



斯琴高娃 著

视角下的高校思想政治  
教育研究



延边大学出版社

# 新媒体视角下的高校思想政治教育研究

斯琴高娃 著

## 图书在版编目(CIP)数据

新媒体视角下的高校思想政治教育研究 / 斯琴高娃  
著. — 延吉 : 延边大学出版社, 2018. 7  
ISBN 978-7-5688-5298-2

I. ①新… II. ①斯… III. ①高等学校-思想政治教育-研究-中国 IV. ①G641

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 175924 号

## 新媒体视角下的高校思想政治教育研究

---

著 者 斯琴高娃  
责任编辑 李 宁  
装帧设计 中图时代  
出版发行 延边大学出版社  
地 址 吉林省延吉市公园路 977 号,133002  
网 址 <http://www.ydebs.com>  
电子邮箱 [ydebs@ydebs.com](mailto:ydebs@ydebs.com)  
电 话 0433-2732435 0433-2732434(传真)  
印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司  
开 本 710 mm×1000 mm 1/16  
印 张 8.5  
字 数 180 千字  
版 次 2018 年 7 月第 1 版  
印 次 2018 年 11 月第 1 次  
书 号 ISBN 978-7-5688-5298-2  
定 价 35.00 元

---

# 目 录

第一章 新媒体概述 .....	1
第一节 新媒体的发展 .....	1
第二节 新媒体的特点 .....	4
第三节 新媒体的组成 .....	12
第二章 大学生思想政治教育 .....	18
第一节 大学生思想政治教育的概念 .....	18
第二节 大学生思想政治教育的特点 .....	22
第三节 大学生思想政治教育的过程及规律 .....	26
第三章 新媒体对大学生的影响 .....	34
第一节 新媒体对大学生思想道德观念的影响 .....	35
第二节 新媒体对大学生心理健康的影响 .....	40
第三节 新媒体对大学生行为和群体存在方式的影响 .....	44
第四章 新媒体对大学生思想政治教育的影响 .....	53
第一节 新媒体给大学生思想政治教育带来的新机遇 .....	53
第二节 新媒体给大学生思想政治教育带来的新挑战 .....	57
第三节 新媒体时代大学生思想政治教育创新的重要性 .....	64
第四节 新媒体时代大学生思想政治教育创新的原则 .....	69
第五章 新媒体时代大学生思想政治教育体系构建的目标 .....	76
第一节 思想政治教育目的与教育目标的关系 .....	76
第二节 新媒体时代高校思想政治教育的目标 .....	77
第三节 高校思想政治教育目标定位中存在的问题 .....	82
第四节 新媒体时代高校思想政治教育内容体系构建的目标要求 .....	84
第六章 新媒体时代大学生思想政治教育的原则 .....	89
第一节 思想政治教育的原则、规律及方法 .....	90
第二节 新媒体时代高校思想政治教育应遵循的原则 .....	92
第七章 新媒体时代高校思想政治教育的内容 .....	105
第一节 新媒体时代高校思想政治教育存在的问题 .....	105

第二节	新媒体时代高校思想政治教育内容的依据 .....	109
第三节	新媒体时代高校思想政治教育内容的要求 .....	110
第四节	新媒体时代高校思想政治教育的具体内容 .....	113
<b>第九章</b>	<b>新媒体时代大学生思想政治理论课教学 .....</b>	<b>122</b>
第一节	新媒体时代加强思想政治理论课教学的意义 .....	122
第二节	新媒体时代“以学生为本”的教学理念 .....	125
第三节	新媒体时代思想政治理论课教学方法创新 .....	132
第四节	新媒体时代思想政治理论课教学考评体系 .....	142
<b>参考文献</b>	<b>.....</b>	<b>149</b>

# 第一章 新媒体概述

## 第一节 新媒体的发展

### 一、新媒体的纵向发展

媒体的发展,可以分为语言阶段、文字工具阶段、印刷阶段以及网络阶段。在人类远古的旧石器时代,几乎无媒体可言。语言的出现使人类的信息交流和传播成为可能。直接的口语媒介使得各种信息得以传播,由于缺乏必要的载体和手段,人类的信息交流仅仅是借助实物而不是抽象的符号。此时这种传播还是有局限性的,口语所能表达的数量和种类的有限性以及不能及时进行保留成为促使文字工具产生的动力。随着文字的发明,人类进入了有“历史”记载的重要时期,宣告了新石器时代的终结。这一时期真正的媒体得以成型,具有代表性的有甲骨文、青铜器、古币等,这标志着信息得以以某种可被大家理解的方式记录和传播。造纸术与印刷术的发明,使得人类文明传播的速度和传播的质量大大提高,印刷时代的来临宣告了人类传播媒体的又一场伟大革命。虽然此时印刷术还处在“原生状态”,但是毫无疑问它的效率已经超越了单纯的“手工制作”,使得信息传播更具系统性,此时人们获得信息的来源也更加丰富。1969年因特网的出现将全球变成了地球村,促使人类进入了网络媒体时代。网络特有的便捷性、普及性使得以网络为载体的人类信息传播的速度迅速增长,传播的范围迅速扩展,此时此刻,媒体突破了原有的定义,被赋予前所未有的价值和意义。

媒体一词来源于拉丁语“Medium”,音译为媒介,意为两者之间。媒体是指传播信息的媒介,是指人借助用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。也可以把媒体看作实现信息从信息源传递到受信者的一切技术手段。较之新媒体而言,传统的四大媒体普遍被认为是:报纸、杂志、广播、电视。

较之于传统的媒体,“新媒体”并非新兴概念。其实,在媒体领域,“新”与“旧”仅仅是一种相对的“新旧”,并非绝对的。尽管媒体之前冠之以“新”,新媒体纵向

发展有过这样的经历:先是“觉醒”,后是“发展”,再是“繁荣”。“觉醒”阶段为1967—1985年:1967年时任美国哥伦比亚广播电视网技术研究所的所长戈尔德马克(P. Gdolemark),第一次提出了新媒体的概念。“发展”阶段为1985—1992年:1985年5月,“新媒体”这一概念在联合国新闻委员会召开的年会上得以提出和使用。“繁荣”阶段为1992年至今:1992年美国借助互联网进行“信息高速公路”建设的时机,提出“网络”一词。在先前的有关文献研究中,虽然新媒体的实质内容围绕“新媒体”展开,但大多数仍然沿用“网络”这一特定概念,认为“新媒体”就是“互联网时代新媒体”。20世纪末期,为规范化研究和凸显时代特征,联合国教科文组织将“新媒体”重新定义,随着时间的推移和科技的不断发展与创新,“新媒体”的定义得以“与时俱进”,不断得到进一步的拓展和延伸。当今,新媒体已经不再特指某种固定的媒体,而是被赋予了时代技术的特点和烙印,从而有了相对性的指称。总之,新媒体是一个相对概念。新媒体是相对于传统媒体而言,是指借助互联网技术等新兴技术,通过因特网、多种通信网络、卫星等中介,通过手机、电脑、电视等不同形式的终端,向用户提供信息等相关服务。自此,“新媒体”概念得以提出,并由美国流行至全世界。

## 二、新媒体的横向发展

新媒体自互联网问世以来就具有和传统媒体截然不同的发展方向和趋势,自然也更符合时代发展的方向和趋势。从传播学的角度来看,就现代而言,横向的媒体发展指的就是主流的四大传统媒体,即报纸、杂志、广播和电视。相比较这四种传统的媒体而言,新媒体包括数字报纸、数字杂志、数字广播、手机、移动电视、网页、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等,对比传统的媒体,新媒体被形象地称为“第五媒体”。

当然,站在“媒体”角度来看,新媒体和传统媒体之间存在诸多共性,现在我们来讨论的是新媒体与传统媒体的区别度,因此要从区别说起。“新”“旧”之间最大的区别是传播机制的问题。传播机制在传统媒体之间的区分度不是太明显,但较之于新媒体其具有历史性意义。所谓的传播机制指信息传播的形式、方法以及流程等各个环节,包括传播者、传播途径、传播媒介以及接受者等所有构成的统一体。它是一种对信息从发布者到接受者的渠道的总体概况。可以说传统媒体的传播机制是一对多即一点对多点,或者点对面的传播机制。在这种传播机制下,传播者或者信息源一层一层构成了“信息金字塔”,稀缺资源都由精英人士掌握,并且他们享有处理信息的话语权。这使得传统媒体在进行信息处理时,可以通过控制信息

传播源而轻易地控制传播内容。

相比较传统媒体的传播机制,新媒体的传播机制是多点对多点、全立体、全方位的传播机制。在新媒体的传播机制下,信息源和受众之间的角色逐渐模糊。传统意义上的信息源在发布信息的同时,受众在一定意义上也成了信息源。例如,通过微博或者微信等手段,很多受众自身也成为信息的发布者,由此信息的提供开始逐步走向自发性和自产性阶段。新媒体的出现尤其是这种多点对多点的特点对相关管理部门的管理提出了极大的要求和挑战。由于每个人都可以成为信息源,信息的发布渠道和数量呈现“病毒式”的增长,这使得对信息的收集变得异常艰难,很难有充足的人力、物力对信息进行全面检查,这要求新媒体环境下必须变“以堵为主”的管理方式为“以疏为主”的管理方式。20世纪原创媒介理论家麦克卢汉认为媒介的主要功能就是改变人类的生活方式。新媒体尽管冠之以“新”,但是它改变人类生活方式的能力不比其他传统媒体差。由于具有较低的进入门槛和更为自由、民主的氛围,新媒体也大幅拓宽了大众获得信息的渠道和降低了获得信息的成本,把大量的过去消费不起媒体信息的潜在消费者转变为真实消费者。

当然,撇开复杂的技术概念,单就传播而言,我们可以用“三个新”来概括出“新媒体”和传统媒体的本质和不同。第一,技术新。在数字技术全面运用的基础上,在释放巨大的频率资源的同时,也极大地提升了信息传输的效率。第二,功能新。除去新媒体多对多较之于传统媒体一对多,点对面的传播优势,新媒体的功能的“新”主要体现在其传播的时效性和全面性,同时在这个过程中也体现了一种点对点的互动性和沟通性。第三,效果新。新媒体的传播结果是能使更多的潜在信息接收者变成受众,这只是一种传播数量上的效果。基于这种数量上的广度,其与传统媒体的“面”的表面效果相比,新媒体传播的效果在于深入的“点”,这使得其传播质量和效率更高。

### 三、新媒体的本质内涵

综上所述,可以将新媒体进行描述性的定义。新媒体可以概括为:相对性、技术性、媒介性、服务性。相对性指的就是新媒体是相对于传统媒体的一种形式,是继广播、电视、报刊等传统媒体之后发展起来的新的媒体形式。技术性指的是新媒体在实现其功能的过程中利用了数字、网络、移动等技术得以实现。媒介性指的是新媒体借助各种媒介,例如互联网、无线通信网、卫星等媒介实现传播,借助电脑、手机、数字电视机等客户端实现信息接收、上传。服务性指的是新媒体作为一种媒体形态,向用户提供信息分享和互动娱乐的服务。在整个过程中,新媒体表现出自

主开放、平等交互、即时快捷、信息海量共享且丰富多样等特点。

## 第二节 新媒体的特点

新媒体自产生之初就表现出异于传统媒体独有的特点,新媒体时代的来临也赋予了信息传播明显的时代特征,突出表现为信息内容更加丰富、信息形式更加多样、信息价值更加多重、信息来源更加隐蔽、信息检索更加便捷、信息真伪更加难辨。同时,随着科学技术的迅猛发展,加之各种各样的新媒体形式的层出不穷,新媒体特有的便捷性、互动性更加深刻地影响着人们的生活,这种影响与高校结合后,使得高校教育活动,特别是对高校大学生的思想观念、道德评价、价值判断的形成和发展都有着极为重要的意义和影响。因此,现阶段了解新媒体的特点,把握和利用新媒体优势,对促进大学生思想政治教育活动的顺利开展具有重要意义。

### 一、新媒体较之传统媒体

对于新旧媒体而言,虽然二者在内涵和外延方面不尽相同,但新媒体对传统媒体传播形式和内容的改造与发展是不容置疑的。因此,基于传统媒体基础上的改造和发展都可以作为新媒体的特点。美国著名理论家保罗·莱文森认为,具有新旧相继性的媒体之间,其中居后的媒介都是对先前媒体的边缘性或本质性的补充,这种边缘性或本质性的补充的区分要看是不是产生历史性的价值。后来,这种论断也被称为“补偿性媒介理论”。从这种理论出发我们可以看到,在媒体发展历史过程中,报纸的出现是对人们口口相传的小道消息的平面化和文字化,广播的出现则弥补了报纸缺乏实时性和现场感的缺陷,电视的出现和发展以图像的形式将信息更具价值地呈现给受众,给受众极大的视觉冲击。根据保罗·莱文森的理论,当今时代以互联网和智能移动终端为主要载体的新媒体,的确完成了对传统媒体的“补偿”,而且这种“补偿”具有历史性和划时代的意义。这种补偿还体现在其传播方式和传播内容上,呈现出以下几大特点。

#### (一)迎合人们休闲娱乐、学习时间“碎片化”的需求

随着社会发展的高速化,加之人们生活节奏的快速化,人们很难抽出时间来集中娱乐、学习与消遣。新媒体的出现正好迎合了这种“碎片化”时间消费的趋势,这种迎合体现在三个方面:首先,新媒体打破了地域的限制,使得信息的传播超越了地理条件的制约,无论是城市还是乡村,信息伴随着各种媒介出现在大众面前,

使得在信息面前“人人平等”的局面出现。其次,新媒体打破了时间的限制,人们可以随时随地获取信息。伴随着无线网络的普及,这种趋势会更加明显,新媒体的“碎片化”特征或许更为明显。再次,借助于客户终端的多样化,受众可以借助形式多样的新媒体实现“碎片化”的时间消费,例如现今比较流行的微博、推特、脸书,这些形式都迎合了受众的“碎片化”状态。

### (二) 满足随时随地互动性表达、娱乐与信息需要

传统的报纸、广播、电视等的传播方式是“中心化”,是一对多的圆锥形传播。但是新媒体则完全“去中心化”,实现点对点、面对面的传播。这样就有利于受众针对不同的信息进行自我化、个性化的“评头论足”。同时受众还可以借助各种客户端实现远程视频、远程图片的交流,使得交流的形式更具多元化、多样化。这些优势是传统媒体所不具备的,也是传统媒体所“望尘莫及”的。这种智能化、网络化的信息交流与传播进一步扩大了社会的透明度和民主度,有利于现代社会文明的建设。

### (三) 人们使用新媒体的目的性与选择的主动性更强

在传统媒体条件下,个人试图向公众发言是处处受阻的。这种阻力被称为进入的高门槛,人们如果要在传统媒体上发表意见,往往需要付出比较高的代价,这种代价有经济方面的,有社会地位方面的,还有个人水平方面的,没有一定的代价是无法进入传统媒体的视野的。

新媒体技术的发展彻底改变了受众被动接受、传播信息的局面。随着以互联网为主的新媒体等手段的发展,受众可以借助各种形式的“话筒”发表自己的个性化语言。现在比较流行的形式有论坛、微博、微信、邮箱等。这些新颖的信息传播工具的出现,一方面给受众带来了极大的便利性,受众可以持各种观点进行交流、探讨;另一方面也伸张了民主,有利于民主权利的普及和社会主义文化建设。新媒体确实降低了信息接收和传播的门槛,这对传统的媒体产生了不少冲击,传统媒体也是想方设法去迎合这种“低门槛”的趋势,拿出自己的看家本领。的确,新媒体的出现开辟了一种民主、平等的平台。

### (四) 新媒体的使用使市场细分更加充分,内容选择更具个性化

新媒体已经对传统媒体的所有方面进行了全面的融合,应用日益广泛。即时通信早已由文字聊天发展到了语音聊天、可视化聊天;博客也已经发展到利用语音甚至图像传播信息;手机媒体更是有一种融合所有传统媒体的势头。新媒体多种多样的载体媒介形式能够很好地供使用者更替使用,同时也使网络资料得到不断

更新和扩充。新媒体融图形、文字、声音、动画等为一体,提供点对点的信息传播服务,使每个人都可以用一个私有的可信赖的传播载体,而信息传播者针对不同的受众提供个性化的服务,在传播形式上,它具有很强的直观性、形象性和娱乐性。

## 二、新媒体传播的特点

从岩画和巫会的模拟传播,到诗歌和戏剧的口语传播,到造纸术和印刷术发明之后的文字传播,再到无线电发明之后的电子传播,回顾人类的传播史我们可以发现,传播的媒介形态日趋丰富,而传播行为日趋自由。随着科学技术的发展,新媒体除具有传统媒体的传播特点外,还有自身的优势。

### (一) 传播行为更加个性化

原型的概念是由荣格提出的,被誉为人类心灵的集大成之理论。人类的存在可以划分为一些模式,如父亲和母亲,成功者和失败者,情人、丈夫和妻子,年长者和年轻者等人格角色和模式。这些原型先天就存在于人们的头脑里。虽然每个人有着不同于他人的想法和观点,不容易抓住共性,但其实都有着相同的原型。这也就解释了每个进行创造性活动的人都会发现自己总是不可避免地受到某个类型影响的这种现象。“个性化”被认为是一个终身发展的过程,由此引导个体达到表示基本完整的人格整合。按照原型来思考新媒体传播个体的个性化行为具有实际价值。新媒体通过借助科技化的力量实现了更加自我化和个性化的传播。新媒体环境下,博客、播客、移动终端这些新媒体实现的手段使得每一个个体都可能成为信息的发布者,并且每一个个体都可以随意地借助其来表达自己的观点,传播自己相关或关注的观点。这样,使得传播内容以及传播的形式等完全实现个体化和自我化。当然,这种个性化的传播行为也带来了一定的负面影响,无限制化的自我化个体内容使得个人隐私得以泛滥,传播内容更加良莠不齐。这也给新媒体下的信息管理带来了不可小觑的挑战,当然对受众的信息筛选能力也提出了前所未有的要求。

### (二) 传播速度实时化

相比较传统的媒体,新媒体在现代技术的辅助下可以实现信息传播的实时化。与传统媒体的复杂的剪辑和烦琐的后期制作和排版相比,技术的简单化和便捷性使得信息可以在全世界范围内实时传播。例如,在2014年巴西世界杯足球赛比赛中,借助新媒体技术,可以实现网络、移动终端等方式实时化收看以及实时地评论。这使得人们获取信息的手段更加多元化,信息更实效,信息的时空距离被缩小到最

小化。借助科技的力量,在网络生活中,即使慢腾腾的人写好一个微博估计也只需要三分钟的时间,而转发的时间也就是点击一下鼠标的的时间。转发、评论等各种信息的传播速度已经完全不同于乡村大喇叭的扩散速度,它瞬间就会扩散到互联网各个角落。

### (三)传播方式多元化

传统媒体的传播方式依旧是点对点、点对面的传播,这种传播是单向的、线性的、不可选择的。它集中表现为在特定时间内信息发布者向受众传播信息,受众扮演的是被动的接受者,信息发布的整个过程没有信息的反馈。整个静态的传播过程使得信息不具有流动性,当然这种单向的传播方式,使得信息管理者更加容易去处理信息。相比之下,新媒体的传播方式更加多元化,这种多元化展现的是一种多点对多点的方式,并且整个过程是双向的、互动的。这就使得信息的发布者和受众都成了信息的发布者。例如许多网上论坛贴吧发展十分迅速,原因就是文字的互动和交流,使得每一个个体成为自己信息的主人,这就增加了信息发布者的归属感,同时,这种文字的互动性也提高了受众交流的积极性,使得信息变得更有价值。信息传播的多元化使得信息参与者互动性和积极性高涨。

### (四)接收方式移动化

移动接收,即信息受众可在任何时间(Anytime)、任何地点(Anywhere)处理与其相关的任何事情(Anything)。这种全新的移动化信息接收模式,可以让信息受众摆脱时间和空间的束缚。信息可以随时随地通畅地进行交流互动,工作将更加轻松有效,整体运作更加协调。利用移动端的移动信息化软件,建立移动端与电脑互联互通的应用系统,摆脱时间和场所局限,随时进行随身化的交流和沟通,有效提高信息接收和管理效率。

传统媒体信息的接受比较固定,在时间和地点上不具备选择性。新媒体时代,随着移动终端和互联网的发展,受众可以在不同地点、不同时间对信息进行接收,实现真正的接收信息的移动化。当然,随着3G(W-CDMA、CDMA2000、TI-SCDMA)、4G(FDD-LTE、TI-LTE)和Wi-Fi等无线技术的布局,这种移动化更加凸显,移动化的特点必将成为新媒体的重要特征。

### (五)传播内容交融化

与传统媒体相比,新媒体在传播内容方面更加丰富,将文字、图像、声音、影像等多媒体化成为一种趋势。随着无线网络的普及和移动设备的发展,移动终端在承担基本的功能外,还把浏览网页、视频通话这些功能集为一身,而这些功能的实

现则是以互联网、通信网、广播电视网等多重网络的融合为基础的。另外,相对于传统媒体,新媒体使得传统的四大媒体(报纸、杂志、广播、电视)之间的界限被打破而变成交融的一体。

### 三、新媒体时代的特点

新媒体时代是相对于传统媒体时代而言的,是继报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的新的媒体形态,是利用数字技术、网络技术、移动技术等新的技术支撑体系,通过互联网、无线通信网、卫星等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。严格来说,新媒体应该称为数字化媒体。熊澄宇认为:“新媒体是一个不断变化的概念。在今天网络基础上又有延伸,无线移动的问题,还有出现的其他新的媒体形态,跟计算机相关的,都可以说是新媒体。”新媒体时代使得我们置身其中,很多信息能够在第一时间被获取和传播。

#### (一)“能发声”的时代

随着新媒体相关技术的发展,特别是网络技术的发展,每一个人都能够借助网络平台去表达自己的心声,每个人都可以成为传播信息的渠道,都可能成为意见表达的主体。有人曾经形容这个时代为“能发声”的时代、“大众麦克风”的时代。互联网成为不同利益群体进行利益表达,特别是弱势群体维护基本权益的“发声”平台。

#### (二)平等的时代

社会的公平正义是围绕社会秩序、社会价值为核心的方法论概念。新媒体的公平正义应该体现在:如何保障新媒体成员实现其价值平衡。只有保证网络社会中的信息基本对等,才能保证社会存在的意义。在这个意义的前提下,作为社会成员的现实工具——人,才会继续参与新媒体背景下平衡的可持续发展。可以认为新媒体环境下的公平正义是纯粹按照规则与契约的形式进行的。同时,可以发现,在新媒体环境下,各成员有着如罗尔斯所论述的“无知之幕”一般的原始状态,及通过社会规则而达成的“契约形式”。也就是说,新媒体时代有天然的公平正义讨论的基础。当然,随着社会或科技的发展,在许多领域都可能会遇到同样的“非平常社会”的特殊公平与正义问题。

新媒体时代传统的社会群体结构和人际互动方式得以根本改变。加之网络时代的来临,因特网将世界上数以万计的计算机、网络互联在一起,既互通信息,共享资源,又相互独立。由于因特网没有中心,没有领导管理机构,因此也就没有人比

其他人享有更多的特权,每个网民都可能成为中心,人与人之间的联系和交往趋于平等,个体的平等意识和权利意识也进一步加强,不再受传统社会等级制度的控制,最大限度地体现了人际交往的平等性。可见,互联网所表现出的开放、自由、互动体现了一种与生俱来的平等性。互联网空前的开放和自由,不仅使其拥有了无限的信息量,也使网络中的每一个成员可以平等地共享这些信息。人们可以利用互联网所特有的交互功能,互相交流、制造和使用各种信息资源,以及进行人际沟通。美国未来学者约翰·奈斯比特认为,“计算机将摧毁政治领域的金字塔;我们建立等级森严的金字塔式的管理系统是因为我们需要掌握下属的去向以及他们的任务完成情况,而有了计算机的帮助,我们可以用平行联系的方法重新设计我们的组织结构”。

新媒体时代使得各个阶层借助网络平台实现平等的对话。例如各级政府部门开通“网络问政”平台,收集网络民生的信息。每年“两会”期间,各级政府还会借助网络视频等新媒体手段答疑解惑。因此弱势群体的权利得到了无限扩大。

### (三)“全媒体”的时代

“全媒体”即“Omnimedia”,源自美国一家名叫 Martha Stewart Living Omnimedia (玛莎斯图尔特生活全媒体)的家政公司。十多年来,随着科技发展日新月异,传播手段层出不穷,传统媒体与新媒体之间日益融合互通,“全媒体”的概念尽管没有获得学术界的共识,却在传播领域的实践中日复一日丰富发展着它的内涵。“全媒体”的“全”不仅包括报纸、杂志、广播、电视、音像、电影、出版、网络、电信、卫星通信在内的各类传播工具,涵盖视、听、形象、触觉等人们接受资讯的全部感官,而且针对受众的不同需求,选择最适合的媒体形式和管道,深度融合,提供超细分的服务,实现对受众的全面覆盖及最佳传播效果。全媒体的概念并没有在学界被正式提出,它来自传媒界的应用层面。媒体形式的不断出现和变化,媒体内容、渠道、功能层面的融合,使得人们在使用媒体的概念时需要意义涵盖更广阔的词语,至此,“全媒体”的概念近年来得到很大的发展,引起了越来越多的重视,并开始新闻传播、远程教育等领域广泛运用。其具有动静结合、深浅互补、全时在线、即时传输、实时终端、交互联动等特点。

现阶段,传统媒体和新媒体是相互融合发展的阶段,既有体制内舆论场也有民间舆论场。体制内舆论场包括党报、国家电视台和网站新闻,民间舆论场包括口头舆论场、网络和“自媒体”。在剖析两个舆论场关系时有人曾经这样描述:“两个舆论场重叠的部分越大,舆论引导的针对性和有效性越强;两个舆论场重叠的部分越小,舆论引导的针对性和有效性就越弱。如果两个舆论场根本不能重叠,主流媒体

就有丧失舆论影响力的危险。”所以,如果传统媒体失语,互联网、手机和无线电足以撼动社会。

#### (四) 民主彰显的时代

在新媒体时代,任何一个有条件上网的人,都有可能曝光一场丑闻,发动一场声势浩大的舆论,因为在新媒体世界里,每一个人都可以成为记者,每一个人都可以成为媒体,新闻与传播再也不是由专业机构垄断的一种自上而下的过程,而越来越成为大众广泛参与并集思广益的活动。在新媒体时代,政治管理者将感受到前所未有的压力,处处感觉到有一双双眼睛在监督自己,任何事情都难逃公众的眼睛,身处网络时代的人更能深刻地感受到“法网恢恢”的含义。各阶层包括公共知识分子、中等收入阶层、成功人士、草根阶层、政府和官员、媒体记者、辟谣者、境外媒体和互联网上各色人等都可以发言,因而互联网经常成为弱势群体展示伤痕和相互取暖的地方,这也更加彰显了民主的含义。

#### (五) 公平正义的时代

传统媒体时代,民众对信息的接收和传播处于被动地位,这就造成了一系列非公开性的因素,影响了社会的公平正义。传统媒体时代,社会司法制度不透明,司法监督不到位;官员贪腐现象普遍,且不能得到有效监督和遏制;民众的“话筒”被控制,上访制度成为形式。新媒体时代,信息的自主性完全掌握在民众手中,借助于新媒体技术,民众可以反映自己的意见,借助司法手段,民众可以维护自己的切实利益和合法权利。同时,针对官员的贪腐现象,民众能够及时有效地进行监督,从而减少了社会“蛀虫”的危害,彰显了社会的公平正义。传统媒体的舆论监督功能持续弱化,而兼具便捷性、时效性和广泛影响性的互联网成为老百姓最便捷地表达利益诉求和赢取公众支持的通道。

新媒体成为突发公共事件的第一信息源。借助互联网技术,民众一方面可以洞悉事件发生的真相,另一方面可以针对事件形成个性化的评论。网民深度搜索的欲望和网络信息获取能力的强大,使得“关联性”话题层出不穷。互联网已成为突发公共事件第一信源,2/3的信息来自互联网,仅1/3的信息来自传统媒体。微博已成为重要的网络舆论载体。

### 第三节 新媒体的组成

新媒体对时代的影响是无缝的,新媒体的触角已经延伸到人们的生活、工作、

学习的各个方面。人们借助新媒体多元的客户端展开信息的教育与传播活动。随着网络技术、通信技术的发展,各种客户端在人们周围不绝于耳。像论坛(BBS)、博客(BLOG)、播客(Ipod+broadcasting)、搜索引擎(Search Engine)、电子邮箱(E-mail)、网站(Web)、移动多媒体、楼宇视屏(各种大屏幕)、即时通信软件、对话链(Chatwords)、虚拟社区等。

### 一、智能手机

智能手机是指像个人电脑一样,具有独立的操作系统/独立的运行空间,可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序,并可以通过移动通信网络来实现无线网络接入的一类手机的总称。智能手机具有以下特点:一是具备无线接入互联网的能力,即需要支持 GSM 网络下的 GPRS 或者 CDMA 网络的 CDMA1X 或 3G(W-CDMA、CDMA 2000、TD-SCDMA)、4G(FDI-LTE、TD-LTE)网络;二是具有 PDA 的功能,包括 PIM(个人信息管理)、日程记事、任务安排、多媒体应用、浏览网页;三是具有开放性的操作系统,拥有独立的核心处理器(CPU)和内存,可以安装更多的应用程序,使智能手机的功能可以得到无限扩展;四是人性化,可以根据个人需要扩展机器功能。根据个人需要,实时扩展机器内置功能,以及软件升级,智能识别软件兼容性,实现了软件市场同步的人性化功能;五是功能强大,扩展性能强,第三方软件支持多。

### 二、微博(Weibo)

微博是微型博客(Micro Blog)的简称,是一种通过关注机制分享简短的、实时信息的广播式的社交网络平台。最早也是最著名的微博是美国 Twitter。2006年3月,博客技术先驱 Blogger 创始人埃文·威廉姆斯(Evan Williams)创建的新兴公司 Obvious 推出了大微博服务。在最初阶段,这项服务只是用于向好友的手机发送文本信息。微博是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取的平台。用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区,以 140 字(包括标点符号)的文字更新信息,并实现即时分享。微博的关注机制分为可单向、可双向两种。微博作为一种分享和交流平台,其更注重时效性和随意性。微博更能表达出每时每刻的思想和最新动态,而博客则更偏重于梳理自己在一段时间内的所见、所闻、所感。

### 三、微信(WeChat)

微信是腾讯公司于 2011 年 1 月 21 日推出的一个为智能终端提供即时通信服

务的免费应用程序,微信支持跨通信运营商、跨操作系统平台通过网络快速发送免费(需消耗少量网络流量)语音短信、视频、图片和文字,同时也可以使用共享流媒体内容的资料和基于位置的社交插件“摇一摇”“漂流瓶”“朋友圈”“公众平台”“语音记事本”等服务插件。微信提供公众平台、朋友圈、消息推送等功能,用户可以通过“摇一摇”“搜索号码”“附近的人”、扫二维码等方式添加好友和关注公众平台,同时微信将内容分享给好友以及将用户看到的精彩内容分享到朋友圈。微信现在支持 Android 平台、iOS 平台、Windows Phone 平台、Black Berry 平台。截至 2016 年,注册用户量已经突破 9.27 亿,是亚洲地区最大用户群体的移动即时通信软件。微信作为时下最热门的社交信息平台,也是移动端的一大入口,正在演变为一大商业交易平台,其对营销行业带来的颠覆性变化开始显现。微信商城的开发也随之兴起,微信商城是基于微信而研发的一款社会化电子商务系统,消费者只要通过微信平台,就可以实现商品查询、选购、体验、互动、订购与支付的线上线下一体化服务模式。

微信具有以下功能。一是聊天,支持发送语音短信、视频、图片(包括表情)和文字,是一种聊天软件,支持群聊。二是添加好友,微信支持查找微信号。三是实时对讲功能,用户可以通过语音聊天室和一群人语音对讲,但与在群里发语音不同的是,这个聊天室的消息几乎是实时的,并且不会留下任何记录,在手机屏幕关闭的情况下仍可进行实时聊天。

#### 四、腾讯 QQ(简称 QQ)

QQ 是深圳腾讯计算机通信公司(港交所:00700)于 1999 年 2 月 11 日推出的一款免费的基于 Internet 的即时通信软件(IM)。我们可以使用 QQ 和好友进行交流,即时发送和接收信息和自定义图片或相片,语音视频面对面聊天,功能非常全面。此外,QQ 还具有聊天室、点对点断点续传文件、共享文件、QQ 邮箱、楚游、网络收藏夹、发送贺卡等功能,是中国使用量最大、用户最多的面向个人的即时通信软件,标志是一只戴着红色围巾的小企鹅。QQ 支持在线聊天、视频聊天、语音聊天、点对点断点续传文件、共享文件、网络硬盘、自定义面板、远程控制、QQ 邮箱等多种功能,并可与移动通信终端等多种通信方式相连。1999 年 2 月,腾讯正式推出第一款即时通信软件——“OICQ”,后改名为腾讯 QQ。QQ 注册用户由 1999 年的 2 人(马化腾和张志东)到现在已经发展到上亿用户,2014 年 4 月 11 日 21 点 11 分在线人数突破两亿,如今已成为腾讯公司的代表之作,是中国目前使用最广泛的聊天软件。