

学术期刊高质量发展的新趋势

张耀铭

(《新华文摘》杂志社, 北京 100706)

[摘要] 面对百年未有之大变局, 学术期刊顺应历史潮流, 积极应变、主动求变, 策划专题、发表文章、创新传播, 做出了新探索, 取得了新成果, 出现了新趋势。数字化转型成为新引擎, 为学术期刊高质量发展打下了坚实基础。优先数字出版成为新潮流, 使学术论文出版的时滞性大大缩短, 从而提高了论文的关注度和引用率。微信公众号成为新标配, 创建了一种跨越时间和空间障碍、无处不在的学术论文传播环境。短视频成为新场景, 短小醇厚、画面精美的视觉体验把学术论文变成吸引用户粘性的试听产品。集群化成为新模式, 形成孵化式、纽带式、加盟式和协同式发展路径。同行评议成为新常态, 不仅是对学术权力过于集中的纠正, 而且是对评价权力过于任性的怯魅。高质量发展成为学术期刊追求的新目标, 主要体现在“量的发展”和“质的创新”。

[关键词] 数字化转型; 优先数字出版; 微信公众号; 短视频; 集群化; 同行评议; 高质量发展

[中图分类号] G231

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2024)01-0005-18

我们正处于一个百年未有之大变局, 既指世界正在经历的大态势, 也指中国面临的大挑战, 两者相互交织、相互作用。百年变局仍在加速演进, 不仅限于经济实力消涨、科技竞争加剧、民粹主义泛滥、俄乌战争、巴以冲突、全球化进程遭遇挫折、大国之间“规锁”与“反规锁”日趋白热化等方面^[1], 而且覆盖技术、制度、知识、权力和全球治理等更广泛的领域。在世界大变局中, 中国式现代化的实践经验, 中华民族伟大复兴的不断前进, 成为世界格局演变背后的主要推动力量。“百年未有之大变局”已经成为中国学术界从事理论研究的宏观背景和重要内容, 并对中国面临的国际战略挑战和风险进行了全面研究、深入分析, 科学、客观和冷静地提出应对方案。学术期刊界也顺应历史潮流, 积极应变、主动求变, 策划专题、发表文章、创新传播, 做出了新探索, 取得了新成果, 也出现了新趋势。

一、数字化转型成为新引擎

数字化转型是全球经济增长的重要引擎, 在某种意义上说, 世界因数字而变, 中国因数字而兴。全球数字化转型发展历程, 大体分为三个阶段: 一是 2000 年之前, 以“连接”为主要特征; 二是 2000 年至 2016 年, 以“分享、共享、融合”为特征; 三是 2016 年至今, 以平台化、智能化为特征。^[2]

中国数字化转型发展历程, 以政府政策为引领, 以数字技术为驱动, 以市场化需求为导向, 积极

[收稿日期] 2023-12-01

[作者简介] 张耀铭, 《新华文摘》原总编辑, 编审。

推进“中国知识基础设施工程”。1996年12月《中国学术期刊(光盘版)》公开发布,成为中国第一个连续出版的大规模集成化、多功能学术期刊全文文献检索系统;1999年6月中国期刊网正式开通,标志着中国数字出版与互联网传播的无缝结合,初步实现了从光盘向网络数据库的转变;2003年10月《中国知识资源总库》建设工程启动,中国期刊网也更名为中国知网(CNKI)。“这是中国知网从单一的学术期刊数字出版向多类型文献资源信息化集成出版的一次重要飞跃。由此,中国知网开启了数字出版、知识管理、知识服务的新征程,这为其在数字出版和知识服务领域的领先地位奠定了重要基础。”^[3]随着中国知网、万方数据、维普资讯等专业数字化平台的相继建立,知识基础设施工程成为中国期刊数字化、体系化、规范化、规模化和实用化发展的坚实基础。

(一)数字化转型的三种模式

中国学术期刊以什么样的方式进入数字时代,不同的期刊选择了不同的路径,主要有合作共享、商业开发、自主开发三种模式:

第一,加入中国知网数据库。利用中国知网数据库的技术优势、资源聚合、市场化占有率,获得互联网搜索、电商、社交、内容四大领域占据强势地位平台(如百度、淘宝、微博、抖音等)提供的公域流量,实现数字化传播。腾云协同采编系统是由中国知网主持研制的面向期刊采、编、审、校、发全流程业务的综合性服务平台,系统通过[稿件中心]、[统计中心]、[交互中心]、[用户中心]、[费用中心]、[出版中心]等成熟的功能模块,依托大数据、云计算、人工智能等先进技术,为编辑、作者和用户提供全流程稳定的专业服务。中国学术期刊长期以来存在“全散小弱”问题,专业化、体系化和规模化建设远未完成,所以大多数期刊选择加入中国知网腾云协同采编系统。根据中国知网·腾云期刊协同采编系统简介,截至2021年该系统在线期刊用户3464家。^[4]“知网模式”就是将小而散的学术期刊的原始数据聚合在统一平台上,实现了数字出版的合作共享和网络传播。但这种模式也使纸本期刊的出版与数字出版和传播发生断裂,学术期刊几乎完全放弃了数字出版和传播。编辑部只需在纸本期刊排版定稿后将电子版提交知网,就能以单篇论文形式汇入知网数据库及数字平台,实现学术期刊的数字出版。这就绕开了学术期刊缺乏网络技术人才的劣势,极大地减少了网络运营和管理的成本,能收立竿见影之效。但学术期刊将数字传播的权利转授给了中国知网数据库,完成了信息聚合的数据库平台也就垄断了具有专业编辑“把关”的学术期刊传输。在知网数据库中,知网充当了数字出版的唯一主体,而内容提供者却被排除在数字出版之外。学术期刊扮演的是提供内容的“长工”角色,面临的是有传播不一定有营利,有营利不一定有尊严。不过,知网是有缺陷的数据库出版主体,“没有独立产品,没有完整版权,侵权诉讼不断,当然也就不可能有旗下期刊及其品牌形象和质量控制,建库模式只能选择拆解数千种期刊而成的单篇论文大库。在这样的建库模式下,不要说专业化、体系化的刊群和专业数据库不见踪影,连期刊也不复存在。”^[5]或者换一种说法,在知网模式中,“数字期刊并不存在,在数据库中看到的大约只是纸本期刊的镜像。”^[6]

第二,学术期刊采购第三方商业公司开发的采编系统。玛格泰克稿件远程处理系统、勤云稿件处理系统、三才期刊采编系统、方正文采四溢期刊采编系统等就被千家以上的学术期刊采用,从而强化了数字化、专业化、集约化出版服务,加快了从纸本内容出版到数字出版、知识服务的转型。玛格泰克稿件远程处理系统,应用领域主要是医药、化学、石油、材料等行业期刊;三才期刊采编系统采用模块化结构,一个机构、一个行业的多个期刊,可以在保持自己独立性的同时,“搭积木”式构建集约化期刊群,实现数据共享、服务共享;勤云远程稿件处理系统,相继推出了“期刊界”垂直索引

擎、分布式期刊集群平台、自引互引控制器、参考文献校对系统等产品和服务,不仅服务单本期刊实现办公自动化,而且可以帮助建立集群化发展平台。

第三,学术期刊主动与互联网科技公司合作,在期刊网站域名下开发自己的采编系统。通过自行发布、自主把控,力图实现一体化的资源整合,获得朋友圈、小程序、自有 App 等载体产生的私域流量,通过社交关系裂变直接触达更多用户。典型案例有两个,中华医学会杂志社和上海大学期刊社。2023 年 7 月,北大“方正电子”参与建设的中华医学会杂志社一体化学术期刊出版服务平台正式发布。借助 MedPress 平台新上线的内容采编系统,提升了 150 余种期刊共建共享的能力。内容采编系统借助稿件自动结构化、XML 数据自动生成、自动排版等技术将投审稿与排版校对融为一体,为加盟期刊提供论文采一编一发的全流程一体化出版与传播服务,缩短传播周期、提升发布效率。新系统内置代理投稿监测、恶意集中投稿监测、篡改基金项目监测、一稿多投监测、内容重复检测等能力,做到实时风险监控,有效防止学术不端。统一数据格式、统一知识分类体系、统一排版样式、统一的学术诚信名单管理、统一论文编号规则等大大提升了中华医学会杂志社期刊群的共建共享效率。机构库、职称库、学科专业库、用户(作者、审稿专家)描述标准为杂志社的学科资源分析、优秀资源挖掘、学术传播、集约化管理提供了便利。2007 年上海大学期刊社就为每本期刊建立门户网站,配置玛格泰克采编系统,英文期刊采用 Scholar One 采编系统,实现了在线投稿、审稿、远程编辑。2018 年又推出“两微一端”建设,成立“期刊融合出版实验室”,并对学术期刊的富媒体出版进行了探索。2020 年研制开发了期刊集约化智能管理系统,其中学术刊群出版流程管理可视化平台、财务管理平台、发行管理平台、数字资产平台已投入使用。通过数字化学术平台的打造,编辑、专家、作者、读者云端相聚,将投稿、评审、编辑、出版、交流等功能融为一体,“实现了‘云传播’‘云共享’‘云互动’等共融共享,提供了更多元化的知识服务。”^[7]

(二)数字化转型的多种效应

数字化转型的成功与否,与花言巧语粉饰门面无关,最终只能以数字说话。学术期刊全方位使用网络采编系统之后,数字化转型成为高质量发展的新引擎。第一,数字化转型提升了学术期刊的工作效率。通过对学术大数据价值的挖掘,为编辑部的选题策划、高质量专家遴选、优质稿源的获取提供了强有力的数据支撑。通过对先进数字技术的熟练使用,提高了工作效率和缩短了稿件处理周期,使编辑能够把更多时间、精力和创造力用在挖掘热点、策划选题、组织专题上。第二,数字化转型促进了编辑部的管理效能。如对稿件资料的归档管理、审稿专家和作者的信息管理、出版数据统计管理、稿酬发放及学术会议费用管理等,各个模块实现了流程的无纸化、高效化,建立了一个规范的内部管理系统,能及时为作者、专家与读者提供高效服务。第三,数字化转型增强了学术期刊与学术共同体的“共振效应”。学术期刊实现了从投稿、编辑、审稿、校对的全程数字化,突破了传统期刊出版中作者、编者、读者联络的空间和时间维度上的距离障碍,不仅加强了学术期刊编审工作的透明性,而且促进了学术期刊与学术共同体之间的密切联系。学术期刊发展需要融入学术共同体,而学术共同体建设也离不开学术期刊。然而在中国相当长的一段时间内,两者的关系一直处于“疏离”状态。学术期刊的数字化转型,使学术期刊与学术共同体、编辑与学者形成了更为紧密的利益共同体,通过建立互动关系、参与学术讨论、策划选题、分享研究成果等,推动学术创新和发展,营造良好的学术生态环境。学术期刊的数字化转型,其“细分化的传播对象和定制化的精准学术服务,更能提供精准化、个性化的学术涵育。”^[8]学术期刊数字化转型,其传播渠道立体多维叠加了诸

如文字、图像、声音、画面等媒介符号传播优势,使得学术期刊与学术共同体之间的思想与情感交流更加紧密。第四,数字化转型扩大了中国学术期刊的国际影响力。中国知网和清华大学图书馆联合研制发布的《中国学术期刊国际引证年报(2023版)》,统计了6888种中国学术期刊的国际被引。数据显示,2022年中国学术期刊总被引频次2167841次,同比增长27.1%,连续12年实现正增长。以*Cell Research*、*Signal Transduction and Targeted Therapy*、*Molecular Plant*等为代表的175种科技类学术期刊入选“中国最具国际影响力学术期刊(自然科学与工程技术)”。以《经济研究》《管理世界》《心理学报》《考古学报》等为代表的80种人文社科类学术期刊入选“中国最具国际影响力学术期刊”。^[9]中国学术期刊国际影响力的扩大,有助于构建对外话语体系,增强对外话语的创造力、感召力、公信力,讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好中国特色。

二、优先数字出版成为新潮流

优先数字出版(advance online publication)最早兴起于数字图书馆建设,将具有较高价值、较高使用频率、不受版权约束和缩微胶片等馆藏文献进行优先数字出版,以提高信息资源的利用率,促进学术的发展与进步。^[10]美国国会图书馆就将美国1774年至1955年间各类历史、文化、史料性文献优先数字化,并通过网络向世界讲述美国的历史战争与文化发展。20世纪末,法国图书馆就与各城市精品藏书馆合作,将原本分散于法国各地的古书的艺术插页用彩色高分辨率扫描入CD-R光盘中,送至法国国家图书馆新馆汇集后上网,让世界人民共享法国文化艺术精品。

(一)优先数字出版的国际趋势

优先数字出版期刊是以纸本期刊录用稿件为出版内容,先于纸本期刊出版日期出版的数字期刊。1998年德国施普林格公司已经采用优先数字出版期刊形式,从而改变了传统印刷出版模式。进入21世纪,随着科研人员论文发表总量的不断增加,发表论文的难度反而增大。“在2005—2015年的11年间,*Nature*的平均评议时间从85天增加至150天,*PLoS ONE*从37天增加至125天,与1980年代相比,青年学者以第一作者身份发表同行评议论文的时间延长了1.3年。”^[11]在此背景下,国际上许多著名学术期刊和出版商推崇学术期刊优先数字发表的出版理念,并纷纷付诸实施,争先出版优先数字出版期刊。如:*Nature*创办了“AOP”,*Science*创办了“Express”,*Elsevier*创办了“In Press”。“优先数字出版这一新兴的出版模式已经成为国际学术期刊出版趋势。”^[12]

DOI编码是国际通行的数字对象标识符,用于对数字出版物的精确定位、有效管理和保护知识产权。欧美国家的学术出版集团都是基于DOI而推出优先数字出版模式,优先出版论文即使有两个以上版本,也只能标一个完全一致的DOI号。优先数字出版平台的版本设置,一般有优先版和正式版两种形式。优先版引用格式为:作者.*Nature / Science*. 题名,优先出版日期(DOI);正式版引用格式为:作者.*Nature / Science*. 卷,页码(年);题名,优先出版日期(DOI)。总之,优先数字出版极大地缩短了学术论文发表的周期,保证了作者科研成果的首发权,发挥了纸本与数字两种媒体的互补优势,提升了学术期刊的内容质量和学术影响力。

(二)优先数字出版的中国探索

优先数字出版在中国的实践探索,始于2010年前后。2009年,《浙江大学学报(人文社会科学版)》在全国中文期刊中率先推出“在线优先出版模式”。这是单篇论文的在线优先出版,论文均经同行专家匿名审稿和编辑部三审通过,且每篇论文均有DOI号,并注明作者的交稿日期和网络

版的出版日期。2010年,中国知网在国内启动学术期刊优先数字出版并在全中国推广实施。2012年,万方数据股份有限公司也推出“科技期刊优先出版”计划。2015年,国家新闻出版广电总局批准将《中国学术期刊(网络版)》(CAJ-N)列入国家网络连续型出版物规范试点工程。2017年,《中国学术期刊(网络版)》(CAJ-N)正式启动,除了支持传统论文外,还支持增强论文、协创论文、数据论文等新型论文模式。

国内很多学术期刊与中国知网签署《CAJ-N网络首发学术期刊合作出版协议》,通过《中国学术期刊(网络版)》(CAJ-N)正式出版期刊网络版。截至2023年,CAJ-N网络首发期刊数量已达2550余种。目前CAJ-N为入编期刊,提供单篇录用稿和整期定稿两种网络首发出版方式。单篇录用稿指内容确定、通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件,整期定稿指出版年、卷、期和页码已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。有学者统计,单篇论文优先数字出版平均可提前130天与读者见面,整期优先数字出版可提前100天与读者见面。^[13]正因为优先数字出版使发表学术论文的时滞性大大缩短,为作者争取科研成果的首发权、竞争主动权提供了技术便利,并提高了论文的关注度和引用率,所以成为学术期刊紧跟的时代潮流。

三、微信公众号成为新标配

微信公众号是腾讯公司以微信技术为基础,针对政府、机构、媒体、企业和个人等用户推出的团体综合性信息服务平台。微信公众平台有三种形式:一是微信订阅号。订阅号是任何组织和个人都可以申请,每天可以群发一次消息。订阅号倾向于用户的个性化服务,更适合个人、媒体和订阅者的交流。二是微信服务号。服务号只能是企业或者组织才能申请,能为客户或会员提供微信支付、微信群发、上墙等深度功能,每月可以群发4次消息。三是微信企业号。企业号适用于企业与员工或上下游供应链之间的沟通,旨在通过微信连接企业并提供移动办公入口。企业号适合零售、餐饮、培训等行业,具备了多种营销所需的功能。微信公众号的三种形式,在功能定位、服务特点和推送方式等方面都有差异,因此学术期刊要根据本身的实际情况和定位采取不同的运营策略。有学者以2019年6月SCI收录的213种中国大陆期刊为对象进行研究,结果显示有124种开通了微信公众平台,但“订阅号占比60.48%,远远高于服务号”。^[15]随着接口权限方面的优势和微信支付,服务号不仅能进行消息推送、用户身份验证、H5页面开发等操作,而且可以和期刊官网、采编系统进行深度融合,因此近几年开通的比例越来越高。可以毫不夸张地说,微信公众号已经成为学术期刊的新标配,它带来的不是单纯的信息载体迁移,而是创建了一种跨越时间和空间阻碍、无处不在的传播环境。

(一)公众号的内容定位

学术期刊开通微信公众号的理想很美好,但现实很骨感。大多数公众号的运营存在不少问题,如缺乏多元化的界面设计和功能,缺乏优质内容和及时更新,缺乏运营团队和优秀人才,缺乏用户互动和参与感,缺乏网络流量和盈利模式等。所以有人说,“公众号这个行业的人有1/3是打酱油的,1/3是莫得方法在被淘汰边缘苦苦挣扎的、只剩下不到1/3有所成就。”^[16]有不少学术期刊只是把纸本期刊上的内容照搬到微信公众号,仅仅当作延展纸本期刊的一个移动端显示入口,从而忽略了数字时代多样化、移动化、交互化、实时化等特征,造成微信公众号自娱自乐的尴尬局面,因此需要重新定位。至少得弄明白,我们的短板在哪里,在往哪个方向奔跑,要往哪个方向追赶?

学术期刊微信公众号的用户,以科研人员、高校教师和硕博士人群为主,他们更关注的是学术动态、研究方法、学术争鸣和论文品质。但除业内人士之外,微信公众号还有普通公众读者。学术期刊应紧紧围绕自己的权威性、中心性以及传播学意义上社会地位授予的功能(刊号、作者群、编辑、专业等)和关注的领域做文章,不仅为研究者发布前沿的学术资讯、权威的政策解读和高质量的研究成果,而且还要为普通公众读者聚合反映主流价值观的关键事实、结构信息和热点讨论。“网络上说的再热闹,不一定会成为这个社会关注的中心议题,但只要是传统纸媒跟进的事情一定会成为关注的焦点。因为对内容的专业性提取而形成的权威性依旧是传统纸媒的优势。”^[17]因此,学术期刊应该把微信公众号作为自己在数字时代安身立命的主阵地,而不是将其作为配角。是不是应该将更多的资源投入到微信公众号这个基础设施,从而在新媒体的内容发现、用户互动、宣传推介、内容分发平台中,拥有更大的话语权?基于这样的重新定位,学术期刊要处理好纸本期刊与微信公众号、学术前沿与资讯动态、分众传播与个性传播、深度好文与碎片化阅读的辩证关系,既避免自己的微信公众号成为互联网上的一个信息孤岛,又能搭上媒体融合的浪潮“借船出海”,以优质内容的方式进行一次平台流量的变现。

(二) 公众号的传播策略

据中国人文社会科学综合评价研究院统计,2022年第一季度综合性社会科学期刊的微信公众号共推送2750篇图文,累计阅读人次为1105.41万余次,平均每篇图文阅读人次为4000余次。其中本刊论文篇均阅读人次,《文化纵横》23200次、《学术前沿》16800次、《读书》5800次、《中国社会科学》4600次、《探索与争鸣》3000次、《文史哲》2900次、《人文杂志》1200次、《求索》1000次。^[18]2022年第一季度高校学报期刊的微信公众号共推送1554篇图文,累计阅读人次为98.14万余次,平均每篇图文阅读人次为600余次。在高校学报期刊公众号中,本刊论文篇均阅读人次达到1000的有4种,其中《清华大学学报》3500次、《四川大学学报》1800次、《复旦学报》1600次、《北京大学学报》1300次。^[19]学术期刊微信公众号虽然具有稳定的稿源,但问题在于学术期刊所提供论文的数量与质量不成正比,不仅缺乏懂新媒体技术的人才,更缺乏海量用户平台。互联网思想家尼葛洛·庞帝曾经说过,预测未来的最好办法,就是把它创造出来。学术期刊人不能躺平,还是要直面挑战,躬身入局,实现自我救赎。

学术期刊微信公众号如何做到优质? 需要提高内容的竞争力和品牌忠诚度,重点在四个方面发力:

第一,原创度。学术研究的本质在于创新,仅仅停留在对前人学术观点的继承、对西方学术思想的介绍、“跟风研究”和“依瓢画葫芦”发表论文是远远不够的。必须提倡独立思考、不守成见的原创性研究。学术期刊要履行好助推学术原创的担当和使命,比较重要的有两点:一是学术期刊要成为学术原创的重要推手。具体体现在选题、栏目的优化,研究视野的拓展,问题导向的强化,学术研究质的飞跃。二是学术期刊要成为青年学者的培养摇篮。学术期刊要做“青年学人孵化器”,为青年学者提供公平的展示机会,为青年学者的原创研究做好把关和服务。互联网上不缺内容,但缺少真正有思考的原创内容。所以,“内容——水源最终决定着媒体的生死,产品、渠道、技术是为内容的获取和分发提供服务。”^[20]学术期刊内容只有在量的扩展基础上,提升质的飞跃,才能不断地为微信公众号提供原创性的知识产品,使其发挥“内容为王”的优势。

第二,垂直度。垂直度本是一个几何术语,表示线元素、表面、中心平面、相切平面或者轴线相

对基准在基本角度 90° (垂直) 方向上的变动程度, 后被应用到互联网行业。网络上垂直领域常见的分类有新闻、科技、财经、文化、艺术、教育、旅游、美食、娱乐等, “垂直度” 则体现了微信公众号在某一特定领域内所具有的专业程度和思考深度。学术期刊微信公众号从垂直走向生态, 需要在三个方面努力。一是精准定位用户, 打造自身的垂直化标签。用户定位要清晰, 在多维度分析用户 (性别占比、年龄、职业、地域、收入、受教育程度、生活方式、价值观、所处行业、购物偏好等) 的基础上, 了解目标用户的需求和兴趣, 制作能够给用户带来价值的相关内容, 由此形成自己的标签。微信公众号的属性越明显, 垂直度越高, 粉丝越精准, 内容推送的流量就会越高。二是基于垂直化标签生产内容, 提升价值密度。学术期刊人在自己熟悉的领域策划、编辑、发表、推送学术内容, 内容会更具专业性、独特性和权威性, 更容易得到用户的认可和信任, 并且能够在平台上获得更多的曝光和推荐。三是基于垂直化标签做服务, 提升粉丝忠诚度。学术期刊微信公众号的服务, 包括编创团队的日常信息更新和推送、互动管理和客户沟通、活动策划和推广、数据分析和报告等。调研还发现, 互动方式有招呼语、招呼语+评论、招呼语+评论+反馈等不同类型的。只有不断提升服务质量, 才能让用户对公众号产生更多的兴趣和价值, 提升公众号的影响力和用户数量。

第三, 活跃度。活跃度是指微信公众号发布内容的频率, 及其是否能够保持用户的打开率和增加用户粘性。据腾讯 2023 年第二季度财务报告统计, 截至 2023 年 6 月 30 日, 微信及 WeChat 的合并月活跃账户数已达到 13.27 亿, 同比增长了 2%, 几乎覆盖了全中国的人口。在亮眼的大数据之下, 是微信公众号严重分化: 一方面是绝大多数微信公众号点击量急速下滑, 活跃度不高; 另一方面是流量向头部大号急速聚拢, 吸引更多广告投入。学术期刊微信公众号如何增加公众号的活跃度? 其一, 保证质量。公众号的内容在勤更在精, 除了每天的定期更新之外, 还需要精准推送观点鲜明、立论扎实、分析中肯、文笔流畅的首发、创新和争鸣文章。反之, 则会出现大量的取关掉粉现象。其二, 增加创意。《通信世界》微信公众号, 以传递最鲜活产业资讯和独家报道行业动态的原创图文为主, 并与多家专业公众号进行合作转载推送国家政策、市场动态、产业科技解读等内容。2022 年策划并承办的 5·17 世界电信日大会, 央视“新闻联播”对大会进行长达 1 分 5 秒的报道, 大会直播观看人数突破千万, 真实活跃粉丝已达 10 万+。《文化纵横》微信公众号, 就经常抓住社会热点话题吸引用户眼球, 提炼推荐语激发用户打开, 精心插图、配色、排版留住用户体验, 文尾加配论文音频版增强用户粘性。其三, 编辑加工。有人说, 玩转公众号要有七十二变。对于微信公众号来说编辑加工至关重要, 它直接影响着单篇推文的日均阅读量和在看量, 其中论文篇幅、题目改写、推文配图、编排方式尤为讲究。(1) 篇幅。推文篇幅并无统一标准, 但考虑到微信阅读碎片化的特点, 要对论文内容做压缩和精简。一般以 5000 字为界可分为长文和短文, 原则是传达给用户的信息准确、完整清楚。(2) 题目。好题目不仅可以提升内容的吸引力, 而且能够提高推文的打开率。因此学术期刊微信公众号, 要对推文的题目进行推敲、改写, 提炼的原则是既引人瞩目, 又避免成为“标题党”。公众号题目常见的有悬念式、热点式、疑问式、共鸣式等类型, 有时候突出一张图片、一个数字、一个观点都可以达到“浅阅读”“图片化”效果, 甚至含有“?”“!”等标点符号并配以设问、质问词汇的题目对推文热度具有显著影响。如《探索与争鸣》在单篇论文推荐时, “常常对文章题目进行适当改写以淡化话题的学术性、增强话题与当下现实的关联度; 在正文前加‘编者按’揭示文章的写作背景与拟解决的问题。”^[21](3) 配图。学术推文一般篇幅长、专业性强, 密密麻麻的文字会给读者很强的压迫感。通过精心的配图辅助文案, 可以打破视觉的单调性, 调动读者的情绪, 提升阅读体验,

成为吸引用户的关键。《清华大学学报》“独立精神”公众号的配图就做得很有调性,体现在配图的专业性、恰当性、精美性和亲和力,基本达到了有图有真相、图文并茂的效果。学术推文配图具有独特的视觉语言和多元的风格特征,对微信公众号版式设计有着独特的促进作用,可以使之更加个性化、人性化和互动娱乐化。(4)排版。俗话说,速成的排版千篇一律,好看的设计万里挑一。推文的排版,涉及整篇内容结构、字体、字号、行间距、图片、配色的谋篇布局,有时候为适应读者的浅阅读,重要观点的字体应加粗、各级标题的颜色要突出。总之,推文的配色需要一个相对合理舒适的框架来支撑:主题色+正文色+标注色+图片色。适当的颜色醒目以及标注,能够引起读者的注意,方便读者判断阅读进度。其四,发布时间。按照公众号运营规范,一般的订阅号每天只能推送一条信息,服务号每月只能推送4条。微信公众号已经形成纯文本、文本+图片、文本+音视频、文本+图片+音视频四种文本方式,运营团队可以根据自己独特的属性选择流量比较大的时间段规律发布。一般来说,上午7—9点、中午12—14点、下午18—20点、晚上22—24点这几个时间段,都是用户使用公众号的高峰期。

第四,知名度。学术期刊的知名度是历史文化底蕴、学术声誉、学术质量和学术影响力的综合体现,知名度越高学术共同体的接受度和社会的认可度越高。学术期刊的作者也以知名学者、有名学者、高被引作者等为主要群体,高质量的载文通常会提升或维护期刊的学术声誉。如《通信学报》分别邀请张平、邬江兴、刘韵洁等院士策划出版了“面向6G的智能至简网络关键技术”“多模态网络环境关键技术”“确定性网络”等专题,权威性高、系统性强、信息量大,引起业内广泛关注。《大数据》策划的“数据自治”“政府大数据治理”“数据资产价值评估与定价”等专题更是获得了各地政府机构的高度关注。针对国家“十四五”规划重点,《大数据》还联合《数据与计算发展前沿》等3本科技期刊以及20个首批国家科学数据中心,策划了“国家科学数据中心”联合专刊,得到了科技部和国家科技基础条件平台中心的大力支持。^[22]学术期刊微信公众号依托知名期刊、知名学者,自然会进一步门庭得三分天下。然而事与愿违,微信公众号这个新媒介的挑战远远大于机会。学术期刊微信公众号经过多年努力积累的用户,与各大新媒体平台相比只是沧海一粟。数据是残酷的,通过标本的解剖,我们可以看到学术期刊在数字化生存中,究竟有多么脆弱?或者换一种说法,究竟有多么坚强,能抗多大的风浪?媒体融合走了十年,推动中国主流媒体转型发展风起云涌。大家都看到了趋势,但不是所有人都拥抱了变化。学术期刊被制度圈养,享受着政策红利,没有被置入市场之中参与竞争,没有把微信公众号作为主战场,导致没有自主掌控的移动平台,内容优势不能转化为传播优势,在体制机制、技术引领、功能服务、平台传播等方面仍存在致命短板。十年媒体融合,平台不断升级、流程不断优化,而我们早已没了退路。

《三联生活周刊》作为大众文化生活类期刊,在开展数字化内容生产与运营方面为我们提供了一个典型样本。2017年“中读App”上线,开始探索以互联网方式进行内容生产的进程。重要选战的主战场是微信公众号,以此为龙头,形成了包括微博、中读App、《三联生活周刊》在内的内容生产与传播矩阵。其中,以微信公众号作为原创报道的发源地,微博迅速跟进成为信息服务与传播重地,中读App作为内容汇集地,最终成为结构分明、功能清晰的三阶互联网内容供给链。2018年“10万+”的原创内容基本保持在每天更新1.5—3.0篇,2021年全网的阅读量排名在第20位。自此,完成了公域与私域流量布局,掌握了新的运营方式。^[23]《三联生活周刊》的实践,给我们有益的启示。微信公众号或许是学术期刊最便捷、可行的互联网抓手,应该以毕其功于一役的雄心壮志,去

进行数字新媒体探索,虽不能摧城拔寨,也渴望能提升学术期刊微信公众号的知名度,把阅读量、点赞量、推送量、推送频次和 UV、PV、粉丝量、活跃度等指标做成大流量。笃行致远,我相信优质内容永远都是稀缺资源。

四、短视频成为新场景

2019年6月工业和信息化部发放了第五代移动通信技术(5G)商用牌照,标志着我国正式进入5G时代。相较于4G技术,5G具有更高的网络速度、更低的延迟、更高的连接密度和可靠性等显著特性,这为移动终端的短视频平台创造了优质的基础设施和发展条件。短视频是指时长在15秒至3分钟之间,以视听为主要表现形式,具有即时性、互动性、碎片化和娱乐性等特点的数字视频。^[24]近几年比较火的短视频有抖音、快手、微视频号、西瓜、哔哩哔哩、好看视频、央视频、美拍等品牌,它们在传播主体、传播内容、传播渠道、传播受众、传播效果等方面有共同点,也有差异。截至2023年6月,我国短视频用户规模已达10.26亿人,用户使用率为95.2%。^[25]短视频的技术优势,迎合了当前网络用户消费内容的碎片化习惯,已经成为数字时代人们获取信息的快速方式之一。

(一)短视频重构符号载体传播

我们正处于一个数字技术和互联网造就的万物皆媒的全新环境,人们的生产方式和生活方式正在被全面刷新,这当中自然就包括学者们的知识生产和传播。读屏时代的大多数学者,更倾向于浅阅读论文的标题、摘要、关键词、引言和结论等部分快速获取信息,学术期刊论文内容在传播方面也逐渐呈现碎片化的趋势,与纸本期刊、数据库、微信公众号等知识传播形式相比,短视频更为直观、生动、易懂,打破了知识在传播和接收中存在的固有壁垒,用户能够在短时间内获取所需知识。短视频的点赞、分享、评论、弹幕等功能有着较强的社交属性,因此扩大了知识传播范围。越来越多的科学文化知识,甚至艰深专业的学术论文,通过短视频平台触达前所未有的广泛人群。据《2022抖音知识年度报告》显示,2022年抖音知识类内容继续呈增长态势,发布数量增长35.4%,知识类创作者单月直播场次增长72.7%。2022年,有45位院士、4位诺奖得主在抖音分享科学理论和研究成果,抖音上认证的教授更是接近400位。^[26]

从纸刊到公众号再到短视频,就是文字升级图像、图像升级声音、声音升级视频的一个过程。简洁标题、精炼内容和优美画面,十分便于用户利用碎片化时间进行观看、传播和分享。因此短视频作为知识影像化传播的重要手段,日益成为数字时代学术期刊探索媒体融合发展的新形态和新场景。英国传播学家斯图亚特·霍尔提出,信息是以特殊方式组织起来并以符号载体的形式出现的。^[27]学术期刊内容要实现短视频有效传播,必须对纸本期刊已发表或将发表的学术论文进行重构,使其行文简显浅,学术大众化,提升与现实生活的关联度,接地气、有人缘,但不能变成“心灵鸡汤”。按照霍尔编码理论,重构后的内容信息应以三种符号的形式用于传输和表达。一是文字符号,主要出现在题目、字幕部分。题目应设置悬念,字幕应简明扼要,通常1分钟画面包含200字的文字信息。画面能表达清楚,少摘关键词加以提示;画面难以表达,文字必须详细准确。二是声音符号,包括背景音乐、配音旁白、音效三个部分。背景音乐应和视频内容相辅相成以渲染烘托气氛,吸引用户在学术期刊短视频上的停留时间。三是图像符号,具有直观、易懂、易记的特征。短视频可以通过图像素材的多样性,丰富画面内容,增强观赏性。图像编排应与文案内容的表达匹配,避免停留时间过长造成用户视觉疲劳。固定的主题片头或片尾持续播出,容易形成学术期刊短视频

的特色。^[28]

(二)学术期刊与短视频的媒体融合

近几年,科技期刊以创新思维加入短视频赛道,进行了开放、多元、互动的新媒体实践。有学者根据《科技期刊发展蓝皮书 2021》所含目录,以“科技期刊”为关键词在当下较流行的 B 站、抖音、微信视频号、今日头条等新媒体平台中检索。截至 2022 年 10 月 31 日,共有 32 种期刊在上述新媒体平台发布科技期刊论文解读视频共 665 个。其中航空学报 CJA、雷达学报、自动化学报 JAS、水生生物学报、南林大学报、沉积学报,在多个平台发布,雷达学报、沉积学报、中华口腔医学杂志在单个平台发布数量超过 20 个。科技期刊论文内容短视频制作模式,大体分为四类:其一,线性推进模式。将论文的大体框架、主要内容或根据摘要的“目的、方法、结果、结论”四部分内容作为视频内容的核心板块,并配以讲述性的解说语音制成视频。其二,实验分享式。将论文实验的相关内容,如场地、材料、过程、结果和图片等有关素材作为主要内容,并配以少量讲解性文字制成视频。其三,知识科普式。采用动画的形式,将论文内容结合生活中某一现象制成科普视频,寓教于乐。其四,作者自述式。由作者自己讲解录制论文内容,或将录制好的视频提供给编辑部,经编辑部进行二次加工后发布。^[29]以“HD 说车”为例,这是卓众出版旗下《汽车导购》杂志团队推出的一款短视频,将汽车测评、对比评车、养车知识介绍等内容,以视频形式全新呈现。“HD 说车”上线后,团队及时抓住内容结构、剪辑发布流程、总结品牌特点和注意视频时效性等制作规范要点,逐步形成了节目特色。2020 年,“HD 说车”多个原创视频在“学习强国”平台上发布。2020—2021 年,“HD 说车”在内容变现和营销推广方面取得了营业收入破千万元的好成绩。^[30]

社科期刊的短视频起步比较晚,但也做了一些积极的探索。《中国社会科学》突破单一文字和静态图表的束缚,运用先进的多媒体技术,于 2021 年在哔哩哔哩平台推出学术短视频节目“我说”,邀请了该刊 2021 年第 4 期以来发表文章的作者,以作者自述方式,“说”出刊发文章的主要观点和前沿思想,丰富和优化了学术内容的表现力。《济南大学学报》2023 年重点打造短视频“漱玉声”,以“展现名家风采,培育学术新人”为宗旨,已邀请 12 位学者通过短视频的形式为读者讲述自己论文的创作思路 and 核心思想,塑造和提升了期刊和作者的学术形象。以作者视角叙述的优点,一是给读者身临其境的感觉,缩短了读者与作者间的距离;二是论文口语化、娓娓道来,使读者感受到了亲和力;三是突出了作者学术主体人物的地位,能够享受成就感。由南京大学中国社会科学研究评价中心策划、中国传媒大学新闻传播学部承制的“悦读·论文精选”短视频节目,精选人文社会科学学术名家和青年学者的优秀作品,通过“文献推介人”的讲述,将论文的主要观点和精彩片段浓缩在 5 分钟左右,用丰富、立体的方式传播学术精华,深化媒体融合。这种新颖的学术传播方式,延伸了学术成果价值,推广了学术期刊品牌,扩大了学者的影响力。

学术期刊短视频覆盖自然科学和人文社会科学等各个领域,学术内容的“专、新、尖”是核心优势。面对这样的“阳春白雪”,用户的接受、使用 and 效果如何?细分市场、主要用户 and 喜欢的内容是什么?如何利用短视频平台提升学术期刊的传播 and 学术影响力?这都是期刊界 and 学术界比较关注的重要问题。有学者对《遥感学报》视频号用户的需求进行了调研,结果发现:(1)视频号的用户群体年龄主要集中在 18~39 岁,占比为 82.56%,用户群体趋于年轻化;(2)大部分用户每天在微信上花费的时间为 1~3 小时;(3)42.22%的用户经常使用视频号观看短视频,44.44%的用户偶尔使用视频号观看短视频;(4)短视频时长最好控制在 3 分钟之内;(5)喜欢的内容类型依次是文章解读、

专家报告、招生招聘、会议信息、人物风采等;(6)参与短视频点赞、评论的用户占比达 71.11%;(7)会将喜欢的短视频分享给好友或分享到朋友圈的用户占比为 60%;(8)在视频的清晰度、流畅性、内容、形式方面,按照用户在意的程度的排序依次是内容、清晰度、流畅性和形式。^[31]由此可以看出,短视频正以吸人、吸时、吸金等特点成为用户粘性最高的视听产品,社会渗透力极强。短视频已然成为学术传播的一个新场景,学术期刊人有机会站在巨人的肩膀上看风景,为什么要闭上眼睛?

五、集群化成为新模式

欧美发达国家的国际出版商经历了几十年、上百年的发展,早已经实现了专业化、品牌化和集群化的运作。根据 Scopus、Web of Science 国际期刊数据库 2023 年 8 月 20 日的统计显示,爱思唯尔、施普林格·自然、泰勒—弗朗西斯、威立四大国际出版商被收录的期刊数量占比均显示出很强的集群化特点。Scopus 收录四大国际出版商的占比达到 31.2%,其中爱思唯尔 2428 种,占比 9.3%;施普林格·自然 1835 种,占比 7.0%;泰勒—弗朗西斯 2356 种,占比 9.0%;威立 1567 种,占比 6.0%。Web of Science 收录四大国际出版商的占比高达 39.1%,其中爱思唯尔 2119 种,占比 10.5%;施普林格·自然 2207 种,占比 11.0%;泰勒—弗朗西斯 2075 种,占比 10.3%;威立 1470 种,占比 7.3%。^[32]美国、德国、英国、荷兰等欧美发达国家的科技期刊出版商,通过资本运作、兼并重组、国际化发展战略,形成了专业化定位、集群化发展的运作模式和成功经验,无疑对中国学术期刊的发展具有重要的借鉴意义。

(一)学术期刊集群化发展路径

中国学术期刊的集群化探索持续多年,大体上形成了孵化式、纽带式、加盟式、协同式四种路径。

第一,孵化式路径。北京卓众出版有限公司早在 20 世纪 90 年代中期,就依托《汽车与驾驶维修》发行渠道、广告客户、人员队伍等资源孵化出第二种汽车刊《商用汽车》。进入 21 世纪,先后孵化出《车主之友》《汽车导购》《越玩越野》《汽车观察》等刊物。在上述汽车市场细分的基础上,又创办了面向高端人群、注重汽车测试体验内容的《汽车测试报告》期刊,形成国内最大的汽车刊群。与此同时,还进行合理的产业布局,初步形成了卓众出版旗下拥有 24 刊 1 报,涉足汽车、工程机械、农业装备、机电设备等多个领域。坚定集团化、数字化、产业化方向,成为创建一流科技期刊的成功经验。

第二,加盟式路径。中国科技出版传媒股份有限公司(科学出版社),依托中国科学院,充分挖掘国内外优秀出版资源,重视重大出版工程建设,形成了以科学(S)、技术(T)、医学(M)、教育(E)、人文社科(H)为主要出版领域的业务架构。近年来,通过探索建立资本纽带、法律纽带、服务纽带等合作模式,不断吸引学科代表性、行业代表性、地区代表性的优秀期刊加盟,形成了一个高水平、高质量、多品种的期刊方阵。2021 年公司年出版期刊 522 种,其中英文期刊 244 种,被 SCI(科学引文索引(Science Citation Index))收录 97 种、被 EI(工程索引(Engineering Index))收录 80 种,有 32 种位于国际同类期刊 Q1 区。高端综述性学术期刊《国家科学评论》(*National Science Review*) 2022 年影响因子达 23.178,在全球综合类期刊中排名第四。^[33]

第三,纽带式路径。集群化已经成为科技期刊,实现规模化发展和内容资源深度挖掘的必要手段。这些年中国激光杂志社以学科为纽带,积极探索,构建世界一流期刊方阵。出版 10 种高端光

学专业学术期刊,包括以 *Advanced Photonics* 领军的 7 种英文刊和以《中国激光》领军的 3 种中文刊,影响力不断提升。由杂志社牵头建立的“中国光学期刊联盟”,从弱到强,稳步发展,迄今有加盟刊 80 种,已成为有国际影响力的光学专业学科期刊集群。中国光学期刊网、Researching 多学科英文平台、科云出版、汇同会议服务平台和光电汇产品交易平台相继建成,以融合发展的新态势,为杂志社数字出版与服务提供重要支撑。本着“共享资源,共享经验,抱团取暖,做大做强”的共识,打造集约化知识服务平台,在实践中证明了科技期刊集群化发展的明显优势。

第四,协同式路径。社科期刊大多采用协同式路径,就是同一主办单位将分散在各编辑部的人、财、物实施统一管理和资源共享,处理好整体与局部、长板与短板、个体与共同体的关系,既要各展优势,又要协同发展、错位发展、联动发展,形成差异化定位、优势互补的期刊群。上海大学期刊社目前共有 15 本期刊,率先实施社科类期刊与科技类期刊、综合性期刊与专业性期刊、中文期刊与英文期刊集约化管理模式,并创办 *Advances in Manufacturing* 等 7 本英文刊。期刊集群以《社会》为核心,建立了“全国社会学专业期刊联盟”,向“期刊专业化、出版数字化、经营节约化、评价标准化、传播国际化、互动社区化”的方向努力。

(二)学术期刊集群化的短板

《中国科技期刊发展蓝皮书(2023)》显示,截至 2022 年底,中国科技期刊共有 5163 种,英文科技期刊 434 种,其中“临床医学”(182 种)、地球科学(145 种)、生物学(97 种)三个学科科技期刊最多。2022 年,中国科技期刊第一主办单位共有 3218 个,平均每个主办单位主办期刊 1.60 种;出版单位共有 4440 个,平均每个出版单位出版期刊 1.16 种。^[34]从蓝皮书提供的数据来看,我们与欧美发达国家相比,差距主要体现在以下几个方面:一是办刊单位分散,编辑部人员偏少,经营弱小,各自为政,形不成规模效应;二是非营利性的公共事业内涵与营利性的企业内涵并行,在管理上难以回避“市场化主体”和“行政性代理人”之间固有的冲突,“必然束缚其发展与转型,带来结构化的合法性危机。”^[35]三是期刊集群化发展还属于短板,必须要有生态共生、共建共享的思维,利用多种手段,在品牌度、影响力、专业化、资源厚度、运营效率、发展弹性等方面加强资源整合,才能实现期刊出版模式的集约化和经营管理的集团化。对于学术期刊来说,路漫漫其修远兮,徐弭节而高厉。

六、同行评议成为新常态

同行评议确立三个多世纪以来,在欧美国家的发展过程中衍生了传统同行评议、开放同行评议、协作同行评议和预印本等多种类型。作为行之有效的基本制度安排,同行评议在维护学术共同体的信誉、把控学术研究成果的质量和保证资源配置的科学等方面发挥了重要作用。“但同行评议并不是一种完美的评价机制,存在着偏于保守的先天局限、利益冲突导致非公正性、马太效应导致资源分配失衡和技术漏洞导致学术不端等问题,日益引起学术共同体和学术期刊的广泛重视乃至激烈争论。”^[36]

(一)同行评议的强势回归

中国图书出版实行的“三审制”,始于 20 世纪 50 年代。1952 年出版总署发布《关于国营出版社编辑机构及工作制度的规定》,其第五条第一款指出:“一切采用的书稿应实行编辑初审、编辑室主任复审、总编辑终审和社长批准的编辑制度。”^[37]1997 年新闻出版署下发《图书质量保障体系》做了硬性规定:坚持书稿三审责任制度,要切实做好初审、复审和终审工作,三个环节缺一不可。学术期

刊的“三审制”,源于图书出版的三级审稿制度,即由责任编辑初审、同行专家复审(或具有高级职称的副主编)、主编(或常务副主编)终审。20世纪90年代,科技期刊率先引入“三审制”,不过“科技期刊三审制与出版社和非学术期刊审稿相比,其实质性的变化在于引入同行专家复审。”^[38]社科期刊最初并没有把同行评议纳入“三审制”,并不属于强制要求,仅是作为学术期刊编辑部门审稿工作的一种参考和补充。随着我国学术期刊公信力重建与国际接轨发展的需要,同行评议在学术期刊审稿过程中扮演的角色也从辅助参考转变为关键因素。尤其科技期刊具有专业性、技术性、学术性强的特点,同行评议已成为判定拟发表论文学术诚信和学术质量的重要手段。2002年教育部发布《关于加强和改进高等学校哲学社会科学学报工作的意见》,提出“有条件的学报,可以逐步实行同行专家的双向匿名审稿制度”,同行评议在我国高校学报界开始得到广泛推广。2021年中央宣传部《关于推动学术期刊繁荣发展的意见》规定:“加强编委会建设,完善同行评议机制,严格执行‘三审三校’等内容把关制度,做到审稿记录长期可追溯、可核查。”由此,“完善同行评议机制”与“严格执行三审三校”并列,标志着同行评议的强势回归,成为一种制度性安排。

中国学术期刊现行的同行评议,大致可以分为封闭式和开放式两种方式:一是封闭式审稿,分为单向匿名审稿(单盲审)和双向匿名审稿(双盲审)。单盲审就是将审稿专家的姓名对论文作者保密,审稿专家没有心理压力,可以率直、客观地评价论文质量。双盲审就是审稿专家和论文作者相互不知道对方是谁,避免了权力和人情干扰,客观上实现了审稿的公平、公正。二是开放式审稿,分为半透明和完全透明两种情况。半透明的特点:作者及审稿专家的身份公开,作者与审稿专家之间可以直接对话并讨论问题,但评议意见不公开。完全透明的特点:审稿专家及论文作者的信息完全公开,评议意见及作者对评议意见的回应也公开,审稿专家敢于接受监督和质询。^[39]有研究表明,截至2018年10月,我国科技期刊采用盲审的比例超过97%,其中单盲评议比例为53.02%,双盲比例为41.38%。^[40]社科期刊同行评议的比例远低于科技期刊,但近十年来也取得了明显的进展,这无疑是一种进步。学术期刊实行同行评议不仅是对学术权力过于集中的纠正,而且是对评价机构评价权力过于任性的祛魅,同行评议“至少在理论上有着某些优于‘三审制’的地方,比如它的公平比‘三审制’更容易被看到,审稿专家的专业水平和眼光非‘三审制’中的各级编辑所能比拟,对论文学术价值的评判更专业和准确,等等,逐渐成为学界的共识。这些有关匿名审稿制必要性的共识使其在学术期刊制作程序中的地位不断提升。”^[41]

(二)同行评议遭遇的伦理挑战

同行评议在中国的实践历程虽然不长,但基本覆盖了学术领域的方方面面,诸如拿学位,发论文,争课题,评职称、获荣誉、抢“帽子”人才等都绕不开“同行评议”。理科有人在实验室门口贴副对联,上联是:“早出晚归马不停蹄做实验只盼数据可用”,下联是:“日夜兼程殚精竭虑写论文就想来年中标”,道出了青年科研人员的压力与无奈。文科圈子里也流传着“论文不是万能的,没有论文是万万不能的”顺口溜,许多青年学者为来自体制权威的承认而挣扎。不可否认,同行评议从炙手可热到被人诟病,出现了行政主导、人情渗透、评价指标体系不够科学、定量评价强势介入等种种弊端。在学术研究、学术评价、利益分配和同行评议等所有错综复杂的关系中,学术期刊刊发论文成为焦点,而同行评议公正与否又是最为关键的重要环节。学术期刊选择审稿人,一般由编辑选择、编委推荐、作者推荐三种方式。评审专家选择不当,在现实同行评议中会出现公正性障碍,从而导致违背审稿伦理的行为时有发生。

第一,学术关系网障碍。主要指评审专家与被评审作者之间的师承关系、合作关系与学派归属等,社会关系决定了两人之间的关系强弱和学术距离,也会影响评审专家作出公平、公正判断。

第二,利益冲突障碍。主要指评审专家与评审对象之间存在利益冲突或利益输送关系,有则可能拖延审稿时间或提出否定意见,反之则以次充好给出肯定意见。那些质量较差的学术论文得以发表,恰恰是经过“外审”的,不得不令人感到吊诡。

第三,马太效应障碍。编辑更看重作者所在机构的名气和作者本身是否为名家,有意识地将待审稿件提交给熟悉的专家,以期获得预期的评审结果。有的主编或编辑“表面上按审稿流程进行正常评审,然而一旦审稿意见与其主观倾向不符,在没有充分理由的情况下仍按自己的意见处理稿件,不仅导致同行评议环节形同虚设,同时也有滥用职权之嫌。”^[42]

第四,墨守成规障碍。担任学术期刊同行评议的审稿人,多是有些成就和资历的人。他们更倾向于墨守成规,不能接受标新立异。因此,“有突破性的研究,往往使维持既存思路者产生不舒服的感觉。这是学术评审与生俱来的困境,且通常越强调‘规范’者,越难容忍和接受具有挑战性的研究。”^[43]正因为此,特立独行的观点和文章常常被扼杀在摇篮之中。“因此,要彻底纠正学风和学术不端问题,改善学术生态环境,还是需要从学术诚信和学术伦理建设入手,明确需要承担责任的机构和团体,补上缺位环节,严格惩戒措施。”^[44]

2017年,施普林格出版集团旗下期刊 *Tumor Biology* 宣布一次性撤回 107 篇发表于 2012—2016 年的来自中国作者的医学论文,撤稿原因是论文作者通过第三方中介投稿并伪造虚假同行评议。随后,科技部会同教育部、卫生健康委、自然科学基金委和中国科协等相关部门成立联合工作组,经核查,确认其中 101 篇论文存在作者和第三方中介机构提供虚假同行评议专家或虚假同行评议意见,并作出严肃处理。2019年,国家新闻出版署发布《学术出版规范——期刊学术不端行为界定》,首次对学术期刊论文作者、审稿专家、编辑者三方可能涉及的学术不端行为做了界定。近年来,学术共同体也对学术不端行为,加大了处理力度,如采用撤稿、限制或剥夺学术不端审稿人审稿资格、取消申报基金项目资格等多种措施,使学术不端行为在一定程度上得到了遏制。

七、高质量发展成为新目标

党的十九大报告指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。党的二十大报告提出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务,实现高质量发展是中国式现代化的本质要求。习近平总书记将高质量发展概括为:“能够很好满足人民日益增长的美好生活需要的发展,是体现新发展理念的发展,是创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的发展”。^[45]“高质量发展”概念虽然源于经济领域,但“高质量发展的经济社会质态,不仅体现在经济领域,而且体现在更广泛的社会、政治和文化等领域。”^[46]近几年,“高质量发展”已经成为学术期刊追求的新目标和方向。

(一)学术期刊高质量发展的内涵

学术期刊高质量发展的内涵,主要体现在“量的发展”和“质的创新”两个方面,具有三个特征:

第一,表现为发展的稳定性。我们仍然要把传统纸本期刊作为学术研究中心、论文质量“把关人”和学术论文发表平台的文章做好,将既有的“繁荣学术研究,助益学术进步;发现学术新人,助力学术传承;促进全球学术交流,推进人类共同文明”的使命做足,^[47]就能保持学术出版的可控和稳

定。必须把坚持正确的政治方向、学术导向、价值取向放在首位,努力提高学术期刊作为“学术公器”的传播力、引导力、影响力和公信力,不能出现大起大落的波动。

第二,表现为发展的协同性。发展是硬道理,没有一定数量的优质期刊做阶梯和支撑点,中国的学术传播平台就很难做大做强。根据2022年《期刊引证报告》显示,我国已有122种科技期刊的学科排名进入国际25%,44种进入前5%,14种跻身学科第一,5种期刊影响因子进入全球百强。较十年前双双实现从无到有、从少到多的突破。^[48]成绩喜人,但与5000多种科技期刊总量相比,高影响力的期刊数量十分有限。因此实现“量”的合理增长和“质”的稳步提升,成为中国学术期刊亟待解决的重要问题。因此,中国学术期刊要通过体制改革、调整结构、加强协同和挖掘潜力来提升内容质量,为党和国家重大理论问题服务,引导学术研究立足中国实际,回应现实关切,把论文写在祖国的大地上。只有线上线下相结合、纸本期刊与数字新媒体齐发力,才能在更加宽广领域上协调发展。

第三,表现为发展的创新性。对学术期刊而言,“创新”是永恒的主题,推动知识生产提出原创性、前沿性和突破性的学术观点和理论范式是重要的着力点。首先,要立时代之潮头,通古今之变化,发思想之先声。积极为中国式现代化提炼出有学理性的新理论,把中国经验提升为中国理论。其次,要提出新问题,洞察问题的根源,揭示问题的实质,提出解决问题的方法。最为关键点,“在知识生产过程中赋予已有知识以新的思想内涵、时代内涵和文明内涵,进而构建以‘术语的革命’为‘活的灵魂’的新的知识体系。”^[49]再次,学术期刊要走出“内卷化”的怪圈,积极扶持青年学者成长。培养青年学者本来是学术期刊的重要责任,然而现在却成了问题,岂非咄咄怪事?当下学术界“发表至上”“非升即走”等做法,导致“发表,不是为了陈述自己有限但是独到的见解,而是要向体制证明自己可以达到主流的要求,有模仿他人的能力。发表不是为了参与辩论、分析实际问题,而是为了保证自己在学术体制内的生存,为了维护这个体系。”^[50]在众人喧哗之际,静者独难。世风之下,不少核心和来源学术期刊,拒发博士、硕士生单独署名的论文,甚至只录用具备副高级以上职称和带基金的作者论文。放眼学术期刊界,发文越来越长,篇数越来越少;约稿比例越来越重,投稿比例越来越轻;大机构、名学者的文章越来越多,小机构、青年人的论文越来越少;影响因子的数据是好看了,学术期刊的口碑却难听了。临近年底,文科学者不得不一声叹息:“在C刊发文,为什么越来越难了?”无论你是教授,还是研究生,都感受到在学术体制内生存的压力。学术体制、学术评价的痼疾,“僧多粥少”的供需矛盾、高水平学术期刊资源稀缺,依然束缚着学术期刊的高质量发展。实行休克式疗法解决学术评价问题,似不现实。让各高校各研究机构真正做到“破五唯”,不再把期刊分成三六九等也难。面对两难的学术生态,学术期刊不要互相为难、互相内卷,而要加强自律、携手同行,共同为青年学者搭建公平的学术平台,不以作者单位、职称、学历等设置门槛,真正做到以学术为本,给予青年学者包容、支持和厚爱,让他们有展现创新能力、发表研究成果的平等机会。

(二) 学术期刊“高质量发展”的实践

2018年中央全面深化改革委员会第五次会议审议通过《关于深化改革 培育世界一流科技期刊的意见》,2019年中国科协等七部门决定联合实施中国科技期刊卓越行动计划,2021年中宣部、教育部、科技部等联合印发《关于推动学术期刊繁荣发展的意见》,培育世界一流科技期刊,服务高水平科技自立自强已经成为中国科技界、学术期刊界,乃至全社会的共识。5年来,在“卓越计划”的支持下,中国高质量学术期刊数量持续增多,学术水平与发文规模同步提升,国际学术影响力显著

增强,集群化、节约化办刊取得实质成效。截至2023年11月,“卓越计划”已累计支持培育438种科技期刊,其中包含22种领军科技期刊、29种重点科技期刊、199种梯队科技期刊。以《细胞研究》《农业科学学报》《光:科学与应用》《作物学报》等为代表的优秀科技期刊,通过建立双主编制、完善编委会制度、建立审稿人库、设立海外办公室、聘请兼职科学编辑等做法,广泛吸纳国内外顶尖科学家、一线科研人员深度参与期刊内容生产和传播运作,逐步缩小与世界顶刊的差距,部分甚至实现了“弯道超车”。^[51]

2021年习近平总书记给《文史哲》编辑部全体编辑人员回信中指出:“高品质的学术期刊就是要坚守初心、引领创新,展示高水平研究成果,支持优秀学术人才成长,促进中外学术交流。”^[52]此后,社科期刊更加明确了自身的使命、目标和任务,加快了高质量发展的步伐。社科期刊主要有以下几种做法:一是更注重内在品质,在栏目的“集成化”上下功夫,突出栏目特色和个性,彰显学术刊的生命力。二是更注重潜力挖掘,以问题为中心,以专题策划为抓手,进行跨学科研究。突出的特征在于,以问题来整合学科,而不是以学科来切割问题。三是更注重学术引领、人才培养,主动策划,聚焦对中国问题的研究、对中国道路的探讨、对中国经验的总结。四是充分发挥学术期刊在建构中国自主知识体系中的作用,既要继承和弘扬中华优秀传统文化,又要吸收和借鉴世界哲学社会科学取得的积极成果,通过互鉴与对话,不断推进知识创新、理论创新、方法创新,提升中国的国际学术话语权。

学术期刊高质量发展,百舸争流、奋楫者先。不过,远方的挑战依然严峻。

[参 考 文 献]

- [1] 张宇燕. 理解百年未有之大变局[J]. 国际经济评论, 2019(5): 9—19.
- [2] 李雯轩, 李晓华. 全球数字化转型的历程、趋势及中国的推进路径[J]. 经济学家, 2022(5): 36—47.
- [3] 刘学东. 数字化赋能, 创新生态建设进行时[EB/OL]. [2020-09-04]. https://www.sohu.com/a/416442982_120566625
- [4] 中国知网. 腾云期刊协同采编系统[EB/OL]. <https://findcb.cbpt.cnki.net/WKA/WebPublication/index.aspx?mid=findcb>
- [5] 朱剑. 在路上: 中国学术传播数字化转型三十年回顾——以学术期刊的转型为中心[J]. 理论与改革, 2022(4): 30—60.
- [6] 桑海. 学术出版数字化: 未完成的转型——以期刊与知网关系为中心[J]. 澳门理工学报, 2023(3): 135—145.
- [7] 顾青. 媒体融合背景下学术期刊的“数字化”转型发展——上海大学期刊社的实践与探索[J]. 传媒, 2022(10): 14—16.
- [8] 刘金波. 数字时代学术期刊共同体的功能新变[N]. 中国社会科学报, 2023-02-18.
- [9] 中国知网, 清华大学图书馆. 2023年“中国最具国际影响力学术期刊”[EB/OL]. 澎湃[2023-10-30]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25122605
- [10] 刘家真. 馆藏文献优先数字化的策略思考[J]. 图书馆学研究, 2003(5): 14—18.
- [11] 方卿, 郑昂等. 预印本学术交流模式演化历程与我国发展对策研究[J]. 中国图书馆学报, 2023(4): 56—71.
- [12] 汪新红. 优先数字出版是提高学术期刊出版速度的一种新模式[J]. 中国科技期刊研究, 2011(1): 90—92.
- [13] 高存玲, 姜昕等. 学术期刊网络出版进程与纸本期刊的未来[J]. 中国科技期刊研究, 2020(3): 253—258.
- [14] 贝多财经. 腾讯发布2023年Q2财报: 净利润同比提升33%, 多线并行发展[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1774641262541942660&wfr=spider&for=pc>
- [15] 杜焱, 蒋伟等. 中国高水平科技期刊微信公众号运营现状及提升策略[J]. 编辑学报, 2020(2): 204—208.

- [16] 谭天论道. 2022年, 公众号该如何做? [EB/OL]. 知乎[2022-02-18]. https://zhuanlan.zhihu.com/p/465370713?utm_id=0
- [17] 喻国明. 媒介革命——互联网逻辑下传媒业发展的关键与进路[M]. 北京: 人民日报出版社, 2015: 58.
- [18] 南瑶. C刊公号热文——综合性社会科学(一季度)[EB/OL]. 中国人文社会科学综合评价研究院[2022-07-28]. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzUwOTkwODA4Mg==&mid=2247505875&idx=1&sn=6ed668d2f9edb4177cab1b4e21dedcd0&chksm=f90992cece7e1bd8cafa58a2458c15454bed2c5fe6
- [19] 南瑶. C刊公号热文——高校学报(一季度)[EB/OL]. 中国人文社会科学综合评价研究院[2022-08-04]. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzUwOTkwODA4Mg==&mid=2247506122&idx=1&sn=dcb33b90828f8a330aee0440bc9fab65&chksm=f9099dd7ce7e14c11cd0f5af8ec2b9c822c971d21f9ab9f9a3daaac5dff9093c44bce53bb345&scene=27
- [20] 吴晨光. 内容获取十内容分发: 决定未来媒体的两个因素[J]. 中国记者, 2016(12): 81-83.
- [21] 林春香. 融媒体时代人文社科学术期刊微信公众号的传播力分析——以CSSCI(2021-2022)来源期刊为中心因素[J]. 闽江学院学报, 2021(6): 73-80.
- [22] 刘华鲁. 融合转型促发展, 集群建设再出发——信息通信科技期刊集群建设实践[EB/OL]. 通信世界[2022-07-15]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738428780962107234&wfr=spider&for=pc>
- [23] 本刊编辑部, 李鸿谷. 互联网: 出版融合的基点与方法——本刊编辑部就“市场化期刊转型”专访《三联生活周刊》主编李鸿谷先生[J]. 数字出版研究, 2023(3): 6-11.
- [24] 蔡伟. 新媒体时代电视新闻短视频化媒体融合传播策略[J]. 新闻文化建设, 2023(2): 185-187.
- [25] 中国互联网络信息中心. 第52次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. 百度百科[2023-08-28] http://www.cac.gov.cn/2023-08/29/c_1694965940144802.htm
- [26] 卫中. 未来已来, 短视频阅读让好内容“大众化”[N]. 文化报, 2023-06-08.
- [27] [英]斯图亚特·霍尔. 编码, 解码[M]. 王广州译. 北京: 中国社会科学出版社, 2000: 352.
- [28] 邓履翔, 沈辉戈. 编码理论视角下学术期刊短视频编码策略研究[J]. 中国科技期刊研究, 2023(3): 305-314.
- [29] 吴祝华, 刘若瑾等. 科技期刊论文视频化传播范式研究[J]. 新媒体研究, 2022(4): 94-99.
- [30] 杜海涛. 创新驱动, 融合发展——北京卓众出版有限公司期刊数字化转型的实践[EB/OL]. 中国期刊协会[2022-10-12]. <http://www.bjzzcb.com/index.php?m=content&c=index&a=newsinfo&id=500>
- [31] 尤笛, 边钊等. 科技期刊视频号短视频运营实践——以《遥感学报》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2022(6): 729-734.
- [32] 刘素贞, 张冰姿等. 国际科技期刊发展趋势及启示[J]. 出版与印刷, 2023(5): 73-80.
- [33] 科学出版社官网. 公司概况 2023年[EB/OL]. <http://www.sciencep.cas.cn/gsgk2017/gsjj/>
- [34] 编写组. 《中国科技期刊发展蓝皮书(2022)——数字经济时代的学术出版与交流平台专题》内容简介[J]. 中国科技期刊研究, 2023(7): 926-966.
- [35] 刘洁. 行业的旋流: 中国出版业阐释社群的危机话语建构[J]. 现代出版, 2023(1): 114-124.
- [36] 张耀铭. 欧美同行评议的历史演进与发展趋势[J]. 昆明学院学报, 2023(1): 23-30.
- [37] 张玟. 三审制评议, 编辑学刊[J]. 1989(4): 47-51.
- [38] 张劲, 李凤. 浅谈科技期刊的“三审制”[J]. 中国西部科技, 2009(21): 46-47.
- [39] 张耀铭. 挑战与进路: 数字时代的同行评议[J]. 理论与改革, 2023(3): 24-42.
- [40] 胡克兴, 刘徽等. 开放科学环境中的科技期刊同行评议研究[J]. 编辑学报, 2019(6): 610-613.
- [41] 朱剑. 数字时代的同行评议: 一个有待破解的悖论——以学术期刊匿名审稿制为中心[J]. 理论与改革, 2023(5): 51-71.
- [42] 李新根. 学术期刊同行评议中的学术不端行为及防范[J]. 编辑学报, 2022(2): 179-183.
- [43] 罗志田. 专家审稿制下坚持学术刊物的主体性[J]. 近代史研究, 2018(5): 4-6.
- [44] 原祖杰. 试论信用、伦理与同行评议制度[J]. 理论与改革, 2023(5): 37-50.
- [45] 习近平谈治国理政(第3卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2020: 38.
- [46] 金碚. 关于“高质量发展”的经济学研究[J]. 中国工业经济, 2018(4): 5-18.
- [47] 刘京希. 学术期刊“高质量发展”究当何谓? [J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2023(6): 211-214.

- [48] 中国科协. 推进世界一流科技期刊建设 服务高水平科技自立自强[EB/OL]. [2022-11-01] https://baijiahao.baidu.com/s?id=1748306271513694447&wfr=spider&for=pc_h
- [49] 孙正聿. 怎样把中国经验提升为中国理论? ——知识生产的理论思维[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2023(6): 5-11.
- [50] 项飏. 为承认而挣扎: 社会科学研究发表的现状和未来? [J]. 澳门理工学报, 2021(4): 113-119.
- [51] 新华社客户端: 对标一流 追求卓越 中国科技期刊高质量发展之路[EB/OL]. 新浪网, [2023-11-27]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1783695771756734953&wfr=spider&for=pc>
- [52] 习近平给《文史哲》编辑部全体编辑人员回信[N]. 人民日报, 2021-05-11.

(责任编辑: 刘 浏)

New Trends in the High Quality Development of Academic Journals

ZHANG Yao-ming

(Xinhua digest, Beijing 100706)

Abstract: In the face of unprecedented changes in a century, academic journals have responded to the trend, actively adapted and sought change with special topics planning, articles publication, innovated communication and new explorations. New results have been achieved, and new trends emerged. The digital transformation has become a new engine, laying a solid foundation for the high-quality development of academic journals. Prioritizing digital publishing has become a new trend, greatly reducing the time lag of academic paper publication, thereby increasing the attention and citation rate of papers. The WeChat official account has become a new standard configuration, creating a ubiquitous environment for the dissemination of academic papers across time and space barriers. Short videos have become a new scene, and the short and rich visual experience with exquisite visuals has turned academic papers into sticky listening products that attract users. Clustering has become a new model, forming different development paths of incubation, linkage, franchise, and collaboration. Peer review has become the new norm, not only correcting the excessive concentration of academic power, but also a constraint on the arbitrary evaluation power. High quality development has become a new goal pursued by academic journals, which is mainly reflected in "quantitative development" and "qualitative innovation".

Key words: digital transformation; priority digital publishing; WeChat official account; short videos; clustering; peer review; high quality development