

高等院校新闻传播学系列教材



网络传播学新论

毕耕 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

高等院校新闻传播学系列教材

图书在版编目(CIP)数据



网络传播学新论

毕耕 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络传播学新论/毕耕著. —武汉: 武汉大学出版社, 2007. 1
(高等院校新闻传播学系列教材)
ISBN 978-7-307-05232-1

I. 网… II. 毕… III. 计算机网络—传播学 IV. ①G206.2
②TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 116064 号

责任编辑: 陈 琦 责任校对: 刘 欣 版式设计: 杜 枚

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北恒泰印务有限公司

开本: 787×980 1/16 印张: 23.375 字数: 425 千字 插页: 2

版次: 2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-05232-1/G·886 定价: 34.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。



内 容 提 要

本书是一本最新的关于网络传播学研究的著作，具有如下特点：一是内容全面，范围广泛，涉及网络传播的各个领域。二是观点新颖，创新性强，全方位借鉴和吸收了网络传播学研究的最新成果。三是材料丰富，信息量大，通过运用大量事例来论证作者的观点。四是简明通俗，图文并茂，方便实用。既可作为高等院校网络传播课程的专业教材，也可供传播学者和网络工作者作参考之用。

目 录

绪 论	1
第一章 网络应用基础	11
第一节 国外计算机网络的发展历程	11
第二节 我国计算机网络的发展历程	17
第三节 计算机网络的功能与应用	22
第四节 计算机网络的分类	24
第五节 计算机网络的体系结构	30
第二章 网络传播原理	38
第一节 网络传播的基本模式	38
第二节 网络传播的受众分析	45
第三节 网络传播的效果分析	49
第三章 网络信息资源	54
第一节 网络信息资源概述	54
第二节 网络信息检索	59
第四章 网络新闻	68
第一节 新闻与网络新闻	68
第二节 网络新闻采访	75
第三节 网络新闻写作	78
第四节 网络新闻编辑	85
第五章 网络出版	96
第一节 网络出版概述	96
第二节 电子书	102

第三节 网络出版管理·····	112
第六章 网络广告·····	116
第一节 网络广告概述·····	116
第二节 网络广告的发展历程·····	125
第三节 网络广告的运作过程·····	130
第七章 电子商务·····	141
第一节 电子商务的发展历程·····	141
第二节 电子商务的概念、种类及其特点·····	142
第三节 电子商务系统的构成要素·····	147
第八章 网络艺术·····	151
第一节 网络艺术·····	151
第二节 网络文学·····	163
第三节 网络语言·····	178
第九章 网络教育·····	187
第一节 网络教育的历史发展·····	187
第二节 远程教育的理论与模式·····	190
第三节 网络教育的系统构成与教学模式·····	195
第四节 网络教育的问题与对策·····	199
第十章 网络服务·····	202
第一节 电子化政府·····	202
第二节 电子邮件·····	206
第三节 在线娱乐·····	208
第四节 在线聊天·····	214
第五节 网上论坛·····	218
第六节 其他服务·····	221
第十一章 网络伦理与法制建设·····	225
第一节 网络传播的社会问题·····	225
第二节 网络伦理建设·····	231

第三节	网络法制建设	235
第十二章	网站建设与管理	243
第一节	网站建设的基本要求	243
第二节	网站规划书的制作	246
第三节	网站建设的主要内容	248
第四节	网站的建设过程	253
第五节	网站的推广方法	258
第六节	网站编辑的素质要求	265
第十三章	网页设计与制作	269
第一节	网页设计与制作的基本知识	269
第二节	网页设计与制作的基本技能	274
第三节	Dreamweaver MX 2004 的使用	284
第四节	Fireworks 的使用	296
附录 1	中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定	303
附录 2	计算机信息网络国际互联网安全保护管理办法	306
附录 3	互联网信息服务管理办法	311
附录 4	互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定	315
附录 5	互联网电子公告服务管理规定	318
附录 6	计算机软件保护条例	321
附录 7	互联网出版管理暂行规定	327
附录 8	互联网上网服务营业场所管理条例	332
附录 9	中国互联网络域名管理办法	339
附录 10	互联网文化管理暂行规定	346
附录 11	关于办理利用互联网、移动通信终端、声讯台制作、复制、 出版、贩卖、传播淫秽电子信息刑事案件具体应用法律 若干问题的解释	351
附录 12	中华人民共和国电子签名法	354
参考文献		360
后记		365

绪论

网络与网络传播,是当今科学技术与信息时代飞速发展的产物,在我国乃至全球的政治、经济、文化、教育以及社会生活中占有越来越重要的地位,发挥着巨大而深远的作用和影响。网络传播作为一门新兴学科,也越来越受到了人们的关注。为了更好地建设这门学科,我们必须对它的兴起、发展、基本原理和传播规律等进行全面而系统的研究,以促进这门学科的发展与完善。

一、网络的概念及其分类

所谓网络,本来是借用“网”的形状作为比喻,表示由许多相互交错的分支所构成的具有特定功用的系统。网络通常有广义和狭义两种理解。广义的网络,包括电网、广播网、有线电视网、铁路公路网、产品销售网等。除上述广义的网络概念之外,狭义的网络通常是指计算机网络。它是由许多地理位置不同并具有独立功能的计算机系统,通过通信设备与线路连接起来,在功能软件的支持之下,实现彼此之间的数据通信与资源共享的系统。

人们通常根据计算机网络的分布范围的不同,将其划分为局域网和广域网。局域网是指地理空间较近的计算机所组成的网络,包括办公室与实验室、建筑物以及校园之间的网络等。广域网有城市网、地区网或行业网、国家网以及洲际网等。其中,全球最大范围的广域网,习惯上称之为全球互联网,简称为互联网(Internet),其中文译名为“因特网”。正是由于互联网的作用,使全球的信息流通变成了瞬间的事情,昔日难以跨越的地球变成了一个小小的“地球村”。目前,互联网已遍及全世界的各个角落,只要有电线和无线电到达的地方都有网络存在,网络已渗透到了世界各国的政治、经济、科技、教育、文化等各个方面,对人们的学习、工作以及生活方式等都产生了深远的影响。同时,互联网作为一种新兴的传播媒体,对传统的传播媒介与传播方式发出了有力的挑战,并导致了信息传播领域的巨大变革。

二、传播与传播学概述

1. 传播的概念与分类

传播一词,古已有之,如《北史·突厥传》中就有“传播中外,咸使知闻”之句。《现代汉语词典》把传播解释为“广泛散布”,包括物质内容和精神内容的传递、散布。传播学中的“传播”,不是汉语“传播”的自然演绎,而是来源于英文 Communication,其含义为通信、会话、传达、交流、交通等,后来则演变成了信息的传递、交换和共享,成了传播学的一个重要概念范畴。

传播现象是自然界与人类社会普遍存在的一种共同现象,凡有物种和生命存在的地方都会有传播。因此,人们通常将其划分为非人类传播与人类传播两大类型。前者是指自然界的一种信息的传递,如宇宙日月星辰的射线、地壳运动前地震波的变化、动物的颜色和声音、蜜蜂的舞蹈等,这都是在传递相关的信息。后者通常是指人类社会生活中各种信息的传递,包括口头语言、书面语言以及表情、动作、姿态等身体语言对思想感情、意识、观念的表达等。此外,人体自身内部的中枢神经系统,也具有信息传播活动的功能,如感觉、认知、思维等。因此,可以说传播是人类社会相互沟通、交流,彼此发生关联的重要工具与桥梁。如果没有传播,没有传播活动,人类社会的生存以及发展都是不可想象的。

虽然传播是自然界与人类社会所共有的普遍性现象,但传播与传播学作为一种科学的概念范畴,是有其特定的内涵与外延的。由于对自然界与人的生理传播现象的研究,是属于自然科学和生理、心理学所研究的范畴,因此,人们便把传播限定为“人类的”,而且是“社会性”的行为,这就为传播学的研究划分了明确范围,从而使它成为了一门以人类传播为特定研究对象的社会科学。

关于传播的概念内涵,不同的人有不同的解释。几乎每一个传播学家都有自己的定义,诸如“信息共享”、“劝服影响”、“刺激反应”、“交流互动”和“传递信息的过程”等,不下数百种。例如,我国传播学者郭庆光把传播定义为:“所谓传播,即社会信息的传递或社会信息系统的运行。”^①邵培仁将传播的定义概括为:“传播是人类通过符号和媒介交流信息以期发生相应变化的活动。”^②

综上所述,可以给传播下一个简单的定义:传播是人与人之间社会信息的沟通与交流的过程与行为。这一概念的内涵包括五个要点,即传播是一种社会行为,是人与人之间的双向互动过程,是信息的沟通与交流,传播离不开符号

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第5页。

^② 邵培仁:《传播学》,高等教育出版社2000年版,第30页。

与媒介,并由传播者、符号、媒介、接受者和传播效果这五大要素构成。既然传播是人类信息传播的行为与过程,因此,作为一门独立的学科,传播学就是研究人类信息传播活动及其规律的科学。

传播作为一种复杂的社会现象,通常表现出各种各样的形态,具备多种不同的功能。按照不同的标准,可以对此进行不同的划分。人们通常按照传播的层次,将其划分为自我传播、人际传播、组织传播和大众传播四种类型。自我传播是指个人的意识活动与思维活动,个人主体与客体之间的对话与交流,如日常生活中的“自我思考”、“自言自语”等。从规模上看,这是最小规模的一个人的“传播”。人际传播是指两人或两人以上规模的人与人之间的交流,通常可划分为两人间传播、小群体传播和公众传播三类。组织传播是指发生在组织内部与外部的信息交流。在一个组织机构中,具体目标的确立,组织活动的实施,分工合作的协调,内外关系的调整,始终都离不开组织传播。大众传播是以社会公众为传播对象,通过报纸、杂志、广播、电视、网络等大众传媒向社会发布信息。大众传播的传播者一般是从事信息生产与传播的组织机构,传播的受众数量多却无组织,在传播过程中反馈较少,但网络传播却可以克服这一弱点,真正实现传者与受众的双方互动,因而比其他传播形式更具有优势。

2. 传播学的产生及其原因

人类在漫长的生产实践活动过程中,逐渐产生了一定的社会关系和语言系统,进而形成了文字、符号以及后来的印刷术与电子通信等,从而告别了结绳记事的蒙昧时代,进入到了现代工业文明的新时代。人类目前通过传播所进行的一切社会活动,都是为了满足日益增长的信息需要,以此来推动社会的发展与进步。然而,从历史的角度来看,人类早期的传播活动却是自发的、无意识的,没有科学观念的支配与指导,也没有成文的定义与规范。随着社会的发展和科学技术的进步,把传播现象作为一门独立的学科来研究,已经开始在大洋彼岸的美国出现。早在20世纪三四十年代,由于现代科技的迅猛发展,工业化大生产的突飞猛进,直接导致了对信息需求的急剧增长,有力地促进了传播业的迅速崛起。大众传播的兴盛,反过来又对美国的政治、经济、文化等产生了巨大的影响。政治家们为了获得或巩固自己的政治地位而更加重视舆论宣传,军事上为了赢得“二战”的胜利而进行战争动员与对敌宣传,经济上要利用传媒来进行广告营销,推动消费市场等。总之,传播学在美国的产生是由许多原因共同促成的,是社会发展到一定阶段的必然结果。

在传播学的发展历程中,先后出现了许多重要的学术大师。其中,哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)、库尔特·勒温(Kurt Lewin,又译卢因)、卡

尔·霍夫兰（Carl Hovland）和保罗·拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）等四人被称为传播学的奠基人和开创者。拉斯韦尔最早总结出传播的三大功能，提出了传播的五个环节（要素）以及过程模式，勾勒出传播学研究的五大领域，从而奠定了传播学理论体系的基本框架。勒温首先提出了信息传播中的“把关人”的概念，成为揭示信息传播过程内在控制机制的一种重要理论。霍夫兰把心理实验的方法引进传播学领域，对传播效果的研究作出了巨大贡献。拉扎斯菲尔德不仅彻底否定了传统的“子弹论”，提出了“两级传播”的理论，而且还首次将数学方法引进社会科学领域，开创了社会调查的数理模型，确立了传播学中的定量研究方法。除了以上四位奠基人之外，威尔伯·施拉姆（Wilbur Schramm）继承与超越了前人的学说，跳出特定学科的局限，运用新闻学、社会学、心理学和政治学等多学科的成果与方法来关照和审视传播活动，并把已有的传播学成果加以归纳整合，创立了传播学这门新兴学科，因此被称为传播学的“鼻祖”和“集大成者”。

三、传播发展历程

传播是与人类社会的发展同步进行的，从原始社会的结绳记事到现代的广播、电视与网络传播，都是人类的传播能力不断发展飞跃的见证。回顾人类的传播历史就不难发现，信息技术的发展对传播思维与传播方式的进步，有着至关重要的推动作用。迄今为止，人类的传播活动一般分为四个阶段，具体如下：

1. 口头传播阶段

人类最初交流信息的传播方式，主要是靠动作、表情、叫喊等，同动物没有多大的区别。后来经过漫长的发展，人类逐渐创造出自己的语言形式，并形成了整个部落、氏族乃至全体民族所通行的共同语言，从而提高了传播的效能，扩大了传播的范围。这是人类摆脱动物性，从野蛮走向文明的重要标志，具有无与伦比的划时代的意义。

人类通过语言进行口头传播，社会信息完全是个人主观意识的流露和表达，没有任何外化、物化的客观信息，群体记忆几乎是惟一的完整的存储方式，大脑成了重要的存储物质信息的媒介。口头传播的信息交流方式，只是面对面的直接交流。由于声音传播的时空范围极其有限，只能靠两条腿的行走来扩大传播范围，如马拉松长跑就是为了纪念一次具有英雄色彩的传播活动。同时，由于传播的信息都是主观信息，所以社会信息量可能会因为个体生命的死亡而减少甚至消失，或者因时间的推移而出现错漏与遗忘。正是这种口头传播的方式，决定了社会信息传播的简单化和有限性的特点。

2. 文字传播阶段

为了克服共同记忆显而易见的缺憾,人类便将某些信息存储在社会成员的大脑之外,人类学家称之为“离体记忆”,如木棒刻痕、岩石涂雕、山洞壁画和结绳记事等。可以说,人类早期所创造的象形文字,就是这种记事图画所发展、演变的产物。在象形文字的基础上,又出现了表音文字和表意文字,最后形成了书写符号与声音符号相结合,用以表达概念和意义的语言文字。语言文字的出现,就是人类历史和传播史上一座重要的里程碑。

文字书写的出现,代替了面对面的口头传播,使信息的内容更加精确与复杂,而且还有永久保存的功能,做到了“有案可稽”。同时,由于书写可以保存事实,并能代代相传,因此历史的概念得以确定,曾经流行于口头传播时期的歌谣、神话、传说等,则可载入历史的典籍。人类的知识创造和科技发明,以及思想文化意识等都可以通过记录而永久流传,这也是文字书写推动人类社会文明进步的一个重大功绩。但是,由于书写是一项要求极高的活动,使用范围较窄,参与的人数较少,只能被少数人所掌握与利用,因而所产生的信息量也十分有限,难以向社会公众普及。

3. 印刷传播阶段

信息的大规模传播,应归结为印刷术的发明。印刷术起源于殷商时期的印章以及后来的拓印术,大约在隋末唐初出现了雕刻印刷。世界上现存的第一件印刷品,就是我国唐代印刷的佛典《金刚经》。北宋庆历年间,毕升发明了活字印刷,大大提高了印刷的功效。1315年,中国最先铸出了铜活字。后来,我国的印刷术随“丝绸之路”而传到西方。1450年,德国人古登堡研制成功了金属活字印刷机,进行大规模工业化的印刷生产。印刷术的出现,大大增强了文字信息资源的数量与质量,扩大了信息传播的范围,使过去垄断在少数人手中的书写权利向社会公众开放,实现了文化知识和社会信息的普及与传播,并促进了不同文化之间的沟通与交流。

4. 电子传播阶段

电子传播媒介的产生与发展,是人类科技史上又一次伟大的飞跃,使人类真正实现了“千里眼”、“顺风耳”的幻想,让每个人都可以做到“脚步不出门,能知天下事”。所谓电子传播媒介,是指依靠电子的流动而传播信息的介质,即电报、电话、广播、电视和因特网等。1920年,美国匹兹堡的KDKA电台首次开播,成为世界上第一个电台。1936年,英国广播公司建立了世界上第一座公共电视发射台。1969年,美国国防部资助建立的阿帕网(Arpanet)的形成,标志着互联网最初雏形的诞生。随后,在20世纪90年代中期,以国际互联网为代表全球网络的迅猛发展,卫星与光纤通信技术的日益完备,出现

了以互联网为载体的新型媒体——网络媒体，将人类社会带进了网络传播时代。据专家估计，目前全球互联网的用户已超过 10 亿人。我国从 1995 年开始发展互联网业务，现在的用户已超过 1 亿人。

四、网络传播的概念与分类

1. 网络传播的概念

何谓网络传播，这是关系到网络传播学研究的首要问题，不同的人对此有不同的理解与认识。一般认为，网络传播就是以计算机和网络为载体的信息传播活动，网络传播学就是研究网络传播规律的科学。在网络传播中，各种各样的信息资源，包括新闻、广告、资讯、知识等各种内容，以数字的形式存储在光电介质上，再通过光纤通信与计算机网络高速传播，并借助于计算机设备进行阅读和使用，从而达到信息的交流、利用与文化传播的目的。由此可见，网络传播这一概念的内涵主要应包括以下几点：

(1) 网络传播与其他传播方式一样，是一种现代的传播行为。它在时空上不是静止不动的，而是一个信息交流与传递的过程，并且在信息的发布者与受众之间，具有及时的交互性与反馈性，这也是网络传播优越于其他传播方式而最具吸引力的地方。

(2) 网络传播是一种多媒体、综合性的传播。它是以计算机为主要载体，以光纤通信为传播手段，以声音、图像与文字三位一体为主要特征的传播方式，集书籍、报刊与广播、电视于一体，实现了多媒体的传播，既具有电视媒体声画合一的特点，又具有书籍报刊的可保存性，兼有三大媒体的优长。

(3) 网络传播具有开放性、交互性、平等性等特点，其内容包罗万象，丰富多彩。无论其传播内容怎样纷繁复杂，都可以归于信息的范畴，因而把网络传播定义为信息的传递与交流，是符合客观实际和逻辑原理的。

2. 网络传播的分类

网络传播作为一种新兴的大众传播媒体，既有一般传媒所具有的单向传播的特点，同时又兼备双向信息传播的优势，因而成了汇聚个人传播、组织传播与大众传播的统一体，具有划时代革命性的意义。网络传播的种类多种多样，十分繁杂，如果使用不同的方法，或按不同的标准就会产生不同的结果。常见的划分方法，主要有按传播方式划分和按传播者划分两种。如果按传播方式来划分，通常可分为以下三种类型：

(1) 个人对个人的异步传播。所谓异步传播，指在时间上的差异性，即不是同时间的点对点的交流。人们常用的电子邮件，即是这样一种个人之间的异步传播。电子邮件的英文是 E-mail，俗称为“伊妹儿”，是在计算机网络上

模拟邮政通信而建立的电子信件传输系统,给每一个用户提供一个私人信箱,所有发送给这个用户的信件和待发送的信件都存储在这个信箱之中,用户可以随时开箱查看,并加以删除或储存,也可转发给其他用户,或给发信者回信,通过全球联网的计算机路径,分发到世界各地的 E-mail 地址上。除了收发与编辑普通的信件之外,电子邮件还可以发送声音、图像以及可执行文件等。随着网络技术的发展,电子邮件的服务功能将越来越完善,所提供的服务种类也将越来越多。正因为电子邮件的快捷与方便,使之成为了使用最频繁的因特网资源。

(2) 多人对个人或多人的异步传播。这类传播主要包括新闻讨论组 (USENET)、电子公告牌、电子论坛等。其中,电子公告牌 (Bulletin Board System) 缩写为 BBS,是互联网上一种电子信息服务系统,能够为客户提供文件下载、系统留言和信息交换以及发表评论与意见等多种服务。目前,BBS 实际上是一个大众言论板块。如果办得生动活泼,就能吸引许多人来此访问和驻足观看,并可取得广为宣传的效果。

(3) 个人对个人或多人的同步传播。这类传播包括在线网络游戏、视频会议、在线聊天、IP 电话等。视频会议是由一个主会场或网络直播室与其他若干个分会场共同构成的会议系统,就像在面对面地开会一样,既方便又节省费用。在线聊天是在一个虚拟的社区里谈天说地,各种不同年龄、职业、爱好的人都可以畅所欲言,广交朋友,因而在青少年中十分流行。

如果按传播者来划分,又可分为以下五种类型:

(1) 媒体网站。媒体是指从事新闻资讯发布的大众传媒,包括报纸、杂志、广播、电视等。它们把每日发布的各种资讯内容放在网络上,作为传统资讯发布方式的延伸,并按正常的周期更新。从目前的情况来看,大多数媒体网站都是把原来媒体上刊登的内容原封不动地照搬到网站上,其网络版完全是纸质母版的翻版,如《纽约时报》(www.nytimes.com)即是如此。不过,现在越来越多的传播媒体在网络上设置独立的网站,如《华尔街日报》交互版(www.wsj.com)和《波士顿环球报》(www.boston.com)、《联合早报》(www.zaobao.com)等。这类网站除了刊载纸质报纸上的内容外,还在网络版上发布即时新闻、滚动资讯和专题报道等,以此来弥补传统传播方式在时效性和报道的深度与广度方面的不足,从而收到相得益彰的效果。在国内传统传媒网站中,较为著名的有人民网(www.people.com.cn)、光明网(www.guangming.com.cn)、中央电视台(www.cctv.com)和中央国际广播电台(www.cri.com.cn)等网站。其中,最能代表传统媒体网络化水平的新华社网站新华网(www.xinhua.org),每天 24 小时滚动发布各种中英文新闻资

讯,形成了权威、准确、及时、全面的报道特点,深受广大读者的喜爱。

(2) 商业网站。商业网站是一种独立于传统媒体之外,主要用于提供各种各样信息服务的综合性网站。国外著名的商业门户网站,常见的有雅虎(www.yahoo.com)和美国在线(www.aol.com)等。国内著名的网站有搜狐(www.sohu.com)、新浪(www.sina.com)、网易(www.163.com)和TOM(www.tom.com),以及由政府新闻机构和相关公司联办的股份制网站,如上海的东方网(www.eastday.com)、北京的千龙网(www.21dnn.com)等。这类网站通过商业活动来经营与维持,并不以单纯地发布新闻为主要目的,但新闻发布也是其吸引读者的重要特色。在它们的网页上,一般都汇集有新闻、财经、体育、多媒体、外国资源、企业集锦、商业广告、搜索引擎、电子论坛、聊天室等众多内容,并配以新闻图片和广告等,整个界面图文并茂,综合性和吸引力都很强。

(3) 专业网站。这类网站以提供专业化的信息服务为特色,如女性网站、时尚网站、旅游网站、医疗健康网站、体育网站、电影网站、考试网站等。它们既发布某一专业领域的最新新闻信息,也介绍相关领域的科技文化知识等。此外,教育类网站还提供网上教育活动,成为培养各类人才以及实施终身教育的重要阵地。例如,中华大学语文网(www.zhdxxyw.com)即是国内最早创办的大学语文教育的专业网站之一,在国内外汉语教育界有着广泛的影响。

(4) 政府网站。这类网站是由各级政府部门主办的网站,主要用于介绍政府机关的各种职能,发布各种政策法规以及政治、文化、经贸等方面的信息,为人民群众提供各种信息服务。随着1999年“政府上网工程”的大力实施,现在各级政府部门都建立了相应的网站或网页,实现了政府系统的信息化。

(5) 个人网站。个人网站的主角,一般是公众人物和普通网络爱好者。公众人物网站主要包括人物简介、社会成就、最新动态以及新闻媒介的报导等。网络爱好者的网站,主要根据个人的职业差异,发布各种动态消息,提供咨询、交流等服务。这类网站一般都极具个性化,在创意上往往独树一帜,很能吸引观众。例如,“德鲁吉报道”(www.drudgereport.com)即是美国著名的个人新闻网站。麦特·德鲁吉是一个独立于任何新闻机构的自由撰稿人,当他发现美国《新闻周刊》迟迟不敢将记者迈克尔·艾西科夫采写的“一个白宫实习生与美国总统有染”的消息公之于众时,于是便在1998年1月17日深夜,迅速将这条消息挂在自己的网站上向全世界发布,从而掀起了主流媒体追踪报道的热潮。

除上述分类之外,网络传播还可以按其他标准进行分类。如根据传播的语

言形式,可分为中文传播、英文传播、日文传播等。根据传播的符号类型,可分为文字传播、声音传播、图文传播、影像传播等。根据传播的内容,可分为新闻、教育、科技、广告传播等。此外,还可以根据传播的对象,分为自我传播、人际传播、组织(团体)传播和大众传播等。

从以上分类可以看出,网络传播涉及的范围十分宽泛,完全不同于传统媒介的分类方法,同时还有许多交叉的领域,并处于不断的发展与变化之中。由于网络传播是融合了多种传播方式的新型传播,所以,其分类的多样性与复杂性就可想而知了,但无论怎样划分,都应该有助于人们对网络的了解与认识。

五、网络传播的特点

网络传播是一种全新的独特的传播类型,既融会了人际传播的特点,又具有大众传播的优势。同传统的传播媒体相比,网络传播具有信息量大,交互性强,传播速度快捷,图文、声像兼备等诸多特点。它不仅省去了印刷、装订和储运等多种环节,降低了传播成本,而且还具有计算机检索、复制等功能,能够实现超文本链接。不仅信息发布快,获取快,更新快,还可以让传播者与受众之间相互沟通、交流,及时反馈,从而彻底改变了传统的线性传播方式,给人类的信息传播带来了广泛而深刻的影响。具体而言,网络传播的特点主要体现在以下几个方面:

1. 资源丰富,信息量大

互联网被誉为“数字化图书馆”,其信息资源的丰富性与广泛性是任何一种传播媒介都无法相比的。从目前的情况来看,无论是天文、地理、物理、化学、生物、医学等自然科学知识,还是哲学、历史、文学、政治、经济、法律、管理等人文社会科学知识,乃至有史以来人类社会所创造的各种知识、技能等,都可以在互联网上找到相关的专题。在日常社会生活中所发生的各种时事新闻、经济资讯、科技发明、文艺娱乐等,也都可以在网上找到相关的信息。此外,还有各种游戏活动、在线论坛与聊天等,各种各样的信息都可以在网上自由传播。网站还为用户设计了很好的检索功能,网民可以根据自己的需要,对过去在网络上发布的浩如烟海的各类信息进行搜寻和查找,从而极大地提高了工作的效率与信息的利用率。

2. 多媒体组合,图文兼备

多媒体是指计算机集合了多种媒体的表现形式,如文字、声音、图片、影像、视频等,具有作用于人的多种感官的功能,传播的信息也比某一种单纯的媒体要生动、丰富,因而更具感染力。这种组合的方式,可以更加全面真实地反映所报道对象的性质和特点,能够突破文字媒介、声音媒介和视觉媒介之间

难以逾越的鸿沟,从而达到多视角、多功能、立体化的效果,实现了“从一种媒介到另一种媒介的流动”。

3. 数字化传播,方便快捷

由于多媒体是一种数字化的传播,是将一定量的信息转换成数字形式,其传播介质是比特(bit)而非原子,并能在数字操作平台上还原成原有的信息,因而这种传播方式就具备了迅速、快捷、方便和高保真的特点。信息资源通过互联网和光纤通信高速传播,并随时更新,就像电台、电视台一样可进行远距离的实况转播,而且还不受印刷、运输、发行、存储等因素的影响和限制,信息上网的瞬间就可以发送到用户手中。网络传播的更新周期是以分秒来计算的,充分提高了新闻资讯的时效性,再加上它本身具有的异步接收功能,可以方便用户不受时间的限制而随时接收查看。

4. 超文本链接,选择性强

超文本是指网络信息的显示,设计成模拟人类思维方式的文本形式,在数据中又包含与其他数据的链接,实现了文本从一种类型向另一种类型的跳跃与转换。用户在单击打开某一种文本和图像时,可以同时打开另一种文本,激活另一段声音,显示另一个图形,或播放另一段影像等,从而给用户提供多种多样的选择性。网络以超文本、超媒体的方式组织编排新闻资讯,用户在接收时还可以自由自在地进行联想与转换,因而更符合人们的阅读与思维规律。这种方式彻底改变了人们传统的阅读习惯,大大增强了信息传播的可选择性与自主性,给用户提供了极大的方便。

5. 即时沟通,双向互动

网络新闻的传播方式,是一种开放性、互动式的传播。传统媒体的传播方式,通常是直线形和单向式的,编者和读者、观众之间难以随时随地进行双向沟通。网络传播完全克服了传统媒体单向传播的缺点,真正实现了编、读双方的交流互动。在网站与网民之间,网民与网民之间,都可以通过BBS、聊天室、网络电话、电子邮件等通信工具实现即时沟通。人们既可以就某些社会现象、新闻时事等展开讨论,充分发表各自的看法,也可以召开视频、电话会议,发布各种消息资讯。网站通过这种互动方式,可以及时收集受众的反馈意见,增强和改进传播工作,以便更具有针对性和实效性。此外,网络的交互性还在于能够方便迅速地对读者的状况进行全面把握,对用户浏览的时间和数量等作出准确的统计,然后再进行精确的定量分析,以便能彻底改变传统媒体对受众状况不甚了解的被动局面,及时有效地调整传播策略,从而取得最佳的社会效益。