

# 新媒体 研究前沿

LEADING-EDGE STUDIES  
ON NEW MEDIA  
IN TSINGHUA UNIVERSITY

熊澄宇 金兼斌 主编



NLIC2970801289

清华大学新闻与传播学院十年院庆学术文集

# 新媒体 研究前沿

LEADING-EDGE STUDIES  
ON NEW MEDIA  
IN TSINGHUA UNIVERSITY

熊澄宇 金兼斌 主编



NLIC2970801289

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

本书从新闻传播学的视角和研究方法,对近年来一系列重要的新媒体现象和问题进行深入的学术探讨和研究,论题涉及新媒体发展的理论和历史演进、产业实践、研究方法、使用与效果等,实证性与批判性兼顾。全书由清华大学新闻与传播学院师生的原创性学术研究组成,除了教师的研究成果,也吸收了近年来在新媒体研究方面优秀的硕、博士论文的研究成果,选题前沿,方法多样,文献扎实,对于读者了解新媒体研究国内外的最新发展现状与趋势,具有较高的参考价值;同时也能使读者对高校硕、博士论文研究,科研项目的组织和开展等方面,有大致地了解。

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

新媒体研究前沿/熊澄宇,金兼斌主编. --北京:清华大学出版社,2012.5

ISBN 978-7-302-28581-6

I. ①新… II. ①熊… ②金… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第071189号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:王凤芝

责任印制:杨 艳

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](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈: 010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者: 北京富博印刷有限公司

装 订 者: 北京市密云县京文制本装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm

印 张: 19.25

字 数: 354千字

版 次: 2012年5月第1版

印 次: 2012年5月第1次印刷

定 价: 48.00元

---

产品编号: 046471-01

# 清华大学新闻与传播学院十年院庆学术文集

## 编 委 会

编委会主任：郭庆光

编委会委员：

陈昌凤 崔保国 范 红 郭庆光

郭镇之 金兼斌 李 彬 史安斌

司久岳 熊澄宇 尹 鸿



# 总序

清华大学新闻与传播学院院长 柳 甄 杰

2012年4月又是一个春暖花开、生机勃勃的季节,清华大学新闻与传播学院迎来了建院十周年,这是全院师生欢乐的节日!学院组织出版的“新闻与传播学院十年院庆学术文集”,既是师生们为院庆献上的厚礼,也全面展示了学院十年办学的学术成果,十分珍贵而有价值。

清华大学新闻与传播学院于2002年4月21日正式成立。它是由1985年在清华大学中文系设立的编辑学专业和清华大学1998年10月成立的传播系合并而成,我国新闻与传播界资深专家、知名文化人范敬宜教授担任了新闻与传播学院首任院长。新闻与传播学院的成立,是清华大学建设世界一流大学进程中的又一个里程碑。十年来,凭借日益增强的新闻学和传播学的学科基础,围绕着国际传播、影视传播、新媒体传播、传媒经济与管理等主要方向,清华大学逐渐形成了精干的新闻与传播教学科研师资队伍,不断增强在学界、业界的影响力,尤其在国际传播、新闻理论、传媒管理、媒体与科技相结合以及影视传播等方面形成学术研究优势,引领新闻教学和新闻研究工作。

清华大学新闻与传播学院秉持“素质为本、实践为用、面向主流、培养高手”的办学理念,形成了清华大学新闻传播学科的鲜明特色。我觉得有四个方面值得在我们的新闻教育、新闻人才培养中大力发扬:一是坚定正确的政治方向。清华大学新闻与传播学院多年来积极探索马克思主义新闻观的教学体系,指导和培养学生用马克思主义的立场、观点、方法来观察、选择、处理新闻事件;二是坚持素质为本的教育思想。现代新闻传播是个复杂的系统工程,新闻从业者需要有独立思考的精神、追求真理的勇气,驾驭舆论的高效技巧来完成新闻和传播工作;三是注重实践的办学风格。清华大学在新闻传播人才培养方面,强调实践第一,这与当前在新闻战线所开展的“走转改”是一致的;四是包容开放的学术胸怀。这不仅体现在清华大学新



闻与传播学院从社会上吸收了很多专家学者来担任教授,也体现在学院国际化办学这一特色上。不同国家、不同文化背景,有志于从事新闻事业的人才汇集于此,教学相长,带来多元文化的交流,培养了复合式的思维方式。

全球新闻与传播领域正在发生深刻的变革。国际、国内新闻互相影响,边界越来越模糊;官方、民间互相竞争,对于许多重大新闻,权威通讯社、主流报刊、广播电视还未发布,民间已经发布了;网上和网下互相交织,信息来源真伪难辨;软件、硬件互相融合,内容技术平台一体化。面对这样的情况,新闻工作者要能在新闻激烈竞争的战场上赢得主动,必须及时判断处理复杂新闻事件中各方面的关系,要在关键和重大问题上占领舆论高地。新一代新闻人不能像过去一样只会处理文字和图像,而要学会利用最新最前沿的技术手段增强新闻时效性和传播力,构建和打造多媒体的新闻传播平台和渠道。新闻对于社会的影响力,传播对于社会精神文化、生产方式、生活方式的改变推动作用是显而易见的,新闻与传播事业担当的社会责任是严肃的,推动人类文明进步事业的任务是艰巨的。

清华大学在国际、国内的影响力非同一般。深厚的人文底蕴、先进的科学技术、名牌的社会效应、良好的公众信誉、丰富的知识资源,这些都是清华大学的优势,这为我们学院的发展和学科建设创造了良好的条件,我们要继续充分发挥和利用好这些优势,谋划未来发展。

在迎来新闻与传播学院十年院庆的时候,我和学院同仁一致认为,我们应该继续突出学院办学十年所形成的特色,坚持面向实际、面向世界、面向未来,造就高素质新闻、传播人才。由于手机、互联网等社交工具介入媒体传播,新闻传播已经难以分清主体和客体的界限,每一个人,每一个场所,都可能成为新闻的来源和受众。在这种情况下,缺少高素质人才,就难以完成及时传播信息、引导社会舆论的任务。清华大学新闻与传播学院不同于一般培养新闻工作者的院校,应该继续向培养高层次、复合型、领军人物的人才培养目标上发展。

百年风雨,世纪沧桑,清华大学形成了独具特色的优良传统,积淀了弥足珍贵的精神财富。“自强不息、厚德载物”的校训,“行胜于言”的校风,“严谨、勤奋、求实、创新”的学风和“爱国奉献、追求卓越”的光荣传统,这些都充分体现着高度凝聚大学使命的清华精神,是学校发展进步的强大动力。正如胡锦涛总书记在清华大学百年校庆纪念大会上发表讲话时所指出的那样:“建设若干所世界一流大学和一批高水平大学,是我们建设人才强国和创新型国家的重大战略举措。要以重点学科建设为基础,以体制机制改革为重点,以创新能力提高为突破,加大支持力度,健全长效机制,鼓励重点建设高校成为知识创新的策源地、深化教育改革的试验田、扩大开放的桥头堡。”清华大学新闻与传播学院作为国家重点大学的重要学院,要坚持“中国特色,世界一流”的发展道路,改革创新,奋勇争

先,为加快建设世界一流大学作出积极贡献。

本次院庆前推出的这套院庆学术文集共五本:《新闻学研究前沿》、《新媒体研究前沿》、《影视传播研究前沿》、《传媒经济与管理研究前沿》和《国际传播研究前沿》,它收录近十年来我院在新闻学、新媒体、影视传播、传媒经济与管理、国际传播和文化产业等研究方面已经发表或首次发表的高水平学术论文共一百多篇。它的编辑出版凝聚了学院各位教授和老师们的的心血。我要特别向学院各个学科的带头人同时也是这套文集的各卷的主编们表示衷心的感谢!向本书编委会的郭庆光教授、陈昌凤教授、崔保国教授、范红教授、郭镇之教授、金兼斌教授、李彬教授、史安斌教授、司久岳教授、熊澄宇教授、尹鸿教授等致以衷心感谢。他们为这套书的顺利出版投入了大量的时间,花费了巨大心血;宗俊峰社长、吴培华总编、徐学军分社长等清华大学出版社的领导和纪海虹编辑为文集出版做了大量工作,在此一并致谢!

十年奋斗,十年结晶,已经成为我们创造的历史。未来的十年正是我国全面建设小康社会的关键十年,摆在我们面前的任务更光荣,使命更伟大。让我们全院师生站在新的起点上,振奋精神,开拓进取,为我国的新闻出版事业大发展奉献智慧和力量,书写光彩的新闻人生!

2012年4月16日



# 序言

熊澄宇

清华大学是我国最早从传播学的角度开展新媒体研究的高校之一。1996年,清华在人文社会科学学院建立了多媒体艺术研究中心,同年开始在中文系新闻学硕士点开设多媒体研究专业课程,招收多媒体方向硕士研究生。1998年,在中文系编辑专业与多媒体艺术研究中心的基础上,经校务委员会批准,建立了传播系。2000年,教育部批准在清华设立传播学硕士点及新媒体研究方向,开始对外招收新媒体方向硕士研究生。2001年设立新媒体传播研究中心,并在科技哲学博士点培养新媒体研究方向博士研究生。2002年新闻与传播学院成立,2003年教育部批准清华传播学博士点,开始对外招收传播学新媒体研究方向博士研究生。

一个学科的构成主要有史、论、方法和应用四个方面。在清华新媒体学科的建设过程中,我们大体按照这样的布局来设计课程,组织教学。清华新媒体教学的重点主要在硕士层面上;本科是在新闻与传播学的范围内培养学生的专业兴趣;博士是在新媒体硕士专业基础上培养专门人才。根据学科建设的布局要求,在本科生层面,我们设计了“新媒体导论”和“数字媒体应用”两门入门课程;在硕士生层面设计了“媒介发展史”、“新媒体研究”、“传播学研究方法”、“数字媒体设计”四门专业课程;在博士生层面我们设计了“传播学史论研究”、“新媒体专题研究”两门专业课程。实践证明,目前的课程设计大体满足了新媒体的学科建设要求。

这部文集里的文章都是本院教师和研究生建院以来的教学和研究成果,有的讨论宏观趋势,有的讨论发展历程,有的讨论研究方法,有的讨论对策应用,与清华新媒体学科建设布局的史、论、方法和应用四个方面基本吻合,大体上可以看出本院师生的研究兴趣和思考角度。为保持历史的真实性和准确性,除为本文集新撰写的论文外,已经发表过的文章均标明时间,保持原貌。我们希望以文集为一个学术交流的平台,与学界和业界就新媒体相关的理论和实践问题展开讨论;我们也希望把这本文集作为新媒体学术殿堂中的一块砖、一块石,在此基础上与同仁们一起来思考新媒体的现状与未来。

我在《新媒体百科全书》的译后记中曾经用三句话定义过对新媒体的理解：

1. 新媒体是一个相对的概念。广播相对报纸来说是新媒体,电视相对广播来说是新媒体,网络相对电视来说是新媒体。2. 新媒体是一个时间的概念。在一定时间段内,总有一种占主导地位媒体形态。200年前的报纸、100年前的广播、50年前的电视和今天的计算机网络代表着不同时代的新媒体形态。3. 新媒体是一个发展的概念。它不会也不可能终止在某一固定的媒体形态上,新媒体将一直并永远处于发展的过程中。<sup>①</sup>

从过去认识现在,从现在展望未来。我们今天可以清晰地发现:新媒体凝炼技术成果,新媒体改变产业结构,新媒体影响传播方式,新媒体构建社会形态。新媒体的未来必定从这四个方面推动社会的进步与发展。

## 一、新媒体凝炼技术成果

以计算机信息处理技术为基础,新媒体充分利用了最新的技术成果,融合文字、图片、音频、视频等多种信息传播功能为一体,以快速、便捷和易于携带的方式被用户所喜爱。目前世界上最流行的个人信息终端 iPhone 的出现就是明证。在苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)发布了第四代 iPhone 手机的短短一天的时间内,60 万部 iPhone 即被预订一空。2010 年 6 月,摩根斯坦利分析师凯蒂·休伯特(Katy Huberty)就曾预测,2011 年底全球 iPhone 手机用户数量有望达到 1 亿。

除信息终端外,从博客到 Youtube,从 Facebook 到 Twitter,新媒体传播方式的改变也是整合多种技术的结果。界面更友好,操作更简单,信息的传播更加便捷。微博客 Twitter 是一种异步整合的新型传播方式。它把博客和 IM 的特长系于一身,信息发布简单快捷。既等同于 IM 的发布方式,但是在网络人际互通中它又实现了短信息的异步即时呈现。它让信息的发布方和接收者处于平等的地位,都能全权处理收发的信息。据称 2011 年 4 月 Twitter 注册账号数量已达到两亿。<sup>②</sup>

移动互联网让人们处于“永不下线”的状态,如近一两年兴起的 LBS 服务,触屏的方兴未艾则充分调动了人们的触觉系统。新媒体技术延伸了人们的视觉、听觉、触觉,正成为人们不可或缺的工具,正如麦克卢汉所言,媒介是人的延

① 熊澄宇:《新媒体百科全书》,500 页,北京,清华大学出版社,2007。

② 艾瑞网:《Twitter 称其注册账号数量已超 2 亿》, <http://web2.iresearch.cn/87/20110430/138469.shtml>。

伸,不仅是人感官的延伸,更是人中枢神经的延伸。所以,将来的媒体形态,必然凝炼最新的科技成果,最大限度满足人的需求。我个人判断,数字媒体之后,生物媒体将是未来最可能出现的新媒体形态,因为它更能满足人性化和个性化的需求。

## 二、新媒体改变产业结构

中国社会科学院 2011 年 7 月 12 日发布的《中国新媒体发展报告(2011)》指出,2010 年中国互联网网民数超过 4 亿,年底达到 4.57 亿,超过三分之一的中国人成为网民。中国网民从 2000 年的 2250 万人增长近 20 倍。此外,中国手机用户 2010 年突破 8 亿,2011 年 3 月底达到 8.9 亿,是美国 3.03 亿手机用户的近 3 倍,成为名副其实的全球新媒体用户第一大国。

新媒体的发展让传统的产业结构发生了深刻变革。从规模上说,2010 年中国传媒产业中,移动增值服务达到 1853.0 亿元,占了整个传媒产业的 31.9%,网络服务 648.6 亿元,占了 11.2%,<sup>①</sup>以新媒体技术为支撑的移动增值服务和网络产业占到了 40% 多的规模,传统的报纸、图书、电视等产业所占份额逐渐减小。

以电子书为代表的数字阅读催生了诸如 iPad 这样的新终端,加速了出版行业的重大变革<sup>②</sup>;网络视频的发展,让网民可以随时、自由地选择内容,不再受电视频道的束缚,传统的电视行业受到较大影响。iPlayer 是英国广播公司(BBC)推出的一项播客服务,可以让用户根据个人需求,点播过去七天里播出的电台、电视台节目,内容长达 350 小时。该服务推出之后在英国网民中大受欢迎。日前,有线运营商维珍传媒宣布将在其有线电视网中推出更为人性化的 BBC 播客服务。用户不需要支付任何费用,在观看 BBC 直播的频道时,只需要按下遥控器的一个红色按钮,就可以观看过往视频。

人性、个性和快捷是新媒体发展的直接动因。可以想象在不远的未来,以发布新闻内容为主的媒体生产模式将转变为综合性信息内容生产并提供即时信息服务的全媒体形态,代表先进生产力方向的新媒体产业将真正成为国民经济的支柱产业。

---

① 崔保国:《2011 年中国传媒产业发展报告》,北京,社会科学文献出版社,2011。

② 2011 年 9 月 28 日,亚马逊发布了其首款平板电脑产品 Kindle Fire,7 英寸显示屏,199 美元的售价不到 iPad 的一半。



### 三、新媒体影响传播方式

媒体传播方式的发展经历了人际传播、大众传播、分众传播、交互传播到遥在和沉浸的发展历程。目前以互联网为代表的新媒体形态是交互传播的典型。

互联网出现使人与人之间的沟通摆脱了时间和地域的限制,信息的传播更加便捷和高效。Web 2.0 的兴起使原来的人机互动变成了人与人之间的交互传播,复合型的传播模式代替了单一的传播路径和平台,以互动性、即时性为特点的微博等开放型信息传播平台的出现颠覆了信息传播的传统路径。

在结构上,微博是“所有人面向所有人”的多元非线性结构,这有利于用户之间的互动式表达。在传播方式上,它糅合了传统的人际传播、群体传播、组织传播和大众传播等多种传播模式,并通过用户之间的关注、评论、转发等功能实现交互传播,相互影响。微博在中国已经成了几千万人获取信息和人际交往的主要平台。人们通过微博传递和关注最新的社会事件,表达和交流自己的观点和意见,并根据兴趣点构成和变换不同的社交群体。除个人用户外,在新浪的“媒体汇”里,约有 500 家新闻机构开通了新浪微博,其中包括报纸、杂志、电视台和电台等不同类型。

随着交互式媒体的发展,移动媒体出现,以及未来物联网的革新,我们将沉浸在一个媒体萦绕的环境下,新媒体技术越来越成为人们不可或缺的工具,一种新型的传播方式——虚拟遥在和沉浸式传播将随之到来。以移动互联网为通信基础,具有更长电池续航时间和清晰的显示技术及影像还原技术的便携式终端会成为未来媒介终端的发展方向。无处不在、无时不有、无所不能的传播平台将从理论变为现实。

### 四、新媒体构建社会形态

美国《连线》杂志对新媒体的定义是“所有人对所有人的传播”,如此,我们可以认为,新媒体使人与人之间的传播更加便捷和高效,人与人之间相互沟通、影响,从而推动着社会形态的改变和完善。

在自媒体时代,每个人都是信息的接收者和发布者,并且可以让自己的声音传达出去,这在很大程度上满足了网民的自我期望。美国学者梅罗维茨认为,电子媒介倾向于打破隔离,融合社会场景,从而模糊角色,消解权威。互联网已经以其多点状分布带来的高度表达自由在很大程度上瓦解了权威和经典,而式样更多的建立在互联网基础上的新媒体更是提高了使用者的自由度,由此带来个

体意识的增强是社会良性发展的前提。

在新媒体技术推动下,社会群体已经由“大众”向“分众”过渡。不论报刊的种类、电视频道数量、每年电影产量、图书出版数量、期刊种类、互联网社区数都有了几何级数的迅速增加。媒介早已开始区分不同的受众群体,开始有目的的投放内容。另一方面,社会个体经济、教育水平的差别与兴趣爱好的不同,也自发地分为不同的社会群体,新媒体的出现,正好满足了“分众”的需求,促进了社会的多元化发展。

以 SNS 为代表的网络技术,通过人与人之间的相互关系构筑了一个虚拟的社会网络,一些在现阶段难以实现的现实需求,可以通过这个虚拟的社会探索和实践,为现实社会的变革和发展提供实验空间。互联网的精髓是自由、开放、合作,新媒体推进了整个社会的信息开放,打破了社会的金字塔结构,向着扁平化的社会结构发展。它培育的公民意识,将我们所期望的民主、平等、自由等理念带到现实社会中来,推动了公民社会的发展成熟。新媒体在一定程度上能够帮助人们在虚拟社会中探索建构理想社会的可能性。

我们说,民主社会、市场经济、大众传媒是现代社会的三大支柱。人类社会对新媒体的未来充满着期待。在 2003 年联合国信息社会世界高峰会议一致通过的《原则宣言》中对信息社会的未来有这样一段表述:“在此信息社会中,人人可以创造、获取、使用和分享信息和知识,使个人、社区和各国人民均能充分发挥各自的潜力,促进实现可持续发展并提高生活质量。”<sup>①</sup>我想,这就是我们对新媒体未来的基本思考。

2008 年北京奥运的口号是“同一个世界,同一个梦想”,表述的是求同的愿望;2012 年伦敦奥运的口号是“一个城市就是一个世界”,表述的是存异的思考。新媒体就是在社会求同存异的双向推动下不断地向前发展。让我们踏着坚实的脚步,伸开双臂,像迎接明天的太阳一样,去迎接新媒体的未来。

2012 年 4 月

---

<sup>①</sup> 《原则宣言》建设信息社会:新千年的全球性挑战[EB/OL], <http://www.runsky.com/homepage/mobile/union/trends/userobject1ai399665.html>。



# 目 录

|     |             |                        |
|-----|-------------|------------------------|
| 001 | 柳斌杰         | 总序                     |
| 005 | 熊澄宇         | 序言                     |
| 001 | 熊澄宇         | 信息社会中新媒体的格局与走向         |
| 020 | 熊澄宇 吕宇翔 张 铮 | 新媒体与传媒改革：1978—2008     |
| 032 | 金兼斌 祝建华     | 影响创新扩散速度的社会和技术因素之研究    |
| 045 | 范 红 张冰融     | 企业微博营销策略               |
| 056 | 刘惠芬         | 互动视频系统及其互动叙事结构研究       |
| 068 | 方兴东         | 微博时代的传播机制变革与网络治理模式     |
| 082 | 雷建军         | 视频互动媒介形态分析             |
| 097 | 张 铮         | 新媒体与文化产业               |
| 111 | 刘正荣         | 互联网与新舆论场               |
| 126 | 何 威         | 网众与网众传播                |
|     |             | ——关于一种传播理论新视角的探讨       |
| 140 | 吕宇翔         | Copyright or Copyleft  |
|     |             | ——互联网版权制度的演化与变迁        |
| 156 | 刘惠芬         | 以人为本的数字化博物馆            |
|     |             | ——以欧洲为借鉴,探讨北京博物馆的发展    |
| 173 | 刘于思 廖 望     | 从互联网使用偏好到阶层认同偏移        |
|     |             | ——对“第二道数字鸿沟”的再思考       |
| 201 | 郎玉坤         | 生态学视野中的 Blog(博客)媒介形态研究 |
| 225 | 赖晓航         | 生物媒介的传播模式              |
| 241 | 翟 灿         | 网络游戏中的虚拟财产研究           |
| 259 | 徐晓莉         | 学术博客的写作动机与使用行为         |
| 277 | 苏 瑞         | 网络空间中用户对舆论控制的感知、识别与应对  |

## 一、媒体的时代变迁

### (一) 美国总统与媒体

媒体是一个有时代烙印的概念。业界对历史上美国总统和媒体之间的关系,有过这样的表述:“报纸总统”、“广播总统”、“电视总统”、“网络总统”。这种称谓实际上反映了不同时代的媒体形态对不同时代政治的影响。

“报纸总统”——克利夫兰。克利夫兰是民主党人,1884年当选为美国第22任总统。他被提名总统候选人的第8天,美国的报纸上登出一条消息,说他有私生子,和一位寡妇有染,并把这位寡妇送进了修道院,对这个私生子也很不好。这件事情就成了一个新闻,产生了风波。怎么样应对这件事情,对作为总统候选人的克利夫兰来说是一件很重要的事情。当时的主要媒体是报纸。克利夫兰和他的竞选班子通过商议,最后决定在报纸上承认有这件事情,并且进一步阐述他对母子两人关照得都很好,没有送到修道院去。那时有一个很有名的报人叫普利策,美国哥伦比亚大学新闻学院设立的新闻“普利策奖”即以他的名字命名。他在报纸上写了一篇评论文章,支持克利夫兰当选总统。普利策说美国需要一位像克利夫兰这样的总统,并且陈述了四条理由:第一,克利夫兰是个老实人;第二,克利夫兰是个老实人;第三,克利夫兰是个老实人;第四,克利夫兰是个老实人。本来是一个负面的事件,但是因为克利夫兰利用了报纸这一当时的大众媒体或当时的新媒体,通过承认事实,把这样一件负面的事情完全扭转过来了,改变了不利局面。那一年克利

<sup>①</sup> 本文为2009年2月团中央书记处第六次集体学习的讲话稿。作者:熊澄宇教授,清华大学新闻与传播学院新媒体传播研究中心主任。





夫兰当选美国总统,后来他对报纸的认识和应用更加到位,所以人们称克利夫兰是“报纸总统”。

“广播总统”——富兰克林·罗斯福。罗斯福当了12年的美国总统。任期内,他一共做了30次炉边谈话。在1933年3月12日他就任总统后的第8天,他在总统府楼下接待室的壁炉前,接受了美国广播公司、哥伦比亚广播公司的录音采访。工作人员在壁炉前安装了扩音器,向全国播放。当时美国正经历经济危机,老百姓都急着从银行里取出存款,他首先要做的事情就是保持市民对银行的信心,所以他通过“炉边谈话”这样一种广播的形式,阐述他的经济政策,消除老百姓的忧虑。实际上他的这种谈话效果很好,银行前面排队取款的人少了,减轻了金融界的压力。在任期间,他一共进行了30次这样的广播讲话,后来人们把他的广播讲话都称之为“炉边谈话”。罗斯福是运用广播媒体比较到位的一位美国总统,被人们称为“广播总统”。

“电视总统”——肯尼迪。20世纪60年代的电视是新兴的主流媒体。熟悉历史的人都知道,肯尼迪在电视上以他的那种青春活力与当时大病初愈的尼克松对决,两人的屏幕形象完全不一样,反差太大。肯尼迪自然地获得了大多数美国人民的支持。他的总统生涯是从电视上开始的,也是从电视上结束的,大家都知道,他是在电视实况转播过程当中被人枪击身亡的。他在任时创造了许多运用电视媒体的第一,他对电视的认识和运用能力表现得很充分。

“网络总统”——奥巴马。奥巴马竞选总统与其他人不同的一点是,他充分利用了现代的新媒体,YouTube,iPhone,E-mail 都有很充分的运用。他公布副总统竞选搭档的信息,先通过手机、E-mail 发给支持者,然后才发布给新闻媒体。这种优先待遇激发支持者更积极地投入。他的大量筹款是通过网络、E-mail 等新媒体一小批一小批收集起来的。除了得到传统新闻媒体用户的支持外,他还得到了大量新媒体用户的支持。我们不能说奥巴马的当选是由新媒体决定的,但是新媒体起的作用不可低估。

所以从这样一个角度来说,媒体和时代有着直接的关系。新的媒体代表着新的社会生产力,它们必定要推动生产关系的变革。

## (二) 信息社会概念

2002年我在《信息社会4.0》一书中阐述了我对信息社会的认识和理解。通常我们说信息社会是以计算机信息处理技术为生产力特征的社会形态。我把信息社会总结为四个阶段,即4.0。1.0是信息技术应用阶段,其表现形式是买设备、建网络;中国也是从大量采购国外设备,进行自主的网络建设这样的路子发展过来的。2.0是信息产业发展阶段,主要特点是发展有中国自主知识产权的

软、硬件产业,属于产业发展阶段。3.0 是信息经济的推进阶段,其主要特点是电子商务及信息化在相关经济领域的应用。4.0 是信息社会的构建阶段,其主要内容是构建信息社会的生产关系、意识形态、上层建筑;其表现形式是以电子政务为起点,向生产关系和上层建筑领域拓展。

我曾经和欧盟信息主管官员讨论,他们说按照我提出的信息社会 4.0 理论,世界发达国家已经进入了 4.0 阶段,但中国只能说进入了 3.0,即信息经济阶段。我不同意。现在中国信息技术在意识形态、上层建筑、社会结构方面已经产生了巨大的影响。作为国务院信息化专家咨询委的委员,我记得曾任第一届国家信息化领导小组组长的朱镕基总理有一个很明确的阐述:“国家信息化的重点是电子政务。电子政务的核心不在于电子而在于政务。”也就是说,电子是技术手段,更重要的是推动生产关系、推动政务的变革。我们参加 WTO 不仅仅是进入一个市场,而是我们要利用这样一个外力来推进生产关系的调整。所以我认为目前对信息社会应该关注的是它的第四个阶段,也就是意识形态、上层建筑、社会结构。

### (三) 新媒体概念

在我翻译的《新媒体百科全书》译后记里,我写了一段话,大概内容是:新媒体是一个相对的概念,新与旧只能在比较中区别。广播相对报纸来说是新媒体,电视相对广播来说是新媒体,网络相对电视来说网络也是新媒体。新媒体又是一个时间的概念,在一定时间段内,总有一种占主导地位的媒体形态。比如说 200 年前的报纸、100 年前的广播、50 年前的电视和今天的计算机网络代表着不同时代的新媒体形态。新媒体也是一个发展的概念。新媒体不会也不可能终止在某一固定的媒体形态上,新媒体一直处于并永远处于发展的过程中。

当 1999 年我在筹建清华大学新媒体中心的时候,学校领导和同事们就和我讨论,说别人都叫数字媒体、网络媒体,你为什么坚持在清华叫新媒体?我的解读是,数字媒体、网络媒体在一定时间段内是主导的,但不是永远存在下去的,而新媒体这个概念是可以一直保持下去的。有人问我数字媒体后面是什么?我说数字媒体后面应该有另外一种媒体形态出现。我指导的一个研究生写了一篇关于生物媒体的文章,我认为生物媒体至少是数字媒体之后的一种媒体形态。所以我说新媒体是一个发展的概念,不会终结在现有的任何一种媒体平台上。

## 二、媒体形态的拓展与整合

### (一) 今天的媒体形态

怎么认识今天的媒体形态?总体来说可以用以下四个词来概括:并存、互



补、融合、创新。

**新旧并存。**社科文献出版社2008年出版的《2007—2008 传媒产业蓝皮书》中列举了2007年中国传媒产业市场结构。其中,传统的图书出版比重达到28%,电视达到17%,报业达到11%,广告为7%,期刊为7%,移动媒体达到21%,网络媒体为6%,广播、音像、电影各占1%。这个数据出来之后,有人很诧异传统媒体怎么还占这么大的份额,这就是我说的新旧并存。跟其他领域不一样,从媒介发展史来看,新媒体形态出现以后并不取代旧的媒体形态,而是新旧媒体并存。我们现在仍然可以看到,出版社还在出古籍《二十五史》,扬州古籍刊行社还在出线装书,仍然有这样的一种市场需求。年前我跟新闻出版署分管图书出版的副署长郭书林做交流时,他说现在一年有25万种图书出版,图书仍然有很大的市场。前些年我刚回国不久在中央电视台参加战略研讨会的时候,有人担心网络会取代电视。我说至少看得见的未来,电视仍然是主流媒体,这个地位不太可能会动摇。这就是我们目前的市场格局,从量化的指标中我们可以看到媒体的新旧并存状况。这种并存不仅说明存在的种类,更重要的可以说明用户的需求。

**功能互补。**我们在看电视转播的时候,经常看到主持人前面会放一台笔记本电脑。电视主持人、嘉宾在电脑面前通过不断更新的信息与观众进行对话,这就是一种功能互补。2008年北京奥运会期间,传统电视媒体以96%的比例位列大众观看比赛媒介的第一位(这种比例是多重选择后的数据);广播和互联网分别以22%和17%分列二、三位;而在我国发展不久的公交电视媒体,则以13%(约1900万人口)的选择比例位列第四位。为什么?这就是我们所说的功能互补。因为奥运会的很多比赛是白天举行的,人们很关心比赛结果,只能通过随时随地的媒体去获取。公共交通上的电视随时播放最新情况,所以公共交通的旅客也占到了13%的比例。

仍以2008年奥运会为例:在奥运会举办期间,共有2.31亿中国网民通过互联网收看了比赛,占中国网民总数的89.9%;央视网和授权合作的100多家网站,在17天里,直播和观众点播视频的总时数长达10亿个小时,平均每天6000万小时;中国网络媒体共发布奥运会新闻330万条,平均每天20多万条;奥运会举行前一年的2007年8月8日,中国移动为北京奥运专门推出《奥运手机报》,到北京奥运会开幕前一周,订制用户就突破了1000万人。电视、网络、手机和其他的传统媒体,在我们的信息获取方式当中形成了一种非常清楚的功能互补的效果。

**边缘融合。**我这里有几个词,“报纸杂志化”、“杂志网络化”、“网络要移动”、“移动看电视”,这只是我提出来几个比较突出的边缘整合的现状。

说到报纸杂志化,因为我给几家报纸做顾问,每天在家里都能收到当天的报