

新媒体在英语教学中的有效应用研究

王晓燕 瞿宁霞 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

东北师范大学出版社

新媒体在英语教学中的有效应用研究

王晓燕 瞿宁霞 著

NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NNUP.COM

东北师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体在英语教学中的有效应用研究 / 王晓燕, 瞿宁霞著. — 长春: 东北师范大学出版社, 2017.12
ISBN 978-7-5681-4093-5

I. ①新… II. ①王…②瞿… III. ①英语—教学研究 IV. ①H319.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 329092 号

☐ 策划编辑: 王春彦

☐ 责任编辑: 卢永康

☐ 封面设计: 优盛文化

☐ 责任校对: 房晓伟

☐ 责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)

销售热线: 0431-84568036

0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdebs@mail.jl.cn

河北优盛文化传播有限公司装帧排版

北京一鑫印务有限责任公司

2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

幅画尺寸: 170mm×240mm 印张: 20.5 字数: 344 千

定价: 72.00 元

前 言

当今社会，人与人的交往已不再是以往的本地区的人际交流，第二语言正在成为高效的跨文化交流必不可少的工具。多媒体教学是以信息量广、方式灵活向学习者进行音、视频信息输入的，有着诸多优点，但多媒体教学仍然表现出单向性，即学习者只是作为信息的接受者被动地学习，没有涉及互动。随着网络技术的成熟，运用新媒体进行英语教学，如微博、微信、云课堂等，给多媒体教学注入了新的活力，这一新兴教学模式注定要给师生们带来实质性的效益，前景无限光明。

为了提高教学质量，教师与研究者创建了基于新媒体的英语教学环境来帮助学习者更好地掌握第二语言。然而，我们注意到，在以往的研究中没有关于新媒体教学环境下的学习成果的系统研究。因此，本书将主要研究新媒体环境下的英语教学，从而更好地适应时代需求，进一步深化新媒体在英语教学中的应用。

本著作由上饶师范学院王晓燕和安庆师范大学瞿宁霞共同创作完成。其中上篇理论篇第一章至第六章由王晓燕执笔完成，约 20 万字；下篇实践篇第七章至第十一章由瞿宁霞执笔完成，约 14 万字。

目 录

上篇·理论篇

第一章 新媒体时代的变革与教育.....	002
第一节 新媒体 / 002	
第二节 新媒体的特征 / 005	
第三节 数字传播技术带来的媒介融合 / 011	
第二章 大学英语教学现状	016
第一节 大学英语课程设置情况概览 / 016	
第二节 大学英语课程教学构成要素分析 / 021	
第三节 大学英语教学模式 / 027	
第三章 新媒体背景下的大学英语教学改革.....	036
第一节 大学英语教学改革论述 / 036	
第二节 大学英语教学模式的改革 / 057	
第三节 大学英语教学策略与学习策略改革 / 070	
第四章 新媒体在大学英语教学中运用的理论基础	088
第一节 哲学基础 / 088	
第二节 教育学、心理学理论基础 / 098	
第三节 语言学理论基础 / 119	

第五章	新媒体环境下大学英语多模态课堂教学设计架构.....	125
第一节	多模态研究相关概念 /	125
第二节	实证研究——以 MAP 大学英语多模态课堂教学设计原则模型为例 /	137
第三节	大学英语课堂教学评价 /	149
第六章	新媒体时代教育技术与现代大学英语教学	156
第一节	新媒体时代的教育技术 /	156
第二节	基于网络环境的外语教学 /	176

下篇·实践篇

第七章	新媒体环境下大学英语课堂的失衡与重构	190
第一节	大学英语课堂的生态研究 /	190
第二节	新媒体时代大学英语课堂的失衡现状 /	201
第三节	新媒体环境中大学英语课堂生态的重构 /	220
第八章	翻转课堂在大学英语教学中的应用.....	235
第一节	翻转课堂教学模式及其理论渊源 /	235
第二节	基于翻转课堂的大学英语教学模式设计 /	238
第三节	基于翻转课堂思想的本科英语教学模式的实施 /	247
第九章	微课在大学英语教学中的应用	256
第一节	微课在大学英语教学中的应用概述 /	256
第二节	基于微课的翻转课堂模式在实用英语写作中的实践研究 /	259
第三节	多模态话语分析下大学英语微课教学的实践探索 /	262
第十章	基于移动学习的大学英语听说教学模式研究.....	267
第一节	移动学习与移动语言学习 /	267
第二节	网络时代移动技术支持的大学英语混合式听说教学模式建构 /	273

第三节 移动技术支持的大学英语混合式听说教学模式中的形成性评价 /	282
-----------------------------------	-----

第十一章 慕课与大学英语教学.....	286
---------------------	-----

第一节 慕课的起源 /	286
-------------	-----

第二节 慕课的特征与时代意义 /	291
------------------	-----

第三节 慕课与大学英语 ESP 教学 /	302
----------------------	-----

参考文献.....	311
-----------	-----

后 记.....	313
----------	-----

上篇·理论篇



第一章 新媒体时代的变革与教育

第一节 新媒体

一、新媒体的内涵

相对于数字新媒体,业界更多地使用“新媒体”这一说法。实际上,在对新媒体进行定义的时候,很多专家都明确说明是建立在数字技术基础之上的。清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授说:“新媒体是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说:“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。”中国传媒大学黄升民说:“构成新媒体的基本要素是基于网络和数字技术所构筑的三个无限,即需求无限、传输无限和生产无限。”

安徽大学蒋宏在《新媒体导论》中写道:“新媒体是指 20 世纪后期在世界科学技术发生巨大进步的背景下,在社会信息传播领域出现的,建立在数字技术基础上的,使传播信息大大扩展、传播速度大大加快、传播方式大大丰富、与传统媒体迥然相异的新型媒体。就其外延而言,新媒体主要包括光纤电缆通信网、都市型双向传播有线电视网、图文电视、电子计算机通信网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫星直播电视系统、高清晰度电视、互联网、手机短信和多媒体信息的互动平台、多媒体技术以及利用数字技术播放的广播网等。”这是综合了相关概念论述后从技术角度给出的一个比较全面的定义。

根据这些定义和媒体的实际应用,笔者在本书中不再区分“数字新媒体”与“新媒体”。

当然,对于“新媒体”的定义,专家学者各有见地,至今没有定论,其

主要原因就是新媒体的发展速度太快,形式太多。一些传播学期刊中设有“新媒体”专栏,但所刊载文章的研究对象不尽相同。除了上述学界专家的定义,实务界也从不同的角度给出了不同的定义:美国《连线》杂志对新媒体的定义是“所有人对所有人的传播”;BlogBus.com 副总裁兼首席运营官魏武挥的定义是“受众可以广泛且深入参与(主要通过数字化模式)的媒体形式”。

当然,对“新媒体”的定义还有更多的解释与演绎。

虽然不同的专家从不同的角度给出了不同的解释,但他们对“新媒体”内涵的理解在本质上是一致的,即新媒体是建立在数字技术和网络技术基础上的各种媒体形式,是对大众提供个性化内容的媒体,是传播者和接受者融会成对等的交流者,无数交流者之间又可以同时进行个性化交流的媒体。“新”不仅体现在技术上,也体现在形式上,有些新媒体是崭新的,如互联网;有些是在旧媒体的基础上引进新技术后,新旧结合的媒体形式,如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机电视、数字电影、数字电视、移动电视等。

以笔者之见,报纸、杂志、广播、电视是公认的四大传统媒体。除此之外,其他各种新兴的或杂糅的形式都可以称为新媒体。这是本书采用的新媒体定义,并以此为依据进行论述。当然,这种用排除法的圈定无法构成准确的定义,但在业界专家尚莫衷一是的情况下,可以让人们不再陷入定义之争,而集中精力和创意去“扩大”新媒体的范围。

二、数字新媒体的研究现状

近年来,新媒体逐渐成为很多传播学研究者关注的热点,根据对相关文献的整理,可以发现研究者对新媒体的关注有两种取向:第一种是从整体上考察新媒体的历史影响、社会影响、演进规律和政府规制等;第二种是分别研究各种新媒体的相关议题。第二种研究取向的文章数量更多,可能是因为其符合传播学研究传统,更加明晰,便于操作,其中又以网络媒体的论文数量最多,成果最丰富。但是,由于新媒体具有数字化传播的特点,在技术上有可能实现信息的一元化处理和网络化传播,所以对其进行整体探讨也是一种非常必要、有效的研究思路,如有学者提出“融媒”“整体的传播系统”等概念。创新扩散理论以及使用与满足理论在新媒体研究中也发挥了很强的解释力,但仅仅依赖这几个传统传播理论并不足以解释新媒体发展所引发的众多理论和现实问题。所以,新范式、新理论和新概念的导入无疑是一项非常重要和基础的工作。国外的新媒体研究给了我们很多启示,对国外研究的理解和吸收将有益于

我国新媒体研究的推进。

现代意义上的“新媒体”诞生于何时？法国学者弗兰西斯·巴尔和杰拉尔·埃梅里合著的《新媒体》一书认为“新媒体”问世于20世纪70年代之后；日本东京信息大学教授桂敬一在《多媒体时代与大众传播》中提出“20世纪80年代初出现新媒体热”的说法；美国哥伦比亚大学新媒体中心主任约翰·帕夫利克教授的《新媒体技术》一书在“回顾历史”的章节里加上了一个副标题——“千年之交的媒体”，这个时段有较大的伸缩性。尽管各家说法很不一致，但将新媒体崛起看作数字化网络技术普遍应用的结果却能够获得共识。

至于“新媒体”概念的提出，学界虽然已有不少相对具体的说法，但存在明显的矛盾之处。例如，有一种观点认为，美国CES（哥伦比亚广播电视网）技术研究所所长、NTSC电视制式的发明者P.戈尔德马克（P. Goldmark）是“新媒体”概念的首创者。他在1967年发表的一份关于开发EVRC电子录像商品的计划中第一次提出“新媒体”一词。1969年，美国传播政策总统特别委员会主席E.罗斯托（E. Rostow）在提交尼克松总统的报告（著名的“罗斯托报告”）中更是多处使用了“新媒体”概念。由此“新媒体”一词风行美国，并很快蔓延欧洲，不久以后便成为一个全球化的新名词。

这种颇为流行的说法其实并不确切，“新媒体”概念至少可以追溯到20世纪50年代。1959年3月3日，马歇尔·麦克卢汉应邀赴芝加哥，参加全美高等教育学会举办的会议，会议的主题是“与时间赛跑：高等教育新视野与要务”，麦克卢汉演讲的题目是《电子革命：新媒体的革命影响》。在这次听众逾千人的大会上，麦克卢汉宣称从长远的观点来看问题，媒介即是信息，因此社会靠集体行动开发出一种新媒介（如印刷术、电报、照片和广播）时，它就赢得了表达新信息的权利。印刷术把口耳相传的教育一扫而光，这种传授方式构建于希腊—罗马时代，靠拼音文字和手稿在中世纪流传下来。几十年之内，印刷术就结束了历经2500年的教育模式。今天，印刷术的君王统治结束了，新媒介的寡头政治篡夺了印刷术长达500年的君王统治。寡头政治中，每一种新媒介都具有与印刷术相同的实力，传递着相同的讯息。麦克卢汉所说的“新媒体”虽然明显是一个历史性概念，但他所罗列的“印刷术、电报、照片和广播”无一不是我们今天所说的“传统媒体时代的‘新媒体’”。他敏锐地看到，凭借电子手段，各种文化和各个媒介发展阶段的并存，能使我们从媒介的感知奴役中解放出来。麦克卢汉的演讲为我们认识“新媒介”的本质提供了一种历史眼光和普遍联系的洞见。

即使从麦克卢汉关于“新媒介的革命影响”的讲话算起,“新媒体”研究至少也有近半个世纪的历史。当然,麦克卢汉所说的概念与今天的“新媒体”已经存在巨大的差别,毕竟他生活在一个以报纸、广播、电视为主导媒体的时代。巴尔和埃梅里在《新媒体》开篇就试图解答这样一个问题:“新媒体‘新’在哪里?”“它是指某一种酒是‘新’的,还是指‘新思想’那种意义上的‘新’,因而是在为某种最近才第一次出现的事物定性呢?还是像人们说某种艺术、某种风格、某种语言是‘新’的那样呢?就是说一种未见过的、新颖的、创新的东西与传统的、固有的相反。是否更应该认为‘新’这个形容词仅仅指状况的变化,各种媒体只是在它有不同的作用或追求不同目的时才成为‘新’的呢?电视文字广播和星状结构的有线网络这样一些通信系统,从更完全的意义上来说是‘新’的,它们实际上允许人与人之间或人与机器之间实现前所未有的通信,与迄今已知的和试验过的通信是根本不同的。”纵观上述众多新媒体的概念界定可以发现,它们主要是从媒介技术的层面上来定义,从传播学的视角来审视。

第二节 新媒体的特征

一、新媒体的传播特点

从文字传播时代开始,人类就开始了体外化传播的过程,文字的普及使文化传承能够更加稳固地保存下来,而印刷术的出现又使这种传播走向大众化,再到后来的电子传播时代,实现了信息远距离快速传播,传播范围进一步扩大,时间进一步缩短,形式也变得多种多样,受众可以根据自己的习惯和兴趣来选择适合自己的媒体。这种选择权在数字新媒体时代变得更加个性化,受众在媒体发展史中所体现的主体性越来越强,媒体也在跟随着受众的需求不断改进自己的传播形式,优化传播技巧。

(一)“中心”转移与“非中心化”

在传统传播环境中,大众传播和人际传播泾渭分明,两者的最大区别是:大众传播的信息是单向流动;人际传播是双向互动。数字新媒体传播将两者融为一体,模糊了它们的界限。

与传统媒体相比,新媒体最大的特点在于传播形式由一点对多点变为多

点对多点,同时拥有人际传播和大众传播的优点。信息的采集不再被专门机构垄断,人人都是信息的接受者,也是信息的采集者,不论是出版者、传播者,还是消费者,对内容拥有对等的和相互的控制。这种变化一方面激发了受众对传播的主动性,提高了受众在整个传播过程中的介入程度和地位,并促进了群体意识的生长;另一方面使受众更趋于“小众化”“分众化”,甚至“碎片化”。在传统的传播理论中,被动的、弱小的信息接收者(在传统媒体中受众的反馈形式单一,并受到把关人的严格控制)完全可以借助新媒体等新技术形式和信息平台形成一定话语权,完成一次完整的信息传播(在传播过程中可能绕开人为把关,最大限度地防止信息衰减),有时还会产生很大的传播效果。广播、电视、报纸不再是中心话题的全部和主流信息的唯一渠道,受众自己也可以成为议程设置者。比如,非典时期的博客传播和手机短信就打破了传统媒体的舆论封锁,从时间上和传播流程上超越了传统媒体的反应和幅度。

在新媒体传播中,没有绝对的权威,也没有绝对的中心,人人都可以在虚拟的网络空间中发表言论和观点,任何权威的观点和声音都有可能遭到别人的攻击,可以说“处处是边缘,无处是中心”。

(二) 双向性与实时传播

随着传播形式的改变,传播的过程也发生了根本改变。传统媒体传播过程中虽然也有双向交互和信息的互动,但由于受技术条件的限制,在时间和空间上是“剥离”的,在传递的顺序上是有先后的,存在一定程度的时间成本;在信息资源采集方面,存在天然的稀缺性,而受众的选择权也是相对有限的,最重要的是受众的介入并不会改变原有传统媒体的传播模式和节奏。在新媒体时代,新技术强调的准交互性和实时传播,使受众的反馈与信息同步传播,传播者和受众之间的界限被模糊和消解,传授合一在未来可能完全实现。这种个性化需求的膨胀也导致了信息资源的丰盛,赋予了受众民主和话语,但同时容易造成舆论的盲从、真相的被淹没,甚至造成“沉默的大多数”。

互动和实时是提高媒体用户黏着度和忠诚度的可靠途径,受众方与信息发布方的互动还可以更深入地挖掘信息的内在价值,了解需求方所思所想,为日后改进信息形式和提高信息质量提供有益建议,逐步实现按受众要求定制信息,按讨论沟通信息,按反馈修改信息。

目前,传统媒体虽然已经逐步提高了时效性,如报纸的加印特刊、广播的访谈栏目和电视台滚动播出的即时新闻,但受制于传统媒体技术和采编播方式的约束,新媒体仍然可以在互动和及时两个层面上大幅领先于传统媒体,

如网络、手机新闻可以全天候发布,网络 and 手机聊天室可以深度参与和互动交流。

(三) 数字化与网络化技术革命性应用

美国传播学家丹尼斯·麦奎尔认为,真正的“传播革命”所要求的,不只是信息传播方式的改变或者受众注意力在不同媒介之间分布上的变迁,其最直接的驱动力是技术。数字技术、计算机网络技术和多媒体技术的技术系统融合在一起构成了新媒体发展的技术平台,并为新媒体兼容各种新信息技术奠定了基础。传输通道和编码解码的数字化技术促进了媒体融合与人机交互,计算机网络技术具有对共享数据资源集中处理及管理 and 维护的能力,多媒体技术让文字、语言、图形、图像等信息形态更符合个性化的要求。这些技术最大限度地实现了新媒体无成本约束和开放式生产,使传输终端日趋人性化、互联性,特别是一些“傻瓜式”的设计,降低了使用媒体的技术门槛,也在一定程度上消解了传媒机构的权威性。另外,技术的进步使信息及时、有效、方便、快速地传播,满足了受众日益扩张的立体动态需求,增强了信息的绩效和生命力。

(四) 内容资源的不足

传播上的无限化、需求上的个性化和时间上的即时性、沟通上的互动性,正是基于这些传播特点,新媒体才会在短短的几年间就取得了令人瞩目的成绩,给我们的生活带来了深刻的影响,并将在未来的发展中继续扩大这种影响。

媒体是平台,内容是附着在平台之上的应用和服务,依靠平台生存和传播。目前,大众的兴趣点在新媒体、新终端的信息传播,但决定谁胜谁负的关键不在这里。只要标准和制式统一了,成本下降了,谁都可以方便地利用新媒体、新平台进行信息服务,站在同一起跑线上,媒体之战谁能脱颖而出呢?其实,不论新媒体还是传统媒体,归根结底都是“内容为王”,内容才是媒体吸引受众的根本要素。在这一点上,数字新媒体明显处于劣势。

多年来,传统媒体不断挖掘新的资源,拥有一大批专业从事内容开发、制作的优秀人才,与运营商建立了一条完善的产业链。传统媒体内容的成熟度、信息来源的构架化、品牌的权威度都是新媒体所无法比拟的。近两年对手机电视的研究也多集中在如何开发节目内容上,技术上的融合最终将打倒“渠道为王”的媒体垄断源泉,“内容为王”才是未来媒体多元化格局下的真正掌控点和制高点。

二、新媒体运用于英语教学的优势

(一) 新媒体使英语教学更具表现力

强大的表现力是新媒体的典型特征,将多媒体课件、报纸杂志 APP、电子书、微博、微信、QQ 群、论坛等新媒体手段应用在大学英语教学中,可以使大学英语教学活动焕发出强大的生机与活力。与传统教学相比,新媒体改变了传统依赖英语课本的教学方法,将别具表现力的现代科技元素融入课堂教学中,使学生体验到了传统教学模式下不能感受到的多重感官体验带来的快感,大大激发了学生学习英语的兴趣与主动性。

(二) 新媒体扩大了英语知识信息量

新媒体在很大程度上扩大了英语知识的信息储存量,不但教师可以使用新媒体进行教学,而且学生在课余时间可以利用网络新媒体工具、平台进行自我学习。例如,通过报纸杂志 APP、电子书、微博等新媒体工具,学生可以拓展知识,不断提高英语水平,从而有效弥补了传统大学英语教材的缺点和不足。同时,将新媒体平台上大量的立体化、形象化的英语知识信息引入课堂,也有助于突破传统教材内容与形式的限制,扩大英语教学的信息量,拓宽学生的知识面,提升大学英语的教学效率与教学质量。

(三) 新媒体加强了英语教学的互动性

与传统教学形式相比,利用新媒体辅助教学可以实现较强的多向互动功能,使课堂变得更加有活力。尽管新媒体也存在着单向灌输、传播的不利表现,但这种形式大都是将多向互动作为前提和基础才得以实现的。借助多元化的新媒体平台,师生之间的交流沟通变得更加便捷与高效。例如,学生在课外遇到不懂的问题可以通过老师建立的微博进行咨询,或直接在微信上找老师答疑解惑,学生与教师之间的互动得到明显加强。

(四) 媒体形式的多样性

相较传统的语篇分析,当代的语篇分析的多模态化更加明显。多模态的语言学习模式更加依赖各种符号资源的整合,从文字、图片、音频、视频以及三维建模等多种多样的媒体形式,对语言进行深度分析与学习。就英语教学而言,从传统的课堂讲述发展到以电脑和投影设备为主的多媒体教学,再到如今新媒体环境下,以网络资源、微课、翻转课堂等为主流的多模态英语教学模式,教师教学突破了教材,在课堂上利用多媒体设备从听觉与视觉上多方面地刺激学生的感官,达到了激发学生学习兴趣和提高学生学习质量的目的。应该

说,正是在新媒体形式多样性的帮助下,多模态教学模式下的英语课堂资源呈现了多元化、全方面、多角度的发展趋势,使多模态话语理论在英语教学中得到了更广泛的重视和应用。

(五) 媒体传播的广泛性

现代多模态教学模式的推广离不开新媒体的作用,媒体传播的广泛性使得语音教学在不同的国家、不同的语言、不同的学校以及不同等级的教育中都有所应用。就硬件基础而言,多媒体教学在全国各类型、各层次学校得以普及与使用,加上近年来互联网以及计算机的快速发展,借助媒体这个载体的多模态教学模式也在我国的语言教学中广泛应用和普及;就师生认知而言,多模态教学的绝大部分元素,从多媒体教室、电脑、投影仪、教材、白板、视频、课件等到教师眼神、表情、手势、身体姿势和动作等都逐步得到了师生的认知,尤其是在信息多元化的背景下成长起来的学生,更是对多模态教学习以为常。所以,利用和推广多模态英语教学模式离不开新媒体传播的广泛性,我们应让多模态语言教学模式更好地为语言学习服务。

三、新媒体与传统媒体的辩证关系

(一) 共生共存

传统媒体虽然存在一些传播劣势,但仍然是一段时间内的主流,因此新媒体的发展必须建立在对传统媒体的继承基础上,毕竟内容优势短时间内不可动摇,而受众对传统媒体信息质量的信任也是电视、广播、报纸能长期受大众青睐的根本原因。

在我国,电视媒体仍占据着统治地位,3.84亿的网民、2.33亿的手机网民和977万的3G用户加起来也不到电视观众的数量,考虑到其中的重合部分,新媒体的受众覆盖率不到我国总人口的50%,这跟90%以上的电视覆盖率不可同日而语。再考虑到中国人的生活习惯,很多网民和手机用户也习惯在电视机前消磨很多时间,因此电视是当今中国民众接触最为广泛的传播媒体,传统媒体的势力不可小觑。一项美国的调查显示,在18~34岁的人群中,44%的人至少每天上网看一次新闻,相比之下只有19%的人每天通过报纸或者电视获取新闻资讯。在欧美,网络覆盖率已超过了70%,手机覆盖率也达到90%,大多数信息来自网络和手机,电视已经作为休闲补充媒体而出现,新媒体的大众意义非常明显。毋庸置疑,随着新媒体的发展,中国的传统媒体的生存空间也会逐渐缩小。

为了延续传统媒体的生命力,新媒体的传播特点也开始对传统媒体有所渗透,适当对网络 and 手机特点的借鉴和移植有利于电视、广播和报纸在信息时代更好地生存和发展。比如,新媒体的互动性,电视和广播均可以通过插播热线或制作专题来实现,即使互动性最差的报纸也可以将读者有奖提供线索的热线新闻作为社会栏目的组成部分,还可以引入读者直接参与的评论栏目。传统媒体更高的信息公信力和权威性,可以适当弥补信息传播时效性差和互动不够深入的弱点。

分工有序或许可以成为新媒体与传统媒体未来的发展方向。目前,新旧媒体均花费了大量的精力建设各自领域的内容和通道,但受“木桶短板效应”的制约,未必能在两个领域都取得理想的效果。比如,传统媒体建设的网站可能流量偏少,新媒体的网站流量较大,但内容可信度不高。

我国在2006年7月1日施行的《信息网络传播权保护条例》中明确规定,任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供,应当取得权利人许可并支付报酬。因此,一种可行的思路是:传统媒体与新媒体根据各自优势,各负其责,分别做好内容与传播的工作,在保护知识产权及合理利益分配的前提下对媒体进行产业链分工。在网络及通信渠道内,由传统媒体提供原创内容,由新媒体提供传播通道,受众通过新媒体的通路寻找到传统媒体的原始信息,这不仅有助于传统媒体实现原创价值,也可以增强新媒体的影响力。当然,合理的利益分配是需要事先考虑周全的。

2015年5月5日,国家互联网信息办公室公布可供互联网站转载新闻的单位名单,为中央新闻网、中央新闻单位、部委网站、省级新闻单位及地方新闻网站。

(二) 交叉融合

新媒体和传统媒体在其独立发展之外,又是交叉融合发展的。一方面,传统媒体将自己的触角延伸到网络空间使自己更为强大,通过网络传播进一步提高自己在传统领域的内容优势,如央视网、新华网;另一方面,一些新的媒体形式由此诞生,电视与网络结合即出现了网络电视,手机与电视结合即出现了手机电视。由于各种媒体各具特点和优势,因此多种媒体的互补可以实现强强联合。比如,传统媒体与手机的结合可以有效细分受众群,获得较高的回报。在全新的商业模式下,手机电视可能带来较单一媒体更优越的流量和盈利增长。

因此,在提到数字新媒体时,并不能将其与传统媒体彻底对立。在新媒体时