

新媒体视域下 大学生教育管理研究

XIN MEITI SHIYU XIA DAXUESHENG JIAOYU GUANLI YANJIU

乔 晶◎著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

新媒体视域下大学生教育管理研究

乔 晶 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

· 北京 ·

内 容 提 要

本书主要围绕新媒体视域下大学生教育管理进行深入探讨。全书内容包括：新媒体概述（新媒体的界定、特征、影响、发展）、大学生网络心理行为与教育辅导、大学生事务管理的内容与发展历程、大学生事务管理的理论基础与方法、大学生就业形势与就业准备（就业形势分析、必备素质、应聘技巧）、大学生创业资源与创业准备、大学生创业团队建设与创新能力培养、新媒体视域下大学生教育管理的手段、高校大学生事务管理网站的建设及应用。

本书可供高校中学生管理方向的教师、学生以及相关研究人员参考。

图书在版编目（CIP）数据

新媒体视域下大学生教育管理研究 / 乔晶著. —北京：
中国水利水电出版社，2018. 10
ISBN 978-7-5170-7114-3

I. ①新… II. ①乔… III. ①大学生—教育管理—研究 IV. ①G645. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 249141 号

责任编辑：陈 洁

封面设计：王 斌

书 名	新媒体视域下大学生教育管理研究 XIN MEITI SHIYU XIA DAXUESHENG JIAOYU GUANLI YANJIU
作 者	乔 晶 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路 1 号 D 座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (营销中心)、82562819 (万水) 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	三河市元兴印务有限公司
规 格	170mm×230mm 16 开本 16.75 印张 297 千字
版 次	2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷
印 数	0001—3000 册
定 价	72.00 元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

前 言

随着时代的进步，以互联网技术为代表的新技术革命已经推动人类进入信息化社会，为人们创造了新的生活、学习、交往方式。对于高校而言，互联网这一新事物使得新媒体视域下的大学生教育管理面临新的机遇与挑战，原因就在于互联网对大学生的影响十分深远。如今，在信息化时代背景下，高校如何有效加强并改进大学生教育管理研究，提高工作的时代性与实效性，已成为大学生教育管理工作者的重要课题之一。

近些年来，相关学者对大学生新媒体视域教育管理的研究还存在许多空白。为了在一定程度上填补该空白，推动大学生教育管理的发展，作者撰写了本书。

本书共分九章，第一章主要围绕新媒体进行大致阐述；第二章对大学生网络心理行为与教育辅导进行了具体探讨；第三章主要围绕大学生事务管理的内容与发展历程进行具体阐述；第四章对大学生事务管理的理论基础与方法做了一番探讨；第五章重点讨论了大学生就业形势与就业准备；第六章对大学生创业资源与创业准备进行了分析；第七章针对大学生创业团队建设与创新能力培养展开具体论述；第八章对新媒体视域下大学生教育管理的手段展开具体探讨；第九章作为本书的最后一章，主要论述了高校大学生事务管理网站的建设及应用。

大体上讲，本书内容翔实，具有一定的学术价值，力图从基本概念出发建立基本理论体系，同时结合了一些最新的教育案例，以激发读者的阅读兴趣，增强读者对新媒体视域下大学生教育管理研究的全面认识和理解。

本书是在参考大量文献的基础上，结合作者多年的教育与研究经验撰写而成的。在本书的撰写过程中，作者得到了许多专家学者的帮助，在这里表示真诚的感谢。另外，由于作者的水平有限，虽然经过了反复的修改，但书中仍难免会存在疏漏之处，恳请广大读者批评指正。

作者

2018年6月

目 录

前言

第一章 新媒体概述	1
第一节 新媒体的界定与特征	1
第二节 新媒体的影响与发展	17
第二章 大学生网络心理行为与教育辅导	30
第一节 大学生网络行为及心理机制	30
第二节 大学生网络依赖的团体辅导	46
第三章 大学生事务管理的内容与发展历程	56
第一节 大学生事务管理的内容	56
第二节 大学生事务管理的发展历程	64
第四章 大学生事务管理的理论基础与方法	70
第一节 大学生事务管理的理论基础	70
第二节 大学生事务管理的模式与方法	79
第五章 大学生就业形势与就业准备	96
第一节 大学生就业形势分析	96
第二节 大学生就业的必备素质	103
第三节 大学生就业准备与流程	115
第四节 大学生就业应聘技巧	126
第六章 大学生创业资源与创业准备	135
第一节 大学生创业的要素与资源	135
第二节 大学生创业的机会与风险	140
第三节 大学生创业的准备与计划书编写	151
第四节 大学生创业的融资渠道与方式	159

第七章 大学生创业团队建设与创新能力的培养	167
第一节 大学生创业团队建设	167
第二节 大学生创新能力培养	183
第八章 新媒体视域下大学生教育管理的手段	199
第一节 利用 QQ 开展大学生教育管理工作	199
第二节 利用微信开展大学生教育管理工作	203
第三节 利用博客进行大学生教育管理工作	205
第四节 建设高校大学生教育网站	208
第五节 基于“翻转课堂”的线上线下混合式教学模式探索	211
第九章 高校大学生事务管理网站的建设及应用	228
第一节 大学生事务管理网站的信息安全管理	228
第二节 大学生事务管理网站的建设	237
第三节 大学生事务管理网站的应用	242
第四节 大数据时代高校大学生事务管理的机遇与挑战	248
参考文献	259

第一章 新媒体概述

随着第三次科技革命的开展,新的媒介载体如雨后春笋般不断涌出。从过去 15—17 世纪只能依靠远渡重洋才能发现地球的广大无垠,到现如今依靠卫星、网络技术,就可以轻松地与地球上任何角落的人联系。这在依靠口语传播、印刷传播和电子传播的时代是无法想象的。

新媒体对全世界各行各业的影响是广泛的、深远的,它不仅改变我们的生活方式和思维习惯,也深刻地影响着各个国家的政治、经济的发展。各国纷纷利用新媒体作为国家政策方针的宣传工具,新媒体的非线性传播特征和跨边界国际传播影响力,为全球人民构筑了一个全新的信息传播空间。

但新媒体传播所具有的多元性、复杂性、广泛性等特点,使得传播内容出现信息真假难辨、价值观引导混乱等问题,同时,新媒体技术又是意识形态传播的一种有效手段,因此许多西方国家开展了与 YouTube、Facebook、MOOC 平台等新媒体媒介的合作,利用新媒体传播手段对人们的社会生活全面渗透。

为促进我国政府工作的透明性,保证人民群众参与公共事务的热情,我国不同区域、不同职能的政府部门也积极开设微博、微信等账号,借以发布官方信息。新媒体高速发展所营造的一个全新信息传播环境,使社会化媒体以势不可挡的势头渗透到世界各国政治、经济、思想以及文化等诸多领域,推动了全球一体化迅速发展,加强了各国之间的联系。

第一节 新媒体的界定与特征

新媒体作为一个新兴的网络技术,它产生于虚拟的网络环境之中,并且随着技术的发展而处于一个动态的变化发展过程里,因此,对于新媒体的界定,不同的研究者和应用者会从不同角度对其进行概括,并且作为一种相对的概念,吸引着更多的学者从新的角度进行研究。随着对新媒体概念的内涵和外延研究内容的日趋丰富,对新媒体概念和特征的界定也不再

仅仅局限于技术层面，还需要从社会环境和用户心理特点等层面进行分析。

一、新媒体的定义

1967年美国哥伦比亚广播电视网（CBS）技术研究所所长戈尔德马克发表的一份关于开发电子录像（EVR）的报告中，他把电子录像称为“新媒体”。两年之后，美国传播政策总统特别委员会主席罗斯托在向尼克松总统提交的报告书中多次使用“新媒体”一词，由此，“新媒体”一词开始在美国社会流行并逐渐扩展到全世界。新媒体是一个相对的概念，是在报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的新媒体形态，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。新媒体也是一个宽泛的概念，包含了利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及计算机、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态，严格地说，新媒体应该称为数字化新媒体。

目前，不同学者由于研究角度的不同，对新媒体的定义也各不相同，从国内的研究现状来看，清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授从技术的角度上认为，新媒体是指依托于计算机技术出现和影响的媒体形态。

上海戏剧学院的学者陈永东重点从新媒体与传统媒体差异性进行研究，提出：“新媒体是在传统媒体应用形式拓展和延伸的基础之上发展而来的。目前主要有计算机媒体、移动媒体、数字互动媒体、车载移动媒体、户外媒体及新媒体艺术等，其中最具代表性的是微信和微博等新兴媒体普及，极大地体现了新媒体时代的特征。”从其定义上可以看出，新媒体本质上也是一种信息传播的媒介，但它的传播机制和传播过程，与传统媒体截然不同。研究传统媒体向新媒体的演变过程，不难发现，新媒体中仍然蕴含着传统媒体的部分功能和属性，而且新媒体这一概念是一个不断发展的概念，电视对于广播来说，电视是新媒体，网络对于电视来说，网络是新媒体。

新媒体的“新”，实际上体现出的是技术手段和传播形态方面的“新”，起初，许多研究者只从技术的角度，认为新媒体是在计算机技术的应用和发展下创造出的一种媒介形态。但随着数字技术和网络技术的不断发展与创新，新媒体的形式发生了延伸和扩展，比如传统媒体与新媒体的融合，产生了数字电视、电子报刊等。因此，根据时代发展的特点，研究者们需要从狭义和广义两个角度对新媒体概念进行重新研究。

（一）从狭义角度研究

在对新媒体的定义进行理解的过程中，可以从其本质上进行分析。新媒体之所以“新”，除了传播机制和特点与传统媒体不同之外，它所依赖的技术与传统媒体也有极大的不同。例如报纸媒体采用的是激光照排技术，电视媒体采用的是影像传播技术，新媒体则采用的是数字化技术，即对文字、图像、语音、视频等传播内容进行数字化处理，使之依靠二进制代码的形式传递给不同位置的终端个体。并且借助于计算机技术和通信技术，使得媒体介质具有强大的存储、保存、处理的能力，不同用户之间还可以实现信息的共享和交换。

在数字技术的影响下，产生了多种形式的终端形态，如计算机客户端、移动客户端，这些媒介载体与传统媒体或者借助数字技术演化出的新形态传统媒体也具有非常显著的区别。例如从信息传播的特点上看，无论是计算机客户端，还是移动客户端，用户可以自主地发布和传递信息，改变了传统媒体时代受众被迫接收信息的状态。因此，在对新媒体的研究过程中，仅从技术的角度对其进行研究是远远不够的，还要重视对新媒体所具有的交互式特征等传播特点和大众行为进行分析。

（二）从广义角度研究

除了从技术层面和新媒体与传统媒体显著差别的基础上对新媒体进行界定，从其他学科和视角对新媒体进行解读，对更加全面和完整地理解新媒体的内涵将有巨大帮助。

从广义的角度上对新媒体的概念进行研究，往往是对新媒体的载体或者是传统媒体的数字化进行研究分析，包括新媒体的传播特点、用户传播行为、用户传播心理等方面。其中传统媒体在向新媒体发展过程中，传播者与接受者之间的地位发生了巨大的改变，普通社会大众也具有主动获取和发布信息的权利和自由，人们使用传播媒介的门槛降低了，人类社会信息传播的格局打破了传统媒体的垄断地位，虽然这种改变并没有对社会整体的运行产生实质性的影响，但也诱导出一系列社会问题，并给整个人类思维习惯、社会活动带来了深刻的影响。

另外，利用网络技术发展起来的新媒体，并不是传统媒体的复制和模仿，而是在新技术上衍生出诸如搜索引擎、微博、微信、游戏、音乐等新媒体休闲娱乐与社交沟通模式，并且这些新的娱乐和沟通工具具有十分可观的经济附加值，为人类社会生活带来极大的便利。但是新媒体作为一种新型的媒介形态，尚未形成系统的理论体系，这就需要在研究新媒体时，

从其他学科视角,进行全方位、多方面的研究。

正如前面所说,新媒体技术处于一个动态发展过程中,对于新媒体广义的理解还存在着诸多争议,目前学术界尚未形成统一的论断,广义的新媒体不仅利用计算机网络技术作为发展的基础,并且根据传播主客体之间的相互作用,新媒体还具有多媒体性、交互性、虚拟性、广泛性、个性化等时代特征,这些特征所引发的网络舆论、意识观点的碰撞,给社会发展带来了直接的变革。

二、新媒体的特征

前文从狭义与广义两个角度,详细地论述了新媒体的概念,并指出新媒体所具有的多媒体性、交互性、虚拟性、广泛性、个性化等传播特征。相比传统的广播、电视、报纸等媒体载体而言,新媒体的出现使大众传播方式产生质的改变。信息传播不再是一对多,而是多对多的传播,下面将对新媒体的特征进行全面论述。

(一) 多媒体性

与传统媒体不同,新媒体的功能更加强大,它不仅可以将多种媒介形式整合到一起,而且将传统媒体诸如报纸、广播、电视等媒介内容进行数字化,使得新媒体的内容资源极其庞大与丰富。而且通过新媒体平台,可以便捷地对各种资源实现组织和管理。除此之外,在不同媒介形式不断地融合过程中,不同信息、资源、品牌、影响力不断交叉合作,使新媒体的功能更加强大和丰富。例如目前使用较为广泛的微信,起初它只是一种社交工具,如今已经发展成为一种集合文字、语音、图像、视频等多种媒体形态的综合体。

对多媒体特征的理解主要包括两个方面:第一,从多媒体产生的机制上看,它是在计算机网络技术的推动下产生的;第二,从多媒体传播的影响上看,大众传播已不再是单一媒介传播,而是多种媒介相互融合的产物,因此也可称为融合传播。

(二) 交互性

通俗来说,交互性是指人们可以通过新的媒介载体,实现非面对面的交流。在传统媒体时代,受众只能被动地接受信息,无法发表自己的意见和看法,但在新媒体传播形态下,用户可以自由地对所获信息的评价,并且也可以主动地发布各种信息。交互性在传统大众传播中也存在,如面

对面的谈话，但这种传播交流的方式过程缓慢、效率不高。而新媒体传播的交互性非常强大，由于计算机、智能手机、互联网等数字终端和网络技术的进步，媒体操作、处理、运算的性能得到加强，使得人们信息传递呈现出即时性、海量化的特征，如产生了 QQ 聊天、微博、微信朋友圈等众多新媒体功能平台。

如果新媒体的产生是由于信息传播互动性所导致，那么新媒体的互动性则是由于网络信息发布低门槛和信息传播灵活多样所带来的结果。在互动的环境中，对信息内容的选择、看法和观点，已经不再是信息的发布者所能控制，信息参与者主动性的增强，信息发布者身份的弱化，充分调动了广大新媒体用户的参与性与积极性，使新媒体交流的人际互动方式也活跃起来，这也正是新媒体深受欢迎的直接原因。交互性还将现实社会环境中的舆论传播转移至网络平台，致使人人都能参与到社会问题的讨论中，对培养公民主人翁意识和社会责任意识具有极大的帮助。

（三）虚拟性

除了多媒体性和交互性之外，虚拟性是新媒体不同于传统媒体的另一个突出特点，在传统媒体时代，信息只能通过报纸、广播、电视等渠道发送，并且信息发布者和传播者通常会保留自己的姓名或所属的单位和公司，因此，可以轻易地追查到该信息是哪个人、哪个单位所发布，但随着网络技术的迅速发展，大量网民进入网络世界当中，网络 IP 协议使得所有用户都隐藏于屏幕的背后，一方面，用户在网络上发布信息可以不使用现实社会的真实信息；另一方面，网络渠道的范围广泛，难以确定具体的信息发布者。这就导致了整个网络空间属于一种虚拟的时空，各种五花八门、真假信息充斥在这个环境当中。

可以看出，虽然新媒体为人们提供了一个便利的信息发布平台和社交平台，但也引发了一系列消极的影响。例如虚假信息、低俗淫秽信息的传播；网络谣言、网络暴力对人们精神与心理的伤害。随着时代的不断发展，新媒体所构筑的文化场所正逐渐影响着人们的价值观、人生观和世界观。现实社会中各种道德、伦理观点的冲突、碰撞和讨论已经聚集在网络平台上，并极易迅速传播，反作用于现实社会中人们的行为活动。对于大学生教育管理工作而言，如何利用网络空间和新媒体工具，正确地引导大学生积极、健康地学习和生活，成为大学教育管理工作重点思考的问题。

(四) 广泛性

经济全球化的快速发展,加深了各国之间经济与贸易的往来,网络技术的发展,使全世界真正成为麦克卢汉所预测的“地球村”。相对于传统媒体,新媒体不仅打破了传统媒体所营造的信息传播壁垒,而且还逐渐使不同国家、种族、产业之间信息交流与传播的界限越加模糊。人们只要通过网络这一渠道,就可以获得各种各样的信息,并且由于网络传播的瞬时性、即时性、广泛性等特点,加快了人们之间传播信息的速度,随之而来的是网络使用者自主意识的增强,常常会选择自己感兴趣的内容,但对于正处于人生重要学习阶段的大学生群体来说,他们的自控能力还较为薄弱,对事物正确与否的辨别能力有待提高,这就需要大学生教育管理者起到正确引导的作用,避免学生群体沉迷于网络,以致误入歧途,被不法分子所利用。

由于新媒体信息传播是一种碎片化的传播,因此在传播的过程中,新媒体会呈现出对社会文化的消解和重构特征,新媒体的出现带来媒介生态结构的改变,进而会引起人类社会生活和社会结构的变化,在新媒体逐渐形成的特点中,蕴含了鲜明的后现代性,同时这种后现代性对文化起到一定消解作用。微博、微信的“微传播”方式使文本被拆解、嫁接,完整的文本意义可以被反复加工和重新解读,这使得新媒体文本传递的本意被谣言消解,媒体如未能客观再现实事本身,将不仅造成事实本身和再现事件的裂变,而且会增加其负面影响。

新媒体在给大学生日常学习带来诸多便利的同时,也给高校教育工作带来许多挑战,成为当前高校教育环节中一个不可回避的现实问题,大学生的意识形态建构和道德成长在新媒体的冲击下面临消解和重构的新情境。在新媒体时代,一对多的传播方式被多对多的传播方式取代,每个人都可以自由地扮演传播者和信息加工者的角色,对信息的加工和取舍被赋予个人色彩和个人偏好,网络舆论领袖的崛起,也使受众辨别信息的能力日趋弱化,社会文化被消解重构的同时,个性化的需求却逐渐发展起来。

(五) 个性化

随着社会的不断发展,个人需求呈现出多元化和个性化的特点,新媒体作为一种传播的工具,其核心是信息的共享和交流。新媒体环境破除了以往人们沟通交流的阻碍,使人们交流与传递信息打破了时间和空间的束缚。在过去,媒介载体只是人们被动获取信息、了解世界的窗口,但在新

媒体所营造的网络环境下,人们不再满足于通过媒介载体获取信息,根据职业、个性、文化水平的不同,人们对于新媒体提出了新的需求,例如沟通交流、娱乐休闲等,这就使得新媒体为满足不同兴趣爱好的用户,呈现出一种个性化的发展特征。

在新媒体传播中,随着云计算和大数据技术的发展,受众只需通过鼠标或手指轻轻一点,便可以在网络空间中迅速获取到自己所需要的信息,并且处于网络技术平台背后的运营者,可以根据用户的使用习惯,访问网页的内容,进行个性化的推送服务,极大地节约了用户的时间,提高了用户在广阔的信息海洋中抓取关键信息的效率。此外,各种社交软件的出现,如微博、微信、论坛等,使得人人都有“麦克风”,每个人都有可能成为新媒体环境中心。

三、新媒体与传统媒体的差异

(一) 新媒体与传统媒体的对比

新媒体之所以为“新”,是在与传统媒体具有显著区别的基础上提出的,无论是新媒体还是传统媒体,其基本功能属性都是为了拉近人与人之间的距离,使信息传递高效且便捷。因此,本书将从传播的角度,细分传统媒体与新媒体的区别。

1. 传播形式比较

根据技术的发展,传播学中将信息传播的载体发展分为报纸、广播、电视。近些年,由于网络技术的迅猛发展,涌现出了诸多新型的媒介载体,于是学者们便将报纸、广播、电视称为传统媒体,将以网络技术为代表的计算机终端、智能手机终端称为新媒体。传统的大众传播方式是利用电磁原理,通过对卫星传递出的信号,进行编码和解码的方式,向受众传递声音、图像、视频等内容。

(1) 传统媒体。从新媒体产生的宏观背景上分析,无论是传统媒体还是新媒体,都是一定时代社会经济、科技发展的产物。因此都具有一定的时代局限性,传统媒体与新媒体相比具有明显的劣势。其中以报纸、广播、电视三大媒介为例。

1) 报纸媒体。随着造纸术和印刷术的发明,报纸媒体便应运而生。早在13、14世纪航海大发现时代,报纸最初的形态是航海商人之间传递的“小道消息”,随后发展为商品贸易中不同地区人们交换信息的载体。

直至第一次工业革命时期,蒸汽机的发明和应用使得报纸广泛传播成了可能。

随着近代社会科技的不断发展和进步,报纸从过去只在工商业、贵族之间流传,逐渐发展成为一种大众化的信息传播形态,并且形成了独特的信息传播特点。如为了使读者阅读和携带方便,报纸的版面十分有限,一份报纸上内容往往只能涵盖部分地区发生的部分新闻事件,而且由于欧美等国的报纸机构和集团都是以营利为主的私人企业,为了追求利润和收益,吸引眼球,扩大销售量,经常会刊登一些暴力、色情、侮辱诽谤等不良信息,对读者和他人带来十分恶劣的消极影响。

除此之外,报纸的更新速度需要以“天”或者“月”来计算,采编、印刷等流程烦琐而复杂,极大地影响报纸发布信息的速度,并且报纸发行范围只能在当地一定区域。因此,与新媒体相比,报纸媒体已不能满足人们对于信息的需求,而且由于报纸传递信息的时效性和丰富性完全落后于新媒体,发行的数量和范围也无法与新媒体相提并论,导致报纸媒体如今正处于没落的状态。

2) 广播媒体。广播媒体是在第二次工业革命之后科技发明的产物,随着电话和留声机的发明,电缆的制造铺设,使得声音远距离传输成为可能。但广播媒体也具有十分明显的缺陷,即声音传播稍纵即逝,不易保存,易受到干扰,保真性差,并且广播媒体传播信息需要铺设电缆,成本较高,与后来的电视相比,广播只能传播声音,无法传播图像,传播形式单一。

3) 电视媒体。电视利用了人眼的视觉残留效应,让一帧帧渐变的静止图像,形成视觉上的活动图像。虽然电视结合了声音、图像、文字等多种媒介形式传递信息和内容,但无法与网络媒体相比,一方面,电视媒体的节目内容和种类十分有限,仍然需要漫长而烦琐的制作周期;另一方面,对于受众来说,电视媒体仍然是被动地接受信息,无法与他人进行交流和互动,并且电视频道也受到地域的限制,如目前只能收到国内主要的电视节目频道,而且电视媒体和广播媒体一样,也是单向线性的传播方式,无法保存。

(2) 新媒体。在探讨传统媒体与新媒体传播方式和特点的不同之后,不难发现,新旧媒体虽然出现的时间有先后差别,技术层面也有高低差别,但对于新媒体的研究,强调的是带给人们一种理念的革新。因此,除了从技术层面研究新旧媒体的区别之外,还可以从人类的社会活动和行为习惯等方面,将新媒体具体划分为以下三种形式。

1) 网络媒体。20世纪60年代,人们为了处理复杂、庞大的数字,

开始研究一种数字处理工具，即计算机的前身。20 世纪 90 年代，互联网技术的发现和应用，使基于计算机技术的网络媒体真正开始在全球范围内流行开来。自从进入新世纪以来，互联网技术发展日新月异，并逐渐成为继报纸、广播、电视之后，传播形态的主流工具。虽然互联网诞生的时间早，但仍然把其称为“新媒体”，主要还是因为网络媒体给人们的生活方式带来与其他媒体无法比拟的社会变革。

对新媒体特征的研究和归纳，实质上也是对互联网传播特点的归纳和总结。新媒体的产生和发展是建立在互联网技术基础之上的，目前对人们社会交往、信息获取、休闲娱乐影响较大的新媒体形态和工具包括各种搜索引擎、电子邮箱、论坛、社交平台、网络广播和视频等，其中影响范围最大的当属社交工具——QQ、微信和微博。

在远古时代，人们通过群居生活抵御自然灾害和野兽的伤害，聚居生活成为人类社会主要的生活状态，伴随而来是社会交往和交流日益密切和加深。作为社会群体的一员，绝大部分人都渴望交流，但由于地域环境的分割，人与人之间的距离十分遥远，因此，社交工具成为人们极易热衷和喜爱的工具。

从 1999 年的 QQ 到 2009 年的微博，直至如今的微信，每一次社交工具的诞生和变革，都给人类的生产生活方式带来翻天覆地的变化。从社交工具的内容上看，这三种传播工具都是可以实现人与人之间即时聊天，发布文字、图片、视频，并具有转发、评论和分享等功能的社交平台。随着社交平台人数的逐渐增加，各种信息的汇集，逐渐构筑起一种文化场所，其影响和辐射范围正广泛地影响到生活的方方面面。

2) 智能手机媒体。随着计算机软硬件集成化程度越来越高和智能手机的研发，网络技术与手机终端的融合性越来越高。使得手机从原先的即时通讯工具逐渐发展成为现如今的微型计算机，凡是计算机终端所能解决的问题，手机移动终端也都能够解决，并且手机移动终端所具有的便捷性、移动性、功能性等特点，终端甚至都无法企及。从智能手机的功能上看，传统手机只具有即时通话、短信发送等基本功能属性，现阶段则已经具有上网、浏览网页、玩游戏、看视频、聊天、听音乐等多种功能集于一体的综合属性。从智能手机的传播特点上看，毋庸置疑，手机已经完全具有数字化、交互性、互联化、非线性化等新媒体基本特征。自移动通信技术从 2G 发展到如今的 4G，再到已经开始试运营的 5G，智能手机改变的不仅是手机的性能，而且飞快地提高了手机上网速度，满足了人们日常工作、生活、学习的需要，并且手机集合了文字、声音、图像、视频等多种媒体处理方式，以及所具有的移动性、便捷性、场景化等特征，使手机上

网人数已超过计算机终端。

如今,智能手机移动终端已经成为第三次科技革命的“风口”,它不仅给人们生活带来很多改变,如手机移动支付手段的广泛运用,使得人们的支付方式更加便利。互联网行业认为,智能手机已经成为继报纸、广播、电视和互联网之后,社会未来发展主流的新媒体。智能手机的普及,也带动了更多的互联网就业机会,例如各种手机 APP 的开发,内容付费模式的推行,无不给互联网企业创造出巨大的经济效益。

3) 数字电视媒体。数字电视 (Digital Television),是指从节目摄制、编辑、存储、发射、传输到信号的接收、处理、显示等全过程完全数字化的系统。数字电视媒体是在传统卫星电视媒体的基础上发展而来,结合数字技术之后,电视媒体被注入了新的活力,受到了广大用户的欢迎。它不仅电视节目种类极大地丰富,而且电视节目信号更加稳定,还可以与互联网相连,直接利用海量的云计算平台,搜索用户所感兴趣的节目内容。与此同时,用户还可以使用订阅、回看、下载、录播等多种方式,满足了受众的个性化需求,提高了用户与机器之间的交互性。

除了上文所提到的新媒体之外,在科技的推动下,还涌现出一些与传统媒体形式不同,但又不属于新媒体范畴的媒介形式,如在公共交通工具上和电梯里的移动电视视频、楼宇电视视频、巨型 LED 显示屏等形式。虽然这些媒体形式与传统媒体相比,是一种极大的创新和发展,但其特征与新媒体又有所不同,从这些新的媒介形式的特点上来看,只是电视媒体的一种延伸,缺乏交互性,不属于本书所论述的新媒体范围,因此,本书将不加以详解。

2. 传播手段比较

(1) 从传播机制来看。首先,传统媒体传播信息最大的特点是一种单向直线的传播方式,即通过纸质或电缆,将信息印刷或输送至用户终端,用户首先不能选择自己所感兴趣的内容,因为这些信息在传递至受众手中之前,是需要经过媒体从业人员的筛选,而媒体从业人员在筛选信息的过程中,是带有一定的主观能动性和意识形态,并且由于传统媒体所能承载的信息容量十分有限,所以传统媒体无法满足人们日益增长对于文化和信息的需求。从传播学角度来说,这个过程称为“议程设置”或者“把关人”。其次,正是由于传统媒体是一种单向直线传统,这也造成传统媒体与新媒体具有显著区别的特点,即缺乏反馈机制。无论是报纸媒体、广播媒体,还是电视媒体,信息内容一旦输送至用户,便无法撤销和收回,而且由于用户是一个个具有独立思想的完整个体,从心理学的角度来说,人

类作为一种高级生物,尤其在经过科学系统的知识文化学习之后,他们的头脑中会具有系统的知识体系和结构,并产生思维能力,即一种对客观事物评价和表达意见的思维能力。因此,在传统媒体时代,受众接收完信息之后,虽然具有表达和反馈的动机,但是由于反馈机制较为烦琐,并难以实现,使得受众的表达需求一直得不到满足。

在新媒体时代,用户可以自由充分地表达自己的想法和观点,而且由于网络传播的特点,它可以使用户信息的传播呈现出病毒式的蔓延和发散式的传播,即由一个人,在网络空间中向四面八方传递信息。这也给高校教育管理者带来一种启示,在新媒体时代,任何信息和内容是无法隐藏和掩盖的,当在大学生日常管理工作的过程中出现问题时,首先应该主动地去解决问题,疏导问题,而不是压制问题,另外,高校教育管理者可以借助新媒体工具,在业余时间里,以一种朋友的身份,主动地与大学生群体进行交流,了解大学生的思想状态,解答大学生生活过程中的各种难题和困扰,从而起到引导和缓解的作用。

(2) 从传播环节来看。传统媒体除了传播方式与新媒体截然不同之外,在传递信息方面还具有明显的劣势,如传统媒体的传播环节十分复杂和烦琐,导致了信息传播存在一定的滞后性和延迟性。以报纸媒体为例,一份普通报纸的发行,需要经过记者的采访、编写、审核、排版、印刷、运输等一系列过程,通常是今天的新闻,明天才能见报,当然也不排除一些记者现场报道和突发新闻,广播媒体和电视媒体同样也是如此。

从新闻学的角度来说,新闻信息最大的特点是追求时效性。在新媒体时代,微博、微信的广泛使用使得人人都是“信息源”,往往社会中发生的许多新闻事件和重大信息都是从这些社交网络平台中率先出现,这就对传统媒体带来了巨大的挑战,由于传统媒体的时效性较弱,从而降低了传统媒体的竞争力。除此之外,由于许多网友对某个新闻事件的关注和讨论,引发网络讨论的热潮,形成舆论场所,间接地左右了现实社会中事件发生的方向。

(3) 从传播准入门槛来看。传统媒体虽然是一种大众传播载体,但其匿名性极其薄弱,只要出现任何违背道德标准、社会主义价值观、破坏民族团结、煽动性的言论都会被直接消除,并且公众可以轻易调查出利用传统媒体发布信息的个人信息。但在新媒体环境中,网络平台具有的虚拟性特征,使新媒体相对于传统媒体来说,可以发表任何信息,由于不同的用户只需要一个虚拟的账号ID,社会普通大众没有专业的技术手段进行调查,就无法知晓这个虚拟账号背后发布信息者的真实身份。这就导致了网络生态环境的“乌烟瘴气”,存在一些不符合社会主义价值观的言论。