



新闻学系列教材

普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材

网络传播学概论

INTRODUCTION TO COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION

主编 严励



郑州大学出版社



新闻学系列教材

普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材

目录

网络传播学概论

INTRODUCTION TO
COMPUTER-MEDIATED
COMMUNICATION

主编 严励



郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络传播学概论/严励主编. —郑州:郑州大学出版社,
2007.9

(普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材)

ISBN 978 - 7 - 81106 - 610 - 4

I. 网... II. 严... III. 计算机网络 - 传播学 - 高等学校 -
教材 IV. G206.2 TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 126139 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南第二新华印刷厂印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:18.25

字数:388 千字

版次:2007 年 9 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371 - 66966070

1/16

印次:2007 年 9 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978 - 7 - 81106 - 610 - 4 定价:28.00 元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换

专 家 指 导 委 员 会 名 单

- 主 任 童 兵 罗以澄
- 副主任 董广安 白 贵 陈培爱 张 昆
- 委 员 (以姓氏笔画为序)
 - 方晓红 白润生 刘卫东 李建伟 吴 建
 - 吴文虎 吴子敏 吴高福 杨尚鸿 姜智彬
 - 笏必峰 商娜红 董天策 樊传果

编 写 委 员 会 名 单

- 主 任 童 兵 复旦大学新闻学院
- 副主任 董广安 郑州大学新闻与传播学院
- 白 贵 河北大学新闻传播学院
- 杨海军 河南大学新闻与传播学院
- 姜智彬 上海外国语大学新闻传播学院
- 赵丽芳 中央民族大学文学与新闻传播学院
- 樊传果 徐州师范大学信息传播学院
- 黎明洁 广西大学文化与传播学院
- 祝玉华 河南工业大学新闻与传播学院
- 邓相超 山东建筑大学艺术学院
- 委 员 刘笑盈 中国传媒大学国际传播学院
- 杨尚鸿 重庆大学人文艺术学院
- 周 怡 山东大学威海分校新闻传播学院
- 袁川峰 内蒙古科技大学文学院
- 张帅旗 中州大学文化与传播学院
- 高长方 中原工学院人文与社会科学学院
- 王小燕 周口师范学院中文系
- 于正凯 洛阳师范学院文学院
- 王建伟 郑州轻工业学院艺术设计学院
- 王鲁昌 河南财经学院文化传播系
- 米格智 河南师范大学文学院
- 袁爱中 西藏民族学院新闻传播学院
- 禹建强 北京师范大学文学院
- 张诗蒂 西南政法大学新闻传播学院

刘志杰 焦作大学中文系
王丽萍 郑州大学升达经贸管理学院
邵延鹏 山东轻工业学院艺术设计学院
查灿长 青岛大学文学院
齐爱军 烟台大学人文学院
刘卫东 天津师范大学新闻传播学院
赵国正 湛江海洋大学
何德珍 桂林工学院人文社会科学系
张静民 广州大学新闻与传播学院
马学清 北方民族大学文史学院
裴晓军 陕西师范大学新闻与传播学院
谢仁勇 重庆师范大学影视传媒学院
杨剑峰 洛阳新艺影艺学院
周振华 江苏城市职业学院
邓 涛 湖北教育学院中文系
吴 辉 湖州师范学院人文学院
姜 力 北京电视台
韩 砺 河南电视台
何 丽 郑州电视台

作者名单

● 主 编 严 励 河南大学新闻与传播学院

● 副主编 郑素侠 郑州大学新闻与传播学院

● 编 委 马学清 北方民族大学新闻与传播学院
王秋菊 河北大学新闻与传播学院
裴晓军 陕西师范大学新闻与传播学院
张合斌 河南工业大学新闻与传播学院
严 励 河南大学新闻与传播学院
郑素侠 郑州大学新闻与传播学院
黄雅玲 河南大学新闻与传播学院
王成文 河南大学新闻与传播学院

内 容 提 要

因特网的迅猛发展,使网络传播对人类社会产生的影响越来越大,它不仅改变了人们获取和交流信息的方式,同时也改变着人们既有的生活形态。本书从网络传播的理论和实务两个层面出发,对网络传播的现状及相关问题进行研究。在理论层面主要探讨了互联网的发展历史、网络传播的技术基础、特征及影响、方式与功能、宏观效果、管理与调控及网络传播中的受众;在实务层面主要探讨了网络新闻业、出版业、广告业及在线艺术的发展状况和存在的问题。在编写过程中,本书既注重了对传统传播理论的梳理,及其在网络环境下的新阐释,亦关注了飞速变化的网络传播实践,力求将最新的、最全面的网络传播动态呈现给读者。本书可作为新闻传播类专业的大学本科生与研究生教材,亦可供网站管理人员及对网络传播感兴趣的读者参考。

编 写 说 明

国务院学位委员会于1997年颁布研究生专业目录,新闻学由过去的二级学科调升为一级学科,列为“新闻传播学”,下设新闻学和传播学两个二级学科。这标志着经过近20年的努力,我国新闻教育水平和新闻学学科建设水平总体上有了重大提高,也预示着新闻学和传播学学科建设在21世纪将有更大的发展。最近十多年,伴随着社会的日益信息化、现代化、城市化和传播的全球化,新闻传播行业在社会上的地位和作用越来越引人注目,各种形式、水平、层次的新闻传播媒介不断涌现,新闻传播学成为显学,新闻教育遍地开花,大批考生蜂拥报考,高校新闻专业的本科生、研究生、博士生逐年增多,新闻传播教育正迎来一个大发展时期,这也相应地对新闻传播学的教学水平和教材建设提出了更高的要求。

然而,大规模的学科扩张带来的是总体办学质量的下降;仓促上马的学科建设,在传统单一的培养模式下,逐渐偏离了新闻传播学科本身对人才“有思想、有深度、有广度”的要求,不能适应全球化传播大环境下的人才需要;新闻学院“从学校到学校”的硕士、博士师资居多,绝大部分教师缺乏媒体一线的实践经验,学院派的教学方式与新闻行业重视实践能力的现实需求脱节;大批跟风的院系没能找到适合自己的人才培养模式、办学理念及办学思路,导致毕业生就业缺乏竞争力。

尤其是教材方面,最近十多年,随着新闻教育的不断发展和新闻学研究的不断深入,许多高校都开始编写出版成套的新闻传播学教材,一些教材以其宏阔的视野、良好的理论架构和贴近现实的态度而得到认可和喜爱,惠及无数学子。但与此同时,这些已经出版的教材仍有一些不足,主要表现为以下几点:一是理论体系不够统一,同样的概念在不同的教材中出现不同的表述;二

是引进版教材本土化不够成功,不符合中国新闻传播业的实际需要;三是部分教材内容比较陈旧,不能切合目前飞速发展的传播现实;四是这些教材大多是作者个人教学心得与成果的总结,缺少各个院校之间的通力合作和取长补短,从而在普适性方面有所缺憾。

新闻教育界的老前辈方汉奇先生说过,一般说来,新闻教育质量的高低,起决定作用的主要是两个因素:一个是师资,一个是教材。两者之间,教材的作用更大。

为了更好地协调高校新闻与传播学科的发展,促进各高校之间在新闻与传播学科建设、师资队伍建设、教材建设、实践(实验)教学等方面的互相学习与交流,郑州大学出版社与郑州大学新闻与传播学院、河南大学新闻与传播学院精心策划了这套高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材的编写方案,并于2006年9月召开了全国高校新闻传播学院院(系)领导联谊会暨普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材编写启动会议。会上由主办方发起,全国40余所高校联合成立全国高校新闻传播学院院(系)负责人联谊会。郑州大学新闻与传播学院当选全国高校新闻与传播学院院(系)领导联谊会理事长单位,负责召集并主持理事会和会员大会,联谊会的成立为全国高校新闻传播学科之间的学习交流,搭建和提供一个平台。2006年底郑州大学出版社召开主编会,各位主编提交编写大纲,经编委会审定,确定各书主编、副主编和参编人员。该套教材的编写工作自此拉开序幕。

本套教材以国家教育部最新颁布的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍》为依据选题,涵盖新闻学、传播学两个学科,共分新闻学专业组、广告学专业组、广播电视新闻学专业组三个大类。按照“成熟一批、出版一批”的原则,在“十一五”期间陆续出版。本套教材与以往教材相比,彰显了四方面的特点:

一是权威性。本套教材由我国新闻学领军人物童兵教授任编委会主任,国家教育部专家指导委员会主要成员负责审稿把关,编写人员既有来自全国40多所高等院校教学经验丰富、科研成果丰硕的资深教师,也有海外工作和学习经历的归国学子,融合南北新闻教育、具备深厚理论基础的本土博士,还有来自媒体

一线,具有丰富实践经验的年轻一代。相信这些优秀编者的加盟,将为我们展现全球传播时代的开阔视野,架构新闻传播理论的更合理体系,打造国内目前该学科最权威、最全面的课程用书提供可靠保证。

二是普适性。本套教材克服了目前教材内容陈旧、理论体系不统一、引进版教材本地化不足等缺点,广泛吸收各高校教师的教学成果,充分体现各个层次的学科发展现状,适应各个层次学生与相关行业人士的学习使用。

三是前沿性。本套教材充分汲取当前国内外新闻传播学最新研究成果,以最现代的技术形态、最权威的学术论点以及最先进的理论构建教材内容。

四是实用性。本套教材贴近各高校新闻传播教学的实践,切合中国新闻传播业的实际需要,把握业内脉搏,提供最新最具代表性的案例分析,极具实用价值。除纸质内容外,还注重立体开发,对案例性较强的内容,配有多媒体课件和光盘,以便于教师教学使用。同时,考虑到该学科实践性强的特点,特设生动的模拟情景训练,开创教材理论与实践相结合的先河,也充分体现了该教材鲜明的实用性。

当然,由于各方面局限,这套教材也不可能做到尽善尽美,但我们的期望是,为新闻传播学科优化专业课程设置,规范人才培养模式,梳理办学理念、办学思路,增强毕业生就业竞争力提供典范式的平台;为普通高等教育新闻传播学类专业编著最新、最全面、最系统的“十一五”规划教材;为中国新闻传播学建设的春天增添一抹绿色,做出一点贡献。

郑州大学出版社的领导和员工为本套教材的出版付出了辛勤劳动,尤其是杨秦予副总编从选题调研、资料收集到参编院校联系、编写方案制订以及筹划相关会议等都亲历亲为,作了大量卓有成效的工作,在此谨表感谢。

高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材编写委员会

2007年4月

前言

早在 40 多年前,加拿大学者麦克卢汉在其著作《理解媒介》一书中,就提出了这样的预言:在经历了文字诞生之前的“部落化”阶段、文字和印刷术出现之后的“非部落化”阶段之后,随着电力时代的到来,人类社会将重新回到“部落化”状态。

40 多年后的今天,现代传播科技的迅猛发展,使得曾令人们费解不已、振聋发聩的“麦克卢汉式预言”变为现实。互联网的出现,深刻改变了人们的信息获取和信息交流方式,更在一定程度上型塑着人们彼此间的交往习惯和社会参与方式。据中国互联网络信息中心(CNNIC)2007 年 1 月的统计报告,目前我国网民已达 1.37 亿,成为继美国之后的第二网民大国,互联网已渗透到每一位中国人的日常生活之中。以互联网为平台的网络传播,更是对传统的传播方式提出了新的挑战,传统的大众传播理论已逐渐显示出对网络传播的不适应。如何紧跟日新月异的传播形势,及时更新我们的教学方法和教学手段,成为摆在新闻传播类专业教师面前的新课题。

鉴于此,我们组织编写了这本《网络传播学概论》。在编写过程中,我们既注重了对传统传播理论的梳理,及其在网络环境下的新阐释;亦关注了飞速变化的网络传播实践,力求将最新的、最全面的网络传播动态呈现给读者。理论与实务相结合,科技与人文相结合,是本书的一大特点。

本书的编写人员来自全国六所高校,具有丰富的教学和科研经验,为本书的完成提供了质量保证。具体的分工如下:

严励、郑素侠共同拟定了本书的编写提纲。

严励,河南大学新闻与传播学院副教授,完成第一章,第十章中的第三节的编写;

郑素侠,郑州大学新闻与传播学院讲师,新闻学博士生,完成第三章,第七章,第十章的第一、二、四节,以及附录的编写;

裴晓军,陕西师范大学新闻与传播学院副教授、新闻学博士生,完成第八章的编写;

王秋菊,河北大学新闻与传播学院讲师,完成第二章,第六章的编写;

马学清,北方民族大学新闻与传播学院讲师,完成第九章的编写;

黄雅玲,河南大学新闻与传播学院讲师,完成第十一章的编写;
张合斌,河南工业大学新闻与传播学院助教,完成第四,第五章的编写;
王成文,河南大学新闻与传播学院研究生,完成第十二章的编写。

本书由严励完成统稿工作。

本书在编写过程中,借鉴了国内新闻传播学者近几年出版的大量研究成果,在此一并表示感谢。

限于作者的水平,书中的欠缺与不当之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编者

2007年5月

目 录

- 001 1 绪 论
- 002 1.1 网络传播学的学科地位
- 002 1.1.1 网络传播的概念
- 003 1.1.2 网络传播与互联网
- 004 1.1.3 传播学背景下的网络传播
- 004 1.1.4 从网络传播与新闻学的关系来看网络传播学的学科定位
- 005 1.1.5 从网络传播与国家的政治、经济和文化的关系来看
网络传播学的学科定位
- 007 1.2 网络传播学的研究对象和研究方法
- 007 1.2.1 网络传播学的基本问题
- 008 1.2.2 网络传播学的研究对象
- 009 1.2.3 网络传播学的研究方法
- 014 2 互联网的发展历史
- 015 2.1 互联网在全球的发展
- 015 2.1.1 基于军事需求的萌芽阶段
- 016 2.1.2 在科研领域中的应用与完善
- 017 2.1.3 20世纪90年代后的商业化发展
- 022 2.2 互联网在中国的发展
- 026 3 网络传播的技术基础
- 027 3.1 计算机系统
- 027 3.1.1 计算机的发展历史
- 029 3.1.2 计算机在中国的发展
- 031 3.1.3 计算机的应用领域
- 033 3.1.4 计算机技术的发展趋势
- 034 3.2 Internet 及其相关技术
- 034 3.2.1 Internet 提供的主要服务
- 036 3.2.2 Internet 的体系结构
- 041 4 网络传播的特征及影响
- 042 4.1 网络传播的特征

- 042 4.1.1 传播与更新快
- 043 4.1.2 信息海量
- 044 4.1.3 全球性与跨文化性
- 044 4.1.4 多媒体化
- 044 4.1.5 强交互性
- 045 4.1.6 个人化
- 045 4.1.7 超文本与超媒体化
- 046 4.1.8 检索便捷
- 046 4.2 网络传播的影响
- 047 4.2.1 促使信息传播途径多元化
- 048 4.2.2 推进电子商务深入拓展
- 050 4.2.3 促进网络广告日益丰富
- 051 4.2.4 促进社会个体个性化
- 054 4.2.5 促进社会政治生活日益昌明民主
- 056 4.2.6 促使信息知识急剧增长
- 058 4.2.7 促使信息资源深度共享
- 060 5 网络传播的方式与功能
- 061 5.1 网络中的人际传播
- 061 5.1.1 电子邮件
- 062 5.1.2 网络聊天
- 066 5.1.3 脆弱而危险的网恋
- 067 5.2 网络中的群体传播
- 067 5.2.1 群体传播的概念
- 067 5.2.2 BBS 分析
- 070 5.2.3 博客群分析
- 072 5.2.4 网络同学录分析
- 073 5.3 网络中的组织传播
- 073 5.3.1 组织传播的概念
- 074 5.3.2 Intranet 和 Internet 与组织传播
- 075 5.4 网络中的大众传播
- 075 5.4.1 从互联网到大众传播媒介
- 076 5.4.2 网络大众传播的发展展望
- 078 6 网络传播中的受众

- 079 6.1 网络受众的总体特征
- 079 6.1.1 角色的双重性
- 080 6.1.2 信息获取的自主性
- 080 6.1.3 信息消费的个性化
- 081 6.1.4 网络受众的虚拟性
- 081 6.1.5 网络受众的参与性
- 081 6.2 网络受众的心理特征
- 082 6.2.1 对生存信息的心理需求
- 082 6.2.2 基于安全需要的心理需求
- 083 6.2.3 爱与归属的心理需求
- 084 6.2.4 基于认知的心理需求
- 085 6.2.5 渴望自尊的心理
- 085 6.2.6 追求自我实现的心理
- 087 6.3 网络受众的行为特征
- 087 6.3.1 网络受众上网的主要活动呈多元化
- 088 6.3.2 网络受众上网时间特点
- 088 6.3.3 网络受众使用手机上网的行为分析
- 089 6.3.4 网络受众浏览的网站日趋集中,呈现“马太效应”
- 090 6.3.5 受众信息查询行为的特征
- 091 6.3.6 网络受众对页面内容表现为扫描式阅读,注意力呈“F现象”
- 091 6.3.7 网络受众的语言特点
- 093 **7 网络传播的宏观效果**
- 094 7.1 网络传播中的“把关人”理论
- 094 7.1.1 “把关人”理论渊源
- 095 7.1.2 网络传播中是否存在“把关人”
- 097 7.1.3 网络中的“把关人”分析
- 100 7.2 网络传播中的“议程设置”
- 101 7.2.1 “议程设置”假设的理论渊源
- 102 7.2.2 网络传播中的“议程设置”
- 108 7.3 网络传播中的“沉默的螺旋”
- 109 7.3.1 “沉默的螺旋”假设
- 110 7.3.2 网络中的“沉默的螺旋”
- 111 7.4 网络传播中的“数字鸿沟”

111	7.4.1	“数字鸿沟”概念辨析	350
113	7.4.2	个体层面的“数字鸿沟”	350
115	7.4.3	国家层面的“数字鸿沟”	350
118	7.4.4	跨越“数字鸿沟”,寻找“数字机遇”	350
124	8	网络传播的管理与调控	380
125	8.1	网络传播中的行为失范	380
125	8.1.1	网络传播中的道德失范	380
132	8.1.2	网络传播中的法律失范及法律适用	380
136	8.2	网络传播的管理与调控	380
136	8.2.1	网络传播管理与调控的紧迫性	380
139	8.2.2	网络传播管理与调控的方法与策略	380
145	9	网络新闻业的发展	380
146	9.1	网络新闻概述	380
146	9.1.1	网络新闻的概念	380
146	9.1.2	网络新闻业务与传统新闻业务的区别	380
148	9.1.3	网络新闻对传统新闻的继承	380
149	9.1.4	网络新闻业务的层次	380
151	9.2	中国网络新闻业的发展历程	380
152	9.2.1	起步阶段(1995年10月至1997年5月)	380
154	9.2.2	快速发展阶段(1997年5月至2000年1月)	380
155	9.2.3	规模化与专业化经营阶段(2000年1月至2005年)	380
159	9.2.4	Web2.0阶段(2005年至今)	380
162	9.3	网络新闻的构成要素	380
162	9.3.1	文字	380
162	9.3.2	图片与图表	380
165	9.3.3	漫画的运用	380
166	9.3.4	Flash 动画运用	380
167	9.3.5	音频	380
168	9.3.6	视频	380
168	9.4	网站运营及其效果评估	380
168	9.4.1	网络媒体的形态	380
171	9.4.2	新闻网站的运营	380
174	9.4.3	网站运营效果评估	380