

总主编 顾理平

 实用新闻与传播学丛书

# 新媒体概论

## NEW MEDIA THEORIES

曾来海 主编

 南京师范大学出版社  
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

实用新闻与传播学

# 新媒体概论

## NEW MEDIA THEORIES

曾来海 主编

南京师范大学出版社  
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

社址：南京师范大学  
邮编：210097  
电话：(025)83212111  
网址：www.njnu.edu.cn

责任编辑：张

南京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

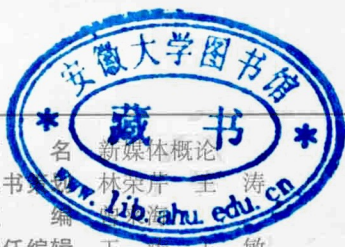
新媒体概论 / 曾来海主编. —南京: 南京师范大学出版社, 2015. 6

(实用新闻与传播学丛书)

ISBN 978-7-5651-2066-4

I. ①新… II. ①曾… III. ①传播媒介—概论 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 053354 号



书名 新媒体概论  
丛书名 实用新闻与传播学丛书  
主编 林采芹 王涛  
责任编辑 王涛 王敏  
出版发行 南京师范大学出版社  
地址 江苏省南京市宁海路 122 号(邮编:210097)  
电话 (025)83598919(总编办) 83598412(营销部) 83598297(邮购部)  
网址 <http://www.njnu.edu.cn>  
电子信箱 [nspzbb@163.com](mailto:nspzbb@163.com)  
照排 南京理工大学印刷照排中心  
印刷 江阴金马印刷有限公司印刷  
开本 787 毫米×960 毫米 1/16  
印张 15.25  
字数 273 千  
版次 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷  
书号 ISBN 978-7-5651-2066-4  
定价 31.00 元

出版人 彭志斌

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换  
版权所有 侵犯必究

## 总序

新锐博士团队，精辟理论阐述，实用本科教材，科学知识传播，这是我对本丛书的基本期待。翻阅一本本书稿，这种期待的满足感油然而生。江苏是一个新闻大省，拥有一批国内外有重要影响的新闻传媒集团和新闻传播人才；江苏也是一个教育大省，其中，新闻传播教育的学科点众多，新闻教育的优秀学者荟萃，但是，学者们的许多成果花开本土，却果结异乡，令人颇为遗憾。我们希望这套产于本土，香飘本土的教材，能成为我省新闻教育的一段宝贵记忆。换句话说，我们书写的，是一种历史责任感和使命感。

### 一、关于作者

在我的感觉中，一个人最具创造性的阶段应该在三十岁至四十岁间，理工科类稍早，人文学科稍晚。这并不奇怪，这个年龄段的人身体机能处于巅峰状态，精力旺盛，注意力集中，更主要的是他们告别了年少轻狂，也未至暮气沉沉，因此具备无穷的想象力和创造力。本丛书的作者，正是这样一个年龄段的年轻才俊，一群才华横溢的博士。在他们的身上体现出来的，首先是新锐的思想。他们普遍具有良好的教育背景，通过博览群书，具有了比较广阔的学术视野。他们对前辈先贤的理论有良好的理解，同时，他们又拥有可贵的质疑精神，不迷信权威，不妄从传统，希望用自己的头脑，来解读新闻传播的理论与实践。他们的奇思妙想和真知灼见频频闪现，因此，翻阅丛书，我们不时会有“原来如此”“原来还可以如此”的惊喜。其次是良好的学术功力。丛书的作者均为博士或在读博士，他们都经历了良好的学术训练和理论熏陶，这就使本丛书充满了浓浓的理性魅力，也更加符合学术规范的基本要求。学术功力的培养说起来简单，实际上是一个异常艰苦的过程。一方面，学术训练需要大量的时间和精力做保障。春暖花开要抵挡得住美景的诱惑，夏日酷暑要忍受得了炎热的烦扰，秋高气爽要抗拒得住美食的侵蚀，冬雪飘零要忍耐得了严寒的考验。另一方面，学术训练还需要一定的天赋和灵气。理论研究的过程中需要

有好奇心和发现力,要有较强的领悟能力,而我们的作者正是这方面的佼佼者。第三,强烈的责任心。“文章千古事”,教材的写作更是如此。大至谋篇布局及主要观点的表达,小至遣词造句的准确和标点的精当,作者们都要认真琢磨,反复推敲,体现了他们的良苦用心和科学态度。作者们都知道,这不仅是一般的学术研究,更是一种直接的知识传承,必须要本着对历史、对科学负责的态度来从事本书的写作。在初稿完成后,大家又不断地进行校阅,争取最好的呈现。这套书所有的作者都是大学一线教师,教书育人是他们的天职,他们把这种责任心倾注到了这套丛书的写作中,他们深知,面对一双双求知若渴的眼睛,面对日新月异的传媒发展局面,只有专注的、科学的表达,才对得起读者的期待和经受得住时间的检验。

## 二、关于丛书

这套丛书具备这样一些特点:第一,创新性。首先是内容的创新。新闻与传播学科是一门贴近社会的学科,必须时刻关注社会的日新月异和科技的最新进展,关注这个时代的宏观趋势和微观变迁。因此,创新性几乎可以说是这门学科的必然要求。近年来,经过一代代新闻人的不懈努力,学术界有不少册相关学科的教材出版,初步框定了主要的研究领域,构建成科学的学科体系,形成了基本的学科概念,这些内容是这套丛书必须传递的基本内容。因为我们始终相信一点,传统是创新之母,脱离了传统的创新只能是空中楼阁。因此,我们遵循已有的、规范的学科内容。在此基础上,我们更强调内容的不断创新。新闻的价值,贵在“新”字,否则就成了旧闻,而关于新闻的学科知识,当然也必须时时关注新闻界的最新变化,并从理论上对这种变化进行总结。于是,在这套丛书中,我们除了能看到对本学科相关知识的系统阐述外,更能看到这些新锐的学者关于新闻与传播学发展的最新总结。其次是形式的创新。除了一般教材常规的表述方式外,我们在形式上也做了一些创新性的尝试,譬如,我们在每章的开头都会有知识点导读或小贴士,在文中会有精当的最新案例分析,在文后附有促进理解的思考题。另外,在本丛书的编排和版式安排上,我们也做了不少创新性的尝试。我们希望这样的尝试,会给读者以耳目一新之感。第二,学理性。对学理性的坚守应该是一个有责任心的学者应有的态度,我们当然也不例外。这套丛书是一套教材,因此,它承担的学术责任理应更重。这种学术责任一方面表现为它对本学科知识表述的完整性上,即读者通过对本套教材的学习,对本学科的知识能有一个完整的、全面的了解。另

一方面则表现为对本学科知识表述的准确性上。我们希望我们提供的观点是有创新价值的,但前提是准确。学术研究需要百花齐放,新见迭出,但教材提供的观点不追求石破天惊,更不应该离经叛道。我们希望我们提供的是基本成熟的,为学界和业界普遍认可的观点。第三,实用性。本套教材不追求玄虚空洞的抽象理论,专注于学而有用,因此,实用性是我们重要的着力点。

### 三、关于读者

中央电视台著名节目主持人白岩松在一档连线节目中曾有过这样一段话:“英国一家著名媒体的同行问我,英国的媒体人应该向中国的媒体人学什么?我告诉他,第一是中文。这当然是开玩笑。我告诉他首先要学习中国媒体人对世界的好奇心。”看似有些令人意外的回答,包含的却正是一个媒体人应该具备的基本素质。好奇心表达着一个人对世界的关心和关爱,也表达着一个媒体人发现新闻的必备能力。试想,如果一个人对外在世界漠不关心,充满着无所谓的态度,怎么会从纷繁复杂的诸多现象和事实中去发现最有价值的新闻进行传播呢?当然,一个媒体人应该具备的素质远不止好奇心这一项。国际化的视野,专业主义精神,社会责任意识,创新思维能力……所有这些,都有待在悠长岁月的流淌中养成。丛书的读者,主要是一批充满新闻理想的、意气风发的大学年轻学子,也包括那些对新闻传播有爱好的人们,坚守社会正义、维护社会良知是他们共同的追求。我们希望通过本套教材,能对他们实现各自的新闻理想有所帮助。

顾理平

(南京师范大学新闻与传播学院院长、博士生导师)

## 前 言

纵观人类传媒发展演变的漫长历史,我们发现:每一种新媒体的出现及普遍使用都会严重地冲击旧有的媒体,甚至有“狼来了”的危机与恐惧。但是短暂的“危机”之后,几乎所有新旧媒体都有惊无险,相安无事,并一直处于相互竞争、相互弥补的状态,最终逐渐形成了“共存共荣”的格局。然而,以国际互联网和手机为代表的数字化新媒体自诞生以来,不仅技术的更新与升级日新月异,还不断催生出众多的衍生新媒体。这些新媒体不仅兼容了文字、图片、声音、影像、动画等多媒体信息,而且几乎融合了报纸、杂志、广播、电视等传统媒体的所有优势。而更让人惊讶的是,这一系列新媒体几乎都在短时间内就得到了社会的广泛关注并迅速普遍使用。这些新媒体的普及不仅深刻地影响了社会的政治、经济、文化、生活与思维方式,也改变了传统的传播方式、理念、内容与形式,而且改变了既有的传媒市场格局,甚至致使报纸、杂志、广播、电视等传统媒体遭遇了前所未有的危机。即使传统传媒也在不断地利用包括数字技术、网络技术、移动通信技术等数字化新媒体的核心技术来提升自身的竞争力,但仍然未见转机。时至今日,在这些新媒体的强势竞争之下,报纸、杂志、广播、电视等传统媒体甚至近乎有被颠覆之恐惧。所以,对以网络与手机为代表的数字化新媒体的研究与教育不仅非常重要,而且变得非常迫切,甚至有刻不容缓之势。

为了满足传媒实务界对网络与手机等新媒体知识与人才的需求,目前国内高校新闻传播学类本科专业普遍开设了“新媒体概论”这一课程,而且也出版了数本相关教材。但是现有新媒体相关教材往往要么过于偏向抽象理论的阐述,要么过于偏向具体媒介现象的罗列。本教材在吸收与借鉴现有新媒体课程教材经验的基础上,不断吸取专家、学者有关新媒体研究的最新成果,力图做到理论与现象并重,既让传媒专业的学生了解具体的新媒体现象,又让他们明了新媒体的基本规律与相关理论。具体而言,本教材分为两部分,第一部分为第一至第四章,主要在新媒体的内涵与外延、新媒体对社会的影响、新媒体经济、新媒体法规与伦理四方面从宏观上较为概括地阐述了网络与手机等

新媒体的基本理论。第二部分为第五至第九章,主要把现有新媒体形态以网络、广播电视、印刷、手机四类基本媒体类型为分类标准分为四种类别,然后从概念、分类、特征、起源、发展、社会影响、使用与管理等方面对每一具体新媒体形态进行详尽的介绍与剖析,以全面展示新媒体的具体现象与规律。

本教材在编写的过程中吸取了不少国内外新媒体专家、学者的研究成果,在此,致以衷心的感谢!

同时,在此特别感谢本系列教材主编、南京师范大学出版社的领导及编辑对本教材所提出的修改意见以及他们为本教材的出版所付出的辛勤劳动。由于作者水平有限,加上新媒体自身的变化莫测,本教材可能存在不少疏漏之处,在此,真诚地希望广大读者、同行专家批评指正。

作者 尉毛群 拜

2015年3月25日



# 目 录

(81)	总序	(1)
(85)	前言	(1)
(85)	上 篇	
(85)	第一章 新媒体概述	(3)
(85)	第一节 新媒体的界定	(4)
(85)	一、“新媒体”一词的起源	(5)
(85)	二、新媒体的种种定义	(5)
(85)	三、新媒体的科学界定	(7)
(85)	四、当前新媒体的形态	(8)
(85)	第二节 新媒体技术	(9)
(85)	一、数字技术	(9)
(85)	二、计算机网络技术	(10)
(85)	三、移动通信技术	(11)
(85)	第三节 新媒体与传统媒体的比较优势	(12)
(85)	一、技术的数字化	(12)
(85)	二、信息的海量化与共享性	(12)
(85)	三、形式的多媒体与超文本	(13)
(85)	四、使用的个性化与交互性	(14)
(85)	第四节 新旧媒体的融合	(14)
(85)	一、媒体融合的概念	(15)
(85)	二、新旧媒体在竞争中融合	(17)
(85)	三、新旧媒体的融合方式	(17)

四、新旧媒体融合的产物 .....	(18)
<b>第二章 新媒体与社会发展</b> .....	(20)
第一节 新媒体与社会经济 .....	(21)
一、新媒体对社会经济的积极作用 .....	(21)
二、新媒体对社会经济的消极影响 .....	(24)
第二节 新媒体与社会政治 .....	(26)
一、新媒体对社会政治的积极作用 .....	(26)
二、新媒体对社会政治的消极影响 .....	(29)
第三节 新媒体与社会文化 .....	(30)
一、新媒体对社会文化的积极作用 .....	(30)
二、新媒体对社会文化的消极影响 .....	(35)
<b>第三章 新媒体经济</b> .....	(39)
第一节 新媒体产业 .....	(40)
一、新媒体产业的含义 .....	(40)
二、新媒体产业资源的构成 .....	(41)
三、新媒体的产业群 .....	(44)
四、新媒体产业的特征 .....	(46)
五、我国新媒体产业的发展 .....	(47)
六、我国新媒体产业的政策 .....	(51)
第二节 新媒体企业运营 .....	(55)
一、新媒体企业的融资方式 .....	(55)
二、新媒体企业的盈利方式 .....	(58)
三、新媒体企业的微内容生产 .....	(62)
四、新媒体企业的营销与推广 .....	(63)
五、新媒体企业的扩张与并购 .....	(64)
<b>第四章 新媒体法规与伦理</b> .....	(65)
第一节 新媒体法律规范 .....	(66)
一、新媒体的版权特点:版权开放(Copyleft) .....	(66)

二、与新媒体有关的国际条约 .....	(68)
三、外国新媒体法律规范 .....	(73)
四、中国新媒体法律规范 .....	(83)
第二节 新媒体伦理 .....	(87)
一、外国新媒体伦理 .....	(87)
二、中国新媒体伦理 .....	(91)

## 下 篇

第五章 网络新媒体(一) .....	(99)
第一节 新闻网站 .....	(100)
一、新闻网站的概念与特征 .....	(100)
二、新闻网站的起源与发展历程 .....	(102)
三、新闻网站的社会影响力 .....	(104)
四、新闻网站的使用与管理 .....	(104)
第二节 门户网站 .....	(106)
一、门户网站的概念、分类与特征 .....	(106)
二、门户网站的起源与发展历程 .....	(111)
三、门户网站的社会影响力 .....	(112)
四、门户网站的使用与管理 .....	(113)
第三节 视频网站 .....	(114)
一、视频网站的概念与分类 .....	(114)
二、视频网站的起源与发展历程 .....	(115)
三、视频网站的社会影响力 .....	(116)
四、视频网站的使用与管理 .....	(117)
第四节 搜索引擎 .....	(117)
一、搜索引擎的概念与分类 .....	(118)
二、搜索引擎的起源与发展历程 .....	(120)
三、搜索引擎的使用 .....	(122)
四、搜索引擎的社会影响力 .....	(122)

(123) 第五节 SNS .....	(123)
(123) 一、SNS 的概念及其社交理论 .....	(123)
(124) 二、SNS 的起源与发展历程 .....	(124)
(125) 三、SNS 的社会影响力 .....	(125)
(125) 四、SNS 的使用与管理 .....	(125)
第六章 网络新媒体(二) .....	(127)
第一节 虚拟社区 .....	(128)
(128) 一、虚拟社区的概念、分类与特征 .....	(128)
(130) 二、虚拟社区的起源与发展历程 .....	(130)
(131) 三、虚拟社区的社会影响力 .....	(131)
(131) 四、虚拟社区的管理 .....	(131)
第二节 即时通信 .....	(132)
(132) 一、即时通信的概念、分类与特征 .....	(132)
(134) 二、即时通信的起源与发展历程 .....	(134)
(135) 三、即时通信的使用与管理 .....	(135)
第三节 RSS .....	(136)
(136) 一、RSS 的概念、类型与特征 .....	(136)
(138) 二、RSS 的起源与发展历程 .....	(138)
(139) 三、RSS 的社会影响 .....	(139)
第四节 博客、微博与轻博客 .....	(139)
(140) 一、博客 .....	(140)
(143) 二、微博 .....	(143)
(144) 三、轻博客 .....	(144)
(146) 四、博客、微博与轻博客的社会影响力 .....	(146)
(147) 五、博客、微博与轻博客的使用与管理 .....	(147)
第五节 播客 .....	(148)
(148) 一、播客的概念、分类与特征 .....	(148)
(150) 二、播客的起源与发展历程 .....	(150)
(151) 三、播客的使用与管理 .....	(151)

第六节 维客	(152)
一、维客的概念、分类与特征	(152)
二、维客的起源与发展历程	(155)
三、维客的使用与管理	(156)
第七节 网络游戏	(157)
一、网络游戏的概念、分类与特征	(158)
二、网络游戏的起源与发展历程	(161)
三、网络游戏的使用与管理	(163)
第七章 广电新媒体	(164)
第一节 网络广播	(165)
一、网络广播的概念、分类与特征	(165)
二、网络广播的起源与发展历程	(167)
三、网络广播的使用与管理	(167)
第二节 数字广播	(168)
一、数字广播的概念与特征	(168)
二、数字广播的起源与发展历程	(169)
三、数字广播的使用与管理	(171)
第三节 数字电视	(171)
一、数字电视的概念、分类与特征	(171)
二、数字电视的起源与发展历程	(172)
三、数字电视的使用与管理	(174)
第四节 IPTV	(174)
一、IPTV 的概念与特征	(174)
二、IPTV 的起源与发展历程	(176)
三、IPTV 的使用与管理	(177)
第五节 楼宇电视	(178)
一、楼宇电视的概念、类型与特征	(178)
二、楼宇电视的起源与发展历程	(179)
三、楼宇电视的经营与管理	(180)

第六节 移动电视·····	(180)
一、移动电视的概念、分类与特征·····	(180)
二、移动电视的起源与发展历程·····	(181)
三、移动电视的经营与管理·····	(182)
第七节 数字电影·····	(182)
一、数字电影的概念与特征·····	(182)
二、数字电影的起源与发展历程·····	(184)
三、数字电影的管理·····	(186)
<b>第八章 印刷新媒体·····</b>	<b>(188)</b>
第一节 电子图书·····	(189)
一、电子图书的概念与特征·····	(189)
二、电子图书的起源与发展历程·····	(192)
三、电子图书的使用与管理·····	(193)
第二节 电子报纸·····	(194)
一、电子报纸的概念与特征·····	(194)
二、电子报纸的起源与发展历程·····	(196)
三、电子报纸的使用与管理·····	(198)
第三节 电子杂志·····	(198)
一、电子杂志的概念、分类与特征·····	(198)
二、电子杂志的起源与发展历程·····	(200)
三、电子杂志的使用与管理·····	(201)
<b>第九章 手机新媒体·····</b>	<b>(203)</b>
第一节 手机短信、彩信、彩铃·····	(205)
一、手机短信·····	(205)
二、手机彩信·····	(206)
三、手机彩铃·····	(207)
第二节 手机报纸、图书、杂志·····	(208)
一、手机报纸·····	(208)

二、手机图书 .....	(211)
三、手机杂志 .....	(212)
第三节 手机广播、电视、电影 .....	(213)
一、手机广播 .....	(213)
二、手机电视 .....	(216)
三、手机电影 .....	(219)
 参考文献 .....	 (222)

# 上 篇





