

# 傳統紙媒數字化轉型與學術期刊的應對\*

秦開鳳

---

[提 要] 進入 21 世紀,傳統紙媒數字化轉型步伐加快,紙媒普遍出現生存困境。針對“紙媒消亡論”,從紙媒功能、受眾需求和政策支持三方面論證了未來紙媒的存在價值;走媒體融合之路是其必然的、共同的發展方向,並從比較視野分析了書報刊三者轉型的路徑差異。最後以學術期刊作為重點探討因應這一轉型的基本策略,指出數字化時代學術期刊應構建立體化傳播體系,全方位提升傳播功能;應注重保護知識產權,激發期刊數字技術創新動力;應努力打造編者—作者—讀者多元互動平台,深化、細化學術服務功能;應完善學術評價體系,凝聚開放而充滿活力的學術共同體。

[關鍵詞] 傳統紙媒 數字化轉型 紙媒消亡 媒體融合

[中圖分類號] G230 [文獻標識碼] A [文章編號] 0874 - 1824 (2021) 01 - 0100 - 11

---

傳統紙媒數字化轉型是指圖書、報紙、期刊等傳統紙質出版業態向新興無紙數字化業態方向轉變,是依靠數字技術實現傳統出版業流程再造。傳統紙媒數字化轉型已是業界持續討論和研究的一個老問題,梳理學術史可以發現,該論題的國內外研究是伴隨着計算機技術、通信技術、互聯網技術、數字技術的演進而走向深入的,尤其近十年來隨着移動智能終端的普及化,實踐中的數字出版步入了發展快車道,傳統紙媒數字化轉型趨勢加快,相關研究也成為一個熱點。現有研究多聚焦於紙媒生存困境,數字化轉型的挑戰、機遇和發展路徑等方面。雖然已取得豐碩成果,但仍有一些不足,比如:紙媒載體不同,其轉型路徑存在較大差異,從比較視野研究圖書、報紙和期刊的數字化轉型之路的研究較少;對數字化轉型中出現的新型出版方式,即數字出版的研究較為集中和深入,涉及到技術、版權、模式、人才、融合等方面,<sup>①</sup>而傳統出版轉型問題則相對難以把握,對其轉型的動力機制、轉型原因、主要表現及轉型方向等缺乏系統研究;再加之,數字化轉型所依托的數字技術及媒介形態處於不斷更新與變革之中,正在進行的傳統出版轉型仍在實踐中探索,其中的不確定性和複雜性也一定程度上增加了理論總結和前瞻的難度。這些問題顯示該研究仍有值得探討的空間。

鑒於傳統紙媒數字化轉型是一個系統且較宏大的問題,本文僅就幾個典型問題作初步探討。

---

\* 本文係陝西省社會科學基金項目“陝西追趕超越新動能:文化消費轉型研究”(項目號:2018G01)階段性成果;陝西省“高層次人才特殊支持計劃”青年拔尖人才項目“我國居民文化消費數字化轉型的社會學研究”階段性成果。

首先針對轉型中出現的“紙媒消亡論”，從紙媒功能、受眾需求和政策支持等方面分析未來紙媒的存在價值，走媒體融合之路是其必然的、共同的發展方向，並從比較視野分析圖書、報紙、期刊三者轉型的路徑差異，最後以學術期刊作為重點探討因應這一轉型的基本策略。

## 一、傳統紙媒的困境與新興數字出版的繁盛

傳統紙媒出現數字化轉型，是出版技術發展和傳播方式變革的必然要求。轉型過程中的直接表現即紙媒的衰落與數字出版的繁盛，一定程度上，兩者是此消彼長的關係，尤其進入 21 世紀後，兩者間的衝突開始顯現出來。

在數字化背景下，傳統出版業不同程度地出現了生存困境，其中尤以報紙業受到的衝擊最為嚴重，從國外到國內，從大報、名報到地方小報，機構裁員、員工離職、報紙關停等信息不絕於耳，甚至有學者直接預言“到 2043 年第一季度晚一些，日報就沒有讀者了”。<sup>②</sup>同時，圖書市場逐漸萎縮，實體書店紛紛倒閉；時政、大眾生活類等期刊大批停刊，就連學術期刊也遭到質疑，有觀點認為“學術期刊的讀者需要的是學術信息，而並不一定是某種具體刊物”，<sup>③</sup>以數據庫和電子期刊等為載體的媒介即可滿足讀者的主體需求，未來學術期刊將會退出歷史舞台。與紙媒的衰落形成鮮明對比的是，新興數字出版異軍突起，據統計，“從總量絕對值看，數字出版在 2010 年營業收入突破 1,000 億元後，持續保持着大幅增長態勢，平均 2.5 年翻一番。2012 年至 2016 年間，數字出版營業收入在千億量級上保持每年增長的勢頭，2017 年突破 7,000 億元（達到 7,071.93 億元），數字出版營業收入佔全行業的比重也從 2010 年 8.5% 提高到了 2017 年的 28.1%”。<sup>④</sup>數字出版產品形態豐富多樣，“主要包括電子圖書、數字報紙、數字期刊、網絡原創文學、網絡教育出版物、網絡地圖、數字音樂、網絡動漫、網絡遊戲、數據庫出版物、手機出版物（彩信、彩鈴、手機報紙、手機期刊、手機小說、手機遊戲）等”。數字出版“已經成為新聞出版業的戰略性新興產業和出版業發展的主要方向”。<sup>⑤</sup>值得注意的是，數字出版雖已取得豐碩成績，但比起網絡遊戲、手機出版物、在線教育等新興數字出版業態，圖書、報紙、期刊等傳統出版業的數字出版並不盡如人意，劉長青通過對近年《中國新聞出版產業分析報告》、《中國數字出版產業年度報告》、《中國遊戲產業分析報告》等分析得出，經過約 20 年的數字化進程，數字書報刊的營業收入僅佔包括數字書報刊在內的全部書報刊的 10% 以下。目前傳統出版數字化進程處於早期市場階段。<sup>⑥</sup>

在數字出版的劇烈衝擊下傳統紙媒開啟了轉型之路。在轉型方向的討論中，一種“紙媒消亡論”甚囂塵上，認為紙媒的功能將會被新的數字媒介所取代，數字出版將會完全替代傳統出版。筆者認為，這種觀點雖然一定程度上反映了傳統出版業在數字化轉型中的困境和危機，但過於消極悲觀，是一種過度反應，容易引起從業者的價值迷亂而不利於行業的健康發展。因為每一種出版業態或傳播介質都有其存在的獨特價值和特定傳播空間，傳統出版業的數字化轉型還處於發展的初級階段，過早地做出非此即彼的選擇或評價都是不謹慎和不科學的。對該觀點的反駁不能僅從經驗上獲得的模糊認識應對，必須從理論上予以有力回應，以明確和堅定其正確的發展發向。

在數字化轉型中，傳統紙媒與數字出版並非一種簡單的零和博弈關係，不是一種對抗替代關係，而是在一種張力中並進、相互補充、共同繁榮的關係。正如傳播學家們所說：“一種新媒介通常不會置換或替代另一種媒介，而是增加其運行的複雜性。”<sup>⑦</sup>“任何一種新媒介並不是自發地和獨立地產生的，他們是從舊媒介的形態變化中逐漸產生的。而且新媒介形式的出現，舊媒介形式並不會消失，它們會繼續演進和適應。”<sup>⑧</sup>未來，傳統紙媒將在與新媒體競爭中尋找到各自的最佳發展方式。

## 二、數字化時代傳統紙媒的存在價值

### 1. 自身具有的多重功能是其存在根基

出版是人類精神活動的重要行為，具有政治、文化、經濟、社會等多重功能，在傳承文明、傳播知識、教化育人、提供娛樂等方面發揮基础性作用。儘管在數字化時代，這些功能均或強或弱地存在於各種傳播媒介之中，但對傳統紙媒來說，一些功能具有不可替代性。

傳統紙媒出版具有鮮明意識形態屬性，政治導向功能中的思想教育、價值引領和輿論導向是其突出表現，這在中華人民共和國成立之初就有明確定位。1951年，胡喬木在《改進出版工作的幾個問題》中指出，“出版工作第一項的任務就是宣傳馬克思主義”，“出版工作是我們宣傳馬克思主義最集中、有效，影響最廣的武器，出版行政機關應該緊抓住這一個環節，不能放鬆”。<sup>⑩</sup>1983年發布的《中共中央國務院關於加強出版工作的決定》指出，我國的出版事業，是黨領導的社會主義事業的一個組成部分，必須堅持為人民服務、為社會主義服務的根本方針，宣傳馬克思列寧主義、毛澤東思想，傳播一切有益於經濟和社會發展的科學技術和文化知識，豐富人民的精神文化生活。<sup>⑪</sup>1997年頒布、2011年修訂的《出版管理條例》指出，出版活動必須堅持為人民服務、為社會主義服務的方向，堅持以馬克思列寧主義、毛澤東思想、鄧小平理論和“三個代表”重要思想為指導。<sup>⑫</sup>可以說，政治性是各個時期出版管理的首要指導方針，貫穿於整個出版活動之中。

儘管數字時代不同樣態的出版均需遵循出版管理的各項規定，必須堅持正確的政治導向，但在權威性、可信性和引導力上紙媒具有絕對優勢，其在弘揚主旋律、傳播正能量、引領先進文化、培育核心價值觀、服務現實社會等方面發揮了不可替代的作用。這在近年來國家大力倡導的“主題出版”方面有集中體現。主題出版是“圍繞黨和國家工作大局，就一些重大活動、重大事件、重大會議、重大節慶日而進行的選題策劃和出版活動”，而且該內涵應時代之需還在不斷擴展之中，已涵蓋政治、經濟、社會和文化發展的方方面面。<sup>⑬</sup>對於主題出版的功能和地位，周蔚華有詳盡客觀的評述，認為“主題出版是中國特色社會主義出版事業最顯著的特點，是黨的主張、國家意志在出版領域最重要的標誌，是中國出版業的靈魂，對教育出版、專業與學術出版和大眾出版等其他出版領域具有統領性和指導性，出版的政治性、思想性、導向性在主題出版領域得到最準確和鮮明的體現”，“主題出版是出版中‘普照的光’，決定了整個出版的導向和方向”。<sup>⑭</sup>

主題出版的重要載體是傳統紙質圖書、報紙和期刊，基於黨報黨刊自身特性，主題出版是其應有之義，而就市場化比較充分的圖書來說，因其厚重性和典藏性，成為當下的主流出版方向。國家新聞出版署發布的《2018年新聞出版產業分析報告》顯示，2018年，主題出版、主流報刊傳播力、影響力持續提升。全國出版馬克思主義、列寧主義、毛澤東思想、中國特色社會主義理論體系類圖書2,497萬冊，較2017年增加1,370萬冊，在22類圖書中增速居首位。<sup>⑮</sup>主題圖書在弘揚主旋律、傳播正能量、滿足人民群眾精神文化需求方面的積極作用進一步彰顯。2019年中宣部印發了《圖書出版單位社會效益評價考核試行辦法》、《報刊出版單位社會效益評價考核試行辦法》，加大了出版中社會效益的評價考核力度，相信在該政策引導下，未來傳統紙媒的主題出版比重將會越來越大，其在各種出版業態中必將發揮更強的引領作用。

### 2. 受眾的多元化消費需求是其發展動力

隨着經濟社會發展水平的不斷提升，民眾的消費觀念和消費需求日益呈現多元化趨勢，加之新媒體的透明性和開放性，作為發展性消費類的書報刊的消費也必然走向多元化和多層次化。傳播

學的使用與滿足理論認為,受眾成員是有着特定“需求”的個人,他們接觸媒介的活動是基於自己的特定需求來使用媒介,從而使自己的需求得到“滿足”的過程,人們接觸使用媒介是為了滿足自己的某種精神需要。<sup>⑤</sup>就書報刊來說,數字化時代的內容載體多樣化,紙質和電子形式並存。數字化閱讀因其打破時間和空間的限制具有互動性、開放性、快捷性等諸多優點,極大地分流了傳統紙媒需求,但這並不意味着傳統紙媒不再被需要,相反,受眾因使用習慣、自身偏好、真實的閱讀體驗需求以及深度閱讀的需要等原因,對紙媒的需求將會是永久性的。以深度閱讀的需要為例,入腦入心的學習必須反復精讀、細讀,常常需要作摘抄、作批注以及進行比較閱讀等,這是個消化吸收、升華理解的過程,這一過程伴隨着作者的獨立思考,逐漸積澱為讀者的理論分析和邏輯推理能力,形成其深厚的知識素養。這種學習體驗更多來源於傳統的紙媒閱讀。數字化閱讀固然有豐富性、便捷性等許多優勢,但在線瀏覽式的閱讀存在碎片化、跳躍式等特徵,短平快的選擇性、娛樂性閱讀無形中削弱了讀者的深度思考和理性思辨能力,同時也無法使讀者獲得深度學習所帶來的場景式閱讀體驗和高層次的精神滿足,這就使得紙質閱讀無法被數字閱讀所取代。

除了不同的閱讀需求、受眾的使用習慣等主觀原因,客觀上,海量的數字內容過於龐雜,質量參差不齊,尤其社會化媒體盛行的當下,假新聞、謠言充斥於屏幕,混亂了人們的視聽和正確的認知。相反,紙媒因存在較完善的出版管理機制,內容質量普遍較高,更容易贏得讀者的青睞。同時,數字媒體海量的內容反而讓人出現選擇困難,有的受眾更傾向於使用有真實體驗感的可觀可選的實物。亞馬遜網絡直營書店的實體化發展就是滿足受眾多樣消費需求的典型案例。

雖然紙媒因獨特的存在價值而不可取代,但被數字媒體分流也將是必然的。兩種媒介只有互補互鑒,才能滿足人們的多樣化閱讀需求。這也在一些大型的調查數據中有明確反映。全國國民閱讀調查結果顯示,2018年,我國成年國民包括書報刊和數字出版物在內的各種媒介的綜合閱讀率為80.8%,數字化閱讀方式(網絡在線閱讀、手機閱讀、電子閱讀器閱讀、Pad閱讀等)的接觸率為76.2%,圖書閱讀率為59.0%,報紙閱讀率為35.1%,期刊閱讀率為23.4%。對我國國民傾向的閱讀形式的研究發現,38.4%的成年國民傾向於“拿一本紙質圖書閱讀”,40.2%的國民傾向於“手機閱讀”,12.8%的國民更傾向於“網絡在線閱讀”,7.7%的國民傾向於“在電子閱讀器上閱讀”,0.8%的國民“習慣從網上下載並打印下來閱讀”。<sup>⑥</sup>

### 3. 國家的政策支持是其發展保障

書報刊是基本而重要的公共文化用品,具有明顯的公益性特徵,加之具有多重功能,無論國內還是國外,國家對出版業都有大力度、全方位的政策支持。尤其進入21世紀後,對傳統出版業的政策支持力度明顯加大,內容包括了需求引導、政府資助、財政補貼、稅收優惠、定價制度、租金減免等各個方面,擇要述之:

從宏觀層面來看,影響最為廣泛的是全民閱讀活動。從2006年始中宣部、中央文明辦等11個部委聯合倡議開展全民閱讀活動,這一活動不斷得到重視,甚至上升至國家戰略層面,2012年“開展全民閱讀活動”被歷史性地寫入黨的十八大報告。自2014年以來連續6年“倡導全民閱讀”被寫入政府工作報告,國家“十三五”發展規劃綱要中將“全民閱讀”列為國家八大文化重點工程之一,下設“書香中國”系列活動、社區閱讀中心、支持實體書店發展等八個子項目。從2017年6月起開始實施《全民閱讀促進條例(草案)》。在國家一系列政策推動下,全國各地每年都舉辦相關系列活動,有力地助推了讀書活動走入千家萬戶。另外,國外許多國家也有類似的促進全民閱讀活動的政策或法規,如美國有《卓越閱讀法》(1998),日本有《少年兒童讀書活動推進法》(2001),俄羅

斯有《國民閱讀扶持與發展綱要》(2006),韓國有《閱讀文化振興法》(2006),等等。<sup>①</sup>在這些閱讀活動中,有形有色的傳統紙媒發揮了中堅力量。

對實體書店的扶持是最直接、最有效的一項政策。2013年,國家新聞出版廣電總局聯合財政部發布了《關於開展實體書店扶持試點工作的通知》,對12個試點城市的優秀實體書店給予資助。2015年發布的《關於申報2015年度文化產業發展專項資金的通知》將試點範圍擴大至全國16個省市。2016年中宣部、國家新聞出版廣電總局等11個部委聯合印發《關於支持實體書店發展的指導意見》,鼓勵實體書店改革創新。配合中央政策,全國多省市也都制定了具體且惠及面更廣的扶持政策,以項目獎勵、補助、貼息等多種方式予以大力扶持。在多項舉措的支持下,實體書店很快改變頹勢出現增長態勢,據統計,2018年實體書店大幅擴張,我國圖書銷售網點同比增長4.3%,圖書銷售總額同比預計繼續保持穩定增長態勢。其中,實體書店規模擴張驚人,各地新華書店集團、領先的大型連鎖書店、新興獨立書店大部分掀起開店熱潮;開店數量最高的大型連鎖書店,年度新增店鋪數量達到100家以上;多座城市宣布年度新增數百家乃至上千家書店的扶持計劃。<sup>②</sup>相較而言,國外一些國家對實體書店的扶持歷史更久、力度更大,如英國政府對實體書店實行100年不徵稅的政策;法國的《雅克·朗法》(1981)確立了穩定圖書價格制度,對實體書店長期免徵所得稅;加拿大、俄羅斯直接給予實體書店財政補貼與租金補貼,等等。<sup>③</sup>

我國關於出版業的政策文件大多屬於指導和扶持性質的,<sup>④</sup>如2010年新聞出版總署發布的《關於進一步推動新聞出版產業發展的指導意見》中的重點任務第一項即為“發展圖書、報紙、期刊等紙介質傳統出版產業”。<sup>⑤</sup>這些政策中的財政扶持專項資金項目是重要內容,比如我國有文化產業發展專項資金、國家出版基金、民族文字出版專項資金、農家書屋工程專項資金、東風工程專項資金、國家古籍整理出版專項經費、新聞出版“走出去”專項資金、新聞出版重大科技工程項目專項資金、國家自然科學基金重點學術期刊專項基金、國家社會科學基金學術期刊資助項目等,限於篇幅,不再展開論述。這些政策全方位、大力度地支持了出版業健康有序發展。

### 三、傳統紙媒數字化轉型的方向是媒體融合

傳統紙媒走出困境的重要路徑是實現數字化轉型,“面對數字化與信息化帶來的挑戰與機遇,傳統新聞出版業只有主動開展數字化轉型升級,才能實現跨越與發展”。<sup>⑥</sup>而其數字化轉型方向則是依托數字技術和特色內容,實現傳統出版與數字出版之間的有機融合發展。

媒體融合的概念最早由國外學者在20世紀70年代提出,經過不斷豐富發展,僅從概念上就有“媒體融合”、“媒介融合”、“傳媒融合”、“全媒體融合”等多種,其核心是借助數字技術,報紙、廣播、電視、網絡、手機、期刊、音像等多種媒介交融互通,在內容生產、媒介形態、傳播渠道、傳播方式、運營觀念和模式等方面加以整合性運用,從而實現更強大的服務功能。它的內涵豐富,既包括不同媒介之間的合作、交融革新,也包括宏觀意義上各種業態的交融,正如柳斌杰所說:“傳媒融合就是各種媒介呈現多功能一體化的趨勢,是信息技術進步推動下的傳媒產業的升級和重組,是一個跨越發展的途徑。一般意義上講的傳媒融合主要是指不同媒體形態、不同媒體單位之間的融合,廣義上更廣泛的傳媒融合還包括傳媒與經濟、文化、技術、資本、業態之間的融合。”<sup>⑦</sup>同時,伴隨着融合,過去單一的報業人、期刊人、廣電人、新聞人也逐漸變身為“融媒體”人。

媒體融合近年加速發展,一方面是技術發展、行業轉型的自覺選擇,另一方面也是國家政策利好的激勵效應。其中最具深遠意義的是,2014年8月18日,中央全面深化改革領導小組第四次會

議審議通過了《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見》，媒體融合上升至國家戰略層面。《意見》指出，推動媒體融合發展，要遵循新聞傳播規律和新興媒體發展規律，強化互聯網思維，堅持正確方向和輿論導向、堅持統籌協調、堅持創新發展、堅持一體化發展、堅持先進技術為支撐。推動媒體融合發展，要按照積極推進、科學發展、規範管理、確保導向的要求，推動傳統媒體和新興媒體在內容、渠道、平台等多方面深度融合，着力打造一批形態多樣、手段先進、具有競爭力的新型主流媒體，建成幾家擁有強大實力和傳播力、公信力、影響力的新型媒體集團，形成立體多樣、融合發展的現代傳播體系。<sup>24</sup>2015年3月31日，國家新聞出版廣電總局、財政部聯合出台了《關於推動傳統出版和新興出版融合發展的指導意見》，指出要“立足傳統出版，發揮內容優勢，運用先進技術，走向網絡空間，切實推動傳統出版和新興出版在內容、渠道、平台、經營、管理等方面深度融合，實現出版內容、技術應用、平台終端、人才隊伍的共享融通，形成一體化的組織結構、傳播體系和管理機制”。重點任務是：創新內容生產和服務，加強重點平台建設，擴展內容傳播渠道，拓展新技術新業態，完善經營管理機制，發揮市場機制作用。政策措施有：加強相關法律法規修制工作；加大財政政策支持力度；優化出版行政管理；實施項目帶動戰略；強化人才隊伍建設。<sup>25</sup>《全民閱讀“十三五”時期發展規劃》中指出，加快推進傳統出版單位數字化轉型升級，通過制訂配套政策、專項資金資助、推介示範單位等多種方式，推動出版與科技融合發展。<sup>26</sup>國家一系列政策文件出台的同時，也配套有一些資金和項目的實質性支持，如2016年新修訂的《國家出版基金資助項目管理辦法》，強調了“國家出版基金積極探索對傳統出版與新興出版融合發展等方面出版項目的資助”；<sup>27</sup>同年，國家新聞出版廣電總局在全國範圍遴選支持了20家出版融合發展重點實驗室。<sup>28</sup>這些政策和辦法指明了媒體融合的方向、目標、路徑和任務等，極大地激勵和促進了媒體融合，加快了傳統出版業的數字化轉型。

在國家大力支持下，近幾年傳統出版機構的媒體融合在理論認知和實踐探索中已取得一定成效，在內容、渠道、平台、經營、管理融合等方面均有突破。尤其為大眾提供信息的新聞類媒體，包括日報、晚報、週報等報紙和時政類、生活類、文藝類期刊雜誌，在媒體融合的探索中走在了前列。有學者總結出8種報業融合發展模式：“優化媒介融合平台、拓展融合發展空間”的上海報業集團模式，“借力新媒體、多終端布局、新媒體部口（公司）獨立運營”的北京日報報業集團模式，“深耕主業、多元開拓、加快轉型、融合發展”的南方報業傳媒集團模式，“傳媒控制資本、資本壯大傳媒”的浙江日報報業集團模式，“深度融合、轉型升級”的大眾報業集團模式，“四位一體、雙集群戰略”的四川日報報業集團模式，“強化媒介融合服務、形成媒介融合業態”的河南日報報業集團模式，“互補互動、多元發展”的湖北日報傳媒集團模式。<sup>29</sup>圖書出版社也積極抓住機遇、探索出各具特色的轉型之路，有“以內容建設帶動技術建設”的人民郵電出版社模式，“以資本運作促進技術建設”的中南出版傳媒集團模式，“以版權運作帶動技術形式拓展”中文在線集團模式，“以‘大教育’新媒體為核心引領”的華東師範大學出版社模式，等等。<sup>30</sup>期刊領域除了拓展與數據庫的合作，利用網站、“兩微一端”進行“一次加工，多渠道發布”的多媒體出版模式也越來越普遍。

媒體融合進程中，最直觀的變化是載體和內容的多樣化呈現，傳播模式由傳統媒體單向線性“一對多”轉變為多向非線性“點對點”、“多對多”相互交織形態。全媒體的文本、圖像、聲音等信息呈現形式交叉融合，同時兼具即時性、交互性、多層級、分眾化等特點。這種複合開放性使傳統的傳播理念、傳播方式、傳播關係都發生了根本性變化。“報社+廣電”成為新的傳媒中心，打造新聞信息的“中央廚房”，也面臨着策劃、採編、製作、傳播、評論的全流程再造。網絡傳播、“菜單”點播、

智能推送、互動參與等成為數字時代的常態操作。可以說，在信息化、網絡化、智能化信息技術引領下，媒體融合正處於深度變革之中。

#### 四、傳統紙媒數字化轉型路徑差異

從宏觀上看，儘管國家層面的《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見》、《關於推動傳統出版和新興出版融合發展的指導意見》等政策，對新形勢下如何推動媒體融合發展提出了明確要求，做出了具體指導，各媒體也積極投身融合發展實踐，取得了相當的成績，但要清醒地認知，媒體融合之路仍處於發展的初級階段，目前還存在許多共性問題，比如理念認識不足，傳統出版轉型體制機制沒有理順，內容生產同質化現象嚴重，只是簡單的媒介相加而不是有機相融，出版機構借融合之名盲目越界經營，渠道平台單一、開發不夠，出版的技術標準和產業鏈不完善，數字版權機制不健全，數字出版人才匱乏，等等，傳統出版的媒體融合依然任重道遠。

媒體融合是傳統紙媒的數字化轉型方向，但細分其載體，圖書、報紙和期刊三者存在定位和受眾上的明顯差異，其轉型路徑和程度也存在一定差異。從轉型中呈現的特點和趨勢來看，報紙的紙媒形態雖不會消亡，但作為快消產品，其數字化替代率更高、更快，其媒體融合力度最大，“全媒體”之路的探索走在最前沿；圖書和期刊從功能上需細分，學術類的產品紙質和電子形態互補並存，從價值來看，紙質產品更受歡迎；娛樂化的產品從創作、編輯、印刷和出版等全面數字化，甚至可脫離紙質形態獨立存在，如網絡文學、娛樂電子期刊等已成為當下一種廣受歡迎的產品形態。從媒體融合的角度來看，圖書出版社的媒體整合有許多創新之舉，也探索出一些特色之路，傳統紙媒和新興媒體平行融合發展，互為補充。相較而言，期刊中的學術期刊媒體融合發展之路進展緩慢，紙刊是主體，新興媒體只是有益補充。

傳統紙媒因載體不同而出現的數字化轉型路徑分化，除了受三者功能、定位等自身因素影響，最主要是因體制機制改革程度不同而導致的轉型動力不同。進入 21 世紀後，書報刊等傳統出版單位在國家自上而下的行政力量推動下，分批次地開啟了“轉企改制”的改革之路。2005 年 12 月，中共中央、國務院頒布的《關於深化文化體制改革的若干意見》指出，黨報、黨刊、時政類報刊和少數承擔政治性、公益性出版任務的出版單位等，實行事業單位的管理體制；一般出版單位和文化、藝術、生活、科普類報刊社等，逐步轉制為企業。<sup>③</sup>2011 年 5 月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳《關於深化非時政類報刊出版單位體制改革的意見》出台，其實施辦法提出“根據非時政類報刊的不同性質和功能，分期分批進行轉制”。同時指出：“科研部門和高等學校主管主辦的非獨立法人科技期刊、學術期刊編輯部，另行制定具體改革辦法。”<sup>④</sup>2012 年 7 月國家新聞出版總署頒布《關於報刊編輯部體制改革的實施辦法》，指出“原則上不再保留報刊編輯部體制。對現有報刊編輯部，區別不同情況實施不同改革辦法。應轉企改制的報刊出版單位所屬的報刊編輯部，一律隨隸屬單位進行轉企改制”。<sup>⑤</sup>

梳理出版業改革歷程，有關改革方向是明確一致的，即通過創新體制機制，引進企業化管理模式，發揮市場主體作用，從而讓出版單位實現“產權清晰、權責明確、政企分開、管理科學”。經過十多年的實踐探索，出版單位“轉企改制”取得了巨大的成就，但不同類型的紙媒改革程度不一，圖書和非時政類報刊的“企業化”改革成效明顯，依靠市場配置資源，參與市場競爭，大大激發了發展活力。其中圖書出版社對原有體制還有較強的“路徑依賴”，市場化程度不如以行業報為代表的報紙業；而期刊中的學術期刊雖頂層制度設計中也有“轉企”的改革方向和路徑，但因未考慮到期刊所

具有的公益性,具體方案一經出台,“立即引起作為被動改革對象的學術期刊的強烈反彈,遭到學術期刊界及學術界的激烈批評,‘底層回應’以集體抵制和抗爭的方式出現。”<sup>④</sup>致使期刊“轉企改制”並未實際落地,基本仍延續原有的體制機制。

體制機制是發展的根本動力之源,因圖書、報紙、期刊三種載體轉企改制進程中市場化程度的不同,也直接使得三者數字化轉型的機制、模式、動力和趨勢等均有一定差異。

## 五、積極探索學術期刊實現媒體融合的路徑

傳統紙媒數字化轉型必須遵循媒體融合的基本規律,其發展中面對的幾個共同的關鍵要素為:優質內容是核心競爭力;數字技術是突破的根本力量;複合性人才是依托的關鍵要素;完善的版權制度是立足之基。基於傳統紙媒數字化轉型是一個較宏大而複雜的問題,同時相較圖書和報紙的媒體融合之路的進程來講,學術期刊的發展相對滯緩,故本文將之作為分析重點,探討因應這一轉型的策略。

學術期刊作為一種連續出版物,既具有較強的專業性、知識性和思想性,也表現為一定的時效性。它在人類知識體系構建中具有特殊重要的作用,在各類期刊中佔據核心位置。學術期刊的數字化轉型,使得期刊與作者、讀者間的互動更加緊密,紙刊是新興數字媒體的主體,多種載體將長期並存、相得益彰。與圖書、報紙相比較,學術期刊的功能主要體現為學術傳播、知識紀錄積累、學術研究工具、學術評價四個方面。相應地,其轉型策略除了關注內容、技術、人才等共性之外,也要有針對性地關注以下幾個方面:

### 1. 全方位提升傳播功能,構建立體化傳播體系

數字化的本質是帶來傳播方式和傳播效果的變革,和其他媒介一樣,學術期刊的數字化首要面臨的是全方位提升傳播功能,構建立體化網絡傳播體系。學術期刊紙質時代的受眾主體是科研人員、學者等專業人士和小部分的學術愛好者,是比較狹窄的特定人群。其傳播渠道或是市場訂閱或是圖書館借閱,相對比較單一。而數字化時代,受眾群體必然擴大,隨着傳播載體的多樣化、便捷化,學術共同體以外的各界非專業人士都可輕易閱讀到學術期刊。與此同時,學術期刊一定程度上走向通俗化成為趨勢。學術期刊必須利用這種變革的機會,面對數字閱讀大眾群體,改變晦澀難懂的狹窄的紙本傳播語言為適宜的傳播形態。例如許多學術期刊同時推出了微信版,對內容進行了深度加工,不僅適當刪減原文篇幅,還增加了圖示,更利於屏幕閱讀。也就是說,數字期刊不單純是紙質期刊的PDF版,應當由簡單的“期刊上網”轉化為“網絡期刊”、“手機期刊”或其他新型載體期刊。應通過紙屏互補、網刊互動,最大限度整合學術資源,提升學術傳播效果,充分發揮學術普及、科學普及的功能,進一步體現學術期刊的公益性。

學術期刊由於特定的受眾群體,其紙質版本發行不會像報紙那樣急劇萎縮,而是保持着相對穩定的狀態。學術期刊在數字化轉型中,不能顧此失彼,對紙刊和數字期刊必須兩者並重,實行兩種形態“雙軌制”。並且,需要研究兩者不同的傳播平台、渠道和傳播規律,做出不同的傳播策略。抓住“內容為王”之根本,打造精品期刊和自身的門戶網站,全方位拓展傳播渠道,提升傳播功能,達到最優最大的傳播效果。

### 2. 注重保護知識產權,激發期刊數字技術創新動力

與學術傳播功能相適應,理論概念創新、知識紀錄積累是學術期刊的重要功能。因此,學術期刊數字化轉型需要特別關注論文知識產權保護。一般而言,每一學科都擁有一份到多份學術共同



體認可的主流學術期刊,其所發表的論文反映了該學科進展的前沿和趨勢。除某些特殊內容(如保密需要)不能公開發表外,期刊論文記錄了學科發展的歷史足跡,具有重要的資料意義和文獻價值。尤其一些重要觀點、理論的提出,其“首發權”受到學術共同體高度關注。

學術期刊的數字化、網絡化為學術傳播帶來便利的同時,也對論文內容知識產權保護提出了新的挑戰。紙本時期“剪刀加漿糊”式的抄襲被數字時代的“複製加黏貼”所取代。對此,我們還缺乏能夠有效阻止非法使用和複製學術期刊論文信息的技術手段;相應的版權保護模式和制度規定還不健全,具體執行中仍存在標準不一、尺度把握不準的困難。雖然近十年來,國內一些大型數據庫機構開發的“學術不端文獻檢測系統”在實際中普遍應用,比較有效地阻遏了大段整篇照抄照搬的現象。但現實中也存在一些投機取巧者利用智能檢測的漏洞或不足成功規避檢測,如同義詞替代或改換句型等方式降低了重複率。這說明,稿件檢測的人機結合智能化程度還有較大提升空間,是亟需改進和完善的一項工作。

特別指出的是,數字化轉型過程中期刊論文版權及其帶來的其他相應權利也出現一些新問題。如當前大部分數據庫的使用都是需要付費的,且價格不菲。這是期刊社以極小的利益讓度版權的結果。一般而言論文著作權屬於作者,但一篇期刊論文從寫作到發表出版,同時也凝聚着期刊編輯選題、組稿、編輯、修改等大量創造性勞動。由於具體情況差異很大,法律對於期刊論文版權收益中作者、期刊和數據庫各自應當佔有的權益比例很難做出清晰界定。可以看到,媒體融合中由於資金和技術原因單個期刊一般很難自建數據庫,而往往只能選擇與一些大型商業數據庫合作,但在期刊與數據庫的合作中雙方責任權利義務往往不對等,涉及利益分配的數據、機制不透明,缺乏監控,學術期刊基本沒有話語權,對學術期刊很不公平。同時一些大型數據庫機構可能會依仗其技術優勢形成對數字學術資源的壟斷,從而阻礙了學術的正常傳播。還有自媒體、手機 APP 軟件轉發推送期刊論文中對論文隨意刪減改編、組裝、插圖等現象越來越多,這是否適用於傳統版權概念值得關注和研究。隨着人工智能發展,機器作者(人工智能)寫作的論文如何界定版權歸屬也成為問題。十分有必要從法律上進一步健全完善數字化轉型過程中和人工智能背景下知識產權的權屬、交易和保護機制,明確學術期刊的版權利益和責任。在保護論文作者知識產權的同時,也加強期刊權益的保護。還需要重視數字出版的標準化建設,通過標記語言、標識符、元數據等數字內容,探索利用區塊鏈等技術手段強化對數字化知識產權的保護。

### 3. 加強“編者—作者—讀者”互動,打造高效學術服務平台

針對期刊作為科研工具的學術服務功能,學術期刊數字化轉型需要進一步打造品牌化服務平台,不斷拓展和強化學術服務功能。期刊論文反映學術研究動態和前沿,其作為進一步研究的重要文獻資料是學術研究者基本研究工具,學術期刊的知識工具服務功能或許是目前最受使用者關注的功能。由於術業有專攻,使用者通常使用的不是整本期刊,更不是全套期刊,而是感興趣的單篇論文。數字化條件下,論文成為“傳播元”。一些大型數據庫利用平台優勢,將期刊內容進行重新聚合、篩選、挖掘、整理,實現學術資源整合重組,提供內容服務,極大地擠壓了學術期刊的生存空間。而作為獨立個體的學術期刊,其特色、編輯思想、專欄結構等也隨之迷失在大數據中,逐步顯現出“去期刊化”趨勢,嚴重削弱了學術期刊的存在價值。

面對這一困境,數字化時代,學術期刊必須變革傳統辦刊模式,強化服務意識,理念上變內容的生產者為生產者與服務者並重,全力打造期刊品牌。在紙本內容基礎上進一步進行專題化聚合、專業化重組、品牌化打造是學術期刊實現數字化增值服務的重要保障。數字化學術期刊應該以受眾

實際需求為出發點，為讀者和作者提供經過優化選擇、編輯加工、內容細分、開放共享的學術資源，加強“編者—作者—讀者”互動，不斷拓展和增強其學術服務功能。正如有學者所說：“利用網絡平台和工具收集整合學術信息、組織稿源、發現學者，追蹤學術前沿，把握學術趨勢，規範學術研究，促進學術交流，推動學術發展，傳播學術思想，展示學術成果，為學術研究提供重要的智力支持。”<sup>⑤</sup>

#### 4. 完善學術評價體系，凝聚開放而充滿活力的學術共同體

學術期刊在紙本時代長期積累形成了學術共同體和社會共同認可的學術評價功能，進入數字化時代，這一功能更加得到強化。學術期刊數字化轉型應當有利於建立起更加民主、開放、公平的學術評價體系，推動中國特色哲學社會科學健康發展。目前通行的通過來源期刊的影響因子、被引頻次等文獻計量學方法評價論文質量的方法，一方面被指過於片面而受到詬病，另一方面因其量化指標相對客觀便於操作而暫時不可能被完全替代。與此同時，“以刊評文”、“以刊評人”還起到激勵辦刊、把關論文質量、提升期刊質量的作用。學術期刊的數字化轉型為構建多維度、多指標、更加開放、更加科學的期刊和論文評價機制提供了契機。互聯網、大數據條件下，期刊論文被閱讀、下載、轉載、推薦、標記、評論等“使用行為”可方便地被跟蹤、記載、統計。根據論文在數據庫檢索網站、參考文獻管理網站中的下載量、下載率、被引量、被引率，以及在開放存取平台上的瀏覽、下載、鏈接次數，在學術社交網絡中的博文、標籤、閱讀、討論次數等，可以細分“關注評價”和“引用評價”，進而區分論文的社會影響力和學術影響力，實現更迅速更豐富的影響力評價。大數據文本挖掘技術輔之以人工智能通過對引用內容的語義分析，還可一定程度揭示施引者的引證動機、態度、性質、深度等，使得對單篇文獻質量與影響的微觀評價更加客觀公正。<sup>⑥</sup>期刊門戶網站是同時具備評價和交流功能的互動式學術社區，也是由外部“期刊評價”到內部“論文評價”的編者—作者—讀者數字化互動平台。以學術共同體為依托的學術社群在平台上對作者的成果進行評價和討論，基於同行評議的開放定性評價和基於計量指標的科學定量評價相結合，將形成開放透明的多指標、多維度、複合式學術評價機制，從而真正實現客觀公正，以質評文，文刊互動，以文促刊的評價作用。

①吳懿倫：《我國數字出版文獻研究》，北京：北京印刷學院碩士學位論文，2017年。

②菲利普·邁耶：《正在消失的報紙——如何拯救信息時代的新聞業》，張衛平譯，北京：新華出版社，2007年，第14頁。

③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。

④⑥李長青：《我國數字出版產業分析與啟示》，南寧：《出版廣角》，2018年第19期。

⑤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》，北京：《中國出版》，2010年第21期。

⑦馬歇爾·麥克盧漢：《理解媒介：論人的延伸》，何道寬譯，南京：譯林出版社，2011年，第7頁。

⑧羅杰·菲德勒：《媒介形態變化：認識新媒介》，明安香譯，北京：華夏出版社，2000年，第19頁。

⑨中國出版科學研究所、中央檔案館編：《中華人民共和國出版史料(3)(1951年)》，北京：中國書籍出版社，1996年，第245~248頁。

⑩新聞出版總署圖書出版管理司編：《圖書出版管理手冊》，北京：中國法制出版社，2006年，第159頁。

⑪新聞出版總署出版管理司編：《圖書音像電子出版物出版管理手冊》，北京：中國法制出版社，2013年，第21頁。

⑫韓建民、熊小明、李婷：《主題出版發展新動向：創新模式 把握規律 引領轉型》，北京：《中國出版》，2019年第15期。

⑬周蔚華：《主題出版及其在當代中國出版中的地位》，太原：《編輯之友》，2019年第10期。

⑭《國家新聞出版署發布〈2018年新聞出版產業分析報告〉》，上海：《出版與印刷》，2019年第3期。

- ⑮郭慶光：《傳播學教程》，北京：中國人民大學出版社，1999年，第181頁。
- ⑯中國新聞出版研究院全國國民閱讀調查課題組：《第十六次全國國民閱讀調查主要發現》，北京：《出版發行研究》，2019年第6期。
- ⑰中國新聞出版研究院、江蘇省全民閱讀辦編：《國外全民閱讀法律政策譯介》，南京：譯林出版社，2015年。
- ⑱吳佳佳：《開店擴張速度驚人 多元業態深受歡迎 實體書店重振旗鼓迎轉機》，北京：《經濟日報》，2019年1月25日。
- ⑲吳贊、孫夢如：《中外實體書店產業扶持政策的初步比較和分析》，南寧：《出版廣角》，2016年第17期。
- ⑳具體可參見宋豔波梳理的與新聞出版業相關的40項政策文件（2002~2014年），宋豔波：《我國新聞出版業發展的財稅政策研究》，財政部財政科學研究所碩士學位論文，2014年。
- ㉑新聞出版總署：《關於進一步推動新聞出版產業發展的指導意見》，北京：《中國出版》，2010年第1期。
- ㉒國家新聞出版廣電總局、財政部：《關於推動新聞出版業數字化轉型升級的指導意見》，烏魯木齊：《新疆新聞出版》，2014年第3期。
- ㉓柳斌杰：《把握大勢 融合創新 構建傳媒新格局》，北京：《傳媒》，2014年第5期。
- ㉔《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見（摘要）》，載中國新聞年鑒社編：《中國新聞年鑒》，2015年，第17頁。
- ㉕國家新聞出版廣電總局、財政部：《關於推動傳統出版和新興出版融合發展的指導意見》，北京：《中國出版》，2015年第8期。
- ㉖國家新聞出版廣電總局：《全民閱讀“十三五”時期發展規劃》，北京：《全國新書目》，2016年第12期。
- ㉗國家新聞出版廣電總局、財政部：《關於印發〈國家出版基金資助項目管理辦法〉的通知》，國家廣播電視總局網站，2016年6月8日，[http://www.nrta.gov.cn/art/2016/6/8/art\\_113\\_30992.html](http://www.nrta.gov.cn/art/2016/6/8/art_113_30992.html)。
- ㉘尹琨：《總局確定20家出版融合發展重點實驗室》，北京：《中國新聞出版廣電報》，2016年12月20日。
- ㉙周鋼：《困境與裂變：省級黨報集團融合發展戰略研究》，武漢：華中科技大學博士學位論文，2016年。
- ㉚張亞運：《華東師範大學出版社全媒體出版現狀研究》，上海：上海師範大學碩士學位論文，2017年。
- ㉛《關於深化文化體制改革的若干意見》，載中共中央文獻研究室編：《改革開放三十年重要文獻選編》（下冊），北京：中央文獻出版社，2008年，第1538~1546頁。
- ㉜杜娟：《非時政類報刊體制改革研究》，武漢：武漢大學博士學位論文，2014年。
- ㉝《新聞出版總署出台辦法 部署報刊編輯部體制改革》，中華人民共和國中央人民政府網站，2012年8月3日，[http://www.gov.cn/gzdt/2012-08/03/content\\_2197787.htm](http://www.gov.cn/gzdt/2012-08/03/content_2197787.htm)。
- ㉞洪峻峰：《當前學術期刊改革的頂層設計與底層回應》，北京：《清華大學學報》，2015年第3期。
- ㉟游濱：《學術期刊數字化發展趨勢及因應策略》，太原：《編輯之友》，2016年第11期。

作者簡介：秦開鳳，陝西省社會科學院《人文雜誌》主編，研究員，博士。西安 710065

[責任編輯 劉澤生]