

新闻传播研究丛书

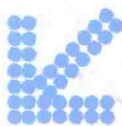
教育部人文社会科学研究项目



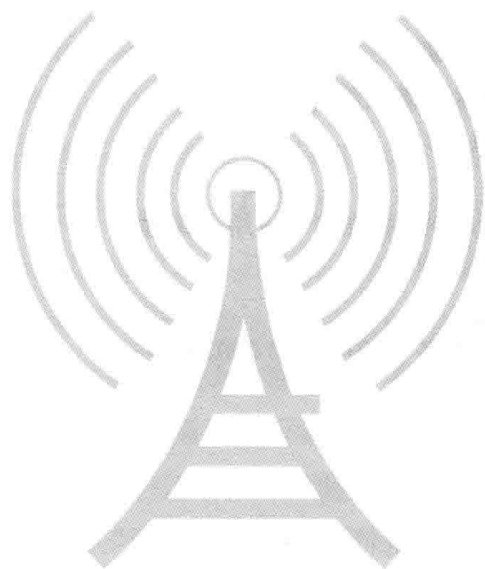
《《《 流众传播

——数字传播主体的崛起、困境与前景

葛自发 著



中国国际广播出版社



流众传播

——数字传播主体的崛起、困境与前景

葛自发 著



中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

流众传播：数字传播主体的崛起、困境与前景 / 葛自发著. —北京：中国国际广播出版社，2019.3
ISBN 978 - 7 - 5078 - 4441 - 2

I. ①流… II. ①葛… III. ①数字技术—应用—传播学—研究 IV. ①G206 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 050241 号

流众传播：数字传播主体的崛起、困境与前景

著 者 葛自发
责任编辑 杜春梅
装帧设计 人文在线
责任校对 有 森

出版发行 中国国际广播出版社 [010 - 83139469 010 - 83139489 (传真)]
社 址 北京市西城区天宁寺前街 2 号北院 A 座一层
邮编：100055
网 址 www.chirp.com.cn
经 销 新华书店
印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司

开 本 710 × 1000 1/16
字 数 248 千字
印 张 15.25
版 次 2019 年 5 月 北京第一版
印 次 2019 年 5 月 第 1 次印刷
定 价 66.00 元

序

我依稀记得，这是第二次为他人作序。第一次是为北京市一所重点中学的期刊写卷首语，主题是读书，最后的题目是：“能读书”“会读书”“读好书”。这三句话，代表着三个层次、三种境界。“能读书”说明是有机会；“会读书”表明的是个人的读书技巧；“读好书”是一种价值选择取向。这一次是为我的学生博士论文出版作序。

我曾经以工作太忙为由，推拖了好几次。我不愿作序有三个原因，第一，作序往往意味着年纪稍大的人为年轻人写一些激励的话，在一定程度上，表明：自己已经老了；第二，作序常常是学术造诣深厚的大师为后生写上一些文字，在一定意义上显示：自己是某一领域的专家了；第三，上级领导为下级部门的同事作序，以显示领导的重视，以及上下级关系的融洽。

但是我的学生还是执意要我写序。我思索再三，决定以“研究”为主题写这个序。我之所以选择以“研究”为主题，是因为当下社会在社会科学研究上存在许多误区。一是从大数据来看，整个社会十分重视研究，无论是科研经费的增长速度，还是科研成果的数量，都呈现出异常繁荣的景象；二是从科学发展来看，具有创新的成果不多，独有特色的话语体系尚未建立，与国际强国相比仍有不小差距。正是基于这样的考虑，我把题目定为：“能研究”“会研究”“好研究”。

所谓“能研究”就是作为一个个体，能做研究是一个非常幸运的事情。在人类社会，从事某项事业，不仅表明自己的爱好与兴趣，而且也体现一定的心智差异。从政需要的是协调能力、沟通能力。从商需要的是精明的头脑与商业运作能力。从事研究工作，需要的是对未知与真理的探究精神、能坐冷板凳的毅力、爬格子的耐心。

所谓“会研究”就是指研究者掌握研究的方法与技能，达到预期的研究目的，取得一定的成效。在高等学校，培养学生，尤其是硕士生、博士生，最关键的是要培养他们对学术的兴趣与研究问题的能力。现在，社会上出现的师生关系紧张问题，除了道德因素之外，比较多的是学生对学术的兴趣不足与研究能力不够的问题。目前，有些学生选择考研，并不是建立在个人对科学研究的兴趣上，而是为了现实的需求，需要一张体现自己价值的文凭来证实自己的身份，为未来获得一张通行证。由于缺乏对科学研究基本的学术兴趣，再加上社会上急功近利和浮躁氛围的影响，一定程度上导致部分学生仅满足于完成学位要求，很难提升研究的真实能力。

所谓“好研究”就是指一项研究达到了较高的水准，可以是在研究内容上有突破，可以是在研究方法上有创新，也可以是在呈现方式上有新意。

如果说，“能研究”是能力判断，“会研究”是过程判断，那么“好研究”就是结果判断。

我经常讲：博士研究生的培养，其衡量的标准有两条，一是学术的基本训练，二是学术的初步创新。学术的训练体现为研究的方法与规范；学术的创新体现为科学研究创新性，即研究内容、研究方法、研究结果等方面的创新。

现在，让我们回到《流众传播——数字传播主体的崛起、困境与前景》本身。本书是葛自发在博士学习阶段之后，经过认真思考与修改之后呈现给读者的一部著作。基于我上述提到的研究主题，从“能研究”“会研究”“好研究”三个层面加以评述。

葛自发是我到中国传媒大学工作之后招收的第一个博士生。他考取了受众与传媒生态研究方向的博士生，实现了“能研究”的机会。他凭借一股肯吃苦、不服输的精神，勤于学习、乐于学习，再加上他有比较好的悟性。通过一段时间的学术训练，在学习期间，就在新闻传播学核心期刊上发表了学术论文。

在《流众传播——数字传播主体的崛起、困境与前景》这部著作中，也充分展示了葛自发“会研究”的一面。对于众多的研究生而言，选题是做好研究的关键。“会研究”就是要求研究者善于从熟悉的现实生活、众多的理论研究领域中发现有价值的选题。他硕士毕业后，分配到国家互联网应急中心工作。工作性质决定了他要了解和掌握互联网与受众的发展变化规律。正是鉴于

此，他选择了受众变迁的话题。这个选题对他而言是熟悉的研究领域，研究的内容涉及到流众研究的方方面面：流众的崛起、流众的解读、流众传播、流众传播的效果、流众传播的困境、流众传播的前景。可以说是流众研究的一种全方位图景研究，在一定程度上丰富了受众研究的内容与视野，也可以说是一种创新之举。

在《流众传播——数字传播主体的崛起、困境与前景》这部著作中，也比较全面地显示了葛自发研究的成果是一个“好研究”。主要体现在以下几个方面：

第一，研究的规范性。首先是研究内容的聚焦，研究对象十分的清晰，主要是对流众本体的研究。其次是研究方法的合理运用，他比较好地使用了文献研究方法、文本分析方法和访谈方法，增加了研究的现实感。

第二，研究结果的创新性。主要体现在他提出了一个较新的概念——流众。这是区别于传统受众的一个新概念。另外，作者还比较系统地梳理了流众的现状、困境，并展望了流众的未来发展前景。

综上所述，《流众传播——数字传播主体的崛起、困境与前景》一书在我看来：是一部值得所有关注传播研究领域的研究者一读的学术著作。当然，本书只是作者研究起步阶段的著作，还比较稚嫩，从学术探索的角度而言是值得充分肯定的，但是仍然还有不少问题值得进一步深入研究：如流众概念能否被学术共同体所认可？流众随着科学技术的快速发展在内涵与外延方面有何新的表现，流众未来发展的前景究竟如何等都期待有进一步新的研究发现。

是为序。

中国传媒大学教授 博士生导师

王保华

二〇一八年五月六日

目 录

导论：数字技术引发的传播革命（1）

第一节 研究缘起（1）

第二节 研究综述（7）

第三节 理论取向与研究方法（16）

第四节 文章结构（21）

第一章 流众的崛起（23）

第一节 “信息流”与“信息势”（23）

第二节 流众的定义（27）

第三节 流众的“数字画像”（37）

第四节 “流众”的类别与特征（44）

第二章 流众的解读（58）

第一节 流众的主体间性（58）

第二节 流众的“重新部落化”（62）

第三节 流众的角色偏向（65）

第三章 流众传播（78）

第一节 流众传播的界定（78）

第二节 流众传播的动因（82）

第三节 流众传播的模式 (92)

第四节 流众传播的特征 (106)

第四章 流众传播的效果 (124)

第一节 流众传播与政治革新 (124)

第二节 流众传播与经济发展 (134)

第三节 流众传播与文化嬗变 (144)

第四节 流众传播与传统大众传媒 (158)

第五章 流众传播的困境 (166)

第一节 数字技术的双刃性 (166)

第二节 过度互联的危险 (178)

第三节 流众素养的不足 (184)

第四节 外部环境和机制的弊端 (195)

第六章 流众传播的前景 (205)

第一节 流众传播的人类愿景 (205)

第二节 流众传播的中国语境 (209)

结 语 (212)

第一节 结论和贡献 (212)

第二节 余论和不足 (215)

参考文献 (216)

导论：数字技术引发的传播革命

第一节 研究缘起

一、现象：数字时代的降临

在 21 世纪的今天，数字通信技术是最重要的技术变革之一。弥散在我们周围的数字信息，像空气一样，无所不在，无所不及，甚至无所不能。而我们像鱼儿一样，置身于数字的海洋，或徜徉遨游，或悄然无息。生活中随处可见这样的景象：在办公室、咖啡厅、大街上、地铁中，数字终端与人形影不离，人们的目光注视着屏幕上那闪烁的光符，沉浸其中，不舍游离。令人既兴奋又深感忧虑的是，随着穿戴技术的进步，就连我们的肉身也难以抵挡数字技术的侵袭，人的数字化和媒介化已然在逐步成为现实。

“每一项技术都是人类意志的一种表达。我们通过工具扩展我们的力量，控制周围的环境——控制自然，控制时间，控制距离，控制彼此。”^① 关于技术对人类历史的影响，马克思写道：“风力推磨带来了封建地主社会，蒸汽机磨坊带来了资本家社会。”面对当下变幻莫测的数字媒介奇观，我们不禁要问，数字技术到底给人类带来了什么？

这是一个来不及作答的问题。麦克卢汉曾警示，面对新技术与传统的冲突，“我们又聋又哑，浑然不知。”数字时代的车轮迅疾碾来，当我们刚意识

^① [美] 尼古拉斯·卡尔：《互联网如何毒化了我们的大脑》，刘纯毅，译，北京：中信出版社，2010. 47.

到应该对这一切作些付量，甚至是我们还没有丝毫察觉的时候，变化就早已发生。当然，后知后觉中，总有些人较早地嗅到了数字技术带来的异样气息。早在1995年，传播科技领域最具影响力的大师尼古拉·尼葛洛庞帝就旗帜鲜明地指出，人类的未来是“数字化生存”。尼葛洛庞帝写道，“信息的DNA”——比特正迅速取代原子成为人类社会的基本要素。“数字一族……正在逐渐创造出一种真正的生活方式，而不仅仅是知识分子的故作姿态，这些网上好手结缘于电脑空间。他们自称为比特族或电脑族，他们的社交圈子是整个地球。”^① 伴随数字化而来的“数字化生产……让弱小孤寂者也能发出他们的声音”^②，“信息高速公路不只代表了使用国会图书馆中每本藏书的捷径，而且正创造一个崭新的、全球性的社会结构。”^③

是的，数字时代已经降临！且带来了传播革命。正如麦奎尔所言，“真正的‘传播革命’所要求的，不只是信息传播方式的改变，或者是受众注意力在不同媒介之间的时间分布上的变迁，其最直接的驱动力，一如既往，是技术。”^④ 对于人类的传播活动而言，数字技术改变的不单是信息的存储方式和传递方式，更是人们的思想观念、生活习惯、行为方式、人际关系，乃至社会结构的变化。

导致上述改变的不仅仅是数字化。对人类而言，如果只有数字化，只以比特存储信息，仅仅是相当于家里多了一间无限量的储物间而已。信息的流动才是传播，让比特自由流动的关键，是由数字化衍生而来的网络化。正是数字技术与网络技术的完美结合，才催生了数字媒体^⑤。只有在数字媒体时代，信息的流动才会畅通无阻。

如果说传统媒介时代，信息的流动是一条奔涌的滔滔大河，那么数字时代的信息流，则是汹涌澎湃的汪洋。这里光荣与毁灭共存，波澜与宁静同在。你

① [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝：《数字化生存》，胡泳，范海燕，译。海口：海南出版社，1996. 255.

② [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝：《数字化生存》，胡泳，范海燕，译。海口：海南出版社，1996. 7.

③ [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝：《数字化生存》，胡泳，范海燕，译。海口：海南出版社，1996. 255. 15.

④ [英] 丹尼斯·麦奎尔：《受众分析》，刘燕南，李颖，杨振荣，译。北京：中国人民大学出版社，2006. 156.

⑤ 因表述需要，本书所说的新媒体与数字媒体、数字新媒体概念等同，也不严格区分数字媒体与网络媒体的概念。

我都漂流在这数字的海洋里，你我身边都飘荡着一种“轻盈、透明、无质无形连人手也难以把握的力量”^①，这种力量来自电脑、手机、平板电脑、图书阅读器、可穿戴设备……它们将个人串联，传递信息，生产内容和体验，协助人类建立社会关系。对于眼前正在发生的种种变化，开始时我们浑然不觉、惊奇诧异，现在我们乐此不疲、追新逐异，而对于未来，却又毫无方向、茫然无知。

我们正生活在这个捉摸不定、难以精确认知的数字世界。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》（简称《报告》），或为我们勾勒出当下中国数字媒体的发展面貌。CNNIC 第 41 次《报告》显示，截至 2017 年 12 月，我国网民总数达 7.72 亿，普及率达到 55.8%，超过全球平均水平（51.7%）4.1 个百分点，超过亚洲平均水平（46.7%）9.1 个百分点。其中，手机网民规模 7.53 亿，手机上网使用率达 97.5%，手机作为第一大上网终端的地位更加巩固。毫无疑问，数字媒体的这一趋势还将持续下去。伴随这一趋势持续增长的并非只有数字，麦克卢汉曾说：“人们对任何传播媒介的使用所产生的冲击力，远远超出这个媒介所传播的特定内容”。由此可以推断，数字媒介的影响，远不止数字化那么简单。

当下的数字媒介已经难以精准认识，其未来更难以把握。无论将来数字媒体如何发展，其用户数量如何增长、用户行为如何改变，可以肯定的是，数字时代发生的这一切，与我们息息相关。关注数字技术，就是关注我们在数字时代的命运。正因如此，关于数字媒介与人、与社会关系的摸索、研究，也就有了价值和意义。

二、问题：数字时代受众内涵的改变

受众既是考察传播效果的立足点，也是研究媒介、社会与人三者关系的交叉点。长久以来，受众就被视为传播学研究的重要领域，吸引了大批研究者的目光。发展至今，形成了一系列精彩纷呈的受众理论。

我们先回顾一下受众概念的起源。英文中，“Audience”一词，源自拉丁

^① [美] 保罗·莱文森：《软利器——信息革命的自然历史与未来》，何道宽，译，上海：复旦大学出版社，2011，序 1。

语“audire”，最原始的词义是“倾听”，指听的状态。这与丹尼斯·麦奎尔认为最早的受众，可追溯到古希腊时期聚集在城邦内倾听演讲的民众的说法遥相呼应。受众（Audience）一词，与社会科学领域中其他诸如社会（society）、公众舆论（Public Opinion）等一些看似简单的概念一样，是一个抽象的、众说纷纭的概念。^①大陆地区将“Audience”译为“受众”，作为对读者、听众、观众等群体的统称，从字面上看，单“受”字就显示出“受众”的被动意味。我国台湾地区将“Audience”译为“阅听人”，这一表述更为确切。

受众的内涵经历了漫长的演变过程。麦奎尔说：“受众是社会环境和特定媒介供应方式的产物”^②，从最初的广场演出和竞技的观看者，到现代传媒环境下的信息接收者，受众的内涵在不断演变。观众、听众、读者、网民等称谓的变化，反映出不同媒介时代受众观念的变化。

进入数字时代，数字媒体在政治、经济、文化和社会领域展现出巨大的整合潜力，逐步消解了受众单向被动的意味，信息控制权向受众转移，使受众成为整个传播活动堪与传播者分庭抗礼的一极。受众的积极性通过数字和网络技术得以施展，传统意义上“传者”与“受者”的界限变得模糊。除能动性的文本解读外，自主选择信息、与传播者进行互动、参与媒介内容的生产、自我形象的呈现、社会关系的虚拟映射成为受众的新特征。相应地，受众研究开始向受众的生产性、互动性、参与性、社会性等方向进行转移。因此，越来越多的研究者开始认为，传统的受众内涵不合时宜。有评论家指出：“正在发生的情况是，无论在人文科学还是社会科学领域，传播研究中受众一词的所指对象正在消解。”换言之，我们仍在沿用熟悉的词语与指称事物，而事物本身却正在消逝。^③英国著名受众研究学者麦奎尔也说：“如此单一且简单的术语却被用来概括一个不断多元化和复杂化的现实，并且还被应用于另类的、对抗性的理论模式。”^④从中我们可以看出麦奎尔对受众指称对象无限扩张的忧虑。

① [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 2.

② McQuail, D. (1997). Audience Analysis. London: Sage Publications, pp. 5.

③ [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 2.

④ [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 2.

激进者主张抛弃受众的概念，另立门户。他们提出，与其名之为“受众”，不如“信息消费者”“信息用户”，或其他更为新颖的表述更为合适。审慎研究者并不赞同对经典概念的反叛。麦奎尔认为，只要“大众媒介”依然存在，关于受众的传统含义和传统现实，也将继续存在并且仍然适宜。^① 麦奎尔分析称：

既然这个概念能够流传下来，被人们使用并形成习惯，而且候选媒介的范围还在不断扩大，那么就没有必要详细罗列这个定义中究竟包括了一些什么含义。乍看起来，将各种互动媒介的使用者说成是受众似乎没有太大意义，尤其是当过去常用的标准——根据时间、空间、对固定目标的注意力进行划分——不再适宜或不再清晰可见时。在各种语言中，受众（audience）一词仍然没能摆脱其关于人们坐着、观看、聆听的明显内涵。受众这一名词的经典含义总是与讯息相关联的（message related），而理论和实践已经表明，受众的媒介使用——在不同环境下媒介使用过程中所获得的内在愉悦和满足——在行为（behavioral）以及在社会（social）、情绪（emotional）、感情（affective）等方面所显示的意义几乎是相同的。^②

麦奎尔还认为，“在面对所有这些变化和技术发展时，有一个相当大的惯性力量制约着受众的形成和受众行为的根本性转变。”^③ 纽曼（Neuman）在《大众受众的未来》（The Future of the Mass Audience）中将其中一股力量描述为“媒介使用的社会心理”，并且用“根深蒂固的消极的、心不在焉的媒介使用习惯”来表述，并称另一股力量是（美国的）大众传播工业。

受众概念的分化，是媒介渠道不断丰富结果，也与受众作为传播参与者的行为、心理，以及社会形态的变化密切相关。这一过程中，受众概念也不断地被赋予新的含义。数字技术不仅产生了新的媒介形式和社会现象，也加大了受众研究的不确定性。正如瑞典学术评论员彼特·达尔格伦（Peter Dahlgren）

① [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 176.

② [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 180.

③ [英] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. 177.

所说,“过去的确定性理解已经消失了,不再会有统一的‘受众理论’,不再会有对于‘受众’含义以及受众研究方法的一致意见。无论我们在从事研究工作时遵循什么样的传统或理论框架,我们都对着受众实践的多维度特性,以及影响观看活动的不断变化的语境因素——并推断着受众理解的意义”。^①

基于受众内涵的不断丰富,并出于对经典和传统的尊重,作者认同受众概念的存在价值和长远意义,但同时认为有必要在数字媒介环境下,对受众的概念作进一步的深化和发展。

三、研究:新媒体用户及其传播

本书致力于数字技术与新媒体用户、与社会现实的关系研究。一方面,考察数字技术引发的受众内涵嬗变,新媒体用户参与传播方式的变化,以及新媒体用户行为对现实的影响;另一方面,着眼于批判视角,分析数字技术的意识形态属性,研究新媒体用户的主体困境、传播困局及发展前景。

本书的研究对象为新媒体用户及其信息传播行为。《现代汉语词典》将“用户”一词解释为,某些设备、商品的使用者或消费者。本书所说的新媒体,特指以比特(二进制)为信息传播载体的网络化媒介^②。这里强调网络化,意在说明非互联互通的数字介质不属于本书的研究范畴,如只用来存储数据的光盘、硬盘,未联网的电脑等。因而,本书所涉的新媒体(数字媒体)用户,特指数字化网络媒体的使用者。即所有使用过数字化网络媒体的组织和个人,所有的数字化、网络化传播,都是我们的研究对象。

作者力求创新,而创新本身就是一个危险的过程。关于受众观念的创新,本书并不是第一个尝试者,但作者依然胆战心惊。

麦奎尔说,“毫无疑问,新的更准确的术语,会因为特定目的的需要而产生。”^③这给了作者冒险的勇气和理由。

① [瑞典]彼得·达尔格伦.评论:难以揣摩的受众.[英]罗杰·迪金森,拉马斯瓦米·哈立德拉纳斯,奥尔加·林耐.受众研究读本.单波,译.北京:华夏出版社,2006.332.

② 如手机使用数字信号作为上网终端时,本书视其为新媒体;使用模拟信号作为通信终端时,不属于本书界定的新媒体范畴。

③ [英]丹尼斯·麦奎尔.受众分析.刘燕南,李颖,杨振荣,译.北京:中国人民大学出版社,2006.182.

第二节 研究综述

“流众”及“流众传播”，是作者根据数字媒介的特点，大胆创造的一组新概念。为明确“流众”及“流众传播”在媒介发展历程中的对应位置，我们有必要对新媒体用户的研究情况，传统的受众概念、受众研究的新动向，及已有的新媒体用户概念创新作一番回顾。

一、新媒体用户研究综述

当前，国内关于“新媒体受众”的研究尚处于起步阶段，大致分为三类：

一是沿袭传统的受众观念，直接采取“新媒体+受众”的研究方法。此类观点认为新媒体环境下，传者与受者的角色对立泾渭分明——受众总体上依然处于被动接受的地位；或承认在新媒体传播生态下，“传者”和“受众”之间的关系发生了根本性的变化，“受众”主体地位得到提高，但传受双方的权力场域没有改变，受众指代传播对象的基础依然牢固，故依然主张采纳“受众”的概念。

二是以中性概念描述新媒体传播对象，多以“新媒体用户”“新媒体使用者”“网民”“手机用户”“微信用户”等词语进行对象描述。此类研究力图跳出受众与传者的对立之争，以客观视角看待新媒体传播行为，多为从媒介使用或营销角度出发的应用性研究。但客观上讲，远离争执也在一定程度上注定了与创新无缘。

三是尝试进行观念革新。这一观点与前两者最明显的区别是直接抛弃“受众”概念，结合新媒体的传播特性，尝试创造更加准确的表述或称谓，以便更好地阐述、解释新媒体时代的传播参与者。

以上研究可分为：

（一）沿袭传统的受众概念

“新媒体受众”研究。CNKI文献中，明确以“新媒体受众”为题的文献不多，典型标题如董淼的《移动“新媒体受众”满意度测量与分析——以北

京市公交移动电视为例》、包凌雁的《新媒体受众：不能少了农民工——从宁波市农民工媒介使用调查谈起》、虞宝竹的《移动传媒携手 CTR 新媒体受众测量标准有望出台》。其中，董森和包凌雁的文章偏重测量和调查，董森通过问卷调查的方式，研究受众对公交移动电视的满意度；包凌雁从媒介使用角度，分析了农民工的新媒介使用行为对媒介消费及农民工自身文化和现代化意识的影响。《中华新闻报》记者虞宝竹报道的则是“新媒体受众”测量标准有望出台的消息。此外，康彬的《新媒体时代的受众研究》也涉及“新媒体受众”，指向新媒体时代受众研究的变化。该文分析了新媒体时代结构性、行为性和社会文化性受众研究的发展情况，提出“受众”概念已不适应新媒体时代传播环境的变化，认为受众分析应该寻找更为契合新媒体特质的研究路径。其他研究则多偏重新媒体环境及其影响，捎带涉及新媒体与受众之间的关系研究。

专著方面，方雪琴主编的《新兴媒体受众消费行为研究》和李馥岑等人所著的《复杂传播网络下的电视新媒体受众研究》是作者搜集到的国内仅有的明确以“新媒体受众”为关键词的研究论著。前者虽以“新兴媒体受众”为题，却以“IPTV 受众”为主要研究对象，总结出 IPTV 消费行为变化的三大特征：即受众群体从分化走向分裂、收视模式从“仪式性收视”转向“工具性收视”、IPTV 群体划分更多地以其生活方式和个人的品位为标准，探讨了使用者采用 IPTV 的关键因素及由此带来的消费行为变化。后者以数字电视用户的收视分析为基础，检视传统电视的收视和广告价值评估体系在数字电视新媒体领域实际应用中的不足，并试图构建一套新的数字电视新媒体价值评估体系。这两项研究的对象 IPTV（数字电视）仅为众多新媒体形式中的一种，研究本身也于“新媒体受众”的概念革新无突出贡献。

“网络受众”研究。与“新媒体受众”比较，有关“网络受众”的研究稍多。CNKI 中以“网络受众”为关键词的文献有 52 篇。可作如下分类：

一是关于“网络受众”主体及传播机制研究。如郭佳楠的《网络受众的媒介素养培育浅析》，申雪凤的《网络受众反馈运用研究》，蒋卓然、赵淑华的《网络受众特质新探》；二是有关“网络受众”调查与测量的研究。如匡文波的《网络受众的定量研究》，彭兰的《网络受众调查的意义及其实施》，方德运、孟金芝的《常见的几种网络受众调查手段浅析》；三是关注“网络受众”心理及行为的研究。如盛志宏的《网络受众的心理特征与失范行为》，杨

晓玲的《基于网络受众心理的网络思想政治教育有效性研究》，孟鸿、何燕芝的《受众心理分析视角的网络谣言治理》；四是特定内容、特定地域的“网络受众”研究。如张国良、江潇的《上海网络受众的现状与发展趋势——“上海市民与媒介生态”抽样调查报告》，张文锋的《新疆少数民族网络受众调查分析》，曹淑慧的《网络快餐文化的受众心理分析》，李月宁的《美国电视剧的中国网络受众分析》等。

据作者查阅，国内明确以“网络受众”为研究对象的专著只有巢乃鹏的《网络受众心理行为研究》。该研究有明显的心理学偏向，且将研究重点放在了“网络受众”的信息查寻行为上，与本书选题并无多少交集。此外，部分研究网络传播的专著也辟出章节研究“网络受众”。如杜骏飞在《网络传播概论》一书指出网络传播中传受身份的双重性和传播对象的小众化和个人化特征；彭兰的《网络传播学》也研究了“网络受众”的需求、总体特征、代际差异、类别划分及受众心理，并结合实际，分析了我国网络媒体的受众构成及网民的典型特点。《网络传播学》还分析了“网络受众”由受者向传者转变过程中发生的两个变化：信息消费者和新闻生产力。彭兰还在《网络传播案例教程》一书中，以案例的形式研究了央视大火与公民新闻的关系、超级女声的粉丝群体等问题，重点分析了生产性受众、“迷”现象；严励也在《网络传播学概论》中论述了“网络受众”的总体特征、心理特征和行为特征，指出信息获取的自主性、信息消费的个性化、虚拟性和参与性是“网络受众”的独有特质，对本书选题具有一定的借鉴意义。

“手机受众”研究。国内关于“手机受众”的研究并不多见，裘兆远的《新媒介环境下的手机受众研究》是“手机受众”研究的代表性文献。通过对手机文本和符号进行解读，该研究指出感知环境下的“手机受众”心理：信息交流与情感联系、娱乐与宣泄、追求时尚与个性，并探讨了社会环境下“手机受众”的自由与束缚，以及“手机受众”的人际交流效果，算得上是国内关于“手机受众”研究较为体系化的研究成果。其他有关手机用户的研究也专注于行为和心理两个方面，突出集中于特定内容的“手机受众”研究、特定地域的受众研究、通信技术发展与“手机受众”研究等。作为手机与传统媒体融合的最佳表现形式，手机报成为重点研究对象，比较常见的是研究某一类型手机报的特点、市场开发及受众阅读习惯等。