

体育学刊网络发展的实践探索

郑植友, 谭广鑫, 王蔚良

(华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510631)

摘 要: 网络出版为期刊的发展带来了强烈的冲击和难得的机遇, 通过分析体育学刊三大网络出版平台——门户网站、“体育在线”网络学术论坛、《体育网刊》的构建过程、功能体系、服务内容和相关数据等方面的信息, 探索体育学刊网络出版在发展理念、多媒介互动、人才培养、财务保障和国际化发展等方面的发展模式, 改进不足, 发挥优势, 坚持为受众提供更好的网络服务, 把握信息时代体育期刊发展的主动权。

关 键 词: 网络出版; 体育学刊; 期刊改革

中图分类号: G80 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2008)02-0014-06

Practical exploration of the development of network publication of Journal of Physical Education

ZHENG Zhi-you, TAN Guang-xin, WANG Wei-liang

(School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510631, China)

Abstract: Network publication has brought intense impact and hard to come by opportunities to the development of periodicals. By analyzing such information as the construction process, functional system, service contents and related data of three major publication platforms of Journal of Physical Education, namely, gateway website, “Sports Online” - a network academic forum, and Journal of Physical Education Online-a network electronic publication, the authors probed into the mode of development of Journal of Physical Education in such aspects as development conception, multimedia interaction, talent cultivation, financial assurance and internationalized development, so as to improve its shortages, exert its advantages, keep providing readers with better network service, and have the upper hand in the development of sports periodicals in the era of information.

Key words: network publication; Journal of Physical Education; series reform

计算机与互联网的飞速发展, 渗入并改造着社会生活的各个方面, 其中网络出版给印刷型期刊带来了强烈的冲击和难得的机遇, 期刊的网络出版应坚持投身于实践, 用从实践中来的理论指导工作, 不断创新和提高服务质量。本文通过分析5年来体育学刊网络出版的实践工作和发展模式, 借以探索体育期刊的网络出版之路。

1 面向现实的体育学刊网络出版的发展

在这个“言必称网络”的时代, 期刊的网络发展是大势所趋。据互联网统计数据 displays, 2005年全世界网络用户数量已上升至7.5亿, 中国网络用户将达到

2.04亿, 从1996年以来, 我国网络用户数量一直以每年200%的速度剧增, 是世界平均水平的两倍^[18-9]。1991年全球仅有电子期刊110种, 而到1998年则达万余种^[2], 时至今日要统计这一数字已并非易事。网络信息资源不仅做到了图、文、声并茂, 且传播形式的多样性和交互性, 更使传统信息资源望尘莫及。网络出版在节省时间和成本, 跨文化传播上也有自身的优势, 作为新生事物网络的创造力很强, 更容易吸引人们不断地尝试, 这些都及时更新了人们的思想观念, 出版业作为人类文明的信息载体, 面临着千年未有的大变局。

国外研究者认为, 网络出版指“在Internet上创造、管理和获得数字化内容的过程和技术”^[3];“网络

出版是一个利用因特网、局域网和广域网的过程”^[4]。可见对网络出版的涵义国外存在广义和狭义的理解。我国学者王京山^[142]认为,网络出版是互联网信息服务提供者将数字化作品经过选择和编辑加工后通过计算机互联网以电子文献的形式广泛传播的行为。狭义的网络出版就是具有合法出版资格的出版机构,以互联网为载体和流通渠道,出版并销售数字出版物的行为^[6]。依据以上定义,体育学刊网络平台的构建及发展过程应归为网络出版行为。早在 1997 年便有国外学者指出网络出版将在学术领域的应用越来越广阔^[6]。

国内体育学术期刊的网络发展在 21 世纪前后才刚刚起步,且进展缓慢,远不及大多数学科科技期刊网络出版的进程。至 2005 年 13 家体育学核心期刊中仍有 7 家在版权页未标识门户网,至今多数体育学核心期刊门户网站并非自主开发,而是依托万方数字化期刊和中国期刊网等国内大型数据库,个性化和服务性提升空间狭小,这反映了体育类期刊存在的诸多现实问题^[7],由于体制、运行方式和评价体系的原因,我国体育期刊大多没有存亡意识,甚至 3/4 的期刊不是依靠市场生存,难以产生品牌优势。围绕我刊主编提出的“有利于学刊发展的事大胆去做,不利于学刊发展的事坚决不做”的学刊精神和“办期刊精品、促学术繁荣”的办刊宗旨,体育学刊逐步由传统的以编辑为中心,以纸张、油墨作为传播知识的主要载体,以编辑部为出版平台,集中、定点、定时,以印刷文本、图表、公式、数据等符号为主要形式,缺乏互动的传统编辑模式,向以受众为中心,编者退入后台,编辑的时空、信息处于准分离状态,以电子介质为重要工具,追求自主性、个性化的现代编辑出版模式转变。由传统的三句话不离稿件、编辑、校对的单向思维,向开放办刊,打造体育期刊品牌优势,迎接网络时代挑战的方向主动调整,体育学刊已经成为一块体育学术期刊网络出版的试验田。“一万年太久,只争朝夕”。为使体育学刊网络出版走上健康发展之路,为使网络

信息资源在体育工作者中互动、分享,在总结体育学刊网络出版实践的基础上进行比较深入的研究,刻不容缓。

2 体育学刊网络出版平台的构建

坚持为受众提供高质量的信息服务为理念,从 2003 年开始,体育学刊逐步搭建了门户网站、“体育在线”网络学术论坛和《体育网刊》,实现三大网络平台、纸版刊物之间互动的运营模式,架构了一条体育信息的高速路,使各类体育学术信息直达每位体育工作者身边,实现网络体育信息共享。网络的冲击和实践是不断修正和人性化的发展过程,体育学刊网络出版并非一朝一夕之事,三大网络平台需要在使用中不断更新和维护,投入大量精力,但“触网”只是迟早的事,无法回避,这是期刊品牌建设过程中不可或缺的。

2.1 体育学刊门户网站

2003 年是体育学刊的网络出版元年,鉴于信息时代的冲击,以及体育学术期刊门户网站的稀缺,编辑部率先在同类期刊中注册了具有独立域名的门户网站(<http://www.chinatyxk.com/>),与广州网天科技公司合作共同设计网页,并购买了软硬件配套设施。一个完善的编辑部网站是现代化学术期刊必备的标志性组成部分,体育学刊门户网站已成为对外宣传和沟通的重要窗口,越来越多的读者通过网站了解体育学术工作,截止至 2008 年 1 月 1 日门户网站页面浏览量已突破 150 万次。经过 5 年来的建设,体育学刊门户网站的功能不断完善,其前台查看及数据查询模块的系统结构如表 1。体育学刊门户网站数据系统管理模块,即通常所说的后台管理,由技术人员专门负责,随时修订静态信息和更新动态信息,简单有效的后台管理界面实现了所有数据的管理,极大提高了办公效率。该网站具有版面设计美观实用、提供多项优质服务、利用网络互动完善期刊、提供大量相关链接、专人精心维护等 5 大成功之处值得各体育期刊借鉴^[7]。

表 1 体育学刊门户网站访问者信息查看及数据查询模块系统结构

信息类别	信息查看及数据查询功能
静态信息	本刊概况、投稿指南、体育学术期刊、相关链接、期刊征订、编委会、英文介绍等
动态信息	期刊新闻、期刊导读、企业频道、体育网刊、期刊全文、学术交流、学术百家、期刊数据等
注册会员	稿件在线查询、稿件在线投稿、体育在线 BBS、有奖调查

全面、充分、有效的统计系统能帮助网站管理人员了解网站的各种情况,是支配、调试和改造网站的依据。借助 Google Analytics 统计系统,门户网站 2007

年 7 月 1 日至 12 月 31 日的数据显示,来自全球 19 个国家的 10 153 位访问者,共浏览了 39 247 次页面,来自中国大陆的访问者占总数的 98.93%,通过中国教

育网等宽带进入网站的访问者占总数的 64.27%。直接点击网址进入网站的访问者占总数的 41.07%，通过 Baidu、Google 等公共搜索引擎进入的占 31.15%，通过体育在线论坛、博客等推介网站进入的占 27.78%，每位访问者网站平均停留时间为 1 min 19 s。从数据可以看出访问者主要局限于国内教育网用户，从访问量和日期坐标图可看出周末访问量明显下降，访问者主要通过“体育学刊”相关的关键词进入网站，这说明体育学刊门户网站在内容、服务、宣传和外文页面方面仍有很大的提升空间。随着国家对学术评价体制的健全和规范，学术期刊正面临产业化、市场化的挑战和机遇，出色的期刊门户网站能有效地提升期刊知名度，打造期刊品牌，更可能会给体育市场开发、体育营销策划等带来无限商机。

2.2 “体育在线”网络学术论坛

期刊可利用因特网的交互性这一特点,实现作者、读者和编者之间的“面对面”交流,为从过去单一印刷版纸质期刊向现今多平台数字出版物的转变和响应体育工作者学术交流的需求,体育学刊于 2006 年 10 月重组体育学刊官方论坛,创办“体育在线”网络学术论坛(以下简称体育在线),国际域名为 <http://www.tiyuol.com/>。与门户网站求助于网络公司不同,体育在线通过自我创新,依靠兼职人员和热衷体育学术的研究者实现了自主研发和管理。开办伊始体育在线曾经为论坛定位是面向大众,还是面向学术踌躇过,“榕树下”有原创文学,Chinaren 有校友录,体育学刊有什么?实践证明网络为我们留下了体育学术的空间,“打造体育学术最强品牌,聊体育学术,到体育在线”成为论坛的宣传口号,体育学刊的品牌价值和对体育学术的执着追求吸引了大批稳定的访问者。体育在线已经突破了体育期刊的视野,涉及中国乃至世界体育学术研究的方方面面,论坛在稳定国内访问者的同时,吸引了德国科隆体育大学、日本广岛、筑波和美国伊利诺伊等国外大学的华裔学者,他们带来的具有异域体育学术气息的精华帖,常能成为坛友讨论的热点。

截至 2008 年 1 月 1 日,体育在线已有注册会员 3 833 位,共发帖 14 228 条,最高日发帖 947 条,峰值同时在线会员 1 089 位,论坛划分为“专题板块”、“体育学科”、“专家在线”、“站务及其他”4 个板块群,涵盖了“体育人类学专题会议”、“体育学术沙龙”、“体育考研”、“谭华、刘承宜、马卫平专区”、“版主工作室”等 23 个板块。论坛管理团队由来自全国各地的 23 位成员组成,分为论坛管理员、荣誉版主、体育评论员、超级版主、版主,承担不同的论坛管理任务,

体育学刊为他们赠送了赞助商提供的礼品、赠阅《体育学刊》、提供投稿便利等方面的人性化服务。论坛管理者有的是赫赫有名的教授,有的还是在校本科生,他们有外部示范的作用,知识面广博,体育信息资源丰富,能吸引一定数量的追随者,有着与众不同的魅力,作为体育在线的把关人,他们有权对不符合本站规定的文章、言论进行处理。论坛注册会员可以通过在线时间、发帖量、精华帖量和论坛参与度的增长自动升级,依据运动员等级分为国际健将、健将、一级运动员、二级运动员、体育初哥 5 个级别,由高到低拥有不同的权限。访问者不受社会关系、社会角色和身份的制约,完全基于对体育学术的热爱,分享自己感兴趣的板块和内容,减轻压力,畅所欲言常能产生思想的火花。个人博客、站内消息、喜欢的运动、站内好友、版主推荐等个性设置也为体育在线增色不少。

体育在线 2006 年 11 月 1 日至 2007 年 12 月 31 日,Google Analytics 统计系统的数据显示,来自全球 5 大洲 82 个国家的 90 453 位访问者,共浏览了 520 432 次页面,来自中国大陆的访问者占总数的 96.74%。通过中国教育网等宽带进入网站的访问者占总数的 65.47%;直接键入网址进入网站的访问者占总数的 12.64%;通过 Baidu、Google 等公共搜索引擎进入的占 58.75%;通过体育学刊门户网站、博客等推介网站进入的占 28.61%。每位访问者平均停留时间为 3 min 37 s,浏览页面 4.27 页。从中可以看出体育在线各项数据明显优于门户网站,论坛吸引了大量国外访问者,日本、美国、德国位列海外点击量的前 3 位,从访问量和日期坐标图可看出,论坛走出前期的低迷已步入平稳发展阶段,访问者主要通过搜索引擎与体育学术相关的关键词进入网站,这说明体育在线已成为体育工作者资源共享、友好交流、自由商榷的重要网络平台。

2.3 《体育网刊》

网络电子期刊通常指学术电子期刊,即反映有关科研成果的网络连续出版物,用于扩大文献信息服务的范围,为知识的传播与交流创造新的途径^[9]。目前可分为纯网络电子期刊和印刷学术期刊的网络电子版。顶住《体育学刊》2007 年全年征发的压力,从 2007 年 1 月开始,在体育学刊门户网站“期刊全文”栏目完成了纸质内容的“复制”,这属于印刷学术期刊的网络电子版。纯网络电子期刊是相对于印刷版的电子期刊而言的,这类期刊创刊于互联网上,并以互联网为唯一的发行和传播渠道。纯网络电子期刊的投稿、编辑、订阅和阅读的全过程是在互联网上完成的,这种方式决定了纯网络电子期刊最大优点是出版周期短、

信息报道及时^[9]。

《体育网刊》的创办建立在门户网站、体育在线社区、博客和《体育生活》网络杂志的基础之上，有深厚的网络受众基础和实践经验。从2007年7月编辑出版第一期《体育网刊》以来，已连续出版7期，如今我们寄希望于新生的《体育网刊》能在网络大潮中与同类的纸质刊物比拼。《体育网刊》的创办带着一些对国内学术评价体制的疑虑，现在多数的纸质学术期刊被分为各种级别，在不同级别刊物上发表不同数量的文章对于职称的评定有不同的帮助，这势必造成体育工作者急功近利发文章，而对于耐得住寂寞的学术问题少有人问津，《体育网刊》能为体育学术环境带来一丝清风，走出一条新路。《体育网刊》的形式降低了学术出版的门槛，学术交流变得更为活跃，它的出现将促进传统体育期刊的革新。

《体育网刊》的出版不能以牺牲质量为代价，在网络发展“内容为王”的金科玉律下，对资源的控制能力是至关重要的，拥有出版资源也就是拥有了市场的控制能力和强大的发展动力^[10]。质量是期刊发展的生命，在论文质量、编校质量、栏目规划、版面设计、出版周期等受到人力、技术、理念的限制，《体育网刊》还存在着很多不足，需要我们不断改进、完善。学术期刊的发展趋势应注重专业突出、定位明确、特色鲜明，出精品、创名牌来吸引受众，赢得市场。《体育学刊》是教育部主管的唯一体育核心期刊，与其相呼应，为便于中小学体育教师交流教学改革的经验，从《体育网刊》第三期开始增设了“中小学体育教学改革”栏目，每期都以20%以上的版面发表中小学体育教师的文章，引起了良好的社会反响。在出版全球化的背景下，只有缩短刊物的出版周期、扩大刊物信息量，才能用更快的速度为读者带来新观点、新理论，吸引更多优秀的文章，Nature、Science这样的国际著名期刊都是周刊。接下来《体育网刊》将把周期由月刊缩短为半月刊，实现成熟一篇发表一篇的创刊诺言。通过网络将所需的信息资源按读者、作者的需求传输到印刷机上，实施即时印刷被称为按需印刷（Print on Demand）^{[11][12]}，受众也常打来电话索取刊物。《体育网刊》已经实现了无纸化操作，按需印刷将是今后发展的必经之路。图、文、声、像并茂的网络期刊能为读者带来更加生动、丰富的媒介体验。因受到种种不利因素的困扰，目前《体育网刊》的页面设计风格单一、数据更新迟缓，在多媒体综合发展方面还有很长路要走。

3 体育学刊网络出版的发展模式

表面热闹并不表明体育学刊网络出版的发展一帆

风顺、前景大好，发展理念、多媒介互动、人才培养、财务保障和国际化发展等方面的工作，使我们时刻不敢放松。

3.1 重实践、人性化的网络出版发展理念

秉着甘愿“为他人做嫁衣”的编者操守，树立居安思危、开拓进取的精神，在体育学刊网络出版的过程中我们始终坚守不张扬、重实效，踏实做事的理念，努力把网络办成《体育学刊》的品牌亮点，搭建体育工作者的信息平台，挖掘自身的升值空间。5年多来，我们不再拘泥于大型数据库的挂靠，开创门户网站，在多媒介平台上为受众提供全天候服务，体育工作者随时可以在“体育在线”畅谈体育学术观点。积极调整《体育网刊》的栏目设置，通过各种渠道向作者约稿，有针对性地提升内容质量，体育学刊网络出版的最新信息也能够通过email即时向受众发送，走出了一条自主创新之路。

过分追求影响因子、被引频次等刊物的量化评价指标，难免会缺失期刊人性和个性化的服务，网络出版只有考虑用户的需求才能持续发展^[11]，受众既是一切编辑出版行为的出发点，又是一切编辑出版行为的归宿。在信息时代的浪潮中，体育学刊主动转换角色，掌握网络发展的脉搏，引导受众接受新的期刊理念、阅读方式、交流平台。5年来，我们越来越深刻地认识到为受众服务是一件永远无法做完的事情，以前我们思考和做了许多^[7]，最近两年人性和个性化的服务理念也始终伴随着门户网站、“体育在线”和《体育网刊》运作的全过程，但在细分定位、个性化服务和创新能力上，体育学刊网络出版工作还有很多事要做。

3.2 网络平台之间与纸质刊物的多媒介互动

经过多年发展，《体育学刊》的刊期由季刊、双月刊，进而于2007年发展为月刊，网络平台也不仅仅是单一的门户网站，而是三大网络平台齐头并进、共同发展，实现多种媒介出版资源之间的互动，实现优势互补成了工作中的新课题。近两年来，我们多次以刊讯和彩页的形式，在纸质期刊上发布体育学刊网络出版的新动向，介绍网络平台的使用方法等内容。2007年下半年，“体育在线”的精华帖也会时常登载到纸质刊物的“体育资讯”栏目上。形式多样、内容丰富、可读性强的“体育资讯”，受到了广大体育工作者的热烈欢迎和获得普遍好评。体育学刊门户网站开设有“期刊导读”栏目，编辑以深入浅出的笔法撰写小段文章，介绍纸质刊物和《体育网刊》各期内容，把工作中的快乐与困境向访问者倾吐，于细微处见真情，这使多媒介出版平台有机地结合在一起。在体育在线论坛上发布的经多次编辑、校对的投稿图片，很快就有50多

人次的回帖,有访问者写到:“看到编辑的辛勤劳动,以后投《体育学刊》的稿子再也不一稿多投。”^[12]编辑部的同仁看到这条留言均感到由衷的欣慰。在多媒体出版资源的互动上,我们还做了很多工作,有效的沟通带来的是受众与编者之间的相互信任、理解与支持,接下来我们将继续在纸质刊物上大力宣传网络出版,《体育网刊》的稿件也会择优登载到纸质刊物上,纸质刊物与网络媒介的互动与结合是未来期刊发展的方向。

3.3 人才培养是网络出版的发展动力和创新之源

社会浮躁和功利之心使得愿意服务大众、潜心向学的人才越来越少,这使我们对现有的网络团队格外珍惜。我们采取领导观念引导,下放权力,执行者大胆地试、大胆地闯的管理模式。灵活时间+感情吸引+馈赠礼品的操作办法,在体育学术的感召下,在兄弟姐妹情谊的相容中,在资源分享的高速路上来自全国各地30多位老中青体育工作者,共同为体育学刊网络出版的发展献计献策、尽心尽力。体育在线的版主曾经在帖子中写到:“我在用生命经营体育在线,用生命做体育学术。”他们在工作中表现出来的热情和奉献精神,说明他们当中许多人从事这项事业除了给读者和全社会带来好处之外,主要目的是为了心灵的满足^[13]。在团队和谐氛围的建设上,领导者能真正把原则、纪律、人性、平等、民主结合起来,使每个人融入到团队中去,朝着同一个方向前进,网络团队的创新思维和辛勤工作作为体育学刊网络平台凝聚了超强的人气。

体育学刊网络团队由决策型人才、管理型人才、经营型人才、技术型人才和传播型人才构成,以QQ群的形式召开的多次团队会议上,他们常能在网络出版的理论、技术、市场、管理等领域提出独到的见解。网络的维护是件非常辛苦的事情,尽管有高昂的斗志与热情,但随着网站访问量的逐渐增加,所要处理的事情会越来越多、越来越复杂。由于初期赢利能力偏弱,他们还要甘于寂寞、安心学术、提升内容质量,这需要耐心与恒心。体育学刊的网络团队还需要在拓展国际性影响力,具备外语能力、理解出版对象区域人文背景的能力以及掌握政治方向的能力上下苦功。有规矩才能成方圆,版主犯错的惩戒力度比普通访问者更甚,但通过充分表达彼此的想法,版主很快认识到错误,这不仅对他的成长有重大效益,团队也变得更加团结,充满了责任感、荣誉感和使命感。

3.4 开源节流,寻求资金和软硬件保障

“钱并不是万能的,但没有钱是万万不能的”。《体育学刊》并非高校学报,在财务补贴和人事编制等方面尚无法纳入行政统一规划,无法获取额外的资金补

贴网络发展,这迫使我们另辟蹊径,自寻生路,寻求广告客户,从赞助费里省钱支援网络出版,但杯水车薪,使得资金支出常常捉襟见肘,拆东补西,为体育在线的版主购买论坛文化衫花掉的近千元,成了网络发展有史以来最大的一笔开销。由于我们无力购买商用服务器,门户网站的在线投稿系统只能挂靠到远在大学城服务器上,致使网络偶有中断,在线投稿时停用时,给我们的工作和作者的投稿都带来了不便。尽管如此,我们仍旧坚持为受众免费服务,向市场要效益的网络经营模式,门户网站信息查询,体育在线会员注册,《体育网刊》审稿、版面、收录证书等所有服务费至今全免。

多年来,期刊只强调社会效益,忽视了对自身资源的开发和经营,体育学刊应顺应体育产业化发展的,多媒体互动,争取更多的广告资金注入,加快用人制度的改革,通过公开招聘的方式吸收优秀人才加盟到编辑部,构建既懂学术,又能经营的团队,而不是靠领导意志,挤时间兼顾广告工作。在实际工作中,我们引入了网络广告中介网站,对网络平台的广告位置进行招投标,取得了意想不到的效果,三大网络平台为今后的广告招标也增加了重重的砝码。

3.5 加强宣传,朝国际化发展方向迈进

网络出版能够起到宣传出版内容和出版者形象的作用,三大网络平台作为《体育学刊》对外宣传、交流的重要窗口,收到了良好的社会和经济效益。网站自身的旺盛同样离不开宣传,宣传是三大网络平台的催化剂,我们采用了搜索引擎优化(Search Engine Optimization)在校园和体育学术会场悬挂横幅、派发网络平台宣传卡片、发送含有网络出版信息的电子邮件、交换友情链接、人与人之间的交流等方式宣传体育学刊网络出版的发展情况,Google Analytics 统计数据显示访问者、访问量、通过推介网站进入平台的比例在宣传后均有不同程度的提升。

汤姆逊、爱思唯尔等国外大型出版集团有着成熟的网络出版模式,能够吸引国际优秀的期刊加盟,与之合作能提升《体育学刊》的自身实力,如果对国外出版环境很陌生,不了解国外期刊的网络出版、工作流程、发行渠道也会无形中阻隔《体育学刊》走向世界的步伐,因此我们也一直在摸索国际化发展的道路。通过向中国科技期刊编辑学会国际交流工作委员会主任朱诚编审潜心学习,《体育学刊》的国际交流工作更为顺畅,摆脱了国外数据库地址变更等困境,与失去联系多年的加拿大国际体育文献数据库(RSC)重新建立了联系,通过中国图书出版集团,洽谈开放式OA数据库Socolar平台的合作细节,《体育学刊》还被推

荐为荷兰 Scopus 文摘引文数据库、波兰哥白尼索引 (IC) 2008 年新增甄选期刊, 1 月 2 日又被 Ulrich 期刊指南收录。与国外大型出版集团的沟通使我们了解到, 由于国内体育期刊普遍缺少英文全文, 使深入交流难以开展, 这是《体育学刊》今后工作的重点。

传播技术的演进总是不断地从单一信息载体向综合载体发展^[10], 互联网对于期刊是一柄双刃剑, “君子生非异也, 善假于物也” (《荀子·劝学》), 期刊顺应时代潮流, 借助网络探索生存之路是信息时代的必然选择。体育学刊的网络出版工作才刚刚起步, 难尽如人意之处不胜枚举, 但我们已经认识到未来竞争的战场将转向网络, 谁能在网络上站稳脚跟, 谁就能在激烈的竞争中赢得一席之地, 《体育学刊》将继续发挥网络优势, 坚持为受众提供更好的网络服务, 拓展自身品牌的升值空间, 把握体育期刊竞争的主动权。

感谢曾经给予体育学刊网络出版发展关心和帮助的领导、老师和社会各界人士, 感谢“体育在线”网络学术论坛的全体版主, 感谢曾经访问过体育学刊三大网络平台的 2 326 956 人次的访客 (截至 2008 年 1 月 1 日)! 热切期盼未来能与大家在体育学刊的网络空间中相识。

参考文献:

[1] 王京山. 网络出版运作——网络出版机制演变与创新[M]. 北京: 大百科全书出版社, 2005.

[2] 赵蕴, 王相飞. 体育学术期刊网络化的现状与对策[J]. 北京体育大学学报, 2003, 26(5): 610-612.

[3] Study profiles network publishing trends[J]. Direct Marketing, 2001(7).

[4] Robin Peek. What is Internet publishing? [J]. Information Today, 1997(6).

[5] 荣庭. 网络出版[M]. 北京: 科学出版社, 2004: 6.

[6] Nicholas C Burbules. Web publishing and educational scholarship: Where issues of form and content meet. Cambridge[J]. Journal of Education, 1997(6).

[7] 郑植友. 体育核心期刊网站建设现状及期刊可持续发展分析[J]. 中山大学学报论丛, 2005, 25(1): 203-206.

[8] 周荣庭. 网络出版[M]. 北京: 科学出版社, 2004: 220.

[9] 熊武金, 易蜀川, 孟怀珍, 等. 网络电子期刊资源的发展及其信息服务[J]. 现代情报, 2007(1): 89-90, 110.

[10] 王勉, 李玲. 高校期刊网络化发展战略探讨[J]. 编辑之友, 2007(5): 69-71.

[11] Josh McHugh. Will online publishing ever fly? [J]. Ecompany Now, 2000(7).

[12] 《体育学刊》编辑多次审阅的稿件[EB/OL]. <http://www.tiyuol.com/thread-4737-1-1.html>, 2007-12-06.

[13] 本顿·帕特森, 科尔曼·帕特森[美]. 期刊编辑(2版)[M]. 崔人元, 译. 石家庄: 河北教育出版社, 2004: 195.

[编辑: 李寿荣]