

“传媒新视野”丛书

新媒体与 新媒体产业

► 张晓梅◎著

 中国电影出版社

“传媒新视野”丛书

新媒体与 新媒体产业

▶ 张晓梅◎著

CIP 中国电影出版社

2014·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体与新媒体产业 / 张晓梅著. —北京: 中国电影出版社, 2014. 3

(传媒新视野丛书)

ISBN 978 - 7 - 106 - 03875 - 5

I. ①新… II. ①张… III. ①传播媒介—产业发展—研究—中国 IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 056978 号

新媒体与新媒体产业

张晓梅 著

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部) Email: cfpgh@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1000 毫米 1/16

印张/17.25 字数/300 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03875 - 5/G · 0751

定 价 46.00 元

目 录

第一幕 媒体篇

第一章 新媒体与“旧”媒体的变奏 / 003

第一节 媒介进化的足迹 / 003

第二节 新媒体的“吊带衫”与旧媒体的“马褂” / 010

第三节 横看成岭侧成峰：新媒体的几副面具 / 022

第二章 传媒生态与社会心理 / 032

第一节 新媒体时代的“症候阅读” / 033

第二节 社会化媒体的食谱 / 044

第三节 “看”与“被看”：新媒体的传播心理 / 050

第四节 李某某事件：舆论的“万花筒”与公众的“皮鞋” / 062

第三章 新媒体与社会舆情 / 067

第一节 “庙堂”媒体与舆论引导力 / 067

第二节 网络反腐：问题官员现形记 / 077

第三节 草根媒体与“微观政治” / 089

第二幕 产业篇

第四章 数字经济：新媒体产业的现象与机理 / 105

第一节 新媒体产业：全球传媒与中国机遇 / 105

第二节 数字资本：注意力经济与市场共谋 / 113

第三节 数字生存：新媒体与新媒体职业 / 123

第四节 新媒体产业发展的几个关键问题 / 132

第五章 书房经济：网络媒体产业 / 136

第一节 网络媒体产业述要 / 137

第二节 门户网站 / 144

第三节 搜索力经济 / 150

第六章 拇指经济：移动互联网产业 / 158

第一节 移动互联网发展背景与产业现状 / 159

第二节 移动互联网产业格局与商业营收模式 / 166

第三节 手机视频：业务发展带来手机媒体新浪潮 / 182

第三幕 案例篇

第七章 数字电影：现在进行时与将来完成时 / 195

第一节 数字电影：现在进行时 / 195

第二节 数字电影：产业弄潮儿 / 201

第三节 数字电影：成长的烦恼 / 205

第八章 微电影：艺术与商业的嫁接 / 211

第一节 成长足迹：从默默无闻到有人喜欢 / 212

第二节 内容制作：打破“带围墙的花园” / 215

第三节 盈利模式：微电影的“钱途” / 218

第九章 动画产业的拐点与机遇 / 225

第一节 差异与反思：动画产业发展的“三级跳远” / 226

第二节 机遇与挑战：动画产业发展的机会与瓶颈 / 236

第三节 创新与整合：动画新媒体时代的两把“钥匙” / 239

第十章 网络文学：文学的另一副面孔 / 242

第一节 速度与激情：文学生产与全民书写 / 242

第二节 网络文学的新媒体印象 / 249

第三节 网络文学的文体特征 / 261

结 语 / 271

第一幕

媒体篇

新媒体（New Media）概念是1967年由美国哥伦比亚广播电视网（CBS）技术研究所所长戈尔德马克（P·Goldmark）率先提出的。对新媒体的定义，从业者、研究者众说纷纭。^①其中，石磊在《新媒体概论》^②中的定义较为合理：“新媒体是相对于传统媒体而言的，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，是利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网、卫星等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。”随着高科技的发展，还会有更

^① 美国知名互联网研究刊物《连线》杂志对新媒体的定义：“所有人对所有人的传播。”清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授：“在计算机信息处理技术基础之上出现和影响的媒体形态。”新传媒产业联盟秘书长王斌：“新媒体是以数字信息技术为基础，以互动传播为特点、具有创新形态的媒体。”阳光文化集团首席执行官吴征：“相对于旧媒体，新媒体的第一个特点是它的消解力量——消解传统媒体（电视、广播、报纸、通信）之间的边界，消解国家与国家之间、社群之间、产业之间边界，消解信息发送者与接收者之间的边界，等等。”

^② 石磊：《新媒体概论》，北京：中国传媒大学出版社2009年版。

“新”的形式出现。综合各家之言，新媒体的概念包含以下要素：一是新媒体建立在数字技术和网络技术的基础上。新媒体主要是以计算机信息处理技术为基础，以互联网、卫星网络、移动通讯等作为运作平台的媒体形态，它包括使用有线与无线通道的传送方式，如果说传统媒体是工业社会的产物，那么新媒体就是信息社会的产物。二是新媒体在信息的呈现方式上是多媒体。新媒体的信息往往以声音、文字、图形、影像等复合形式呈现，具有很高的科技含量，可以进行跨媒体、跨时空的信息传播，还具有传统媒体无法比拟的互动性等特征。三是新媒体具有全天候和全覆盖的特征。受众接收新媒体信息，大多不受时间、场所的制约。他们可以随时通过新媒体在电子信息覆盖的地方接受地球上任何一个角落的信息。四是新媒体在技术、运营、产品、服务等商业模式上具有创新性。新媒体不仅是技术平台，也是媒体机构。与传统媒体相比，变化的不仅仅是新媒体技术的运用，更有商业模式的创新。五是新媒体的边界不断变化，呈现出媒介融合的趋势。

王国维先生在《宋元戏曲考序》中说到：“凡一代之文学，楚之骚，汉之赋，六代之骈语，唐之诗，宋之词，元之曲，皆所谓一代之文学，而后世莫能继焉者也。”这个规律性的总结也同样适用于传媒领域的格局变化，只不过，媒体变化节奏越来越绵密，有点“你方唱罢我登场”的感觉，处在新媒体时代的任何一个人，想必都会像孔老夫子站在川上那样发出同样的感慨：“逝者如斯夫！不舍昼夜。”^① 犹如生物界的生态体系，媒体之间也具有相互依存的关系，各媒体间也存在着一个“食物链”。研究不同媒介之间如何互相吸收、互相转化，以及彼此间消长的深层原因，“视其所以，观其所安，察其所由”^②，不仅有助于还原传媒版图的真实面貌，理清各种媒体乃至整个媒体发展变化的轨迹，而且在梳理过程中，对某些媒体何以盛，何以衰，何以能容受、消化、整合其他媒体的异质因素，乃至对不同媒介在兼融性和调节功能上的差异，可能会获得一些更深的甚至带规律性的认识。

① 《论语·子罕》。

② 《论语·为政篇》第十章。

第一章 新媒体与“旧”媒体的变奏

技术的进步是媒体发展的前提和条件，从公元前2世纪在中国出现的世界第一份报纸——《邸报》，到1609年欧洲产生的世界上第一份印刷报纸，从1920年美国创建的世界第一个广播电台到1926年英国制造的世界第一台电视机，媒体的“座次表”一直在变化。1998年5月，联合国秘书长安南在联合国新闻委员会上提出，应当加强最先进的第四传媒——互联网的作用，网络媒体遂被称为“第四传媒”。而今，业界将第四传媒——互联网和第五传媒——手机称之为新媒体^①。可以预测的是，随着信息化、网络化技术的不断发展，新媒体依然会不断出现。

第一节 媒介进化的足迹

麦克卢汉认为：“任何媒介（即人的任何延伸）对个人和社会的影响都是由于新的尺度产生的；我们的任何一种延伸（或曰任何一种新的技术），都要在我们的事物中引进一种新的尺度。”^② 媒介的改变即是人类感官方式的改变或感知深度和广度的延伸，这必然带来不同的感官体验，在这里媒介与感官是等同的，感官的改变必然导致获取讯息方式的改变，进而从本质上导致了文化和社会秩序的改变。

^① 传统的报纸被称为第一媒体，广播和电视则是第二媒体和第三媒体，而互联网、手机则被称为第四媒体和第五媒体。

^② [加] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，北京：商务印书馆2000年版，第33页。



较为成功的网络品牌（图片来自中国企业电子商务网）

一、媒体发展的前世今生

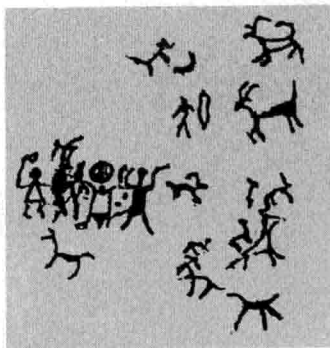
从远古文明的第一声具有语言意义的呐喊到今天日新月异的媒介技术，人类经历了语言、文字、印刷、广播、电视、互联网、手机等各个媒介时期，每一次媒介的变革都给人类社会各个层面带来巨大的变革。一般的媒介发展史类书籍将媒介发展的历史分为前大众传媒时代、大众传媒时代和新媒体时代。前大众传媒时代是口语传播和文字传播；大众传媒时代是印刷媒体传播（报刊、杂志、书籍等）和电子媒体传播（广播、电视、电影）；新媒体时代主要是网络媒体传播和手机媒体传播。媒介发展的历程也是人们运用媒介突破时间和空间的区隔的过程，是改变人的生活方式和交际方式的过程。

（一）前大众传播时代

前大众传播时代是诗、乐、舞三位一体的时代。为了充分表达情感，保证沟通效果，就像《毛诗序》所云：在心为志，发言为诗，情动于中而形于言，言之不足，故嗟叹之，嗟叹之不足，故咏歌之，咏歌之不足，不知手之舞之足之蹈之也。无论是“吭育吭育派”为了劳动的充分写作，还是见于《吕氏春秋·大乐》中的葛天氏八阙乐歌：“昔葛天氏之乐，三人操牛尾，投足以歌八阙：一曰载民，二曰玄鸟，三曰遂草木，四曰奋五谷，五曰敬天常，六曰达帝功，七曰依地德，八曰总禽兽之极。”都是在文字没有出现之前，人们需要将

肢体语言和口语充分结合以确保沟通效果的史料注脚。

“我们要凭借媒介来拓展传播，以求超越耳闻目睹的生物学局限。”^① 汉字的发明可以视为人类为了突破口语传播“交流的无奈”而做出的努力。汉字是世界上历史最悠久、最古老的文字之一，与美索不达米亚的楔形文字、埃及的圣书并称为世界三大古典文字。作为世界上仅存的并仍在使用的表意文字，汉字素有历史文化的“化石”之称。许慎在《说文解字·序》开篇第一段总结了周代以前汉字的源流：



葛天氏“广乐”（图片来自包头晚报网）

古者伏羲氏之王天下也，仰则观象于天，俯则观法于地，视鸟兽之文与地之宜，近取诸身，远取诸物，于是始作《易》八卦，以垂宪象。及神农氏结绳为治而统其事，庶业其繁，饰伪萌生。黄帝之史仓颉见鸟兽蹄之迹，知分理之可相别异也，初造书契。百工以义，万品以察，盖取诸夬。扬于王庭，言文者，宣教明化于王者，朝庭君子所以施禄及下居德则忌也。仓颉之初作书，盖依类象形，故谓之文。其后形声相益，即谓之字。文者，物象之本；字者，言孳乳而浸多也；著于竹帛谓之书，书者如也。以迄五帝三王之世，改易殊体。封于泰山者七十有二代，靡有同焉。

许慎的这段话，首先说明了汉字产生前人类的四种记事方法：八卦记事、结绳记事、图画记事和契刻记事。其次，说明了汉字产生的几个阶段：起初是伏羲氏创造八卦符号来反映客观世界，其后是神农氏结绳记事。由于这些记事方法有其局限性，黄帝命令他的史官仓颉创造文字，最后文字成为一个相对独立的系统。文字的出现突破了口语稍纵即逝的传播缺陷，是人类传播史上的创举。为了突破空间的阻隔，在人类的交流史上，鸽子的脚、鲤鱼的腹、塞外的烽烟、飞奔的骏马都曾是人类给自己所安插的交流的翅膀。在文字产生以前，

^① [加] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙：《麦克卢汉精粹》，何道宽译，北京：社会科学文献出版社2000年版，第73、275—276页。



仓颉造字^①（图片来自佛缘网站）

听觉占支配地位，但是文字的出现改变了这一切，文字是视觉功能的延伸与放大，它“像炸弹一样降落在部落社会中”，“把人推出部落社会，让他用眼睛代替耳朵，用线性的视觉价值和分割意识取代了整体、深刻、公共的互动”^②。但是，这依然不能让人满意：朱希真《鹧鸪天》云：“梅妒晨妆雪妒轻，远山依约与眉青。尊前无复歌金缕，梦觉空馀月满林。鱼与雁，两浮沉。浅颦微笑总关心。相思恰似江南柳，一夜东风一夜深。”寄出的相思杳无音讯，女主人公辗转反侧，食不甘味。当道光帝收到从浙江千里

迢迢送来的捷报，已经是定海失守后的第八天了。他为过期的“胜利”而欣喜，叮嘱：“一有捷音，即由六百里加紧驰奏”，可是两天后却收到了失败的战报。当时以“六百里加紧驰奏”的速度从浙江到北京，需要大概十天时间。这种“时差”苦恼后来在一定程度上被电报、电话的发明解决了。

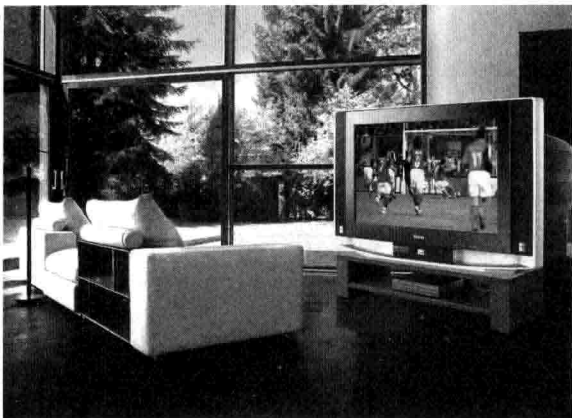
（二）大众传播时代

如果说，前大众传播时代的特征是满足人们交往、实用的要求的话，那大众传播时代的广播、电视和电影则是大众传播审美和娱乐诉求的三个代表。

1895年，意大利人马尼克发明了无线电收发技术，两年后，他开办了自己的公司。1901年12月12日，是世界传播史上值得纪念的日子，无线电信号成功穿越大西洋。五年后，才华横溢又脾气古怪的加拿大人费辛顿圣诞节前夜在马萨诸塞州的一个小镇上首次播放歌曲和圣经，这一天，广播媒介正式诞生了。1920年8月底，美国底特律8MK试验电台广播了关于密歇根州州长的新

^① 仓颉为轩辕黄帝史官，享年111岁。曾把流传于先民中的文字加以搜集、整理和使用，在汉字创造的过程中起了重要作用，有仓颉造字，“天雨粟、鬼夜哭”之说，为中华民族文化的繁衍和昌盛作出了不朽的业绩。

^② [加]埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙：《麦克卢汉精粹》，何道宽译，南京：南京大学出版社2000年版，第364—365页。



海尔流媒体电视（图片来自搜狐数码天下）

之一，它第一次使文字、图像和声音能够同时展现在人们的面前，改变了人类的生活、信息传播和娱乐方式。直到媒体资源如此丰富的今天，电视也仍然是百姓客厅和卧室的中心。1958年3月17日晚，新中国电视中心在北京第一次试播电视节目。晚上七点，当播音员的形象清晰地出现在荧屏上的时

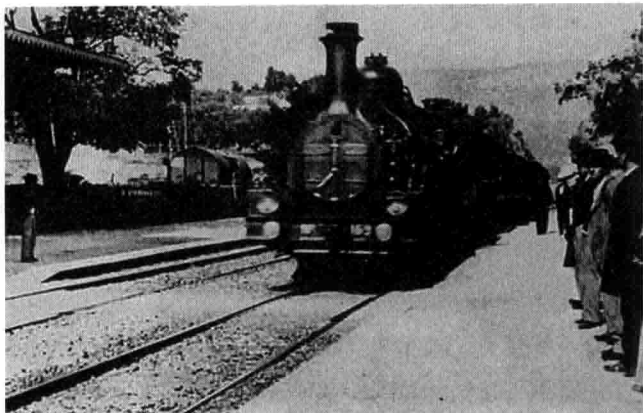
候，可以想见中国观众彼时收看本土节目的激动心情。

电影媒体的出现是在摄影技术成熟的基础上诞生的。1877年爱迪生发明了留声机以后，试图将活动照片连接起来改进他的留声机，以便产生声像结合的效果。到1891年时，爱迪生向美国人放映了第一部电影短片《弗雷特·奥特的喷嚏》揭开了“西洋镜时代”的帷幕。当1895年卢米埃尔兄弟邀请世界上第一批电影观众在巴黎的一家咖啡屋观看《火车进站》等短片时，观众们为这两位先行者所带给他们的视觉奇观而惊叫欢呼，这阵惊叫可谓“雄鸡一唱天下白”，连同火车的呼啸声，带着人们进入了电影媒体的娱乐世界。

（三）新媒体时代

新媒体以传统媒体的“掘墓人”和“搅局者”的姿态出现也不过是近十年的事情，但其却以“粪土当年万户侯”的架势后发制人。新媒体因其惊人的容量与速度，近乎可以“贮存和转换一切”。因此，“借助于电子媒介，我们创造了一种动力。有了这一动力，过去的一切技术由我们自身转化而成的，就是我们的意识的感觉整体场的技术延伸”^①。从1990年万维网的发明，2004年Web2.0的诞生，不过是短短二十年间的的事情。但是网络改变了一切，越来越多的人放下手中的遥控器或报纸，转而去网上观看网络电视，或者通过门户网站、微博、论坛等获取和交流信息。网络媒体有着得天独厚的优势，它集文

^① [加] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙：《麦克卢汉精粹》，何道宽译，南京：南京大学出版社2000年版，第91页。



电影《火车进站》^①镜头（图片来自家电中国资讯网）

字、图片、声音、影像万千宠爱于一身，它“瞻之在前，忽焉在后”，完全突破了时空的限制和逻辑的现行轨道，在信息的速度和广度以及开放性和交互性方面，都使传统媒体相形见绌。随着下一代互联网的建设，网络媒体在媒体市场所占的份额会进一步提升和扩大。

手机作为媒体最早的例子是2003年新浪通过手机短信的方式把对哥伦比亚号事件的报道呈现给广大手机用户。2003年2月1日22时32分，空难发生16分钟后，手机用户收到这个消息，来源是新浪网。^②带着体温的手机媒体是以手机为视听终端、手机上网为平台的个性化即时信息传播载体，它是以分众为传播目标，以定向为传播目的，以即时为传播效果，以互动为传播应用的大众传播媒介，是到目前



手机媒体（图片来自91手机娱乐网）

① 1985年12月28日，是世界电影史上值得纪念的日子。法国的卢米埃尔兄弟在巴黎嘉布欣大道上的咖啡厅地下室，公开放映了他们所拍摄的数部短片。此次放映时间加起来总共仅二十几分钟，入场观众必须付一法郎的播映费，这是被公认为首次公开放映的电影。而当天安排最先播放的影片是《火车进站》，也就成为世界电影史上第一次公开放映的电影。

② [加]埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙：《麦克卢汉精粹》，何道宽译，南京：南京大学出版社2000年版，第219页。

为止所有媒体形式中最具普及性、最快捷、最为方便并具有一定弹性和张力的平台。未来的两到三年内，4G手机逐渐普及，手机媒体将成为普通人在日常生活中获得信息的重要手段和终端。

媒体的演化史也是终端的进化史。从信息传播的角度来看，从18世纪的收音机、电视机，一直到这个世纪以来的计算机、笔记本电脑、电子阅读器；从1876年贝尔发明电话机，到后来的大哥大、BP机，1G手机，再到2G手机、3G手机；从风靡一时的掌上游戏机到今天的PDA、MP3、MP4、MP5、PSP等等。一切技术对社会变革都具有“点金术”的意义：每当社会开发出延伸自身器官和功能的技术时，社会中一切结构和功能都要改变以适应新技术的形式；一旦新技术深入社会，它就立刻渗透到社会的一切制度之中。因此，新技术是一种革命性动因。“任何发明或者技术都是人体的延伸或自我截除。这样一种延伸还要求其其他器官和其他的延伸产生新的比率、谋求新的平衡。”^①对于人所创造的技术和社会历史来说，人是主体也是“屈从体”。“从生理上说，人在正常使用技术（或称之为经过多种延伸的人体）的情况下，总是永远不断受到技术的修改。反过来，人又不断寻找新的方式去修改自己的技术。……从社会层面上说，正是群体压力和刺激的积累，才促发了抗刺激的发明和革新。”^②

第二节 新媒体的“吊带衫”与旧媒体的“马褂”

三十年河东，三十年河西。曾几何时，报纸是新媒体，可谓风光无限；当广播出现时，报纸又成了旧媒体；电视成为新媒体后，广播很快又成了旧媒体；随着互联网、智能手机的崛起，广播、电视又成了明日黄花……。有调查表明，新媒体出现后，至少18%的人少看电视了，25%的人少看杂志了，11%的人少听广播了，15%的人少看报纸了，新媒体的受众开始不断增多，传统媒体的受众不可避免地发生了分流。下面的一组数字即是明证：2013年7月17日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第32次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至2013年6月底，我

^① [加] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介：论人的延伸》，何道宽译，北京：商务印书馆2007年版，第78页。

^② [加] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介：论人的延伸》，何道宽译，北京：商务印书馆2007年版，第78—79页。



双流机场全覆盖媒体^①（图片来自广告买卖网）

国网民规模达到 5.91 亿，互联网普及率为 44.1%。我国手机网民规模达 4.64 亿，网民中使用手机上网的人群占比提升至 78.5%。2013 年上半年，网民人均每周手机上网时间长达 11.8 小时，手机网民对上网依赖性较强。79.9% 的手机网民每天至少使用手机上网一次。其中，近六成手机网民每天使用手机上网多次；网络视频网民达到 3.89 亿，网民中上网收看视频的比例为 65.8%；博客和个人空间网民数量为 4.01 亿，网民中博客和个人空间的使用率为 68.0%；手机即时通信网民规模为 3.97 亿，使用率为 85.7%；微博网民规模为 3.31 亿，网民中微博使用率达到了 56.0%。

一、当惊世界殊：走下神坛的传统媒体

考琳·麦卡洛在《荆棘鸟》结尾写道：

鸟儿胸前带着荆棘，它遵循着一个不可改变的法则，她被不知其名的东西刺穿身体，被驱赶着，歌唱着死去。在那荆棘刺进的一瞬，她没有意识到死之将临。她只是唱着、唱着，直到生命耗尽，再也唱不出一个音符。但是，当我们把荆棘扎进胸膛时，我们是知道的。我们是明明白白

^① “全媒体”指媒介信息传播采用文字、声音、影像、动画、网页等多种媒体表现手段，利用广播、电视、音像、电影、出版、报纸、杂志、网站等不同媒介形态（业务融合），通过融合的广电网络、电信网络以及互联网络进行传播（三网融合），最终实现用户以电视、电脑、手机等多种终端均可完成信息的融合接收（三屏合一），实现任何人、任何时间、任何地点，以任何终端获得任何想要的信息。



互联网、手机、iPad 等新媒体
(图片来自中国传媒大学校报)

的。然而，我们却依然要这样做。我们依然把棘刺扎进胸膛。

用这段话来描述传统媒体在新媒体语境下的真实处境和内心感受恐怕再恰当不过了，互联网、手机等新兴媒体对传统媒体的冲击，使传统媒体遭遇了前所未有的寒流。悬挂在传统媒体行业上空的达摩克斯之剑终于将利刃触及自己的头顶。

先说报业的门前冷落车马稀。自从 1605 年德国斯特拉斯堡市诞生了世界上最早的印刷报纸，至今纸媒足足经历了 400 多年，已算得上一个长寿行业，但美国北卡罗莱纳大学教授菲利普·迈耶预测，到 2043 年第一季度末，日报的读者将归于零，这恐怕不是故作惊人之语。且说近五年来，在报纸上报道的有关报纸的坏消息就没有间断过，而且愈演愈烈。



世界华文第一期刊《读者》^①杂志 (图片来自云商网)

^① 创刊时曾用《读者文摘》这个名称，因与美国《读者文摘》同名而发生法律纠纷，于 1993 年 7 月改名为《读者》。