



电子媒介经营与管理

张燕 王苏 刘虎 编著

文化产业管理专业“十二五”规划教材

中国传媒大学出版社



文化产业管理专业“十二五”规划教材

电子媒介经营与管理

张燕 王苏 刘虎 编著



中国传媒大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

电子媒介经营与管理/张燕,王苏,刘虎编著. —北京:中国传媒大学出版社,2016.7

ISBN 978-7-5657-1642-3

I. ①电… II. ①张… ②王… ③刘… III. ①电子设备—传播媒介—经济管理—高等学校—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 042508 号

电子媒介经营与管理

DIANZI MEIJIE JINGYING YU GUANLI

编 著 张 燕 王 苏 刘 虎
责 任 编 辑 欧丽娜
装帧设计指导 吴学夫 杨 蕾 郭开鹤 吴 颖
设计总监 杨 蕾
装 帧 设 计 刘鑫、方雪悦等平面设计团队
责 任 印 制 曹 辉
出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 15
版 次 2016年7月第1版 2016年7月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1642-3/G·1642 定 价 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



中国传媒大学“十二五”规划教材编辑委员会

主任：苏志武 胡正荣

编委：（以姓氏笔画为序）

王永滨 刘剑波 关玲 许一新 李伟
李怀亮 张树庭 姜秀华 高晓虹 黄升民
黄心渊 鲁景超 蔡翔 廖祥忠

文化产业管理专业“十二五”规划教材

丛书主编：李怀亮 张树庭

丛书副主编：金雪涛 李珍晖 薛华

编委会（按姓名拼音顺序）：程静薇 董克柱 方英 高慧军
姜鹏 林振宇 毛建国 孟庆顺
穆青 任锦鸾 孙江华 吴玉莲
王颖聪 谢伦灿 姚林青 严威



致力专业核心教材建设 提升学科与学校影响力

中国传媒大学出版社陆续推出

我校 15 个专业“十二五”规划教材约 160 种

播音与主持艺术专业（10 种）

广播电视编导专业（电视编辑方向）（11 种）

广播电视编导专业（文艺编导方向）（10 种）

广播电视新闻专业（11 种）

广播电视工程专业（9 种）

广告学专业（12 种）

摄影专业（11 种）

录音艺术专业（12 种）

动画专业（10 种）

数字媒体艺术专业（12 种）

数字游戏设计专业（10 种）

网络与新媒体专业（12 种）

网络工程专业（11 种）

信息安全专业（10 种）

文化产业管理专业（10 种）



传媒人书店
(For IOS)



传媒人书店
(For Android)



微博关注我们



微信关注我们



访问我们的主页

本书更多相关资源可从中国传媒大学出版社网站下载

网址：<http://www.cucp.com.cn>

责任编辑：欧丽娜

意见反馈及投稿邮箱：yishiyishu@163.com

联系电话：010-6577 9465

目 录

第一章 导 论 /1

第一节 什么是电子媒介 /1

第二节 传播技术对媒介行业带来的巨大影响 /4

第二章 电子媒介组织 /12

第一节 媒介组织的定义与属性 /12

第二节 媒介组织的特征 /16

第三节 电子媒介组织结构 /18

第四节 媒介组织文化 /29

第三章 媒介内容产品 /32

第一节 媒介内容产品的多元属性 /32

第二节 电子媒介内容产品的特点 /35

第三节 信息技术对电子媒介内容产品生产的影响 /36

第四章 电子媒介监管政策与法规 /42

第一节 电子媒介的监管体系 /42

第二节 广播电视业监管政策与法规 /46

第三节 电影业的监管政策与法规 /54

第四节 互联网视听节目服务业的监管政策与法规 /61

第五节 广告业的监管政策与法规 /67

第六节 电子媒介版权 /72

第五章 电子媒介新闻生产管理 /80

第一节 电子媒介新闻生产的标准化管理 /80

2 电子媒介经营与管理

第二节 电子媒介新闻生产流程 /83

第三节 新闻伦理 /94

第四节 电子媒介新闻生产组织设计 /101

第五节 技术对新闻生产流程的再造 /105

第六章 电子媒介非新闻节目生产管理 /109

第一节 电子媒介节目生产管理概述 /109

第二节 节目策划 /113

第三节 节目编排 /117

第四节 节目评估 /120

第五节 节目外包 /123

第六节 传播技术对电子媒介节目生产的影响 /126

第七章 电子媒介市场营销 /131

第一节 电子媒介营销概论 /131

第二节 电子媒介受众研究 /138

第三节 电子媒介市场细分与市场定位 /141

第四节 电子媒介的营销渠道 /149

第五节 电子媒介内容产品定价 /155

第六节 电子媒介的市场沟通 /161

第八章 新兴媒介运营管理 /172

第一节 搜索引擎运营管理 /172

第二节 社交网络平台运营管理 /180

第三节 视频网站运营管理 /189

第九章 新兴媒介企业财务管理 /196

第一节 影响新兴媒介企业实现财务管理目标的重要因素 /197

第二节 新兴媒介企业财务管理的特点 /199

第三节 新兴媒介企业财务报表 /203

参考文献 /221

后 记 /229

第一章 导论

■ 本章要点

1. 电子媒介的内涵和外延
2. 新传播技术对电子媒介生存状态的全方位挑战

第一节 什么是电子媒介

麦克卢汉将人类历史分为三个阶段：口头传播、印刷传播和电子传播阶段。^① 电子媒介是与电子传播相对应的，与口头媒介、印刷媒介相区别的概念，是指运用电子技术和电子设备传播信息的媒介。在电脑和互联网诞生之前，电子媒介主要包括广播、电视、电影、音像这几种大众传播媒介。电脑和互联网兴起之后，有的学者在做传播时代划分的时候就把电脑和互联网从广义的电子媒介中单独列出来，例如美国当代历史学家威廉·麦克高希就把五千年人类文明史划分为以下五个阶段：原始表意文字阶段、字母文字阶段、印刷文明阶段、电讯文明阶段和电脑文明阶段。^② 也有的学者则认为电子媒介包括网络媒介，例如李彬在《全球新闻传播史》一书中，将电子媒介分为“广播”、“电视”和“网络”三篇来分别叙述其发展历程。^③ 如此一来，电子媒介就有了广义和狭义之分。狭义的电子媒介主要是指广播、电视、电影、音像等大众传播媒介；广义的电子媒介则包括所有运用电子技术和电子设备传播信息的媒介，在

关键术语

电子媒介是与电子传播相对应的，与口头媒介、印刷媒介相区别的概念，指的是运用电子技术和电子设备传播信息的媒介。

① 李明伟：《知媒者生存：媒介环境学纵论》，北京大学出版社2010年版，第14页。

② [美]威廉·麦克高希：《世界文明史：观察世界的新视角》，董建中、王大庆译，新华出版社2003年版。

③ 李彬：《全球新闻传播史》，清华大学出版社2005年版，目录页。

狭义电子媒介之外将电脑和网络囊括进来。本教材中的电子媒介采用的是广义的内涵。既然电子媒介是在划分人类传播阶段中提出的概念,那么我们要深刻理解其特征和意义,就必须站在媒介形态演变与人类文明演进的视角上。

一、媒介形态演变与人类文明演进

传播媒介是人类在传播活动中所使用的工具和手段,也是信息交流必不可少的中介。随着人类文明进步和技术的发展,传播媒介形态也在不断地发生变化,以便更好地满足人们的需要。

(一) 口语媒介

人类在进化初期的很长一段时间里,没有形成系统的语言,而是通过简单的声音和动作进行交流。根据考古记录显示,在距今4万年到9万年间,人类开始用语言进行交流,由于没有更多的辅助工具,口语成为了早期传播活动最主要的手段。

口语媒介除了为文化的传承提供了工具、扩大了传播范围之外,也促进了人类的思想活动发展。口语传播的出现,加快了人类文明的进程。

但是,口语传播也有一定的局限性。首先,口语传播要求传受双方处于同一时间、空间,否则传播就无法进行,这无疑限制了信息传播的覆盖范围;其次,口语传播转瞬即逝,无法长久准确地保存。随着生产力的发展和社会规模的扩大,急需一种新的传播技术来弥补口语传播的缺陷,于是,文字应运而生。^①

(二) 手抄媒介

文字的出现,为人类保存信息提供了更为长久的方式,并且也超越了口语传播对时空统一的限制,扩大了信息传播的范围。

而记录文字的载体——手抄媒介也随之出现。早期的手抄媒介往往是石头、甲骨、简帛、木板、羊皮纸、牛皮纸等^②物品,对自然物的简单加工而成。但这些物品粗糙沉重,制造成本较高,能够记载的信息量却不大,并且也难以携带,对信息的远途传播造成了阻碍。在这种情况下,人们开始摸索制造轻便纸张的方法,造纸术的发展也为信息传播带来了更大的便利。

公元105年,东汉蔡伦发明了“蔡侯纸”。由于携带方便、成本低廉又易于抄写,纸张逐渐成为了最主要的手抄媒介。手抄媒介也有其局限性。由于信息的记录完全要人工

^① 韦路:《传播技术研究与传播理论的范式转移》,浙江大学出版社2010年版,第3页。

^② 段鹏:《传播学基础:历史、框架与外延》,中国传媒大学出版社2006年版,第169页。

完成,手抄品的数量十分有限,加上特权阶级的控制,通常只能在少数人范围内流传,难以大范围传播。

(三)印刷媒介

早在隋唐时期,中国就出现了雕版印刷术。北宋期间,毕昇对其进行发展,发明了活字印刷术,采用活字拼版印刷的方式,提高了印刷效率。在西方,印刷术最早出现于德国。1455年,德国的古登堡采用金属活字印刷术,印刷了一大批《圣经》,这被许多西方学者认为是传播史上的标志性事件。

正如斯特劳哈尔和拉罗斯所说,印刷术的发展无疑是对口语媒介和手抄媒介的巨大突破。印刷术使大量、迅速地储存复制信息有了可能,并且打破了传播受到的时空限制。由于书籍的大规模印刷出版,打破了特权阶级对知识的垄断,加速了信息和文化产品的传播,这也为思想和知识的普及创造了条件,提高了大众的文化水平。

(四)电子媒介

1. 广播、电视

印刷技术从人工操作到机械化生产,仍然经历了较为漫长的过程。而在工业革命背景下出现的电子媒介技术,从电报的发明到电视的发展,不过一百年的时间,人类的传播活动已经迅速进入了一个全新的时代。

电报的发明和使用改变了报纸等媒介的运作方式。通过电报传输,新闻得以在世界范围内广泛地传播,大大降低了信息获取的成本。

在电报普及之后,随着无线电和三极管的发明,广播媒介也得以建立和发展,成为了新型的大众媒介。广播的出现改变了印刷媒介一统天下的局面;继广播之后迅速崛起的电视,在传播信息上能够为人们提供鲜活的画面,同时搭配声音与文字,感染力极强,这种声画结合的方式受到了人们的欢迎。

以广播、电视为代表的电子媒介,则进一步打破了信息传播的时空限制,为社会带来了许多便利,也改变了人们的生活方式。在广播、电视等电子媒介的兴起和普及下,报纸和杂志的生存受到了严重的打击,受众的流失导致广告减少,许多纸质媒介不得不改变竞争策略,进行一系列变革与电子媒介竞争。

2. 互联网

1991年互联网开始投入商业使用,从此有了迅速的发展。1994年成立的网景公司,在1995年已有超过5000万的用户。在此后的五年里,也就是到了21世纪初,互联网已

经在娱乐、人际交往、信息和商业等各个领域兴盛发展^①,更不用说十几年后,在搜索引擎取代了百科全书、视频网站冲击着电视节目、社交媒体无处不在的今天,它已然成为每个人生活中不可或缺的一部分。

由于互联网能够综合文字、声音、图像等多媒体形式传播信息,信息内容也极为丰富海量,本身又具有其他媒介缺少的感染力和吸引力;加之互联网的交互性,提供了前所未有的选择自由,因此吸引了众多受众。需要注意的是,这种互动性在带来便利的同时,也使网络秩序存在一定的风险,网络信息的真实性、用户信息的隐私保护等问题,都应当引起重视。

3. 移动互联网

移动互联网是网络媒介技术发展的趋势,主要体现在信息接收终端的融合化、移动化发展。

终端融合主要体现在硬件的产品端,包括电信、计算机和消费类电子产品的三合一。通过三方面的协调统一,实现信息资源的共享和互联互通,满足人们在任何时间、任何地点通过信息关联应用来方便自己的生活。^②

第二节 传播技术对媒介行业带来的巨大影响

从媒介形态的演变过程和现有的媒介技术理论中,我们能够看出技术发展对媒介、社会有着重要的影响,或多或少地改变了人们的生活。我们可以从媒体从业人员、媒体产品和组织、传媒产业以及社会文化等方面,搭建起分析新技术影响的框架。

一、对媒介从业者的影响

(一)工作方式的变化

在经历了几次技术革命洗礼后,蓬勃发展的新技术不断地改变着媒体从业人员的工作方式,新技术通常能够降低成本、提高效率,甚至能产生新的媒体形态。20世纪90年代初期,自由论坛的媒体研究中心主持了一次技术研究讲坛,对参加论坛的新闻组织主管们进行了调查。结果显示,大部分主管认为以下技术正在改变他们的新闻编辑方式:个人计算机(80%)、摄影技术(70%)、图书馆在线数据库(70%),以及移动电话和传真

^① 斯特劳哈尔、拉罗斯:《今日媒介:理解媒介、文化与艺术(Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology)》(影印本),清华大学出版社2004年版,第233页。

^② 宫承波:《新媒体》,中国广播电视出版社2011年版,第35页。

(60%)。^①

随着互联网从 20 世纪 90 年代开始的商业化用途转变与普及,网络传播成为重要的信息传播形式。媒体从业者的工作方式也由此发生了很多的变化。

1. 整合信息

在互联网新闻活动中,采访、写作、编辑、制作是相互融合,甚至是模糊的。网络新闻从业人员可以通过聊天、稿件、网友跟贴等手段创造出更有分量的新闻,这个过程融合了采访、写作和发布等活动,超越了传统记者的工作范围。^②同时,信息提供者可以利用新技术直接发布信息,这就削弱了专业媒体人的信息垄断权利,“把关人”的角色也发生了转变。除了自己采访获得的新闻素材之外,他们还要整合、编辑从多种途径(如网友互动)收集来的信息,完成对一个事件比较全面的报道。

事实上,现在很多媒体记者在寻找选题和新闻线索的时候,都会通过关键词和热点话题的搜索,在微博等平台上从网友发布的海量信息中,挖掘出具有新闻价值的内容进行报道。

2. 动态和多媒体报道

网络媒体能够即时发布信息,对新闻事件进行及时的、动态的报道。这也就对新闻从业者提出了新的要求,在工作安排上要实行 24 小时的滚动值班,以最快速度应对突发事件;另外,实时报道的特性也对时效性有了更高的要求,相关记者编辑在对信息的处理上要迅速准确,以免错过第一时间的信息发布。

网络新闻还具有多媒体的特性,可以组织文字、图片、音频、视频等多种形式的内容,新的后期制作技术可以提高多媒体内容的质量,更加生动地进行信息传递。

3. 工作场所

计算机和远程通信设备的集中应用打造了一个网络计算时代,记者和编辑不需要工作于同一个地点,同一个空间。通过卫星通信和远程传输技术,媒体组织的成员可以共享文件、发送信息、同步创造。分散化办公已经成为媒体组织的发展趋势。^③

(二)对新闻伦理提出了更高的要求

在新技术促成的媒介环境中,技术在给新闻从业者带来更多工作上的便利的同时,也对他们的新闻伦理提出了更大的挑战。在图像中删除或添加元素,改变人和物品的位置,剪辑人的声音语言拼凑出新的语句,都让影像的真实性有了可操纵的可能。在这种

^① 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第 2 版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社 2005 年版,第 50 页。

^② 巢乃鹏:《网络媒体经营与管理》,福建人民出版社 2007 年版,第 187 页。

^③ 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第 2 版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社 2005 年版,第 10 页。

情况下,人们对于新闻的信任完全建立在对于从业者的信任之上,即信任他们不会篡改实际内容以进行欺骗。^①

另外,即使在传统的新闻业中,新闻工作者们也面临着一种两难的选择,许多新闻需要挖掘某些当事人想要保密的信息,但是这就有了侵犯公民隐私的嫌疑,为了公共利益而进行的信息挖掘,其界限应当在什么地方,这一问题从未达成十分清晰的共识。而在电子技术背景下发明的新型采访设备,将这种隐私问题带到了新的高度。

新闻伦理关乎记者获取所需要信息的方式,微型摄像机、录音机发明后,经常被用于传统器材难以搜取素材的情况中,而这种方式是否带有欺骗性与侵犯性,至今仍旧存在争议。2011年7月,默多克新闻集团下的《世界新闻报》再次陷入窃听丑闻,并最终于7月10日停刊,结束了其168年的历史。这一轰动世界的窃听案,正是电子技术时代公众隐私受到威胁的不二证明。

[背景延伸]《世界新闻报》窃听丑闻

2006年,《世界新闻报》就被爆出窃听威廉和哈里王子的手机信息,涉案记者和私家侦探被判处监禁。

2011年,英国媒体爆出,在2002年13岁女孩米莉·道勒失踪案中,《世界新闻报》曾窃听了道勒的手机语音信箱,并私自删除了信箱中的部分留言,误导了女孩的家人以为她还活着,同时干扰了警方的工作。这起窃听事件引起了英国民众的震惊与愤怒。此外,英国媒体还报道《世界新闻报》可能曾经窃听阵亡士兵家属电话。《世界新闻报》迫于压力决定于7月10日发行最后一期报纸。

二、对媒介产品的影响

(一)内容生产数字化

电脑技术的发展对传统印刷业造成了变革性的影响,文字、图片和版面都可以在电脑上进行编辑和修改,新开发出的图像编辑和页面设计软件也使出版物变得更加精美,大部分杂志和书籍都应用了数字技术,后来还出现了电子版的杂志和书籍;在电影电视领域,电子动画和数码摄影技术逐渐取代了传统的人工和胶片生产;如今,在新闻和广告行业,图片和音视频的制作基本实现了数字化生产;网络电视和在线广播的出现,也丰富了人们对媒介产品的选择。

^① 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第2版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社2005年版,第128页。

(二)降低生产成本

技术的普及减少了产品制作所需的劳动力,大大降低了传媒产品的生产成本。

(三)发行成本下降与范围扩大

与媒介组织需要投入的成本下降对应,受众获取这些产品所需要付出的成本也在减少。电子报刊、电子书等数字产品的增多,使人们能够很容易地获得所需要的信息和产品;电子商务的发展更是为人们减少了时间和精力投入,消费者只要在网络上通过点击鼠标,就能订购自己想要的商品(书籍、杂志、唱片等)。

通过数字技术制作的媒介产品,如电视节目和电影等等,在发行过程中的成本也得到了明显的降低。电影的数字化发行不仅更加方便,也减少了用传统方式印制电影拷贝并在各地发行拷贝而产生的高额费用。据英国《卫报》2003年的统计,2002年电影产业中,这些费用总计高达1亿英镑,还要外加3000万英镑的运费。^①

技术发展也为媒介产品发行范围的扩大创造了机会。通过卫星通讯技术和有线电视网络,电视节目可以在全球范围内播出;用电子技术将报纸、杂志的内容传送到世界各地,在当地进行大批次印刷,使得许多报纸和杂志可以在世界各大城市同步发行。

(四)互动性

数字技术为受众发表自己的看法提供了平台和途径,也让受众主动地参与到了媒介产品的制作过程中来。近年来有很多事件,最初的信息源都来自网络。

此外,互联网视频的发展和点播电视的普及,使观众可以在网络或电视机上选择自己想收看的节目,媒介产品的互动性正在增强。

(五)版权保护更加困难

数字技术在为媒介产品的生产和发行带来便利的同时,也使媒介产品的版权越发难以得到保护。在这个复制成本低到几乎没有、操作行为极为简单的网络环境下,包括书籍、唱片、电影,以及各种形式的数字信息,都受到了盗版侵权的影响。

在网络环境下,最常见的盗版侵权现象,一是未经授权对实体产品的数字化传播,最典型的是电影上映后网络上流传的盗版。几年前百度文库擅自收入作家的作品,引起包括贾平凹、韩寒等多位作家的联合抗议,也是非常轰动的网络侵权事件。二是传统媒体的擅自下载使用,如一些报纸、杂志等传统媒体直接将网络上的文章刊登在自己的刊物

^① 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第2版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社2005年版,第222页。

上,或广播电视机构直接下载音乐或视频用在节目中^①。三是互联网链接的使用,如网站未经许可就提供了其他网站的超链接,等等。

三、对传媒产业的影响

技术发展产生的影响还体现在给整个传媒产业带来的变化之上。这些影响主要体现在两个方面:一是对传媒产业结构的影响;二是传媒业收入来源的转变。

(一) 产业结构的变化

数字技术在改变传媒从业者的工作方式、传媒组织的运转形式以及媒介产品的特点的同时,也在整体上改变着传媒产业的构成格局。

随着通信、电视、计算机、网络等技术的发展,新技术的应用和开发更加简单和便利,传媒业的进入壁垒不断地降低,市场参与者也在不断地丰富。许多新公司进入这个领域之中,并且逐渐找到了一条在专业市场的小领域中与大公司竞争的路子^②。Google、Facebook等公司都是从挖掘新市场开始,逐渐提升自己的市场地位。

另一方面,在新技术的影响下,越来越多的领域都被包容进传媒产业中来。为了维持市场份额和地位,保证自身的发展,传媒公司大多选择跨媒体经营,从而形成了所谓的“大媒体”格局。

“大媒体”的概念,由美国人凯文·曼尼在其著作《大媒体》中提出,描述了传媒业部分领域全面竞争的现象,传统大众传媒业、电信业、网络业都统合到“大媒体业”下^③。报刊、书籍出版、广播、电视、电影、娱乐、通信、计算机、软件等原先属于不同领域的业务,在大范围整合和交融协作中形成了“大媒体”的市场格局,这体现在传媒公司的跨媒体运作上,包括经营不同的媒体内容,以及传媒公司之间的收购、合并。

新闻集团、时代华纳、迪士尼、贝塔斯曼等都采用了跨媒体融合发展的策略,将自身从单一领域扩张到多领域经营。

(二) 收入来源的变化

互联网时代的到来为传媒产品提供了更多互动的可能性,从数字电视到在线点播,以及多样繁杂的付费节目和服务,传媒业的收入也在各项业务的发展中变得更加多元化。其中最主要的变化体现在收入来源的多样化上。

从传统传媒业的发展来看,传媒产业的收入大多以广告为主,生产者将产品免费提

① 程洁、张健:《网络传播学》,苏州大学出版社2007年版,第168页。

② 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第2版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社2005年版,第14页。

③ 闵大洪:《数字传媒概要》,复旦大学出版社2003年版,第183页。

供给受众,再将集中的受众注意力出售给广告商,从而获得收益。报纸、杂志、电视和广播的主要收入,大约有60%—75%来自广告。^①在新技术环境下,受众对节目和产品有了更多的选择机会和余地,越来越多(通常质量也更高)的收费服务出现了。在传媒产业的收入来源中,广告收入的占有份额开始下降,而用户支持的收入份额正在不断增加。

四、对社会文化的影响

(一)对人际关系的影响

技术带来多重便利和享受之外,对人际交往也产生了颠覆性的影响。人们完全可以在不出家门、不与他人实际接触的情况下生活,完成各种活动。电视和网络上的娱乐节目足够填充我们的空闲时间,智能手机和无处不在的WiFi覆盖让停留在交通工具上的时间也不再无趣。人与人的接触越来越少,地铁上人人都埋头玩弄手机,回到家中大部分时间对着电脑和电视,技术带来的数字隔离已成为无法忽略和否认的事实。

而在现实生活造成人情疏远的同时,在数字技术架构的虚拟空间中,一个个虚拟社区正在兴起。虚拟社区是数码空间里的社会集合体,在计算机通信世界中在线形成,大量的虚拟社区可以覆盖全球;它们往往为了一个特定的议题而成立,有自己的游戏规则、管理方法、道德观念和行为方式。^②在成员的共同建构下,有些虚拟社区会形成独特的社区文化。

(二)对公众隐私的影响

人们在网络上进行的活动越来越多,甚至已经占据了日常生活的绝大部分,包括收发电子邮件、搜索信息、浏览网页、网上购物等。这也对公众隐私造成了一定的隐患。通过对浏览和搜索记录的抓取,互联网公司在技术上完全可以跟踪并保存每一个网民的踪迹、习惯和喜好。事实上,有许多公司也正是利用了这样的技术,针对用户的兴趣和需要投放广告,以提高广告的效果。而由此引起的关于“公众隐私权”的争论并没有因此消减。

(三)对民主进程的影响

在公共政治领域,信息技术的发展无疑促进了民主的进程,人们可以通过信息公路获得更多的信息,减少闭塞的可能性,技术和信息公路的发展实际上将社会带入了电子民主的年代。人们可以在互联网上获得有关政策方面的信息,自由发表自己的观点,提

^① 帕夫利克:《新兴媒介技术:文化和商业前景(第2版)》,周勇、张平锋、景刚译,清华大学出版社2005年版,第17页。

^② 同上,第282页。

高政治参与度;而政府也可以通过电子在线的方式为民众提供服务,包括政府动态、电子表格的下载和相关的问题解答等内容。

(四)对社会教育的影响

在教育方面,信息高速公路的建立和覆盖在很大程度上加速了知识的普及。公共图书馆和教育机构的资源能够通过信息公路实现超越时间、空间和国界的共享,也为知识的普及提供了有效的途径。现在,包括哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工大学等世界一流大学都分享了一些公开课的教学视频,借助互联网可以在线或下载学习,全世界的学生都有机会听到这些名校课程。

(五)对社会分层的影响——数字鸿沟

早在信息技术如此普及之前,传播学界就出现了“知沟”理论假说。该假说认为,随着大众传媒向社会传播的信息日益增多,无论是社会经济地位高的人还是社会经济地位低的人,在知识量上都会有所增加,但是由于前者在获取信息和知识上的速度快于后者,因此随着时间推移,两者之间的“知识沟”将越来越大,而并非越来越小。^①

数字鸿沟就是信息社会中出现的“知识沟”,越来越多的信息在网络上传播,这也就造成了不使用网络的人,在信息获取的速度和广度上远远落后于网络用户。

数字鸿沟产生的主要原因是经济水平和文化水平的差距。以互联网为代表的新兴信息技术在普及应用和发展中出现了不平衡的现象,发达国家与落后国家、发达地区和落后地区之间会由于在基础设备、技术水平上的差异而造成巨大的知识鸿沟。互联网的利用程度与国家的富裕程度一般成正比,因此这种差异往往受到经济状况的影响。^②

2015年7月,中国互联网络信息中心发布了《第36次中国互联网络发展状况统计报告》。根据该报告数据显示,城镇地区与农村地区的互联网普及率分别为64.2%、30.1%,相差34.1个百分点。人口结构方面,10—40岁人群中,农村地区的互联网普及率比城镇地区低15—27个百分点。^③

实际上,随着技术的进一步发展,数字鸿沟究竟是会缩小还是继续扩大,现在并没有十分明确的答案。但是国家可以采取一定的举措来缩小不同地区、人群之间的数字鸿沟,比如提供必要的数字传播途径、加强网络使用技能的指导,从而减少网络和数字技术使用的障碍。

① 宫承波:《新兴媒介》,中国广播电视出版社2012年版,第96页。

② 程洁、张健:《网络传播学》,苏州大学出版社2007年版,第275页。

③ 中国互联网络信息中心:《第36次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/P020150723549500667087.pdf。