

GRADUATE SCHOOL OF
LITERATURE AND JOURNALISM,
SICHUAN UNIVERSITY

主编◎曹顺庆

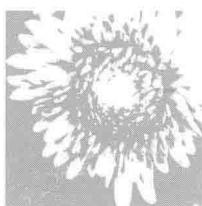
四川大学文学与新闻学院研究生导师丛书

连接与互动

——新媒体新论

蒋晓丽等◎著

中国社会科学出版社



GRADUATE SCHOOL OF
LITERATURE AND JOURNALISM,
SICHUAN UNIVERSITY

主编◎曹顺庆

四川大学文学与新闻学院研究生导师丛书

连接与互动

——新媒体新论

蒋晓丽等◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

连接与互动: 新媒体新论 / 蒋晓丽等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2016. 10

ISBN 978-7-5161-9169-9

I. ①连… II. ①蒋… III. ①传播媒介-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 261092 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 任 明
责任校对 季 静
责任印制 李寡寡

出 版 **中国社会科学出版社**
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京市兴怀印刷厂
版 次 2016 年 10 月第 1 版
印 次 2016 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 27
插 页 2
字 数 433 千字
定 价 98.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010-84083683
版权所有 侵权必究

前 言

按照马克·波斯特（Mark Poster）在《第二媒介时代》一书的说法，互联网出现后，各式各样的新媒体带来了“第二媒介时代”。新媒体凭借其海量信息、用户互动、超文本传播等技术优势，尤其是3G网络的诞生和基于这一网络的移动新媒体应用，让社会各构成部分之间紧密交织，相互影响，协同发展。正是在这一背景下，《连接与互动——新媒体新论》一书逐步酝酿成形。本书试图探索新媒体与技术、政治、经济、社会、文化、法律、道德伦理、教育、管理、艺术以及新媒体用户心理之间的互动，并将社会的各构件连接起来，聚合成体。研究这种连接与互动的成因、积极意义与消极后果、存在问题与应对思考等。

本书共分为十一章。第一章谈论的是新媒体与技术的问题。之所以将这一问题放在本书的开篇之处，是因为新媒体的诞生和发展都不得不依赖于技术创新。技术的发展催生了新媒体的发展和大众化，而新媒体又由于大众化之后对技术提出了更高的要求，受众的商业化又进一步驱动了技术创新，进而促动了整个社会价值理念及社会行为模式的变迁。从Web1.0到2.0，从单向传播到实时互动，新媒体彰显出人的力量和科技的力量叠加，并呈现出前所未有的奇观。新媒体的技术发展以及未来趋势是本章关注的重点。

本书第二章至第五章分别谈论新媒体与政治、经济、社会、文化的问题。目的是从宏观上把握新媒体的特征和影响，重点考察新媒体与社会宏观互动的关系，从传播学的角度解读新媒体的兴起对社会的重构，以及传播理论的互动影响，进而为传播学提出了叠代升级的时代命题。

本书第六章至第十一章分别涉及新媒体与法律、道德伦理、教育、管

理、艺术和心理等中观层面的结合，对这些学科领域与新媒体结合作了跨学科、全方位的新媒体研究，这样既可以研究新媒体的方方面面，比起之前的研究来说，更强调了跨学科研究的独特视角，突破已有研究的路径，完善了新媒体传播的研究体系。

随着新媒体技术的不断发展，与之相关的跨学科文化现象也次第登上传播舞台，人们的经济生活、政治生活、精神生活的虚拟化问题同样成为新媒体发展一个无法绕开的话题。本书从上述内容出发，对新媒体传播做出全方位解读——既描述新媒体内部特质，又分析其和各个领域相互影响的外在表现，既分析形成原因，更探讨未来趋势，并从当代新媒体的实际运作情况出发，以新闻学、传播学的研究范畴为基础，引入信息科学、经济学、政治学、心理学、法学等学科的理论和方法，将其系统地与新媒体研究结合起来考察，从而完善了新媒体传播的研究体系。

本书每一章不仅对新媒体与各学科领域进行宏观、中观梳理，对具体案例的分析则可以从微观的细节上还原新媒体在现实中与这些领域互动的原貌，从广度和深度两方面进行挖掘。同时，本书力求突出以下特点：

一是突出新媒体与社会各构件之间的双向互动影响。新媒体的发展对于技术、政治、经济、社会、文化、法律、道德伦理、教育、管理、艺术以及新媒体用户心理具有重大影响，同时，这些社会因素对于新媒体发展同样具有重大影响。分别讨论这种双向影响，更全面认知新媒体的发展特征。

二是注重分开讨论新媒体与社会各构件之间双向互动影响的优与劣。正如爱因斯坦说的那样，“科学是一种强有力的工具。怎样用它，究竟是给人带来幸福还是带来灾难，全取决于人自己，而不取决于工具”。同样，新媒体亦好亦坏，亦侠亦盗，却在不停地改变着我们，以及我们生存的世界。需要辩证地看待新媒体连接与互动特征。

三是注重理论分析与案例讨论结合。本书在行文体例上，以近几年新媒体传播实践中的一些经典案例为引，再结合这些具体案例条分缕析地描述其发生过程、出现原因，进而预测未来。着力回答传媒科技的发展变化究竟给当代社会的政治、经济、文化、社会结构、社会科学各个领域带来了哪些影响？我们该如何来理解、来面对这些影响？并且，当下自媒体等新媒介的普及拓宽了互动交流的渠道，当代社会的政治、经济、文化、社会结构、社会科学各个领域交互影响着新媒体的发展，在双向互动发展

中，新媒体和各种学科的关系越来越密切，这些领域又是如何塑造着新媒体的过去和未来？对于社会产生连接作用？这些问题正是我们认识新媒体技术的过程中应该解决的。

四年来，我和我的博士生们结合新媒体发展的最新趋势，针对新媒体发展及其与社会不同构件之间的互动关系，以及对于社会的连接作用，在课堂内外展开讨论，对于新媒体有了更为深刻和全面的认知，并将这些讨论观点进行梳理，整理成书。本书作为新媒体跨学科研究的著作，适合高校修习新媒体传播和与之相关跨学科课程的博士、硕士研究生及高年级本科生作为学习使用。适合新闻传播学和社会科学研究方面的其他理论工作者参考。适合传媒业界从业人员阅读。

蒋晓丽

2015年7月

目 录

绪论	(1)
第一章 新媒体与技术	(11)
第一节 新媒体与技术的互动	(11)
一 新技术推动媒介变革	(11)
二 新媒体的普及带来技术的不断完善	(16)
三 基于新技术的新媒体分类	(17)
第二节 新技术的发展与媒介再变革的展望	(23)
一 Web3.0 时代的媒介	(23)
二 云计算与媒介	(24)
三 泛在聚合	(24)
第三节 对新媒体技术的反思	(25)
一 对传统媒体带来极大冲击	(25)
二 为社会管理造成新的压力	(39)
第二章 新媒体与政治	(41)
第一节 新媒体与政治概述	(41)
一 什么是政治	(41)
二 彼此交织的政治与媒体	(43)
三 政治的媒体传播	(45)
第二节 新媒体对政治的影响	(51)
一 政治主体自主空间不断提升	(51)
二 参与型的公民政治文化逐渐成形	(54)
三 网络民主推进政治发展	(61)
第三节 政治对新媒体的影响	(65)

一	政治主体对新媒体的规制和利用	(65)
二	政治文化对新媒体的框定和熏陶	(71)
三	政治发展对新媒体的促进和保障	(77)
第四节	新媒体政治传播中存在的问题	(79)
一	数字鸿沟威胁政治平等与政治民主	(79)
二	数字依赖对国际政治新秩序的建立提出挑战	(81)
三	新媒体环境下的意识形态安全危机	(81)
四	网络战争及恐怖主义	(83)
第三章	新媒体与经济	(85)
第一节	传统经济、新经济与新媒体经济	(85)
一	传统经济与新经济	(86)
二	新媒体技术与新媒体经济	(87)
三	新经济的多重形态与数字化技术本质	(87)
第二节	新媒体对经济的影响	(92)
一	新媒体作为一种技术手段对基本生产要素的影响	(92)
二	新媒体作为一种社会环境对经济行为的影响	(98)
第三节	经济对新媒体的影响	(109)
一	国际经济形势对新媒体的影响	(109)
二	国内经济政策对新媒体的影响	(113)
第四章	新媒体与社会	(117)
第一节	新媒体的演进与社会发展	(117)
第二节	新媒体对社会的影响	(122)
一	新媒体促使社会信息从单向闭合模式传播向多向开放模式 交流转变	(122)
二	新媒体促使传统平面化社会结构向立体网络化社会结构 转换	(125)
三	新媒体促进了社会从整体性共识向碎片化表达的发展 ...	(127)
四	新媒体促成全方位链接的社会交互网络的形成	(130)
第三节	社会对新媒体的影响	(133)
一	社会主流意识形态对新媒体的影响	(133)
二	社会规范对新媒体的影响	(136)
三	社会的媒体接近权差异对新媒体的影响	(138)

四 社会秩序对新媒体的影响	(140)
五 虚拟与现实的互动	(144)
第五章 新媒体与文化	(148)
第一节 第三媒介时代背景下的当代文化	(148)
一 何谓文化	(148)
二 文化的一般特征	(151)
三 文化与传播媒介的关系	(152)
四 新媒体与当代文化的发展	(154)
第二节 新媒体与既有文化的互动与调适	(156)
一 大众文化与新媒体	(156)
二 青年亚文化与新媒体	(158)
三 消费文化与新媒体	(162)
第三节 新媒体文化形态的重构	(164)
一 新媒体文化特征	(164)
二 典型的新媒体文化现象	(169)
第四节 新媒体与当代文化的互动与反思	(173)
一 多元文化表象下的文化“同质化”	(174)
二 “逻各斯主义”颠覆之后的主体性分裂	(177)
第六章 新媒体与法律	(180)
第一节 法律与新媒体互动关系概说	(181)
一 法律概说	(181)
二 法律与新媒体的互动影响	(183)
第二节 新媒体对法律的影响	(186)
一 新媒体之社会性影响社会性的法律	(186)
二 新媒体之工具性影响社会性的法律	(195)
三 新媒体之社会性影响工具性的法律	(199)
第三节 法律对新媒体的影响	(213)
一 新媒体空间中的民法规制	(214)
二 新媒体空间中的刑法规制	(222)
三 新媒体空间中的知识产权法规制	(225)
第七章 新媒体与伦理	(229)
第一节 媒体与伦理的关系	(229)

一 道德伦理的概念、作用与文化基础	(229)
二 媒体在伦理中的作用	(231)
三 媒体中的伦理问题	(232)
四 媒介融合与伦理叙事	(234)
第二节 新媒体对伦理的影响	(235)
一 传播主体的去中心化对伦理道德的影响	(237)
二 新媒体中的身份建构对伦理的影响	(238)
三 新媒体传播情境的改变对隐私观念的影响	(243)
四 知识共享引发的伦理价值争议	(246)
第三节 伦理道德对新媒体的影响	(248)
一 “离线”的伦理道德与“在线”的环境	(249)
二 “在线”环境中的伦理重构对新媒体发展的影响	(251)
三 新媒体发展受伦理教育的影响	(253)
结语	(259)
第八章 新媒体与教育	(261)
第一节 新媒体对教育的影响	(263)
一 新媒体促进教育资源的急剧膨胀	(263)
二 新媒体引发教育环境的巨大变迁	(270)
三 新媒体促进教育渠道的巨大变化	(272)
四 移动新媒体扩展了无疆界的教育时空	(275)
五 新媒体教育的实施推进了教育公正	(278)
第二节 教育对新媒体的影响	(280)
一 教育推动了新媒体未来核心竞争力的社会认知	(280)
二 教育发展了人们的新媒体应用能力	(281)
三 教育为新媒体实践培养了大批专业人才	(283)
四 教育智库机构数字化工程扩展了新媒体内容疆界	(284)
五 教育研究智库推动了新媒体社会公共服务	(285)
六 教育催生新媒体知识经济	(287)
第三节 新媒体与教育的未来发展和挑战	(289)
一 导致未来知识经济和信息生产力的悬殊	(289)
二 引发未来个人、国家文化竞争力的差距	(289)
三 虚拟帝国数字霸权和教育优势将扩大数字鸿沟	(290)

四 新媒体教育中亟待解决的安全及法律问题	(292)
结语	(292)
第九章 新媒体与管理	(294)
第一节 新媒体时代与管理	(294)
一 传统管理理论演变	(294)
二 新媒体时代社会管理的变革	(296)
第二节 新媒体对管理的影响	(298)
一 新媒体对社会管理的影响：社会管理网络化	(298)
二 新媒体对媒体管理的影响：网络管理社会化	(306)
第三节 管理对新媒体的影响	(314)
一 不同类型管理对新媒体的影响	(315)
二 不同主体管理对新媒体的影响	(316)
三 新媒体管理存在问题及其发展趋势	(323)
第十章 新媒体与艺术	(329)
第一节 艺术发展与媒体演进	(330)
一 艺术概说	(330)
二 媒介变革与艺术发展	(331)
第二节 新媒体环境下艺术的变化	(334)
一 新媒体影响艺术类型的变迁	(334)
二 新媒体影响艺术主体的变迁	(338)
三 新媒体影响艺术实践的变迁	(339)
四 新媒体影响艺术作品及艺术产业构成	(346)
五 新媒体影响下各种艺术形式的变迁	(350)
第三节 艺术对新媒体的影响	(356)
一 艺术为新媒体技术研发提供了更多机会	(356)
二 艺术推动新媒体技术设计过程	(358)
三 艺术推进新媒体应用推广过程	(359)
四 艺术为新媒体产业化发展提供必备条件	(361)
第四节 新媒体环境下艺术发展的反思与发展战略	(362)
一 新媒体环境下艺术发展的反思	(362)
二 新媒体环境下艺术未来发展战略	(368)

第十一章 新媒体与心理	(373)
第一节 新媒体与心理的互动关系概述	(373)
一 传播与心理的互动关系	(374)
二 新媒体用户心理变迁的原因	(375)
三 新媒体用户心理变迁的特征	(376)
第二节 新媒体传播影响新媒体用户心理	(381)
一 新媒体传播影响新媒体用户心理的依据	(381)
二 新媒体传播影响新媒体用户心理的方式	(383)
三 新媒体传播对新媒体用户心理的积极影响	(386)
四 新媒体传播对新媒体用户心理的消极影响	(391)
第三节 新媒体用户心理推动新媒体传播	(396)
一 新媒体用户的积极心理正向影响新媒体传播	(396)
二 新媒体用户的消极心理负向影响新媒体传播	(400)
三 新媒体用户传播心理的思考	(405)
主要参考文献	(410)
后记	(421)

绪 论

自 20 世纪 90 年代以来，基于海量信息、用户互动、超文本传播等技术优势，互联网迅速成为融大众传播、人际传播、群体传播于一体的新媒介，其巨大的传播潜能在整个世界掀起了一场狂飙突进的“新媒体革命”。3G 网络的诞生和基于这一网络的移动新媒体应用，让此次“媒介革命”不断大幅度提速。

马克·波斯特（Mark Poster）曾经在《第二媒介时代》一书中将网络出现之前归纳为“第一媒介时代”，主要特征是由文化精英、知识分子等利用书籍、广播、报纸杂志等进行自上而下的传播活动，以建立一个普世价值体系；而互联网出现后，各式各样的新媒体带来了“第二媒介时代”，开始消解传播中心，多元的话语中心影响社会，并鼓舞着每个参与者展现个人欲望与价值体系，人们用自己也无法想象的速度和影响力传播各式各样的内容，改变着整个世界。

一

有人说，新媒体创造了一个混乱的时代、一个自说自话的时代、一个自私的时代、一个无法统一价值体系的时代、一个没有道德标准的时代。新媒体是个放大镜，它资讯过剩，信息量大到我们消化不了。它拉帮结派，互相攻伐；它在满足一群人的同时伤害另一群人，它在实现多元文化的同时也消解了“统一道德标准”。它把我们身边的一切都简化为审美图像。

也有人持恰好相反的意见，认为新媒体创造了一个积极的时代、一个

言论自由的时代、一个包容的时代、一个人人都去维护人类信仰的时代、一个公众道德审判的时代。新媒体是个显微镜，它把世界微小的真实都呈现在我们眼前；它团结一致，互相帮扶；它在引导一群人的同时亦帮助了另一群人。它在实现多元文化的同时，维护了“民主、自由、公平、正义”等人类共同的核心价值观。它与我们身边的一切，如技术、政治、经济、社会、文化、艺术、法律、道德伦理、教育、心理、管理……互相影响，共同创造着人类历史。

（一）新媒体究竟带来了什么

面对同一种传播形态，在不同学科领域，新媒体都遭遇了“天堂”与“地狱”的两极评价，声音截然相反，而其“分贝”都如此之大，不由让人心生困惑——誉之者众，毁之者亦然。这到底体现着怎样的悖论？

其实，上述悖论正是当代社会背景下，新媒体进入大众领域必然要面对的困惑，是新媒体进入政治、经济、文化、技术发展进程中不得不面对的话题，是文化、艺术、法律、道德伦理、教育、心理等方面和新媒体相互交融、放大的多元价值、娱乐观念、市场取向，以及当代传媒介入社会生活各方面后带来的不可避免的影响。严格说来，新媒体与社会生活多方面的结盟，既是传媒发展的必然趋势，又是其影响渗透于社会发展的必然结果。在社会理论家卡斯特（Castells, 1996）《网络社会的崛起》这本书中，曾明确地提出，网络社会中信息来源的多样化、受众对信息的使用和接受的分散化，让“大众社会”到“片段化社会”（segmented society）的演变成为必然。在新媒体的传播和继续发展的过程中，从整体到分散的进程到底是如何展开的？社会结构和媒介环境的变化又如何传播渗透？他们是怎样一点一滴地进入大众的认知系统，又是如何“整合进普通民众的认知和信仰系统（belief systems）”？新媒体的使用和扩散如何影响到社会成员在中国这样高速发展变迁的社会中的感知与评价？以我们亲身经历的事件为例，“范跑跑”正是通过博客这种新媒体应用，向大众发表了挑战道德的言论，对我们的社会进行了一次情感动员；“红十字会信任危机”亦是因为一个叫郭美美的女子在微博上的只言片语，一石激起千层浪；“7·23 动车追尾事件”中的人们对公共事件的关注和追踪，显现出了一个逐渐向成熟发展的公民社会；通过自媒体发布个人参选人大代表的信息，激发了民众对政治话题和政治参与前所未有的热情；日本地震后，弥漫每个城市、众多村落的“抢盐”谣言造成了现实恐慌；政治事件的微

博直播引发众多民众从不同角度进行参与式的讨论……太多的新媒体事件影响着我们的生活，人们不断深入使用新媒体，并用其参与之前我们并不了解的领域，寻求真相，获取新知。新媒体和新媒体事件既是大众传媒与人类社会各领域结盟的产物，又具有自己的独特之处，有无法摆脱的媒介根本特征。

（二）新媒体正如何重构我们的社会

新媒体只用了很短的时间就接近甚至超过了报纸、广播和电视用数十年、上百年才拥有的受众群，并且取得了良好的经济效益。以美国最著名的微博网站 twitter 为例，“从 2000 年时几页纸的创意，到目前发展成一家身价为 40 亿美元公司的发展历程”，并且其发展的加速度很快，在“2009 年 9 月时它的估值还是 10 亿美元，到 2010 年年底这个数字接近 30 亿美元”，短短一年多时间翻了三倍之多，可见其发展之快、影响之大。计算机和计算机网络技术与其相关的各种延伸产品的普及全面渗透到人类社会生活的各个方面，给个人、群体、机构乃至整个国家、世界都带来了很大改变，使人类社会的发展从工业社会进入到信息社会。如同尼尔·波兹曼在《娱乐至死》中所说的那样“我们从来没有听说过，一种媒介的表现形式可以和这种媒介本身的倾向相对抗”，更深远、更深刻的影响仍在不断地呈现之中。

发达国家的许多著名社会学家都对以互联网为代表的新媒体带来的变化研究与预测，并出版了如《数字化生存》（尼古拉·尼葛洛庞蒂，1996）、《第三次浪潮》（阿尔温·托夫勒，1980）、《信息时代三部曲：经济、社会、文化》（曼纽·卡斯特，2003）等重要的作品。这些书分析了计算机网络技术出现之后，随着技术局限正迅速地突破，网络等新媒体不断拓展，人们不管是经过肢体语言的面对面交流，还是通过例如电话、电报、驿站、烽火台等媒介进行信息交换，方式只是本质的不同体现形式而已，真正重要的是新媒体传播的内容。在这个时代，新媒体放大了每个人想要表达的内容，它正用最新的技术让我们逐渐回归社会网络，逐渐超越原有的社会网络，不容置疑地重构着我们的社会和我们社会的理解。

二

那么，与传统媒体相比，新媒体的特征究竟该如何来描述？要回答这

一问题,我们有必要先对本书的“新媒体”(New media)一词的具体含义作一番梳理。

(一) 新媒体的定义

新媒体是相对于传统媒体而言,是关于报刊、电视、广播等传统媒体发展起来以后的一种新的媒体形态。它利用数字技术、移动技术以及网络技术,通过有线网络、互联网、无线通信网、电脑、手机、数字电视机等不同渠道,向用户提供信息和娱乐的媒体形态和传播形态。如果说,新媒体是个相对概念,国内学界和业界众说纷纭,至今没有定论。一些传播学期刊上设有“新媒体”专栏,但是所有的刊载文章的研究对象也不尽相同,有手机、媒体、移动电视、数字电视、IPTV等,还有一些刊物把博客、播客等也列入新媒体专栏。新媒体被形象地称为“第五媒体”。

主要的定义具体可分为两种:一种是说聚焦于新媒体的传播形态和媒体形态。例如:有的学者曾在互联网诞生的初期将新媒体的传播技术定义为“大约25种传播设备的简称”。随着新媒体技术的不断壮大,学者Ron Rice特别强调了计算机和电信技术的双向传播能力。另一种说法则是受到“社会形成观”的研究影响。斯蒂夫·琼斯也在《新媒体百科全书》导言中里写道:“对于新媒体的唯一完美的定义无疑来自于对历史、技术和社会的综合理解”。还有作为国外新媒体著名教科书中的《新媒体手册》(Handbook of new media),作者在序言中提出理解新媒体的框架,书中认为“新媒体意味着传播技术及其相关的社会情景”,主要包括以下几个方面:“延伸我们传播能力的设备装置;使用这些设备进行的传播活动和实践;围绕上述设备与实践形成的社会组织与惯例”。纵观这些对于新媒体定义,大多是在研究新媒体不同阶段的产物,它们互相补充,不断延伸。许多定义还另辟蹊径从技术特性上对新媒体加以描述,主要认为技术特性是解释新媒体丰富的内涵基础,而这些定义也很清晰划分出是某一媒介发展阶段媒体的对象;另一些的定义在对技术特性基础上进行了划分,给出了合理解释新媒体的框架,还有大致趋势及方向。

通过上述描述,对于“新媒体”的定义,有一个不得不探讨的问题是:新媒体的“新”体现在哪里?首先必须有革新的一面,技术上的革新、形式上的革新以及理念上的革新。在这些革新中,理念的革新是最为重要的。单纯形式上的革新、技术上的革新一般适用于改良后,它们不足以证明其为新媒体。理念上革新是新媒体定义的核心内容。至于市场上那

些以是否具备互动性来界定新媒体与否,是片面的不可取的观点。是否具备互动性,是个别性问题,不具备普遍意义。所以这个可以用来识别个别新事物,但是不可以用来定义其他事物。

综合现有的各种新媒体定义,本书将所研究的新媒体界定为“以网络技术、通信技术、数字技术为传输载体的,互动式、数字式复合的媒体形态”,主要涵盖了在新技术体系支撑下出现的数字杂志、数字广播、数字报纸、移动电视、网络、手机短信、桌面视窗、数字电影、数字电视、触摸媒体等各种媒体形态。我国互联网与手机传播媒介的形式进程基本上与世界同步,所以正确地认识和利用新媒体,其地位、作用、与其他学科领域的关系,对国家和社会发展都具有极其重要的意义。

(二) 新媒体的特征体现

新媒体相对于传统媒体来说,主要具备以下特征:

首先,交互性与即时性让新媒体传播中“新闻发生”与“新闻发布”变得同步,比如腾讯在有重大新闻时跳出来的小窗口。再比如汶川地震、两会等新闻报道中,网站采取的模式都是开设专题,及时更新,进行同步播报。

其次,海量性与共享性也在新媒体传播中无处不在,其最早表现在BBS的留言,简单的符号、一个“顶”、一句“打酱油”就是互动的情绪。此外的互动形式还有在线调查,实现即时互动,比如询问读者阅读后的心情就是一种很简单常见的在线调查。

多媒体与超文本的特征是新媒体存在的基础,更多地融入了我们手指的点击之中。

新媒体另外一个很重要的特征是它的消解性。新的技术打破了传统媒体传播的边界,实现所有人对所有人的传播,而且随着传播状态的改变,成本低廉、内容强大、速度革新、娱乐多样都体现出新媒体的特点。

此外,个性化与社群化等特征表现在贴吧、圈子,以及豆瓣、微博网站等社交媒体中,是新媒体迅猛发展中最显著的特征之一,尤其是“社会网络化和网络社会化”更多改变了我们的生活。

从这些特征可以看出,新媒体既拥有人际传播和大众媒体的优点(比如,它可以把完全个性化的信息推送给不同受众;不论是信息源、传播者,还是消费者,每个信息参与者对内容都拥有一定的传播力,这种对等和相互制约的博弈中,信息进一步传播、进化),又不可避免有一些缺点