

我国药学期刊的网站建设现状与分析*

顾 凯 邹 栩**

收稿日期: 2012-04-13
修回日期: 2012-07-06

《中国药科大学学报》编辑部, 210009 南京市童家巷 24 号, E-mail: gukai001@hotmail.com

摘 要 以中国科学文献计量评价研究中心统计的 66 种药学期刊为研究对象, 通过网络搜索和网站访问, 系统调查我国药学期刊网站建设、开发、备案及运行维护情况, 从信息发布、稿件采编、网刊发布与过刊数字化、综合服务等方面分析评价药学期刊网站的内容及功能, 总结药学期刊网站建设中存在的问题, 并提出改进建议, 以期为我国药学期刊的数字化发展提供参考。

关键词 药学期刊 数字化建设 网站 现状 建议

随着数字出版媒体的快速发展以及无线移动终端的普及, 传统印刷版科技期刊正经历着一场深刻的数字化变革。面对数字出版带来的机遇与挑战, 我国科技期刊积极探索数字化发展的策略。从 20 世纪 90 年代起, 我国科技期刊陆续加入了中国知网(CNKI)、万方、维普等国内大型全文数据库, 在出版形态和文献检索方面基本实现了数字化。除了加入数据库外, 越来越多的科技期刊还通过自建网站的方式展示期刊品牌形象, 采编管理稿件, 提供网络交流平台, 以加快自身数字化建设^[1]。

药学期刊是医药卫生学术出版界的一个重要群体。据中国科学文献计量评价研究中心等单位研制的 2010 年版《中国学术期刊影响因子年报》统计, 我国现有药学期刊 66 种, 其中收录于 2011 年版《中文核心期刊要目总览》的有 16 种。经十几年的摸索与实践, 部分药学期刊在数字化建设方面取得了一定的成绩。例如《中国新药杂志》成功地建立了中国新药网, 创造了较好的社会效益和经济效益^[2];《药学期刊》利用 ScienceDirect 平台以 OA 方式出版网络英文刊, 扩大了学术成果在国际上的传播范围。但是, 大部分药学期刊的数字化发展还处于起步摸索阶段, 网站建设水平参差不齐。本研究以我国 66 种药学期刊为研究对象, 系统调查其网站建设情况, 总结药学期刊网站建设存在的问题, 并对期刊网站今后的发展提出一些改进建议, 以期为我国药学期刊的数字化发展提供参考。

1 药学期刊网站的建设情况

本研究采用谷歌、百度等搜索引擎对 66 种药学期刊进行检索, 系统调查我国药学期刊的网站建设情况。调研的期

刊网站不包括基于 CNKI、万方等数据库网站期刊平台设立的期刊网页, 也不包括在主办单位网站或行业信息网站上仅有刊物简介的网页。为了保证期刊网站的真实性和有效性, 本研究通过对比纸质期刊版权页信息和实际访问, 逐一核对, 加以确定。本研究调查内容为期刊网站的构建、内容及功能(统计时间截止 2011 年 11 月底)。

1.1 网站的构建

在我国 66 种药学期刊中, 41 种拥有自建网站(占 62.1%)。其中, 核心期刊的建站比例与整体建站比例相当, 16 种药学核心期刊中, 10 种拥有自建网站(占 62.5%)。根据期刊网站的域名, 科技期刊网站构建有以下几种形式: 一刊单独上网、多刊联合上网、依托主办单位上网、依托学科信息网站上网, 以及在国外网络出版商的网络平台上网^[3]。目前, 我国药学期刊的自建网站建站形式多为一刊单独上网(表 1)。66 种药学期刊中, 3 种英文药学期刊均拥有自建网站。其中,《中国药理学报》(*Acta Pharmacologica Sinica*, APS)

表 1 我国药学期刊网站构建情况

建站形式	药学期刊网站		药学核心期刊网站	
	数量	所占比例 (%)	数量	所占比例 (%)
一刊单独上网	35	85.4	10	100
多刊联合上网	1	2.4	0	0
依托主办单位上网	5	12.2	0	0
依托学科信息网站上网	0	0.0	0	0
合计	41	100.0	10	100

* 基金项目: 中国高校科技期刊研究会科技期刊学研究基金项目(No. GBJXC1142);
江苏省科技期刊研究基金项目(No. JKQJXB017)

** 通讯作者: 邹栩, 编审, E-mail: zouxu@sohu.com

和《中国天然药物》还分别与自然出版集团(Nature Publishing Group, NPG) 和爱思唯尔公司(Elsevier) 合作,通过国外网络出版商提供的平台上网,提高刊物的国际显示度。

1.1.1 网站建设开发

在 35 种一刊单独上网的药学期刊网站中,30 种明确标注了网站开发方,分别为: 玛格泰克(12 种)、勤云科技(7 种)、志清伟业(5 种)、重庆同数(2 种)、三才科技(1 种)、中联星空(1 种)、重庆光正(1 种) 和中国康网(1 种) 等期刊网站服务公司。多刊联合上网和依托主办单位上网的 6 种药学期刊网站均由主办单位统一开发。调查中发现,部分期刊网站将稿件处理系统单独外包给期刊网站服务公司,如《中国药业》的网站仅保留了期刊基本信息介绍和信息发布功能,而将稿件处理系统链接到重庆同数科技有限公司的二级域名下。

1.1.2 网站的备案

非经营性网站标注互联网信息服务(ICP) 备案号是其合法性的重要标志^[4]。但调查显示期刊在网站备案方面未给予足够的重视。调查的 35 种拥有一级域名的药学期刊网站中,仅有 18 种期刊网站在主页上标注了网站备案号(占 51.4%)。而网站服务公司开发的 29 种药学期刊网站中,在主页标注网站备案号的也只有 15 种(占 51.7%) ,其中某公司开发的网站无一标注备案号。这说明,部分网站服务公司在开发期刊网站时也未尽到提醒备案和在网站主页标注备案号的义务。

1.1.3 网站的运行维护

大多数药学期刊网站未对网站访问量和流量进行统计分析,而这些统计分析对于网站的优化与后继建设是十分重要的。41 种期刊网站中只有 12 种在主页上标注了网站的访问量统计(占 29.3%) ,7 种标注了网站流量统计工具的标志符号(占 17.1%)。由此可见,在网站建设后,许多药学期刊还没有意识到流量统计分析对于网络优化的重要性。

1.2 网站的内容与功能

科技期刊网站的内容与功能可分为信息发布、稿件采编、网刊管理与过刊数字化、综合服务四个部分^[5]。我国药学期刊网站的内容与功能据此归纳如下。

1.2.1 信息发布

药学期刊网站发布的信息可分为期刊基本信息和动态信息两类。期刊基本信息包括期刊介绍、编委会组成、获奖情况、编辑部成员及联系方式、投稿要求、论文模板、版权转让协议、期刊征订、网站版权归属等固定信息; 动态信息主要

为新闻公告、最新录用稿件、行业信息、会议信息、企业宣传等具有时效性的信息。统计发现,在 41 种药学期刊网站中,39 种网站主页有较全面的刊物基本信息(占 95.1%) ,40 种期刊网站的主页上有动态信息(占 97.6%) ,其中 38 种期刊网站的动态信息包含新闻公告(占 95%)。而发布药学期刊信息、药学会会议信息、企业宣传等动态信息的网站比例分别只有 47.5% ,47.5% 和 20%。这些数据说明,药学期刊网站大都重视刊物自身信息的发布,却忽视了其他相关信息的发布,一定程度上造成了网络资源的浪费。

1.2.2 稿件采编

远程稿件采编是科技期刊实现办公网络化的关键,也是当前科技期刊网站的主要功能之一。目前,已建有网站的药学期刊大都采用了在线稿件采编系统代替传统的纸质、E-mail 等稿件传递方式。在 41 种药学期刊网站中,38 种期刊网站具有稿件采编系统(占 92.7%) ,具有远程投稿、审稿、查稿和编辑的功能,其余 3 种期刊网站仍采用 E-mail 投稿方式。

1.2.3 网刊发布与过刊数字化

科技期刊通过建立网站,采用稿件采编系统和网刊管理系统,可以实现现刊的在线出版和过刊的数字化。我国药学期刊网站在线提供的数据大都为期刊网站建设之日后出版的刊物内容,过刊数字内容不全或未提供(表 2)。期刊全文回溯时间最长的 3 种期刊,分别为《药学报》(1953 年) ,《中国药理学杂志》(1953 年) 和《中国药理学报》(APS) (1981 年)。在提供全文下载的 23 种期刊中,21 种为免费下载(OA),另外 2 种为会员下载。此外,尚无药学期刊在自建网站上实现类似 ScienceXpress(科学出版集团) 和 AOP(Advance Online Publication,自然出版集团) 的刊物网络预出版。网站中全文下载格式均为 PDF 格式。在网刊页面制作方面,尽管 13 种药学期刊网站的网页上有全文 HTML 格式标签,但是除《中国药理学报》(APS) 提供少数刊期的 HTML 格式全文外,其余药学期刊网站均不提供 HTML 格式全文。这点与国外优秀的在线出版网站相比,存在较大差距。

表 2 我国药学期刊网站网刊发布与过刊数字化情况

期刊上网 内容	网刊发布		过刊内容回溯至 2000 年之前	
	刊数	所占比例 (%)	刊数	所占比例 (%)
目次	35	85.4	15	36.6
摘要	32	78.0	10	24.4
全文	23	56.1	7	17.1

1.2.4 综合服务

科技期刊网站的综合服务是基于网站信息平台、稿件采编系统和网刊管理系统三者所形成的数据库而提供的特色服务,旨在扩大期刊网站信息服务范围,提高网站的吸引力和点击率。这些服务包括:快速查找网内资源的检索功能,定期向预定用户提供信息的推送功能(包括 E-mail Alert 和 RSS 订阅),揭示大部分读者关注方向的点击或下载排行,便于学术研究信息传播的最新录用稿件查看功能,与读者保持互动的论坛或留言功能,以及资料下载、友情链接等功能。

41 种药学期刊网站中提供的综合服务情况为:检索功能(30 种,占 73.2%)、网站信息推送(13 种,占 31.7%)、点击或下载排行(16 种,占 39.0%)、最新录用稿件查看(4 种,占 9.8%)、读者留言(13 种,占 31.7%)、相关下载(25 种,占 61.0%)、友情链接(37 种,占 90.2%),等。需要说明的是,13 种期刊网站有最新录用稿件查看的功能,但有内容的只有 4 种。此外,在编读互动方面,《中国药理学报》(APS)网站将期刊论坛链接至丁香园(生物医药科技网站)论坛专区的做法,可为在开设论坛中遇到困难的期刊网站提供一种新的思路。

2 药学期刊网站建设存在的问题

2.1 网站搜索排名靠后,合法性难以辨别

在此次网站调查的查询过程中,部分药学期刊的网站由于网站初建、更新频率低或点击数量少,在百度或谷歌中的搜索排名靠后,有的甚至不能出现在搜索结果的第一页,读者难以在众多搜索结果中快速准确地找到期刊的官方网站。此外,还有不法人员盗用期刊信息制作期刊网页,冒充编辑人员在网络上发布虚假信息,败坏期刊声誉。此类现象在未建网站的药学期刊中更为普遍。

调查中有半数药学期刊网站未标注网站备案号,在繁杂且真伪难辨的网页中,其合法性就容易遭到读者质疑。期刊网站也会因未备案或者未标注备案号而被关停或受到处罚,影响期刊正常的编辑工作与网络访问。

2.2 网站无特色,部分功能未发挥应有的作用

科技期刊建立网站的目的,除了办公网络化,更多的是在数字环境下彰显刊物特色,推进期刊品牌建设。网站的设计应注重保持纸质期刊的风格,以建立读者的心理认同感。然而,药学期刊网站大部分由期刊网站服务公司开发,同一

公司设计的网站构架模式相同,导致部分药学期刊虽在功能设置上有些许差异,但网站风格相同、界面相似,既难以延续期刊已形成的品牌优势,也很难给读者留下深刻的印象。

在网站功能设置上,由于借鉴了国外科技期刊网站成熟的经验,部分药学期刊网站功能较为全面。但是除了日常编辑工作中必须使用的功能(信息发布、稿件采编)外,其余多数功能并未得到很好的利用,甚至被闲置。比如,前文提到很多药学期刊网站设有“最新录用”以及 HTML 格式全文显示等功能,但打开链接后并无实际内容。

2.3 信息量小,更新不及时

通过追溯网站信息发布的时间可知,药学期刊网站大多是近 5 年建立起来的。但其栏目设置和内容大都和纸质期刊刊载的内容相近或一致,数字化优势并未得到很好体现,目前仍处于纸质期刊附属物的地位。及时更新信息对提升药学期刊网站质量有很重要的意义。然而,41 种药学期刊自建网站中,信息在 0~3 个月内更新的只有 26 种(占 63.4%),个别药学期刊网站上的信息甚至从 2007 年、2008 年起就未作更新。网站信息量小、更新不及时,这样不仅起不到对期刊的宣传作用,还会误导作者,更降低期刊在读者心目中的地位和形象。

2.4 缺乏网站维护与优化意识

药学期刊网站建设好后,后期的维护与优化工作主要由编辑部来完成。由于编辑部普遍人员较少,因此网站的维护与优化工作往往被忽略。前文提到,很少有编辑部重视对网站访问量和流量的统计分析和网站内容、板块、布局等方面的优化调整。此外,还有的药学期刊网站缺少必要的维护,存在无效链接,网页链接看似正常,点击后却不能打开相应界面。总体而言,我国药学期刊网站与国外科技期刊网站^[8]相比,用户体验较差。

3 药学期刊网站发展的建议

3.1 充实网站内容,完善网站功能

拥有高质量的内容是网站成功的关键。因此,药学期刊网站建立后,除了需要及时发布更新网站信息,将现刊和过刊内容数字化并传至网上,答复作者、读者和审稿人的留言,更需要明确刊物的核心竞争力,对现有网站资源进行编辑整合并合理布局。例如《中国药科大学学报》在其网站主页上设立“药学前沿”专栏,对纸刊的获奖特色栏目“药学前沿”

的内容进行汇总,将期刊品牌建设延伸到网络这个媒体平台上。

在药学期刊网站内容建设的同时,网站的功能也需要进一步丰富与完善,以满足数字时代下作者和读者获取信息的习惯。在网站功能设置上,要坚持以用户为中心的准则,侧重于能够真正加深与读者的关系、争取到更大浏览量的新功能^[9]。例如,《Science》、《Nature》等国际知名学术期刊网站以导读、评论、论坛等多重手段有效引导读者进行深度阅读和编读互动,以充分发挥期刊网站优势,促进纸质期刊内容的使用。

3.2 多渠道进行网站内容的推送

为了在同类期刊网站中脱颖而出,药学期刊网站有必要对网站的内容进行推送。前文提到的 E-mail Alert 和 RSS 订阅,可以针对用户个性化的需求,将其所关注的信息及时传递给订阅者,实现信息的有效传播,目前被国外期刊网站所普遍采用。除此之外,药学期刊还可通过博客、微博、手机短信等新兴媒体推送网站内容,在吸引读者浏览期刊网站的同时,也增加了编读之间的信息交互。例如《广东药学院学报》等已通过新浪等门户网站开设微博,发布期刊动态。

3.3 借鉴国外科技期刊网站的运营模式

我国科技期刊网站盈利模式尚不清晰。调查显示,药学期刊网站多处于免费浏览和无收入的运营状态中。相比之下,国外科技期刊在网站运营方面的经验较丰富,值得我国药学期刊网站借鉴。

(1) 充分利用现有学术资源,通过加工整合,打造资源多次开发的运营模式。如,美国物理学会(APS)将其系列期刊发表的重要成果进行汇编,推出在线版 Physics^[10]。

(2) 延伸服务范围,提供特色增值服务。如,美国自然出版集团(NPG)为作者提供有偿英语语言编辑服务和黑白或彩色抽印本订购服务。

(3) 拓展网上发行渠道,转变盈利模式。如,美国公共科学图书馆(Public Library of Science, PLoS)通过会员制营销及电子商务营销等,将产品与服务根据需求进行组合、捆绑销售,扩大市场^[11]。

(4) 发挥品牌优势,拓展网上广告业务。如,《Science》等国际知名科技期刊通过在其网站边栏发布产品、服务、招聘、会议等信息,获得广告收入。英国生物医学中心(BioMed central, BMC)网站一年广告收入甚至可达到上百万美元^[12]。

(5) 走集群化发展道路。国外科技期刊大多是集团化运作,由出版公司或学会统一建立网站,在节省各编辑部开发网站成本的同时,凝聚了集团化品牌的力量。在我国期刊网站集群化发展方面,中国光学期刊网(<http://www.opticsjournal.net/>)的成功建立^[13]或许可为目前仍处于单打独斗状态中的药学期刊网站的集群化发展提供参考。

3.4 增强网络技能,提高编辑综合素质

药学期刊网站的建设与发展对编辑人员的素质提出了更高的要求。因此,编辑人员在钻研专业知识和编辑学理论的同时,应主动了解和体验不断推陈出新的信息媒体技术,不断加强网络、多媒体及网络传播等方面的技术学习,以具备网站更新、维护、优化的能力,以及与技术人员沟通的能力。此外,编辑还应关注国内外科技期刊网站对新技术的应用,借鉴其他媒体网站(如新闻与娱乐网站)的发展经验,强化市场意识与服务意识,在坚持内容为王的前提下,将网站的内容资源与新媒体技术完美结合,实现社会效益和经济效益的双丰收。

参考文献

- 1 程维红,任胜利,路文如等. 中国科技核心期刊网站建设现状. 中国科技期刊研究, 2011, 22(5): 649-655
- 2 杨青,韩培. 学术期刊建设独立网站的探索与实践——《中国新药杂志》网络化历程. 中国科技期刊研究, 2010, 21(2): 207-209
- 3 程维红,任胜利,王应宽等. 中国科协所属科技期刊的网络化建设进展. 中国科技期刊研究, 2010, 21(4): 425-430
- 4 信息产业部令第33号. 非经营性互联网信息服务备案管理办法. [2011-12-27]. <http://www.miibeian.gov.cn/state/outPortal/queryMutualityDownloadInfo.action?id=11>
- 5 刘飏,邢飞,徐威. 国外科技期刊网站的调查与思考. 中国科技期刊研究, 2009, 20(3): 479-483
- 6 陈怡. 美国主流报纸网站发展亮点. 中国记者, 2009, (3): 82-83
- 7 莫京,任胜利. SCI收录的高影响因子期刊探析. 中国科技期刊研究, 2010, 21(2): 6138-141
- 8 葛建平,杨冬,徐晓等. 国外开放存取期刊的盈利模式探析. 编辑学报, 2011, 23(2): 181-183
- 9 许洁. BMC开放存取出版研究. 出版科学, 2009, 17(3): 83-87
- 10 朱俊刚,李洪丹,段家喜等. 科技期刊如何加强网站资讯建设——以中国光学期刊网为例. 中国科技期刊研究, 2011, 22(3): 398-401