

中国媒介研究前沿系列报告
总主编 刘海贵 任志明

ZHONGGUO
QIKAN YANJIU
QIANYAN
BAOGAO

中国期刊研究 前沿报告 (2013)

主 编 任志明

副主编 黄淑敏 周明豫 韩笑

民族出版社

ZHONGGUO
QIKAN YANJIU
QIANYAN
BAOGAO

中国期刊研究 前沿报告 (2013)

主 编 任志明

副主编 黄淑敏 周明豫 韩笑

民族出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国期刊研究前沿报告. 2013 / 任志明主编. —北京:
民族出版社, 2014. 7

(中国媒介研究前沿系列报告/刘海贵, 任志明主编)

ISBN 978 - 7 - 105 - 13295 - 9

I. ①中… II. ①任… III. ①期刊研究—研究报告—
中国—2013 IV. ①G255. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 150368 号

中国期刊研究前沿报告. 2013

策划编辑: 康厚桥

责任编辑: 康厚桥

封面设计: 金 潇

出版发行: 民族出版社

网 址: www.e56.com.cn

地 址: 北京市东城区和平里北街 14 号

邮政编码: 100013

印 刷: 北京彩云龙印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 11.75

字 数: 170 千字

定 价: 25.00 元

ISBN 978 - 7 - 105 - 13295 - 9/G · 1902 (汉 916)

该书如有印装质量问题, 请与本社发行部联系退换

(汉编一室电话: 010 - 64271909 发行部电话: 010 - 64224782)

本著作出版，

得到“中国博士后科学基金第五批特别资助”支持！

西北师范大学“知识与科技创新工程”科研骨干培育项目资助！

写在前面的话

我们身处“全球化”时代！

这样一个时代，更是“网络化”“数字化”“信息化”“媒介化”时代！

这样一个时代，既五颜六色，又单调乏味；既五光十色，又百无聊赖；既五彩斑斓，又寂寞难耐……

这样一个时代，我们既寻求着变化，又难以适应周遭的变化；我们既追赶着变化，又时刻担心在“变化”中“被疏离”“被隔膜”“被边缘”，甚至“被淘汰”……

“不是我不明白，而是这世界变化快！”

其实，这样一个时代，“变化”是唯一不变的主题。

“全球化”所向披靡，“网络化”轰轰烈烈，“数字化”突飞猛进，“信息化”一路高歌，“媒介化”更是无孔不入……

媒介，人类的发明，现在却深刻地影响着人类；媒介，人类的创造，现在却似乎“再造”与“刷新”着人类；人类发明创造的传播工具和交流载体，无时无刻不在改变着我们人类自身。

很难想象，如果没有了更新换代的媒介，所谓的“全球化”会是怎样的情形？如果缺少了与时俱进的媒介，人类是否会进入所谓“网络化”“数字化”“信息化”时代？

我们的迷惑甚至困惑也正在于此，我们发明创造的媒介，在极大地方

使我们、有益于我们的同时，是否也在很大程度上全面地“异化”着我们?!

身处这样一个时代，我们不得不深思：我们应该怎样应对“全球化”所向披靡的种种挑战？怎样面对“网络化”轰轰烈烈的迅猛来势？怎样适应“信息化”一路高歌的突飞猛进？怎样审视“媒介化”对我们自身见缝插针、无孔不入的影响？

浩浩荡荡的时代潮流之中，到处弥漫着喧哗与躁动，到处充斥着傲慢与偏见，到处游荡着无知与冷漠，到处深藏着潜伏与暗算。与此相应的是，到处显摆和洋溢着虚拟的快乐、虚构的享受和虚妄的幸福，还有鼓吹的谎言、炒作的心机、利益的合谋、资本的雄心、权谋的指令……由此，梦想和失落如影随形，冲动和懊恼遥相呼应，野心和自虐瞬间转换，焦虑和郁闷在所难免！

凡此种种，尽可以理解，也尽可以不解！

我们该如何是好?!

没有更好的招数和路数，还是静下心来研究“它们”吧！

媒介研究，或许是解开这些迷惑与迷惘之锁的一把钥匙，或许是我们瞭望纷繁复杂世界的一叶窗扉，或许是我们进入深度深层思考的通幽曲径……

媒介研究，或许我们找不到我们想要的答案，然而，至少可以让我们多彩的生活少一些谜团。

好，心动不如行动，马上行动吧，

媒介研究，开始了！

目 录

第一章 中国期刊研究前沿	1
一、期刊理论研究	1
二、期刊内容研究	5
三、期刊栏目研究	7
四、期刊读者研究	10
五、期刊编辑研究	12
六、期刊广告研究	15
七、期刊品牌研究	18
八、国际性期刊研究	21
九、期刊设计研究	23
十、期刊经营发行研究	25
十一、结 语	30
第二章 期刊理论研究前沿	32
一、期刊销售理论研究	32
二、期刊编辑理论研究	36
三、期刊评价理论研究	39
四、结 语	46



第三章 期刊内容研究前沿	47
一、期刊内容的研究特征分析	47
二、发挥数字化网络平台优势	51
三、期刊编辑意识的强化及转变	53
四、新环境下传统期刊发展策略	56
五、结 语	58
第四章 期刊栏目研究前沿	59
一、期刊栏目的发展现状	59
二、期刊栏目的选题策划	60
三、期刊栏目的设置之道	63
四、期刊栏目的品牌建设	64
五、期刊栏目的创新策略	68
六、结 语	69
第五章 期刊读者研究前沿	70
一、读者心理意识的嬗变：受众意识与品牌意识	70
二、公安类与科技类期刊：问题分析与应对策略	72
三、受众时代的发展路径：品牌差异与媒介融合	74
四、结 语	77
第六章 期刊编辑研究前沿	78
一、数字化时代期刊的现状与发展趋势	78
二、期刊编辑思想的理念创新	79
三、数字出版时代期刊编辑的素质要求	82
四、期刊编辑工作的能力提升	88
五、结 语	92

第七章 期刊广告研究前沿	93
一、期刊广告的研究现状	93
二、科技期刊广告的经营优势	94
三、科技期刊广告运营的劣势	96
四、科技期刊拓展广告市场的措施	97
五、期刊广告面临的困境	101
六、结 语	102
第八章 期刊品牌研究前沿	104
一、期刊品牌形成的机制	104
二、缺少品牌期刊的原因	106
三、创立品牌的战略途径	108
四、期刊品牌的衍生力量	110
五、结 语	113
第九章 国际性期刊研究前沿	115
一、国际性期刊的现状分析	115
二、国外期刊的类别分析	116
三、中国期刊的现状分析及创新措施	119
四、国外期刊运作机制及其发展动态	121
五、结 语	125
第十章 期刊设计研究前沿	126
一、期刊设计的现状分析	126
二、期刊设计的改进原则	128
三、期刊设计的改进策略	133
四、封面设计实践创新案例	138
五、结 语	139



第十一章 期刊经营研究前沿	141
一、期刊经营策略研究	141
二、期刊经营模式研究	144
三、期刊经营出路研究	146
四、期刊盈利模式研究	148
五、结 语	151
第十二章 期刊发行研究前沿	152
一、期刊发行模式研究	152
二、期刊发行市场研究	156
三、期刊发行渠道研究	158
四、期刊发行策略研究	161
五、结 语	164
主要参考文献	165
后 记	177

第一章 中国期刊研究前沿

随着计算机技术、网络技术及数字移动终端技术的飞速发展,平板电脑、上网手机已经逐步深入人们的生活。获取信息的方式发生了翻天覆地的变化,信息内容也由传统的白纸黑字逐步向数字符号转化。在数字化时代,数字化出版势在必行。相对于传统的纸质出版,数字化出版为人们提供了更为广泛的信息和获取途径;又因其兼容了传统的报纸、广播、电视等多种媒介的传播手段,具有信息承载量大、传播迅速、成本低廉等优势,在短短的十几年中迅速发展。近些年来,国内期刊的数字化出版发展十分迅速,但与发达国家相比,还存在一定的差距。

一、期刊理论研究

期刊理论研究是期刊研究的基础,同时也是期刊研究的重头戏。

(一) 期刊销售理论研究

1. 期刊“三次售卖”理论的实质

第一次售卖是“卖内容”。期刊通过编发观点鲜明、材料翔实的论文和评论来满足读者的知识获取需要,并以此获得期刊本身的售卖收入。第二次售卖是“卖读者群”。期刊因行业属性的差异各自拥有一定数量,而且相对固定的专业读者群,专业读者群除了关注期刊本身的专业知识以

外,还或多或少会有对其他行业信息的消费诉求。这时,作为行业信息传递载体的行业性广告便应运而生了。第三次售卖则是“卖期刊”,即出售期刊的品牌资源^①。

2. 学术期刊微博营销——PRAC 法则

PRAC 法则涵盖微博运营体系中的四个核心板块,分别是 Platform (平台管理)、Relationship (关系管理)、Action (行为管理)、Crisis (风险管理)^②。

3. 整合营销 4C 理论在学术期刊中的运用

结合整合营销理论,学术期刊应从四个方面对编辑工作进行优化:以读者为中心,传递最有价值的学术信息;制订合理价位,寻求受众认可;提供便利渠道,方便受众阅读;建立灵活有效的反馈机制^③。

4. “受众即市场”理论初探

我国科技期刊领域树立“受众即市场”的观念,指导学术和经营尤为必要。科技期刊应适度细分“小众”市场;抓住“小众”市场里面的大发行量期刊,重视行业期刊和会刊;科技期刊的细分与“大众化”的结合,做强科普期刊^④。

(二) 期刊评价理论研究

1. 布拉德福文献离散定律——期刊评价理论基础

布拉德福定律是期刊评价最基础的理论,但这一理论的基本内容仅仅描述文献在期刊中的数量分布规律,并不涉及论文的质量,其唯一的评价指标就是期刊载文量。加菲尔德发展了布拉德福定律,并从中引申出了引

① 任健:《从期刊“三次售卖”理论实质看期刊竞争力提升路径选择》,载《科技与出版》,2012(1)。

② 朱晓云:《学术期刊微博营销问题及对策研究》,载《中国出版》,2012(18)。

③ 王佳、杨琦、赵文义:《整合营销 4C 理论在学术期刊编辑工作中的运用》,载《编辑之友》,2012(4)。

④ 关卫屏、刘斌、游苏宁:《科技期刊“受众即市场”理论初探》,载《新闻大学》,2011(1)。

文分析理论,从论文被引用的角度来评价论文和期刊,将期刊论文的量与质结合起来,从而开创了期刊评价的科学方法^①。

2. 期刊评价新指标——hd 指数

通过对哲学、宗教、法律、贸易经济、语言学和图书情报学六个学科期刊 hd 指数的实证分析,得出了以下结论:其一,期刊网络传播力能更及时全面地反映期刊的使用价值和学术影响;其二,期刊 hd 指数与 hc 指数一样具有学科领域敏感性;其三,期刊 hd 指数与总下载频次和篇均下载频次之间的相关性较好,但这三个指标含义不同,各自独立,不能相互替代;其四,期刊 hd 指数数据处理方法较科学;其五,期刊 hd 指数与下载论文篇数之间的相关性较弱,体现了期刊 hd 指数的质量价值取向。其六,期刊 hd 指数较 hc 指数具有时效性强、区分度高和抗干扰能力强的优势^②。

3. 海洋科学类期刊评价中的 SJR 指数应用研究

SJR 相对于影响因子等无权重的评价指标,兼顾了被引数量和被引质量的双重评价,一经问世就得到了国内外研究者的广泛关注;但目前 SJR 在我国期刊评价中应用较少,其中一个重要原因是国际知名的引文数据库对我国期刊收录较少。

4. 基于 Page Rank 算法的期刊评价理论模型

PageRank 算法基于这样的假设:一个网页被其他网页链接得越多,它的排序就越靠前;一个网页越是被排序靠前的网页所链接,它的排序也应该越靠前。即如果一个网页被一个重要的网页链接,那么它也应该是一个重要的网页^③。

5. 网络电子期刊数据库——FCE 三级评估核算法

该算法采用模糊评判理论,建立基于 FCE 三级评估核算算法,应用模

① 郭延坡:《期刊评价的理论基础:布拉德福文献离散定律》,载《天水行政学院学报》,2012 (4)。

② 许新军:《h 指数在期刊网络传播力评价中的应用》,载《情报杂志》,2012 (11)。

③ 尹莉:《一种基于 Page Rank 算法的期刊评价理论模型》,载《情报科学》,2012 (12)。



糊变换原理和最大隶属度原则,评价相关项目的各个子因素,规避了干扰因素的影响,对图书馆电子资源服务进行科学的综合评估。通过建立图书馆电子期刊数据库评价系统,使处于复杂环境中的评判结果更加快速、科学、有效,力求探索出一套适用于国内图书馆衡量评估电子资源服务水平的技术解决方案,促进数字图书馆的快速发展^①。

(三) 期刊编辑理论研究

1. 利用“浅阅读元素”

浅阅读与深阅读在阅读符号、阅读方式、阅读内容、阅读目的上有着明显的区别,但浅阅读可以让读者发现值得深阅读的东西,而传统阅读积累的功底能使浅阅读的选择更为准确。合理利用“浅阅读元素”,以增强论文的吸引力,扩大期刊的传播效果^②。

2. 3个“相对论专号”

3个“相对论专号”的编辑发行表明:五四时期综合类期刊融学术性、知识性及新闻性和情报性为一体,以传播世界最新科学知识、求真致用为宗旨,集科学理论、科学方法、科学精神的传播于一身,大力普及、推广科学知识,成为介绍先进技术、传播科学知识的重要媒介^③。

3. 拉斯韦尔5W模式

经典拉斯韦尔5W分别为:“Who”,传播者;“say What”,传播的信息内容;“through Which channel”,传播的渠道;“to Whom”,受传者是谁;“With what effect”,这种传播取得了什么效果。“5W模式”是最早将信息传播过程准确划分为5个阶段的理论^④。

① 李宇:《电子期刊数据库评价系统的创建与实现》,载《情报科学》,2012(12)。

② 陈青云:《浅阅读时代的学术期刊编辑加工》,载《出版发行研究》,2012(11)。

③ 白秀英、姚远:《3个“相对论专号”的编辑策略研究》,载《编辑学报》,2012(4)。

④ 侯榕育潇:《非学术性音乐类电子期刊与纸质期刊的比较研究——运用拉斯韦尔5W模式》,载《图书与情报》,2012(6)。

二、期刊内容研究

对期刊而言,内容是核心资源,也是核心优势,只有打造好期刊的内容,才能持续提高传统期刊的核心竞争力。

(一) 关于期刊内容的划分

期刊按照内容可以划分为行业性期刊、新闻类期刊与商业性期刊。行业性期刊致力于某一行业,根据广告商的需求,筛选广告商满意的受众作为发行对象。这类杂志最好的方式是由传媒集团和该行业的领导性企业集团合办,实现优势互补,互利共赢的局面^①。新闻类期刊主要以时政新闻作为主要内容,这类杂志目前的发展势头良好,基本实现了赢利。若想进一步发展,一方面要拓展政治生存意识,另一方面要提高广告意识^②。商业性杂志主要从广告商和受众的角度来考虑问题,不涉及任何政治风险,这些杂志的广告收入都已经超过1亿元。随着人民生活水平的提高、生活节奏的加快和中产阶级的发展壮大,这类杂志将有着无限美好的前景^③。

(二) 学术性期刊的现状与挑战

短短几年的时间,学术期刊研究成果不仅数量上与日俱增,而且在研究内容上也做到了与时俱进。除了传统的“总论”和“业务”研究外,其他的研究领域都经历了由少到多,甚至是从无到有的发展^④。当前,部分学科划分越来越细,而有些学科又在相互融合,从而产生出一些边缘和交

① 俞涛、王道平、张高明:《期刊的生态化生存策略》,载《中国出版》,2012(16)。

② 舒亚俐:《试论期刊的选题策划》,载《中国出版》,2012(21)。

③ 杨宏、卢振举:《网络环境下科技期刊的发展思路》,载《中国科技期刊研究》,2012(8)。

④ 郭利劭、游苏宁:《提高期刊竞争力——〈中华医学杂志英文版〉办刊实践》,载《出版发行研究》,2012(3)。



叉学科,促使学术研究“百花齐放、百家争鸣”。学术期刊研究空前繁荣,成果丰硕,但存在的一些问题也不容忽视,研究内容雷同就是其中之一,特别是在传统的研究领域中,这一现象较为明显。因为评价指标体系和方法相同,即使研究对象不同,也很容易造成“千刊一面”的局面。高质量的内容始终是学术期刊的生命线,一旦学术期刊放弃坚守内容质量,不治理内容雷同的问题,使质量低劣、内容相似的文章登上期刊版面,将丧失宝贵的公信力,最终将失去其学术共同体代言人的地位。

(三) 发挥数字化网络平台优势

目前的数字出版方式仅仅是将期刊纸版内容简单地转化为数字版,实现全文数据库检索,供读者阅读下载,而非期刊全流程网络出版。这种数字化只是把纸质期刊的内容以电子版的形式放到了网络上,并未对传统的期刊编辑、运营和管理产生根本性的变革。因而制订一套全流程网络出版解决方案,即通过资源加工平台、内容资源管理平台、应用和发布平台、网络营销平台等环节,打造出适合期刊网络出版的技术支撑平台尤为重要。实现上述目标将为期刊杂志社由传统出版商向专业的科技信息数字出版商的跨越打下坚实的基础^①。

(四) 编辑意识的强化与转变

期刊编辑意识的转变体现在编辑的角色定位意识、整合意识、品牌意识与版权保护意识。在海量内容的数字时代,特别是在“内容为王”的立体出版及知识服务的发展趋势下,编辑的角色会更加重要,将被赋予新的、更广泛的职责和内涵。作为质量“把关人”的角色将不断加强,作为

^① 程维红、任胜利、王应宽:《中国科协科技期刊网络化出版现状》,载《中国科技期刊研究》,2012(16)。

高质量内容的“狩猎人”，以及作为引导者与服务者的角色将不断凸显^①。质量精品化、运行集群化、出版细分化和竞争全球化，是期刊数字出版发展的必然趋势^②。随着产业链的不断发展，出版者的整合和再定位，使期刊品牌的强化甚至再塑成为出版者不得不面对和思考的问题。这就要求作为具体实践者的科技期刊编辑必须强化品牌意识：不仅要继续深入挖掘优势报道领域，激发品牌的马太效应，更要把握科技发展脉搏，找准定位，创新选题，开辟栏目，从根本上提高办刊质量和水平，强化期刊的品牌特色^③。

三、期刊栏目研究

期刊栏目是编辑人员根据办刊宗旨和编辑方针，再结合来稿特点和读者需要而设定的，是读者需要、编辑意图与作者来稿三方面因素综合作用的结果。栏目设置的好坏，直接关系到杂志的影响力和生命力。栏目设置的特点与特色，决定一本杂志的品位与品质^④。

（一）期刊栏目的发展现状

在媒介市场竞争日益加剧的条件下，绝大多数媒介在实践中都注意到了栏目设置对于内容和经营的重要性，因而对栏目自身的研究提出了更高的要求，对竞争对手的栏目研究提出了更多的课题。

（二）期刊栏目的编辑能力

编辑是出版企业中的核心员工，肩负着策划、组稿、审稿、校对、发

① 程维红、任胜利：《我国科技期刊由传统出版向数字出版转型的对策建议》，载《中国科技期刊研究》，2012（3）。

② 肖宏：《面向国际的学术期刊发展措施》，载《编辑学报》，2012（7）。

③ 张丽萍：《数字出版背景下传统期刊业的发展模式创新》，载《编辑之友》，2012（2）。

④ 李居清、张顺亮：《打造特色栏目提升杂志影响力——兼谈〈黄河民兵〉栏目设置的实践与思考》，载《军事记者》，2013（7）。