

# 新媒体约稿方式的价值探讨\*

盛杰 罗晓庆 赵鸥 徐红星 徐丹 马双双

江苏大学杂志社, 212003, 江苏镇江

**摘要** 随着新媒体时代的到来,传统约稿方式的功能渐渐弱化。从新媒体定义出发,阐述采用电子函件约稿、网站约稿、微博约稿、短信约稿和虚拟社区约稿这5种新媒体形式的约稿方式的特点,分析它们在新传媒环境中对约稿方式的革新作用,并提出以新媒体为媒介的新型约稿行为的注意事项,为期刊约稿的“新媒体化”提供新的思路。

**关键词** 新媒体;约稿方式;微博;虚拟社区

**Analysis of value of new contribution inviting modes based on new media** // SHENG Jie, LUO Xiaoqing, ZHAO Ou, XU Hongxing, XU Dan, MA Shuangshuang

**Abstract** With the development of new media, the function of traditional contribution inviting modes is weakened. This paper starts with the definition of new media and describes the characteristics of new modes of inviting contributions via E-mail, website, micro-blog, short message and virtual community. The innovation effects of the new contribution inviting modes are analyzed. Some aspects needing attention while using these new modes to invite contributions are proposed, which provide new ideas for periodicals to invite contributions in the new media age.

**Key words** new media; contribution inviting mode; micro-blog; virtual community

**Authors' address** Journals Department of Jiangsu University, 212003, Zhenjiang, Jiangsu, China

在学术期刊激烈竞争的条件下,约稿工作不可避免地成为了争夺优质稿源的重要手段之一。传统的约稿方法有书信约稿、电话约稿等<sup>[1-2]</sup>;但随着人们生活节奏的改变,时间被碎片化、单元化,开放性、实时性和交互性的工作方式成为了主流,传统的约稿方式随之表现出诸多方面的劣势。新媒体的爆发恰好在瓶颈时期为期刊的约稿形式提供了一个崭新的平台,如何利用新媒体的特点,将其与期刊约稿方式的革新结合在一起,是一个值得期刊工作者探讨的问题。

## 1 新媒体环境中的约稿方式探讨

新媒体相对于传统媒体而言,是继报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态,它利用数字技术、网络技术、移动技术,通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及计算机、手机、数字电视机等

终端,向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态<sup>[3-5]</sup>。目前的新媒体形态包括互联网、博客、网络电视、网络广播、手机新媒体(手机报、手机电视)、电视新媒体(数字电视、IPTV、移动电视与户外新媒体)等。随着科技的进步,新媒体的范畴还在不断地扩容<sup>[6]</sup>。

在诸多的新媒体形式中,利用电子函件、网站宣传、微博、短信、虚拟社区的优势进行约稿,是对传统约稿方式的颠覆,它的出现使约稿行为更符合潮流的发展,富有时代特色。

1) 电子函件约稿。采用电子函件约稿是相对传统的书信约稿的一种说法。目前大多数编辑部都以电子函件约稿为主要约稿方式。与传统的书信约稿方式相比,电子函件约稿便捷性和时效性更强。从传播特点来看,它的交流是一对一的沟通模式,约稿有效性比较明显。一般情况下,先给作者发一封电子函件,写明约稿要求,然后再打电话,询问是否收到,并落实回稿时间,这是比较可行的;但这种约稿方式具有一定的局限性。

通常,约稿对象此前应与编辑部有过较为愉快的合作,对编辑部的情况也比较了解,同时编辑事先也可能知道作者有创作的意向,这样,双方沟通起来就比较顺畅。对于之前没有接触过的作者,直接进行电子函件约稿就显得有点唐突。因为从心理学角度上讲,人们对陌生人或事物的闯入都带有警惕感和排斥感,这种防御机制的存在是带有普遍性的<sup>[7]</sup>;所以,打破交际过程中的防御系统就显得尤为重要。采用电子函件约稿时,约稿信的撰写一定要慎重,要用尊敬的、询问的语气来行文,尽量少用官方的语言方式,让约稿的行为更接近于类似朋友之间的一种交流,消除对方的芥蒂心理。这是决定约稿获得成功的关键。

2) 网站约稿。采用网站约稿的方式,类似于发布官方的公告。常规的做法是,在杂志社门户网站上发布约稿信息,将具体要求放在网页上,通过网页之间的转载来传播约稿信息。其特点是传播范围相对电子函件更广,传播效率也比较高。对于时常关心杂志发展的作者,这无疑是一种较好的约稿方式。不过,这种约稿方式的最大问题在于它是单向性的。作者如果对约稿信息不明确,除非约稿板块设有后台交流模块,否则作者无法与编辑部进行在线的详细咨询,约稿效果大打折扣,导致编辑部有可能丢失一些潜在的优质稿源。

\* 中国高校科技期刊研究会研究基金资助项目(GBJXA1102, GBJXB1105, GBJXC1152)

3) 微博约稿。微博,是微型博客的简称,是一个基于用户关系的信息分享、传播和获取平台。用户可以通过 WEB、WAP 以及各种客户端组建个人社区,以一定的文字更新信息,并实现即时分享。应该说,微博是一个纯粹的 UCG(用户生成内容)的网络模式,每一个受众都是传播媒介<sup>[8]</sup>。当我们利用微博成为约稿渠道之一时,所产生的社会效应和约稿效果是值得期待的。微博是信息共享和转载的平台,当有一定数量的作者成为某个杂志的听众,在杂志社将约稿信息公布后,在呈级数级增长的传播渠道的支撑下,信息的传递范围比传统的传递方式大得多;同时,由于微博平台的即时性和多向性特点,作者可以通过微博平台随时随地将一些有价值的建议反馈到平台,而杂志社在接收到信息后及时更新约稿信息,大大地提高了约稿的效率和时效性。

目前江苏大学杂志社已经有部分杂志开通了作者微博频道,一些创新性的尝试正在进行。当然,利用微博还可实现很多附加功能,如策划选题的调研、创作体验调查、实时咨询等。客服账号可以快速响应个人咨询需求,针对较为普遍的问题,还可以以广播形式公告给大众。这种贴近式的服务,完全颠覆了传统编辑部“一张桌子、一把椅子、一根笔杆子”的老印象,使约稿行为充满了时尚的元素,当然也会更容易得到作者的响应。

在期待微博约稿成效的同时,我们也应看到,微博传播渠道的倍增是建立在“评论、顶和转播”的基础之上的,是由网络传播的“围观”和“蜂拥”特性决定的。如何使约稿引来“围观”,是成功的关键,这是每个期刊社在新媒体化改革进程中值得深入探讨的课题。

4) 短信约稿。随着移动网络的普及和技术的不断发展,手机特别是智能手机已经成为人们信息获得和发布最主要的形式。作为约稿方,可以利用多媒体的性质,采用手机短信兼彩信的约稿形式来发布约稿信息。如使用图片作为配合主题的元素,或者利用音频、视频作为题材来启发作者。这种多元化的约稿形式是传统约稿方式无法比拟的。

以策划新时期环保题材为例,期刊社仅以文字形式发布类似“新时期的环保战”为主题来刺激读者投稿显然很匮乏无力;但是,如果以彩信图片发送到读者的手机上作为辅助的启发形式就完全不同,采用主题图片会让作者产生更深层次的遐想,使其更乐意参与到投稿队伍中来。

5) 虚拟社区约稿。虚拟社区是指一群具有相同或相似需求的人通过信息技术在网络空间中交流互动实现目标或解决问题,而逐步形成发展的各种人际关系的集合<sup>[9-10]</sup>。虚拟社区有着自身的特殊性,构成虚拟社区的人群拥有共同追求的目标,他们趣味相投,彼此

之间存在类同感的联系,在参与社区讨论的时候容易产生共鸣。利用虚拟社区的特性,使建立以社区为基础的约稿方法成为了可能。

期刊社利用社区定期发布约稿信息,约稿主题可以以板块划分,受众根据学科分类进入不同板块参与社区活动。除了主题讨论外,鼓励社区成员以共享形式与其他成员分享相关资料,管理员根据受众的参与程度进行成员级别划分,不同级别的成员将享有不同级别的待遇,其中包括优先录用高级别成员的稿件,优先审阅高级别成员推荐的稿件等激励措施,激发社区成员参与的积极性。此外,对于选题的确定,期刊社也可以利用社区进行网络投票,通过对投票结果的统计,分析作者较为关心的选题,为制订年度选题计划提供参考。

当然,采用虚拟社区进行约稿活动的过程中必然产生受众信息多元化和主题信息标准化的矛盾,期刊社应在保障主题信息导向性基础上鼓励多元化信息的产生,同时建立用户网络档案,严格社区成员准入机制,提高社区信息的质量。一方面要打破信息容量的限制和地域的限制,扩大受众范围;另一方面把握好受众准入门槛,鼓励利他主义,激发受众的自我效能感,为实现资源共享最大化铺平道路。

## 2 以新媒体为媒介约稿行为的注意事项

任何新事物的产生都会伴随着消极因素的产生,采用新媒体约稿的行为在一定时期内也会有相应的负面效应;因此,有必要针对现存问题,作好充分的准备,将负面效应带来的影响降低到最低程度。

1) 把握好自己的“话语权”。新媒体信息传播的时效性太强,任何人的任何话都会在网络中进行直播,有一些违背政治性原则的言语的发表我们无法监控;因此,很多人有可能因为自己的口不择言而惹上是非。同时,由于无法对每个人的语言把关,很多虚假信息的传播在很大程度上破坏了社会诚信系统,使得受众无法准确筛选有用信息,带来社会危害。当然,作为约稿方,出现一些语言上的失误也很有可能被一些好事者无端放大,给杂志社的声誉带来损害。对于这些问题,作为约稿方一定要十分慎重,一切以维护政治立场和原则出发,谨言慎行。

2) 提升筛选信息的能力。在新媒体时代,由于多媒体的特点,对信息进行复制和传播十分简单;因此,我们接触到的信息多而杂,在这种环境中,如何接收和筛选信息,按照什么标准过滤信息,又如何屏蔽垃圾信息,在很大程度上决定了约稿者传播意图能否实现。当然,针对这个问题,除了技术上需要不断升级过滤系统外,受众在接收信息时的主动性也变得日益重要;而

杂志社作为约稿信息发送的主体,尤其要注意引导作者在信息平台上吸收有价值信息的主动性,培养他们获取优质信息的鉴别能力。这是作者和办刊方今后一段时间内需要共同努力完成的工作。

3)正确对待“小众化”现象。传播学研究中有一种理论叫“沉默的螺旋”,它阐述了人们害怕孤独而产生行为上的趋同。具体地说,在大众媒体或舆论活跃分子发表了意见之后,有的受众不再愿意表达与之不同的观点,而趋于将自己与主流同化<sup>[11-13]</sup>;而在数字加网络的新媒体时代,任何一个人通过互联网、手机等,随时随地可以进行信息传播和交流,有的甚至有可能成为传统媒体的重要信息来源。这种条件下传播的主体性质区别化很明显,许多有共同爱好的团体会在类同的观点发布后强力支持,俗称“顶文化”,而不同的观点流也会在第一时间站出来进行激烈的辩论,这就是所谓的受众的“小众化”现象。这种现象映射到作者群中,更易形成学术帮派,即对于相同的学术命题存在不同系列的学术观点,作者不再随大流,更易于在新媒体平台上发表自己的观点,形成学术派别。这种观点之间面对面的碰撞可以产生一些意想不到的新的理论和想法。先不论各自的观点是否正确,单从言论的自由性和创造性方面的确有了质的飞跃,我们十分鼓励这种百家争鸣。当然,也需要约稿方进行必要的引导,将有益于约稿题材的论点归集到一起,形成多元化的观点库。这是我们利用新媒体获得的带有增值性质的收益。

### 3 结束语

约稿是学术期刊的核心工作之一,而伴随着互联网、移动终端的迅速发展,依托新媒体进行约稿是历史潮流的发展趋势。虽然目前阶段相应的配套监管机制

还不够完善;但是,相信在不久的将来,随着制度的完善,采用新媒体约稿的方式将是一场传统媒体向新媒体转变的革命,在新技术的支撑下,新型约稿方式一定会产生前所未有的办刊效益。

### 4 参考文献

- [1] 李建军. 学术期刊手机短信约稿的特点与路径选择[J]. 编辑之友, 2011(4): 77-79
- [2] 李建军. 科技期刊编辑电话约稿的特点与方法[J]. 编辑学报, 2010, 22(4): 288-290
- [3] 江宏, 卢榕峰. 解读“新媒体”[J]. 新闻与传播研究, 2011(3): 34-36
- [4] 邓香莲. 新媒体环境的信息传播特征[J]. 编辑学刊, 2011(2): 14-17
- [5] 蒋亚平. 中国新媒体形式分析[J]. 中国记者, 2000(10): 77-78
- [6] 石磊. 新媒体概论[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2009: 2
- [7] 林雄标, 胡纪泽. 社交恐怖症的心理防御机制及其相关因素[J]. 中国心理卫生杂志, 2002, 16(3): 191-193
- [8] 周镛. 论自媒体时代的微博信息传播变革[J]. 经营管理者, 2011(12): 340
- [9] 杨军节. 虚拟社区的概念、特征与营销启示探析[J]. 湖南商学院学报, 2011, 18(3): 72-75
- [10] 张发秋. 虚拟社区中的信息交流初探[J]. 图书馆学刊, 2009(10): 78-80
- [11] 袁文霞. 从新媒体语境下审视沉默的螺旋: 以网络传播为例[J]. 今传媒, 2011(4): 97-98
- [12] 吴国娟, 刘瑜. 趋同心理和沉默螺旋下的第三人效应[J]. 新闻世界, 2011(8): 12-13
- [13] 王澜. 网络传播中“沉默的螺旋”效应的弱化[J]. 新闻世界, 2011(9): 119-120

(2012-04-20 收稿; 2012-05-28 修回)

## 期刊出版取消了增刊审批

国务院办公厅于2012年9月23日发布了《关于第6批取消和调整行政审批项目的决定》(国发(2012)52号)。《决定》指出:“凡公民、法人或者其他组织能够自主决定,市场竞争机制能够有效调节,行业组织或者中介机构能够自律管理的事项,政府都要退出。凡可以采用事后监管和间接管理方式的事项,一律不设前置审批。以部门规章、文件等形式违反行政许可法规定设定的行政许可,要限期改正。”

《决定》共取消行政审批项目171项,调整行政审批项目143项。其中:新闻出版总署、省级人民政府出版行政管理部门取消了“期刊出版增刊审批”;省级人民政府出版行政管理部门取消了“被查缴非法光盘生产线处理审批”“电子出版物制作单位接受境外委托制作电子出版物审批”;县级人民政府出版行政管理部门取消了“设立专门从事名片印刷的企业审批”;广电总局取消了“广播电视新闻采编人员资格认定”;教育部取消了“中小学国家课程教材编写核准”。

(诸仁摘自中央政府门户网站www.gov.cn)