

新媒体视域下高校思想政治 教育的解读与重构

元慧坤 韩 洁 方铮炆 著



国家一级出版社



中国纺织出版社

全国百佳图书出版单位

新媒体视域下高校思想政治 教育的解读与重构

亓慧坤 韩洁 方铮炆 著



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体视域下高校思想政治教育的解读与重构 / 亓
慧坤, 韩洁, 方铮炆著. —北京: 中国纺织出版社,
2019.4

ISBN 978-7-5180-4529-7

I. ①新… II. ①亓… ②韩… ③方… III. ①高等学
校—思想政治教育—研究—中国 IV. ① G641

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 331377 号

责任编辑: 武洋洋

责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 http: //www.weibo.com/2119887771

三河市宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2019 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 12

字数: 202 千字 定价: 69.00 元



凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前 言

这个时代是科技高速发展的时代，尤其是中华人民共和国成立以后，世界上各国均掀起了科技革命浪潮，把人类社会引领至建设新媒体的道路。新媒体具有强大的传播功能，正在不间断地影响着社会发展，其“双刃剑”效应亦日益凸显。新媒体发展给高校思想政治教育所带来的新情况、新问题需要我们作出新的概括和解释，这不仅是时代赋予高校思想政治教育工作者的新使命，也是创新和发展思想政治教育理论的新机遇。本书从教育学、社会学、心理学、伦理学和新闻学等多学科交叉的角度，运用文献资料法、社会调查法、质的研究法、比较研究法等方法，从全新的视角全面论述和阐释了新媒体概述、新媒体时代高校思想政治教育的内涵，以及新媒体形势下学生接受思想政治教育的新特点、高校思政教育手段、大学生思想政治教育的方法、大学生隐性思想政治教育的深化、大学生思想政治教育的接受效果、思想政治教育话语的创新、高校思想政治教育载体的建设、高校思想政治教育实践路径等内容。

在信息时代，高校思政教育面临着双重的现实背景：首先，正是由于新媒体的存在，才使思想政治教育的文化环境复杂化，不仅给工作对象、模式、队伍带来了巨大的冲击，也给大学生的学习、生活、心理乃至价值观都带来了不可忽视的影响和巨大的挑战；其次，由于新媒体技术在信息收集、信息内容与形式、信息传播渠道等方面的重大变革，作为新媒体时代高校思想政治教育的一种新形式，对大学生的思想政治素质、价值取向和道德观念的形成有着积极的影响作用，给高校思想政治教育带来了难得的发展机遇。高校只有积极利用新媒体的传播作用，明确产生消极影响的原因，才能为其路径选择提供依据。

本书的分析建立在客观事实的基础上，首先阐释了思想政治教育接受的定义和影响因素，然后解释了新媒体作为环境与思想政治教育接受主体之间的特殊矛盾和研究意义。在前人研究的五点基本共识和三点基本对策的基础上，总结了新媒体形势下青年学生进行思想政治教育接受活动的功利性、从众性、自主性和短效性等新特点，分析了青年学生在进行思想政治教育接受活动中存在的价值取向问题、思维方式问题，以及思想政治教育者在新媒体环境当中与青年学生的共同话语问题和舆论引导问题。在此基础上，针对高校思想政治教育工作者和全国思想政治教育环境的建设提出了以下四方面对策：第一，加强主体间交流，引导青年学生价值取向，同时加强线下互动，尽早将辅导员从繁杂的行政事务中解放出来，实现辅导员与思政课教师的统一；第二，更新教学方法，转变青年学生的思维方式，继续推动网络共享课程与实践活动相结合的混合式教育模式的普及，针对性地开展实践活动，以达到转变青年学生的价值取向和思维方式的目；第三，打造信息源品牌，

实现话语的有效对接,借鉴产品竞争模式,创立青年学生喜闻乐见的内容生产品牌,把思想政治教育信息与青年学生的流行语言充分结合起来,提升思想政治教育内容的活力与吸引力;第四,生产并上传正面内容至常用新媒体平台,与不良社会思潮形成对抗,将所有的学科优势拧成一股绳,建立新媒体平台专家小组,以便专家及时分析时事热点,组织话题讨论,引导舆论导向。

在这个新媒体的时代,当代大学生都具有较强的个人主义意识、想要独立发展的想法,也一天比一天务实。因此仅仅依靠灌输式的教育方式已经不可能获得良好的成效。要达到思想政治教育的目标,除了显性灌输外,还应通过大学生们喜闻乐见的形式将思想政治教育的信息渗透到大学生课堂之外的生活中,让其在不知不觉中接受教育。新媒体的产生为思想政治教育提供了新的平台和机遇。另一方面,任何事物都具有两面性,新媒体种类繁多,其在给高校隐性思想政治教育带来新的机遇的同时也带来了新的挑战。所以,高校应该充分思考如何利用新媒体自身的特点开展大学生隐性思想政治教育,从而提升高校思政教育的实效性。

在新媒体发展的时代,如何充分利用新媒体的优势来提升大学生思政教育的接受效果,是我们应该考虑的问题,我们需要从四个方面入手:一要提高教育者的职业技能素质,满足接受需要。通过对高校思政教师“特殊队伍”的建设和扶植,严格筛选出高校思想政治教育的“意见领袖”和“把关人”,并带动高校思政教师转变教学理念,学会正确使用新媒体。二要增强对大学生媒介素养的教育力度,提高接受效果。具体做法是要提高大学生网络道德修养、加强大学生新媒体法律法规教育及引导大学生合理正确的使用新媒体。三要加强新媒体校园文化建设,营造接受氛围。通过加强高校红色主题特色网站建设,提高接受效果;综合运用好微信微博进行宣传,不断增强大学生“新媒体意识”;同时创新校园文化的内容,增强吸引力和凝聚力。四要完善大学生使用新媒体的监管机制,拓宽接受渠道。全社会需要团结起来,为了一个目标努力,从而净化大学生网络接收环境;有关高校方面也要充分利用舆论的力量,培养大学生积极向上的文化气息;大学生的父母也要积极主动的配合老师进行引导工作,对于新媒体进行合理的运用,从而帮助大学生健康快乐地成长。

新媒体时代,为了提升高校思政教育的有效性,“话语创新”这种符合当下时代发展的教学方法应运而生。新媒体时代高校思想政治教育的话语创新是一项系统工程,需要从多方面进行:一要尊重大学生的话语权,加强高校思想政治教育者的平等对话意识;二要关注生活维度,实现高校思想政治教育话语向大学生现实生活的回归;三要借鉴网络话语,积极拓展高校思想政治教育话语资源;四要注重人文关怀和心理疏导,通过主动服务增强高校思想政治教育话语的感召力;五要倡导立体化引导,提高高校思想政治教育话语的管理水平;六要提升思想政治教育工作者素质,增强话语创新能力;七要健全新媒体信息监管机制,增强高校思想政治教育话语传播的实效性;八要坚持话语创新发展,努力构建高校思想政治教育新话语体系。

如何在新媒体背景下建设高校思政教育的载体是本书的重中之重。我们首先就如何加强传统思想政治教育载体建设和探索新媒体思想政治教育载体的建设进行了详细的探讨。并且，还提出了新媒体背景下思想政治教育载体建设必须遵循的五大原则。

总而言之，为了应对新媒体时代的到来，高校要加强教育内容建设，完善教育制度保障，提升教育载体建设。引导教育工作者转变教育理念，积极探究新媒体环境下思想政治教育工作的新规律、新方法和新内容，牢牢掌握思想政治教育话语权、主动权，全方位熟悉新媒体，提升运用新媒体的能力，发挥新媒体的优势为高校思想政治教育所用，减少其劣势带来的影响，提升解决问题的能力，切实提升依托新媒体开展思想政治教育的实效性，最终目的是帮助高校学生建立坚定的理想信念，提高高校学生解决自身困难的力量，进而帮助高校学生身心全面发展。

本书在撰写过程中，参考和借鉴了大量资料和文献，在此向各位学者表示深深的感谢。由于作者水平有限，书中难免存在疏漏，恳请广大读者批评指正。

作者

2018年1月

目 录

第一章 新媒体概述	1
第一节 新媒体的内涵外延	1
第二节 新媒体与传统媒体的比较	9
第三节 新媒体传播的当代特征	11
第四节 新媒体发展现状及趋势	17
第五节 新媒体的主要功能	21
第二章 高校思想政治教育的内涵	27
第一节 高校思想政治教育的特征	27
第二节 高校思想政治教育的内容	34
第三节 高校思想政治教育的理论基础	44
第三章 新媒体形势下青年学生思想政治教育接受的新特点	49
第一节 思想政治教育接受概念界定	49
第二节 青年学生思想政治教育接受的现状及特点分析	51
第三节 青年学生思想政治教育接受对策设想	57
第四章 新媒体环境下高校思想政治教育的手段	64
第一节 转变新媒体环境下高校思想政治教育的育人理念	64
第二节 完善新媒体环境下高校思想政治教育的内容	67
第三节 搭建新媒体环境下高校思想政治教育平台	70
第四节 健全高校思想政治教育新媒体管理机制	72
第五章 新媒体背景下大学生思想政治教育的方法	75
第一节 搭建平台,完善设施,全面推进思想政治教育融入新媒体	75
第二节 制定制度,加强监督,建立依托新媒体的思想政治教育防控导体系	77

第三节	界定职责,合理分工,搭建和完善高校网络思想政治教育合力工作机制	79
第四节	强化培训,提高素质,大力推进思想政治教育队伍建设	80
第六章	新媒体背景下深化大学生隐性思想政治教育	82
第一节	努力推进高校思想政治教育工作者队伍建设	82
第二节	依托新媒体搭建高校隐性思想政治教育新平台	85
第三节	依托新媒体创新高校校园行为文化	91
第四节	依托新媒体完善高校管理措施	94
第五节	加强新媒体的科学研究	96
第七章	新媒体环境下大学生思想政治教育接受效果	97
第一节	新媒体环境下大学生思想政治教育接受效果的内涵	97
第二节	新媒体环境下大学生思想政治教育接受效果的特征	98
第三节	新媒体环境下大学生思想政治教育接收效果的类型	100
第四节	新媒体环境下大学生思想政治教育接收过程中存在的问题	103
第五节	新媒体环境下提高大学生思想政治教育接受效果的对策	105
第八章	新媒体环境下思想政治教育话语创新	115
第一节	新媒体时代高校思想政治教育话语的特征与功能	115
第二节	新媒体时代高校思想政治教育话语权的转移现象与成因分析	123
第三节	新媒体时代高校思想政治教育话语变革的基本原则与要素	130
第九章	新媒体背景下高校思想政治教育载体建设	139
第一节	新媒体背景下思想政治教育载体建设的原则	139
第二节	继承创新,加强传统思想政治教育载体建设	142
第三节	与时俱进,加强新媒体思想政治教育载体建设	151
第十章	新媒体环境下高校思想政治教育实践路径	165
第一节	新媒体环境下大学生思想政治教育指导理念创新	165
第二节	新媒体环境下大学生思想政治教育方式、方法创新	166
第三节	新媒体环境下大学生思想政治教育途径创新	168
第四节	新媒体环境下大学生思想政治教育队伍建设创新	170

第五节 新媒体环境下大学生思想政治教育校园环境优化 174

参考文献 177

第一章 新媒体概述

新媒体其本身具备的特殊属性——传播，是在旧媒体的基础上发展而来，因此其同样可以表现出媒体的社会功能。新媒体，顾名思义，其肯定是在某些方面和旧媒体有所区别，与传统媒体比起来它有着新的特点。当然，当代的新媒体不会一直“新”下去，可以预见，在不久的未来，各类型更新的传播介质将纷纷登陆人们的生活舞台，给人类的整体文明进程带来更大的机遇和挑战，这一点千真万确。高校思想政治教育一直是学术界目光的焦点，同时也是国家政策层面时常探讨的话题。因此我们要了解和明确新媒体的定义以及高校思政教育的概念，进而辨清两者之间的区别，这是一切讨论开展的基础。

虽然人们在常识上对新媒体并不陌生，但新媒体的外延以及内涵却知之甚少，而要想了解新媒体的概念，就必须从这两个方面出发。所以，我们有必要端本正源，探究新媒体概念的历史流变和现代存在形态，分析新媒体的特质特征，明晰新媒体的传播学特色，以因势利导，取其精华，去其糟粕，放大新媒体的正向功能，取得良好的社会效益。

第一节 新媒体的内涵外延

一、新媒体的内涵

对于新媒体的界定，可以说是众说纷纭，一千个人有一千个哈姆雷特，至今还没有一个明确的定义。“新媒体”之所以很难确定其概念，主要是因为媒体的“新”引起了不同人的见解。那么什么是“新”呢？清华大学的学者熊澄宇教授于《整合传媒：新媒体进行时》一文中认为：新媒体中的“新”是和“旧”这一概念比较而来的。这个“旧”，主要涵盖报纸期刊、户外广告、广播电视等。因此，新媒体就存在着一个可对比的参照物。中国人民大学学者匡文波也认为，新媒体是具有相对性定义空间的概念，处于流变之中，目前说来，新媒体是在报纸、广播、电视等媒体之后逐渐成长和成型的媒体形态，数字化和数字技术时期的基本支撑，主要呈现形态为移动设备、网络媒体、基于数字技术的一类媒体等。其次，新媒体是一个单向放射概念。这个不可逆的单向放射指的是在一定的时间范围内，新媒体的内涵是特定不变的，具有单向稳定性。数字化是一个很明显的表现，数字技术的革新发展把我们之前没有的事物做了提升和更新，例如：相对出现较晚的网络技术和较早出现的电视，新技术把二者结合就成为现在我们所知的数字电视，这种形式将现存



媒体形式进行了延伸。第三，新媒体是一个发展概念。吴磊曾经在自己的著作中明确表示，新媒体就是指传播形式多样化的，传播内容和形态随着时间的推移不断变化的，有别于传统媒体的新型媒体。

总而言之，根据本研究现实的需要，将当代新媒体定义为：以网络技术和数字技术为基础，以 Internet 为传播途径，以手机、电脑、数字电视机等为终端设备，与此同时可以满足用户信息收纳要求及信息传播要求的新兴媒体形态。

从外延角度来说，学界普遍认为新媒体包含基于网络和数字技术的通讯软件、视频播放平台等以流媒体、全媒体形式进行展现，以即时通信、信息互动、强调时效性为基本追求的媒体形式。其主要代表是微博、微信、人人网、QQ、Skype、YY 以及各种网络平台和软件。因此，无论是主要依赖的技术手段、运作模式、追求目标和呈现形态，新媒体都有自己的特色。当前，社会新媒体主要依托两类平台，三种媒体存在。

（一）新媒体的两类平台

1. 电脑互联网平台

互联网也被叫作第四媒体，是最主要的新媒体类型。目前，Web 3.0 就相当于新一代的互联网，这是建立在 Web 1.0 和 Web 2.0 概念的基础上提出的，是里程碑式的一个阶段。Web 1.0 阶段是属于门户网站的时代，用户处于被动地位，他们只能接收信息，而没有办法根据自己的意念进行有关的评论。Web 2.0 的一个特点就是具有互动性，用户仍然可以完成信息浏览，最具革命性的是可以确立网络信息提供者的地位。网民在网络中实现了深度参与、互动渗透，从而开启了互联网新境界。Web 3.0 是对 Web 2.0 的全方位提升，在集成了 Web 2.0 基本优点和技术框架的基础上，完成了对网络信息的大数据集成，Web 3.0 将信息、用户和服务器智能对接，以平台方式集成信息并向用户提供，通过这个平台，用户可以实现对信息的靶向寻找，精确地找到有用信息，信息发布者也能将自己信息发布给潜在受众。如果说 Web 1.0 的特点是浏览和下载；Web 2.0 的特点是参与、展示和互动；那么 web 3.0 的核心理念就是“个性、精准和智能”。

2. 移动终端平台

广义上的移动互联网是指用户使用各种不同的移动终端，而狭义上的移动互联网是指用户使用手机终端，通过移动网络浏览互联网站和手机网站。本研究采用狭义定义，即研究以手机终端获取和传播马克思主义信息的移动互联网平台。

截至 2016 年 6 月底，“我国手机网民规模达 6.56 亿，较 2015 年底增加 3656 万人。网民中使用手机上网的比例由 2015 年底的 90.1% 提升至 92.6%，手机在上网设备中占据主导地位。同时，仅通过手机上网的网民就达到 1.73 亿，占整体网民规模的 24.5%。”不仅是规模的增长和市场的扩大，增速也在不断提升，由 PC 向移动设备转化的速度也在加快，“2016 年上半年，我国新增网民中手机网民规模为 1301 万人，占新增网民的 61%。”

（二）新媒体的主要类型

新媒体的基本类型可以分为互联网新媒体、手机新媒体、数字电视新媒体。互联网新媒体是建立在互联网上的各种新媒体形式，包括各种网站，博客、播客、维客，网络电视、网络广播、网络报刊等。手机新媒体是以手机为接收终端的媒体形式，包括手机短信、手机报、手机电视等。电视新媒体是建立在数字电视基础上的新媒体，包括数字电视、IPTV、移动电视与户外新媒体等。

1. 网络媒体

互联网本质上来说就是一个全球性的计算机网络，其自身具有不同的规模和类型，不仅可以独立管理和运行，范围还扩展到全世界。1969年互联网首次面世，是在美国国防研究计划署制定的协定下将美国西南部的大学史坦福大学研究学院、加利福尼亚大学洛杉矶分校、犹他州大学加利福尼亚大学的四台主要的计算机连接起来的。从一种小范围的、狭义的、局部群体内的媒介，互联网如今已变成了一种广义的、宽泛的、公开的、对大多数人有效的媒介。互联网如今已成为最主要的新媒体。1998年5月，联合国新闻委员会把互联网正式列为继报纸、广播、电视之后出现的“第四媒体”。中国社会科学院新闻与传播研究所的阎大洪将中国互联网的发展分为四个阶段：①1995年至1998年，网络媒体步入中国传播领域。这一时期的主要特征是：报纸、杂志、广播电台、电视台以电子版、网络版的形式上网，这是中国网络媒体的初级阶段。②1998年底至1999年，商业门户网站涉足网络新闻领域，对国内以往的新闻和信息传播格局给予巨大的冲击，奠定了门户网站在新闻传播领域中的领先地位。③（3）2000年至2001年，党所领导的网络媒体体系形成，从中央到地方各级重点新闻网站陆续建立，网络新闻传播法规建设及相应的管理机构的设立亦同时起步。④2002年以后，网络媒体成为中国重要的传媒形态。新闻网站队伍壮大、宽带网络和无线移动网络开始普及、网上民意表达活跃。网络媒体在中国传媒界占据着举足轻重的地位，正在向着成熟媒体的道路一步一步迈进。网络媒体类型多样，主要包括博客、播客、维客、微博、网络电视、网络广播、网络报刊与网络杂志等。

首先是博客。

“博客”这个词汇是人们根据西方语言中 Blog 而翻译过来的，本质上来说就是一种流水记录，只是这种流水记录是以网络为载体对的而已。人们一般称呼博客为“网络日志”，简称“网志”。Blog 就是以网络为载体，简易、迅速、便捷地发布自己的心得，即时、有效、轻松地与他人进行交流，集丰富多彩的个性化展示于一体的综合性平台。1994年，美国人贾斯廷·霍尔用 HTML 语言手动编码网页“Justin Hall's Link”（www.link.net），世界上最早的博客日志诞生。2000年博客开始进入中国，直到2004年“木子美事件”，才让中国民众了解到博客并开始运用博客。“中国博客的数量在2005年呈井喷之势，达到1600万。”博客实现了多重的传播效果，横跨人际传播、人内传播、大众传播三种类型，因而并不完全等同于“网络日记”。网络日记相对于博客来说带有明显的私密性，但是博客除了私密



性,在此基础上还带有一点公共性,博客不仅仅是纯粹个人思想的表达和日程琐事的一一记录,其内容不仅可以为人们提供一个交流的平台,而且还可以在博客上为他人提供自己的帮助,具有极高的价值,表现出了明显的共享精神。

播客最初是将苹果电脑与广播进行有机融合而诞生的,所以其本质上就是一种以互联网为平台,以音频文件为内容,通过用户订阅的方式来接受新文件的一个方法。维基百科对播客作出了定义:播客(Podcast)是一种向互联网发布文件的方法,允许用户使用RSS订阅并且自动接收文件。播客2004年10月在美国开始流行,作为一种新型的传播媒介,播客为个人提供了表达渠道,也为公司和媒体提供了新的传播途径,传统传媒巨头ABC、NBC、迪士尼加入了播客的行列。2004年底2005年初迄今,国内出现了一批播客站点,土豆网、播客中国、播客天下等网站先后推出播客服务。播客的出现不是偶然的,它是多项技术在特定的时空下发生的一次共振。经过一年的发展,视频技术也被列入播客之中,改变了广大人民群众对播客旧有的看法,原本人们的刻板印象是播客只能和音频联系在一起。现如今,当4G时代已经到来,视频节目已经成为了播客吸引潜在用户的一大亮点。在未来的某一天,播客的范围会越来越广,而不仅仅在视频、音频这几个单一的领域,播客终将会和网络电视、网络电台完美结合。

维客是科技高速发展的产物,是一种新兴的技术,本质上来说就是一个超文本系统。这种超文本系统是多人协作的写作工具,而参与创作的人,也被称为维客。在维客页面上,每个人都有权利对共同的主体进行写作、修改、扩展或者探讨。同一维客网站的写作者自然构成了一个社群,维客系统为这个社群提供简单的交流工具。维客技术在新闻领域的运用产生维客新闻,具有国际性、快速编辑、公开、中立、志愿和自由的特点,是一种群体协作创作,具有理想主义色彩的参与式新闻。维客新闻的出现,使公众有了更多的选择权和知情权,是对传统新闻观念的一种突破,虽然维客新闻和新闻记者以及传统媒体在功能上有了一定的重合,但是根据目前的情况来看还没有能力去取代新闻记者和传统媒体,传统媒体仍然具有极其巨大的社会影响和把关功能。

博客、播客和维客的即时性、自主性、开放性和互动性为人们提供了一定程度的话语自由,这种自由颠覆了“把关人”的概念,以其全新的传播方式和传播理念,颠覆着前网络时代的社会形构以及群体景观,满足了人们自我表达、张扬个性的需求,也加强了媒介汇流与互动。但博客、播客和维客世界里自由的同时也带来了很多负面的东西,需要网民有自律意识。

其次是微博。

微博也是根据西方语言中一个英文单词microblog演变而来,可以说是另外一种形式的博客,用户可以通过手机、IM(如QQ、MSN、G talk等)、Email、web等方式在个人微博上发布短消息,发布的消息内容字数要控制在70个汉字以内。

微博的基本类型。按照微博的存在方式分为托管微博、独立的专业微博网站、附属微博;按照国内提供博客托管服务的服务供应商市场可以分为两种,一种微博服务供应商是

依靠传统门户网站而建立起来的，还有一种是依靠自身能力独立运营起来的。新浪微博、腾讯微博等就是第二种；按照微博的传播形态来看，国内微博网站又可以分为两种，一种是以大明星、精英为主导的媒体传播模式，这种模式尤其以新浪微博为代表；还有一种则以广大的人民群众为用户主体，人们可以通过这种模式来分享和记录生活中的点点滴滴，属于一种扁平的消费模式。

微博的功能。微博的功能主要体现为以下几点：首先，用户们不仅可以用互联网的方式来发布信息，还可以用手机短信的方式，从某种程度上来说简化了发布信息的方式，不用再像以往一样繁琐复杂；其次，跨媒体。微博可以寄居于手机短信、彩信、即时通信工具（即IM，如QQ、MSN、G talk等）、Web网站等；最后便是传播的放大效应，因为微博具有搜索和分享同步化的功能，所以其转发与传播的速度超出人们的想象。

微博的传播形态。微博的传播形态基本包括信息社群化传播和“弱连带”两种，其中以话题聚合节点的信息社群化传播是微博在传播上的主要形态。在微博网络上，不同节点之间通常都会以信息为纽带建立一定的关联，随着信息内容的变化，构成网络的节点及其状态会发生变化，传播网络自然会发生重构现象。只要核心节点制造的话题引发了其他用户的关注同时形成依托微博平台的社群互动，这样的话题就具有聚合性，以话题为核心的圈子即告形成。另外还有节点间的“弱连带”。在微博网络里，由于用户是以传受信息为主要目的，他们之间的互动程度相对较弱，这种节点间由互动产生的连接，属于“弱连带”。

微博的传播特征分析。微博的传播方式既不是传统媒体的线性传播，也不是网络媒体的网络传播，而是一种裂变传播，这种传播形态的传播速度是几何级的，远远高于之前任何媒介。微博的传播特征表现为简洁，信息发布门槛极低，文本碎片化；开放，随时随地传播信息；高效，裂变式传播；交互，信息交互快捷。

微博传播模式的意义。微博传播颠覆了以往传统媒体自上而下信息流动的本质属性，挑战了传统媒体的权力体系和话语优势。一是打破传统的话语垄断，话语权进一步趋向分散。微博的出现，为每一个有意愿表达的个体提供了传播信息和意见的表达渠道，表现出话语权分散化、泛中心化的特征。二是改变了由自上而下的信息流动的本质，形成自下而上的一种趋向。大众传媒一直担负着作为信息的通道将经过挑选的信息和内容传递给受众的使命。尽管大众传媒在了解受众需求、提供满足受众需要的信息内容方面做了些努力，但仍不能改变其信息传播流动自上而下的本质。微博使受众的反馈和参与逐渐加强。三是建立以个人为中心的话语圈，形成现代传媒的公共服务意识。在新媒体的影响下，中国的媒介话语已由原来高度集中和唯一的国家宣传话语逐步向开放、多元、公开的官方和民间的二元结构转型，逐步建构起传统媒体与新媒体话语传播资源相对制衡的媒介生态环境，公众通过微博发表对公共事务的看法，形成初步的公共领域，并影响到政府对事件的认识和处理，增强了开放、公正性。四是交流更为便捷和迅速，符合互动性的趋势。微博主页具有独特的反馈机制，关注、留言、评论和转帖功能不仅是文本的延伸，而且可以带动直接的互动，成为关系的中介。由于微博传播的方便和即时性，使得参与者互动更加快速、



频繁。微博的发展并不成熟，传统媒介依然享有话语权优势，微博只能在传统媒体的支持与配合下，扩展自身的生存空间。

第三是网络电视。

网络电视的特点与发展现状。网络电视即是指采用协议，通过互联网、以计算机为终端的视频传播业务，是一种承载在互联网上的新媒体业务。网络电视与传统电视相比，具有跨地域传播和互动性的特点。网络电视对于用户制作并分享内容表现出积极主动的态度，除此之外，用户们对于其他人的作品可以进行投票和评论的操作，这就极大丰富了网络电视的内容来源。各种在线音视频技术快速发展，加上赢利模式的出现，网络电视业务已渐渐趋于成熟，并逐步向产业化迈进。整体上看，开办网络电视的主体有商业公司和传统媒体两大类。在当今这个时代，虽然我国网络电视已经取得了很大的进步，在规模上也处于令人叹为观止的地步，但从整体层面上来说还有很大的不足之处，并没有注重长远的发展。

第四是网络广播。

网络广播的特点与发展现状。网络广播是指采用协议，通过互联网、以计算机为终端的音频传播业务，指在网上提供音频服务的广播业务提供商，向听众提供包括在线收听、下载以及播客上传与聚合等多样服务的一种新型广播形态。与传统广播的网络版不同，网络广播有自己原创的节目及独有的互动方式，RSS及播客技术的应用使得其发展空间空前扩大。目前国内的网络电台主要有三种类型，一为政府网络电台，二为商业网络电台，三为个人网络电台。网络广播的开办主体分为传统媒体和商业公司两大类。网络广播存在的主要问题一是缺乏赢利模式；二是受终端制约，近年收听广播的人数在减少，用户更习惯于在移动时听广播，而网络广播必须通过电脑固定终端接收，很大程度上限制了用户的发展；三是商业网站的节目资源缺乏。从发展趋势看，传统广播媒体开办的音频网站将继续占据主导地位。随着媒体体制、机制改革的不断深入，网络广播传播理念和节目形态的创新，传统广播与网络广播通过联动来提升双方的价值将变得越来越普遍，传统广播媒体在运营网络广播方面的优势将更加明显。

第五是网络报刊。

网络报刊的特点与发展现状。网络报刊，即通过互联网发行和传播的报刊，将多媒体技术、网络技术和通信技术应用到报刊出版、发行、利用的全过程。网络报刊有网络报纸和网络杂志。

从1994年到如今，网络报纸走上了飞速发展的道路，短短四年时间就增加了4800多家发行网络报纸，到现在发展势头依然迅猛。根据报纸上网模式的不同可以将网络报纸分为4种：①建立一个独立的网站，将纸质报刊的内容原封不动搬上网络，不提供其他的新闻和信息服务，如美国《纽约时报》的网络版；②建立一个独立的网站，上网报纸在提供原有内容的同时，根据报刊的侧重点提供相应的新闻、信息和其他一些服务，如美国的《华尔街日报》、我国的《中国青年报》等；③建立一个独立的网站，报纸印刷版的内容在该网站中只是一个小小的组成部分，更多的是提供信息服务，如美国的《华盛顿邮报》、我

国的《人民日报》等；④多家报纸联合建立大型的新闻网站，如美国的“新世纪网络”，这个网站是在1997年由美国九大传媒集团与其下属报纸200多家出版社成立的，不同报纸的内容都占有独立的板块，互不干扰、互不冲突。

网络杂志又称电子杂志、互动杂志，通常指的是完全以计算机技术、电子通信技术和网络技术为依托而编辑、出版和发行的杂志，以Flash为主要载体独立于网站存在。电子杂志兼具平面与互联网的特点，融入了图像、文字、声音、视频、游戏等相互动态结合来呈现给读者，此外还有超链接、即时互动等网络元素。目前，电子杂志的主体是“杂志的电子版”，也就是已发行印刷版的杂志，因为看好电子版面和电子发行手段的优势，又补充发行的电子版。

2. 手机媒体

手机能够成为第五媒体，能够和报纸、广播、电视、网络并驾齐驱，主要是因为其不仅仅是一种通信工具，手机在当今时代已经极大地改变了人们的沟通交流方式，以及信息传播的方式。手机与报刊、网络、广播电视等媒介都有一定程度上的合作。手机媒体是借用手机进行信息传播的媒体。手机媒体的主要优势在于高度的便捷性、互动性、网络化及用户的海量性。

手机传播本质上是大众传播与人际传播的有机融合，手机媒体也因此在新媒体中占据着举足轻重的地位。根据手机传播的现状，我们将手机传播细分为手机中的人际传播与手机中的大众传播。对于前者，人们可以利用手机来发送短信以及收发电子邮件，对于后者，又可以划分为手机电视、手机报以及手机出版。

首先，手机短信的传播特点分析。人际传播是个人与个人之间的信息传播活动，它大致分为两种方式，一种是面对面的传播，另一种是借助某种有形的物质媒介的传播。手机短信中的人际传播就是指依赖手机短信这一特定媒介而进行的非面对面的交流活动。手机短信传播行为的人际传播特征非常突出。手机短信传播具有无中介、双向性、发送者和接收者平等参与，时间安排由参与者共同决定等特征；短信的文本和图本可看作人际传播口头形式的延伸，其传播形式基本是无组织的；从传播的接收与限制看，手机短信的传播形式是互动，反馈可以是同步而及时的，也可以是异步的，机动性较强；因为手机传播双方是建立在原有的人际关系的基础上的，所以人际传播具有极高的可信度按照用户需求的不同，可以将手机短信中的人际传播行为分为两种，一种是满足性人际传播，一种是手段性人际传播。满足性人际传播的侧重点和着眼点只在交流的本身，及经由这种交流而得到的一种满足感，而不在于交流之外的什么功利性或实用性目的，这种传播行为主要体现在问候、情感交流、闲聊、娱乐等方面；手段性人际交流的根本着眼点在于把交流本身视为手段和工具，以寻求某种功利性的结果或目的。这两种人际传播活动在手机短信交流中一般是齐头并进的，抑或是两者在实施过程中相互转换。

手机短信不仅具有极快的传播速度，而且也没有较高的成本要求，不仅可以保存编辑，进入门槛也不高，比较符合广大人民群众的需求。虽然如此，但是手机短信也有很多的不



足之处,比如发送的信息汉字数不能太多,有一定的限制,而且接收的信息也不会像新闻传播一样积极健康,可能会收到很多垃圾信息以及不良信息。

其次,手机报与手机出版的概念与特点分析。手机报是将纸质报纸的新闻内容,通过移动通信技术平台传播,使用户能通过手机阅读到报纸内容的一种信息传播业务。手机报可以分为两大类型,一种是彩信手机报,另一种是 WAP、I-mode 或 3G 网站类型。第一种类型类似于传统纸媒介,就是报纸内容通过电信运营商将新闻以彩信的方式发送到手机终端上,用户可以离线观看;第二种类型手机报订阅用户通过访问手机报的网站,在线浏览信息,类似于上网浏览的方式。目前国内已开通服务的手机报大多采用的是第一种模式;第二种模式因为技术和手机终端的限制,目前还没有得到广泛的推广使用。手机报的真正推广及使用应该得到高新技术的支撑,从而方便用户随时随地浏览网页,进行多媒体信息的获取,使人们足不出户就做到了能听新闻、看新闻。

手机出版是指出版社以移动通信设备为平台,进行图书选题策划、编辑出版、信息发布、宣传营销以及售后服务的新型出版形式。在这里,“出版社是内容提供商或文化事件发起者,而移动通信设备则成为传播渠道,它具有给受众信息和广告发布的双重功能。”在当前中国的状况下,手机出版活动是根据短信而发展起来的。

第三,手机电视的概念与特点。手机电视,顾名思义,就是以智能手机为载体的电视,具有视频播放的功能以及操作系统。手机电视打破了时间和空间的限制,使信息传播更加快速,更加便捷,使观众能够通过手机,以最快的速度观看最新的动态信息。手机电视具备电视媒体的直观性、广播媒体的便携性、报纸媒体的滞留性以及网络媒体的交互性。虽然它从本质上来说也是一种信息传播方式,但是它跟旧有的信息传播方式比起来更加全面,更加具备科技的气息,当然,它的存在本身也是对传统电视媒体的一种挑战。

3. 数字电视媒体

数字电视媒体包括数字电视、互联网协议电视、移动电视与户外新媒体等。

“数字电视(Digital TV)指节目信号的摄取、记录、处理、传播、接收和显示均采用数字技术的电视系统,包括了节目采集、节目制作、节目传播到用户端接收的全过程。”与目前使用的模拟电视相比,数字电视不仅可以让观众接收到更高质量的电视信号,还可以使观众由被动收看转为主动点播,不再受到节目播出时间的限制。随着有线数字电视的推广,中国目前的电视机将成为一个集公共传播、信息服务、文化娱乐、交流互动于一体的多媒体信息终端。“据格兰研究统计,截至2000年12月底,我国有线数字电视用户总量达到6497.3万户,有线网络数字化程度达到39.76%。”

互联网协议电视(IPTV),IPTV全称是Internet Protocol Television,中文名称是互联网协议电视,也叫交互式网络电视。按照国际电联的协议,IPTV是指通过可控、可管理、安全传送并具有质量保证的无线或有线IP网络,提供包括视频、音频(包括语音)、文本、图形和数据等业务在内的多媒体业务;其中,接收终端包括电视机、掌上电脑(PDV)、手机、移动电视及其他类似终端。现阶段我国的IPTV特指通过可控制、可管理、具有质量保证