

内容简介

智能时代 新媒体概论

程栋◎主编

程栋◎主编

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

田瑞 王高峰 王向军 曹博 (CIP) 田秀秀

清华大学出版社
北京

ISBN 978-7-302-53330-7

定价：29.90元

2019年3月第1版
1-2500

182mm × 260mm
34
千字
2019年3月第1次印刷

清华大学出版社

北京

ISBN 978-7-302-53330-7

定价：29.90元

2019年3月第1版
1-2500

内 容 简 介

本书是新媒体概论的 2.0 版本。它汲取了近十年来同类教材的成功经验和优点，并有所创新和拓展，具有如下几大特色：第一，体系新颖。上篇从宏观上论述了新媒体从业者的理论素质；中、下两篇从新媒体形态和传播符号两个角度，介绍了新媒体从业者所需要的技能，从而重新建构了概论课程的知识体系。第二，范畴拓展。响应万物皆媒的到来，首次将新媒体划分为物质新媒体和信息新媒体两大类型，创造性地把物质新媒体纳入新媒体研究和教学的范畴，提出了“硬件转向”这一命题。第三，智能引领。智能时代的到来，成为新旧媒体的分水岭，以智能作为全面打造 2.0 新媒体概论教材体系的底层要素。第四，服务用户。主要从学生就业和实战需要出发，精练学习内容。第五，突出技能。适应普通本科院校应用转型的需要，重点阐述了新媒体从业者的必备素质和技能。因而，本书既可以作为本科院校网络与新媒体专业和新闻传播类专业学生全面了解新媒体理论知识和技能的基础课教材，也可以成为当下新媒体从业者提高自身素质和技能的重要读本。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目 (CIP) 数据

智能时代新媒体概论 / 程栋主编. —北京：清华大学出版社，2019
ISBN 978-7-302-52330-7

I. ①智… II. ①程… III. ①传播媒介—概论 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 029088 号

责任编辑：杜春杰
封面设计：刘超
版式设计：王凤杰
责任校对：马军令
责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市金元印装有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm × 260mm 印 张：24 字 数：606 千字

版 次：2019 年 3 月第 1 版

印 次：2019 年 3 月第 1 次印刷

印 数：1~2500

定 价：59.90 元

产品编号：081169-01

审稿指导委员会

学术研究界专家

陈昌凤 清华大学新闻与传播学院教授、博士生导师、中国新闻史学会会长、教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会副主任委员、国务院学位委员会新闻传播学学科评议组成员

编委会

丁柏然 原南京大学新闻传播学系系主任、教授、博导

程栋 南京传媒学院院长、博士、教育部高等学校新闻传播学类专业教学

主编 程栋

副主编 雷鸣 李乃舒

常怡明 深圳大学新闻与传播学院教授、博导

编委 常怡明 黄建军 刘友芝 孙恺悦 田秀秀

田瑞 王海峰 王向军 谢飞 许璐

薛倩 杨曙 殷亮 张超

薛倩 中国人民大学新闻学院教授、博导

薛倩 西安交通大学新闻与新媒体学院院长、教授、博导

薛倩 北京大学新闻与传播学院教授、博导、视听传播研究中心主任

薛倩 清华大学新闻与传播学院教授、博导、新媒体研究中心主任

薛倩 中国传媒大学新闻学院教授、博导、大数据理论与社会计算实验室主任

薛倩 清华大学新闻与传播学院教授、博导

薛倩 西安科技大学高新学院董事长、教授

薛倩 浙江大学传媒与国际文化学院求是特聘教授、博导，原浙江大学传媒与国际文化学院院长，国务院学位办新闻传播专业研究生教育指导委员会委员

薛倩 中山大学传播与设计学院院长、教授、博导

新媒体行业大咖

冯国豪 新闻资讯公众号《冯站长之家》创始人兼CEO

黄志敏 数据工场创始人，《财新传媒》原CTO

黄永红 易简集团董事长，《公众号思维》作者

高清平 北京清博大数据科技有限公司CEO

毛小明 公众号《新皮林大学》创始人

彭一博 人民网地方部副主任

王秀秀 《今日头条》公司头条学院运营总监

吴晨光 《一点资讯》副总裁、总编辑，《搜狐网》前总编辑

张丹峰 北京清博大数据科技有限公司副总裁

甄 赫 《南宁圈》创始人兼CEO

审稿指导委员会

学术研究界专家

- 陈昌凤 清华大学新闻与传播学院常务副院长，中国新闻史学会会长，教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会副主任委员，国务院学位委员会新闻传播学科评议组成员
- 丁柏铨 原南京大学新闻传播学系系主任、教授、博导
- 杜骏飞 南京大学新闻传播学院执行院长、博导，教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会委员
- 辜晓进 深圳大学传播学院教授、博导，原深圳日报总编辑
- 韩隽 西北大学新闻传播学院教授、新媒体研究院副院长，教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会委员
- 金兼斌 清华大学新闻与传播学院教授、博导
- 匡文波 中国人民大学新闻学院教授、博导
- 李明德 西安交通大学新闻与新媒体学院院长、教授、博导
- 陆地 北京大学新闻与传播学院教授、博导、视听传播研究中心主任
- 彭兰 清华大学新闻与传播学院教授、博导、新媒体研究中心主任
- 沈浩 中国传媒大学新闻学院教授、博导、大数据挖掘与社会计算实验室主任
- 沈阳 清华大学新闻与传播学院教授、博导
- 孙龙杰 西安科技大学高新学院董事长、教授
- 吴飞 浙江大学传媒与国际文化学院求是特聘教授、博导，原浙江大学传媒与国际文化学院院长，国务院学位办新闻传播专业研究生教育指导委员会委员
- 张志安 中山大学传播与设计学院院长、教授、博导

新媒体行业大咖

- 冯国震 新闻资讯公众号《冯站长之家》创始人兼 CEO
- 黄志敏 数据工场创始人，《财新传媒》原 CTO
- 黄永轩 易简集团总裁、《公众号思维》作者
- 郎清平 北京清博大数据科技有限公司 CEO
- 毛小明 公众号《新媒体大学》创始人
- 彭博 人民网地方部副主任
- 王芳 《今日头条》公司头条学院运营总监
- 吴晨光 《一点资讯》副总裁、总编辑，《搜狐网》前总编辑
- 张丹峰 北京清博大数据科技有限公司副总裁
- 甄妙 《南宁圈》创始人兼 CEO

序 一

“新媒体”是个老概念，报纸、广播、电视、网络最初都曾经是“新媒体”。在移动端网络出现前，PC端的网络载体，也可以称作新媒体。但是现在那些“新”都成了旧概念，科技的不断更新换代，一直在不断催生更新的媒体。“新媒体”是如此依赖语境和场景的，所以，在它的前面加上定语，真是聪明之举。这部教材，就是专为特定语境——“智能时代”而撰写的。

不知不觉间我们已经进入了智能时代。智能革命也成为许多国家发展的重要战略，十九大报告专门提到人工智能，并且把互联网、大数据、人工智能作为建设现代化经济体系的重要内容。在新一轮科技革命中，多国竞相争夺主导权，围绕技术发展出台政策规则、加大资金和人力投入，通过加速技术与产业的发展抢占先机。2016年，美国白宫发布《美国国家人工智能研究与发展战略规划》文件，将人工智能上升到美国国家战略高度；2017年，我国出台了《新一代人工智能发展规划》，抢抓人工智能发展的重大战略机遇，构筑我国人工智能发展的先发优势；同年，加拿大亦将人工智能列入其“新经济六大支柱”；法国和英国都在大力开拓、争做人工智能强国。目前全球市值排名前列的公司都在全力进军人工智能领域，中国也在大力布局人工智能战略。在信息传播方面，智能技术的运用已经越来越广泛。合成智能系统的机器学习、神经网络、大数据、认知系统及相关算法，都已经运用于信息传播，连人造劳动者也运用到了信息传播领域。新的信息传播技术和智能媒介的运用改写了新媒体的边界和内涵，也进一步革新着媒体与社会、与人类的关系，这是非常值得我们去探究的。

这本书从新媒体的概念入手，对新媒体的构成、形态、功能、经营、关系等努力加以阐述，视角和体例上，有自己的特色。从时间上来说，它可以吸收互联网诞生以来同类教材的经验，时间线又可以向新近拓展，可以包容的内容更加多样。书中将新媒体阐述为“作为一种新的传播信息的载体，载体性、全时性、交互性、数据化、个性化、智能化是它的性质。”尽管在逻辑上可以再推敲，但是它在努力做出自己的体系。本书上篇宏观论述新媒体从业者的理论素质；中、下两编从新媒体形态和传播符号两个角度，介绍了新媒体从业者所需要的技能，从而重新建构了概论课程的知识体系。

媒体为什么会层出不穷地翻新？其实这个问题非常值得探究。汤姆·斯丹迪奇在《从莎草纸到互联网：社交媒体2000年》一书中表示了这样的观点：历史上产生的“社交媒体”形形色色，却都基于人类的社交天性和“主我”与“客我”的认识，建立在人与人之间信息分享的基础之上。作者认为社交媒体网络系统是层出不穷的，在人类历史的大部分时间内，无论是口头形式还是书面形式，社交关系网是新思想和新信息传播的主要手段。而不管是哪种形式的社交媒体网络，这些媒体系统的力量、传播范围和包容性是一直在稳步增长的。技术的发展则是社交媒体网络系统层出不穷的最主要原因，越来越发达的技术为人们想要传递信息的多少、内容和方式，以及传播的范围和影响力提供了无限的可能。而媒体作为一种连接关系、缔结网络的特殊介质，在人类在历史进程中起着非常关键的作用。麦克尼尔父子在《人类之网：鸟瞰世界历史》一书中，在叙写漫长的人类历史时将“网络”视为人类特征，追溯人类网络的变化，揭示各个阶段不同人群之间合作与竞争的生存特征，以及人类社会与生

物圈的依存、互动。由此我也想到，这本书，在全面叙述新媒体的现状和操作时，是否可以启发学生作深入的思考？我们从新媒体的角度出发，是否可以深入思考一下，它在未来人类网络中可以发挥的功能和应当担当的使命？

这本书给了我们思考的机会。作者程栋教授曾任《河东大学报》主编、运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

程栋教授是运城学院中文系教授，曾任《河东大学报》主编，运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

程栋教授是运城学院中文系教授，曾任《河东大学报》主编，运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

程栋教授是运城学院中文系教授，曾任《河东大学报》主编，运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

程栋教授是运城学院中文系教授，曾任《河东大学报》主编，运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

程栋教授是运城学院中文系教授，曾任《河东大学报》主编，运城学院中文系教师，现为西安科技大学高新学院特聘教授。去年我与他在西安交通大学的一次学术论坛上

有过交集，之后他告诉我他和全国十多所高校网络与新媒体专业的老师编写了《智能时代新媒体概论》一书，希望我写个序。我实不敢当，权当拜读书稿的最早的读者。

序 二

当前新媒体已经渗透到我们生活、工作的每个角落，形成了“人人是记者，处处有媒体”的新媒体时代。新媒体的覆盖、影响范围已经超越任何传统媒体。新媒体正在挑战传统媒体，深刻改变着人们的工作和生活方式。

与此相对应的是，高校新媒体的教育日益普及，新媒体的研究成果，包括专著、论文、教材不断涌现。近期，我欣喜地读到西安科技大学高新学院特聘教授程栋编写的《智能时代新媒体概论》一书，感到本书具有不少新意和鲜明的特色，具体如下。

1. 实用性强。主要从学生就业和实战需要出发，精练学习内容，尤其是突出实用技能。
2. 理论体系完整，逻辑性强。上篇从宏观上论述了新媒体从业者的理论素质；中、下两篇，从新媒体形态和传播符号两个角度，介绍了新媒体从业者所需要的技能，从而重新建构了概论课程的知识体系。

作者首次将新媒体划分为物质新媒体和信息新媒体两大类型，把物质新媒体纳入新媒体研究和教学的范畴，提出了“硬件转向”这一新观点。

3. 顺应时代。智能时代的到来，成为新旧媒体的分水岭，本书突出了智能时代的特色。

此外，程栋教授的文风优雅，学术性的教材读起来有散文之感。显然，本书既可以作为普通本科院校网络与新媒体专业基础课教材，也可以成为当下新媒体从业者提高自身素质和技能的重要读本。

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师 匡文波

2018年11月

序 三

“智媒时代”编辑的能力与定位

初看这个标题，你可能会感觉它与本书表述的方向是相反的。人工智能和算法分发的应用，在很大程度上减少了总编辑和编辑的工作，让传统媒体关门、让传统媒体人失业。所以，一度有很多人在喊：总编已死，有事烧纸。但事实并非如此。

2017年10月，习近平总书记在中共十九大报告中明确指出：经过长期努力，中国特色社会主义进入了新时代，这是我国发展新的历史方位。

作为国家前行的纲领性文件，“新的历史方位”包括经济、政治、文化，也包括互联网信息传播领域。我们可以称之为“新互联网时代”。从2012年十八大召开到今天的五年多里，由于智能硬件——主要是智能手机的普及，以及移动互联网的飞速发展，信息的生产 and 分发已经发生了本质变化。超过3000万个自媒体产生的内容在微信、微博、App里占据了半壁江山，内容生产的权力，已经从记者扩大到每一个人。正如程栋教授在本书中所说的那样，“所有人都可以借助新媒体成为传播主体”。而在内容传播层面，总编辑和编辑权力也似乎已经被逐步取代——社交媒体里，每个人可以发布信息；人工智能和算法推荐，也已经成为传递资讯的主要渠道。

内容生产、内容发布权力转化带来的问题，是新互联网时代所产生的新矛盾。首先要解释一下，什么是算法？什么造就了千人千面的信息推送模式？答案是这样的：以前，谁是头条、谁是二条，由总编辑和编辑决定；现在，计算机会根据用户个人信息——比如地理位置、手机型号，以及在App内的浏览、点击、分享、评论、搜索、订阅等行为，判断用户喜欢什么不喜欢什么，然后推送相关内容。

数据，是算法决定推荐什么内容的唯一依据。而“智能媒体”的定义，在很大程度上也来源于此。

如果只从效率上讲，这种模式的点击率（CTR）要高于编辑推荐。这就如同市场经济的效率高于计划经济一样。正如马云所言，人工智能是一种更先进的生产资料、生产力和生产关系的组合。但也正因为算法如此超常的勤勉、“理性”，甚至冰冷，会导致在这种千人千面推荐的客户端里三个陷阱的产生：

第一，“标题党”文章泛滥。

读某些客户端常有这样的体验：标题很“精彩”甚至极具煽动性，诸如“震惊”“火爆”“出大事了”，乃至“不转不是中国人”之类。但点开看了毫无信息可言，甚至夸大其词、无中生有。一个在实验室里的研究成果，可以说成大规模投入生产；一个普通规章出台，可以说成“影响世界”；一场军事演习，可以说成把某某国家吓得屁滚尿流。

之所以有这样的体验，是因为海量数据的运算是基于点击，很多用户是因为耸动的标题被吸引过去了，但看了以后立刻走人。虽然他个人的体验很不愉快，但这个点击行为留下了，又被算法捕捉到，进而推送给别人。如此形成了恶性循环，越多的人被吸引，它也会给

予这个新闻更多的权重，更会被推荐开去。

第二，低俗内容及情绪化内容泛滥。

与“标题党”泛滥的原因相同，人本身有窥伺和猎奇的欲望，所以，涉性、暴力、血腥、八卦的内容点击率自然高于其他文章。而算法也会将这种情形捕捉下来，进一步推给其他用户，于是造成低俗内容的泛滥。

情绪化内容的泛滥也是如此——比如中日钓鱼岛的矛盾，大多数中国人会同仇敌忾，民族主义情绪血脉偾张，这一类内容就会得到大量的点击；再比如说转基因案，实际上有不同观点鲜明对立，但由于民粹主义的盛行，有大量阴谋论，反转基因的观点在网上获得巨大的点击量，如果仅仅基于网络点击，你会获得大量的关于反转基因的推荐文章，那么那些理性的科学家和政府在这方面澄清解释的文章，你根本看不到。

更可怕的是，这种口水文章或者情绪化文章，会被阅读者分享到朋友圈、微博等社交媒体上，并加以非常情绪化的点评。点评和文章又会影响更多人，导致新一轮的分享、点评的诞生，说严重点，可能会导致整个社会情绪的失控，也违背了互联网“平等和自由”的基本精神。

第三，让用户陷入“茧房”阅读——一叶障目、不见泰山，党和国家的大政方针、重大民生决策得不到有效传递。

在“千人千面”的算法阅读下，尤其是用户的兴趣图谱被绘制得越来越精细，我们可以敏锐地捕捉到用户非常细小的兴趣需求。但如果不能在人的共性阅读和个性阅读、人的时间敏感度、新闻和非时间敏感度信息之间，取得一个平衡的话，“信息茧房”就会形成。

如果回归信息的基本定义，则应该是人们“应知、欲知而未知的东西”。算法能够满足欲知而未知，但无法满足应知而未知。于是，很多重大政治事件、影响国计民生的经济政策改变等，在手机屏幕上得不到权重和体现。久而久之，一个拥有几千万甚至上亿用户、承担着传播主流价值观的 App，就变成一个纯个人消遣的阅读器，媒体“上情下达、下情上传”的功能变得越来越弱，个人与党、国家、政府、社会之间的鸿沟越来越深。甚至有人曾说，“千人千面的推送信息模式没有价值观；网站也没有总编辑和编辑，一切靠算法决定”。

但对算法稍有了解的人都会知道：冷启动是推荐中最为基础、也是最重要的一个环节。所谓“冷启动”，就是一个新用户打开 App 后，看到的第一屏内容。因为用户刚刚登录，App 并不了解他的兴趣爱好。如果用户对隐私进行了设置，他的地理位置甚至都不清楚。在这种情况下，为了追求更高点击率以留住用户，算法——确切地说是由人掌控的算法模型，会选择此前点击率更高的内容推荐。于是，那些已经被检验过的、低俗但会激起更多人阅读欲望的内容，就会作为“冷餐”上桌。如果用户点了，系统默认为他是一个喜欢这类内容的人，相似内容就会源源不断推荐给他。

“无善无恶心之体，有善有恶意之动”。冷启动时，不负责任的算法其实调动了人意念中“恶”的一面。

为了避免这个问题，有责任感的人工智能公司不但要看点击量，还要根据很多其他指标，如停留时长、转发分享、收藏评论等指标来确定文章的推荐权重。同样，我们还要分析稿源的质量，来最终评定推荐的权重。特别是冷启动时，推动文章的调性和质量更为重要。这样，我们才能避免阅读庸俗、低俗的内容——从第一次打开 App 就出现——这就是人工干预算法的体现之一。

那么，谁来深度参与对算法的调控？答案是负责任的内容管理人员。2017年6月1日，《互联网新闻信息服务管理规定》正式实施，再次强调了总编辑在网站的重要性。在对党和国家政策的理解上，在对重大新闻的舆论引导上，在对重要稿源的把握上，在有关内容导向的问题上，在对千万个自媒体人的引导上，总编辑和编辑是不可缺失的“看门狗”。正如社会主义市场经济要兼顾公平和效率一样，智能时代新媒体的编辑仍然是保证公平的砝码。

所以，这就是涉及新时代里，总编辑和编辑的转型问题，也是新媒体主体素养提高的问题。在此，我们欣喜地看到，程栋教授主编的这本书，对各类新媒体主体素养和技能的提升，进行了有益的探索和阐述。

以前，我们强调“内容为王”，但在今天，更应该站在内容生产和内容分发之间平衡的高度，去看待这件事情。在我所供职的一点资讯，对于编辑的要求是双重的：其一是专业领域的的能力，比如你是个财经主编，需要成为财经领域的专家；其二是运营能力，真正理解算法、理解数据、理解用户，并在保证导向和价值观的前提下为我所用。如果说，专业能力是掌舵能力，那么掌握智能媒体的传播规律则是划桨能力。有舵无桨，船会失去前进的动力。有桨无舵，船会偏离前进的方向。

也只有如此，总编辑和编辑才能与算法工程师一起，做到真正的“人机结合”。人要能利用智能媒体时代的优势，但不能反主为客，被机器带跑。这正如2017年举行的第四届乌镇峰会上，乔布斯的继任者库克所表达的观点：在这寒冷的冬天，我们不怕机器变得越来越像人，而是怕人变得越来越像机器。

然而，这又何尝不是从非洲大陆走出来的人类，跋山涉水，寻求美好

吴晨光 掌路蓝缕的写照，这又何尝不是我们的后辈，对智能社会乃至“火星社会”《一点资讯》副总裁、总编辑抱憾登半道而”的新的“伊人”、孜孜追寻的象征？

《搜狐网》前总编辑

我们目光，我们发现，每一个学科的发展又何尝不是这样呢？新媒体2018年12月新闻与传播学科，又何尝不是奔赴在这样的追寻之旅呢？编写一部网络与新媒体专业奠基性的精品新媒体理论教材，又何尝不是我们全体编写人真的追寻的那个“伊人”？这一教材的主要研究对象——新媒体，又何尝不是我们追寻的那个“伊人”呢？

当今社会，“伊人”无所不在，追寻亦无所不在。正如人们用极大的热情宠爱自己已经

① 程栋在《作为内容和流量的世界》序言：“不是为了同时代的人们，不是为了同祖国的人们，而是为了人类，我才敢给今天这个时代的这本书。我亦这样的信心中文出它，相信它不会对于人类没有价值，而今这书像任何一件美好的事物应有的命运一样，要迟迟才被发觉。因为，只是为了人类，而不可能为了一个转瞬即逝的当代。这个世纪人类确实也是各个时代，但总会在几乎是违反自己意愿的情况下，通过漫长的一生，才不得不以此书为己任，在这期间，每个时代人们的明悟，也非不能找到对于这一工作的价值与信心。”

② 《世》著陈尔一曾撰著的《爱的困惑》序言写道：“这书叫《爱的困惑》，读者，它开编没搞错，关在这里并没有任何目的，除了知道自己愿意写这本书，我既没有想到对于你的贡献，也没有想到自己的保护。我的力量够不上这样的企图，只好只能它当作一次大胆的尝试，爱他们失去了我之知（这真不久就而成为事实的），可以在这书找到我的个性和脾气的痕迹，因而更愿它更深刻些并全我。”

前言

追寻永恒的“伊人”

按照惯例，写书的人总要在正文之前，说说自己的选题初衷、写作意图、内容主旨之类的话，名之前言。说起写作意图，作为此书的首倡者和主编，我自感不能伟大到像叔本华那样，献出这本书“是为了人类”^①，也不会偏狭到蒙田伦理模范式的“纯粹是为了我的家庭和我个人”^②，而是有点“中庸”，或者说“平庸”——我是为了我的“伊人”！就是《诗经》中所吟咏的那个“伊人”！

蒹葭苍苍，白露为霜。

所谓“伊人”，在水一方。

溯洄从之，道阻且长。

溯游从之，宛在水中央。

.....

遥望历史，我仿佛看见了几千年前，我们的祖先就已经开始了对“伊人”的苦苦追寻。“伊人”在河的对岸，在河的上游，在河的中央，在水边的沙滩上，诗人溯洄从之，溯游从之。有人说“伊人”是诗歌作者的意中人，是他的情人，他的爱人。为了他的“伊人”，作者上下奔走，竭力求之。这的确是一幅凤求凰或者凰求凤式的爱情画面。然而我倒认为这个“伊人”不过是作者所追寻的美好事物的统称罢了。意中人也好，爱人也好，他们都不过是美好事物的一种而已。不是这样吗？在中国悠悠的历史长河中，对美好事物的憧憬与追寻，是一代又一代龙的后人接力传递的亘古不变的永恒的主题。

然而，这又何尝不是从非洲大陆走出来的人类，跋山涉水，寻求美好家园的筚路蓝缕的写照？这又何尝不是我们的后辈，对智能社会乃至“火星社会”，那无数个明眸皓齿的或“犹抱琵琶半遮面”的新的“伊人”，孜孜追寻的象征？

收回目光，我们发现，每一个学科的发展又何尝不是这样呢？新媒体所隶属的新闻与传播学科，又何尝不是奔赴在这样的追寻之旅呢？编写一部网络与新媒体专业奠基性的精品新媒体概论教材，又何尝不是我们全体编写人员的追寻的那个“伊人”？这一教材的主要研究对象——新媒体，又何尝不是我们追寻的那个“伊人”呢？

当今社会，“伊人”无所不在，追寻亦无所不在。正如人们用极大的热情宠爱着自己已经

① 叔本华《作为意志和表象的世界》序言：“不是为了同时代的人们、不是为了同祖国的人们，而是为了人类，我才献出今日终于完成的这本书。我在这样的信心中交出它，相信它不会对于人类没有价值；即令这种价值如同任何一种美好的事物常有的命运一样，要迟迟才被发觉。因为，只是为了人类，而不可能是为了这转瞬即逝的当代，这个唯个人眼前念是务的世代，我这脑袋在几乎是违反自己意愿的情况下，通过漫长的一生，才不断以此工作为己任。在这期间，即令未获人们的同情，也并不能使我对这一工作的价值失去信心。”

② (法)米歇尔·蒙田著的《蒙田随笔》序言写道：“这是部坦白的书，读者，它开端便预告你，我在这里并没有拟定什么目的，除了叙述自己的家常琐事。我既没有想到对于你的贡献，也没有想到自己的荣誉。我的力量够不上这样的企图。我只想把它留作我亲朋的慰藉；使他们失去了我之后（这是不久就要成为事实的），可以在这里找到我的性格和脾气的痕迹，因而更恳挚更亲切地怀念我。”



牵手的那个“伊人”一样，我在写这段文字的时候，也是紧紧地握着自己那个“伊人”的手，凝视着“她”，钟情地，款款地，说着这番话。而你呢？在我的朋友圈里熟悉的你，在我“摇一摇”哗哗的声响中，附近的、呼之欲出的、陌生的你，在我想象中天涯海角的你，素昧平生的你，平淡而草根的你，高贵而雅致的你，现在是不是，也正与你的“伊人”在一起，卿卿我我、耳鬓厮磨呢？我想，绝对没错！当你看到这段文字的时候，你的那位“伊人”肯定陪伴在你的左右。可见，我们对这“伊人”的痴爱与热恋何其相似乃尔！此所谓：富与贵，是人之所欲也；美好的事物——“伊人”，亦人之所欲也。

这个“伊人”是谁呢？——手机！

不是吗？手机，是让人爱得一塌糊涂的东西，也是让人爱得死去活来的东西。它登堂入室，与你同床共枕，又与你出双入对、形影不离。只是它给你带来的东西，却是天壤之分、云泥之别：有人用手机每天死磕，小小地“先赚了一个亿”；有人用它“papi papi”地“酱”成了“集美貌与才华于一身”的网红；有人用它“死磕自己，愉悦大家”，甘当知识的二传手，圈住了数以万计的“罗粉”；有人却因它被骗得倾家荡产，颗粒无收；也有人用它制造谣言而锒铛入狱。更让人咋舌的是，低头看手机，失足落水者有之；过马路被汽车碾压而亡者有之；老司机把人撞得魂飞魄散者有之；新司机自己被撞得粉身碎骨的也有之……如此一幕幕悲喜剧的上演，无不是手机为之！

然而，爱它也好，恨它也好，我们不得不承认，人类已经进入了尼葛洛庞帝所描绘的那个数字化生存的时代。短视一点儿说，如今手机已经改变了我们的生存方式，改变了我们所在的时代，改变了人类自己！这个改变可能没有达到顶峰，必将继续改变下去。尽管有人在2015年已经危言耸听地宣布了它5年后灭亡的时间表，但我相信，这个“伊人”还会陪伴大家走过一段让那个预言家暂时失望的、稍稍长久的日子。

因此，我们不得不静下心来，让它在教材中扮演一个非常重要的角色。它，在我们的教材里，是被称作新媒体的东西。说它是“伊人”，不过是用了当下新媒体一个惯用的吸睛手法而已；而且说它是新媒体，不是我的原创，也不是我们教材的语用专利，而是如今学术界甚而各个行业的流行热词。

然而遗憾的是，“伊人”在水一方，飘忽不定，变动不居，就像施拉姆所描绘的七天之喻那样，新媒体的变化，随着时间的脚步越来越快，甚而不能日新月异来形容了，已经进入了秒杀级的时代！今天宠爱有加，明天，你就会移情别恋了！你会秒杀它！因为你的另一个，或者另几个新的“伊人”又要来了！你必定要换一个手机，苹果8，苹果9，苹果N？华为Mate 10 Pro、Mate 20、Mate N？甚而不消更长的时间，那个预言家手机消亡的预言就会成为现实。

不过，不用担心，手机消亡了，还会有你的另一种新“伊人”接踵而至：它会附于你的身上，执行阿里巴巴的“如影”计划，成为一个附身的具有识别功能的生物薄膜新媒体，通过脉搏、血管和掌纹等特征，确认人的身份后成为你的“影子”，你便拥有一个和人融为一体的支付宝，彻底摆脱“身手钥钱”（身份证、手机、钥匙、钱包）和充电宝的束缚；它也可能在体外，是你的贴身生活小秘书，每天帮你测量血压心跳，关灯开门，每天细数冰箱里面的鸡蛋，计算每块肉品的卡路里，为了你保持苗条的身材，给你定制蔬菜水果让快递小哥送来；它也可能是你的司机，任凭你躺在后座上闭目养神，会送你到想去的地方；他也可能是你的

形影不离的翻译，你没有必要从小学到大学花费那么多的时间去学习外语，它陪伴你周游世界，走遍天涯海角，让你与不同国度的人无障碍地畅聊。还有……某公司发明的登上美国《时代》周刊封面的机器人 jeb0 为你跳舞唱歌，沙特阿拉伯的公民机器人索菲亚给你讲“我要毁灭人类”的笑话……

还有后天的“伊人”，这只是明天！那么后天，大后天，这些“伊人”是谁呢？但是，不管它姓什名谁，或美或丑，都有一个共同的名字：

——“新媒体！”

写到这里，我突然感到：新媒体是辉煌的，也是没落的；追逐“伊人”的我们是速朽的，也是永恒的。因为处于此时的某个具体时代的新媒体，无论何等的“新”，此时的我们，对“伊人”是何等的难舍难分，最终必定是“青山遮不住，毕竟东流去”，都会随着历史的车轮，淹没在漫漫的征程中！只有当我们、我们的后人如夸父般不断地去追逐新媒体的时候，彼时的媒体和彼时的我们的后人，将会是一种永恒的存在。因为那时的媒体是新媒体，那时的我们后人仍是新媒体的主人。新的媒体像太阳一样，永远地照亮、指引夸父们追赶的前程。然而，眺望未来的新媒体，我们不能确切地说清那时“伊人”的一切，但它可能会从“在水一方”走过来……

我把你带出了图书馆。你应该在两星期内被归还，但我一直留着，远远超过时限，造成了巨额罚款。图书管理人员很好。没有让我立刻交罚款。但说她也是按规则办事。这笔罚款是由图书馆系统和你的出版商定下的。

我是一名作家，正在找一位表演老师教我如何大声朗读我的作品。虽然你的出版商没有告诉我你的真名，但你包装上的履历已经告诉了我了。我以为我们会相处融洽，实际上也是如此，从你被下载到我的插卡槽的那一刻起。

你就这样突然出现在我眼前。^①

《你，仿真状态的你》，虚拟的伊人，现在的我，无法看到你的模样，也无法听到，你，未来的新媒体，大声朗读我们的教材的美妙的声音，我只能截取贺铸的《青玉案》和欧阳修的《浪淘沙·把酒祝东风》两词中的句子，来对未来的“伊人”——新媒体，对如今新媒体的后人，投去来自历史深处的欣羡的目光：

凌波不过横塘路，但目送，芳尘去。锦瑟华年谁与度？月桥花院，琐窗朱户，只有春知处。

……
聚散苦匆匆，此恨无穷。今年花胜去年红。可惜明年花更好，知与谁同？

美轮美奂且略带凄婉的诗句，把我们带入对未来的遐想，也许是“瞎想”，因为彼时之“伊人”已非此时之“伊人”，彼花亦非此花。可恨时间之刀，残忍而公允，除旧布新，新之无穷，变之无定，“伊人”亦无穷，我辈别无它途，自当与时俱进，逐之无尽也。

而教材的编撰，也是如此。《智能时代新媒体概论》是对这个智能时代“伊人”形象的速写式描画，是对它灵魂的扫描式解读。这种解读也须随时更新，这种描画也应与时俱进。21世纪以来，新媒体的不断涌现和业界如火如荼的实践，是学界总结升华新媒体规律的源泉，使得相应的教材也如雨后春笋般涌现。据编者目力所及，以“新媒体概论”“新媒体新论”“新媒体导论”命名的概论型教材，就多达十余种。按说面对如此繁多且不乏精品的教材，笔者

① 亨利·吉. Nature 杂志科幻小说选集Ⅱ[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2017.

与参编之同人，本当率领自己的学生择其善本，多加研习。然而，新媒体指数级爆发的张力，应用技能技巧的“分”新“秒”异，使我们无法把自己的视线，一直驻留在这些教材之上。新的媒体，新的技能，新的规律，犹如新的“伊人”，在吸引着我们去探索它，总结它，描画它，追逐它！也许这正是美国科学史家库恩所说的科学范式的革命，在新媒体领域的又一次尝试，又一种新范式的追逐……

来吧，追逐吧！请扫码，预览未来的“伊人”——



程栋

2018年3月3日

目 录

上篇 新媒体鸟瞰篇

第1章 龟跌：新媒体的概念	2
1.1 归宗：新媒体之属概念	2
1.2 正名：新媒体概念的确认	10
1.3 立本：新媒体的性质	15
第2章 智能：如影随形的新媒体未来	31
2.1 智能时代的新媒体跃迁	31
2.2 物联网智能新媒体	35
2.3 人工智能的新媒体应用	48
第3章 新媒体主体：金刚不败之身 DIY	56
3.1 新媒体主体的时代境遇	56
3.2 新媒体主体的类型	60
3.3 新媒体主体的迷失与觉醒	66
3.4 新媒体主体的思维方略	71
第4章 芝麻开门：新媒体的盈利模式	77
4.1 盈利模式的概念	77
4.2 新媒体盈利模式的主要特色	79
4.3 新媒体盈利模式的实现过程	81
4.4 新媒体盈利实战技巧	90

中篇 新媒体形态篇

第5章 物质新媒体：原子搭建的传播舞台	96
5.1 计算机	96
5.2 手机	101
5.3 新媒体辅助设备	114
5.4 照相机	118
5.5 可穿戴设备	122

第 6 章 平台新媒体：连接 N 的虚拟桥梁	126
6.1 社交平台新媒体（发轫于 PC）：QQ	126
6.2 社交平台新媒体（发轫于手机）：微信	128
6.3 电商平台新媒体	132
6.4 金融平台新媒体	136
6.5 出行平台新媒体	139
第 7 章 展示型新媒体：五光十色的内容超市	141
7.1 展示型网站	141
7.2 微博	145
7.3 自媒体	148
7.4 分众展示新媒体	152
第 8 章 社群新媒体：情利共生的摇篮	155
8.1 社群概述	155
8.2 群聊	160
8.3 朋友圈	165
8.4 社区	170
第 9 章 公众号：寻找用户价值的“上帝粒子”	179
9.1 微信公众号	179
9.2 小程序	185
9.3 头条号	189
9.4 竭力竞逐的同行者	198
9.5 各公众号平台比较	203
第 10 章 App 新媒体：细分市场的专列	204
10.1 App 概述	204
10.2 工具 App	208
10.3 新闻 App	220
10.4 问答类 App	223
10.5 图书类 App	226
10.6 搜索类 App	230
第 11 章 游戏新媒体：愉悦滋养的生命	238
11.1 游戏新媒体概说	238
11.2 游戏的分类	245
11.3 游戏的规则	246
11.4 游戏创意方案	248
11.5 游戏营销技巧	249