



社会科学普及读物出版资助重点项目

总主编 林建宁 张宏明

Xinmeiti Shidai de Shengcun

新媒体时代的生存

郑德梅 ◎ 著

山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位



社会科学普及读物出版资助重点项目

总主编 林建宁 张宏明

新媒体时代的生存

Xinmeiti Shidai de Shengcun

郑德梅 ◎ 著



山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体时代的生存 / 郑德梅著. — 济南: 山东人民出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 209 - 09095 - 7

I. ①新… II. ①郑… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 217593 号

新媒体时代的生存

郑德梅 著

主管部门 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 山东人民出版社

社 址 济南市胜利大街 39 号

邮 编 250001

电 话 总编室 (0531) 82098914

市场部 (0531) 82098027

网 址 <http://www.sd-book.com.cn>

印 装 莱芜市华立印务有限公司

经 销 新华书店

规 格 16 开 (169mm × 239mm)

印 张 17

字 数 280 千字

版 次 2015 年 12 月第 1 版

印 次 2015 年 12 月第 1 次

ISBN 978 - 7 - 209 - 09095 - 7

定 价 35.00 元

如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换。

社会科学普及读物出版资助重点项目

编 委 会

主 任 刘宝莅 林建宁

副 主 任 周忠高 李海萍 高 航 张宏明 孙淑娜

王晓娟 张伟红

委 员 刘宝莅 林建宁 周忠高 李海萍 高 航

张宏明 孙淑娜 王晓娟 张伟红 杨宗杰

张传民 魏 来 祝 颖 曲 艺 高玉宝

徐 青 周文升

总 主 编 林建宁 张宏明

副总主编 张伟红 高玉宝

编 辑 王玉革 牛秀琳 刘 坚 吴庆利

在新的历史时期，党和国家确立了全面建成小康社会，全面深化改革，全面推进依法治国，全面从严治党的战略布局。实现这一艰巨的任务，既需要有一大批高素质的人才发挥支撑引领作用，更需要不断提升全社会的文明素质，特别是以理论思维、人文知识、处事能力和科学精神为核心的人文素养，这是建设文化强国的必然要求和迫切需要，也是社会科学工作的重中之重。这就要求加强社会科学普及工作，根据时代和社会发展的需要，运用易为公众所理解、接受、参与的方式方法，通过一定的组织形式和传播渠道，普及科学知识、倡导科学方法、传播科学思想、弘扬科学精神和人文精神，提高公众社会科学素质和思想道德素质，促进人的全面发展。这是各级社科联组织的一项重要任务。

加强社会科学知识的宣传和普及，需要有为干部群众所喜闻乐见的通俗读物，好的社会科学通俗读物其社会价值不可低估。当年艾思奇的《大众哲学》在社会上产生了较大反响，毛泽东同志赞扬该书写得“相当深刻”。在各种思想文化交流、交融、交锋日益频繁，社会思潮多元、多样、多变特征更加明显，大众思想活动的独立性、选择性、多样性、差异性明显增强的新时期，要把抽象的基本原理、专业知识和科学方法等写成生动有趣、实用通俗的科普读物，在介绍和阐释科学知识中融入人文教育、人文关怀，为公众喜闻乐见并非易事。这就更加需要各级社科联组织高度重视社会科学普及工作，坚持不懈地抓好社会科学普及读物的策划、创意、扶持工作，多动脑筋、多想办法，组织动员更多的社会科学工作者投身于社会科学普及读物的创作编写工作，多出成果、出好成果。

近年来，山东省社会科学界联合会在出版社会科学普及读物方面进行了不懈探索。在山东省委宣传部、山东省财政厅的支持下，创设了山东省社会科学普及读物出版资助资金，制定了《山东省社会科学普及读物出版资助管理办法》。出版资助项目坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大、十八届三中四中全会精神和习近平总书记系列重要讲话精神，坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，坚持贴近实际、贴近群众、贴近生活的原则，认真贯彻《山东省社会科学普及条例》，采取自主申报、公平竞争、专家评议、择优资助的办法，每年资助出版一批宣传中国特色社会主义理论体系的通俗读物，宣传、解读经济社会发展战略的通俗读物，传承、弘扬中华优秀传统文化的通俗读物，关注民生、解惑释疑的通俗读物以及弘扬科学精神、倡导科学方法的通俗读物。这项工作备受全省社科界的关注，激发了广大社科工作者的创作热情，许多优秀的社会科学普及读物不断涌现，深受干部群众的欢迎和好评。

社会科学普及读物只有深入浅出、生动活泼、通俗易懂，才能易于为大众理解和喜爱，进而自觉地学习并有所获益。紧扣主旋律，把握时代性，体现知识性，富有可读性；采取问答、图文解读、动漫、卡通等各种写作方式，编写图文并茂、通俗易懂、适合初中以上文化水平的公众阅读读物，是项目组织者和编写者的共同夙愿和努力方向。

序

2014年2月27日中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央网络安全和信息化领导小组组长习近平主持召开中央网络安全和信息化领导小组第一次会议并发表重要讲话。他在讲话中指出，当今世界信息技术革命日新月异，对国际政治、经济、文化、社会、军事等领域的发展产生了深刻影响。信息化和经济全球化相互促进，互联网已经融入社会生活的方方面面，深刻改变了人们的生产和生活方式。

的确，对网络和基于网络的各种新媒体的应用已经成为当下人们的生活常态。新媒体对于我们大多数人而言已经不是一个新名词，它已经深入到我们工作、学习、生活的每个角落，成为我们离不开的媒体“空气”，我们的时代已经是新媒体时代。

新媒体让我们的生活越来越丰富便利。时事新闻、休闲娱乐、网络购物、手机支付、网上银行、沟通交流、求职交友、在线学习、辅助教育、手机阅读、寻医问药、出行资讯、创业平台等日常生活中的事情，我们都可以通过基于网络的新媒体来解决。

新媒体使我们的工作越来越轻松高效。网络查询、在线传输、即时沟通、联网作业、市场营销、信息发布、在线管理、网络调查等原本繁琐费时的的工作，我们都可以通过快速及时的新媒体来完成。

新媒体让我们的社会越来越和谐文明。管理创新、信息公开、舆情监督、舆论引导、了解民情、倾听民意、服务民生、问计于民、辟谣反腐、加强沟通、传递正能量等“织博为民”“微信问政”的新媒体应用，成为政府服务人民的新平台、新载体。

当然，新媒体时代的到来也产生了许多新的问题。垃圾信息、网络诈骗、

网络谣言、手机诈骗、信息泄露、网络成瘾、手机依赖、噪音污染、社交危机、网络色情、微博骂战、微信陷阱、手机偷拍、网络曝光等一系列影响个人发展、破坏社会和谐的负面问题的产生，同样需要引起我们的警惕。运用新的方法与规则减少、解决这些问题，是当今时代我们面临的重要课题。

因此，在新媒体时代用好新媒体为我们的生活、工作、学习服务是每一个人都应具备的基本能力，用好新媒体来建设和谐文明的社会是每一个人的责任和义务。而所有这些新媒体时代的能力与素养、责任与义务、方式与方法，正是《新媒体时代的生存》一书所阐释的关键。

目 录

总前言	1
序	1
 第一章 认识媒体真面目	1
第一节 什么是媒体	1
第二节 媒体是怎样划分的	5
第三节 媒体的功能与责任	9
第四节 媒体的发展与变化	14
 第二章 走进媒体新天地	18
第一节 什么是新媒体	18
第二节 新媒体的传播特征	22
第三节 日常生活中常用的新媒体	27
 第三章 新媒体时代的生活方式	58
第一节 网络新媒体：四通八达的生活	59
第二节 手机新媒体：指尖上的生活	81



第四章 新媒体时代新问题的应对法则	118
第一节 新媒体生活给我们带来的负面影响	118
第二节 网络谣言来袭	126
第三节 网络谣言的识别与应对	140
第四节 网络诈骗与手机诈骗	150
第五章 新媒体时代的传播法则	170
第一节 用好新媒体,传递正能量	170
第二节 新媒体信息传播中的“说话技巧”	182
第六章 新媒体时代的护身法则	191
第一节 新媒体时代信息传播的相关法律规定及倡议	191
第二节 新媒体时代的隐私保护	196
第三节 新媒体时代远离垃圾信息骚扰	215
第四节 新媒体时代的人身安全	222
第七章 新媒体时代的素养教育	233
第一节 新媒体时代的必修课,你学好了吗	234
第二节 新媒体时代的教育,你接受了吗	238
第三节 新媒体时代的教育,你开展了吗	246
参考文献	260
后 记	264

媒体是对我们日常生活影响非常大的一种力量。我们会通过报纸媒体获取新闻，了解时事；我们会因为电视媒体播出的广告而去购买某产品，进行消费；我们会阅读各类书籍来获取知识，陶冶情操；我们会通过网络和好友聊天，传递信息；我们会去电影院观赏电影，休闲娱乐；我们会通过手机媒体进行网上购物，方便生活……各种媒体带给我们知识、娱乐、便利，但我们也会因为媒体报道的片面性而影响了自己的判断力，会因为媒体提供了海量的信息而使生活备受影响，会因为媒体的吸引力而沉溺其中。因此，对在生活中占据了重要地位的媒体，我们必须对其充分了解、熟悉，进而才能有效地利用它为我们的生活服务。

作为信息传递载体和信息传播机构的媒体，经历了一个较长的发展时期，从早期简单功能少的实物媒体时期，发展到目前功能强大的新媒体时期，不同媒体随着时间的推进不断产生变化，不同媒体的各种功能不断得到扩展，并且各种媒体之间不断进行融合，进入一个崭新的媒体时代。媒体的各种属性得以充分体现，以崭新的姿态在我们的生活中发挥着重要作用。

第一节 什么是媒体

21 世纪的社会是信息社会，也是传播社会和媒体社会，通信卫星、计算机等先进信息传递工具的投入使用，使我们通过报刊、广播、电视、网络、手机等渠道很容易就可以获得大量信息。媒体在信息的传播中发挥着越来越重要的作用，已经成为我们日常生活中不可缺少的另一类“阳光”“空气”与“水”。因此，作为一个媒体新时代的居民，认识媒体、了解媒体、使用媒体，应该成为生活的必须。



一、媒体的概念

媒，在我国古代指的是做媒，婚姻介绍的中介。现代人引用过来指信息表示和传播的载体。媒体一词来源于拉丁语“Medium”，音译为媒介，意为两者之间，是指人们用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。

我们通常所说的媒体(Media)一般有两种含义：一种是指信息传递的载体、

中介和工具，如书本、磁盘、光盘、磁带、存储卡、云盘以及相关的播放设备如电视、网络、手机、平板电脑等；一种是指从事信息传播的机构，即媒体组织，负责信息的搜集、整理、制作、传播，如报社、电台、电视台、出版社、电影制片厂、网站等。

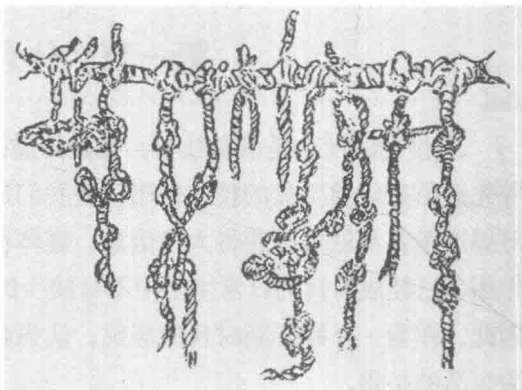


二、媒体的历史

媒体的发展经历了一个较长的过程，大致可以分为4个时期。

(一) 早期的实物媒体与文字媒体

实物媒体即是通过实物记录和传播信息，应用时期为文字发明之前，比如我国古代的结绳记事与刻契符号记事。结绳时代大约在神农氏以前，而刻契符号的使用，大致在神农氏至黄帝时代。到了黄帝时代，经济文化生活的进步，使得结绳记事已无法适应更多、更快地记录和传递信息的需要，传说仓颉从“兽蹄鸟迹”之中，琢磨出一套方便适用的交流手段，从而发明了文字。文字的发明是人类社会进入文明时代的重要标志。

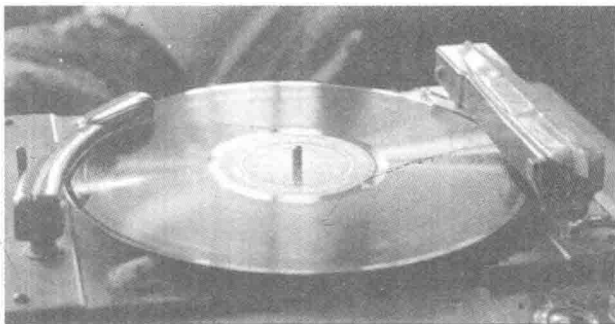


（二）近代的平面印刷媒体

从 15 世纪的印刷书籍开始，到 17 世纪的定期报纸、18 世纪的杂志，再到 19 世纪中期的大众媒体，如便士报、五分镍币杂志、一角钱小说等，都属于近代平面印刷媒体。

（三）电子媒体

电子媒体包括电视、广播、电动广告牌、电话等，是以一定的电子手段，通过先进的电子信息技术来进行信息传递的媒体。电子媒体产品不再是有形的客观物质，而是无形的存在于网络之上的数据。电子媒体包括了 19 世纪的照相技术、无线电技术、电话技术，19 世纪 80 年代的电影，19 世界末的唱片，20 世纪初的广播，20 世纪中期的电视等。



（四）新媒体

新媒体时期的到来开启了媒体发展的新纪元。20 世纪后期的数字卫星、数字有线电视、网络媒体、移动媒体等各种新媒体以其崭新的媒体形态呈现在我们面前，以视、听、触、嗅、动等多方位体验，带给我们海量、迅捷、互动的信息传播享受。

三、媒体的属性

媒体承担着多种责任，具有多种属性。

（一）社会属性

媒体通过各种形式，如文字、图像、视频、声音等的传播，在组织社会关系、传达社会文化意义、传输社会道德等方面起着重要的作用，承担着重要的社会责任，因此媒体具有的重要属性之一即是其社会属性。

（二）经济属性

我们无论是从报纸、杂志还是从电视、网络获取信息，其实都是需要支付一定费用的，说明媒体传播的信息实际上是一种商品，因此媒体本身是具有经济属性的，具体表现在信息作为产业生产信息产品、进行市场化运作、自主经营等方面。

（三）政治属性

任何国家的媒体传播，都必须为统治阶级的利益提供服务和保证，使政治具有丰富的内容和明确的方向性。我们国家的各种传播媒体就是党和政府的喉舌，是宣传工具。

（四）文化属性

信息这种商品，与满足我们生理需求的一般物质产品不同，它主要是满足人们精神层面的消费，满足人们对社会文化的了解和认知需求，所以说媒体传递的信息也具有鲜明的文化属性。

（五）技术属性

媒体发展离不开技术的发展，可以说媒体的各种传播都是建立在技术不断发展基础上的。比如，如果没有数字化技术、网络技术、无线网络技术等的发展，就不会有网络新媒体的大发展，因此媒体又具有明显的技术属性。

四、与媒体有关的常用术语

（一）什么是传播

传播是指社会信息的传递或社会信息系统的运行。信息是传播的内容，传播的根本目的是传递信息，是人与人之间、人与社会之间，通过有意义的符号（如文字、声音、图像等）进行信息传递、接收、反馈活动的总称。报纸的发行是一种传播，电视节目的播放是一种传播，发微博、微信也是一种传播，传播在我们的生活中无处不在。

（二）什么是传播者与受传者

所谓传播者，是指传播行为的引发者，即以发出信息的方式主动作用于他人的人、群体或组织。受传者，即我们经常说的受众，是指信息的接受者和反应者，是传播者的作用对象。比如，你在自己的微博上发布信息时你就是传播者，而观看你这条微博的人就是受传者；在电视节目的传播中，电视媒体工作者是传播者，观众就是受众。在现在的微博、微信等新媒体形式中，传播者和受传者之间的界限已经模糊，有时甚至合为一体，既是传播者又是受传者。

（三）什么是大众传播

报社在发行一份报纸时，很多人都会买来看，报纸上的信息是传播给社会大众的；电视台制作好电视节目进行播出时，是面向社会大众进行播出的……诸如此类的传播我们就可以理解为大众传播。大众传播是一种信息传播方式，是特定的社会集团利用报纸、杂志、书籍、广播、电影、电视、网络等大众媒

体向社会大多数成员传送消息、知识的过程。

第二节 媒体是怎样划分的

在日常生活中接触和使用各种媒体时，我们经常会接触到一些关于媒体的不同说法，比如我们会说报纸是平面媒体，是第一媒体，又是感觉媒体，这其实是按照不同的划分方法来说的。

一、按出现先后顺序划分的媒体

（一）第一媒体：报纸

报纸是以刊载新闻和新闻评论为主的出版物。通常人们将 1470 年德国科隆出版的一份新闻小册子称为世界上最早的报纸。新媒体时代，传统纸质报纸与其他媒体形式不断融合，出现了一些崭新的形式，如网络报、电子报、卫星报、手机报等。其中的卫星报纸就是通过卫星系统，将各国的报纸原版信息收集并发送至终端设备上，使分布于世界各地的读者能通过当地终端，即时打印出想要阅读的当天报纸，实现报纸媒体的全球当天发行、即时阅读。

（二）第二媒体：广播

1920 年 4 月，西屋电气公司的工程师康拉德开始试验通过电台播放自制的节目。10 月 27 日，负责颁发电台执照的美国商业部分配给西屋公司一个商业性电台的呼号——KDKA。11 月 2 日，KDKA 电台利用美国大选的时机开始定期广播，成为历史记载的美国第一家正规广播电台。因此 1920 年 11 月 2 日被认为是世界广播事业的诞生日。

广播媒体信息传播方便灵活、迅速及时、声情并茂、感染力强、功能多样、受众广泛、覆盖面大、互动性强，可谓“小小广播大世界”。新媒体时代广播借力其他媒体的有利态势，通过跨区域、跨媒体合作，实现媒体间联动，

形成了立体化、散发性的现代广播形态。如通过网络开办电台网站进行网络广播；用手机、MP4、汽车收听工具等移动终端可以随时随地收听“移动广播”；与数字电视相结合的可视收音机让传统广播成为可听、可视、可查看的现代“可

- ✓ 音乐播放
- ✓ 收音功能
- ✓ 电视/电影功能
- ✓ U盘播放
- ✓ 麦克风功能
- ✓ 扩音功能
- ✓ TF卡播放



视”广播，同时具备了“顺风耳”和“千里眼”的功能。

（三）第三媒体：电视

人们通常把 1925 年 10 月 2 日苏格兰人约翰·洛吉·贝尔德在伦敦的一次实验中“扫描”出木偶的图像看做是电视诞生的标志，他被称作“电视之父”。目前全球电视频道有 5 万多个，仅 24 小时新闻电视频道全世界就有 150 家左右。具有全球播出规模的世界新闻电视频道，目前主要有 BBC World、CNN、NHK World、半岛、Russia Today、France 24、韩国 KBS 等。

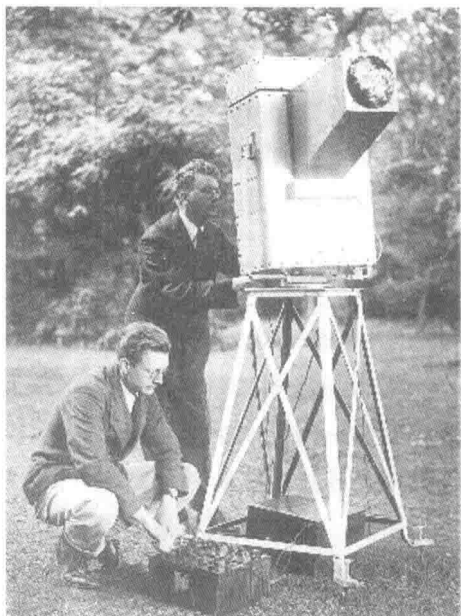
电视媒体传播视听合一、形象生动、直观易懂、现场感强、传播迅速、互动性强、影响面大，是一种大众化的传播媒体。新时代新样貌，传统的电视媒体摇身一变成为“电视新媒体”，节目内

容日益丰富，获取方式便捷，收视终端不断拓展，于是颇受大家欢迎的数字电视、网络电视、手机电视、移动电视、户外电视等电视媒体新形式出现在我们的生活中，将我们带入一个崭新的电视新媒体世界。

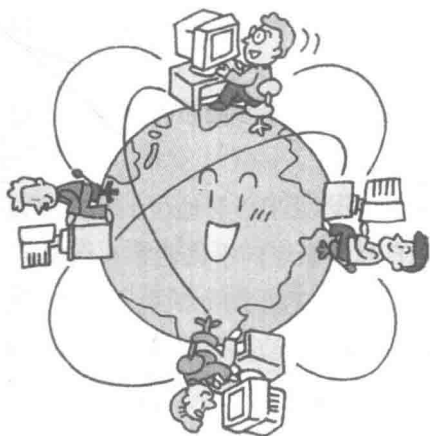
（四）第四媒体：互联网

互联网是全球最大的、开放的、由众多网络互联而成、主要采用 TCP / IP 协议的计算机网络以及这个网络所包含的巨大国际性信息资源。网络媒体是借助互联网平台发布新闻和进行新闻等信息服务的传播媒体。如今网络媒体已经遍布全球，用户将近 50 亿，并且不断朝无线网络的方向发展。

1969 年，世界上第一个计算机网络阿帕网正式面世。1974 年，计算机网络互联的核心技术网际协议（IP）和传输控制协议（TCP）诞生，这使全球电脑联为一体成为可能。1991 年，时任美国国会参议员的戈尔提出建立“信息高速公路”的设想。1993 年，美国总统克林顿宣布正式实施“国家信息基础设施行动计划”，这一计划的开展使互联网受到全世界的热切关注。从 1994 年开始，互联网开始由科研教育服务为主向商业性计算机网络转变，一批以提供搜索引擎为主要服务内容公司如 Yahoo 等应运而生。1994 年 11 月，美



贝尔德（右）和他制作的电视摄像机



网景公司推出互联网浏览器 Netscape Navigator1.0, 极大地方便了人们在网上的搜索和浏览, 激起了用户上网热潮。美国国家科学基金会于 1995 年宣布不再向互联网提供资金, 互联网完全走上商业化道路。1996 年以后, 由于各国对网络基础设施建设投入的加大, 互联网在全球迅猛发展。经过 40 多年的发展, 互联网已成为连通世界上几乎所有国家的国际网。中国于 1994 年 4 月 20 日正式接入国际互联网 (Internet), 1995 年 5 月向社会开放网络接入和提供全面服务。

网络媒体具有多种传播优势: 传播范围广, 全球性; 保留时间长, 全天候加常年; 信息数据庞大, 全面性; 开放性强, 全方位; 操作方便简单, “傻瓜”化; 互动性强, 全动态; 强烈的感官性, 全接触。

(五) 第五媒体: 移动网络媒体

到底什么是“第五媒体”, 目前有很大争议。一种说法认为, “第五媒体”是新媒体, 是在新技术支撑体系下出现的媒体形态, 如数字杂志、数字报纸、数字广播、博客微博、移动电视、手机微信等。另一种说法则认为, “第五媒体”就是手机媒体, 即以手机为视听终端、手机上网为平台的个性化即时信息传播载体。随着信息传播和接收终端的不断发展变化, 综合目前最主要的两种说法, 我们将移动网络媒体称为“第五媒体”。简言之, “第五媒体”就是通过手机、上网本等移动终端载体和无线网络, 实现各种文字、音频、视频等媒体内容的传播和个性化服务的载体。

“第五媒体”具有移动性、实时性、交互性和便携性等特点, 个体与个体之间随时可以进行交流和互动, 这是其他媒体形式都不具备的优势。

(1) “第五媒体”携带方便, 在网络条件具备的情况下可以不受时间、地点和环境的制约, 在公交车、地铁、火车上, 在

