

智媒时代学术期刊内容创业*

□文 | 刘俊

[摘要] 智媒时代, 学术期刊在内容创业层面应未雨绸缪, 持续地保持学术性、能见度、引领力、创造活力。从学术期刊的内容生产来说, 智能机器让编者的任务更聚焦, 学术期刊需自主利用新媒体分发内容, 也要注意学术判断标准有其稳定性和谨慎性。从运营平台的内容传播来说, 赋权时代的四大总体性内容传播理念是接受而非寻找、简便而非繁琐、众乐而非独乐、场景而非单调; 智媒时代的四大具体内容传播实践是注重精准化和个性化、场景化和虚拟化、视觉化和去实物化、嵌入化和社交化。

[关键词] 智能媒体 媒介融合 学术期刊 内容创业 数字出版

内容创业是遵循“内容为王”的理念, 聚焦于内容的品质精耕、有效传播的创业方式。本文所论及的内容创业问题, 有相对明确的切入点和独特性: 一是本文不仅立足当下的新媒体时代规律, 更远眺和预设未来智能媒体(以下简称“智媒”)时代的内容创作和传播问题; 二是本文探讨的对象是学术期刊, 非功利的学术出版和带有消费色彩的创业之间, 本身就存在悖论张力, 以及合目的的同一性, 本文所指的“创业”也可以被理解为创意、创新、创造的融合。

一、问题的提出: 未雨绸缪与时代话题

本文的探讨基于一个宏阔的时代背景。从约定俗成的意义上说, 在我国作为研究的“传媒”领域, 主要包括三个学科或维度: 新闻传播、编辑出版、影视艺术。当前, 就实践而言, 在新闻传播领域, 媒体融合已经成为热络词汇; 但这个时代不仅是媒体融合的, 而且是出版融合的、艺术融合的。这些新的时代状况, 深刻地影响着当前和未来人们的信息吸纳方式、交往沟通方式、社会组织方式、文化生产方式、精神实现方式。具体到编辑出版领域,

我们需要注意到, 在智媒时代, 融合主要体现在创作、传播、接受这个编辑出版活动全流程中: 创作主体、创作元素是融合的, 传播渠道、传播理念是融合的, 接受反馈、接受欲望是融合的。这种时代性征兆也将是下文描述、思辨、对策和预见的前提。

1. 智媒时代的内容创业, 是学术期刊可持续发展的增长点

当前和未来学术期刊的发展, 一直有一个隐忧, 这也是本文重要的逻辑起点。也即, 由于如当前院校职称评定等因素, 学术期刊以如今的地位, 相当大程度上说, 其生存问题并不令人担心, 甚至是“被恳求”的一方, 这也阻碍了学术期刊在新技术、新媒体上的内容创业创新动力。从这个意义上说, 面对一个势如破竹的新的类人的智媒时代, 学术期刊在内容生产和传播层面如何未雨绸缪, 持续地保持学术性、能见度、引领力、创造活力, 也是一个紧要的问题和话题。毕竟, 内容与形式的相得益彰, 文与质的动态协调, 终究应该是学术期刊不断发展的不竭动力。

就当前本话题的研究现状而言, 突出表现为如下三点不足和困境。一是口号式、宏阔式的表达, 多于实际实践策略的落地。这也部分因作者的年龄

* 本文系北京市社会科学基金基地项目“融合时代首都主流媒体的传播艺术提升研究”(17JDXCB002)、国家新闻出版广电总局广播影视部级科研基金项目“媒介融合时代中国电视时政新闻发展创新研究”(GD1709)、国家社会科学基金重大项目“中国影视文化软实力提升的战略与策略研究”(14ZDA055)的阶段性成果

结构、领域结构、认知惯性而疏于对智媒技术的切实深悟，更多基于传统媒体实践和思维的智媒想象便显得浅表而虚无。二是跟随式研究，多于引领式探讨。这也便是为什么在近十年来探讨数字出版已有实践的研究大盛，而对于未来的智能媒体时代、虚拟现实时代的融合出版问题缺乏有创见的预见性，以及有可行性对策转化的研究和思考。三是研究对象的笼统性论析，多聚焦于明确切口的问诊。如果说对智媒时代的出版活动当前尚有讨论的话，那么本文聚焦于智媒、学术期刊、内容创业三大关键词的融合，相关研究目前尚十分缺乏。

2. 智能媒体的发展，将是极“简”和极“繁”的相交

智能媒体发展是本文探析的最基本指向，其可预见的未来状貌，决定了我们对学术期刊内容创业的基本筹划，有必要在进入研究主题之前，对其稍加探析。

一是未来智媒的“形态”将会“极简”。从形态来说，智能媒体的“简”指其物质化存在会越来越轻便，甚至走向随处有形也随处无形。这种发展会经历两个阶段，第一个阶段，是“移动”和“轻便”的阶段。未来的手机、平板电脑（Pad）、电子书阅读器等移动终端，连同电脑屏、电视屏等，都将集合为一个非常轻薄的电子纸，且电子纸可以折叠，这是一种移动终端的变体。而第二个阶段，是“随处”和“无形”的阶段。屏幕和智能终端将是随处即时的，例如我们的各类墙面、橱面、桌面，以及居家和公共场所各类界面，甚至是以空气为界面，都将是智媒的触摸屏，并可以自动识别我们的指纹，我们个人所有文件可以即时地呈现在任何界面的屏幕上，此即随处是形也随处无形。

二是未来智媒的“内容”将会“极繁”。从内容来说，智能媒体的“繁”指其能够发挥的功能、呈现的场景、释放的影响会越来越丰富，甚至走向对物质客观世界的全面替代。未来我们可以通过智能媒体体验丰富的生活、工作、学习的场景，例如虚拟现实、增强现实、混合现实为我们完全再造了一个虚拟时空。通过佩戴越来越轻便的虚拟现实设备，甚至未来实现裸眼虚拟现实，每个人都天然地

同时生活在两个世界中：实体世界（物质世界）和虚拟世界（数字世界），而且两个世界各有万千，都是生活世界、日常世界，且并行不悖。

总之，随时随地、触手可及的璀璨绚烂，是智媒时代的图景；而且这个图景并不遥远，我们对学术出版的内容创业，也以这种预想和预见为筹划方向。

就智媒时代编辑出版活动的全流程而言，本文从内容“生产”和“传播”两大维度探析学术期刊内容创业问题。

二、学术期刊的内容生产维度

学术期刊是智媒时代内容创业的源头，是内容链条的最前端，从“内容为王”的角度，其内容生产的质量和层次，在很大程度上决定了内容传播和接受的可能性。

1. 编者的解放：智能机器让编者的任务更聚焦

智媒时代，智能机器可以替代人（学术期刊编辑）完成很多任务，如文章格式（如正文、注释等）的精准智能生成，如通过算法使校对（如勘误、核红等）环节智能完成，等等；因此，编辑在内容生产阶段，可以更多聚焦于内容创造本身，如选题的策划、修稿的思考、编撰的互动、内容的推广、专业的磨砺、学理的思考、论文的撰写、自身的提升等方面。而且，在未来，即便是编辑在内容的创造中，智能工具也可以进行有效的辅助，如大数据的智能分析，编辑在策划时，通过智能算法得出选题意义、已有研究、读者需求、潜在趋势等结论；这些资料的来源不仅限于学术期刊，也来自如互联网空间的各类话题、各类文字的词汇频度等。再如大数据的智能分析，可以评估作者的研究领域、研究层次、研究质量、研究潜力、研究效果等。“论文被阅读、下载、转载、推荐、标记、评论等‘使用行为’可被跟踪、记载、统计。利用文本挖掘技术，通过对引用内容的语义分析，可揭示施引者的引证动机、态度、性质、深度等，对单篇文献质量与影响的微观评价将更为客观公正。”^{[1][2]}当然这种智能大数据的择文，也需要与作者的自由来稿相结合，

机器与“人”要相得益彰。

2. 自办的推广：学术期刊自主利用新媒体分发内容

在智媒时代，学术期刊一方面可以继续通过运营平台进行内容推广，也将会有更有效的手段聚焦于自主的新媒体传播。在可预见的将来，这主要包括以下几种形式：一是未来智媒会出现比微信公众号更简便、易行、有效的内容生成和分发样态。新样态不仅界面和操作友好，需要人介入得更少，智能工具负责的内容生成更多，且分发和推广如微信一样会是植入生活的，也因此影响巨大。学术期刊需要随时准备并把握新样态的出现。

二是重视数字期刊的出版，以及未来在智媒上出版期刊。现阶段优先出版的做法可供参考。优先出版如今已成编辑出版领域的常识和常态，为了节省从投稿到刊印的时间成本，为了鼓励原发成果的落地抢发，为了更大范围内吸引优秀稿源，而采用的数字出版提前于纸版的方式刊发。智能出版会是现行期刊出版方式的全面升级，纸版也会出现多种并在的出版模式。

三是重视“一文多样”的分发，在内容策划和编辑环节就有意识地思考根据不同的分发手段，而设置可供分发的诸多节点。这对未来的期刊编辑的要求更高，需要既了悟传统媒体、传统出版的规律，又要深悟新媒体创造的规律，集传统媒体编辑和新媒体编辑两个工种于一身。当然，在分发过程中，需要注意很多问题，如在小屏幕或者不同而多元的智媒屏幕上，如何设计呈现方式，才能使带有学理性的复杂内容，能够被读者更准确和便捷的捕捉到；如需要注意差异化地借助专业运营平台，避免期刊和平台重复建设问题。

3. 期刊的坚守：学术判断标准有其稳定性和谨慎性

当然，无论未来智媒时代如何发展，学术期刊依然有其特殊性需要坚守，这便是对投稿学术判断的严谨性，对成果的理论性、思辨性、前瞻性、创见性等标准的坚持。

传统的精英思维，在期刊内容分发时可能需要消解和调适，但在对稿件的内容判断时，依然发挥

重要作用。也即，通俗化适用于传播分发环节，如标题的重修、呈现的多样；但期刊的前端质量决不能浅平化，否则这个领域和行业的根基和价值就不复存在。

而且我们还需警惕，如今机器人已经可以迅速而准确地撰写、发布新闻，未来智能机器人是否可以写论文？世界上已经有通过新媒体技术的内容分析，根据词频、词义等智能拼凑出的论文，且此数字拼凑出的论文并未被学界察觉出来，还得到了公开发表。甚至未来阅读学术期刊的不仅是人，还可能是机器，机器对期刊进行阅读和智能分析，培养出专业的论文写作技能，完成定制人的任务目标。

三、运营平台的内容传播

狭义上说，运营平台本身并不生产内容，但在多维融合的智媒时代，内容传播的重组、重构和创意、创新同样是一种广义的内容生产，而且“渠道为王”如今已和“内容为王”成为并举的内容创业的两大支柱，也可见运营平台之于内容问题的重要性。

1. 赋权时代的四大总体性内容传播理念

新媒体时代和未来智媒阶段，是“赋权”的时代。这种赋权或可分为两个方面：一是技术赋权，此为“形式”层面的保障，使接受者拥有发声与传播的技术，这种技术赋权甚至可以一夜之间使弱势接受者成为强势传播者；二是社会赋权，此为“内容”层面拓荒，在技术保障基础上，使原本不具话语权的接受者可以就社会生活的多元问题发声发言，产生影响。^[3]

在这种赋权时代下，四种新的传播理念已经逐渐成为一种新媒体的规律：接受而非寻找（将内容推送到受众眼前都未必获得关注，更难以指望受众日常性的寻找内容）、简便而非繁琐（能够在最短的如点击动作中，获得最丰富、实用、璀璨的内容）、众乐而非独乐（阅后自己快乐不是彻底的快乐，而是分享之后获得他人广泛的反馈才是深度的快乐）、场景而非单调（从单一的图文体验感，走向丰富的场景体验感）。

赋权时代，是一个重受众的时代，当前的数字化阅读，例如微信公众号阅读，以及未来的智媒接受，对于普通民众来说，可能只是为了消遣时间、打发时光、转移情绪、消费释放、对特定偏执欲望的满足等个性化、碎微化的目的。这种新型阅读习惯，也是一种整体性阅读生态，值得关注。

在未来，从需求上分类，智媒阅读发展需要诉诸个性、精准、社交、场景、视觉等元素找突破；而以感官来分类，智媒阅读发展需要在同时诉诸于视、听、触、嗅、感上找突破。在此基础上还需要注意：一是“重技术、轻内容”的问题，先进的技术如果没有内容来支撑，也难以形成某种阅读欲望和习惯；二是“售后服务”式的服务用户的持续性问题。目前之所以很多展示学术期刊内容的运营平台无法深度介入并黏着受众和用户的阅读习惯，其原因大致和上述种种理念和元素紧密相关。

2. 智媒时代的四大具体性内容传播实践

上述整体性理念必然需要落地，这也是本研究的核心意义；而落地的具体对策，又时刻回指着理念的调适与夯实，使这个过程成为一种良性结构。智媒时代内容传播的具体实践，可从如下四个维度探析。

精准化和个性化。精准化和个性化是紧密相关、相辅相成的，其方式有很多，例如，智媒完全可以根据读者生活中的各类个性化行为（如阅读行为、位置转换、情绪变化、所遇问题）推测读者的阅读习惯、阅读需求，以更精准为读者推送内容，实现“智媒比你更了解你”。又如，根据不同读者的个性化内容需求，精准化定制内容，让智媒为读者进行内容重组。这种定制可能很“大”，如完全精准、全面、有逻辑、有代表性地检索出一个研究主题的所有文献，而且这种定制还因为是付费的，以及智媒大数据专业检索和算法的升级，要比当下读者在各类系统中自己检索要准确和便捷得多，几乎可以一键定制；同时，这种定制也可能很“小”，比如特定领域论文的某些段落或者某些观点的集合。

再如，将论文拆分为逻辑段落、自然段落、要点、观点、知识元、词频等，在此基础上提供大量

可供重组的节点，用于检索、阅读、关联、重组阅读与知识发现。“通过对碎片化内容大数据的规范化加工、标注形成可挖掘数据，嵌入用户的大数据分析系统、机构知识管理与知识服务系统、协同研究平台、探究式学习平台等系统中使用。”^[4] 还如，语义出版是一种新兴出版形态，代表着数字出版的前沿。语义网将“推送信息”转变为“拉取信息”，将“知识管理”转变为“管理知识”。学术期刊将从发现内容向操作内容演变，“智能化”论文可“发现”读者。^[5] 而且除了发现读者，还可以帮助读者根据个性化需求对学刊内容再解读，“一小时读完一本期刊”“一小时读完一个领域”在当下和未来的快节奏的人的生活中，将会有极大的市场。

场景化和虚拟化。从来没有一个时代，像智能手机那样为我们提供了物质世界（现实世界）之外的充满丰富场景的数字世界（虚拟世界）。如今我们的打车、点餐、订票、逛店、工作讨论、旅行伴随、情感交流等都被智能手机场景化了。“在移动场景时代，移动设备、社交媒体、大数据、传感器和定位系统已经融合成为一个有机的场景系统，用户的即时需求会通过大数据平台得到满足，并通过传感器和移动设备传递给相应内容提供商，最后再由定位系统完成消费行为与场景的适配。这一过程不仅是信息的收集过程，更是个性化推荐的过程。”^[6] 未来如果虚拟现实技术能够解决成本问题、眩晕问题、轻便问题、内容问题等四个核心阻碍，便会将把人的虚拟场景化的生存进行到底。“在虚拟现实能够展示介于电子读物与实体读物之间的全新阅读概念，满足读者超文本跨界体验的好奇心；读者可以选择进入预设的虚拟场景，还可配上个性化音乐，独自深度享受穿越时空的阅读时光；通过360°全景照片、视频、三维（3D）模型、二维（2D）图文以及音频等技术，实现全媒体的深阅读。”^[7] 虚拟现实阅读不仅有手段上的创新，还会使阅读变得十分美好，它可以通过“造境”，让读者置身不同场景中体会不同的心情、情绪、氛围，并配合音乐、气味、色彩、光线等的变化。在这种体会和配合之下的学术期刊阅读，无论是否有助于阅读效果，总是一种创新的体验和可能的趋势。当然，对于学

术内容的娱乐化接受倾向，我们还是需要保持谨慎和理智。

视觉化和去实物化。当前的时代，已然从文字印刷时代走向视觉刺激时代，已然从实物化的印刷物为尊走向了去实物化的屏幕甚至虚拟阅读，视觉化和去实物化具有深度关联，也是一对相辅相成的关系。从学术期刊内容的运营传播来看，这种去实物化和视觉化大大拓展了期刊呈现的可能性和丰富性。在去实物化的智媒虚拟空间的呈现，可以通过类似二维码扫描或更便捷简约的形式，让读者可以看到纸版期刊上展示不出来的内容，如论文的视频案例、实验过程的视频、复杂图表公式、原始数据、计算程序、量化问卷和详细统计等，“在根文献相应之处链接附件，包括详尽描述和可视化的研究背景、对象、问题、目标、思路、条件、方法与手段、过程、结果及其分析、结论和讨论……无排名论文，在论文每一作者署名处链接其具体贡献说明材料。”^[8]如此文、图、影、视、网、动画甚至是VR的形象化配合，更有助于论文观点和案例的阐发。

视听相连，我们还需要注重智媒时代的听觉诉诸。“以音频技术为支撑的听读模式不但拥有海量的内容资源，还能自动搜索本地读物，用数字化语音很有感情、很流畅朗读出来；新一代听读技术，能够像字体库一样采集建立特色语音库，可代替真人直接将文字转为播音；未来只要在手机上一点击就可以把文字同步转换为最喜爱的名人、老师、亲人、朋友的声音。”^[9]学术期刊在推广时提供智能语音阅读和语音交流已非难事，当前如科大讯飞等软件已很好的实现了语音识别以及即时翻译。智媒时代学术期刊的内容运营传播，还可以尝试与广播、影视、游戏、动漫、虚拟现实等诸多视听领域的其他文化产业形式结合，去实物化和视觉化会不断增强。这一过程中，需要注意技术标准的统一和通用。

嵌入化和社交化。虽然智媒时代是无不可能的，但我们也需注意：开发全新的阅读产品、培养全新的阅读习惯，往往成本较高、风险较大；利用已经深度而全面介入到生活之中的新型智媒方式，依然是重要的选择。例如，以当下观之，开发新的

阅读器，培养阅读习惯难度较大，“随着数字化出版的兴起，诸多读者往往不能适应电子阅读并非其内容变更，而在于这种长期身体所习惯性记忆下的一种阅读模式”。^[10]而植入到最常用的电子产品中，是性价比较高的方式。

未来学术期刊内容运营嵌入到成熟且广泛使用的电子设备过程中，很可能依然带有社交性质元素。这种利用社交化推广运营期刊内容，大概有几种方式：一是分享。如“能让每一个读者把感想和评论私密化推送给好友，实现实时互动与社交；依托阅读大数据的展示、分享、比拼、交换，为互动、社交提供源源不断的动态内容和新鲜话题；阅读大数据可以生成图片，实现千姿百态的个性化、具象化体现，并可‘晒’出来分享、共享……通过‘约读’和‘定位’功能，阅读可以成为同事朋友间不断深入和扩展的日常话题，‘深阅读’不但成为身心‘有氧运动’的新时尚，更会变成真正的‘主流生活方式’”。^[11]二是提供。如智能推荐论文写作的合作者，智能推荐成果发表的期刊，智能提供媒体使用者周边的如会议信息、沙龙信息并快速结识参会学者。而且这种提供还会以增强黏性为目标，如增强社区黏性，当前微信群、特定贴吧、知乎、豆瓣等社区黏度较高，可供仿效。也可以尝试开发编撰互动移动应用软件，可以通过付费或者奖励的方式，让读者和编者在线互动交流，让读者直接获取编辑或编辑转达的审稿专家的修改意见。未来的智媒时代的学术期刊运营推广的结果，有望能够发挥“人在哪里、内容就在哪里，知识在哪里、思想就在哪里，感受在哪里、情境就在哪里，熏陶在哪里、提升就在哪里”的全新功用。^[12]

四、结语

显然，智媒时代的学术期刊内容生产、传播与接受，将势如东风般深度介入到生活生态、学术生态乃至社会文化、文明发展的进程中。从正向说，面对结构性的媒介生态转变，我们应坚持坚守传统的传媒观和交流观不变。而且，饱受指摘的“新媒体影响了人们的阅读和思考能力”的问题，是否是

实情也成疑。就当下的微信和其公众号阅读而言，因为微信的全龄使用，它其实增加了全龄特别是中老年人阅读的机会和表达的能力。

从反向说，一些警惕也决然不可忽视，毕竟在技术发展之外，人作为一种智慧的肉身主体，也有一些一定之规，如智媒可能产生的对思维的破坏，使人被均一化、浅平化、平庸化、单向度化，等等。“意义和意义之间的间隙是人作为思想主体的存在空间、想象空间、感受空间而存在的，数字出版的发展导致人们阅读更快、阅读的间隙更小、思考的时间更短、思考的深度更浅……数字出版的搜索引擎功能渗透着技术专家的意志和观念，使读者的理念智力成为机械过程的产物，转换为可以被分解、度量 and 优化的步骤，读者最终受到思维能力、判断能力、辨别能力等主体能力不断退化的威胁。”^[13]

无论如何，从内容创业角度说，学术期刊大有可为。在内容生产中，学术期刊编辑和机构可能形成一套“前端严谨”而“后端轻灵”的思维模式；在内容传播中，学刊运营平台可能形成一套“满足社交”并“提供体验”的操作模式；在内容接受中，读者和用户可能形成一套“全息阅读”和“随处即时”的接受习惯。智媒时代是人类创新与进步的最近表征，也会代表着人类前进的齿轮永不停歇，而更会最终是一个人类生存手段、生存方式、权力结构问题。^[14] 学术期刊在智媒时代的内容创业问题，具有未雨绸缪、抢占先机、预制筹划意义的同时，也必然会贡献着智媒时代，让智媒时代兼具技术的灵活和思辨的深邃，并推动这个时代作为一种人类发展的创造新动力和文化新征兆，不断前行。

(作者单位：中国传媒大学)

注释：

- [1] 彭希琨，张晓林. 国际学术期刊的数字化发展趋势 [J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24 (6)
- [2] 游滨. 学术期刊数字化发展趋势及因应策略 [J]. 编辑之友, 2016 (11)
- [3] 刘俊. 技术赋权与社会赋权的回响：媒介融合时代的电视时政新闻改革 [J]. 新闻界, 2015 (9)
- [4] 学术论文录用定稿网络首发联合公告 [EB/OL]. <http://piccache.cnki.net/index/images2009/other/2017/SFQKLHGG/index.html>
- [5] 大卫·西格尔. WEB3.0 互联网的语义革命 [M]. 管策, 译. 北京：科学出版社, 2013: 50. STM Future Lab Trend Watch 2014 [EB/OL]. <http://www.stm-assoc.org/>, 2013-12-03
- [6] 段淳林，闫济民. 移动场景化：“互联网+”时代数字出版发展的新变革 [J]. 中国出版, 2016 (3) 上
- [7] [9] [11] [12] 李祖平. “深阅读”与数字阅读的价值重塑 [J]. 中国出版, 2017 (4) 上
- [8] 学术论文录用定稿网络首发联合公告 [EB/OL]. <http://piccache.cnki.net/index/images2009/other/2017/SFQKLHGG/index.html>
- [10] 姜海，周道. 基于中国四城“图书漂流”的实践与思考 [J]. 中国出版, 2017 (8) 上
- [13] 赵文义. 学术期刊数字出版的价值反思与改革取向 [J]. 河南大学学报 (社会科学版), 2014 (6)
- [14] 刘俊. 内容、机构、人才与收益：论当前媒介融合时代的电视活力 [J]. 编辑之友, 2016 (3)