

新编 新媒体概论



谭辉煌 刘淑华 编著

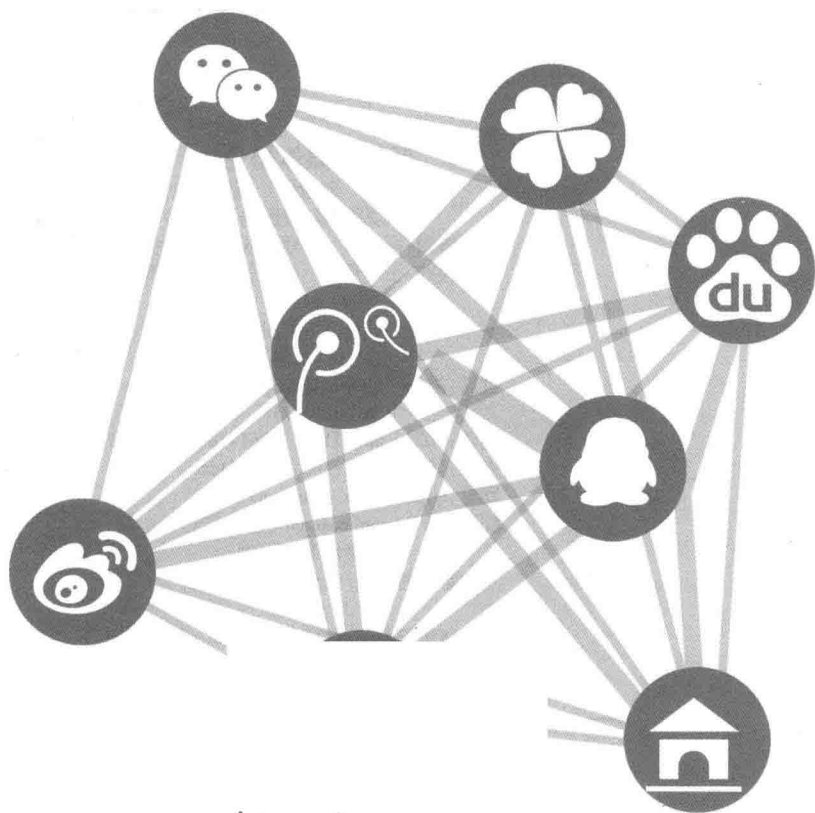


重庆大学出版社

新编 新媒体概论



谭辉煌 刘淑华 编著



重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新编新媒体概论 / 谭辉煌, 刘淑华编著. -- 重庆:

重庆大学出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5689-1181-8

I. ①新… II. ①谭… ②刘… III. ①传播媒介—概
论 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 145773 号

新编新媒体概论

谭辉煌 刘淑华 编著

策划编辑:唐启秀

责任编辑:杨 敬 版式设计:唐启秀

责任校对:王 倩 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆荟文印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:17 字数:374 千

2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5689-1181-8 定价:45.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究



《新编新媒体概论》编委会

编 著：谭辉煌 刘淑华

编写组成员：盘石军 李 兵 张 帆 周春发

柳庆勇 田园子 高 超 叶 欣

新媒体知识的动态建构

——为《新编新媒体概论》序

一

新媒体之新,不仅在于它与传统媒体相比,属于一种新的媒体形态,更在于它不居恒态,常变常新。

20世纪90年代末,中国正式开启互联网进程。当以门户网站为代表的第一代互联网媒体出现在我们面前,我们惊叹于它的数字化生存,海量的信息存储与传输及其以主动搜索为特征的全新的信息接触方式。进入Web 2.0时代之后,互联网进一步从文字、图片传输走向音频、视频传播,从信息流走向物流与资金流,全面复制着现实生活世界。在信息流领域,即我们所说的传播领域,进一步确立起网络媒体的互动特征,并在此基础上,加速推进互联网传播的多形态发展:博客,微博,微信,各类网站开设的供普通大众自由参与讨论和发表意见的各种论坛、贴吧等,将我们推向一个新的自媒体传播时代。Web 2.0技术加上移动通信技术,更使得随时随地的信息发布与接收成为可能,使得具有高度即时性的网络直播成为可能。

互联网从来就没有停止过它的变化,常变常新便是它的一种发展常态。历来媒体的发展从未如此过。新媒体之新,正在于斯。

二

正因为新媒体的不居恒态,常变常新,新媒体的有关知识,也应该是一个动态的建构过程。

高等教育中的教材建设,是知识建构中十分重要的内在建制。其之于新知识的动态建构,无非两种路径,一是旧教材的修订,二是新教材的新编。本书选择的是新编路径。

阅读该书,我们明显感到作者为新媒体知识的动态建构所作出的努力。有部分章节,是专为动态发展中的新媒体而设,如大数据时代数据新闻的生产(第十三章),Web 2.0技术与即时通信技术下的网络直播(第十四章),媒介智能化背景下的可穿戴设备与虚拟现实技术(第十五章)。而更多的是,在既存新媒体形态的讨论中,融入作者们对其动态发展的前沿性跟踪与关注,其对门户网站、搜索引擎、网络视频、手机、博客、微博与微信等的讨论皆是如此,其概述三章,更不乏思维的亮点与卓见。

成熟知识的建构是需要时间与过程的。新媒体知识的建构,更有赖于新媒体的动态发展与新媒体知识动态建构的互进与生发。因此,缺点或不足也许不可避免,有新的进步、新的发现,在我看来,就已经是一件相当了不得的事情了。

三

本书的作者们,是一群年轻的博士。他们对新事物的敏锐程度,以及新知识吸纳与建构的能力,远非吾辈可比。因此,活跃在新媒体研究领域的,大多数都是新崛起的新一代青年学者。

这一批博士,大多为“80后”,“新鲜出炉”不过几年时间。他们中有的人已收获国家社科或教育部人文社科项目,大多皆已晋升副教授,有的人甚至晋升了教授。其中一半与我相识,辉煌、庆勇,还有田园子、张帆与叶欣。有的出于我的门下,有的则师从其他高人。我历来并无门户之见,不管师出何门,我皆能同等视之、待之。

其生有涯而知也无涯。吾穷一生之力以求无涯之知,仍未窥见彼岸之所在。垂暮的我,羡慕他们正行进在求无涯之知的路上,我更为他们的学术收获感到由衷的高兴。

是为序。

张金海

2018年7月7日于武昌珞珈山



前言

PREFACE

众所周知,网络新媒体已经对人类社会和生活产生了极其深刻的影响,这当然也包括大学本科教育。就新闻传播学类专业而言,基本可以总结为两个变化:一个是传统的新闻传播学类各个专业在新的冲击与挑战面前必须作出调整与应对,比如说培养方案的修订和实践教学模式的改革等;另一个是为了适应新的媒介技术与传播环境,在传统的新闻传播学类专业之外建立新的本科专业,于是我们看到 2012 年教育部决定在新闻传播学类专业目录中新设“网络与新媒体”“数字出版”两个特设专业,从此与新闻学、传播学、广播电视学、广告学、编辑出版学一起成为七个并列的二级学科专业。据统计,截至 2017 年 6 月,全国已有 180 所高校在培养网络与新媒体专业的人才。

然而,当前新闻传播学教育存在不可避免的现实矛盾,“一方面,传媒行业的快速变革带来对新型专业化人才需求的不断扩大;另一方面,既有的课程体系、人才培养模式与行业发展需求的匹配程度不断降低”^①,这不得不令新闻传播学的教育者作出反思:我们到底应该培养什么样的新闻传播学人才?我们的课程体系该如何与现实需求进行匹配?我们的实践教学模式该如何科学合理地设计?乃至我们最常用的教学工具——教材,又该如何来编写?

正是肩负着以上使命和责任,我们打算从最基础的环节也就是教材入手,编著一本新闻传播学类专业可以通用的基础理论类教材《新编新媒体概论》,希望可以为我国的新闻传播教育贡献一点绵薄之力。

总的来说,本教材的特色可以用一个“新”字来概括。

第一是写作团队以新闻传播学领域的新生力量为主。团队一共由 10 位博士组成,其中“80 后”博士共 8 人,他们都是活跃在新闻传播学教育与科研领域的新生力量:有的刚刚博士毕业不久,有的在高校教学第一线已经默默工作了多年,有的甚至在国外有过留学或访学的经历,乃至又步入博士后的行列。他们的科研能力值得肯定,有的拿到了国家社科青年基金项目,有的主持教育部人文社科青年项目,有的在国内核心期刊发表多篇论文。除了年轻的“80 后”主力军,还有三峡大学柳庆勇教授、浙江师范大学周春发副教授两位“70 后”博士的鼎力加盟,他们的支持为教材的高质量奠定了雄厚的基础。

^① 胡正荣. 面向融媒时代的新闻传播教育[J]. 新闻与写作, 2017(4).

第二是教材体例的新颖。在一般教材的常规模块之外,经过集体讨论,我们在每章设置了以下新“动作”:一是“编者简介”,包括个人的基本工作和研究情况,同时附上了个人的形象照片和电子邮箱,目的是既可以展现一下写作人员的风采,也便于读者和每章的写作人员进行交流互动。二是提供课程案例,主要是视频形式,目的是增添教材的知识性和趣味性。为了不影响教学,每章基本不超过3个视频案例。需要说明的是,因为版权原因我们不能直接在书上提供视频二维码,如果需要可以跟作者联系获取。三是“推荐阅读”和“话题讨论”。“推荐阅读”是在正文的相关内容下面附上知识延伸性质的资料,包括经典著作、核心论文、主要网站以及讲座视频等;“话题讨论”主要设置在课后,每章提供一个开放性的话题,便于教师布置课后作业和学生思考使用。

第三是教材内容的新潮。新媒体的发展速度非常迅猛,所以要在教材内容上与其保持更新本身就是一件非常困难的事情。不过从目前的发展状况来看,教材所包含的新闻、人工智能、虚拟现实、可穿戴设备、网络直播等内容,基本上保持了对当前新媒体发展前沿的密切跟踪与关注。

整体上讲,教材的内容体系由新媒体概述(第一至第三章)、新媒体形态(第四章至第九章)、新媒体传播(第十章至第十五章)和新媒体经营管理(第十六章至第十九章)四大部分构成。

教材的写作分工尽量做到编写内容与写作者的研究方向和研究兴趣保持一致,实际上,很多章节就是写作者科研成果或者教学心得的凝练。全教材的具体写作分工如下:谭辉煌负责第一章、第二章、第三章、第十二章、第十四章和第十五章;刘淑华负责第四章、第五章和第八章;盘石军负责第六章和第十一章;柳庆勇负责第七章;高超负责第九章;田园子负责第十章;张帆负责第十三章;叶欣负责第十六章;李兵负责第十七章和第十八章;周春发负责第十九章。

生也有涯而知无涯。学者们都在用有限的时间和生命去追求无穷的真理。作为年轻的学者来研究新兴的媒体,受多方面的影响,难免存在不足和缺陷,恳请专家、同行和学生在阅读中多提出批评和建议。

谭辉煌

2018年7月8日于湖北咸宁



目 录

contents

第一章 认识新媒体

第一节 什么是新媒体	003
第二节 新媒体的基本特点	008
第三节 新媒体的形态	011

第二章 新媒体的发展历程

第一节 按网民规模划分	016
第二节 按网络媒体互动程度划分	019
第三节 按互联网整体发展情况划分	020
第四节 按网络渗透范围划分	021

第三章 新媒体的发展趋势

第一节 自然化	029
第二节 智能化	032

第四章 门户网站

第一节 门户网站概述	038
第二节 国内四大门户网站	042
第三节 门户网站的发展趋势	044

第五章 搜索引擎

第一节 搜索引擎概述	048
第二节 搜索引擎的功能	052
第三节 搜索引擎的发展趋势	054

第六章 网络视频

第一节 网络视频概述	059
第二节 网络视频产业	065
第三节 网络视频的运营模式	068

第七章 互动性电视

第一节 互动性电视概述	074
第二节 数字电视	077
第三节 IPTV 和 OTT TV	080

第八章 手机

第一节 手机媒体概述	087
第二节 手机媒体的盈利模式	092
第三节 手机媒体的发展趋势	093

第九章 博客、微博与微信

第一节 博客	097
第二节 微博	100
第三节 微信	103

第十章 媒介融合

第一节 媒介融合的概念与类型	109
第二节 媒介融合的动因	113
第三节 媒介融合的实践模式	116

第四节 媒介融合的变革与影响	120
----------------------	-----

第十一章 网络舆情

第一节 网络舆情概述	125
第二节 网络舆情的形成与演变过程	130
第三节 网络舆情的演变模式	133

第十二章 新媒体广告

第一节 新媒体广告概述	143
第二节 新媒体广告的生存与传播	147
第三节 新媒体广告的运作与产业	152

第十三章 数据新闻

第一节 认识大数据	160
第二节 大数据时代新闻传播业的变革	163
第三节 什么是数据新闻	166
第四节 数据新闻的生产实践	168

第十四章 网络直播

第一节 网络直播及其特点	177
第二节 网络直播的盈利模式	181
第三节 网络直播的影响	184

第十五章 可穿戴设备与虚拟现实技术

第一节 可穿戴设备	190
第二节 虚拟现实技术	194
第三节 可穿戴设备与虚拟现实技术的媒介意义	197

第十六章 新媒体经营

第一节 新媒体经营概述	204
第二节 新媒体经营的发展趋势	207

第十七章 新媒体法律规制（上）

第一节 英国对新媒体的法律规制	215
第二节 美国对新媒体的法律规制	220
第三节 大陆法系国家对新媒体的法律规制	224

第十八章 新媒体法律规制（下）

第一节 网络安全与著作权	229
第二节 隐私权与名誉权	233
第三节 淫秽色情信息与未成年人保护	237

第十九章 新媒体伦理与新媒体素养

第一节 新媒体伦理	242
第二节 新媒体素养	249

参考文献

后 记



XINBIAN XINMEITI GAILUN

第一章 认识新媒体

【本章作者】

谭辉煌,广告学博士,湖北科技学院人文与传媒学院副教授,主要研究方向为新媒体和新媒体广告,主持教育部人文社科青年项目1项。电子邮箱:646345796@qq.com。



【案例导入】

案例一:央视2014年播出了大型纪录片《互联网时代》,其中的第十集《眺望》描述和展望了人类在互联网技术下的交通、教育、医疗、商务、游戏、睡眠和饮食等全新的工作和生活模式。

案例二:2016年新浪新闻推出的《舟游天宫》及一系列可视化产品是对新闻内容体验式报道的一次尝试,通过沉浸式线上产品与趣味性线下体验相结合的方式,搭建了一系列更加贴近网友关注点、更具人性化的可视化互动平台,改变了网友获知新闻的方式,让新闻报道可“触摸”。这也是此次天宫神舟报道最大的亮点——“天宫秀场”。

“天宫秀场”用“线下明星VR体验+线上直播互动”的形式,拉近网友与天宫神舟的距离。“天宫秀场”活动持续至少1个月,每次活动的参与明星和体验内容都会进行更新替换,给网友不同的惊喜;线下平台设置在中国科技馆,每日进行天宫神舟VR线下体验活动,利用VR技术和线上明星直播的影响力,最大化地发动网友参与。在“天宫秀场”中,新浪新闻运用了虚拟成像技术,明星的一举一动都会融入宇宙场景,网友可以看到不同明星享受太空之旅,也可以在围观的过程中享受宇宙元素与明星体验带来的感观碰撞(图1.1)。

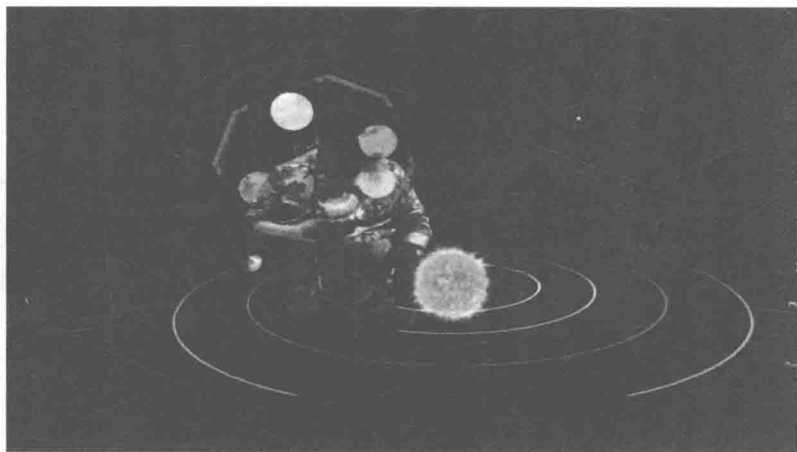


图 1.1 新浪新闻“天宫秀场”

“天宫秀场”绝不仅是一场“秀”。直播期间,关于天宫二号与神舟十一号的信息、宇宙的起源与危机等重要信息都会实时更新,专家的科普与讲解也会穿插在直播中;同时,这些信息和科普知识还会以更加科技化的手段呈现,实现新闻内容与互动直播相结合的目标。“天宫秀场”直播在新浪直播间、新浪新闻客户端等多个平台持续进行,网友可以利用弹幕功能尽情地刷屏、吐槽。

如今,“新媒体”已经是一个使用率很高的词语,也已经渗透我们生活的方方面面,乃至对整个人类社会都产生了非常重大的影响和改变,并且这种影响和改变还将继续下去。那么,新媒体为何具有如此惊人的能力?相较于传统媒体,新媒体又“新”在哪里?我们又该如何认识和评价新媒体?本章将重点探讨这些问题。

第一节 什么是新媒体

与当前“新媒体”一词频繁使用的现状形成鲜明对比的是,对于什么是新媒体,目前国内外还没有一个公认的定义,用“横看成岭侧成峰,远近高低各不同”这句诗来形容新媒体概念的研究现状亦不为过。不过,新媒体的一些基本特点与规律已经获得学界的认可,这也构成了我们探讨新媒体的一个重要基础条件。

一、“新媒体”的提出

关于新媒体概念的起源,有一种说法是出自加拿大媒介研究学者马歇尔·麦克卢汉。1959年3月3日,麦克卢汉在芝加哥参加全美高等教育学会举办的会议时,发表了题为“电子革命:新媒体的革命影响”的演讲。在演讲中,麦克卢汉指出:“从长远的观点来看问题,媒介即讯息。所以社会靠集体行动开发出一种新媒介(比如印刷术、电报、照片和广播)时,它就赢得了表达新讯息的权利。……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印刷术一样的实力,传递着一样的讯息……”^①很显然,麦克卢汉所指称的“新媒体”主要是相对于印刷术而言,具体是指广播,所以它并不是我们现在所使用的新媒体的概念。

我们现在使用的“新媒体”概念出现于20世纪60年代。1967年,美国哥伦比亚广播电视网技术研究所所长P. 戈尔德马克(P. Goldmark)在发表的一份关于开发电子录像商品的计划中提出了“New Media”(新媒体)这个概念。1969年,美国传播政策总统特委会主席E. 罗斯托(E. Rostow)在提交给时任美国总统尼克松的报告中也多处使用了“New Media”这个概念^②。那个时候,新媒体一词更多的是指向电子媒体中的创新性应用。

二、新媒体是一个动态发展的多维概念

对于新媒体基本概念的研究和探讨,学界常常有两种感叹:一种认为这是一件很难甚至吃力不讨好的事情,例如国际学术界关于新媒体研究的主流期刊《新媒体与社会》在发刊一周年卷首语中写道:“我们承认新媒体是一个相对易受攻击的概念”,可见研究的不易。另一种则是感叹学者们对新媒体概念的“界定过宽且逻辑混乱”^③,让人无所适从。

① 马歇尔·麦克卢汉. 麦克卢汉如是说[M]. 何道宽,译. 北京:中国人民大学出版社,2006:3.

② 明安香. 信息高速公路与大众传播[M]. 北京:华夏出版社,1999:72.

③ 匡文波. “新媒体”概念辨析[J]. 国际新闻界,2008(6):67.

其实无论“难”也好,“乱”也好,恰好说明了一个问题,那就是新媒体是一个动态发展的多维概念。

1. 新媒体概念的动态发展

自从“新媒体”概念在20世纪60年代被提出后,其演进过程如下。

20世纪80年代,伴随着计算机技术的发展,“新媒体”一词开始广泛普及。中国知网最早收录的关于新媒体的文献出现在1986年。这一时期对新媒体的认识有两个特点:一个是意识到新媒体将对社会尤其是教育产生重大的影响;另一个则是侧重于从技术和功能层面认识新媒体,认为新媒体包括“卫星通信、光纤图像通信、传真、计算机网络、双向有线电视、文字广播等”^①,并指出新媒体具有多功能和互动性的特点。

就国外而言,关注的重心基本停留在新媒体带来的社会影响上。1984年,罗纳德等人编辑的《新媒体:传播、研究与技术》一书出版,重点考察微处理技术、有线电视、卫星通信等如何影响社会结构和人际关系。1986年,罗杰斯在其著作《传播技术:社会中的新媒体》一书中介绍新传播技术的使用和历史,探究互动性的新媒体给个体、组织及社会生活所提出的基本问题^②。

20世纪90年代,随着中国全面接入互联网,新媒体与互联网有了越来越多的关联^③。1999年,国内新闻传播领域较早涉及新媒体研究的著作《信息高速公路与大众传播》的作者明安香在书中指出,新媒体包括光纤电缆通信网、图文电视、计算机通信网及互联网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫星直播电视系统、高清电视等。这一时期,国内使用得比较多的与新媒体相关的另一个概念是“网络媒体”。

国外有关互联网的研究发展迅猛。1996年的《传播学》杂志发表了一系列互联网研讨会论文,其中的论题体现了传播学者最初面对互联网这一正在崛起而且面目尚不清晰的技术现象时的困惑,讨论了以下问题:为什么传播学者应该研究互联网?互联网是否可以作为大众媒介?如何研究互联网?

21世纪初,手机作为媒体进入人们的视野。国内最早通过手机传播新闻是在2003年2月1日美国哥伦比亚号航天飞机失事16分钟后,当时的新浪网以手机短信的形式把这则新闻发送给手机用户。此后,在重大突发新闻事件中,许多新闻网站都采用这种方式传送新闻。随着移动通信技术的发展和用户的快速增长,手机报、手机WAP版、手机广播和手机电视、手机新闻客户端等应用形态陆续登上媒体舞台。

2003年是中国数字电视的元年,这意味着中国电视行业迈出了数字化转型的步伐。随后,数字电视、IPTV乃至近几年流行起来的OTT TV和智能电视纷纷出现,这些互动性电视媒体都不断地丰富着新媒体的外延。

2010年以来,新媒体的概念在许多新兴技术的背景下又得到拓展。可穿戴设备、虚拟现实技术、云计算、大数据、物联网等前沿技术的发展,已然打破了人们对新媒体的常

① 冯昭奎. 新技术革命对日本经济的影响[J]. 机械与电子, 1986(5): 23.

② 毕晓梅. 国外新媒体研究溯源[J]. 国外社会科学, 2011(3): 117.

③ 彭兰. 新媒体概念界定的三条线索[J]. 新闻与传播研究, 2016(3): 121.

规理解。这些新技术展现出许多前所未有的新特征,这些特征是现有的新媒体定义所没有包含进去的,这对于新媒体研究者来说,毫无疑问又将是一个重大的挑战和考验。

2. 新媒体概念的多维层面

(1)技术层面。技术是媒介产生和发展的根本动力之一,这是由媒介进化史所印证的一个基本命题。毫无疑问,对新媒体概念的探求很大程度上都会从技术层面开始,这也是国内外研究学者探讨新媒体的一条共同路径。尽管不同的学者主张新媒体的技术内涵各不相同,但就目前来说,总体上分为数字技术、网络技术和移动通信技术。数字技术解决的基本问题是信息的数字化,这使得所有信息都转换为“0”和“1”的统一标准,其意义在于消解了不同媒介之间的形态区隔,为媒介融合奠定了基础,并使得信息交互成为可能。所以,数字技术是新媒体的技术基石,为新媒体的发展提供了原动力。网络技术的基本功能则在于实现了计算机之间的互联互通,使得资源共享和信息传递沟通成为可能,从此,网络成为人类社会的一个巨大平台。移动通信技术的发展使得人类摆脱了实体网络和固定终端的限制,人们通过无线网络实现了即时在线传播,这意味着人类使用媒介自由的进一步跨越。当然,除了以上三大基本技术之外,物联网、大数据、虚拟现实等技术也不可忽视,它们必将对人类产生更为巨大而深刻的影响。

(2)形态层面。新技术催生新媒体,一个最为直观的表现就是带来新的媒体形态。媒体形态着重观照媒体外部形式而不探讨媒体所承载的内容,这是媒介研究的另一条途径。著名媒介研究学者保罗·莱文森提出了媒介“三分说”:互联网诞生之前的旧媒介、滥觞于20世纪90年代中期的新媒介和滥觞于20世纪末兴盛于21世纪的新新媒介^①。所谓新媒介在他看来主要以电子邮件、亚马逊网上书店、聊天室等为代表,而新新媒体则主要是以博客、维基、脸谱和推特等为代表的网络媒体。国内比较常见的新媒体形态划分有网络媒体、移动媒体和互动性电视媒体^②,网络媒体、自媒体和移动通信媒体^③,原生的新媒体和数字化的传统媒体^④等。综合和借鉴以上划分,我们认为新媒体可以分为网络媒体、移动媒体和数字化媒体三种基本形态,其中特别强调的是数字化媒体,它是指传统媒体经过数字化改造和转型之后形成的新媒体,与数字媒体的概念是不一样的。

(3)传播层面。从传播层面看新媒体,主要从传播介质、传播形式、传播手段等基本方面来理解。新媒体首先是一种传播介质,这与印刷媒体、电子媒体在本质上是相同的,其功能同样是起着传递信息的基本作用。而从传播形式和传播手段的角度上说,新媒体是综合运用文字、声音、图片、影像等多种工具和形式的媒体。如果进一步从传播模式上讲,新媒体是互动性极强的媒体,它改变了传统媒体单向被动的传播模式,构建了“一对一”“一对多”“多对多”等多种传播模式,乃至融合了人际传播、组织传播和大众传播等多种传播形态。

① 保罗·莱文森.新新媒介[M].何道宽,译.上海:复旦大学出版社,2011:3.

② 宫承波.新媒体概论[M].北京:中国广播电视出版社,2012:4.

③ 周茂君.新媒体概论[M].重庆:西南师范大学出版社,2016:21.

④ 彭兰.新媒体导论[M].北京:高等教育出版社,2016:3.