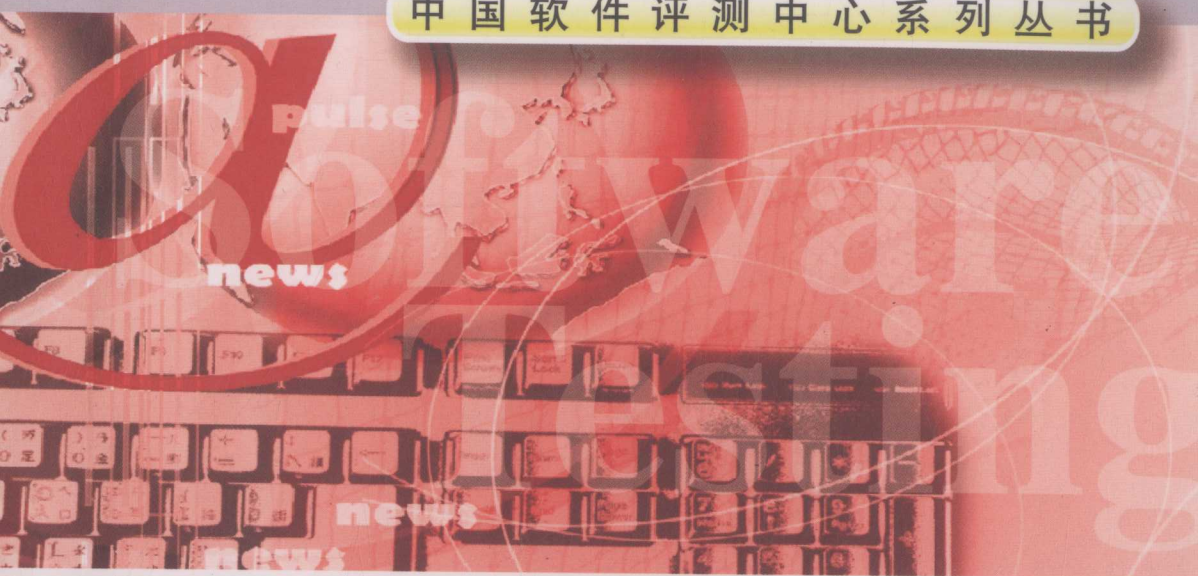




中国软件评测中心系列丛书



互联网新技术 在媒体传播中的应用

张向宏 主编 张少彤 副主编

清华大学出版社



中国软件评测中心系列丛书

互联网新技术在媒体传播中的应用

主 编 张向宏

副主编 张少彤

编 委

周 亮 王友奎 王理达 方 伟 王 凯 曾佳玉
范 俊 黄 健 秦 义 张建光 余婧华 张连夺

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本文从介绍互联网新技术概念、内涵入手,重点论述互联网新技术在国际主流新闻媒体、商业网站的应用情况,比较完整地介绍了互联网新技术在帮助国际主流新闻媒体、商业网站实现网络传播力,最终获得宣传影响力方面发挥的作用,以及互联网新技术在媒体传播中的应用趋势。

本文目标读者为媒体工作者、互联网技术应用研究人员以及互联网站规划设计者,藉以反映新技术对媒体传播的影响。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

互联网新技术在媒体传播中的应用/张向宏主编. —北京:清华大学出版社,2010.4
(中国软件评测中心系列丛书)

ISBN 978-7-302-22172-2

I. ①互… II. ①张… III. ①计算机网络—应用—传播媒介—研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 033188 号

责任编辑:冯 昕 赵从棉

责任校对:赵丽敏

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京市昌平环球印刷厂

装 订 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:175×245

印 张:18.25

字 数:362 千字

版 次:2010 年 4 月第 1 版

印 次:2010 年 4 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:32.00 元

产品编号:034250-1

互联网是一个新型的媒体。“新”不仅仅是指互联网出现的时间不长,更主要的是指互联网与当前高技术的发展有更加直接的联系。互联网的传播形式、互联网内容的表现形式仍然在快速地发展变化,和传统媒体相比具有明显的特征,有其不同的规律。如何大兴网络文明之风,推进网络文明建设,构建和谐网络,从而加强网上的正面宣传,引导网上的舆论,把握网上的正确导向,传播先进的文化,加快对外宣传,是我们目前面临的重要课题。这需要我们加强对互联网的特性、互联网的传播规律的研究。

互联网技术的发展和运用,实质上是一次信息革命,加快了信息的传播速度和范围,提高了信息的储存性能,方便了信息的检索方法,丰富了信息的表现形式。互联网新技术应用在媒体传播中,促使了传播语境的改变、传统话语权的解构和内容生产方式的转变。在信息形式上,由文字形式向音频、视频、图片等多种形式转变;在应用领域上,从信息传播和娱乐消费为主向商务服务领域延伸和拓展;在普及程度上,城乡之间、地区之间的差距逐步缩小,整体发展水平不断提高;在服务模式上,从信息服务向以博客、播客等为代表的平台服务发展,网络媒体的信息内容和交互性更加多样;在传播手段上,互联网与手机等的融合进一步加快,网民对信息的获取、发布、利用、消费更加便捷,互联网将真正“无时无地不在”。

互联网新技术为新闻传播提供了越来越重要的支持作用。研究和学习新技术在新闻传播中的作用,并在实际工作中进行有效的指导和应用,成为提升中国网络媒体的传播实力和水平、加快传统媒体与新媒体融合的必由之路。

国务院新闻办公室网络新闻宣传管理局局长

李伍峰

传统的大众传媒机构加盟互联网,在网上建立网站已成为社会传媒环境中的一道新景观。具有能够包容不同层次的传播活动(人际传播、群体与组织传播乃至大众传播活动)特征的电脑传播网络,虽然当初是以服务于方便迅捷的人际传播活动——网络化电子通信的面貌兴起的,但目前在其发展过程中正展示出另一风貌:在服务于包括新闻传播在内的大众传播方面,它同样具有巨大潜力。互联网本身作为新型媒介,已日益成为大众传媒园地中来日方长的新苗;新闻传媒上网提供网上服务信息,已成为新闻传媒发展史上的崭新一页。

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2008年中国互联网络发展状况统计报告显示,截至2008年12月31日,中国网民规模达到2.98亿人,普及率达到22.6%,网民规模较2007年增长8800万人,年增长率为41.9%;手机上网网民规模达到11760万人,较2007年增长了33%;2008年中国的网络新闻得到较快发展,网络新闻使用率较2007年提升了近5%,网络新闻用户达到23400万人。互联网已经成为一个不可忽视的舆论宣传阵地。

作为在互联网进行新闻传播的基础,计算机技术、网络技术、多媒体技术、流媒体技术、数据库技术和移动数据通信技术等的应用程度决定了网站技术水平以及对网络用户的吸引能力。新浪、搜狐和腾讯为代表的国内门户网站当前早已跨过亿级注册用户门槛。商业门户网站大量使用的先进互联网技术,如CDN加速技术,流畅的音视频发布平台,便利的博客、播客平台,以及丰富的游戏、增值服务功能等,提供了良好的用户体验,吸引并留住了大量的网民;并且随着数字技术的推动,手机多媒体、视频点播以及内容丰富的社区成为各网站争夺用户的主要内容。

互联网新技术对媒体产生了重要作用。新技术促进传播艺术表现

形式的日益丰富,促进传播内容和表现形式的多元化以及为跨媒体整合提供了多媒体导体。媒体传播与技术的结合日趋紧密,使得对技术趋势的把握变得尤为重要。本书主要介绍当前门户网站、商业网站广泛采用的先进互联网技术,配以对具体应用的比对分析,可为新闻媒体借助互联网技术实现增强宣传影响力的目的提供一定的指导和帮助。

国务院新闻办公室网络局网络规划处处长

方楠

前言

FOREWORD

互联网的出现是人类通信技术的一次革命,然而,如果仅仅从技术的角度来理解互联网的意义显然远远不够。互联网的发展早已超越了当初 ARPANET 的军事和技术目的,几乎从一开始就是为人类的交流服务的。互联网迄今为止的发展,完全证明了网络的传媒特性。一方面,作为一种狭义的、小范围的、私人之间的传媒,互联网是私人之间通信的极好工具;另一方面,作为一种广义的、宽泛的、公开的、对大多数人有效的传媒,互联网通过大量的、每天至少有几千人乃至几十万人访问的网站,实现了真正的大众传媒的作用。互联网可以比任何一种方式都更快、更经济、更直观、更有效地把一个思想或信息传播开来。因此,互联网在媒体传播中担当着重要的角色。

随着互联网络技术,特别是网络数字技术的不断发展,传统媒体的渠道霸权逐渐消解,媒体间的介质壁垒被打破,传媒产业的市场版图将面临重构。数字技术的发展与应用将为媒体提供更多发布渠道、商业机会和赢利模式,内容经营将成为媒体经营新的增长点。比如广播电视节目可以通过数字电视、IPTV、手机电视、移动电视、网络流媒体等新媒体平台推广给受众群体,获得更多宣传影响力;报纸也可以依托丰富的内容资源建立媒介内容数据库,为行业、社会发展提供资料、数据和分析,创造更多的社会效益和经济效益。

从国际上新的传播趋势来看,单一的投放形式已经不能适应新媒体时代的传播需求。从用户的角度分析,新兴网络热衷群体(1976—1994 年出生)作为全面拥抱互联网媒体的一代,表现出了对互联网的重度依赖,为新闻网站传播力的推广提供了“天时”和“人和”;新兴互联网技术,特别是数字媒体技术的使用,又为新闻网站传播力的推广提供了“地利”。通过应用先进技术,开拓丰富传播渠道占领互联网阵地,实现新闻宣传和文化传播,创造有利的舆论环境,已成为当今各国、各媒体扩大国际影响,提高综合竞争力的重要手段。

中国软件评测中心长期关注互联网新技术的应用以及发展的新趋势。本书通过搜集、整理大量互联网新技术在国际主流新闻媒体、商业网站的应用情况资料,系统地分析了互联网新技术在实现网络传播力,最终获得宣传影响力方面的作用。全书分为10章,内容如下:

第1章介绍新闻传播的发展历程、互联网新技术对新闻媒体传播的影响以及我国政府对互联网进行规范治理的情况;

第2章从整合平台应用层面,介绍SNS的概念、成功应用的分析以及SNS对传统新闻媒体的冲击;

第3~5章从应用技术角度,分别介绍音视频播放技术、搜索引擎技术和移动多媒体技术在媒体传播中的作用;

第6、7章介绍媒体传播的互联网底基基础技术层、CDN技术和海量存储技术;

第8、9章介绍网络安全技术和网站灾备技术;

第10章介绍互联网新技术在媒体传播中的应用趋势,分别从媒体传播的发展动向、新媒体技术的应用以及传统媒体面临的挑战与机遇三方面进行了介绍。

本书从互联网新技术在媒体传播中的最高级——整合平台层次入手,逐渐深入应用技术层和底层基础技术层,并且讨论了媒体互联网应用的辅助网络安全技术和网站灾备技术。各章均包含具体技术在实际中的应用案例,比较完整地介绍了互联网新技术在新闻媒体传播中的作用。本书目标读者为媒体工作者、互联网技术应用研究人员以及互联网站规划设计者,借以反映新技术对媒体传播的影响。

《互联网新技术在媒体传播中的应用》由北京赛迪国软件认证有限公司组织编写,张向宏、张少彤主编。第1章由张向宏编写,第2~5章由周亮、王友奎、王理达、王凯、曾佳玉、方伟等编写,第6~9章由范俊、黄健、张连夺、秦义、余婧华、张建光等编写,第10章由张少彤编写。全书由黄健负责统稿,张少彤、周亮审核。

在本书的编写和出版过程中,得到了中国软件评测中心、北京赛迪国软认证有限公司和清华大学出版社的大力支持,特此致谢!另外,由于时间仓促和作者的水平有限,书中的错误和不妥之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

2010.3

目录

CONTENTS

第 1 章 引言	1
1.1 新闻传播的发展历程	1
1.2 互联网新技术对新闻媒体传播的影响	3
1.3 我国政府对互联网法律环境的规范	5
1.4 互联网业务及治理	7
1.4.1 视频网站	7
1.4.2 搜索引擎	8
1.4.3 网络游戏	10
第 2 章 整合个人空间与社交网络的平台 ——SNS 社区	12
2.1 SNS 的概念	12
2.1.1 SNS 的理念	12
2.1.2 SNS 的特点及优势	13
2.1.3 SNS 能够带给客户的价值体验	13
2.1.4 SNS 网站涉及的技术	14
2.1.5 SNS 的四种模式	16
2.1.6 SNS 的赢利模式	17
2.2 SNS 的成功应用	18
2.2.1 Facebook	18
2.2.2 校内网	21
2.2.3 QQ 空间	25
2.2.4 新浪空间	29
2.2.5 139 社区	34
2.3 SNS 对传统新闻媒体的冲击	36

第3章 网络音视频发布的应用技术——音视频播放技术	37
3.1 音视频播放技术介绍	37
3.1.1 流媒体技术	37
3.1.2 视频编解码技术	38
3.1.3 数据存储技术	39
3.1.4 P2P 技术	39
3.1.5 CDN 与 PCDN	41
3.1.6 宽带接入技术	42
3.2 音视频播放技术的应用方案	43
3.2.1 IPTV	43
3.2.2 网络视频	48
3.3 音视频播放技术的实际应用情况	53
3.3.1 IPTV	53
3.3.2 用户原创内容共享	56
3.3.3 影视节目点播	61
3.3.4 P2P 直播与下载	65
第4章 信息获取的应用技术——搜索引擎技术	71
4.1 搜索引擎技术介绍	71
4.1.1 搜索引擎及其诞生背景	71
4.1.2 搜索引擎的主要需求	72
4.1.3 搜索引擎的发展历史	73
4.2 搜索引擎技术的应用方案	75
4.2.1 搜索引擎的体系结构	75
4.2.2 搜索引擎的工作流程	80
4.3 搜索引擎技术的实际应用情况	81
4.3.1 搜索引擎市场发展现状	81
4.3.2 搜索公司介绍	84
4.3.3 搜索引擎发展趋势	88
第5章 突破有线网络传播的应用技术——移动新媒体技术	93
5.1 移动新媒体技术介绍	93
5.1.1 WAP 平台技术	93
5.1.2 多媒体信息	95
5.1.3 移动流媒体技术	96

5.1.4	移动搜索技术	98
5.2	移动媒体技术的应用模式	101
5.2.1	手机网站	101
5.2.2	手机报	102
5.2.3	手机电视	103
5.3	移动媒体技术的实际应用情况	106
5.3.1	手机门户网站	106
5.3.2	手机报对新闻传播的应用	108
5.3.3	基于客户端的手机报	109
5.3.4	手机电视的应用	110
第 6 章	信息存储、发布的应用技术——CDN 技术	114
6.1	CDN 技术介绍	114
6.1.1	背景	114
6.1.2	概念	115
6.1.3	优点及作用	115
6.2	CDN 技术的应用模式	116
6.2.1	网络架构	116
6.2.2	工作原理	117
6.2.3	关键技术	120
6.2.4	各类应用	123
6.3	CDN 技术的实际应用情况	124
6.3.1	总体应用情况	124
6.3.2	服务商简介	126
6.3.3	设备商简介	130
6.3.4	CDN 建设探讨	136
6.3.5	CDN 应用案例	140
第 7 章	数据存储的底层技术——海量存储技术	143
7.1	海量存储技术介绍	143
7.1.1	概述	143
7.1.2	直接附加存储	146
7.1.3	网络附加存储	148
7.1.4	存储区域网络	149
7.1.5	廉价冗余磁盘阵列	150
7.1.6	磁带机与磁带库	151

7.1.7	虚拟存储	153
7.1.8	文件系统	156
7.2	海量存储技术的应用模式	157
7.2.1	IP SAN	157
7.2.2	NAS+SAN	160
7.2.3	磁盘阵列	161
7.2.4	虚拟存储	164
7.3	海量存储技术的实际应用情况	166
7.3.1	磁盘阵列海量存储方案	166
7.3.2	NAS 海量存储方案	167
7.3.3	磁带库海量存储方案	170
7.3.4	光盘库海量存储方案	173
7.3.5	存储节能策略	175
第 8 章	网络安全技术	177
8.1	网络安全技术介绍	177
8.1.1	定义	177
8.1.2	网络安全分析技术	177
8.1.3	网络安全技术策略	180
8.2	网络安全技术的应用模式	193
8.2.1	某省政务网安全解决方案	193
8.2.2	内网安全解决方案	198
8.2.3	银行安全解决方案	199
第 9 章	网站灾备技术	202
9.1	网站灾备技术介绍	202
9.1.1	灾备技术概述	202
9.1.2	数据备份技术	205
9.1.3	数据复制技术	206
9.1.4	灾难检测技术	208
9.1.5	灾难恢复技术	208
9.1.6	持续数据保护技术	210
9.1.7	其他辅助技术	211
9.2	网站灾备技术的应用模式	212
9.2.1	灾备系统等级	212
9.2.2	灾备系统典型模式	213

9.2.3 灾备系统方案设计	215
9.2.4 容灾演练	216
9.3 网站灾备技术的实际应用情况	217
9.3.1 实际解决方案概述	217
9.3.2 主流解决方案	218
9.3.3 成功案例	223
9.3.4 实际应用时的注意事项	225
第 10 章 互联网新技术在媒体传播中的应用趋势	229
10.1 媒体传播的发展动向	229
10.2 新媒体技术的应用	231
10.3 传统媒体面临的挑战与机遇	232
附录 A 法律文件	234
A1 非经营性互联网信息服务备案管理办法	234
A2 互联网等信息网络传播视听节目管理办法	237
A3 互联网电子公告服务管理规定	241
A4 互联网视听节目服务管理规定	244
A5 互联网文化管理暂行规定	250
A6 互联网新闻信息服务管理规定	254
A7 互联网信息服务管理办法	260
A8 互联网著作权行政保护办法	263
A9 信息网络传播权保护条例	266
英文缩写索引	272
参考文献	275

1 引言

1.1 新闻传播的发展历程

新闻信息传播是人类对视觉、听觉、味觉和思维功能需求的拓展和延伸。新闻信息传播一直伴随着人类的发展而发展,是人类发展不可或缺的社会生活、生产的一个重要内容,是人类生存的几个基本需求之一。随着人类本身进化和技术水平的不断突破,人类的新闻信息传播手段在不同时期呈现出了不同的特点。新闻传播的发展经历了以下几个阶段。

1. 初级启蒙性传播阶段

人类早期的新闻活动自然同人类初期的劳动生活水平是相一致的。因此,人类萌芽状态的新闻活动方式,是比较原始的。当人类还不能使用完全的语言的时候,传递信息必须借助手势和动作姿态。除了运用手势、声音、口语传递信息以外,原始人还学会了借助火光传递信息。

2. 以语言为媒介的群体性传播阶段

在距今约4万年前,人类语言基本形成,带有人类思维色彩的主观传播行为开始产生并逐步发展。人类语言的形成是信息传播上的重大突破和进步。有了语言,人类就可以更加方便地记忆、传递、接收和理解信息,也就可以准确地表达要传播的内容。这一时期,信息传播的内容得到了拓展。人类的生活、生产经验,习俗文化等就可以通过语言传递给后代。把四季变化规律、种植农作物的经验等信息以歌谣、谚语等语言形式口口相传下去的方式成为这一时期的典型的新闻信息产品。

3. 以文字为媒介的大众传播阶段

大约5000年前,在古代埃及、两河流域和中国的一些地方开始产生图形文字。最初的文字刻在竹简、兽骨、青铜器,或布、帛、石头上。公元105年,我国东汉宦官蔡伦发明的造纸术使文字传播速度和广度得到了提升。到公元15世纪中期,德国

工匠约翰·古登堡发明了金属活字印刷术,从此,人类开始把文字印刷成书籍、刊物、公报向社会群体传播,知识与信息也就以前所未有的速度在普通民众中传播开来。同时,信息与知识也得到最大限度的保存。现代报纸的直接起源是德国15世纪开始出现的印刷新闻纸。一般把1615年创刊的《法兰克福新闻》视为第一张“真正的”报纸,因为该报有固定名称,每周定期出版一次,每张纸上印有数条而不是单条新闻。英文单词 newspaper 最早出现于1665年英国第一家报纸《牛津公报》上。1650年在德国莱比锡出现最早的日报《新到新闻》,直到18世纪,日报才成为报纸的主角。日报的普及,标志着一个国家或地区的新闻业得以成熟,因为日报的连续出版,对信息的采集和发送、印刷技术、新闻人员的素质和管理人员的水平,都提出了较高的要求。

4. 以广播、电视为媒介的立体传播阶段

1895年,意大利马可尼发明无线电波,并在1899年成功发送第一封电报,标志着人类传播突破了时间和空间的限制,无线电作为新的重要方式将人类的新闻信息传播推到立体传播阶段。1920年美国匹兹堡 KDKA 电台作为具有合法经营权的第一家电台正式成立,它的播音标志着广播事业的正式诞生。1936年英国广播公司采用贝尔德机电式电视广播,第一次播出了具有较高清晰度、步入实用阶段的电视图像,成为世界上第一家电视台。立体传播媒介,特别是电视媒介,使文字、声音和图像第一次有机地结合起来,使人类接收新闻信息更加全面和便捷,成为人类接触社会、进行社会生活的重要组成部分。

5. 以数字网络为媒介的大众传播阶段

1969年,由美国国防部高级研究计划局组建的 ARPANET 网最先实现了计算机之间的互联。这是人类第一次实现人类大脑的初步联网。此后整个互联网就从最初的四台计算机膨胀到现在的几百万台服务器,由此产生了种类繁多的互联网应用。1987年,美国加利福尼亚《圣何塞信使报》作为全球第一家走上网络的报纸,开创了网络新闻业的新纪元,拉开了网络新闻传播的序幕。现在,互联网、照相机、摄像机、手机进入寻常百姓家,一直被动接收新闻信息的大众拥有了记录和发布新闻事件、信息的工具。这使得任何人都有可能在新事件发生的第一时间从现场向全世界发布画面、声音和文字消息。新闻事件的现场记录必须等待专业记者到来,新闻信息纪录、传播一直依靠媒体记者的时代宣告结束,同时开启了社会大众共同参与新闻信息采集、传播和接收过程,互动参与性新闻传播的大门。

新旧媒体的不断演进、融合,使人类交流、沟通方式变得丰富多彩。人类传播媒介的变化不仅反映了时代发展,更反映了人类追求人性化,为实现自由沟通美好目标的不断努力和实践。

1.2 互联网新技术对新闻媒体传播的影响

在互联网技术浪潮的席卷下,新闻媒体的传播环境发生了翻天覆地的变化。一方面为用户获取信息的渠道增加,参与度增强;另一方面是新闻媒体信息的表现形式愈发丰富起来。在互联网新媒体时代,用户拥有了更多的选择权和话语权,而传媒在受到挑战的同时,也拥有了新的发展渠道和更丰富的表现形式。

互联网新技术的发展和普及对新闻传播机制产生了重大影响。这些影响主要来自四个方面。

1. 传播内容和表现形式的多元化

互联网新技术带来的媒体和受众的互动性、传播内容的即时性和传播平台的开放性,对传统媒体的功能进行了补充和扩展,带来了新的表现形式和节目形态。

在新技术的应用下,传统媒体主要有三种表现形式:一是传统媒体的内容以新的表现方式通过新媒体渠道传播出去,例如手机报和手机二维码;二是传统媒体利用新媒体技术提高受众和媒体之间的互动能力,例如湖南卫视超级女声的成功,就是借助了手机短信和腾讯QQ的力量;三是新旧媒体之间的结合,例如传统媒体纷纷进军互联网领域,推出自己的网络门户,打造网络媒体传播平台。

2. 网友参与挑战传统媒体权威

在网络应用层面上,人们对 Web 2.0 已经形成一个共识,即 Web 2.0 是互联网的一次理念和思想体系的升级换代,它由原来的自上而下的由少数资源控制者集中控制、主导的互联网体系转变为自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系。

与 Web 2.0 相对应,UGC(User Generated Content,用户原创内容)的概念深入人心,越来越多的“网民草根”开始参与网络新闻和信息的制作与传播,普通用户在新闻传播领域的影响力不断增强。博客、播客、SNS 就是其中的代表。

随着用户更多地参与到新闻内容制作和传播的领域,内容的生产和消费的界限越来越模糊。在互联网中,网络用户可以通过博客、论坛、SNS、视频网站转发新闻、分发视频、发表评论,从而完成对新闻内容的生产和消费的统一过程。部分“意见领袖”式的知名博客、播客的影响力已经初具规模,拥有数量众多的用户,其影响往往超过一些传统媒体。

3. 新的分工合作模式带动网络新闻生产流程再造

互联网新技术的发展将促使网络新闻生产和传播更加细化、专业分工更加明

显,将呈现出传媒与其他企业进行多元化的合作的模式。

网络新闻报道中,多媒体、互动性手段将运用得更多,表现形式将更复杂,传播渠道将更加丰富,这使网络新闻的生产需要更高的技术支持。传统媒体的核心竞争力在“内容”、在技术应用方面可能稍显不足,因此越来越需要借助外力。从另一方面来看,拥有传播技术和渠道平台的企业也具有相当的话语权,极有可能充当产业链的主导角色,网络媒体极有可能进入“渠道为王”的时代。

因此,传统媒体充当纯粹的内容提供者,技术公司充当内容的电子化包装者和发行者,网络运营商充当媒介传输的渠道平台的趋势已经显现。

在这种发展趋势下,新闻媒体应该积极进行网络新闻生产流程的再造,并在大的格局中找准自己的定位,找到有利于自己的合作模式,以求获得低投入高回报的效益。

4. 新技术和传统媒体的结合催生新的媒体

互联网新技术以数字通信、网络技术、网络应用发展为基础,对传统新闻媒体传播施加深刻的影响的同时,传统媒体与新技术的结合催生了新的媒体形式。

1) 网络媒体

随着互联网的普及率不断提高,网络作为一种新的传播方式和渠道,已经成为人们获取信息的主要渠道,也是信息传播的最重要的新渠道。人们已经把网络传播当做和报刊、广播、电视并列的“第四媒体”。网络媒体以其广泛性、交互性、实时性与经济性的优势,在新闻传播、节目传输、广告投放等领域与传统媒体展开激烈的竞争,对传统的传播媒介形成巨大的挑战。

随着互联网各类应用的不断推出,网络媒体已经成为一种最具表现力、表现形式最丰富的媒介平台。文本、图片、Flash、音频、视频等多媒体展示形式,极大地丰富了互联网媒体的表现形式和内容。门户、论坛、博客、播客、SNS、搜索等各类互联网新应用覆盖不同的客户群,对互联网用户形成全面的覆盖,影响力不断扩大。

2) 手机媒体

移动通信的飞速发展,使得手机这种新的媒体传播渠道的作用越发凸显。手机媒体具有点对点、即时、推送的特点,通过与互联网的融合,用户可以在手机上浏览新闻、看电视、看电影、看报纸、听广播等,手机呈现向移动互联网发展的趋势。

3G 的应用、无线宽带互联网的普及,在极大提高手机用户移动互联网的访问体验的同时,也对传统媒体提出了一个新的课题,即新闻媒体如何应对新技术应用带来的挑战和机遇。与对新技术的排斥和恐惧不同,新闻媒体越来越重视新旧媒体之间的竞合,积极利用互联网、手机新技术扩大传媒的影响力。例如手机报就是传统报业进军手机新媒体领域的典型代表。