

茅渝锋 主编

信息时代的传播

COMMUNICATION IN INFORMATION AGE

 上海三联书店

信息时代的传播

COMMUNICATION IN INFORMATION AGE



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

信息时代的传播/茅渝锋主编. —上海:上海三联书店, 2011. 3
ISBN 978-7-5426-3465-8

I. ①信… II. ①茅… III. ①信息学:传播学—文集
IV. ①G20-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 006436 号

信息时代的传播

主 编 / 茅渝锋

责任编辑 / 姚望星

装帧设计 / 范峤青

监 制 / 任中伟

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路 396 弄 10 号

http: //www. sanlianc. com

E-mail: shsanlian@yahoo. com. cn

印 刷 / 上海展强印刷有限公司

版 次 / 2011 年 3 月第 1 版

印 次 / 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本 / 890×1240 1/32

字 数 / 380 千字

印 张 / 12.375

书 号 / ISBN 978-7-5426-3465-8/G·1096

定 价 / 38.00 元

序 言

高 钢

中国人民大学新闻学院党委书记、教授、中华全国新闻工作者协会常务理事、中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会理事长

我刚刚从英国参加中英互联网圆桌会议回国,就看到上海在职研究生班的班长茅渝锋的电子信件。他告诉我:“同学们的第二部论文集已经撰写完成,准备出版”,并再度让我撰写序言。

我真是感慨上海在职研究生们的勤奋。今年二月,我刚刚为上海研究生们的学术论文集写过序言。那时就为这些一边工作、一边学习的研究生们思维的活跃、视野的开阔、工作的勤奋感慨不已。看到上海三联书店的那部设计典雅的名为《守望地平线——新闻传播学视野与思维》的论文集时,更是感到这些年轻人已经加入了中国新闻学与传播学新的学术探索的行列。

没有想到,刚近年底,上海在职研究生们再度推出了他们的论文集。这次的书名定为《信息时代的传播》,从目录中显示的这几十篇论文的标题便可看出,这些新一届的同学们高度关注互联网信息时代引发的信息传播的种种变化,探索着互联网信息传播对社会生活产生的种种影响,字里行间显示着这群年轻学子对信息传播前沿问题的敏感,对世界传播格局改变的关注,对中国社会发展进程的热情。

互联网在中国投入公共服务已经十六年。十六年间,互联网已经成为中国社会运行的基础设施,网络信息传播已经成为社会主流

信息传播方式,网络信息技术已经深入到中国社会生活的各个领域,对中国社会的发展产生着巨大的推动。

仅最近十年间,中国互联网网民数量增长了 2385.21%,中国网站数量增长了 10123.9%,中国域名数量增长了 11139.9%,中国国际出口带宽增长了 80792.79%。

人们在体验着网络信息传播所主导的各种服务、感受着互联网提供的丰富的工具性功能的同时,能够看到,互联网信息技术比人类历史上的任何科学发明都更加广泛、更加深入地影响着社会生活的各个领域、各个层面、各个环节、各个时段,从而改变着人们的思维方式和行为方式,改变着社会的存在方式与运行方式。

十余年间,互联网推动着整个中国社会的信息共享。中国各个地区、各个层级、各个类别的专业媒体和组织机构纷纷在互联网上建造了自己的信息传播与信息服务的平台,形成了一个功能丰富、结构多元、布局广泛、规模庞大的信息传播集群。这一信息传播集群正在释放着日益强大的信息传播能量。

在互联网技术创造的新的信息传播环境中,今天中国公众的知情范围不断扩大,公众表达空间不断扩展,公众监督权利不断加强,公众协商机制不断完善,中国公民信息权利的实现和公民社会的建造都赢得了新的空间。

今天,互联网技术在中国的应用正在告别互联网早期公共信息传播与私人信息传播的初始形态,完成着从简单到复杂、从单一到多元、从初级到高级的历史演进,释放着它推进社会生活各个领域发生变革的巨大潜能。

面向社会各个群体、针对社会各种需求的网络信息传播服务,被政府机构网站、专业组织网站、专业媒体网站、各类商业网站不断地开掘和完善。在网络技术的推进下,社会公众不仅赢得了获取信息的更多的便利,更重要的是他们也开始作为创造主体,加入了信息制作、信息传播、信息服务提供的全过程。

如果说五年前新闻传播学界谈到的媒体融合,更多地还是指网

络信息技术正在改变着信息的采集、合成、传播和经营的各个环节的运行方式,把历史上不同媒体形态的独立演进过程统一为一个更加丰富、更加有序的过程。那么今天,随着 Blog、Tag、SNS、RSS、wiki 等代表着 Web 2.0 新一代网络信息传播模式的核心技术日益广泛的应用,我们则更深刻地感到网络信息技术正在推进的信息传播的技术手段、功能结构和形态模式的界限改变及由此引发的社会运行方式的变革。

我们看到,今天,信息的传播者正在从制作信息到聚合信息,从发布信息到经营信息,从输出本体信息传播能量到整合网络信息能量。与此同时,信息的接收者从被动接受信息到主动创作信息,从单一获取信息到全面利用信息,从信息索取的孤立个体变为信息交流的聚合群体。这个变化是深刻的,它不仅推进着网络信息总量的急剧扩张,而且推进着网络信息的更大范围的更加便利的共享。

网络已经成为人类共创信息与共享信息的平台,人类在长期历史间创造并承袭着的信息传播模式,正在网络信息技术的推动下发生本质性改变。互联网正在将信息传播的能量从网络延伸到网络之外的更为广阔的社会生活领域,对社会生活的各个方面产生着影响与改变。

互联网所推进的信息传播模式的改变,加大了信息提供的总量,深化了信息价值的开掘,提升了信息使用的效率。

互联网不仅是伟大的技术革命者,也是社会变革的推动者。十余年来,我们已经经历了几个重要的变革期:

Web1.0 时代:这是信息总量剧增、全球信息互联、信息综合提供、网络数据检索为其主要特征的网络泛传播时代。这一时代其主要的信息提供模式仍然是机构为主体的公共传播。我们感受的是信息总量的急剧增长,信息获取的及时、全面、精准和便利,大型门户网站和网际搜索引擎在满足我们综合性信息需求的同时,帮助我们在整个互联网的信息海洋中实施导航、检索、诠释和分析。每个人与世界范围的信息联系起来,人类极大地扩张了自己的观察

视野。

Web2.0时代:这是媒介形态多元、个体传播强化、网际协作普及为其主要特征的网络社会形成的时代。这一时代信息的提供模式从形态上看是以视频信息为主的多元媒体形态的融合,从信息传播的渠道上看是以移动网络为主的宽带网络的应用,从信息传播目标上看是以满足人的多元社会需求而进行的个体之间、个体与群体间、群体与群体之间的信息交流,从网络信息的结构的演进功能上看是网络社会结构的形成。Web2.0时代,我们感受的是人与人之间信息交流时空界限的突破,个人信息传播能量的扩张,个人与群体之间通过网络建立起各式关联,网络社会的属性清晰显现,网络世界与人类社会之间的能量交互变得更为顺畅、更为直接、更为强大。

Web3.0时代:它将是物体全面互联、客体准确表达、人类精确感知、信息智慧解读的时代。这个时代将生成一个物质世界与人类社会全方位连接起来的信息交互网络,我们感受的是由此生成的超大尺度、无限扩张、层级丰富、和谐运行的复杂网络系统,呈现在我们面前的将是现实世界与数字世界聚融的全新的文明景观。在这个或许可以被称之为 Web3.0 的时代,人类将赋予物质世界自我表述、自我展现的机能,在与客观世界的直接信息交互的基础上,获得更高级别的与物质世界和谐共生的智慧。

今天的网络信息技术正在推进着人类社会与客观世界的全程信息交互系统的建设。在这个系统中,不仅个人与个人之间、个人与群体之间、群体与群体之间、文化与文化之间的新的信息模式和社会结构形式正在形成,而且过去看似完全被动的物质客体也将因人的智慧而得到主动表达的智慧机能,这一技术的应用趋势推进着人与客观世界的全程信息交流,推动着人类社会的运行效率的提高,推进着人类社会与大千世界的和谐共生。

今天的网络数字技术推进着信息传播的两个发展趋向:

一是个体信息能量的深度开掘。RSS,博客,有文字记录功能

种历史演进的规律。

上面的一些观点，我曾在 11 月举行的第四届中美互联网论坛上进行过表述。我庆幸我能生活在互联网时代，更庆幸我能生活在中国改革开放的时代。而我更为感到庆幸的是，今天的年轻人能够享受中国改革开放和互联网为他们的人生发展创造的全新的环境。

中国正在发生着历史的改变。从我们的学生群体便可看到，这一代年轻人在更新自己、完善自己、追求自己人生理想的同时，也在为社会的进步注入着他们的创造与贡献。

我坚信，《共产党宣言》中所描述的那个“每个人的自由发展是一切人自由发展的条件”的社会理想，不仅是人类的理想追求，而且是人类社会的不断演进的真实。

2010 年 12 月 1 日 北京

种历史演进的规律。

上面的一些观点，我曾在 11 月举行的第四届中美互联网论坛上进行过表述。我庆幸我能生活在互联网时代，更庆幸我能生活在中国改革开放的时代。而我更为感到庆幸的是，今天的年轻人能够享受中国改革开放和互联网为他们的人生发展创造的全新的环境。

中国正在发生着历史的改变。从我们的学生群体便可看到，这一代年轻人在更新自己、完善自己、追求自己人生理想的同时，也在为社会的进步注入着他们的创造与贡献。

我坚信，《共产党宣言》中所描述的那个“每个人的自由发展是一切人自由发展的条件”的社会理想，不仅是人类的理想追求，而且是人类社会的不断演进的真实。

2010 年 12 月 1 日 北京

目 录

新媒体研究

- 浅析微博的新闻传播模式与影响 / 樊东蛟 3
- 微博客的新闻传播特征分析 / 李 黎 9
- 论新传媒在体育传播中的功能 / 朱 璇 18
- 微博:交流的平台,生活的方式 / 谢妍如 28
- 浅析微博客及其在营销领域的应用 / 张晓莹 34
- 手机报与传统媒体的融合研究 / 张冀肿 42
- 将个性化进行到底 / 陆岑岑 49
- 手机媒体发展中的多媒体综合化现象 / 张璐璐 56

互联网与传播

- 古琴文化在互联网上的传播 / 康 诚 63
- 浅谈 NICONICO 动画的网络传播 / 邹赢演 71
- 报网联动的必要性分析 / 谢正宜 80
- 试论网络传播对舆论的影响 / 魏 旭 90
- 试论网络舆论的形成机理 / 朱 玲 97
- 网站规划中的符号学原理 / 李嘉珺 110
- 规范网络视频:“清源”与“正本” / 郭婷婷 118
- 浅析网络公关的发展与新推广模式 / 兰姝瑶 124

传播文化

- 媒介融合趋势下大型活动的传播策略 / 毛嵘嵘 133
- 大众文化传播的社会意义 / 魏 旭 140

“e-社会传播背景下媒介的议程设置功能”浅析 / 田国华
姚欣保 148

现代性之下的大众传媒及其表征 / 茅依蕾 153

从传播学受众视角探讨韩剧在中国的传播 / 雷 禹 163

从北京新春音乐会看音乐商业演出中的“5M” / 王 莺 168

《泰晤士报》怎样报道北京奥运会 / 蒋长华 179

少儿频道之“想象力的翅膀” / 姚 培 189

电话采访优劣谈 / 李兴远 198

广播:永不消失的电波 / 孙邦宁 206

大学文化传播及其途径探究 / 雷 禹 213

高职高专教材开发现状与思路探究 / 李 丹 219

学术信息 OA 模式 / 尹 飞 228

公共关系与广告

企业公共关系理论与实践及其在政府中的运用

探析 / 杨 颖 241

从圣元奶粉事件看现代危机公关 / 何 萍 254

从 QQ,360 之争看网络公关新动向 / 张 鑫 259

浅谈网络广告的特点与优势 / 张 真 266

从 iPhone 上市看商业广告的恰当运用 / 张诗羽 273

WIKI 技术在广告教学中的应用研究 / 王瑞莉 279

从“71 号文件”看中国电视购物行业的发展趋势 / 蒋长华 288

挖掘 RSS 营销的潜力 / 郑 胤 299

微博的传播特征与微博营销的关键点 / 周 娜 308

手机媒体平台下营销模式研究 / 严 熹 315

企业形象传播

浅析网络传播在现代企业传播中的应用 / 徐慧莹 323

企业博客在新兴以及传统企业中的营销传播 / 郭 佳 331

浅析企业“代际更迭”时期组织内传播的瓶颈与

对策 / 贾 婧 339

企业展览会冲突管理中的人际传播与公共关系

传播 / 周 媛 347

企业公关的新媒体应用——以“企业博客”为例 / 叶文君 353

浅论企业内刊的意义和发展 / 周 逸 361

以人为本——新时期企业报刊工作的思考 / 袁晓君 370

浅析企业内刊的多媒体传播及运营 / 杨 玲 379

新媒体研究

XINMEITIANJIU

浅析微博的新闻传播模式与影响

樊东姣

摘要:互联网把人类带入一个全新时代,新闻传播方式也随之发生了颠覆性的变化,从初始的自上而下的被动传播逐渐转向由点到面的辐射传播。本篇将以新浪微博作为典型案例来分析互联网新闻传播模式发生的改变与影响。

主题词:微博 互联网 新闻传播方式

互联网把人类带入了一个全新时代,从传播学角度来说,互联网为人们提供了最快的图、文、视频资讯信息,实现了人与人之间的在线实时沟通交流,在网络空间中缩短了人类对信息获取的物理距离与时间距离。但在不断膨胀的网络空间里,互联网也将人类带入了一个信息大爆炸的时代。

据美国 IDC 数据统计,每年新生数字信息量,用容量是 4G 的 DVD 存放,并把它们叠放在一起,足足可以绕地球一圈多。报告中说,每年新产生的数字信息中只有 1/4 是原创性信息,其余 3/4 的内容则是复制品。面对如此庞大且重复性极高的互联网信息,互联网用户对有效信息获取途径要求越来越高,类似传统门户网站的海量信息越来越成为不能满足网民对信息获取及时、精准的要求。

在经历了呆板的灌输式的门户网站时代以及正在不断进步的 Web2.0 技术之后,互联网正在向介于 Web2.0 与 Web3.0 之间迈进。

互联网不再是单纯的自上而下的由少数资源控制者集中控制主导的互联网体系,而是向自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系转变,个人的积极性正在被充分发掘,互联网的主导权正在向个人转变,更多的个体将参与到体系中来。同时互联网也出现了“能思考”、“有智慧”的智能化特征。^①

网民不但期待出现以个人为中心的可定制智能化门户平台,实现社会热点基础性新闻的接收,享受低噪音的个性化定制信息服务,还应满足以个人为中心的人际关系维护互动功能,以及实现个体创作与参与的权利。而微博客的适时出现为这一理想的实现带来可能性。

什么是微博客?

所谓微博客就是传统博客的迷你版。它以互动性强、时效性强、百字短篇发布的特点传播资讯信息。

微博客打破了传统的 PC 终端 web 信息发布渠道,创新地整合了 PC 端多种 IM 软件以及手机移动终端随时随地通过 SM、WAP 等方式发布、上传最新图文信息。

最早的微博客于 2006 年发源于美国 Twitter,中国微博客源起饭否,发展至今,已有十余个微博平台,目前以新浪微博聚集人群与影响最广最大。本文将以新浪微博为例,从以下几点浅析微博的新闻传播模式以及对网民行为习惯的影响与改变。

1. 微博及时的信息发布特征,成为创新的新闻报道与传播平台

微博摆脱了传统博客的标题、结构、内容等诸多写作要求束缚,用户可通过电脑、手机等多种方式随时发布 140 字的所见所闻所感,并可上传图片、视频,发布信息与好友实时互动。这一特征极大方便了信息的快速发布,每个个体都可以向网络第一时间传达信息

^① 彭兰:《网络传播概论》,北京:中国人民大学出版社,2009 年。

与心声。以一则地震新闻为例,在2009年12月19日21:02台湾发生6.7级地震,新浪微博台湾用户@雨伞宇珊在21:03发布微博信息“地震@@! 好強>"<",几乎在同一时间福建@幽小谷以及更多微博用户也发布地震消息,而相关媒体则是在12月20日才报道了此事。从该事件可以看出,传统媒体机构在新闻发布时间上明显滞后微博的个体新闻发布。传统媒体是唯一新闻获取渠道格局被打破。

除此之外,很多新闻报道最初都源起新浪微博,如:2009年最大财经媒体事件——胡舒立出走《财经》杂志最初有行业内媒体人发出微博信息,因传统媒体对新闻的真实性报道具有一定的要求,无法做到类似于微博的发布形式,即使微博上对于该话题已经热议,但传统媒体在经各方渠道的考证无果后仍无法发布新闻,直到胡舒立所属机构出面否认“传闻”。但事实证明一波三折的胡舒立出走财经杂志最终成为事实。再次证明微博成为个体参与新闻报道与传播提供了良好的平台,有着传统媒体无法比拟的优越性。

同时互联网实验室总裁刘兴亮对于微博信息的及时性,提出了即时搜索概念。“这是什么概念呢?比如我住在亚运村,上班在中关村,每天要经过北四环,有一天晚上九点半,路上堵得很厉害,这时候我就有诉求,到底发生了什么事情?我也很无聊,我就拿手机上微博搜索,是那天晚上在鸟巢有周杰伦的演唱会,所以堵上了。这样的情况你上新浪看新闻,这是不会报道,去百度、谷歌也搜不到。在那个点你打开1639广播可能也不一定放。即时搜索会产生一种新的盈利模式,甚至可能颠覆搜索。并且传统的搜索也认识到了即时搜索的威力。”

但是微博新闻的真实性也存在一定的考验。个人与专业的新闻组织相比缺乏专业性以及新闻渠道的合法性及可信度,并且互联网信息缺乏一定的审核机制,难免造成假新闻。比如“艾滋女闫德利”事件出现之后,在微博上被大肆炒作,顿时舆论哗然,源自互联网的一篇信息,对社会道德等多方面造成较大的负面影响。