而不見，對核心刊物上的低劣成果則照單全收。”^⑧從某種程度上說，“以刊評文”是將學術評價的權力從學術共同體手中移交到了學術期刊手中。當然，核心期刊普遍嚴格實行“三審三校”制度和匿名審稿制度，對刊發的學術論文都經過了科學的學術評價。但絕對地、“一刀切”地“以刊評文”而忽視同類期刊上論文水平的參差，顯然有失公平客觀——核心期刊上的論文並非每篇都絕對優秀，而非核心期刊上也不乏優秀的論文，卻僅僅因“出身”就沒有獲得應有的認可。這種做法在一定程度上不符合學術評價的真正目的——“了解學術研究之水平，並藉由評估比較促使研究人員重視自身之學術研究成果，以提升整體學術水準及研究競爭力”^⑨。學界對此早有不滿，“以刊評文”的做法除了在行政管理手段上簡單易行外，不合理之處很多。畢竟相對於中國龐大的科研人員隊伍及其發文需要而言，核心期刊的發文量十分有限。這就引發了學者與期刊之間的緊張關係：大量學者只願意將學術質量較好的論文刊發在數量有限的核心期刊上，使得大量的非核心期刊難以獲得優質稿源，為保持正常出版週期不得不刊發一些“學術垃圾”；而核心期刊在面對龐大的發文需要的壓力時，辦刊發文流程常常受到各種因素的干擾。而且，“以刊評文”也忽視了不同學科之間的差異，採用一種評價標準對所有學科的學術成果進行評價顯然有失科學。鑒於此，長期以來一直有學者呼籲對“以刊評文”進行改革。有學者提出，應實行代表作制度，“在所有的學科評估、學位點申報、職稱評定、博士學位資格審查等涉及

學術論文發表的情形下由申報者提供一定數量的代表自己學術水平的作品，並將代表作在網上公開，由學術共同體去進行實名評價”^⑩。但相關改革卻遲遲未有明顯進展，學術共同體對學術期刊的學術評價專業度又頗有微詞，二者的關係持續緊張。

互聯網帶來的技術變革改變了以學術期刊為中心的傳播方式與傳播秩序，進一步弱化了學術共同體與期刊的聯繫。一方面，互聯網使得學者、學術共同體更加疏離學術期刊。學者們獲取學術信息資源的主要途徑已從傳統的期刊、書籍等紙本文獻轉向數據庫等數字平台，數據庫、搜索引擎等數字技術為學者們提供了更為便捷的閱讀體驗和學術服務，已成為學者們不可或缺的研究工具。而期刊則日益淡出學者們的閱讀視野，大多只在獲取博士學位、評職稱、結項等功利性作用方面才受到學者們的重視，難以發揮構建學術共同體的障地作用。另一方面，一些學者已開始繞開傳統學術期刊自行構建學術共同體。比如，近年來大量學術集刊的創辦，就是由各種學術共同體發起的。雖然集刊以書代刊的出版方式曾被內地新聞出版管理部門所禁止，但在學術共同體的不懈努力下，學術集刊的發展日益蓬勃，而且在一些出版社和學術評價機構的通力合作下，已經構建起了較為完善的出版規範和評價體系。部分學術質量高、學術規範嚴謹的學術集刊已獲得了新聞出版管理部門頒發的正式刊號，也受到了一些學術評價體系的重視和認可。再如，一些有影響力的學者能夠調動大量學術資源和技術力量，自行構建網站、數據庫、微信公眾號等新型數字平台，傳播自己的學術觀點，凝聚團隊研究的力量。

值得注意的是，一些商業化的學術服務機構積極利用新型數字平台，直接與學者合作，產生了較為廣泛的知名度和影響力。曾有學者利用“清博大數據”調查 2018 年 7 月微信公眾號的官方學術榜月度榜單，發現佔據榜單前五名的是“瞭望智庫”、“科普中國”、“三劍客”、“知識分子”、“募格學術”。^⑪細察這五個微信公眾號，“瞭望智庫”是由新華社國家高端智庫公共政策研究中心開設的，有着相當雄厚的背景和實力，在 2019 年 7 月發布的全國微信公眾號百強排行榜上排名第 10 位，當月總閱讀數超 1500 萬^⑫；“科普中國”是由中國科學技術協會開設的，主要推送科普知識和科技動態，2019 年全年閱讀量超 1.3 億；“三劍客”是由《解放軍報》開設的，內容以軍事類信息為主，實際上學術性並不強；“知識分子”和“募格學術”的賬號主體分別是北京和西安的兩家科技公司。這五家微信公眾號都有開通商業合作，說明都是商業化運作；從它們的賬號主體來看，都是實力比較雄厚的機構單位，容易凝聚一批知名學者；從它們的內容和形式來看，信息量豐富，推送頻率高，界面設計美觀，功能菜單較多，與用戶互動較強。可見，這些微信公眾號的商業運營模式比較成熟，運營效果良好，都有着不錯的發展前景。而目前中國的學術期刊普遍體量較小，資金和技術實力較弱，主要的人力物力都投入在紙本期刊的內容建設上，開設微信公眾號並非工作重心，運營效果當然不可與上述的微信公眾號“巨頭”同日而語。

換個角度來看，商業化運作的微信公眾號受利益驅動，其精心打造平台的最終目的是要實現盈利，並非學術共享——學術信息資源是它們盈利的工具，它們選擇性地公開一些學術信息資源主要是為了招徠用戶。而中國的學術期刊大部分是公益性的，本身就是一個思想密集、知識密集的公共平台，掌握着大量的學術信息資源和作者資源，也願意對社會免費開放。並且，相對商業化的新媒體平台而言，學術期刊所佔有的信息資源更有權威性，在質量上更有保障。“學術期刊發表學術成果是它的基本功能，這個功能也使它成為學術研究重要的儲存、積累的寶庫。一份真正有分量的學術期刊應該承載一個國家和民族的精神和文化，也應該承載多種文化和文明的精粹。從這個視角看，學術期刊也是各種不同學術觀點交流互動、批評討論、爭鳴交鋒的平台。”^⑬在歷史上，學術期刊

的交流平台為凝聚學術共同體、推動學術進步貢獻了巨大力量；到了互聯網時代，建基於強大的交流傳播網絡，學術期刊理應能將學術共享的空間與受眾進一步延伸擴大。當然，無論是學術期刊還是學術共同體，單體的力量總是較為弱小的，在互聯互通的網絡時代單打獨鬥很難產生大的網絡效應。如果沒有在短期內產生良好的效果，又缺乏持續的投入，單體的微信公眾號等新型數字平台很容易被海量的網絡信息所淹沒，而後停止建設，淪為所謂的“殭屍號”。因此，學術期刊應主動聯合學術共同體，充分整合並調動二者的資源優勢，打造新型學術交流平台，促進學術交流在線上線下的延伸，構建學術共享的強大網絡。

三、借助互聯網構建學術傳播新秩序

互聯網引發了期刊出版模式的新變革，傳統學術期刊面臨諸多問題與挑戰，如出版週期長、傳播速度慢等，這些都要求學術期刊亟需轉型升級以適應時代的變化。“紙媒式微”一度是學術期刊的集體焦慮。但紙本的發行人數雖在日益減少，可互聯網閱讀的數量卻一直在增長，且隨着學術研究的隊伍越來越壯大，對學術信息資源的需求也一直在增長。從這一角度來看，學術期刊仍有着龐大的需求，但紙本傳統的出版和傳播模式已經難以適應新的時代形勢。紙本期刊仍以期為單位出版發行，但讀者大都是以篇為單位進行“碎片化”閱讀——現在的讀者大都在網站或數據庫中搜索關鍵詞後下載自己需要的論文閱讀，而漠視了一本期刊的選題策劃和整體編排。針對新的閱讀形式和傳播特點，期刊必須儘快運用互聯網思維進行數字化改革，進而構建學術傳播新秩序。

當前，已經有不少期刊啓用了校對軟件、排版軟件、在線採編系統等，在一定程度上實現了多元化數字出版。除此之外，為加快期刊的出版時效，一些數據庫與學術期刊合作，推出了“在線優先出版”（或叫“網絡首發”），這是學術期刊出版模式的一個重要變革。在線優先出版不是簡單地把整期紙本期刊的內容在出版日期前傳到網絡上，而是“具有出版資質的部門或機構，以被編輯部錄用並定稿的稿件為出版內容，先於印刷版期刊出版日期在線出版的、以單篇論文為發表模式的數字出版形態”^④。這種出版模式體現了“短頻快”的互聯網思維：期刊無需等待整期所有的論文稿件全部編校完成才出版，而可以編完一篇立刻出版一篇，即把以“期”為單位的出版變革為以“篇”為單位的出版，這是“短”；期刊也不必再受限於固定的出版期數（即出版次數），而可以靈活地即時在線推出部分內容，加快出版頻率，這是“頻”；編好的論文也不必非要等到出版日期才能問世，一經編校完成即可線上發表，加快了知識更新的速度和學術成果獲得認可的速度，這是“快”。這種出版方式既經過學術期刊編輯部的嚴格把關，充分保證了論文的學術質量和編校質量，也突破了印刷出版和刊期的時間限制，加快了學術成果發表的速度，縮短研究週期，提升了學術成果以及期刊的影響力。此外，還有一些學術期刊和出版機構在嘗試開放存取期刊（Open Access Journal，簡稱 OA 期刊）、數據庫期刊（Overlay）等新型出版模式。前者是“依托於互聯網，並經過同行評議的一種新型學術電子期刊，同時允許用戶免費、無限制的合理使用”，有學者對國內的人文社科期刊進行調查發現，“截止 2017 年 7 月 31 日，被調查的 1320 種人文社會科學期刊中，有 524 種期刊實施了開放存取（其中有 10 種期刊是部分開放存取），佔總數的 39.7%”^⑤；後者其實也是 OA 期刊的一種，但它並不出版原始論文，而是“一種基於知識庫的知識組織與利用方式，是從一個或多個知識庫採集學術文獻，經過特定評審過程的篩選後，以期刊的形式、有組織地提供給廣大用戶的一種服務”^⑥，有點類似文摘，但體現了獨特的學術宗旨和編輯理念。無論學術期刊進行何種形式的數字化變革，都促進了學術信息的快速廣泛傳播，有利於學術共享。

互聯網也為期刊傳播提供了新平台。一直以來,學術期刊肩負着見證、傳播、引領科學知識與理論的使命。必須正視的現實是,學術傳播的對象是小眾的,受眾比較單一,基本上在學術研究界的範圍內。對於專業學術期刊而言,更是限定在某個專業研究領域的科研人員。然而,在科技加速發展的今天,人們對學術傳播的速度和範圍也有了更高的要求:學術成果有迅速發表以“搶佔先機”的需要,科研人員也有擴大影響力的訴求。對此,學術期刊進行了不少探索。互聯網發展初期,就已有部分學術期刊建設了自己的網站。隨着移動互聯網的發展和新媒體、社交媒體的興起,不少期刊紛紛創辦 APP、微博、微信公眾號、小程序、電子期刊等新型數字平台。其中,微信公眾號以門檻低、自由度大、互動性強、操作便捷的特點,成為當前最受科研人員歡迎,也被學術期刊採用最多的新型數字平台。2018年7月,有學者通過問卷調查,發現有89.82%的高校教師閱讀過學術類微信公眾號文章,並對此感興趣;有82.73%的高校教師關注了2個以上的學術類微信公眾號。^⑦顯然,科研人員對通過微信公眾號獲取學術信息資源的方式普遍表示歡迎,微信公眾號已成為學術共享的一個有效渠道。與這一需求相適應的是,近年來學術期刊開通微信公眾號的數量呈逐年激增的態勢。2015年5月30日,有學者調查了1200種CSCD(中國科學引文數據庫)來源期刊,發現其中283種開通了微信公眾號,佔樣本總數的23.6%。^⑧到2017年11月26日,有學者通過對《北大中文核心期刊要目總覽》(第七版)收錄的七大編類期刊隨機抽取118種期刊,發現其中65種開通了微信公眾號,佔全部樣本期刊的55%。^⑨2020年6月5日,筆者對CSSCI(中文社會科學引文索引)來源期刊中的“綜合社科”類48種期刊進行了調查,發現其中42種開通了微信公眾號,扣除兩種雖開通賬號但長期未更新內容的期刊,其餘40種均於近期有推送內容,處於活躍狀態。以此計算,綜合社科類CSSCI期刊的微信公眾號使用率為83.3%。另外,有的學術期刊雖未開通獨立的微信公眾號,但也通過主管或主辦單位的微信公眾號推送期刊內容和信息。總的來看,有一定學術追求的期刊都勇於探索新型傳播渠道,試圖提升期刊影響力。近年來,有的學術期刊發現了深度的學術閱讀與新媒體“淺閱讀”結合的有效方式,在微信公眾號推出了一些有10萬+閱讀量的“網紅”論文,通常是圍繞社會熱點、回應社會訴求的選題,引起了較大的社會反響;有的期刊也結合刊物定位和論文內容,適當融合科普元素,通過二次加工使得深度的專業論文大眾化、通俗化,吸引更多讀者,推動學術知識的社會化。在新媒體閱讀“淺層化”、“碎片化”的衝擊下,學術期刊需要在學術生產、思想沉澱和可讀性之間尋求平衡,這也是學術期刊在進行融媒體轉型時的一個關鍵問題。

限於種種因素,大部分學術期刊的新型數字平台使用情況還存在一些問題。以微信公眾號為例,學術期刊推送的內容大多還比較單一,以紙質期刊發表的內容為主,而針對移動新媒體傳播特點進行設計的新型內容比較缺乏;推送界面也不夠生動,對新媒體手段如語音、視頻的採用較少,圖文編排比較簡單;與用戶的互動不足,線上只能閱讀、點讚和留言,社交功能開發不足,線下的活動極少甚至沒有;大多數期刊的公眾號沒有設立菜單,用戶無法進行閱讀和評論之外的功能選擇;等等。與此類似,一些學術期刊的其它新型數字平台也基本是單向宣傳,沒有開發與作者、讀者的雙向交流互動渠道,缺乏用戶意識。這主要是由於數字平台的技術手段開發不足,只能提供一些粗放型的數字服務,在個性化服務和社交化方面嚴重欠缺。目前,新型數字平台的建設對期刊影響力的提升有一定幫助,但比較有限,並未充分發揮出作用。還有學者概括當前學術期刊媒體融合的方式主要有兩種:“一是‘新瓶裝舊酒’。學術期刊採用更多的是把紙本內容平移到網站、微博、微信和APP上,以自己為原點,構建自己的小圈子,視新媒體為紙本期刊價值鏈條上的一種延伸和補充。二是‘對內融合’。部分學術期刊把投稿組稿、專家審稿、編輯加工、在線出版、傳播互動等關節點

都打通,再在其上增加一些移動互聯網時代的微博微信。這種修修補補、敲敲打打的‘內向型融合’,很難改變整體格局。”^②這兩種方式都是淺層的、表面的、形式上的融合,稱不上實質性的全方位融媒體轉型。這是因為,所有的傳播必須要獲得有效的回應才有意義。單向而缺乏大量的互動的學術傳播,勢必影響傳播的效果,這也是當前學術期刊媒體融合必須正視的問題。

即便面臨着問題和挑戰,一些影響力較大的學術期刊仍積極迎融融媒體、全媒體出版的時代大潮,建設起紙質型與數字型並存的多元化立體的傳播平台。它們一方面繼續出版傳統的紙質期刊,嚴格把關期刊的內容質量;另一方面,對期刊佔有的學術信息資源採取差異化策略進行多元化的數字開發與整合,根據互聯網、手機、手持閱讀器等不同媒介特點設計並提供有特色的、創新性的內容和服務,拓寬傳播渠道,實現多媒體形式的複合出版。多元的數字平台在免費推送各種學術信息資源外,也提供一些互動性強的學術服務,如選刊讀者評論、評選學術熱點等,既聚合了更多的讀者,提升用戶體驗,提高傳播效率,擴大期刊知名度和影響力,也對學術共享有十分積極的意義。

當然,一家期刊單打獨鬥的數字平台建設影響力畢竟有限,要真正實現大範圍的學術共享,必須建設更大規模的數字平台。而商業數據庫雖然佔有海量的學術信息資源,但也存在信息利用率低、信息結構無序等問題。對此,學術期刊應該聯合起來,並與學術共同體緊密合作,構建學術期刊數字出版聯盟,通過科學合理的整體設計和精準定位,實現期刊的集群化、規模化和數字化,進而推動學術共享。桑海曾提出在線學術平台框架构想,認為新平台應是“集成果發表、學術資源檢索、學術評價、學術動態、互動社交、增值服務等功能於一體的多媒體的、跨屏的學術服務門戶,為學者提供便捷貼心的服務”^③。這樣理想的學術平台尚未建成,但一些期刊曾與數據庫合作打造“網刊”、“域出版”等平台,取得了不錯的成效,積累了一定的經驗,也通過反思總結了一些教訓。還有一些學術期刊已經開始與科研單位、數據庫加強協作,探索新的融合發展的模式,打造學術研究、出版、傳播、應用、轉化的新型產業鏈。這些努力對於重構學術傳播新秩序,提升學術出版和研究的整體水平都有深遠的意義。

四、建設新型複合型期刊編輯隊伍

學術期刊編輯既是學術共享的守護者,也是學術共享的受益者。一方面,編輯“是學術交流平台的守護者,其核心價值在於構建和維護學術交流平台,其對學術信息進行選擇、加工整理和傳播的基本功能不會隨學術期刊的式微而消亡。學術編輯的使命當繫於學術交流平台之建設與學術事業之昌明……構建和維護新型在線學術平台,更好地為學者服務,促進學術交流與傳播,才是新時代學術編輯義不容辭的使命”^④。作為學術期刊的“操盤手”,守護學術共享是編輯的天職。另一方面,構建好學術共享的強大網絡,有利於編輯工作的順利開展。在辦刊過程中,編輯需要緊跟學術前沿,與學術界保持密切聯繫,以便獲取大量的學術信息資源。良好的學術共享機制必能使編輯更容易把握學術前沿信息,更好地與學界學人交流互動,為選題策劃、組稿、約稿和選稿的順利開展提供諸多助益。

融媒體時代學術共享的實現,人才是決定性因素。對於學術期刊來說,編輯人才隊伍建設是核心工作。新的社會語境和行業需求使得學術期刊亟需轉型升級,而期刊編輯也勢必要與時俱進地轉型升級為具備立體思維的新型複合型編輯,才能更好地引領期刊發展。新型複合型編輯指的是既掌握編輯出版知識,也熟悉專業學術知識,還能駕馭信息技術,能同時適應傳統紙刊出版和數字出版的編輯人才。這意味新型複合型編輯要能承擔相對傳統編輯而言更加多元的工作職責和社會

責任,如此高的要求使得國內既有的編輯人才隊伍建設面臨一些困難。在融媒體轉型的緊迫需求下,一些期刊不得不搭建新型數字平台,相關的運營工作只能由責任編輯兼任,而他們掌握的大多是傳統的編輯技術,對互聯網和新媒體的相關技術並不精通。如此一來,這些學術期刊匆忙架設起的數字平台的優勢就難以得到充分發揮。受到互聯網衝擊的學術期刊至今尚未從傳統紙質媒介完全轉型成功,其中的一個重要原因就是編輯人才的轉型難度頗大。

互聯網技術的更新迭代非常快,非專業人才難以跟蹤技術前沿,而媒介多元化使得編輯技術也複雜化,除了傳統的出版行業要求與規範,還有各種軟件更新、系統升級、網絡故障以及互聯網相關的法律法規,讓傳統編輯應接不暇,疲於應付。複雜的媒介環境業已形成,編輯不得不告別單一媒體的工作慣性,頻繁地在各種角色中轉換:既要保持學術敏銳性,精心策劃期刊的選題內容,擔任選題的策劃者和執行者;又要考慮如何利用數字技術根據不同媒介形態管理、加工並推廣內容,擔任數字平台的運營者;還要與作者、讀者、專家及其他兄弟期刊加強聯繫,打破思維定勢,拓寬視野,及時捕捉學術動態,主動為學者提供服務,擔任學術交流平台的守護者。融媒體時代賦予了編輯新的使命:“將技術轉化為自己的本質力量,與技術合一,與技術協同進化,在技術中尋找新的編輯生長點。”^②應該說,現在的編輯普遍在觀念上已經認識到樹立轉型意識的重要性,互聯網的廣泛普及也讓大多數編輯都掌握了一些基本的網絡技術,只是離實現真正的轉型突破還有一段距離,還需要一些時間去適應和學習,也需要工作單位提供更多的支持與幫助。

對於學術期刊來說,新型複合型編輯隊伍的建設,應充分發揮自身與學術界、教育界交流互動頻繁的優勢,為編輯爭取更多有效的培訓和實踐機會。學術期刊和高校之間,除學術交流之外,也可加強新型技術交流。目前國內已有若干高校設立了數字出版專業,如北京印刷學院、武漢大學、中南大學、上海理工大學、浙江傳媒學院、天津科技大學、曲阜師範大學等。這些專業一直在積極探索和優化新型複合型編輯人才的課程培養體系,開設了許多有針對性的應用型課程,培養學生良好的語言文字基礎和基本的軟件操作能力。學術期刊可主動與高校開展有關的合作培訓,為傳統編輯提供機會接觸前沿的數字技術和業界發展動態,掌握數字出版的相關知識和理論。一些高新技術企業在數字出版方面已有比較成熟的技術和經驗,學術期刊也可與有關高新技術企業開展項目式合作培訓,或選派編輯到企業實踐一段時間,參與數字化項目的運作,了解行業發展動態,學習和掌握有關技能,提升綜合技能和業務素質。

五、小結

學術共享是期刊的建設目標和努力方向,融媒體也是大勢所趨。借勢數字化大潮完成融媒體轉型,是學術期刊推動學術共享的重要舉措,對於提升中國學術的國際話語權和影響力也有十分重要的意義。當前,學術期刊應重新進行定位,轉變思想觀念,充分利用和發揮新型技術的優勢,更好地推動學術交流,以進一步促進學術信息資源的傳播與共享。當然,融媒體轉型還是新興事物,還有許多尚未完全解決的問題。如融媒體轉型需要配合一定的體制改革,而體制改革的推進還面臨一些困難和問題;紙本時代形成的學術規範、知識產權、出版形式等的權威性和嚴肅性,在“短頻快”的新媒體時代受到了一定的衝擊和消解;技術進步日新月異,媒體智能化進入快速發展階段,未來的技術發展方向對下一步的媒體轉型仍可能有着巨大影響,而這對於學術期刊而言則難以預料。以何種姿態擁抱技術,如何在融媒體轉型與學術共享中實現期刊的獨特價值,如何在轉型發展與堅守傳統中尋求平衡?這些對於期刊參與學術共享而言都是很重要的問題,值得學界不斷地深

人探討。

最後,學術共享這一終極目標的實現並非單純依靠學術期刊自身的努力就能完成,必須要有相應的頂層設計,進一步深化改革,創新體制機制,加大相關支持力度。而這樣的頂層設計,也需要學術期刊和學術界的不斷思考、探索、呼籲和推動。

①艾瑞克·霍布斯鮑姆:《斷裂的年代:20世紀的文化與社會》,林華譯,北京:中信出版社,2014年,第188頁。

②《新聞出版總署關於加快我國數字出版產業發展的若干意見》,新出政發〔2010〕7號。

③游濱:《華文學術期刊數字化發展趨勢及因應策略》,見李向玉主編:《總編視角——華文學術期刊發展趨勢國際研討會論文集》,北京:社會科學文獻出版社,2016年,第191頁。

④⑦朱劍:《學術共同體、學術期刊體制與學術傳播秩序——以媒體更迭時代人文社會科學期刊轉型為中心》,澳門:《澳門理工學報》,2016年第3期。

⑤原祖傑:《學術期刊何以引領學術——兼論學術期刊與學術共同體之關係》,澳門:《澳門理工學報》,2014年第1期。

⑥朱劍:《構建互聯網時代學術傳播的新秩序——以高校學術期刊發展戰略為中心》,武漢:《武漢大學學報(人文科學版)》,2016年第2期。

⑧⑩何雲峰:《以刊評文對“雙一流”建設的負面影響不可小視》,上海:《上海教育》,2019年第10B期。

⑨黃慕萱、張郁蔚:《人文社會學者學術評鑑指標之探討》,台北:《圖書資訊學刊》,2006年第4卷第1/2期。

⑪陸宣:《學術類微信公眾號運營存在的問題及對策分析》,合肥:《新聞世界》,2018年第10期。

⑫《2019年7月全國微信公眾號100強排行榜出爐》,深圳:中商產業研究院,2019年8月2日。

⑬黃頌傑:《辦刊境況與學術期刊發展的問題與思考》,見李向玉主編:《總編視角——華文學術期刊發

展趨勢國際研討會論文集》,第37頁。

⑭徐楓、郭沁:《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》,澳門:《澳門理工學報》,2015年第1期。

⑮余倩:《中國人文社會科學期刊開放存取現狀研究》,長春:《圖書館學研究》,2018年第14期。

⑯王楠、祝忠明:《Overlay期刊初探》,長春:《圖書館學研究》,2010年第2期。

⑰周華清:《基於高校教師微信公眾號閱讀行為的學術期刊微信平台運營思考》,武漢:《出版科學》,2019年第1期。

⑱王寶英:《中國科學引文數據庫來源期刊微信公眾號現狀調查與分析》,北京:《中國科技期刊研究》,2016年第1期。

⑲曾豔:《我國學術期刊微信公眾號現狀及發展對策探析》,長沙:湖南師範大學碩士學位論文,2018年。

⑳張耀銘:《學術期刊與新媒體融合的關鍵與進路》,濟南:《濟南大學學報》,2018年第3期。

㉑㉒桑海:《我們需要什麼樣的在線學術平台——“中國高校系列專業期刊”之未來構想》,南京:《南京大學學報》,2015年第3期。

㉓郭慶華:《編輯的技術焦慮》,太原:《編輯之友》,2019年第7期。

作者簡介:鄭珊珊,福建省社會科學界聯合會《東南學術》副總編輯、副編審,博士。福州350025

[責任編輯 劉澤生]