



体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军

网络体育新闻传播概论

张 伟 刘媛媛 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军



张 伟 刘媛媛 著

网络体育新闻传播概论



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

网络体育新闻传播概论/张伟, 刘媛媛著. —广州: 暨南大学出版社, 2017. 8
(体育新闻与传播专业教材系列)
ISBN 978 - 7 - 5668 - 2184 - 3

I. ①网… II. ①张…②刘… III. ①体育—新闻学—传播学—高等学校—教材 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 213788 号

网络体育新闻传播概论

WANGLUO TIYU XINWEN CHUANBO GAILUN

著 者: 张 伟 刘媛媛

.....

出 版 人: 徐义雄
策划编辑: 史学英
责任编辑: 黄 斯
责任校对: 苏 洁 彭 睿
责任印制: 汤慧君 周一丹

出版发行: 暨南大学出版社 (510630)
电 话: 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
网 址: <http://www.jnupress.com>
排 版: 广州良弓广告有限公司
印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司
开 本: 787mm × 960mm 1/16
印 张: 17.875
字 数: 350 千
版 次: 2017 年 8 月第 1 版
印 次: 2017 年 8 月第 1 次
定 价: 49.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

2015 年广东高校省级重点平台和重大科研项目青年创新人才类项目（社科类）（项目编号：2015WQNCX079；项目名称：新媒体体育新闻传播与编辑模式研究）

广东省 2015 年高等教育教学改革项目（项目编号：5170080504）

体育新闻与传播专业教材系列编委会

主 编：肖沛雄

副主编：王晓东 刘琨瑛 武学军

编 委：肖沛雄 刘琨瑛 王晓东 武学军 蔡新丰

陈小英 廖慧平 姜晓红 张天建 张 伟

总 序

2012年初,暨南大学出版社策划编辑杜小陆先生盛情邀请我为该社主编一套体育新闻与传播专业的系列教材,由于我之前在该社出版了两本专著,对该社的高瞻远瞩、独到眼光和敬业精神深有体会,所以经过与新闻系的同仁共商后,我们欣然应允。

十二年前广州体育学院主持创办了体育新闻专业(方向),旨在适应我国作为体育大国和广东作为体育强省与新闻大省对体育新闻人才的迫切需要,培养体育新闻应用型专门人才。从新专业呱呱坠地之日起,我们坚持了“夯实基础,服务社会,实践第一”的办学方针,在中国体育报及省内外各类大小媒体建立了数十个专业教学实践基地;先后从中央电视台、南方日报、广州日报、羊城晚报、广东电视台、香港凤凰卫视和暨南大学等单位聘请了白岩松、孙正平、徐继承、余统浩、李一萍、丘克军、周志伟、黄泰兴、范伯祥、偏正中、王业军、李苗等十多位资深专家为我们的客座教授;组织部分学生直接参加了包括2008年北京奥运会、2010年广州亚运会、2011年深圳世界大学生运动会、2011年贵阳全国少数民族运动会等在内的各类大型体育赛事的新闻报道实习;先后引进和培养了占全系教师人数一半以上的新闻学博士、教授和副教授。我还曾经组织教学骨干编撰并在广东人民出版社出版了一套共6本、具有体育新闻专业特色的新闻学与传播学方面的教材:《新编传播学》《体育媒体通论》《中国体育与信息高速公路》《体育新闻摄影》《广播电视体育新闻》《节目主持人语言传播艺术》等,受到较好评价。清华大学新闻与传播学院副院长、博士生导师陈昌凤教授在他所著的《中美新闻教育传承与流变》一书中,把我系的体育新闻专业课程设置列为全国四大有特色的课程模式之一。

随着我国体育新闻事业、体育事业和体育新闻教育事业的迅猛发展,当前全国已有近30个院系设置体育新闻专业,在校生总计超过3000人,加上体育新闻专业的研究生和成人教育的体育专业学生则超过4000人。虽然新闻学与传播学的教材已经出版了很多,还有不少是精品,但体育新闻专业的教学实践证明,一般的新闻学教材无论在理论观念、内容结构上,还是在技



能训练上,都跟不上时代发展对体育新闻教学的需要。

我系教授和一批近年成长起来的年轻博士、副教授在这几年中不但先后公开发表了大量体育新闻传播方面有真知灼见的学术论文,承担并完成了一大批涉及体育新闻与传播学方面的国家级、省部级和厅局级的研究项目,而且有机会亲自参与了2008年北京奥运会、2010年广州亚运会和2011年深圳大学生运动会乃至2012年伦敦奥运会的科学报告会和新闻传播实践,收获了关于体育新闻采访、写作、编辑、评论、摄影,体育展示,乃至体育大赛媒体运行、体育新闻服务等方面许多宝贵的丰富信息、知识积累、实践体验和理论认识,这都是原有教材或其他一般新闻专业教材所没有而学生非常需要的教学新内容。

为了更好地促进体育新闻教育的发展,提高体育新闻教学水平 and 专业人才培养质量,根据教高〔2012〕4号文《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》中关于“优化学科专业和人才培养结构”、“创新人才培养模式坚持内涵式发展”和“突出学科专业特色和行业特色”的精神,在暨南大学出版社的大力支持下,我们重新编撰的这套体育新闻系列教材涵盖新闻学和传播学两大学科。指导思想为:“以我国历史发展新时期对体育新闻人才素质的需求为导向,以教材的建设和创新为驱动,把新闻学、传播学的基础理论和体育新闻专业实践有机结合到教材的策划、研究和著述全过程,体现体育新闻工作岗位理论知识和专业技能的要求、促进学生实践操作能力的培养,从而充分体现体育新闻特色。”

本系列教材在体育新闻学方面,包括体育新闻采写、体育新闻编辑、体育新闻摄影、体育新闻翻译、体育大赛新闻媒体运行和新闻服务、体育展示、节目主持与评论等内容;在传播学方面,包括现代应用传播、体育传播与社会文化、网络体育新闻等内容;还有一本是我系体育新闻专业方向的研究生公开发表的学术论文精选汇编,一共11本。全套教材将于2013年底到2014年上半年间公开出版。期待各位专家学者和读者朋友的批评指正。

肖沛雄

2013年元旦

前 言

互联网的发展日新月异。互联网改变了人类的生产和生活方式，技术依赖性较强的新闻传播行业更是被互联网颠覆了既有的发展格局。曾经高高在上的传统媒体早已放下身段，或攀附新媒体平台，或自建网络平台，对于新的网络应用亦步亦趋，力图走上网络媒体的康庄大道，实现新媒体转型。

不管是新闻业界还是学界，早就认识到互联网之于新闻传播的革命性改变。关于网络传播和网络新闻传播的研究著述连篇累牍，“网络传播”“网络新闻”“新媒体”等领域的研究一时间成为新闻学、传播学研究中的“显学”。不过，在当前，网络新闻的发展尤其是网络新闻采编等业务层面仍然受到政策因素制约，这就决定了网络新闻传播的研究对象不可能是“原生态”的网络新闻。

事实上，从整个新闻传播过程来看，中国大陆互联网上的体育新闻传播相比于时政类等新闻更有活力。一方面，在中国大陆互联网发展早期，网络新闻传播肇始于网络体育新闻传播，新浪网（新浪网的前身四通利方）的论坛中最早出现网络体育新闻传播的萌芽；另一方面，网络媒体在体育新闻采编层面有更大的自主性及更完整的采编队伍，以新浪、搜狐、网易、腾讯为代表的四大商业门户网站的体育新闻报道已经超越新华网、人民网等新闻单位所属网站。因此，把网络新闻传播的研究视角关注到体育新闻不但对于体育新闻研究，乃至对于网络新闻传播的研究都具有典范意义。当前中国网络体育新闻的传播生态，很可能就是将来互联网上时政类等新闻的传播生态。对于业界和学界来说，关注研究网络体育新闻，或可展望政策宽松条件下，包括时政类新闻在内的完整的网络新闻传播状况。

本书名为“网络体育新闻传播概论”，以互联网上的体育新闻为研究对象。本书内容结构以网络传播、网络新闻传播与体育新闻研究为始，以网络应用分类研究新闻网站、网络视频、博客、微博、微信的体育新闻传播。互联网技术更新换代让人目不暇接，新的网络应用倏往倏来层出不穷，或许在本书付梓之际，即会有新的适合网络新闻传播的网络应用席卷互联网。

书名没有使用“新媒体”等更为流行的措辞，是因为学界对于新媒体概



念的外延以及新媒体的本质莫衷一是。新媒体囊括范围过于宽泛,过于“前卫”:谓之宽泛是因为新媒体从网络媒体到户外媒体,无所不包,无所不容,有概念泛化之嫌,本书涉猎有限,不敢擅用;谓之“前卫”则是因为“新媒体”一词囊括当下和未来,似乎要将尚未发明的网络应用也包揽进来。笔者认为,判断新媒体的一个重要标准应该是其核心功能是否基于互联网的连接,任何新媒体都不应脱离互联网的本质——连接。故本书以“网络体育新闻传播”命名,也是将某些与互联网关系不大、似是而非的新媒体排除出研究范围。

本书作为“体育新闻与传播专业教材系列”之一,由广州体育学院体育新闻与传播系教师张伟和刘媛媛著作完成。本书几度依据网络体育新闻的最新形势修改书稿,无奈笔者学习钻研、知识更新的速度总是赶不上互联网前进的步伐,书中数据难免陈旧错漏,观点也可能落后于时势,敬请读者不吝赐教。

张 伟

2014年10月于广州

目 录

总 序 / 1

前 言 / 1

第一章 网络传播概述 / 1

第一节 网络传播 / 1

第二节 网络传播的传播者和受众 / 15

第二章 网络新闻传播与体育新闻 / 28

第一节 体育与网络新闻传播 / 28

第二节 网络体育新闻传播的渠道 / 39

第三章 网络体育新闻采写编辑 / 52

第一节 网络体育新闻的采写 / 52

第二节 体育记者与信息源以及批评性报道 / 66

第三节 网络体育新闻的新闻价值要素 / 71

第四章 新闻网站的体育新闻传播 / 79

第一节 商业门户网站的体育频道 / 79

第二节 商业门户网站体育赛事报道的特点 / 90

第三节 官方新闻网站的体育频道 / 96

第四节 专业体育网站 / 103

第五节 体育组织网站 / 113

第五章 网络体育视频 / 118

第一节 网络视频 / 118

第二节 网络体育视频 / 121

第三节 网络体育视频亟待解决的问题与对策 / 133

第六章 体育博客 / 141

第一节 体育博客的兴起 / 141

第二节 体育博客的类型特征 / 147

第三节 体育博客的前景 / 157

第七章 体育微博、微信传播 / 165

第一节 微博及微博的传播特征 / 165

第二节 体育微博的传播形态 / 172

第三节 体育微博传播的问题与对策 / 186

第四节 微信的体育新闻传播 / 198

第八章 新媒介环境下的重大体育新闻事件报道 / 210

附录一 术语界定 / 223

附录二 网络新闻传播相关法规 / 228

附录三 国内外知名体育类网站（频道） / 268

参考文献 / 272

第一章 网络传播概述

第一节 网络传播

计算机及互联网的发明应用,开辟了人类传播的新时代。短短几十年间,尤其是自20世纪90年代互联网广泛应用以来,人类社会的传播状况发生了翻天覆地的变化。互联网不仅仅给人类增设了一种单一的新式传播载体,而且引发了包括传统媒体在内的人类传播模式的突变,实现了传播领域的又一次革命。

所谓网络传播是指通过计算机网络进行的人类信息(包括新闻、知识等信息)传播活动。在网络传播中的信息,以数字形式存贮在光、磁等介质上,通过计算机网络高速传播,并通过计算机或类似设备阅读使用。网络传播以计算机网络为基础,进行信息传递、交流和利用,从而达到其传播的目的。^①而事实上,在计算机和网络技术日新月异的今天,网络传播的含义已经不局限于以计算机为载体的互联网上的传播,它的外延已经拓展到了包括手机和移动通信网络为代表的所谓新媒体上。自20世纪90年代末以来,从传播学的角度研究人类的网络传播活动逐渐成为一门学科。

一、互联网简史

互联网(Internet),又称“因特网”“英特网”,台湾地区称为“网际网路”。互联网是网络与网络之间所串连成的庞大网络,这些网络以一组通用的协定相连,形成逻辑上的单一巨大国际网络。这种将计算机网络互相连接在一起的方法可称作“网络互联”,在这基础上发展出覆盖全世界的全球性互联网络称互联网,即是互相连接在一起的网络。^②美国联合网络委员会(FNC:The Federal Networking Council)从技术角度定义了互联网:

① 匡文波.新媒体概论.北京:中国人民大学出版社,2012:9.

② 维基百科, <http://zh.wikipedia.org/wiki/>.



2 网络体育新闻传播概论

互联网指的是全球性的信息系统：①通过全球唯一的网络逻辑地址在网络媒介基础上逻辑地连接在一起。这个地址是建立在“互联网协议”（IP）或今后其他协议基础之上的。②可以通过“传输控制协议”和“互联网协议”（TCP/IP），或者今后其他接替的协议或与“互联网协议”（IP）兼容的协议来进行通信。③以让公共用户或者私人用户享受现代计算机信息技术带来的高水平、全方位的服务。这种服务是建立在上述通信及相关的基础设施之上的。①

计算机和互联网同许多科学技术一样，最早用于军事用途。美国科学技术史作家迈克尔·怀特在其著作《战争的果实：军事冲突如何加速科技创新》一书中如此总结军事与科技之间的关联：为备战而加速科技创新，其方法不一而足。有时候，某一发现会滋生于战场上纷乱中孤立的偶发事件里转瞬即逝的某种想法，没准这一想法随后会历经磨难得以发展。发展方向之一是，几所大学或几个商业中心对其进行公开研究，由此引起军方的关注和鼎力资助，将其作为项目大力开发。其最终成果首先由军方占用，继之才会通过某种途径转为民用。②

互联网的起源可以追溯到1957年苏联成功发射第一颗人造卫星“旅伴”（Sputnik），由此宣告了全球通信时代的到来。为重新确立美国在军事科技应用开发方面的领导地位，1960年，美国国防部高级研究计划署（Advanced Research Projects Agency, ARPA）开始军事和学术方面的研究工作，其研究项目中包括创建一个实验性的计算机网络，并使其能在局部毁于战争的情况下仍旧正常运作。这项工作涉及如何将信息打包分装，并在到达目的地后重组。由于信息包可以通过不同的途径传输，这种方法能够保证即使网络中部分计算机出现了故障，大量的信息还是能发送成功。③

互联网的前身是1969年诞生于美国国防部高级研究计划署的阿帕网（ARPANet）。最初的阿帕网由4个节点构成，分别在加州大学洛杉矶分校、斯坦福研究院、加州大学圣巴巴拉分校、犹他大学。1969年底，阿帕网建成投入运行，标志着人类叩开了网络时代的大门。

1973年阿帕网扩展成互联网，第一批接入的有英国和挪威的计算机。1986年，美国国家科学基金会（National Science Foundation）开发了NSFNET，它连接了五个新建的超级计算中心和一系列的地区网络平台，这是互联网发展史上至为关键的里程碑。1990年，阿帕网关闭，但互联网继续发展。1994年，NSFNET

① 石磊. 新媒体概论. 北京：中国传媒大学出版社，2009：20.

② 怀特. 战争的果实：军事冲突如何加速科技创新. 卢欣渝，译. 北京：生活·读书·新知三联书店，2009：1.

③ 鲍勃·富兰克林，等. 新闻学关键概念. 诸葛蔚东，等译. 北京：北京大学出版社，2008：151.

转为商业运营,互联网中也接入了其他商用网络,并全面向公众开放。

1991年,英国科学家蒂姆·伯纳斯-李(Tim Berners-Lee)创建了万维网(World Wide Web),这是一个由许多互相链接的超文本组成的系统,将图形用户界面和超链接协议引入网络,并通过互联网访问。万维网并不等同于互联网,万维网只是基于超文本相互链接而成的全球性系统,是靠着互联网运行的一项服务。但正是万维网使得互联网上的信息处理变得便捷、高效,大大降低了普通人使用计算机连接互联网的门槛,使得互联网普及成为可能。

普通民众开始喜欢上互联网,大约是在1995到1996年。^①20世纪90年代中后期,互联网在全球迅速蔓延。截至2000年,全球信息产业以年均10%以上的增长率高速度发展,互联网已经连接了200多个国家和地区的近3万个电脑网络,7000多万台服务器主机,6000多个图书馆,1万多个数据库,上网用户达2.59亿。^②

1994年4月20日,中国互联网正式接入国际互联网络。1995年5月17日,邮电部宣布将ChinaNet向国内社会开放,提供所有Internet服务,这标志着中国的互联网进入商业化阶段。^③据中国互联网络信息中心的统计,截至2000年12月31日,中国上网计算机约892万台,其中专线上网计算机141万台,拨号上网计算机751万台。中国上网用户人数约2250万人,其中专线上网用户人数约为364万,拨号上网用户人数约为1543万,同时使用专线与拨号的用户人数为343万。除计算机外同时使用其他设备(移动终端、信息家电等)上网的用户人数为92万。^④

互联网接入中国20年,已经有近半数中国人成为网民,互联网深刻影响着人们的工作和生活。据中国互联网络信息中心最新公布的数据,截至2016年6月,我国网民规模达7.1亿,互联网普及率为51.7%;我国手机网民规模达6.56亿。截至2016年6月,我国域名总数增至3698万个;中国“.CN”域名总数为1950万,占中国域名总数比例为52.7%;“.COM”域名总数为1094万,占比为29.6%;“.中国”域名总数达到50万。

① 怀特.战争的果实:军事冲突如何加速科技创新.卢欣渝,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2009:291.

② 杜骏飞.网络新闻学.北京:中国广播出版社,2001:43.

③ 蒋晓丽.网络新闻编辑学.北京:高等教育出版社,2012:3.

④ 中国互联网络信息中心.中国互联网络发展状况统计报告(2001年1月).



二、互联网诞生的背景与影响

互联网的发明与当时的社会政治经济背景密切相关。人类高效处理海量信息的需求,催生了计算机;而人类对于传递海量信息的需求,催生了互联网。萌生互联网的机构,正是在二十世纪五六十年代两极争霸的国际政治格局中扮演重要角色的美国国防部,发明互联网的最初目的正是军事应用。同人类历史上诸多重大发明一样,互联网最终广为民用,造福人类。计算机和互联网同原子能、空间技术、生物工程等发明和应用一同成为第三次科技革命的标志,极大地推动了人类社会经济、政治、文化领域的变革,影响了人类的生活方式。

(一) 互联网诞生的背景

互联网的前身 ARPANet 的发明是出于军事目的,这与冷战时期的国际政治形势直接相关。二十世纪八九十年代互联网广泛地转为商用民用演变为不可阻挡的发展趋势,这与人类社会经济政治发展密切相关。在全球化背景下,各个国家、民族之间,同一国家不同地区之间,各类组织机构、人与人之间的联系越来越密切、广泛,人们在社会生产和生活中对于各类信息交流与传播的需求越来越强烈。传统的信息传播方式如信件等人际传播媒介和报纸等大众传播媒介,越来越无法满足人类生产和生活中对于信息传播的需求。而 ARPANet 最初的连接和传输功能,早已经显示出其在信息传播方面的神奇功能。

20 世纪 90 年代初,当时的参议员、前任美国副总统阿尔·戈尔提出美国信息高速公路法案。1993 年 9 月,美国政府宣布实施“国家信息基础设施”(National Information Infrastructure,简称 NII)。“信息高速公路”的提法形象地表达出美国这一全球最大经济实体对于信息传递速度和容量的渴求。信息高速公路实质上就是以互联网为雏形的高速信息电子网络。

事实上,正是源自人类社会信息传递交换的需求,二十世纪八九十年代移动通信行业才迅猛发展,移动电话的普及也正是在这一时期。只不过在信息交换方面更具影响力的互联网后来居上,以至于原本以通话和短信业务为主的移动电话衍变成了承载移动互联网的工具。

(二) 互联网对人类社会的影响

互联网对于人类社会影响之深远,无所不及,甚至已经改变了人类从群体到个体的生活方式和生活状态。每一个使用互联网的人对此都深有感受。不知不觉,人们放弃了通信等传统的人际交往方式,电子邮件、即时通信工具、社交网络成为人们相互联系的工具;从政府到企业,从社会组织到自由群体,乃至整个人类社会的联系,都建构在互联网上。

人们的生活方式和工作方式都发生了翻天覆地的变化,蜗居一隅的所谓“宅男”,一台电脑接入互联网即可闻天下事;人们的工作场所不再限于办公室和车间,家庭、车站、机场、各种交通工具,只要接入互联网,它们都可以成为人们的工作地点。

互联网连接了全球化背景下的大大大小小的企业等经济组织,促进人类社会经济的融通,还从宏观上改变了一些国家和地区的经济模式,改变了商业领域的经营模式。互联网行业本身已经成为许多国家重点扶持的朝阳产业,不少互联网领域的巨头企业渗入全球各个国家和地区,财力富可敌国,影响力举足轻重。

美国科学技术史作家迈克尔·怀特如此描述互联网给人类社会带来的改变:互联网深深地融入了社会,有别于以前的所有技术创新。它比电话和电视更为重要。像15世纪印刷的报纸一样,它是社会变革的载体。它的规模之大,超过了太空产业,甚至超过了汽车生产。在现代文明中,它的重要性如同飞机。互联网的触角深入社会的每一个层面,它给人类提供的相互关联,是人类以前从未想到的。^①

(三) 互联网是一把双刃剑

互联网在人们的惊叹声中快速扩张,几乎触及人类社会的每一个角落。借助智能手机等新的计算机技术,互联网将越来越多的人连接起来。

与此同时,互联网也是一把双刃剑,这一新事物给人类社会带来了新的问题。暴力网络游戏、色情内容等侵害网民尤其是青少年的身心健康,扭曲人们的生活方式;网络盗版侵犯知识产权;电脑病毒、恶意代码、恶意软件等造成个人隐私泄露、个人财产被盗;互联网的安全甚至涉及一个国家的信息安全。

美国著名媒体人安德鲁·基恩在《网民的狂欢:关于互联网弊端的反思》一书中对互联网表达了深深的忧虑:“毁掉我们的,不是我们所憎恨的东西,而恰恰是我们所热爱的东西。它让我们的社会产生了频繁接触色情文化的年轻人、从事网络剽窃的盗贼、患有强迫症的网络赌博者以及各种各样的痴迷者;它诱使我们人类本性中最邪恶、最不正常的一面暴露出来,让我们屈服于社会中最具毁灭性的恶习;它腐蚀和破坏整个民族赖以生存的文化和价值观。”^②

^① 怀特. 战争的果实: 军事冲突如何加速科技创新. 卢欣渝, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2009: 291-292.

^② 安德鲁·基恩. 网民的狂欢: 关于互联网弊端的反思. 丁德良, 译. 海口: 南海出版公司, 2010: 159.



三、网络传播的类型

传播是人类的一种基本社会功能,按照人类传播活动的形态、结构和功能,人类传播可以分为人内传播、人际传播、组织传播、群体传播和大众传播。

互联网在信息传播方面的强大功能,使其有条件承载并延展人类所有类型的传播。譬如在人际传播和大众传播方面,互联网使人类克服了传播过程中的时空障碍,人类“地球村”的愿景得以实现。人们只要注册登录一款即时通信工具,即可同时参与或实现在互联网上的人内传播、人际传播、组织传播、群体传播、大众传播等几乎所有类型的传播。

(一) 人内传播

人内传播也称内向传播、内在传播、自我传播,是指一个人本身的自我信息沟通,或者说是个人在人体内部对接受来自外部的信息进行处理过程中,头脑里的“主我”(I)同“客我”(Me)之间的信息交流活动。它集中反映了人的神经生理和心理机制的反馈现象。信息的传播者和接受者是合为一体的,往往表现为矛盾的统一,互动过程仅限于自己。人内传播属于心理学研究范畴,同个人的认知过程相仿,包括这样几种形式:感觉、直觉、记忆、思维、想象、情绪和感情等。人内传播既是人的自我需要,也是人的社会需要。它是人类最基本的传播活动,是人类一切传播活动的前提和基础。^①

互联网发明之后,部分网络应用成了人内传播的媒介,或者说,某些网络应用将人内传播从人的身体感官延伸到了人的体外。实质上,这些网络应用是作为一种媒介,将人的内在的感觉、直觉、记忆、思维、想象、情绪和感情等,主动投射、记录到身外的媒介上。这种人内传播的模式有一种传统的典型代表,即个人的私密日记本。在网络时代,博客、网络日志、微博以及社交网络的部分功能代替了传统的日记本,成为人内传播的新媒介。博客广泛应用以来,其所谓的“自媒体”属性颇为引人注目,但事实上,有调查显示,即便在博客盛行之时,33%的博客作者注册博客的原因是记录自己的心情,而有21%的人浏览别人的博客是因为“经常能够产生心灵的共鸣”。艾瑞咨询2011年的调查显示,67.5%的社交网站用户和57.6%的微博用户使用社交网站、微博的主要目的是“记录心情、生活经历”。^② 这些数据说明,相当数量甚至占大多数的博客、微博、社交网站等网络应用是被网民当做记录个人心情、生活经历的“日记本”,

① 肖沛雄.新编传播学.广州:广东人民出版社,2006:55-56.

② 艾瑞咨询.中国SNS和微博用户行为研究报告简版(2011—2012).