

普通高等教育“十二五”规划教材

丛书主编 石长顺
丛书副主编 郭可 支庭荣



全国高校网络与新媒体专业规划教材

新媒体概论

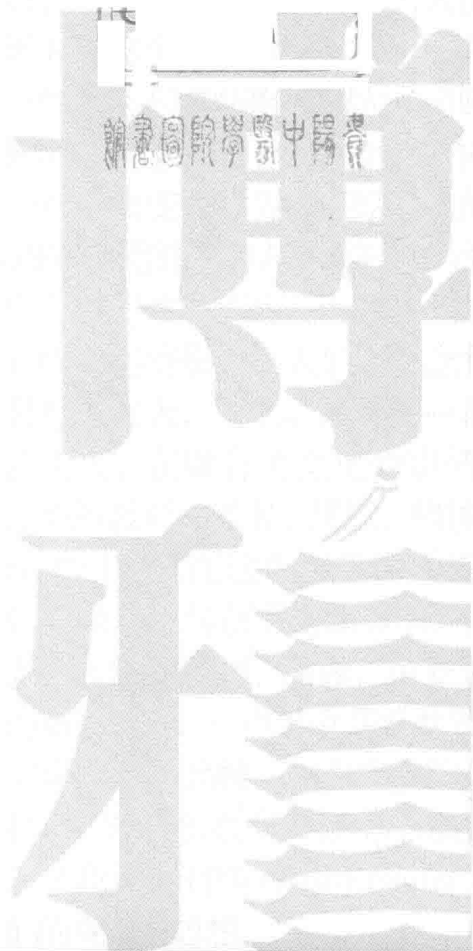
尹章池 等编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



全国高校网络与新媒体专业规划教材



丛书主编 石长顺
丛书副主编 郭可 支庭荣

新媒体概论

尹章池 等编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

del54/08

图书在版编目(CIP)数据

新媒体概论 / 尹章池等编著. —北京: 北京大学出版社, 2017.5

(全国高校网络与新媒体专业规划教材)

ISBN 978-7-301-28150-5

I. ①新… II. ①尹… III. ①传播媒介—高等学校—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 043400 号

- | | |
|-------|---|
| 书 名 | 新媒体概论
Xinmeiti Gailun |
| 著作责任者 | 尹章池 等编著 |
| 策划编辑 | 李淑方 |
| 责任编辑 | 李淑方 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28150-5 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | zyl@pup.pku.edu.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62767857 |
| 印 刷 者 | 三河市北燕印装有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| 定 价 | 787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 18 印张 400 千字
2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷
45.00 元 |

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

总 序

国家教育部在 2012 年公布的本科专业目录中,首次在新闻传播学学科中列入特设专业“网络与新媒体”,这是自 1998 年以来为适应社会发展需要,该学科新增的两个专业(其中包括数字出版专业)之一。实际上,早在 1998 年,华中科技大学就面对互联网新媒体的迅速崛起和新闻传播业界对网络新媒体人才的急迫需求,率先在全国开办了网络新闻专业(方向)。当时,该校新闻与信息传播学院在新闻学本科专业中采取“2+2”方式,开办了一个网络新闻专业(方向)班,即面向华中科技大学理工科招考二年级学生,然后在新闻学院继续学习两年新闻学专业课程。首届学生毕业时受到了业界的特别青睐,并成为新华社等媒体报道的新闻。

2013 年,在教育部新颁布《普通高等学校本科专业目录(2012)》之后,全国首次有 28 所高校申办了“网络与新媒体”专业并获得教育部批准,继而开始正式对外招生。招生学校涵盖“985”高校、“211”高校和省属高校、独立学院四个层次。这 28 所高校的网络与新媒体专业,不包括同期批复的 45 个相关专业“数字媒体艺术”和此前全国高校业已存在的 31 个基本偏向网络新闻方向的传播学专业。2014 年,教育部又公布了第二批确定的普通高等学校“网络与新媒体”专业,计有 20 所高校。

过去的一年正是现代互联网诞生 30 周年的年份。30 年的发展,网络与新媒体已成为当代人们生活的一部分,并逐渐走向 21 世纪的商业和文化中心。数字化媒体不但改变了世界,改变了人们的通信手段和习惯,也改变了媒介传播生态,推动着基于网络与新媒体的新闻传播学教育改革与发展,成为当代社会与高等教育研究的重要领域。尼葛洛庞蒂于《数字化生存》一书中提出的“数字化将决定我们的生存”的著名预言(1995 年),在网络与新媒体的快速发展中得到应验。

据中国互联网络信息中心(2014 年 7 月)在京发布的第 34 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2014 年 6 月,我国网民规模达 6.32 亿,互联网普及率为 46.9%(见图 1),与 10 年前的 8700 万网民^①规模相比,增长了近 7.3 倍,成为中国互联网发展的一大亮点。

^① 2004 年 7 月 20 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布的“第十四次中国互联网络发展状况统计报告”。

网络与新媒体技术正处在一个不断变化的流动状态,其低门槛的进入使人与人之间的交往变得更为便捷,世界已从“地球村”走向了“小木屋”,时空概念的消解正在打破国家与跨地域之间的界限。加上我国手机网民数量持续增长,手机网民规模目前首次超越传统 PC 网民规模,达到 5.27 亿用户,网民中使用手机上网的人群比例也由 2013 年的 81.0% 提升至 83.4%,这是否标志着移动互联网时代的到来,让“人人都是记者”成为现实呢?

网络与新媒体的发展重新定义了新媒体形态。新媒体作为一个相对的概念,已从早期的广播与电视转向互联网。随着数字技术的发展,新媒体更新的速度与形态的变化时间越来越短(见图 2)。当代新媒体的内涵与外延已从单一的互联网发展到网络广播电视、手机电视、博客、微信、互联网电视等。在网络环境下,一种新的媒体格局正在出现。



来源: CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 1 中国互联网发展规模图

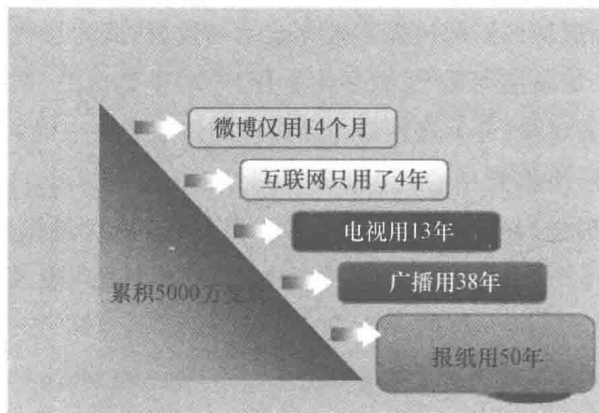


图 2 各类媒体形成“规模”的标志时间

基于网络与新媒体的全媒体转型也正在迅速推行,并在四个方面改变着新闻业,即改变着新闻内容、改变着记者的工作方式、改变着新闻编辑室和新闻业的结构、改变着新闻机构与公众和政府之间的关系。^①相应地也改变着新闻和大众传播教育,包括新闻和大众传播教育的结构、教育者的工作方式和新闻传播学专业讲授的内容。

为使新设的“网络与新媒体”专业从一开始就走向规范化、科学化的发展建设之路,加强和完善课程体系建设,探索新专业人才培养模式,促进学界之间的教学交流,共同推进“网络与新媒体”专业教育,由华中科技大学广播电视与新媒体研究院及华中科技大学武昌分校主办,北京大学出版社承办的“全国高校网络与新媒体专业学科建设”研讨会,于2013年5月25—26日在华中科技大学举办。参加会议的70多名高校代表就议题“网络与新媒体”专业培养模式、“网络与新媒体”专业主干课程体系等展开了研讨,通过全国高校之间的学习对话,在网络与新媒体专业主干课和专业选修课的设置方面初步达成一致意见,形成了“网络与新媒体”专业新建课程体系。

“网络与新媒体”主干课程共14门:网络与新媒体(传播)概论、网络与新媒体发展史、网络与新媒体研究方法、网络与新媒体技术、网页设计与制作、网络与新媒体编辑、全媒体新闻采写、视听新媒体节目制作教程、融合新闻学、网络与新媒体运营与管理、网络与新媒体用户分析、网络与新媒体广告策划、网络法规与伦理、新媒体与社会。

选修课程初定8门:西方网络与新媒体理论、网络与新媒体舆情监测、网络与新媒体经典案例、网络与新媒体文学、动画设计、数字出版、数据新闻挖掘与报道、网络媒介数据分析与应用。

这些课程的设计是基于全国28所高校“网络与新媒体”新专业申报目录、网络与新媒体专业的社会调查,以及长期相关教学研究的经验讨论而形成的,也算是这次首届会议的一大收获。新专业建设应教材先行,因此,在这次会议上应各高校的要求,组建了全国高校“网络与新媒体”专业“十二五”规划教材编辑委员会,全国参会的26所高校中有50多位学者申报参编教材。在北京大学出版社及李淑方编辑的大力支持下,经过个人申报、会议集体审议,初步确立了30种教材编写计划,并现场与北京大学出版社签订了教材编写合同,

^① [美]约翰·V.帕夫利克.新闻业与新媒体[M].张军芳,译.北京:新华出版社,2005:5.

这套网络与新媒体专业“十二五”规划系列教材,计划近三年内完成。出版教材包括:

《网络与新媒体概论》《西方网络与新媒体理论》《新媒体研究方法》《融合新闻学》《网页设计与制作》《全媒体新闻采写》《网络与新媒体编辑》《网络与新媒体评论》《新媒体视听节目制作》《网络与新媒体技术应用》《网络与新媒体经营》《网络与新媒体广告》《网络与新媒体用户分析》《网络法规与伦理》《新媒体与社会》《新媒体概论》《数字媒体导论》《数字出版导论》《网络与新媒体游戏导论》《网络媒体实务》《网络舆情监测与分析》《网络与新媒体经典案例评析》《网络媒介数据分析与应用》《网络播音主持》《网络与新媒体文学》《网络与新媒体营销传播》《网络与新媒体实验教学》《网络文化教程》《全媒体动画设计赏析》《突发新闻报道》《文化产业概论》。

这套教材是我国高校新闻教育工作者探索“网络与新媒体”专业建设规范化的初步尝试,它将在网络与新媒体的高等教育中不断创新实践,不断修订完善。希望广大师生、学者、业界人士不吝赐教,以便这套教材更加符合网络与新媒体的发展规律和教学改革理念。

石长顺

2014年7月

(作者系华中科技大学广播电视与新媒体研究院院长、教授)

前 言

“新媒体”是相对报纸、杂志、广播、电视等传统媒体而言的媒体统称。它是指利用数字技术、网络技术,通过互联网、宽带局域网、无线通信网和卫星等渠道,以电视、电脑和手机为终端,向用户(即受众)提供视频、音频、语音数据服务、远程教育等交互式信息和娱乐服务,以此获取经济利益的一种传播形式。

从内容上来讲,新媒体既可以传播文字,也可以传播声音和图像;从过程上来讲,新媒体既可以通过流媒体方式进行线性传播,也可以通过存储、读取方式进行非线性传播。这样,原有的以材质、样式、符号系统等物理形态对媒介所进行的分类和定义已经不再适用,“媒介”这个概念的外延已经大大扩展。

一般来说,新媒体有两个明显特征:一个是可以承载传统媒体能承载的各种形式,如文字、图形、视频、音频等,另一方面是与受众具有互动性。新媒体正在对我们的媒体环境、文化环境乃至经济和社会环境产生影响。我们生活在新媒体生态中。

新媒体技术推动了当代媒体产业结构的深刻调整,新媒体产业将引领媒体产业潮流,新媒体产业在媒体产业中的比重迅速上升,部分传统的媒体行业将逐步衰微,适应市场需求的媒体行业将继续保持活力,文化创意和内容资源将成为媒体产业核心竞争力。

新媒体改变了我们的生活,拉近了我们的距离,加快了生活节奏,我们一刻也离不开它。

新媒体催生了新的经济形态,依托新媒体平台的企业如雨后春笋般产生,并展示其独具魅力的经营风采,哪怕只是昙花一现。

新媒体使得媒体人面临转型、甚至被遗弃的挑战。因此,人们不得不对新闻学与传播学教育进行重新思考,比如探索网络与新媒体专业的架构与发展。

网络与新媒体专业于2011年首次招生,它致力于培养能掌握网络与新媒体信息传播的理论知识与实践技能,能熟练运用网络与新媒体进行信息采写、策划、传播,兼具新媒体组织运营和管理能力,拥有宽广的国际视野和进取的创新精神的复合型、应用型传媒人才。“新媒体概论”课程就是这个专业的核心基础课,加强其教材建设尤为必要。尽管国内已经有若干版本,但是,对于日新月异的新媒体传播和专业建设来说,这些版本又显得偏少或滞后。

本教材是编著者在 2012 年以来主讲该课程的教案、讲稿和主持相关研究项目课题成果基础上撰写、修订而成。尹章池教授负责制订本教材的体系结构、内容框架、撰写纲要和编写体例,组织全书材料和数据的收集与甄别、文字统稿和定稿。研究生参与了各章的具体编写:陈蓉编写第一章、第五章;叶子编写第二章、第三章;管晶编写第四章;刘依编写第六章、第八章;钟其英编写第七章;白冰莹编写第九章。

编著者
2016.12

目 录

第一章 新媒体的起源与发展	1
第一节 新媒体起源	1
一、众说纷纭的“新媒体”	1
二、全方位认识“新媒体”	2
第二节 新媒体的特征	5
一、即时性与交互性	6
二、个性化与分众化	7
三、数字化、多媒体化与虚拟化	7
四、全球化与跨媒体化	9
第三节 新媒体的演变与发展历程	10
一、新媒体产生的动因	11
二、新媒体的发展历程	13
第四节 新媒体的发展趋势	22
一、媒介融合	22
二、平台开放	23
三、产业变革	24
第五节 新媒体产生的影响	25
一、生活方式的改变	25
二、意识形态的渗透	30
三、经济增长方式的转换	31
第二章 网络媒体	33
第一节 门户网站	33
一、门户网站的概念界定	33
二、门户网站的特征	34
三、门户网站的类别	35
四、中国门户网站的发展历程	36
五、中国门户网站的未来走向	37

第二节 搜索引擎	38
一、搜索引擎的定义	38
二、搜索引擎的发展历程	38
三、搜索引擎的分类	39
四、知名搜索引擎	40
五、搜索引擎的未来发展	41
第三节 网络视频	43
一、网络视频的定义	43
二、网络视频的特点	44
三、网络视频的传播学文化特征	45
四、中国网络视频的发展现状及其面临的问题	46
五、网络微视频发展现状	47
第四节 网络出版	49
一、网络出版的概念	49
二、网络出版的特点	49
三、国内外网络出版的模式比较	50
四、网络出版的现状	51
五、云出版	53
第五节 网络游戏	55
一、网络游戏的概念界定	55
二、国外游戏市场的发展现状	56
三、中国网络游戏的发展现状及存在的问题	56
第三章 移动媒体	60
第一节 手机媒体	60
一、手机媒体的概念界定	60
二、手机媒体的特征	60
三、手机出版	62
第二节 平板媒体	67
一、平板电脑的发展	67
二、iPad 对纸媒的影响	68
三、纸媒入驻 iPad——社会化阅读平台的新变化	69
第三节 移动车载媒体	73
一、移动电视的概念	73
二、交通移动媒体的类型	73

三、车载移动电视存在的问题	74
四、车载移动电视的前景展望	76
第四节 移动互联网时代的新现象、新趋势	76
一、移动互联网的概念	76
二、移动互联网的属性特征	77
三、中国移动互联网用户行为分析	78
四、移动互联网时代的新现象	79
五、移动互联网时代的新趋势	81
第四章 “圈子”社交媒体	85
第一节 社交媒体	85
一、什么是社交媒体	85
二、社交媒体分类	86
三、社交媒体的发展阶段	88
第二节 网络圈子	88
一、“圈子”的产生	88
二、网络圈子	89
第三节 网络社区	90
一、网络社区的概念	90
二、网络社区的特点	91
三、网络社区分类	91
第四节 博客与微博	102
一、博客简介	102
二、微博简介	103
第五节 即时通信	107
一、何为即时通信	107
二、即时通信分类	108
三、即时通信工具	108
第五章 新媒体传播	113
第一节 新媒体新闻	113
一、新媒体新闻的定义及特点	113
二、新媒体新闻的传播模式的特点	116
三、新媒体新闻的发展趋势	118

第二节 新媒体舆论	120
一、舆论和新媒体舆论	120
二、新媒体语境下舆论的特点	121
三、网络舆论的形成过程	123
四、新媒体舆论的引导策略	126
第三节 新媒体文化	128
一、新媒体文化的定义	129
二、新媒体文化的特点	129
三、新媒体文化发展的条件	133
四、新媒体文化的作用	134
五、新媒体文化的引导	136
第四节 网络谣言	137
一、网络谣言的内涵	137
二、网络谣言的形成	138
三、网络谣言的传播模式	138
四、网络谣言中新媒体的双重角色	138
五、网络谣言的控制策略	139
第五节 网络反腐	141
一、诉诸网络:正在兴起的反腐模式	141
二、网络反腐的动因	143
三、网络反腐的弊端与局限性	144
四、保障与规制:网络反腐的制度管理创新	146
第六章 新媒体创意	150
第一节 新媒体内容创新	150
一、新媒体内容创新面临的机遇	150
二、新媒体内容创新应对的挑战	156
第二节 新媒体语言艺术	159
一、新媒体时代的媒体语言特性	159
二、新媒体时代的语言需求	161
三、对当前媒体语言的思考	161
第三节 新媒体运营	162
一、新媒体项目定位	163
二、新媒体运营	163
三、新媒体推广渠道	166

四、数据分析	170
第七章 新媒体制作	174
第一节 数字媒体技术概述	174
一、数字媒体技术发展史及定义	174
二、数字媒体技术分类	178
三、数字媒体技术与传统展示的区别	181
第二节 数字音频、图像处理	182
一、数字音频	182
二、数字图像处理	186
第三节 动画与网络游戏	195
一、数字动画、游戏概述	195
二、数字动画、游戏的制作	201
第四节 数字影视剪辑、特效	205
一、数字影视剪辑、特效概述	205
二、数字影视剪辑、特效处理	209
第八章 新媒体产业	216
第一节 新媒体的产业化	216
一、新媒体产业的概念	216
二、新媒体产业的经济特征	218
三、新媒体产业的发展历程	222
第二节 新媒体产业链、价值链	227
一、产业链的构成	227
二、新媒体相关行业的产业链	229
三、对当前新媒体产业链的思考	230
第三节 新媒体产业政策	232
一、美国的新媒体政策	232
二、欧洲的新媒体产业政策	233
三、日本的新媒体产业政策	234
四、中国的新媒体政策	235
第四节 新媒体商业运作模式	236
一、新媒体的商业模式	236
二、中国新媒体未来商业模式的构建	241
三、新媒体商业模式的发展趋势	241

第九章 新媒体版权	245
第一节 新媒体版权的发展现状	245
一、中国新媒体版权保护发展	245
二、新媒体侵权盗版的特点	246
三、新媒体版权面临的困境	247
第二节 避风港原则与红旗原则	249
一、避风港原则	250
二、红旗原则	250
三、避风港原则与红旗原则的争议与平衡	251
第三节 数字版权保护的应用	253
一、音乐的数字版权保护	253
二、数字视频的版权保护	254
三、电子书的版权保护	255
第四节 信息网络传播权与版权保护	257
一、新媒体时代下版权保护的新形势	257
二、合理使用与侵权	258
三、国外对于合理使用与侵权的处理方式	259
四、中国对合理使用规定的完善	260
五、新媒体产业的版权保护	263

第一章 新媒体的起源与发展

学习目的

1. 通过对新媒体基本概念的学习,掌握新媒体的相关定义和特点。
2. 通过学习新媒体的发展历程,了解各大新媒体的特点和优势。
3. 了解新媒体的发展趋势,预测新媒体的未来前景。
4. 通过对新媒体知识的掌握,认识新媒体对生活的重要性。

第一节 新媒体起源

网络技术、数字技术、移动通信技术的发展,为新媒体的产生和发展营造了良好的环境。自新媒体诞生以来,其发展的速度和规模就出乎所有人的预料,尤其是其对报纸、广播、电视等传统媒体的生存形成了严峻的挑战。当前,新媒体正以不可阻挡的势头,迅速渗透到人类社会的政治、经济、思想、文化等诸多领域,不仅改变了社会的传播形态,也影响着人们的生活方式和思维方式。由此,新媒体也成为新闻学、传播学等诸多领域的研究热点。本章通过介绍新媒体的定义、特征及发展起源、趋势,试图提供一个较为直观且全面的介绍。

一、众说纷纭的“新媒体”

“新媒体”这一概念可追溯到 20 世纪中后期。1967 年,美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长 P. 高尔德马克(P. Goldmark)发表了一份关于开发电子录像(EVR)商品的计划书,他在该计划书中将“电子录像”称作“new media”(新媒体),由此诞生“新媒体”的概念。1969 年,美国传播政策总统特别委员会 E. 罗斯托(E. Rostow),在向尼克松总统提交的报告书(简称“罗斯托报告”)中,也多处使用“new media”一词以及有关的概念。随后,新媒体一词在美国广泛流传。20 世纪 70 年代末至 20 世纪 80 年代,学术界、科技界、新闻界经常讨论有关“新媒体”的话题。不同的专家、学者对“新媒体”的定义,众说纷纭。目前,国内外比较具有代表性的观点主要有以下几种。

美国《连线》杂志将新媒体定义为“所有人对所有人的传播”。强调新媒体

的互动性——传播者即是互动者。

国内清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授认为,所谓新传媒,或称数字媒体、网络媒体,是建立在计算机信息处理技术和互联网基础之上,发挥传播功能的媒介总和。强调新媒体的技术性,即传播渠道的变化。

上海戏剧学院新媒体领域的陈永东副教授表示,新媒体是相对于传统媒体而言的媒体及各种应用形式,目前主要有互联网媒体、掌上媒体、数字互动媒体、车载移动媒体、户外媒体及新媒体艺术等。主要强调新媒体的形式,未做本质定义。

上述定义主要根据新媒体的传播对象、方式、形式上的特征,对新媒体进行界定。但随着数字和网络信息技术的发展,新媒体的内涵和外延也在不断变化,因此,其定义也应视实际情况不断进行调整。

二、全方位认识“新媒体”

由于新媒体是一个随着时间和技术不断革新的概念,且目前对其已有很多的界定,所以要厘清什么是新媒体,还得从“百家之言”入手。通过认识“新”和“旧”媒体的划分,深刻认识新媒体与旧媒体的区别,对其进行全方位的了解。

(一) 认识新媒体定义的各种“论”

为了弄清楚“什么是新媒体”“哪些是新媒体”,央视的资深媒体人杨继红曾对新媒体的定义做过调研,并在其著作《谁是新媒体》中对当前的各类定义进行了梳理分类,将其分为“传承论”“相对论”“凡数字论”“互联论”“媒体定义回归论”“规模论”“多维论”及“一言难尽论”。

“传承论”从媒体发展传承的演进过程出发,将新媒体的定义置于整个人类社会的媒体发展进程中,认为新媒体是基于传统媒体发展起来的新的媒介形式。

“相对论”将新媒体视为媒体演进发展的延续,即是一个相对的概念,比传统媒体“新”的就是新媒体,因而新媒体往往兼备多种媒体的特征和特长。

“凡数字论”是狭义上的定义,认为凡是基于数字技术在传媒领域运用而产生的新媒体形态就是新媒体。

“互联论”从新媒体的互联性特点出发,认为新媒体是在互联网基础上实现多对多或点对点传播的、具有与用户互动等交互功能的媒体形式。在这个互联网的平台,人人都是传播的主体,并且能够自由互动。

“媒体定义回归论”从媒介自身出发对新媒体做出界定,认为“媒体”应该泛指从事大众传播的机构,因而新媒体应该被定义为新的大众传播机构。

“规模论”是在“媒介定义回归论”的基础上产生的。“媒介定义回归论”强