

解析新媒体语境下学术类期刊的网络化类型与发展构想

梁徐静

【摘要】随着手机通讯网络的迅猛发展，新一轮的媒体革命山雨欲来，传统的学术类期刊在网络化的道路上与新媒体融合的程度深浅不一，通过对目前我国学术类期刊网络化现状的分析和归纳，可深知期刊的变革与发展乃必要与必须。“社交网络”由于充分发挥了新媒体所有的优势得以在世界范围内蓬勃兴起，笔者认为，或许可以尝试构想学术类期刊与“社交网络”的“联姻”，以求找到学术类期刊与新媒体融合的和谐契机。

【关键词】新媒体；学术类期刊；融合；网络化；受众；社交网络

在当今数字化传播的时代，媒体形态、传播手段和传播行为都发生了巨大变化，并且仍在以日新月异的速度变化着。当人们坐在电脑前感叹网络技术带来的种种便利时，3G通信技术的发展和推广已催生了更新型的媒体形态——手机通讯网络。在生活中已经可以随处看到“手指一族”们点击手机或Pad屏幕，享受着新媒体带来的方便和快捷。据中国互联网信息中心的统计报告，截至2012年年底，我国网民数量已达5.64亿，手机网民人数4.20亿，微博用户3.09亿。在新媒体大举入侵的环境下，传统的纸质期刊、广播电视、大型网站等媒体也在向便捷、互动、个性化定制等网络化方向发展。总之，手机网络等新媒体的兴起必将使所有媒体面临再一次洗牌，如何寻求到与新兴媒体的有机有效融合方式，是每一种传统媒体必须面对的难题。

一、学术类期刊网络化的类型

在全媒体时代的大环境下，绝大多数纸质媒体包括传统学术类期刊，也一直在尝试寻求自身的变革与发展，在固

守学术质量与学术精神的同时不断探索着与新媒体的整合。目前，根据我国传统学术期刊与新媒体融合程度的不同，大致可分为以下几种：

1. “内容上传发布”型。即期刊没有自己的门户网站，将内容上传至大型学术电子数据库或者打包销售给一些大型电子资源发布平台，如中国知网、龙源、维普、万方等，在限制性免费或收费的前提下，所有内容都可以供网上使用者查询阅览及下载。这种模式是目前国内绝大多数期刊尤其是学术类期刊所采用的。访问这些大型的电子期刊平台，受众可以方便快捷地搜索自己喜欢的期刊，定位专业范围，检索到需要查阅和参考的文章。可以看到，有些网站已经有了较为广泛而稳定的网络受众群，正在逐渐取代传统的纸质期刊，建立起一种较为成熟的“下载”盈利模式，并且已成为学术界统计学术成果和评估学术影响的主要依据。以笔者所在的《广州体育学院学报》为例，早在几年前就加入了国内外重要检索系统，如清华大学的中国学术期刊（光盘版）全

文数据库和国际（加拿大）体育文献数据库，被国际体育文献数据库及多家国内数据库作为收录期刊，同时与中国知网等大型电子资源平台进行电子发布方面的合作。据中国期刊网数据显示，学报在2006年上网文献数为205篇，网上影响因子108.8，网络即年指标71.4，网络扩散系数65.3；2007年度在网上下载总频处103445次，网络浏览数81428次，网络访问量为184873次。在13家体育核心期刊当中，2006年网络扩散系数排名第二。这些数据都是期刊在纸质发行的模式下所难以统计和达到的，网络的传播使学术期刊获得了广泛的社会影响。

目前，这些大型电子数据平台（如知网、龙源）等也都推出了“手机版”，可供受众随时随地查阅和下载。但不足之处在于由于上传工作量较大，期刊内容往往滞后于纸质期刊，时效性较差。

2. “独立网站发布”型。即期刊在将内容打包销售给大型电子资源平台的同时，也建立独立的网站，以增强期刊与受众的互动交流。在这些网站中，一

般设置有新闻发布、资源阅览、投稿审稿及论坛等几个模块,受众可以通过这个独立网站获悉有关本期刊及本行业的最新消息和活动,可以进行对期刊目录甚至精彩文章的查阅,甚至可以在这个平台上进行投稿及与其他读者、作者交流讨论。另一方面,对于期刊杂志社一方来说,可以扩大期刊的影响,及时了解受众的需要,得到对杂志栏目或文章的评价及反馈,还可以通过网站进行收稿和审核,大大提高稿件处理速度、提高工作效率。因此,无论是对传者抑或是对受众而言,都是不无裨益的。

如《中国现代教育装备》杂志,它的网站首页上,有关于本期刊和教育装备行业的重大事件或学术活动的消息、公告通知或报道,有本期刊精彩文章的导读,还有栏目设置、编务说明及品牌推广等内容;“电子期刊”版块囊括了此杂志纸质期刊的全部内容,而且上传速度远远快于第三方电子发布平台,时效性更强,更便于读者的查阅和参考;而“投稿须知”版块可以让作者清楚地了解期刊投稿的格式和要求,“投稿查询”版块则可以让作者及时查询稿件是否被录用。再如《电化教育研究》杂志网站,其特色功能是“在线投稿系统”,这个系统可以让作者直接在网站上保存并上传自己的稿件,然后由杂志所聘用的审稿专家直接在系统上审阅和录用稿件,从而缩短了读编之间不必要的时间、物力和其他损耗。

但是制作和维护一个独立的网站需要大量的人力物力,当前国内大多数的期刊由于受到人员结构和人数的限制,能独立制作网站的少之又少。即便制作出来网站的构架,由于维护不力,许多版块形同虚设。

3.“全面融合”型。它是在前两种类型基础上的进一步拓展,即不仅被大型的电子资源平台收录和发布,且有自己的独立网站,此外还与新媒体(如手机、Pad等)进行有机融合。

目前,在手机上登录一些大型期刊网的手机版,能浏览到绝大多数学术类期刊。另外市场上开发的一些手

机软件,也能提供种类繁多的杂志阅读服务。比如像VIVA这样的手机杂志软件,读者可以免费阅读包括《瑞丽》《中国国家地理》《环球企业家》《大众文摘》《瞭望》《中国新闻周刊》等一流杂志在内的数百种中文期刊。但事实上,目前绝大多数期刊尤其是学术类期刊,还没能够做到与新媒体的真正有机整合,即便实现了新媒体的阅读方式,也基本以纸质版本内容为基础,是纸质版本在新媒体上的“拷贝”或略有变化。如《南都周刊》等做出纸质、网站、手机、Pad媒体等不同版本的期刊少之又少,且尚未充分体现新媒体随时交流互动、个性化定制、受众群体建构等优势。

一般来说,与新媒体融合较好的以财经类、新闻类、时尚类和综合类期刊较多。因其内容较为通俗易懂,文风相对活泼自如,探讨的话题多为大众所关注的热点或焦点,在新媒体的排版布局上更有发挥的空间,可以增加更多的图片、视频,以及对互动交流工具的运用,从而获得比传统纸媒更大的吸引力和影响力。如上海文广集团旗下的传统期刊《第一财经周刊》就是在所有媒体上全面开花的一个案例。作为落户苹果App Store的第一家收费电子中文杂志,由于目标受众定位准确,它不仅在印刷和发行上大大缩减了成本,而且扩大了发行量和影响。

二、新媒体语境下受众的新特性与“社交网络”的兴起

总体上来看,学术类期刊与新媒体的融合尚显不足,绝大多数的学术类期刊局限于纸质内容的上传发布,读者与编者之间、读者与读者之间以及发行与反馈之间的交流互动基本缺失。相对来说,学术类期刊的内容和文风更加“专、冷、偏”,学术类期刊的读者群体都呈“小众化”“专业化”分布,多为高校和科研院所的专家学者和师生。但随着新媒体对社会的不断渗透,受众的阅读习惯或使用媒体的习惯也在不断发生变化,从过去的纸质阅读逐渐转变为网上浏览,进而发展到现在的“微”

媒体阅读,如手机、平板电脑等。在新媒体语境下,受众随着时代的发展也具有了新的特性,例如比以往更加期盼群体的承认与接纳,更加渴望随时与外部世界的沟通与交流,更加希望展示自己的个性和进行群体之间的互动等等。学术类期刊的读者群当然也不会脱离社会的发展而独立存在,相反其知识层次较高,更能接受和运用新生媒体,也渴望在学术上的探讨和交流能够更加及时、深入、广泛和生动。要满足读者对这种新媒体的语境要求,笔者认为,不妨尝试一下学术类期刊与“社交网络”的联姻。

事实上,“社交网络”已经在各国兴起并取得了巨大成功。根据美国尼尔森2012年的调查报告,近80%的美国网民在使用社交网络及博客如Facebook、Twitter、Linkedin等,有40%的网民用手机上网来浏览社交网站和博客,而且这些网民使用社交网络和博客的时间在不断延长,几乎占到网民上网时间的四分之一;澳大利亚的网民平均每天7个小时的网上时间花在社交网络和博客上;德国、瑞士、意大利、日本等国家的网民使用社交网络的时间都超过了30%甚至50%,而且还有不断增长的趋势。而国内很多的大型门户网站也已经举起了“社交网络”的大旗,分吃属于自己的那块蛋糕。如新浪、腾讯等网站早在几年前就推出了类似Facebook的“博客”,随着手机网民用户的不断攀升,又推出了“微信”“微博”等适应手机和Pad媒体的更为便捷的社交网络平台。除了能够提供迅速、快捷的要闻以及各类报道以满足受众以往对传统网站的要求之外,还使大批娱乐明星和话题人物加入这些网络,并能够提供给受众自己的“朋友圈”和关注群体,使得个人与明星、个人与群体、个人与个人的多方位互动成为现实,并且这种互动和交流已经突破了时间和地点的限制,可以随时随地随心而进行。

三、学术类期刊与“社交网络”的联姻构想

众所周知,新媒体具备以往媒体所

没有的特性,如互动参与性强、快速及时、多样化、突破时间和地域限制(手机和pad媒体)等。“社交网络”正是由于充分发挥新媒体的这些优势而获得了成功,而反观传统学术类期刊,其在网络化发展的过程中一向比较滞后。受到内容“专业化”、受众“小众化”等诸多原因的限制,传统的发行模式和运作模式是其依惯性固守的信心,但学术的“网络化”甚至“移动网络化”毕竟是大势所趋,面对新兴媒体的强势发展,及早作出改变、融入和适应肯定是必然而有利的。其实设想学术期刊与“社交网络”的联姻,并不是提倡其放弃所坚守的学术精神,而是鼓励其尝试通过改变读者与编者之间的传播模式,适应信息化时代下受众与传播者的新要求新变化,借鉴“社交网络”的成功思路和运行模式,使学术期刊的受众与传播者之间的渠道沟通更加流畅更加充分。

当然,要实现这个“联姻”,必须首先建立起类似“社交网络”的学术交流平台。不妨尝试首先进行学术期刊内部的“联姻”,即将同一行业的学术类期刊进行资源整合和联合,做成行业内最权威的“学术”交流平台,也就是建立一个适用于新媒体(包括手机网络媒体)的“学术圈”。以体育学报为例,几家全国大型的体育学报杂志甚至有关体育专业的期刊都可以联合起来,做成一个体育学术交流平台,做成一个“微体育”平台,使体育学术的交流能实现个性、随心、及时和广泛。可以设想,在这样的一个个“学术网络”平台上,受众可以实现哪些功能:

1. 学术信息共享。一方面,受众在这个交流平台上可以阅读到行业内权威学术期刊的内容,甚至这些文章都已经被平台的发布者按照某些标准(如内容标题、关键词、作者级别或者浏览次数等)分门别类,以方便用户选择浏览;此外,可以接触到最权威最前卫的专业学术内容和理论,还可以浏览到最新鲜及时的重大学术消息和动态。另一方面,像所有的“微媒体”一样,每一位

受众(包括读者、编者、专家学者等)同时也是传播者,可以通过文字发布自己的学术成果,或者通过随手拍得的照片或视频,发布身边亲见的、新鲜即时的见闻。

2. 学术研讨和交流。所有用户都可以在平台上发布的学术动态、学术文章或者学术成果下面评论和跟帖。每一位用户都是平等的,没有级别和资历之分,如果论据客观充分甚至可以挑战权威专家和学者,从而改变过去纸质传媒的单向传播模式,建立一个能及时互动交流、积极活跃的学术探讨空间。受众因而可以随时随地发表对学术文章的认同、赞扬或批评,畅所欲言。事实上,这是一个广泛、即时、有效而完整的信息传播反馈机制,无论对于期刊还是对于读者,抑或对于学术而言都是有百益而无一弊的。

3. 其他一些更为实用的功能。比如网络调查研究和数据采集。众所周知,学术研究一般分为定性研究和定量研究,定量研究是一切研究的基础,在学术领域里“调查统计”是一个非常重要的步骤和因素,而如果做实地调查研究是需要耗费大量的人力物力财力的,因此对于那些不一定非要实地考察的调查研究,运用社交媒体进行网络调查无疑是一个非常方便快捷的手段,与传统的调查方法相比,它在组织实施、信息采集、调查效果等方面都具有明显的优势。再比如行业内的推荐和招聘。2011年艾瑞咨询显示,以美国LinkedIn为代表的社交媒体在求职领域上发展迅速,正逐渐取代传统求职模式成为大学毕业生日益青睐的对象。原因在于LinkedIn不断提供更多的公司与毕业生互动,同时提供给毕业生公司的各项信息。而如果以学术界的社交媒体为平台的话,这一功能必将得到更大的发挥,因为高校学子同时是求学和求职的生力军,在这个平台上充分展示自己的学术水平和素养,就有可能获得行业内专家或相关单位的推荐或认可,从而使他们更容易得到适合自己的工作机会。

此外,通过这个平台,将会有更多个性化和人文化的信息呈现出来,会增加比纸质期刊丰富得多的图片、视频、原创帖子等网络元素,因此学术期刊甚至学术本身可能会变得更加“热闹”和“生动”起来,变得不再那么“冷面”和枯燥。

新浪网董事长兼CEO曹国伟曾说,不同于之前的媒体,“微媒体”改变了数字媒体的生产、分发与销售模式,带来了一场社交媒体革命,而社交媒体平台也必将给中国社会带来更加深远的影响,中国的“社交媒体革命”仍处于初期阶段,未来会有更多精彩可以期待。

可以构想,“社交网络”与学术期刊的“联姻”,从传播的角度,它会是一个从“我传你受”到“人人传受”,从“有限反馈”到“即时反馈”的变化;从信息共享的角度,它是一个由“有限共享”到“无限共享”的进步;从学术的角度,它将是一个从“学者至上、专家至上”到“客观至上、能者至上”的过程。因此,它必将大大加快学术期刊的网络化步伐,使传统学术期刊找到与新媒体融合的和谐之路,受众同样期待着学术类期刊的更多精彩。

参考文献

- Nielsen.State of Media:The Social Media Report[R].2011
- Michael Mandiberg.The Social Media Reader, New York University Press[M].2012
- Roger Fidler.2013 Q1 Research Report 1:News consumption on mobile media surpassing desktop computers and newspapers[R].2013
- David J Solomon.Digital distribution of academic journals and its impact on scholarly communication:Looking back after 20 years[D].2012
- Thomas Walker.Free Internet Access to Traditional Journals[DB/OL].American Scientist.http://www.americanscientist.org/issues/num2/1998/5/free-internet-access-to-traditional-journals/1
- 许庆亮.传统纸媒和网络新媒体的有机整合[J].中国广告.2010(3)
- 房新宁.新媒体环境下体育文化传播研究[J].新闻知识.2013(6)
- 中国报业网.传统期刊数字化转型量体裁衣[DB/OL].http://www.baoye.net/News.aspx?ID=329603.2013
- 夏君子.互联网对传统学术期刊的影响分析[DB/OL].人民网.http://media.people.com.cn/n/2012/0724/c346290-18586440.html

(作者梁徐静:《广州体育学院学报》责任编辑)