

# 网络传播概论

大学新闻专业网络传播教材

杜骏飞 主编

修订二版

福建人民出版社

# 网络传播概论

大学新闻专业网络传播教材

主 编：杜骏飞

副主编：李永刚 巢乃鹏

编写者（按姓氏拼音字母为序）：

巢乃鹏 戴永明 董天策 窦奕虹

杜骏飞 方志鑫 胡翼青 李永刚

李永刚 刘惠芬 卢晓飞 秦州

孙 樱 王 蕾 夏文蓉 叶明幸

张咏华 周海燕

江苏工业学院图书馆  
藏书章

福建人民出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

网络传播概论/杜骏飞主编. —2版. —福州:福建  
人民出版社,2004.4(2005.10重印)  
大学新闻专业网络传播教材  
ISBN 7-211-04729-1

I. 网... II. 杜... III. 计算机网络—传播媒介—  
高等学校—教材 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 031453 号

大学新闻专业网络传播教材  
**网络传播概论**

WANGLUO CHUANBO GAILUN

杜骏飞 主编

\*

福建人民出版社出版发行

(福州市东水路 76 号 邮编:350001)

闽侯县青圃印刷厂印刷

(闽侯县青口镇青圃新桥外 54 号 邮编:350119)

开本 730 毫米×990 毫米 1/16 26 印张 2 插页 452 千字

2004 年 4 月第 2 版

2005 年 10 月第 3 次印刷

印数:4001—7000

ISBN 7—211—04729—1

G·3010 定价:34.30 元

本书如有印装质量问题,影响阅读,请直接向承印厂调换。

## “大学新闻专业网络传播教材”编辑委员会

主任：俞金树

委员：（按姓氏拼音字母为序）

巢乃鹏 戴永明 董天策 杜骏飞 蒋晓丽 李永刚

李卓钧 刘亚忠 黄星民 黄须友 马广斌 秦州

史霄鸿 唐维红 魏芳 叶琼丰 郑行栋

策划：杜骏飞 刘亚忠 黄星民

## 编写说明

今天,网络已作为一种全新的媒介登上了历史舞台。它正在迅速地影响和改变着我们的生存环境和生存方式,无疑,也深刻地改变着新闻传播业,以及与之息息相关的新闻传播教育。

20世纪以来的一百年是传播新技术发展最为迅速的一百年,面对传播新技术的新挑战,我国新闻传播教育也不断做出回应。20世纪上半叶,有了以报学为核心的新闻学;20世纪下半叶,形成涵盖报学、广播电视学和广告学三个专业的新闻传播学。今天,我们面临网络的挑战,又该如何回应呢?

为了寻找这个问题的答案,2001年冬,福建人民出版社组织南京大学、武汉大学、浙江大学、暨南大学、四川大学、厦门大学等南方六所重点高校网络传播教学方面的部分教师汇聚福州,展开了热烈而认真的讨论。最后,大家一致认为进行和完善网络传播教学是回应这一挑战的重要而实用的一项举措。

网络传播教学在今天新闻传播教学中占有非常重要的地位。网络在本质上是媒介,它对社会的冲击首先是对传播业的冲击。处于新闻传播与教育传播交叉点上的新闻传播教育,更是首当其冲。网络给新闻传播教育带来了崭新的教学方法,使学习内容和学习方式发生了重大变化。印刷机奠定的近代教育体系,正经历着一场深刻的变革。尤其重要的是,网络不仅延伸了人类传播的时间与空间,还可能改变许多传统的传播理念,变革报刊、广播与电视等传统传播媒体。了解和应对这些变化是未来传播学者所要肩负的重任。因此,培养具备网络传播知识背景和基本技能的传播人才是当务之急。

网络传播教学的重要性将随着时代的发展越来越突出。然而,开展网络传播教学,困难却不小。其中,一个最主要的原因就是缺少好的教材。网络呼啸而至,来得太快了,令人措手不及;网络日新月异,变化太快了,使人目不暇接。在这样的形势下,部分已有的教材要么在观念上已经有所滞后,要么在题材上已经出现明显的局限。因此,六大高校的学者们决心群策群力,迎难而上,编写出一套较为科学而系统的“大学新闻专业网络传播教材”。这一消息传开,清华大学、上海交通大学、上海外国语学院相关方面的教师纷纷加盟,教材编写队伍不断壮大。

在所有媒体当中网络出现的时间最短,学界的研究还较为零散。各校联袂协作的方式正好可以弥补这一缺陷,并且可以保证质量,提高编写水平。众人拾柴,

火势必高,通过协作我们把分散的力量集中起来,在形式上采取统一的体例,在内容上汇集精英思想,把整套教材整合成一个科学的知识系统,从而有效地提高教材的整体水平。

这套教材由网络传播基础与网络传播业务两大方面组成。其中,网络传播基础方面包括网络传播史与网络传播理论。网络传播史的编写,是在电子媒介发展的历史背景下阐述网络的历史,探究其发展规律,分析其发展趋势。网络传播理论,则研究网络传播在计算机科学、人文社会科学视野中的基本理论问题,加深学生对网络现象的理性认识,使他们能从理论的高度上来把握网络时代。网络传播业务方面包括了对网络传播过程中各个业务环节、业务领域基本技能的阐释。从新闻采写,到视音频技术,到网络广告和网站管理,一系列实务化教学内容的导入,可以为学生今后从事新闻事业打下坚实基础。

由于经过了周详的协调与规划,这套“大学新闻专业网络传播教材”既具有系统性的特点,可以集中起来使用,作为网络传播专业的成套教材;每本又具有相对的独立性,可以分散开来使用,作为新闻传播院系基础课程和选修课程的参考教材。再者,它还是各类新闻传播业人士重要的学习参考资料。

网络的哲学是“我变故我在”,网络传播的教材当然也要随之不断地变化。这套丛书将力争跟上网络发展的步伐,不断地推出新的版本,以满足广大读者的需求,为新闻传播事业和新闻传播教育的发展和繁荣做出应有的贡献。

## 如何使用本书(代序)

作为一部基础性的导论式教材,本书在对全球网络传播总体趋势及国内网络传播业当前发展形态作科学考察的基础上,从多学科整合分析出发,广泛借用计算机、互联网、传播学、新闻学、社会学、政治学、法学、伦理学、艺术学、文化学、信息情报学、营销学、广告学等学科视点,对网络传播的全方位的认知内涵作了力求精当的描述。为使读者能够更合理地使用本书,现将本书的编写特征和使用建议列述如下:

1. 考虑到知识系统上的复杂性,本书在内容设计上,以计算机网络传播的相关知识为经,以网络传播在诸领域的应用为纬。也就是说,对有关计算机网络传播的基础知识,一方面设有相对独立的章节;另一方面,对于其中若干知识要点的复杂或深刻的认识,是在对网络传播的诸应用领域的观照和论述中持续展开的。因此,各知识要点在各章节中是相互参照的,并且,在某些叙述段落中,还特意以“参见××章节”的方式注明了参照的方向。

2. 在各章的正文内容下,列述了“本章概念回顾”,以供学习者总摄全章知识概要,并提供可供讨论的思考题,以期实现教学相长、学以致用之目的。部分章节还以附录形式提供了供感性理解之用的相关案例和综述内容。

3. 在总体知识的叙述架构上,本教材分为五个部分:(1)绪论部分从信息时代的宏观历史和网络发展的总体规律上,阐述了解网络传播核心观念的路径,并对部分知识要点作了简明扼要的预叙。(2)第一单元属于基础知识,介绍了互联网的历史、技术原理及传播方式。(3)第二单元涉及传播学理论,探讨了网络传播的特征、信息使用方法、受众心理,以及网络传播在学理意义上对传统传播学的革新意义。(4)第三单元属于意识形态,分析了网络传播的政治、伦理和法律内涵。(5)第四单元涉及应用知识,着重介绍了网络新闻、出版、广告、文娱和社区发展的有关内容。(6)书后所附的附录给出了几个重要的参考文件。

4. 本教材基本上涵盖了当前有关网络传播理论与实践的主要内容,但不是面面俱到:(1)对于某些与本课程学习目的相去较远的应用领域(如在线金融、远程医疗等),基本未作涉及。(2)对于某些知识系统过于庞杂的应用领域(如远程教育、电子商务等)仅在绪论以及部分章节(如第八、十四、十五章)作相关性介绍和点评。(3)对于某些特别适合单独设立课程的内容(如计算机语言、网

页设计等),基本未作涉及。

5. 考虑到使用者在阅读基础、阅读目的以及各校在专业课程体系设置上可能存在的差异,我们建议:(1)当本课程属于网络新闻传播专业系列教程中的一部分时,可将本教材作为今后系列教程的导读文本使用,即在课堂上重点讲述基础理念和基础知识,对涉及今后课程的章节,以指导预习和讨论为主要学习方式。总学习用时可拟为一学期。(2)当本课程在课程体系中属于仅有的少数网络新闻传播类课程时,总学习用时拟为两学期,即第一学期学习绪论、第一单元和第二单元,第二学期学习第三单元、第四单元并作总复习。(3)当本课程属于研究生课程基础学习内容时,可将注重理论思辨的第二单元和注重前沿应用的第四单元作为主要授课内容。(4)当本课程属于业余自学者的非系统化学习内容时,可就自己感兴趣的内容与方向,设定阅读计划。

杜骏飞 (dujunfei@sina.com)

2002年8月于南京大学



## 修订说明

多院校联合编撰的《网络传播概论》自2003年5月刊行以来,反响颇多。第一版的印数大致在几个月间售罄,此后,不仅出版社的发行部门,甚至在主编者的信箱里,也充满了各类恳切索书的信函。故此,出版者考虑修订此书,俾以回应市场需求,此诚为读者之幸,而编者亦与有荣焉。

如书中所言,网络传播的学术领域至为广泛,不仅关乎新闻学、传播学、广告学等(作为一级学科的)新闻学诸学科,更与社会学、信息管理学、法学、伦理学、政治学、经济学、心理学、语言学、哲学等学科密切相关;而涉及技术领域的阐发,则计算机与网络应用亦为必备知识。由此观之,网络传播作为一个学术议题,是一个典型的学科交叉、文理兼容的领域。为此,我本人所在的南京大学在建设网络传播研究中心(<http://www.cmcrc.com.cn>)之际,即以跨学科(人文科学、社会科学、自然科学)的整合科研为终极追求和发展理念。我和参与本书编撰的同仁们都认为,网络传播可能是一个真正面向未来的学科发展方向:从读者的角度说,几乎所有专业的在校学生都应该通一点网络传播的理论知识,方可从容应对时代的挑战;从研究者的角度说,在这个充满可能、边际、未知和复杂的学术世界里,更多、更新的学术发明的出现,当在意料之中。在可见的未来,会有更多的学习者和研究者前往网络传播领域吗?我们由衷地期待着。

此次修订,除了校正几处明显的叙述上的错讹,还对与网络业界发展形势相关的篇章更新数据资料。鉴于网络传播发展的日新月异,我们可能会有更多的增补、改进计划,但限于时间,只能待再版时完成了。若读者和方家能就此有所指教,则编者感谢之至。

杜骏飞

2004年3月

## 三 印 说 明

本书自去年修订后,很快再次脱销。考虑到相关学界和业界的需求,加之一年来网络传播领域又发生了诸多巨大的变化,我们组织了对本书的再次修订,以飨读者。

此次修订工作开始时,适逢中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布“第十六次中国互联网络发展状况统计报告”,报告显示,截至2005年6月30日,我国上网用户总数首次突破1亿,为1.03亿人,与此同时,宽带用户也首次超过了拨号上网用户人数。身处世界第二网络大国,无论是作为网络传播的学者、教师还是学习者,我们都深感有义务把自己的工作做得更为称职和完善。

本次修订仍采用了以往的方法,把重点放在及时更新网络传播发展数据及补充相关的业界动态信息上。考虑到当下的发展趋向,以B2B电子商务、移动商务、宽带互联网(DSL、固定无线、3G)、网络无线电话、家电信息化、网络娱乐、交互式电视等为主要动力,网络传播正在掀起波澜壮阔的新一轮浪潮;尤其是BLOG的兴起及BLOG门户概念的出现,将给我们的网络观念和行为以重大影响,因此,我以为在不太久的将来,有必要在本书中对网络传播的理论知识系统作更进一步的整理和更新。

但是,无论是从业界发展形态的定型还是从理论发展来看,以上所说的系统改造工程都还需要一段时间,显然,该工程尚不能寄托于目前为重印而做的修订,一个合理的办法就是积极准备,俟时机成熟时再作较大的调整。

凡此,读者如有具体的意见与建议,亦请不吝赐告,来函请以电子邮件方式,寄至南京大学网络传播研究中心信箱:cmcrc@nju.edu.cn。

杜骏飞

2005年9月

目  
录

如何使用本书(代序) .....	[ 1 ]
修订说明 .....	[ 3 ]
三印说明 .....	[ 4 ]
绪 论 .....	[ 1 ]
第一节 信息时代的来临 .....	[ 2 ]
第二节 网络传播的概念与观念 .....	[ 3 ]
一、互联网的概念 .....	[ 3 ]
二、网络传播的崛起 .....	[ 5 ]
三、WWW 与互联网的意义 .....	[ 6 ]
四、互联网精神与价值方程 .....	[ 7 ]
第三节 网络传播的内容与应用 .....	[ 10 ]
一、网络作为新闻出版 .....	[ 10 ]
二、网络作为文化艺术、娱乐与教育 .....	[ 12 ]
三、网络作为广告和信息发布 .....	[ 14 ]
第一单元 .....	[ 17 ]
第一章 互联网的发展历程 .....	[ 19 ]
第一节 互联网在全球的发展 .....	[ 19 ]
一、网络技术的产生 .....	[ 19 ]
二、网络技术的发展 .....	[ 20 ]
三、网络技术的未来 .....	[ 22 ]

第二节 互联网在中国的发展 .....	[25]
一、起步阶段 .....	[25]
二、普及与应用阶段 .....	[26]
三、法规政策的发展 .....	[28]
四、发展中的不足 .....	[29]
附：推动网络传播发展的个案选介 .....	[32]
<b>第二章 网络传播的技术原理</b> .....	[35]
第一节 计算机网络 .....	[35]
一、计算机网络系统的发展 .....	[35]
二、计算机网络的分类 .....	[38]
三、计算机局域网 .....	[40]
第二节 Internet 技术 .....	[45]
一、IP 地址与子网掩码 .....	[45]
二、域名系统及 DNS 服务器 .....	[47]
三、WWW 工作原理和信息传播要素 .....	[48]
<b>第三章 网络传播的方式与功能</b> .....	[51]
第一节 网络中的人际传播 .....	[51]
一、电子邮件概述 .....	[52]
二、作为人际传播的电子邮件 .....	[53]
三、电子邮件传播的缺陷 .....	[54]
第二节 网络中的群体传播 .....	[55]
一、BBS 概述 .....	[55]
二、BBS 的传播优势与缺陷 .....	[56]
第三节 网络中的组织传播 .....	[58]
一、内联网与组织传播 .....	[58]
二、内联网的负面影响 .....	[61]
第四节 网络中的大众传播 .....	[61]
一、作为大众传播的互联网 .....	[61]
二、门户网站 .....	[62]
三、移动互联与 WAP .....	[64]

第二单元 .....	[69]
<b>第四章 网络传播的总体特征</b> .....	[71]
<b>第一节 网络传播活动的本体特征</b> .....	[71]
一、系统的开放性与全球性 .....	[71]
二、信息的广容性与集成性 .....	[73]
三、传递方式的交互性 .....	[75]
四、信息表现形式的多媒体综合性 .....	[77]
五、媒介使用的富选择性和平台性 .....	[80]
<b>第二节 网络传播活动的边际特征</b> .....	[82]
一、传受身份的双重性 .....	[82]
二、对象的小众化与个人化 .....	[84]
三、传播的去中心化 .....	[85]
四、信息结构的非线性 .....	[86]
<b>第三节 网络传播特征下的多层面影响</b> .....	[88]
一、社会层面的影响 .....	[88]
二、个人层面的影响 .....	[89]
三、媒介层面的影响 .....	[91]
<b>第五章 网络传播中的信息资源管理</b> .....	[93]
<b>第一节 网络传播中的信息资源</b> .....	[93]
一、网络信息资源的类型 .....	[93]
二、网络信息资源的特点 .....	[95]
<b>第二节 网络信息的组织与检索</b> .....	[96]
一、网络信息的组织 .....	[96]
二、网络信息的检索 .....	[99]
<b>第三节 网络信息资源的开发与利用</b> .....	[104]
一、影响开发与利用的因素 .....	[104]
二、开发与利用的措施 .....	[105]
<b>第四节 网络信息服务</b> .....	[108]
一、网络用户信息需求的特点 .....	[108]
二、我国网络信息服务的现状 .....	[109]
三、服务中的关键问题 .....	[111]



第五节 网络传播中信息的安全问题 .....	[112]
一、传播中的安全隐患 .....	[113]
二、安全保障的方式与技能 .....	[114]
<b>第六章 网络传播的受众分析 .....</b>	<b>[119]</b>
<b>第一节 大众与分众 .....</b>	<b>[120]</b>
一、大众传播与“推”技术 .....	[120]
二、受众差异 .....	[121]
三、网络媒介中的分众传播 .....	[124]
<b>第二节 群体的影响 .....</b>	<b>[126]</b>
一、受众群体的分类 .....	[126]
二、群体压力 .....	[128]
三、影响模式在大众媒介中的应用 .....	[131]
<b>第三节 跨文化人群 .....</b>	<b>[133]</b>
一、文化期待和受众的选择 .....	[134]
二、文化规范的具体内容 .....	[135]
<b>第四节 网络受众心理 .....</b>	<b>[137]</b>
一、一般受众心理 .....	[137]
二、网络受众心理 .....	[139]
<b>第七章 网络传播与传播理论革新 .....</b>	<b>[143]</b>
<b>第一节 网络传播对传播学理论的挑战 .....</b>	<b>[143]</b>
一、大众传播属性的消解 .....	[143]
二、信息传播研究框架的改变 .....	[145]
三、传播学核心观念的动摇 .....	[146]
<b>第二节 经验主义传播学的危机 .....</b>	<b>[148]</b>
一、经验主义的历史回顾 .....	[148]
二、经验主义研究的危机 .....	[149]
三、经验主义研究的革新 .....	[152]
<b>第三节 技术决定论与人本主义的兴起 .....</b>	<b>[153]</b>
一、传播技术决定论的兴起 .....	[153]
二、人本主义范式的显现 .....	[156]
<b>第四节 网络传播与传播模式的变迁 .....</b>	<b>[159]</b>

一、通信模式与大众传播模式 .....	[159]
二、网络双向传播模式 .....	[161]
三、网络泛传播模式 .....	[163]
<b>第三单元</b> .....	[167]
<b>第八章 网络技术对应用传播领域的影响</b> .....	[169]
<b>第一节 网络应用领域的开拓</b> .....	[169]
一、网络在美国的应用 .....	[169]
二、网络在中国的应用 .....	[172]
<b>第二节 网络应用对传媒业的冲击</b> .....	[173]
一、传媒信息市场的竞争 .....	[173]
二、网络对传统传媒业的挑战和规范网络传播的手段 .....	[176]
三、网络对传媒运作观念的影响 .....	[178]
四、涉及网络经济、政治、文化的议题 .....	[180]
<b>第九章 网络传播的政治形态</b> .....	[184]
<b>第一节 互联网上的政治表达</b> .....	[184]
一、三个典型案例 .....	[185]
二、网上民意表达的特征 .....	[186]
三、网上民意表达对政治生活的影响 .....	[189]
<b>第二节 互联网与国家安全</b> .....	[191]
一、网络传播对政治控制的影响 .....	[191]
二、网络传播引发的信息战 .....	[194]
三、政府对网络信息的管制 .....	[197]
<b>第三节 兴起中的电子化政府</b> .....	[199]
一、电子化政府的概念 .....	[199]
二、电子化政府的应用 .....	[202]
<b>第十章 网络传播的伦理形态</b> .....	[205]
<b>第一节 网络伦理的基本问题</b> .....	[205]
一、网络伦理学的由来 .....	[206]
二、网络传播伦理的社会基础 .....	[208]
三、网络传播伦理的特点 .....	[210]

第二节 网络伦理规范的建设 .....	[211]
一、不可避免的网络冲突 .....	[211]
二、网络传播的失范与规范 .....	[212]
三、网络传播的伦理原则 .....	[216]
第三节 网络传播的道德责任 .....	[217]
一、网络传播的矛盾 .....	[217]
二、网络主体的道德建设 .....	[218]
第十一章 网络传播的法律形态 .....	[222]
第一节 网络法律形态概述 .....	[223]
一、网络法律的产生和网络的立法 .....	[223]
二、网络法律的特点和基本内容 .....	[227]
第二节 网络传播的民事责任 .....	[231]
一、网络侵权行为的民事责任 .....	[232]
二、网络交易的民事责任 .....	[235]
第三节 网络犯罪 .....	[239]
一、网络犯罪的含义和种类 .....	[240]
二、网络犯罪的犯罪构成 .....	[242]
三、网络犯罪的特点 .....	[244]
第四单元 .....	[247]
第十二章 网络新闻业的发展 .....	[249]
第一节 网络新闻业的演进 .....	[249]
一、网络新闻业的萌芽 .....	[250]
二、网络新闻业的成长与壮大 .....	[251]
第二节 中国网络新闻业的历程 .....	[254]
一、起步阶段(1995~1998年) .....	[255]
二、激活阶段(1998~2000年) .....	[257]
三、管理与创新阶段(2000~ 年) .....	[259]
第三节 网络新闻业的竞争 .....	[261]
一、网络新闻的优势与局限 .....	[261]
二、网络新闻业的竞合战略 .....	[266]



<b>第十三章 网络出版业的发展</b> .....	[274]
<b>第一节 网络出版概述</b> .....	[274]
一、网络出版的概念 .....	[275]
二、网络出版的形式 .....	[276]
三、网络出版的模式 .....	[277]
四、网络出版的优势 .....	[278]
<b>第二节 电子书的发展及其研制现状</b> .....	[280]
一、电子书的起源及其界定 .....	[280]
二、电子书的特点 .....	[281]
三、国内外电子书开发现状 .....	[283]
<b>第三节 网络出版存在的问题与管理</b> .....	[287]
一、网络出版的侵权问题 .....	[287]
二、网络出版的管理 .....	[289]
三、电子书发展中存在的问题与对策 .....	[290]
<b>第四节 网络出版的前景</b> .....	[293]
一、技术发展与商业前景 .....	[293]
二、电子书的前景 .....	[294]
<b>第十四章 网络广告业的发展</b> .....	[297]
<b>第一节 网络广告概述</b> .....	[297]
一、网络广告的基本概念 .....	[297]
二、网络广告的特点 .....	[299]
三、网络广告的优势与劣势 .....	[300]
四、网络广告的主要形式 .....	[302]
五、网络广告业的现状与前景 .....	[304]
<b>第二节 网络广告的经营与管理</b> .....	[305]
一、网络广告的经营 .....	[305]
二、网络广告经营的内容与收费标准 .....	[306]
三、网络营销与广告策略 .....	[307]
四、网络广告的管理 .....	[310]
<b>第十五章 网络艺术与在线娱乐</b> .....	[313]
<b>第一节 网络艺术的出现</b> .....	[313]