

网络与新媒体专业系列教材

WANGLUO YU XINMEI
YINGYONG MOSHI

李卫东 / 编著

网络与新媒体应用模式

——创新设计及运营战略视角

高等教育出版社

网络与新媒体专业系列教材

网络与新媒体应用模式

Wangluo yu Xinmeiti Yingyong Moshi

——创新设计及运营战略视角

李卫东 编著

高等教育出版社·北京

内容提要

本书将培养“网络与新媒体应用模式创新设计能力”作为贯穿始终的“一根红线”，全面深入地归纳了信息获取、电子商务、互动交流和网络娱乐四类一级应用模式的基本概念、发展现状、发展趋势和原子应用模式类型，详细讲述了各一级应用模式所包含的原子应用模式的基本原理和运营战略，囊括了最新的、最具创新性的、最具发展潜力的典型应用模式和应用产品，以期让学生全面掌握和了解网络与新媒体的各种应用模式原理和发展全貌，培养学生新型应用模式创新设计能力、运营管理能力及战略规划能力，使学生更加符合网络与新媒体业界对创新能力和实践能力的要求。

本书适合“网络与新媒体专业”的本科生和研究生作为专业核心课教材使用，也可供传统的新闻学、传播学、广告学、广播电视学、电子商务、行政管理等人文社会科学专业的本科生和研究生作为学习“网络与新媒体”基础知识的课程教材。同时，也适用于“网络与新媒体”业界从业人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

网络与新媒体应用模式：创新设计及运营战略视角 /

李卫东编著. -- 北京：高等教育出版社，2015.9

ISBN 978-7-04-043263-3

I. ①网… II. ①李… III. ①计算机网络—传播媒介—高等学校—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 155074 号

策划编辑	武 黎	责任编辑	沈浮郡	封面设计	王 鹏	版式设计	于 婕
插图绘制	杜晓丹	责任校对	刁丽丽	责任印制	赵义民		

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京市白帆印务有限公司	网上订购	http://www.landraco.com
开 本	787 mm×960 mm 1/16		http://www.landraco.com.cn
印 张	22.5	版 次	2015年9月第1版
字 数	390千字	印 次	2015年9月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	36.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 43263-00

前 言

2012年,教育部决定在新闻传播学专业目录中新设“网络与新媒体”专业。2013年首次批复28所高校招生,2014年批复20所高校招生。2014年申报的39所高校处于申报公示阶段。网络与新媒体专业文理兼收,毕业授予文学学士学位。

但“网络与新媒体”专业学生究竟学什么,应该重点培养哪方面的能力,是一个有待进一步商榷的问题。中国互联网前辈们为中国互联网的发展已经开创了广阔天地,让中国已经成为名副其实的互联网大国,我们已经创造了全球最先进的电子商务服务体系等骄人的成绩。但我们的新一代能否在互联网发展的未来30年中,不再追随世界互联网发展的脚步,不再模仿别人的应用模式,而是引领全球网络应用发展的方向?我们能否让世界互联网真正进入“中国时间”?为什么近些年出现的新型应用,如微博、实名社交、位置社交(切客)、虚拟世界社交、私密社交、阅后即焚社交、移动聊天、弹幕视频分享等应用都没有诞生在中国?为什么不是我们培养的大学生在全球首创某种应用,作为一种应用模式逐步被全球的创业者们模仿?为什么我们的大学生还普遍缺乏独创某种应用的意思、勇气和能力?我们必须反思我们的培养目标和培养模式。

目前,各大高校的网络与新媒体专业还是侧重于网络新闻编辑能力的培养,培养的学生与“网络与新媒体”业界的人才需求相去甚远。

据华中科技大学传播学余红教授的调查结果,“网络与新媒体”业界急迫的人才需求主要集中在网络与新媒体应用产品的规划和设计方面,产品经理是最热门的新媒体职位之一。

但各高校设计的“网络与新媒体”的培养方案中较少涉及网络与新媒体应用产品的策划和设计能力,主要是在培养一些新型网络应用的使用者,而不是在培养新型网络应用模式的创新者、创造者和设计者。

一般来说,一个网络与新媒体应用产品要最终推向市场,一般要经历用户心理、需求和行为分析,应用模式创新设计,运营战略制订,应用系统分析,应用系统设计(包括信息架构设计、界面设计、交互设计、用户体验设计、软件设计等),以及应用系统开发与实施(程序设计)等基本环节。其中应用模式创新设计是最具战略性的关键环节,是对某种用户需求的抽象描述,能直接决定一个网络与新

媒体应用的发展潜力和发展前景;能否构建独具特色的原创应用模式是一家网络与新媒体应用提供商创新能力和发展潜力的集中体现,也是决定其生死存亡的核心竞争能力之一。我们能否培养出杰出的网络与新媒体应用创新性人才,培养的一代又一代学生能否在未来不断创造出世界上独一无二的新型应用模式,关系到在中国网络与新媒体事业发展的未来,关系到中国能否成为世界网络与新媒体应用发展潮流的引领者。

《网络与新媒体应用模式》将“应用模式创新设计能力”的培养作为贯穿始终的“一根红线”,其特色主要有四个方面:

一是构建了网络与新媒体应用模式的基础理论。本书运用原子理论,从战略定位、服务模式、盈利模式和用户管理模式四个方面建立了原子应用模式的描述模型,提出了新型应用模式创新设计的方法和步骤。同时,本书在梳理和分析已有主要应用的基础上,建立了网络与新媒体应用模式的体系结构:将网络与新媒体应用模式体系的一级分类划分为网络信息获取应用模式、电子商务应用模式、网络互动交流应用模式、网络娱乐应用模式和电子政务应用模式。

二是本书全面深入地归纳了信息获取、电子商务、互动交流和网络娱乐四类一级应用模式的基本概念、发展现状、发展趋势和原子应用模式类型,详细讲述了各级应用模式所包含的原子应用模式的基本原理和运营战略,这能让学生掌握已有各种应用模式的基本原理,认识网络与新媒体应用的发展全貌,认识和发现已有应用模式的创新之处,夯实学生的专业知识基础,为其创新设计打下坚实的基础。这就相当于一个武林高手,只有全面了解了各门各派的武术绝学,才可能独创一种能战胜各门各派的武术套路。

三是囊括了最新的、最具创新性的、最具发展潜力的新型应用模式和应用产品。本书全面反映了最新问世的新型原子应用模式;同时通过新型应用产品的典型案例分析,让学生深入了解一个应用模式演变和完善的发展过程,总结典型应用产品运营管理的经验和教训,掌握新型应用模式创新设计和运营管理的基本能力,更加符合网络与新媒体业界对创新能力和实践能力的要求。

四是探讨了网络与新媒体应用的总体战略。本书从形态战略、入口战略和平台战略三个层面详细论述了网络与新媒体应用的总体战略,让学生掌握制订网络与新媒体应用运营战略的基础知识和基本方法,培养学生把握行业趋势、跟踪前沿的战略思维能力和战略规划能力。

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目 录

第一章 网络与新媒体概述/1

第一节 “网络与新媒体”的概念辨析和层次模型/1

一、网络与新媒体的概念辨析/1

二、网络与新媒体的层次模型/6

第二节 网络与新媒体的应用载体——万维网/8

一、万维网 1.0 时代/10

二、万维网 2.0 时代/12

三、万维网 3.0——语义网/14

第三节 网络与新媒体的基础设施/16

一、互联网/17

二、移动互联网/21

三、物联网/24

第四节 网络与新媒体应用的计算模式——云计算/27

一、云计算的基本原理/28

二、云计算的变革性影响/30

第五节 网络与新媒体应用的数据环境——大数据/31

一、大数据概述/32

二、大数据分析的关键技术/34

三、大数据带来的主要挑战/38

四、发展现状/42

第二章 网络与新媒体的应用模式理论/44

第一节 应用模式的概念/44

第二节 应用模式的设计理论/46

一、原子理论/46

二、原子应用模式的描述模型/47

第三节 应用模式的体系结构/50

一、用户需求层次结构/51

二、原子模式体系结构/52

第四节 应用模式创新设计的原则和方法/54

一、设计原则/54

二、设计方法/61

第三章 网络与新媒体的信息获取应用模式/64

第一节 网络新闻模式/64

一、概述/64

二、原子模式一：位置新闻模式/69

三、原子模式二：兴趣新闻模式/72

四、原子模式三：数据新闻模式/73

第二节 搜索引擎模式/75

一、概述/75

二、基本原理/84

第三节 信息聚合模式/88

一、概述/88

二、基本原理/91

三、运营战略/95

第四节 知识分享模式/96

一、概述/96

二、原子模式一：威客模式/98

三、原子模式二：维客模式/103

四、原子模式三：问答模式/107

第五节 案例分析/113

一、兴趣新闻应用：Flipboard/113

二、离线阅读应用：Pocket/122

三、移动信息聚合应用：网易云阅读/129

第四章 网络与新媒体的电子商务应用模式/138

第一节 电子商务应用模式概述/138

一、基本概念/138

二、发展现状和趋势/140

三、原子模式类型/142

第二节 B2B 应用模式/147

- 一、概述/147
- 二、基本原理/153

第三节 B2C 应用模式/161

- 一、概述/161
- 二、基本原理/165

第四节 O2O 应用模式/172

- 一、概述/172
- 二、基本原理/176

第五节 案例分析/179

- 一、O2O 电子商务应用:Jetsetter/179
- 二、第三方消费点评应用:大众点评网/184

第五章 网络与新媒体的交流互动应用模式/191

第一节 即时通信模式/191

- 一、概述/191
- 二、原子模式一:即时消息模式/194
- 三、原子模式二:移动聊天模式/198

第二节 个人空间模式/208

- 一、概述/208
- 二、原子模式一:微博客/213
- 三、原子模式二:轻博客/218

第三节 社交网络服务(SNS)模式/221

- 一、概述/221
- 二、原子模式一:实名社交模式/233
- 三、原子模式二:位置社交模式/237
- 四、原子模式三:私密社交模式/240
- 五、原子模式五:阅后即焚社交模式/242

第四节 案例分析/245

- 一、移动聊天应用:WhatsApp/245
- 二、虚拟世界社交网络应用:“第二人生”(Second Life)/249
- 三、图片社交网络应用:“品趣志”(Pinterest)/252
- 四、位置社交网络应用:Foursquare/259

第六章 网络与新媒体的娱乐应用模式/266

第一节 网络游戏模式/266

- 一、概述/266
- 二、原子模式一:动作游戏模式/274
- 三、原子模式二:角色扮演游戏模式/276
- 四、原子模式三:冒险游戏模式/277
- 五、原子模式四:模拟游戏模式/278
- 六、原子模式五:益智类游戏模式/279

第二节 网络视频应用模式/281

- 一、概述/281
- 二、原子模式一:视频平台模式/285
- 三、原子模式二:视频分享模式/288

第三节 案例分析/293

- 一、免费硬核游戏应用:《亚瑟王国:北方之战》/293
- 二、儿童游戏应用:摩尔庄园/297
- 三、弹幕视频分享应用:哔哩哔哩/302

第七章 网络与新媒体的应用形态战略/308

第一节 应用(APP)形态概述/308

- 一、原生应用(Native APP)/308
- 二、页面应用(Web APP)/309

第二节 “HTML5”原理概述/310

- 一、“HTML5”简介/310
- 二、“HTML5”的新增元素/311
- 三、“HTML5”的新功能和新特性/314

第三节 基于“HTML5”的应用形态战略/317

- 一、“HTML5”的应用现状/317
- 二、应用产品形态的战略选择/318
- 三、混合应用(Hybrid App):未来的产品形态/319

第八章 网络与新媒体的应用入口战略/320

第一节 应用商店/320

- 一、应用商店概述/320
- 二、应用商店发展现状和趋势/321

第二节 浏览器/324

- 一、浏览器概述/324
- 二、浏览器的发展现状/327
- 三、浏览器的发展趋势/332
- 四、案例分析/333

第九章 网络与新媒体的应用开放战略/335

第一节 开放平台概述/335

- 一、开放平台的内涵//335
- 二、开放平台的目标和意义/336
- 三、开放平台的影响因素/337
- 四、开放平台的发展现状/337

第二节 开放平台的内容战略/338

- 一、开放客户和产品数据/338
- 二、开放功能和服务/339
- 三、开放应用程序接口(API)和源代码/339

第三节 开放平台的主要模式/339

- 一、应用视角的平台模式类型/339
- 二、运营主体视角的平台模式类型/345

后记/347

第一章 网络与新媒体概述

“网络与新媒体”是一个专业名称,更是亟需认清的新兴事物。既然叫“网络与新媒体”,人们自然想到的首先是什么是“网络”?什么是“新媒体”?“网络与新媒体”的内涵与外延又是什么?“网络”与“新媒体”之间到底是一种什么样的关系;当前流行的“云计算、物联网、移动互联网、大数据”与“网络与新媒体”又是什么关系呢?它们是“网络技术”,还是“新媒体技术”?本章试图全面梳理这些内容,厘清各概念之间的相互关系,初步建立“网络与新媒体”的视图。

第一节 “网络与新媒体”的概念辨析和层次模型

一、网络与新媒体的概念辨析

(一) 什么是“网络”

网络、互联网、因特网的概念具有本质区别,但又容易混淆,具体的定义如下:

网络(Network)就是用物理链路将各个孤立的工作站或主机相连在一起,组成数据链路,从而达到资源共享和通信的目的;

互联网(internet)是指将两个以上的网络通过路由器连接起来,组成数据链路,完成网络与网络之间的通信和资源共享;

因特网(Internet)是国际计算机互联网的英文称谓,因特网是一个网络的网络,它以 TCP/IP 网络协议将各种不同类型、不同规模、位于不同地理位置的物理网络联结成一个整体,进行通信和信息交换,实现资源共享。^①

由此可见,严格意义上的互联网与因特网有着本质的区别:互联网对应的是以小写字母 i 开始的 internet,是一个通用名词,它泛指由多个计算机网络互连而成的网络;因特网对应的是以大写字母 I 开始的 Internet,是一个专用名词,他指当前全球最大的、开放的、由众多网络相互联结而成的特定的计算机网络。但

^① 袁津生:《计算机网络与应用技术》,清华大学出版社 2012 年版,第 5 页。

在已有的各类文献中,“网络”一词的实际使用范围非常广泛,其内涵非常丰富,已经远远超出上述定义,在不同的情境下的所指都不尽相同。归纳起来,主要有两种视角:技术视角和学术视角。

技术视角的“网络”,常常指代“计算机网络”或“互联网”。但随着网络与新媒体终端技术的发展,智能手机、上网本、平板电脑、智能穿戴设备等新型媒体终端不断问世,特别是谷歌眼镜、苹果手表、谷歌智能鞋、微软眼镜、太阳能比基尼、手套式手机、节拍手套、社交牛仔裤、卫星导航鞋等智能穿戴设备正逐步成为重要的媒体终端,在这种背景下,“网络”一词在当前不再专指互联网,“网络”技术正从互联网技术向移动互联网技术、物联网技术扩展。

学术视角的“网络”,主要从人类社会发展的角度去界定“网络”的内涵。“网络”一词常常指代“网络虚拟空间”、“网络虚拟社会”;“网络”一词还用来描述人们之间的社会关系,如“社会网络”、“传播网络”等。

本书从技术视角理解“网络”,“网络”一词泛指互联网、移动互联网、物联网:互联网是计算机的互联网络,移动互联网是智能移动终端的互联网络,物联网是万物的互联网络。“网络”技术发展演变的本质就是上网终端不断扩展的过程,互联网、移动互联网和物联网本无本质区别,只是联网的终端范围和种类不同而已。依此类推,所谓的“车联网”“电视互联网”“工业互联网”的概念都不难理解。也有观点认为,未来的“网络”发展将从“消费互联网”逐步向“产业互联网”(也称“工业互联网”)发展,“网络”技术将不断地向传统产业渗透,传统产业的“互联网转型”是未来“网络”发展的重要方向之一。

(二) 什么是“新媒体”

新媒体(New Media)一词源于1967年美国CBS(美国哥伦比亚广播电视网)技术研究所所长P. 戈尔德马克(P. Goldmark)的一份商品开发计划;之后,美国传播政策总统特别委员会主席E. 罗斯托(E. Rostow)在1969年向尼克松总统提交的报告书中,也多处使用了“New Media”一词;从此,新媒体一词开始在美国流行并扩展至全世界。^①但目前国内外对新媒体的定义各不相同。国内学者给出了以下几种定义:

定义1:“新媒体”是一个通俗的说法,严谨的表述是“数字化互动式新媒体”;“新媒体”是一个相对概念,其内涵会随着传媒技术的进步而有所发展,但从人类传播史的角度而言应是一个时代范畴,特指“今日之新”而非“昨日之新”或

^① 匡文波:《“新媒体”概念辨析》,《国际新闻界》2008年第6期。

“明日之新”；新媒体亦是一个宽泛的概念，是利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态，主要包括网络媒体、手机媒体、网络电视等媒体形态。^①

定义2：“新媒体”可理解为以“数字媒体为核心的新媒体”，它是通过数字化交互性的固定或移动的多媒体终端向用户提供信息和服务的传播形态；新媒体的本质特征，应该从媒体互动的新方式、媒体技术的新融合、媒体产品的互相依赖与交叠等众多因素中寻找。^②

定义3：新媒体意味着技术的进步、传播语境的改变、传统话语权的解构和内容生产方式的转变。^③

定义4：新媒体是大众实时交互地传递个性化数字复合信息的传播介质。^④

定义5：新媒体是一个相对的概念，因为新与旧只能在比较中区别：电视相对于广播，电视是新媒体；但相对于门户网站，电视又是旧媒体；新媒体是一个时间的概念，因为在一定的时间段内，总有一种占主导地位的新媒体形态。^⑤

定义6：基于数字技术产生的，具有高度互动性非线性传播特质，能够传输多元复合信息的大众传播介质，^⑥主要包括网络媒体、手机媒体和数字广播电视媒体。

国外学者认为，新媒体不等于把传统媒体的内容移植到互联网上，网络技术也不会自动产生新媒体；新媒体之“新”体现在它的“原创性”和“前所未见”的特质。^⑦ 具体的定义有：

定义1：新媒体的本质特征包括互动性、虚拟性、按需实时访问，每个人都可以创造、发布和阅读内容；^⑧

定义2：技术视角的新媒体本质是混合性，能为大众传媒和人际传播提供一个平台，具有联结社会关系的能力；^⑨

① 匡文波：《“新媒体”概念辨析》，《国际新闻界》2008年第6期。

② 廖祥忠：《何为新媒体》，《现代传播》2008年第5期。

③ 喻国明：《解读新媒体的几个关键词》，《广告大观媒介版》2006年第5期。

④ 景东、苏宝华：《新媒体定义新论》，《新闻界》2008年第3期。

⑤ 熊澄宇：《整合传媒：新媒体进行时》，《国际新闻界》2006年第7期。

⑥ 邵庆海：《新媒体定义剖析》，《中国广播》2011年第3期。

⑦ 洪浚浩：《传播学新趋势》，清华大学出版社2014年版，第748～749页。

⑧ Baym, N., et al. *Communication Theory and Research in the Age of New Media: A Conversation from the CM Cafe*. Communication Monographs, 2012, 79, 2:256-267.

⑨ Baym, N., et al. *Communication Theory and Research in the Age of New Media: A Conversation from the CM Cafe*. Communication Monographs, 2012, 79, 2:256-267.

定义3:物理层面的新媒体主要包括笔记本电脑、智能手机等技术设施;①

定义4:新媒体可理解为在线出版,具有超文本性、互动性和多媒体性;②

定义5:新媒体将不再是任何一种特殊意义的媒体,而不过是一种与传统媒体形式没有关联的一组数字信息,但这些信息可以根据需要以相应的媒体形式展示出来;

定义6:新媒体就是能对大众同时提供个性化内容的媒体,是传播者和接收者融合成对等的交流者,而无数的交流者相互间可以同时进行个性化交流的媒体。③

总之,国外学者认为,新媒体泛指一切数字的而非模拟的媒体形式,包括网络新闻、社交媒体和自媒体。④由此可见,当前国内外有关新媒体概念的定义各不相同,至今仍是含糊不清,学术界、产业界对新媒体的概念乱用、混用的现象随处可见,将新媒体、互联网、因特网、手机、数字媒体、手机新媒体、网络媒体、自媒体、第四媒体、第五媒体等概念混为一谈。之所以出现这些问题,主要因为大家定义新媒体的对象和层次各不相同,或者把不同层面的概念进行混用。

如若把“网络”与“电视”比较后,就说“网络”是新媒体显然是错误的,因为“网络”是信息高速公路,“电视”是终端,显然不在一个层面上,只能说“电脑”与“电视”相比较是新媒体;若把“手机”和“网络”相提并论,说“网络是第四媒体,手机是第五媒体”,显然也是不严谨的,同样因为“网络”是信息高速公路,“手机”仅仅是终端而已。也有人说新旧媒体的区隔主要看其传播特征,这种提法看似很理性,但仔细一想,在逻辑上也是讲不通的。因为,新旧媒体本身没有区隔清楚,哪来的新旧传播特征呢?一般来说,一种新型的媒体问世后,人们才会发现或总结其新型的传播特征,较难先构想一种新型的传播特征,然后拿这把尺子“量”哪些是新媒体。

所以,界定新媒体的概念,首先要确定定义新媒体概念的层次和角度,不能将应用(软件)、终端和支撑网络等不同层面的概念不加区分,相互嫁接,随意组合或比较;不能把应用之新(微信)与终端之旧(电脑)进行比较后,就说微信是新媒体;也不能把终端之新与网络之旧(互联网)进行比较后,说手机是新媒体。

① Baym, N., et al. *Communication Theory and Research in the Age of New Media: A Conversation from the CM Cafe*. Communication Monographs, 2012, 79, 2:256-267.

② Deuze, M. *The Web and Its Journalism: Considering the Consequences of Different Types of New Media Online*. New media & Society, 2003, 5, 2:203-230.

③ 转引自邵庆海:《新媒体定义剖析》,《中国广播》2011年第3期。

④ 洪浚浩:《传播学新趋势》,清华大学出版社2014年版,第748~749页。

本书认为,“新媒体”的概念可从“终端”视角、“应用”视角和“体系”视角进行界定。

一是“新媒体”的“终端”说。目前,大家普遍认为新媒体是相对于报纸、杂志、广播(收音机)、电视等传统媒体而言。所谓报纸、杂志、广播(收音机)、电视等传统媒体有一个共同的基本特征:它们全都是人们获取信息的终端。也即,这里新旧媒体的更替,其本质是新旧媒体终端的更新,或者说“新媒体”其实是“新型媒体终端”的简称。这样,与“模拟电视”相比较,新媒体是指“数字电视”和“智能电视”;与“电视”相比较,新媒体是指计算机(或电脑)终端;与计算机(或电脑)相比较,新媒体是指智能手机等移动终端。

二是“新媒体”的“应用”说。对用户而言,真正感受到的新媒体其实就是由网络提供的一个个具体的应用(APP)。正是这些应用深刻改变了用户的生活方式、消费方式、沟通方式和娱乐方式,人们借助各种丰富多彩的应用,能实现实时的信息获取、便捷的购物、流畅的沟通和无处不在的娱乐。由此可见,“新媒体”的本质是网络应用,或者说“新媒体”是“新媒体应用”的“简称”。因此,要认识“网络与新媒体”,关键是认识具体的一个个“网络应用”。

三是“新媒体”的“体系”说。“新媒体”可看作是由一个新型网络、新型数据处理模式、新型计算模式、新型浏览模式、新型应用模式和新型终端构成的新型媒介体系。因此,所谓的“新媒体”是“新型媒介体系”的简称。“新媒体”,可能是数据处理模式之“新”、计算模式之“新”、浏览模式之“新”、终端之“新”,也可能是应用之“新”。其中,新型应用是“新媒体体系”的核心。因为,若没有丰富多彩的应用,所谓的新型网络、新型数据处理模式、新型计算模式、新型浏览模式和新型终端都将无意义可言。由此可见,“新媒体”的“体系”说和“应用”说在本质上是相通的。在此意义上,“新媒体应用”、“网络应用”和“网络与新媒体应用”可以等同视之。因此,本书采用全称“网络与新媒体应用”来指代一个个具体的应用,通过识别“网络与新媒体应用模式”(书中有时简称为“应用模式”或“网络应用模式”)来梳理网络应用的基本类型,通过建构“网络与新媒体应用模式”的“描述模型”来描述同一类应用的基本原理。

(三) “网络”与“新媒体”的关系学说

厘清了上述“网络”与“新媒体”的概念之后,网络与新媒体的关系就非常清楚了。

若将“新媒体”理解为狭义的“新型媒体终端”,则网络是“新型媒体终端”相互连接而成;“新媒体”终端经历了电视、电脑和手机的演变历程,相应地网络也

就经历了广电网、互联网和移动互联网的演变历程。其他所谓“网络就是新媒体”，“网络与新媒体相加就是网络新媒体”等提法显然都是不严谨的。

若将“新媒体”理解为“新型媒介体系”，则网络是“新型媒介体系”的基础平台，是“新媒体”的一部分。

“网络”与“新媒体”显然是一种相辅相成、相互促进的关系：新型网络技术的发展会催生新型的新媒体终端；新媒体终端自身的更替也会不断扩大网络的覆盖面。当前，智能穿戴设备更能代表未来，能更方便地连接“无处不在”的网络。据腾讯科技 2013 年 5 月 13 日消息，到 2016 年，全球可穿戴计算设备市场的规模将达到 60 亿美元；市场研究公司（Juniper Research）预测，2017 年将售出 7 000 万台可联网的穿戴式设备，而 2013 年仅为 1 500 万。这些不断涌现的新媒体终端能为人们随时随地获取“网络”中的媒介信息。

（四）“网络与新媒体”和“网络与新媒体应用”

若将“新媒体”理解为狭义的“新型媒体终端”，则“网络与新媒体”的含义是指新型媒体终端及其构成的网络。“网络与新媒体应用”是指运行在网络上，通过新媒体终端可以访问的具体应用。

若将“新媒体”理解为“新型媒介体系”，则网络是“新型媒介体系”的基础平台，是“新媒体”的一部分。此时“网络与新媒体”的含义是指新型网络及在此基础上形成的新型媒介体系。“网络与新媒体应用”是运行在网络上，通过新媒体终端可以访问的具体应用，是“新型媒介体系”的有机组成部分。

二、网络与新媒体的层次模型

依据上文，从“体系视角”来看，“新媒体”是由一个新型网络、新型数据处理模式、新型计算模式、新型访问浏览模式、新型应用模式和新型终端构成的新型媒介体系。因此，网络与新媒体的内涵可以通过层次模型进行描述，就可以清晰地厘清其发展的脉络（详见图 1-1-1）。

首先，在网络与新媒体的终端层面，经历了从电脑终端（台式机、笔记本）到移动终端（智能手机、平板电脑和穿戴设备）的演变。

其次，在网络与新媒体的应用模式层面，新型的信息获取应用模式、电子商务应用模式、交流互动应用模式和娱乐应用模式不断涌现。

第三，在网络与新媒体的浏览模式层面，经历了万维网 1.0（Web1.0）和万维网 2.0（Web2.0）时代，正在向万维网 3.0（Web3.0）发展。

第四，在网络与新媒体的计算模式层面，网络与新媒体应用的计算模式正由