



# 中国网络媒体 20年 1994-2014

闵大洪◎著

闵大洪先生这一以20篇年终专稿为骨干的文集  
不仅是追溯中国网络媒体和网络传播演进的历史文本  
也是瞻望中国互联网发展的呼唤宣言

 互联网实验室  
ChinaLabs

新媒体三部曲

# 中国网络媒体 20年 1994—2014

闵大洪◎著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

中国互联网 20 年的发展,有很多重要的事件和时刻值得记录纪念,有很多经验教训值得总结汲取,但更重要的是,从整体上把握它与中国社会的相互关系。“东方风来满眼春”,中国互联网是在改革开放重新扬帆不久后启航出发的,改革开放的进程为中国互联网的发展注入活力和创新力,同时中国互联网以自己的力量不断推动着中国社会的发展、繁荣、进步——这应该是我们看待、评价中国互联网和中国网络媒体作用的基准。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

中国网络媒体 20 年: 1994~2014 / 闵大洪著. —北京: 电子工业出版社, 2016.3  
(新媒体三部曲)

ISBN 978-7-121-27819-8

I. ①中… II. ①闵… III. ①计算机网络—传播媒介—研究—中国—1994~2014  
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 300435 号

策划编辑: 刘 皎

责任编辑: 石 倩

印 刷: 三河市华成印务有限公司

装 订: 三河市华成印务有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 22 字数: 417.6 千字

版 次: 2016 年 3 月第 1 版

印 次: 2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 78.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

## “新媒体三部曲”编写委员会

丛书总策划：刘九如

丛书总主编：方兴东

丛书主编：赵婕

执行策划：刘伟、孙雪、杜康乐、李宇泽

丛书编辑支持单位：数字论坛、博客中国

丛书编辑合作单位：互联网实验室、浙江传媒学院互联网与社会研究中心

---

# “新媒体三部曲” 总序

---

方兴东

毫无疑问，社会信息传播的变革是人类文明进步和社会各个层面变革的根源。所以，可以毫不夸张地说，过去 20 年发生在中国的互联网与新媒体浪潮，其影响的深远和意义的非凡，超越了当下所有的书写。可惜，这场媒体的深刻变革依然深深埋藏在媒体自身制造的浮躁与喧嚣之中。谁来全局性地记录和勾勒这 20 年来波澜壮阔的新媒体革命？谁来给传统媒体全局性的且战且退的被动与迷惘指点迷津？谁能告诉我们中国新媒体的未来究竟将如何重塑中国和世界？

现在，搁在你面前的这部“新媒体三部曲”就是对上述近乎“不可能的任务”进行的尝试。也许，我们不敢说这已经真正抵达了上述问题的核心，但是，我们可以说，这肯定是国内最接近答案的努力！可以说，“新媒体三部曲”是迄今中国新媒体在史、论和法等多个层面最富有原创性思想，也是最接地气的作品。在中国新媒体和媒体融合上升为国家战略的今天，一定能为学界、业界和政府层面提供不可替代的启发和参考。

“新媒体三部曲”的独特性来源于三位作者的独特性以及写作本书过程的独特性。首先，三人全程参与中国互联网与新媒体的发展历程，20 年的人和事都有着第一手的亲历和认知。三本书的写作几乎贯穿了 20 年，可以说是 3 个人 20 年的经验和思考精华，都是集 20 年之功的精华。

其次，交叉和跨界，是三位作者的共同特点，三人几乎都不同程度地参与了业界、学界和政府三个层面的工作。三人对新媒体的思考都富有原创性思想，这些思想不单单来源于书斋，而且来源于三人都曾经深度参与在新媒体第一线的实践。

最后，也是最关键的。当下中国新媒体领域，最需要的可能并不是大概念、大

理论和大思想。而是如何踏踏实实把这场变革、趋势以及实践的方向，能够说得正确，能够说得清楚，能够说得直白。能够为听得到炮火的实践者、社会各领域的研究者和负责政府顶层设计的决策者，提供正确的理论和思想指导。“新媒体三部曲”没有太多恢弘的理论，没有太多奇巧的新概念，但是，对于当下的新媒体实践，对于过去 20 年刚刚发生的过去，以及对于正在到来的全新未来，试图给出迄今为止最清晰、最有概括性、最具参考性的解答。

可以说，能够组织出版这三部曲，是我的一个心愿，也是一种使命，更是一种荣幸。闵大洪和孙坚华两位对我来说，亦师亦友。都是在 20 世纪 90 年代后期新媒体浪潮之中先喜欢上他们的文章，再开始深度的交往。20 年如一日，文如其人，人如其文。无论是为人还是为文，都可以在内心给你一种独特的温暖，都达到了值得我敬仰的高度。

闵大洪，中国最早的新媒体研究开拓者。年龄上属于老师辈。交往起来，却是老家大叔一般，醇厚朴实，也仿佛中学语文老师一般，随和亲切。面容富有沧桑感，更像很有亲切感的传统媒体。话语不多，语速不快，对新媒体的认识、对问题的把握，是从价值观的“道”的层面看透，不多的激情时分，却始终理性、明晰。多年前退休，但依然是学界不能或缺的学者。闵大洪这本《中国网络媒体 20 年》的写作，是这些年每年年度大盘点的集大成，几乎就是 20 年中国新媒体最完整、最忠实的记录，不可替代、不可重复。

孙坚华年龄略长于我，是中国新媒体最早的实践者之一，阳光帅气，本身就如同朝气蓬勃的新媒体一般。话题一打开，就可以娓娓道来，无论是国内，还是国外，敏锐、自信。小伙子一般，激情洋溢上来。聊天本身，答疑解惑，颇具军师风范。孙坚华的新媒体评论，爆发于上个世纪 90 年代后期，当时他的个人网站“新媒体观察”，以及他在浙江在线创办的“新媒体评论”……《新媒体革命》多是当年思想的汇聚。虽然从 2000 年之后，他就淡出了新媒体领域，但当时他评论的全局性、深刻性以及可操作性，在我心目中，国内迄今还没人能够超越。这几年他能够重新焕发写作激情，实在是一件幸事。

相对而言，我的这本是三部曲中最芜杂最不成体系的了，但是野心勃勃。与闵大洪和孙坚华相比，我更属于一位互联网旗手。缺乏传统媒体的经验，没有太多包袱，几乎就是 100% 的互联网色彩，所以观点和思想比他们更激进、更彻底。

中国新媒体 20 年的成就大大超越了国内与国外的认可和评价。可以说，在移动

互联网用户是美国 3.5 倍的“术”层面已经超越美国，在“法”层面不亚于美国，但在至关重要的“道”层面，还远远落后于美国。希望这个三部曲能在新媒体的道、法、术三个层面都努力勾勒清楚，更重要的是把新媒体之“道”说得更清晰点。

中国新媒体 20 年的历程惊心动魄，内在的变革力量还在厚积薄发，正在到来的以网络空间为基础的新格局必将更加波澜壮阔。“新媒体三部曲”希望站在国内和国外新媒体的全局性历史上，为面向未来的大家贡献我们力能说及的智慧。

---

## 推荐序

---

# 记录中国网络传播 20 年的历史文本

高钢

翻看大洪先生的文集《中国网络媒体 20 年（1994—2014）》，眼前影影绰绰地浮现出 1994 年至 2013 年中国互联网发展的蜿蜒曲折、波澜壮阔的历史长河。

大洪先生在新闻传播学界是从事互联网信息传播研究的一位标志性学者。他是中国互联网信息传播最早的关注者、参与者、研究者之一。他本人就是中国互联网发展进程中的一个有着特别意义的学术符号。

大洪先生对中国互联网发展进程中的事件、曲折、变化、探索，都留下了自己的观察和思考。年终专稿是大洪先生众多研究成果中的一部分，因其具有连续性、综合性等特点，成为学界和业界每到年底便期盼阅读的一份中国互联网发展趋势的具有提示和启发意义的学术文档。

大洪先生这一以 20 篇年终专稿为骨干的文集，不仅是追溯中国网络媒体和网络传播演进的历史文本，也是瞻望中国互联网发展的呼唤宣言。读着这些平实、真诚，富有思考的文字，我一直在感慨，感慨中国互联网走过的 20 年是何等的艰辛，又是何等的壮观！

我和大洪先生相识于 1997 年，那时，互联网还不像今天这样被人们所熟悉和依赖。他当时在中国社会科学院新闻研究所从事研究工作，我在《华声月》报社和我的同事们一起创办《华声报》电子版。大洪先生所在的研究机构是从事传统媒体理论和实务研究的，我在的新闻机构以出版传统的印刷刊物为主体业务，我和大洪先生当时似乎都行走在本行当的主流工作领域之外，进行着一个前景极其朦胧的探求。



就是在这种朦胧的行走之间，却同时感受到互联网对我们的的好奇心、求知欲和职业使命感的召唤。

我记得大洪先生曾几次到我们报社访问调查，深入细致地了解《华声报》电子版工作的运行细节，听我们讲述对互联网信息传播的感受，同时告诉我们他了解的网络技术应用的新信息，和我们一起讨论网站运行的策略。为了深入了解当时媒体网站的运行，他甚至直接承担《华声报》电子版新闻栏目的编辑工作，每天按时提交新闻，做得一丝不苟。

我记得我曾和大洪先生一起随中国早期网络传播管理机构的官员，对中国最早的媒体网站进行调研。那时互联网不是主流的事物，大家白天都在忙自己的本职工作，晚上聚集起来，走访调查，深入了解这个近乎缥缈的新事物。每到一处，他都是全神贯注地倾听，专心致志地记录。

我和大洪先生一起参加了早期的中国网络传播的研讨会。那是 1997 年在北京京丰宾馆举行的研讨会，会议名称居然是“97 全国电子报刊经营与发展趋势研讨会”，“互联网”都没有在会议的标语中出现。之后是 1999 年的夏天，我们一起参加在杭州举行的网络媒体研讨会，那个研讨会连个会标也没有，当时几十位做网络新闻传播的媒体人坐在宾馆的一间会议室里，不分行政级别，不讲媒体大小，没有座次顺序，大家济济一堂，各自谈着网上工作的感受，像是在说着太空行走这类完全没有重力感的经历。

现在回想起来，那是多么遥远的事情。那时，我们对互联网的认知是何等的肤浅。

今天，互联网已经成为人们获取新闻、学习知识、信息交流、生活娱乐、商业活动不可缺少的工具。连幼儿园的孩子们都在兴致勃勃地用 iPad 玩网络游戏。仅仅 20 年间，生活因互联网而改变，社会因互联网而改变，就连我们每个人都在互联网的世界里重新寻找着自己生命的时空方位。今天中国互联网网民的总数已经超过 6 亿！智能手机的拥有量已经占到全球智能手机总量的四分之一！互联网已经像电力、交通、能源一样，成为支撑社会运行的基础设施。互联网的技术应用正在日益广泛地深入到社会生活的各个领域，整个人类社会的文明进程正在受到互联网信息传播的深刻影响。中国社会的变革与进步已经与互联网这个伟大的科学创造建立起超越时空维度的密切关联。

如今，影响信息传播模式改变的三个重要技术，已经日益清晰地展现在我们眼前。

第一是移动互联网的发展，它拓展着信息传播的自由时空，使人类之间的信息交流在任何时间、任何地点都可以实现。今天，6 亿互联网网民中使用手机上网者已有 5 亿之众，网络信息传播的物理通道已经发生了本质性的改变。

第二是智能便携终端的发展，它提供了网络信息技术多元社会应用的个人平台。在这种智能终端上运行的各式各样的应用程序，使得人的多元社会需求得到无限的延伸和满足，比如娱乐、学习、商业购物和社会交往。中国智能手机的社会渗透率和美国一样，居世界前列。今天全球智能手机总量中，我们中国人手中的智能手机已经占到四分之一。

第三是云计算服务的发展，以大数据为基础的云计算服务将极大推进人类的信息共享、资源共享和服务共享，在满足多元社会需求的同时，提高整个社会的运行效率。

这三大技术的集成，使得整个社会的文明成果能够最大程度地为人类所享用。这些技术正在改变着信息交流的结构和模式，进而使公共信息的提供、社会关系的经营、社会结构的演进都在发生重大的改变，人类历史还没有任何一个传播技术这样深刻地影响着人类社会的运行，作用着人类文明的发展。我们看到，巨大的变化正在发生：

首先，网融合，信息集散的全新物理结构呈现。

多元网络之间的融合贯通已成趋势。互联网、通信网、广电网日益融合，以此形成对人与信息之间、人群与人群之间的全新的信息传输体系。媒介融合的景观呈现，现代信息技术正在推进信息传播的技术手段、功能结构和形态模式的界限发生改变，促进期间的能量交换。网络数字技术深刻改变着信息的采集、合成、传播和经营的各个环节的运行方式，把历史上不同媒体形态的独立演进过程统一为一个更加丰富、更加有序的过程。

其次，微传播，信息集散的全新基础单元生成。

微传播已经开启了网络信息传播的“核裂变”时代。每个人进行公共传播的能量被开掘出来，这种个体信息单元的传播能量经由互联网连接形成的超越时空局限的网络结构急剧放大。

随着各种信息终端的普及应用，在民众需求和市场目标的综合作用之下，Web 2.0 技术日益深入地完成着传统信息传播形态下各种信息专权和特权的分解，推进着基于每个社会成员的信息创造、信息传播、信息管理和信息经营的大趋势。

第三，泛关联，信息集散的全新社会能量开启。

整个网络信息传播正在推进着新的社会关联结构的形成。随着微传播单元的数量激增，人们在互联网上已经超越时空位置和文化背景，进行着新的社会关系的编织。

在互联网上社会关系的营造、维系、整合、放大的过程，其成本在急剧降低，内涵在日益丰富，效率在极大提升。网络社会正在释放着日益强大的能量，把人的需求细分，把人的能力强化，把人的创造整合，推动着人的理想的实现。

第四，大协作，信息集散的全新创造模式形成。

人类是基于理性主导下的，以创造活动来满足自身日益增长的物质与精神需求的物种。有序组织基础上的协作是人类从事大规模文明创造活动的基本形式。这种协作在互联网的世界中，已经有了全新的样态，它的规模更为浩大，进程更为顺畅，效率更加显著。

新一代互联网技术不仅为每个社会成员的信息创造架设了传输平台，更重要的是，它为人们提供了强大的信息集成结构。

以维基（Wiki）技术为例，它已经让我们看到，人类从事伟大创造的全新模式：设定宏大的目标，通过网际协作，将每个生命的创造能量聚集到围绕系统目标的运行之中，组织大规模的创造将这一目标不断实现、不断完善，整个创造过程为全社会共享。

基于个体生命的创造而形成的网际协作蕴藏着无限潜能。将无限个体生命的创造元素聚集到具有社会共识价值的公共创造过程之中的时候，这个创造过程就赢得了无限发展的可能性。

这一趋势将使社会在更大程度上获得来自每个社会成员的智慧推动，整个社会的智慧创造领域将极大拓展，智慧创造总量将极大增加，智慧创造过程将极大提速。

我深信，互联网不仅是伟大的技术革命者，而且是伟大的社会变革进程的推动者。

从中国社会发展进程来看，随着互联网技术日益广泛的社会应用，人民的情知范围不断扩大，表达空间不断拓展，监督效率不断提高，参与机会不断增多，公共协商的机制终于呈现在中国社会生活中。这些巨大的社会变革充满了艰难坎坷，但是，这些进步在我们面前真实地呈现着，中国的历史进程因此而发生着变迁。

互联网在中国投入社会应用的 20 年间，我们经历了互联网技术模式的换代变革。

在 Web 1.0 时代，我们体验的是信息总量剧增、全球信息互联、信息综合提供、网络数据检索为主要特征的网络泛传播时代。这个时代我们感受的是人与信息之间的连接。

这一时代其主要的信息提供模式仍然是机构为主体的公共传播。我们感受的是信息总量的急剧增长，信息获取更及时、全面、精准和便利，大型门户网站和网际搜索引擎在满足我们综合性信息需求的同时，帮助我们在整个互联网的信息海洋中实施导航、检索、诠释和分析。

每个人与世界范围的信息联系起来，人类极大地扩张了自己的观察视野。

Web 2.0 时代，我们体验的是媒介形态多元、个体传播强化、网际协作普及为其主要特征的网络社会形成的时代。这个时代我们感受的是人与人之间的连接。

这一时代信息的提供模式从形态上看是以视频信息为主的多元媒体形态的融合，从信息传播的渠道上看是以移动网络为主的宽带网络的应用，从信息传播目标上看是以满足人的多元社会需求而进行的个体之间、个体与群体之间、群体与群体之间的信息交流，从网络信息结构的演进功能上看是网络社会结构的形成。

Web 2.0 时代，我们感受的是人与人之间信息交流时空界限的突破，个人信息传播能量的扩张，个人与群体之间通过网络建立起各式关联，网络社会的属性清晰显现，网络世界与人类社会之间的能量交互变得更为顺畅，更为直接，更为强大。

Web 3.0 时代，我们将要体验的是物质世界与人类社会的全方位信息交互。这个时代我们感受的将是人与物质世界的连接。

这个时代将生成一个物质世界与人类社会全方位连接起来的信息交互网络，我们感受的是由此生成的超大尺度、无限扩张、层级丰富、和谐运行的复杂网络系统，呈现在我们面前的将是现实世界与数字世界聚融的全新文明景观。

互联网平台所承载的信息采集技术、信息导航技术、信息整合技术、信息诠释技术将把每个社会成员与人类的数字世界连接起来，从而推进每一个个体生命的能量与整个人类文明的能量之间的沟通与交互。

尊重每一个生命的价值，关注每一个生命的需求，开掘每一个生命的潜能，成全每一个生命的理想，这些人类出于物种本能的共同渴望，今天正在被互联网技术鼓励着、推进着。

互联网在中国的应用是一个蕴藏着丰富能量和无限可能性的社会运行过程。互联网技术在中国的社会应用与在其他国家的不同之处是，互联网技术在中国的应用

恰恰与中华民族谋求命运复兴的历史进程重叠在一个历史空间之中。因此身在其中的人们，不仅体验着互联网技术应用的奇迹，也能为我们民族的这段非凡的历史进程贡献各自的能量。

（作者为中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，新闻与社会发展研究中心研究员，国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员，首都互联网协会副会长，中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会理事长。历任中国人民大学新闻学院副院长、院长、常务副院长。中华全国新闻工作者协会第七届常务理事。）

## 从无名媒体到边缘媒体到主流媒体—— 中国网络媒体 20 年发展回顾<sup>1</sup>

1994 年 4 月 20 日，是中国互联网发展史上“开天辟地”的大日子——这一天中国全功能接入互联网<sup>2</sup>。互联网具有的新闻及信息传播的特质，使之成为新兴的“网络媒体”。20 年来，它的地位不断提升，作用、影响不断扩大，它对中国传播格局和媒体市场带来一波又一波的冲击和挑战，至今没有停息。

### 网络媒体地位的确立与提升

---

互联网进入中国，人们对它的了解是朦胧的，没有任何人把它视为“媒体”。即使是 1995 年最先上网的一批报刊，如 1 月 12 日国内第一份上网的中文刊物《神州学人》、10 月 20 日国内第一家上网的日报《中国贸易报》等，都称自己是“电子版”、“电子报”。当时充其量认识到原来的纸媒形态借助互联网发生了改变，但尚未把互联网视为独立的新兴媒体。

随着互联网的发展，其自身具有的新闻信息超强的传播力开始显现，于是国内外学界、媒体界开始有人将互联网比作继报纸、杂志、广播、电视之后的第五种大众传媒，随后又将报纸、杂志合为一类，将互联网称为继报刊、广播、电视等传统

---

1 本文原载于《新闻与写作》2014 年第 3 期。

2 互联网，即 Internet，指当今全球最大的计算机信息网络。国内最早译为“国际互连网络”，1997 年 7 月 18 日全国科学技术名词审定委员会确定译为“因特网”，港澳台地区及海外则译为“网际网路”，国内现普遍使用“互联网”。

大众传媒之后的“第四媒体”，这一称谓在 1998 年 5 月联合国新闻委员会召开的年会上正式提出后在国内很快得到广泛使用。

时至 2000 年，“网络媒体”的称谓开始出现，由于它在概念上较之“第四媒体”更为准确，于是得到业界和学界的认可。到 2001 年时已广泛使用，同年 10 月新华网在青岛主办首届全国性研讨会，正式亮出了“中国网络媒体论坛”的名号。

从电子版到第四媒体再到网络媒体，反映了人们从传播角度对互联网的认识不断深化，这一过程在短短五六年的时间内便完成了。

按照美国学者的标准，一种媒体使用的人数达到全国人口的 20% 以上，才能被称为大众传媒，在美国达到 5 千万人使用这一标准的大众传媒，广播用了 38 年，电视用了 13 年，有线电视用了 10 年，而计算机信息网络只用了 5 年。

中国是世界上人口最多的发展中国家，在迈入互联网时代之际，工业化尚未完成，要想使网络媒体成为普及率达到 20% 以上的大众传媒，自然比美国等发达国家和地区来得费时。据中国互联网信息中心（China Internet Network Information Center，CNNIC）第 23 次统计，截至 2008 年 12 月 31 日中国网民规模达到 2.98 亿，普及率达到 22.6%。也就是说，从 1994 年到 2008 年，中国网络媒体成为普及率达到 20% 以上的大众传媒用了 14 年。

中国网络媒体的地位在这一过程中是不断提升的，进入新世纪，党和政府已将其视为中国新闻传媒的重要组成部分。2008 年，网络媒体在汶川大地震、北京奥运会中发挥的巨大而独特的作用，使它真正跻身于主流媒体之列。

截至 2013 年底，中国网民规模达到 6.18 亿，互联网普及率达到 45.8%<sup>1</sup>。一方面说明中国互联网市场规模是全球最大的，今后仍有巨大的发展空间；另一方面说明，中国互联网与发达国家和地区相比，仍有明显差距，创新发展仍是第一位的。

## 网络媒体传播的魅力与威力

中国互联网 20 年的发展，从媒体和传播的角度可以划分为以下四个阶段。

1 中国互联网信息中心（CNNIC）第 33 次《中国互联网发展状况统计报告》（2014 年 1 月）。  
[http://cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201401/t20140116\\_43820.htm](http://cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201401/t20140116_43820.htm)

初始阶段	1994 至 1998 年。
1.0 阶段	1999 年至 2004；以门户网站、新闻网站为代表。
2.0 阶段	2005 年至 2009 年；以博客、播客为代表。
3.0 阶段	2010 年迄今；以微博、微信、移动客户端为代表。

从上述四个阶段看，中国互联网传播格局差不多每 5 年就发生一次重大变化。

互联网 1.0 阶段奠定了网络媒体的地位，互联网 2.0 阶段造就了自媒体的局面，互联网 3.0 阶段开创了社会化媒体和媒体社会化的局面。互联网传播的每一次“升级”，均是在新技术的引领下出现新的应用、新的业态，进而造成整个格局和市场的变化。互联网 3.0 阶段从更大的技术背景看，意味着互联网已全面进入光纤宽带时代、后 PC 时代、移动互联时代、云计算时代和大数据时代。

流动在互联网上的信息具有极大丰富、形态多样、传播快速、无远弗届、互动交流等特点。它囊括了传统大众传媒所有的表现形态和特点，同时具备它们所不具备的形态和特点。互联网将通信与传播集于一身，又将大众传播、组织传播、分众传播、小众传播等各种传播形态集于一身，而且新技术、新应用接力般的出现，为网络媒体不断增添新的传播利器。

网络媒体的传播魅力是由其特性决定的，如多媒体的传播形态是网络媒体的重要特性之一。在窄带拨号上网阶段，主要是文本形式和文件极小的图片传播，或许还感受不到有多少魅力。随着进入宽带网络阶段，以及各类数字摄影、数字音视频技术的发展，网络媒体将用户带入了全新的看图时代和影像时代，各类信息、知识、数据可视化的表现手段越来越丰富，制作越来越精良。又如，互动性是互联网另一重要特性。第一批网站建设之际，如 1995 年“瀛海威时空”开通时，便提供了基于网站的电子论坛（BBS）服务，它立刻成为网民意见表达的活跃园地。论坛不仅成为各网站的“标配”，一些还发展成巨大规模的网络社区，作用影响至今。进入社交媒体阶段后，由于新应用的特点及各类平台间的相互开放，互动性得到空前加强，进一步促进了网民的参与度与活跃度。

网络媒体的传播威力是由其作用决定的。当社会面临重大危机和严峻考验时，如 2003 年“非典”、2008 年汶川大地震来袭，以及各种天灾人祸发生时，网络媒体展现出的广泛而快速的信息通达、动员组织、服务保障、表达关爱、凝聚共识等独特作用，一次次地书写了令人难忘的篇章。又如，在对网络媒体监督作用的研究中，



有国外媒体工作者将其比作“第五权”<sup>1</sup>。而在中国的语境下，“网络监督”、“网络反腐”近年来则成为社会政治生活中的主题词。这种监督之所以具有威力，说到底，是以互联网为手段的无处不在、无时不在的公民监督。在网络监督、网络反腐的揭露曝光中，从中央到地方每年都有一批官员落马。2012年12月6日上午，《财经》杂志副主编罗昌平连发三条微博向中纪委实名举报国家发改委副主任、国家能源局局长刘铁男学历造假，巨额骗贷，对他人恐吓威胁等问题，中纪委于2013年5月终于宣布刘铁男涉嫌严重违纪，随后刘被开除党籍、公职并移交司法机关，这一事件成为2013年最具代表性的网络反腐案例。

在中国互联网、网络媒体发展的进程中，曾有人将它们与小报小刊并列，称“小报小刊互联网”或“小报小刊网络媒体”，如果今天还有人停留在这种认识上，那不是一叶障目就是别有用心了。

## 网络媒体带来的冲击与变化

中国新闻事业是中国共产党领导的社会主义事业的一个组成部分。在体制上，报纸、期刊、广播、电视、通讯社等新闻媒体一直处于党和政府的直接领导下，在宣传报道中必然是“多种媒介，一种声音”。互联网的接入和广泛使用，为国内用户提供了一个开放的信息空间和言论空间，出现了前所未有的“一种媒介，多种声音”的状况，形成了两个信息场和两个舆论场的局面。

造成这种局面主要有三大原因：

一是互联网全球传播、即时传播。境外信息传到境内，境内信息传到境外，信息从国内传到国外再传回国内，都不过是一瞬间的事。原先每个人相对封闭的信息获取结构变为了“八面来风”的开放性结构，长久以来“民，可使由之，不可使知之”的状况，被互联网彻底打碎了。

二是自媒体传播。互联网的强劲发展，造就并不断强化了一人一媒体的局面、所有人向所有人传播的局面、人人麦克风的局面和众声喧哗的局面。“家事国事天下事，事事关心”，成为处在社会转型和变革期的中国网民的显著特征。从个人网页到

1 “第五权”是由西班牙记者伊纳希欧·哈莫内（Ignacio Ramonet）所创的词语，并非严谨的学术定义，也没有被广泛使用。其意作为立法、司法、行政三权及传统大众传媒第四权之后的第五种可对社会、政府监督的权力，具体指互联网或网络公民力量。