

●尹 达 (淮阴师范学院 图书馆, 江苏 淮安 223300)

纯网络杂志的传播学视角解读

【关键词】 纯网络杂志; 传播学; 传播者; 受众; 传播效果

【提 要】 从传播学视角探讨了纯网络杂志的特点, 包括其编辑出版人员的社会角色、传播内容特性、传播主体特征、受众群体特点及传播效果特征等, 以期明确纯网络杂志在传播学中的地位及其传播特性, 发现纯网络杂志作为新型网络传播媒介的优势与不足, 促进用户对纯网络杂志资源的了解与利用, 进而促进纯网络杂志及整体网络出版业的完善与发展。

【中图分类号】 G250.72; G255.75

【文献标志码】 A

【文章编号】 1005-8214(2009)03-0039-04

引言

随着网络的发展, 虽然以纸质媒介为代表的传统出版在当今出版业中仍占据主导地位, 但以国际互联网为依托进行的网络出版已逐渐崭露头角, 方兴未艾, 现已成为人们喜闻乐见的出版形式之一, 其中纯网络杂志就是具有代表性的网络出版物之一。艾瑞调查数据表明: 2005 年年度网络杂志总发行量近 3.6 亿册; 网民使用电子杂志软件的人均月度启动次数整体趋势从 2006 年 9 月的 13.4 次增加到 12 月的 17.7 次, 随着网民对数字杂志需求的不断增长, 这一数值有望继续攀升。^[1]

所谓“纯网络杂志”(the electronic-only journal 或 E-zine), 主要是指借助计算机网络, 完全以电子化、数字化形式组稿、审稿、制作、出版、发布, 并以计算机网络为传输工具, 没有相应纸质印刷或其他类型电子版的, 定期或不定期地连续出版并且每期均附有编号或日期标识的电子出版物。^[2] 可以说, 纯网络杂志是一种没有平面载体的、纯粹的数字型连续性电子出版物。这种新型出版物就其内容而言, 具有纸质杂

志的一些属性, 是有固定栏目、按顺序连续出版的刊物。但是, 大量图片、音乐、Flash 动画甚至视频的穿插应用, 使纯网络杂志与传统杂志相比具备了更多元的表现形式, 且省去了传统杂志巨大的纸张和印刷成本。这就使得纯网络杂志与一般的纸质杂志相比, 具有无可比拟的优越性, 成为传播媒介家族的新秀。

作为新兴事物, 纯网络杂志在其内容、形式或其他方面, 都有其特别之处。本文拟从传播学视角来探讨纯网络杂志的特点, 明确纯网络杂志在传播学中的地位, 对纯网络杂志有一个更为全面的了解, 以促进纯网络杂志的发展。

1 把关人与把关: 纯网络杂志编辑出版人员的社会角色

纯网络杂志有两种形式: 其一是数字媒体的杂志化。许多网站在海量的互联网信息中筛选出重要的或受关注程度高的内容, 定期以杂志的形式发布, 有基本的栏目架构。其二是新型的多媒体杂志。它们的内容独立制作, 发行渠道全新构建, 形式体验更为立体, 任何人只要连接网络就可以发布自己制作的纯网络杂志, 这势必造成把关人角色弱化和传授双方角色的互换。

显然, 传统的以传播主体为中心的传受互动已不能满足受众对多维度信息的需求, 于是受众自己开始了主动的探求, 他们借助日新月异的信息技术不断地构筑自己的信息发布平台, 有些已渐成气候。作为新兴传播媒体——纯网络杂志的编辑出版人员, 他们既是信息传播的主体, 同时又是所有信息的接受者。

纯网络杂志的出现使传播者与受众之间的界限变得模糊, 纯网络杂志的编辑出版人员的把关人角色逐渐淡化, 更多的是扮演引导受众信息需求的角色。他们更多的是在确保所发信息真实客观的前提下, 发挥网络媒体表现优势, 为受众提供更多的媒体信息。可以说, 纯网络杂志的出现很大程度上造成了把关人的缺失和传、受双方角色的互换。

2 纯网络杂志传播内容特性

2.1 信息丰富多样

纯网络杂志因为有互联网为依托,其信息来源广,丰富多样,网络上的海量信息都可以为之所用。而传统的三大媒体报纸、广播、电视都存在信息量上的局限性,例如,报纸的版面限制,广播、电视的波段、频段限制等,纯网络杂志则无此限制。

2.2 易传播流通

传统媒体如报纸、广播、电视对所载信息都是不重复性的,用户不易获取以前的信息,如想获取前几天报纸上的信息,则需要到报社资料部门或图书馆查阅;想获取广播电台或电视台前几天的信息,则必须事先进行录音或录像。^[3]而纯网络杂志则没有这种限制,用户可以随时随地下载、阅读,阅读时间、地点完全由用户自己掌握,极大地方便了用户检索、获取相关信息,便于信息的传播流通。

2.3 易复制修改

纯网络杂志淡化了“刊”和“期”以及各种专业的概念,读者可以按照自己的需求,随意选择期刊种类、期数订阅、下载,也可随意剪辑、复制各期中自己所需内容。

2.4 多媒体化

纯网络杂志穿插了大量图片、音乐、Flash 动画甚至视频等多媒体表现形式,使得纯网络杂志与传统杂志相比拥有了更多元的表现形式,强化了视觉效果,在一定程度上同时满足了受众对报纸、广播、电视的需求。其多媒体性已成为纯网络杂志的一种强大优势。

3 纯网络杂志的传播主体分析

3.1 传播主体多元化

在传统媒介的传播活动中,传播主体都是高度组织化的新闻机构,存在着相对单一的倾向,这就使新闻传播的信息来源相对单一。^[3]因互联网的平等参与性,在网络面前,人人平等,就使得每个人既可以是网络上的传播者,又可以是网络上的受传者。纯网络杂志作为新型传播媒介,还为大家提供了一个传播信息、接受信息的平台,无论组织或个人都可以在网络上创办自己的纯网络杂志。

总的来说,纯网络杂志的传播主体包括四大类:平台提供商、内容提供商、个人制作者和传统媒体。^[4]平台提供商是通过自身的技术设备,主要是服务器和大规模的软件系统,为企事业单位和网民提供建立邮件列表的平台,如希网网络、博大、通易等。它们为

纯网络杂志的发展做出了主要贡献。内容提供商是专门的纯网络杂志内容提供者,它们通过邮件列表的形式,为全国的网订户提供精心制作的纯网络杂志,由于采取类似媒体的企业化运作形式,它们编辑制作的杂志一般种类多样、内容丰富、版式十分精美,拥有比普通网民自办杂志多得多的订阅数。个人制作者则依托免费平台,利用网络信息资源的共享性、无限性,管理、发行自己制作的电子杂志,过一把“主编”瘾。再一个就是传统媒体依托其“母体”创办的纯网络杂志。因此作为新型传播媒介,纯网络杂志的传播主体是多元化的。

3.2 视觉效果强烈

纯网络杂志中广泛运用了 flash、视频、音频等多媒体技术。多媒体的应用使纯网络杂志的内容丰富多彩,给读者带来了强烈的感观刺激和互动参与的欲望,使纯网络杂志对读者更具吸引力。

3.3 信息浓缩,专业化和针对性更强

一般的大型门户网站或者是媒体网站,对于信息的分类工作做得比较好。而纯网络杂志更多的是以这些大型网站、媒体网站或其他传统媒体为依托的,先天具有更强的针对性,因为在制作时编辑对原本序化的信息又做了大量的选择、加工工作,而受众在进行分类订阅时又进行了第二次选择,因此纯网络杂志的信息更加具有专业性和针对性。

3.4 发行环节减少,出版周期缩短

纯网络杂志发行门槛低,技术难度小,发行环节少,发行成本低廉,大大降低了出版成本和缩短了出版周期。目前,纯网络杂志的订阅方式有3种:一是在线浏览,二是 EXE 格式的文件下载,三是通过阅读器进行发行。相对传统杂志而言,纯网络杂志一旦发布,用户可以即时阅读,而且目前许多纯网络杂志都是免费的,用户可以随意阅读。

4 纯网络杂志的受众分析

大众传播学的集大成者施拉姆曾言,大众传播效果部分是由传播对象怎样使用它们来决定的,即传播效果的好与坏很大程度上由受众决定。因此,充分了解受众与受众需求成为达到良好传播效果的必须。纯网络杂志的受众群体具有以下特点:

(1) 广泛性。纯网络杂志具有极其广泛的受众群体。中国目前约有 2.53 亿户互联网用户,而只要可以上网,每一个人都可以成为纯网络杂志的受众。这就使得纯网络杂志拥有了一个超强的潜在受众群体,而且中国的 2.53 亿户互联网用户中 30 岁以下的年轻群

体占多数, 约占 68.6%,^[5] 这与许多传统媒体在年龄层上的分布有一些差异, 这是它的特色。这个群体经过未来 5—10 年的成长会成为主流消费者, 这就使得纯网络杂志一诞生就已抢先一步占领了未来竞争的优势。

(2) 个体性与主动性。纯网络杂志真正实现了信息个性化传播, 其内容的设计大多是出于受众的个体需要, 而且 RSS、网摘技术和读者互动使得个性化定制成为可能, 且受众可以在自己许可的时间与地点上网, 接受信息、消化信息。

纯网络杂志的用户不再是被动的客体而成为驾驭信息的主人, 不再是被动地接受信息而是主动的发现、获取、处理信息。用户可以随机选择杂志的期数, 按照个人喜好选择在线阅读、下载阅读或订阅。而且纯网络杂志的传播主体可以依据用户的个人兴趣、爱好, 向用户推荐、发送相关类型的杂志, 个人可以点播或“广播”方式获取信息。即个人可以向各家传播媒体点播、订阅自己需要的信息, 这些信息会被自动送达个人的接收媒介上; 个人还可以通过自过滤方式的电脑程序广泛捕捉公开传播的众多纯网络杂志上的信息, 加以检验和筛选, 选择个人需要的信息。用户可以随意剪辑、复制杂志内容, 选择真正适合自己的信息。如网易的新闻频道已开发出 29 种免费电子杂志, 目前拥有 368 万多份在线阅读。^[6] 这就是一种在线的个性化服务。在用户获取纯网络杂志这一信息接受过程中, 用户是主动的, 用户所获信息是个性化的。

(3) 参与性。受众在观看数码互动杂志文件时可以直接进行联网互动, 例如直接向其他受众推荐, 直接通过数码互动杂志文件下载手机图片铃声等。受众可以主动选择接收或进行双向交流, 受众对内容有一定的操控性; 其传播可以是单向的也可以是双向的, 可跨时空提供双向的内容交流。可以说, 纯网络杂志充分利用了使用与满足理论, 真正将受众需求放在了第一位, 这也是纯网络杂志蓬勃发展的重要原因所在。

5 纯网络杂志的传播效果分析

网络传播的价值随着新用户的增长而成倍提升。纯网络杂志作为网络传播媒介之一, 其传播效果也具有同样特征。从受众心理角度出发, 依据传播效果发生的逻辑顺序, 纯网络杂志的传播效果显现出如下特征:

(1) 认知效果。认知效果是指信息作用于人们的

直觉和记忆系统, 引起人们知识量的增加和知识结构的变化, 进而产生认知层面上的传播效果。^[7] 衡量它的指标是受众对传播内容的“知晓度”。纯网络杂志由于其出版、发行流程较少, 速度较快, 几乎可以做到即时出版发行、读者即时订阅, 完全消除了读者订阅等待的时间, 充分体现出了网络传播的实时传播特征, 减少了传播障碍。与传统的杂志传播相比, 纯网络杂志的范围更广, 具有一种全球性, 这种全球性, 实际上也表明了网络传播具有一种开放性的特征。^[6] 这就意味着, 任何上网用户都可以通过互联网, 随时随地获取所需要的纯网络杂志, 完全没有时间和空间上的限制。另外, 纯网络杂志可以实现与读者的交互式传播,^[8] 读者可以实时地把自己的意见反馈给传者, 传者可以及时、准确了解受众所需。因此, 纯网络杂志由于其自身优势更易博取受众好感, 更易获得较好的认知效果。

(2) 态度效果。态度效果, 即信息作用于人们的观念或价值体系而引起情绪或感情的变化, 进而产生心理和态度层面上的传播效果。^[7] 衡量它的指标主要是对信息的理解度、赞同度。纯网络杂志在其信息传播过程中的态度效果表现如下: ① 从信息内容来看, 其内容信息丰富多样, 易复制修改, 便于受众按照自己的喜好自由获取信息; ② 纯网络杂志由于其自身的多媒体性, 更容易在感官上对受众产生强烈的冲击力和感染力; ③ 从传播环境来看, 纯网络杂志给受众营造的是一个网络化的、虚拟化的、完全没有时空限制的平等的传播环境。与传统的拥有话语霸权的媒体相比较, 纯网络杂志更容易获得受众态度上的认可。

(3) 行为效果。随着互联网的发展与普及, 纯网络杂志的传播所产生的行为效果也越来越明显, 主要表现在: ① 越来越多的人关注、利用纯网络杂志。随着互联网与相关网络技术的发展, 网络杂志平台携带着大量网络杂志诞生, 网络杂志充分利用了动画、音频等技术, 成为网络上正在崛起的新势力, 甚至被认为是继搜索引擎后的网络新宠。有数据表明, 无论个人还是传统杂志行业都对纯网络杂志投入了极大的关注。^[1] ② 纯网络杂志的影响越来越广泛。纯网络杂志的出现和发展, 对传统期刊出版业、图书馆及其他信息部门、读者都产生了深远影响。^[9] 纯网络杂志的出版与传播是一种新的出版形态, 它的出现对传统出版理念、出版流程以及杂志社的中介地位都产生了深远影响; 对图书馆采访工作、日常工作、服务方式

等都带来了很大改变;对读者的阅读习惯、信息行为、信息意识与能力等也带来了很大影响与改变。

6 结语

相比成熟的传统杂志,纯网络杂志是新型出版物,作为新生事物,在拥有众多优势的同时,也有需要改进的方面。例如:内容的原创性不强,信息下载速度较慢以及版权和收费问题等,这些都是纯网络杂志的不足之处,也是迫切需要解决的问题。因此,对于这种新型网络传播媒介,我们有必要从传播学的视角去解读它、了解它。从传播学角度看纯网络杂志,有助于我们了解它的传播特性,了解它在媒介传播当中的地位,了解它在传播过程中的不足,进而推动纯网络杂志的发展,为用户充分、有效利用这种新型网络资源奠定基础。

【参考文献】

- [1] 艾瑞市场咨询. 中国 Q4 网民使用数字杂志启动次数持续上涨 [EB/OL]. [2007-03-19]. <http://www.iresearch.com.cn>.
- [2] 阮建海. 纯网络杂志发展之影响因素分析 [J]. 图书情报工作, 2004 (7): 62-65.
- [3] 董天策. 网络新闻传播学 [M]. 福州: 福建人民出版社, 2004 (4): 54-61.
- [4] 中国新闻传播学评论 [EB/OL]. [2006-06-19]. <http://www.cjr.com.cn>.
- [5] 第 22 次中国互联网发展状况统计报告 [EB/OL]. [2008-09-28]. <http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2008/7/23/170516.pdf>.
- [6] 吴风. 网络传播学: 一种形而上的透视 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2004: 76-79.
- [7] 周鸿铎. 应用传播学引论 [M]. 北京: 中国纺织出版社, 2005: 312-313.
- [8] 庞大力. 传播学角度的博客研究 [J]. 当代传播, 2005 (2): 38-40.
- [9] 阮建海. 纯网络杂志研究 [D]. 武汉: 武汉大学信息管理学院, 2003.
- [作者简介] 尹达 (1982-), 男, 硕士研究生, 淮阴师范学院图书馆馆员, 发表文章 5 篇, 研究方向为电子出版物研究.
- [收稿日期] 2008-10-12 [责任编辑] 陈永平
- [10] 小米粥. 瑞典实施贸易便利化的经验 [EB/OL]. (2007-01-23) [2007-11-20]. <http://www.cuplil.com/bbs/viewthread.php?tid=543&extra=page%3D1>.
- [11] 黄熠. 实施无纸审核, 中国海关的电子通关改革 [N]. 国门时报, 2005-09-21 [EB/OL]. [2007-11-20]. http://industry.ccidnet.com/art/10/20050921/337953_1.html.
- [作者简介] 张新宇, 女, 宁波大学图书馆馆员, 硕士, 发表论文 10 篇; 罗贤春, 男, 宁波大学商学院副教授, 博士, 发表论文 30 余篇.
- [收稿日期] 2008-04-01 [责任编辑] 肖群
- [3] 刘俊生. 共建一体化现代贸易服务体系——大连国际物流交易洽谈会会刊稿 [EB/OL]. (2006-10-26) [2007-11-18]. <http://www.apec-ecba.org/www/upload/12561030.pdf>.
- [4] 季金奎. 我国的国家信息化与无纸贸易 [J]. 中国电子商务, 2004 (7): 13.
- [5] 中国高新技术产业导报. APEC 无纸贸易推进知识产权护航 [ED/OL]. (2007-08-29) [2007-11-18]. http://www.apec-ecba.org/www/info/Article.jsp?a_no=3985&col_no=4&dir=200708&siteid=www.
- [6] 环商数据. 2020 年 APEC 将全面实现无纸化贸易 [EB/OL]. (2007-08-30) [2007-11-20]. <http://news.worldbydata.com/zxnewview-22308.htm>.
- [7] 金颖. 谈判桌上的贸易便利化——访海关总署国际司 WTO 办公室主任尹利群 [J]. 中国海关, 2006 (3): 68-69.
- [8] 石文龙, 关洪涛. “入世”与我国政府行政职能之转变 [J]. 行政与法, 2004 (1): 8-9.
- [9] 温秀. 和谐——政商关系新课题 [J]. 公共行政, 2005 (5): 35-36.

