



大传播丛书

郝雨主编

中国原生 新媒体演进

基于技术创新的
历史观察

XINMEITI

任占文——著



上海大学出版社



大传播丛书

郝雨主编

中国原生 新媒体演进

XINMEITI

基于技术创新的
历史观察

任占文
——
著



上海大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国原生新媒体演进：基于技术创新的历史观察/任占文著.
—上海：上海大学出版社，2020.11
(5G智媒大传播丛书)
ISBN 978-7-5671-3989-3

I. ①中… II. ①任… III. ①传播媒介-新闻事业史-研究-
中国 IV. ①G219.29

中国版本图书馆CIP数据核字(2020)第207571号

责任编辑 黄晓彦
助理编辑 李夕冉
封面设计 缪炎栩
技术编辑 金鑫 钱宇坤

5G智媒大传播丛书
中国原生新媒体演进

任占文 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路99号 邮政编码200444)

(<http://www.shupress.cn> 发行热线021-66135112)

出版人：戴骏豪

*

江苏句容排印厂印刷 各地新华书店经销

开本 890mm×1240mm 1/32 印张 8.75 字数 252 000

2020年11月第1版 2020年11月第1次印刷

ISBN 978-7-5671-3989-3/G·3156 定价：40.00元

版权所有 侵权必究

如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：0511-87871135

前 言

1994年的4月20日,我国通过一条64K国际专线接入互联网,成为第77个得到正式承认的拥有全功能Internet国家。1995年5月17日原邮电部借“国际电信日”宣布将为普通民众提供互联网接入服务,同月瀛海威前身(北京科技有限责任公司)正式成立,作为第一家民营ISP公司不仅试水互联网接入业务,同年9月推出“瀛海威时空”为民众提供浏览新闻信息、收发邮件、论坛交友,甚至游戏等服务,其官方网站www.ihw.com.cn更被称为国内第一家大型中文网站。^①之后两年,王志东、丁磊、张朝阳、马云等互联网ICP先行者粉墨登场,依托万维网(WWW)技术,面向中国老百姓日常生活各类信息传播需求,相继推出电子邮件(E-mail)、网络论坛、即时通信软件、门户网站、垂直网站等一系列新兴媒体形“中国版”,催生163邮箱、天涯社区、QQ、四大门户网站、淘宝网等一大批至今耳熟能详的原生新媒体产品,深刻地改变国人生活方方面面。

本书将20世纪90年代中叶至今,由新兴互联网ICP公司主导,依托个人电脑(PC)与智能手机等新终端,根植万维网(WWW)、移动互联网等网络技术,服务国人日常生活信息传播需求的各类新媒体形态统称为原生新媒体。所谓“原生”意在从时间、技术、主体、资本构成、主要功能等方面对现有“新媒体”概念进一步细分。技术决定论者通常视技术为按照自身逻辑发展演进的客观存在,但就原生新媒体而言从发明到创新再到扩散,国家意志、资本运作、地缘政治变化、市场竞争等社会要素在其间发挥着重要作用。以往从时间、技术角度提出新型媒体、新兴媒体等新媒体相关概念,虽然能够彰显其作为“新发明”具

^① 短史记©. 中国第一家互联网公司,曾粗暴对待它的网民[EB/OL]. IT之家,[2018-8-22]. <https://www.ithome.com/html/it/378369.htm>

备传播新特性,但一定程度遮蔽其作为“技术创新”背后资本、市场等社会因素影响,忽略新媒体社会性、地方性。

2017年创刊的《互联网历史:数字技术、文化与社会》(*Internet Histories: Digital Technology, Culture and Society*)杂志第一期提出互联网研究不仅应重视其全球性,更应重视“技术、使用与地方经验”,新媒体作为互联网社会应用重要组成部分,“使用色彩”“地方意味”更加浓厚。原生新媒体概念的提出便是对此呼应,意在凸显各类新媒体形态在我国发展演进的“地方经验”与“使用特色”。目前原生新媒体演进史料大部分散见于国内各种互联网史、新媒体概论等书籍或文章中,散见于各类网站、微信公众号、新浪微博等原生新媒体产品中。现有原生新媒体演进研究多侧重介绍梳理某个原生新媒体形态发展历程“是什么”,很少系统分析原生新媒体作为一个整体“如何演进”,很少深入挖掘原生新媒体“从何而来”,很少从理论维度深入探讨给国人生活带来“怎么样”影响。

本书将原生新媒体视为由底层硬件设备、中层网络技术、顶层网站或APP等社会应用构成的有机整体,借鉴中观史、社会史、媒介史研究范式,从技术创新扩散视角出发,参考罗杰斯创新扩散模型,从三个层面依次分析原生新媒体“从何而来”“如何演进”两个核心问题,在此基础上依据熊彼特创造性破坏理论,解读原生新媒体演进对国人日常生活乃至人本身带来“怎样的”影响,与兰克史学为代表重史料、强调客观再现的历史书写有很大不同,也与方汉奇先生倡导的“打深井”式史学研究范式有很大不同。本书尝试在传统史料挖掘整理外,引入深度访谈、自身民族志、网络民族志等社会科学方法,政治经济学、传播学等相关理论,重点分析原生新媒体“从何而来”“有何影响”两个核心问题。

研究范式转变与原生新媒体自身特性有着密不可分的关系,原生新媒体作为互联网社会应用的重要组成部分,其演进历史是一部互联网社会应用变迁史,也是一部传播手段不断发展的媒介史。本书聚焦那些对我国社会生活产生重要影响的原生新媒体形态,引入新范式、新

概念、新方法,围绕原生新媒体“从何而来、如何演进、产生怎么样影响”三个问题,尝试勾勒原生新媒体在我国 20 多年演进发展历程,以期能在现有研究之外呈现一些新视角、做一些新补充。

任占文
2020 年仲夏

目 录

| | |
|------------------------------|-----|
| 第一章 原生新媒体的快速崛起····· | 1 |
| 第一节 ICT 技术创新催生原生新媒体····· | 4 |
| 第二节 原生新媒体演进研究的学术基础····· | 17 |
| 第三节 原生新媒体演进研究的问题与内容····· | 27 |
| 第四节 原生新媒体演进研究的视角与方法····· | 36 |
| 第二章 原生新媒体演进研究的理论工具····· | 48 |
| 第一节 “创造性破坏”概念的经济学原意····· | 49 |
| 第二节 基于政治经济学视角的新解读····· | 54 |
| 第三节 技术创新对传播的创造性破坏影响····· | 56 |
| 第四节 技术创新对人的创造性破坏影响····· | 58 |
| 第三章 原生新媒体演进研究的框架模型····· | 64 |
| 第一节 从知识考古历史视角厘清原生新媒体含义····· | 64 |
| 第二节 基于“创新—发展”过程模型搭建研究框架····· | 80 |
| 第四章 原生新媒体技术架构的生成····· | 87 |
| 第一节 微型计算机实现人与终端相互嵌入····· | 88 |
| 第二节 万维网推动数字化社会网络形成····· | 109 |
| 第三节 资本运作驱动技术创新与扩散····· | 122 |
| 第五章 原生新媒体技术架构的扩散····· | 127 |
| 第一节 我国计算机事业受到苏美双重影响····· | 128 |
| 第二节 国有企业主导互联网基础架构建设····· | 143 |

| | | |
|-------------|------------------------------|------------|
| 第三节 | 新兴互联网企业主导互联网内容服务····· | 150 |
| 第六章 | PC时代原生新媒体形态创新扩散 ····· | 156 |
| 第一节 | 电子邮件开启人际交流革命····· | 157 |
| 第二节 | 搜索引擎重塑信息获取模式····· | 173 |
| 第三节 | 垂直网站构建数字生活形态····· | 180 |
| 第七章 | 手机时代原生新媒体形态创新发展 ····· | 186 |
| 第一节 | 原生新媒体基础架构与内容生产模式创新····· | 186 |
| 第二节 | 微博作为商业化运作原生新媒体的多重想象····· | 193 |
| 第三节 | 微信成为承载普通民众日常生活新媒体平台····· | 200 |
| 第八章 | 原生新媒体的创造性破坏影响 ····· | 212 |
| 第一节 | 资本与技术重塑我国传媒格局····· | 213 |
| 第二节 | 原生新媒体融入普通人日常生活····· | 221 |
| 第三节 | 原生新媒体加速后人类时代来临····· | 229 |
| 第九章 | 原生新媒体演进历史书写的反思 ····· | 234 |
| 第一节 | 原生新媒体研究具有广阔空间····· | 234 |
| 第二节 | 原生新媒体推动研究范式创新····· | 239 |
| 第三节 | 对原生新媒体研究的若干思考····· | 243 |
| 参考文献 | ····· | 256 |
| 后记 | ····· | 270 |

第一章 原生新媒体的快速崛起

一部互联网发展史,本质就是一部创新史,是技术创新、商业创新和制度创新三个层面相互交织、相互促进的联动过程,最终形成一部网络时代的人类文明进化史。整个互联网发展的历程,前30年主要由技术创新引领,后30年商业创新转变为绝对的主角,最近10年制度创新的重要性日渐显现,成为最大的能动性。

——方兴东^①

我国互联网作为“舶来品”,其孕育、诞生、发展的历史不仅是一部创新史,更是一部创新扩散史、一部从学习借鉴到自主创新的演进历史。^② 互联网(Internet)作为一种基于计算机的信息采集、加工、存储、检索人机系统,^③由底层基础架构(infrastructure)、中层操作平台(platforms)、顶层社会应用(practices)三个层面组成,如图1-0-1所示。

其中基础架构和操作平台(包含终端设备、操作系统、TCP/IP协议等互联网软硬件设备与技术)演进与技术创新紧密相连,最初主要由科研机构、高等院校主导,之后各类商业企业开始充当领导者角色并逐渐汇聚为一个庞大的信息通信技术(ICT, information and communications technology)产业,^④不仅催生各类原生新媒体,而且成为推动原生

① 方兴东,钟祥铭,彭筱军.全球互联网50年:发展阶段与演进逻辑[J].新闻记者,2019(7)

② 吴世文,章姚莉.中国网民“群像”及其变迁——基于创新扩散理论的互联网历史[J].新闻记者,2019(10)

③ 中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例[A]//中央网络安全和信息化领导小组办公室,国家互联网信息办公室政策法规局.中国互联网法规汇编.北京:中国法制出版社,2015:17-20

④ 信息通信(ICT)产业包含ICT制造、ICT服务、无线与移动等诸多板块,各类软件是其核心部分。2016年全球ICT产业收入高达超过5.2万亿美元,仍在快速增长。参见中国信息通讯研究院.2017年ICT深度观察[M].北京:人民邮电出版社,2017:108。

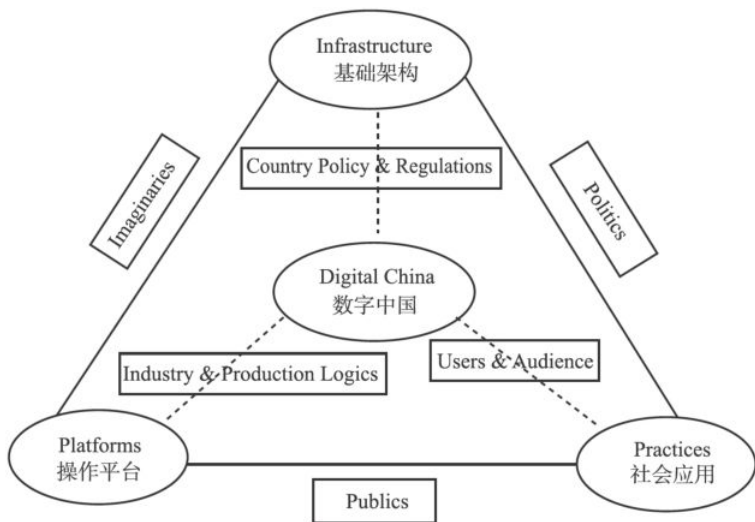


图 1-0-1 我国互联网构成及研究维度^①

新媒体演进的技术引擎；各类应用（日常生活中主要形态为原生新媒体）层出不穷则是互联网（万维网和移动互联网）技术创新与商业创新交互作用的产物，特别是 20 世纪 90 年代中叶以来新兴互联网公司在商业资本资助下推出门户网站、搜索引擎等原生新媒体形态，对人类社会信息传播、普通人日常生活产生深刻影响，互联网三个层面（乃至其概念）的演进构成了一部技术创新与扩散史、一部时代文化与思想史、一部网络社会孕育与演化史。^②

就我国而言，1994 年全功能接入国际互联网后，资本与互联网成为影响我国传媒生态两大新变量，^③在互联网（尤其是万维网）技术创新扩散、资本运作（商业创新）、政策利好（制度创新）等多重因素作用

① 2017 年 6 月 26 日美国密西根大学传播学副教授 Aswin Punathambekar 在浙江大学等联合举办的“第九届国际前沿传播理论与研究方法”研讨班，做了“Sound, Listening, and Citizenship: Inter-Asian Perspectives”讲座，此图根据 Aswin 课程内容演化而来。

② 方兴东，钟祥铭，彭筱军。草根的力量：“互联网”（Internet）概念演进历程及其中国命运——互联网思想史的梳理[J]。新闻与传播研究，2019（8）

③ 张洪忠。资本影响下的中国传媒业[M]。北京：北京师范大学出版社，2014：154

下,我国原生新媒体应时而生,深刻地改变原有社会结构、运行方式和动力机制,在政治、经济、文化、社会生活等诸多领域引发广泛而深刻影响,逐步构建起一个强连接的网络社会。^① 网络技术在扩大人类认知与行动自由度的同时,也创造出新的规则与限制,^②阿里巴巴、百度、腾讯等数字媒体公司(digital media companies)作用更无法被忽视,这些互联网内容供应商(Internet Content Provider, ICP)逐步形成新的媒介生态系统(即原生新媒体形态集群),对建构当代中国媒介景观发挥重要作用。^③ 互联网技术创新扩散与商业资本运作不仅构成我国原生新媒体发展两大支柱,也成为研究原生新媒体演进及影响的两个重要维度。

原生新媒体研究作为互联网研究的重要组成部分,量化研究多、思辨研究少,应用研究多、理论研究少,个案研究多、中观与宏观研究少。“互联网历史学”(Internet Historiography)和“网络历史学”(Web Historiography)作为近几年国际新媒体理论研究领域方兴未艾的话题,包含互联网发展史、网站史、网页史、互联网使用社会史、互联网文化形态变迁等诸多分支,^④从不同视角切入对互联网发展历程进行多方位、深层次刻画。原生新媒体作为互联网社会应用的重要组成部分,其历史属于互联网使用的社会史范畴,更适用于中观史研究视角。

中观史认为史学研究重点不是曾“发生了什么”,而是“如何发生”“为什么发生”和“有多大意义”。“发生了什么”,只反映了历史的一个片断、简单的事实判断,而“如何”“为什么”与“意义”则反映了一定的历史时空范围中复杂的过程、因果与价值等联系。这种一定时空范围中的历史联系,就是中观史学的认识对象。^⑤ 本书借鉴并使用社会史研究范式,从中观史视角出发,将原生新媒体视为我国社会媒介化转

① 方兴东,陈帅. 中国互联网 25 年[J]. 现代传播,2019(4)

② 薛可. 新媒体:传播新生态建构[M]. 上海:上海交通大学出版社,2017:333

③ Balbi, Gabriele. Changfeng, Chen. Jing, wu. Plea for a (new) Chinese Media History[J]. Intercation; Studies in Communication & Culture, 2016(3)

④ 杨国斌. 中国互联网的深度研究[J]. 新闻与传播评论,2017(1)

⑤ 吕锡生. 历史认识的理论与方法[M]. 南京:南京出版社,1990:124

向的重要推手与典型表征,^①聚焦原生新媒体的技术架构与传播形态两个层面,结合 20 世纪 90 年代中国特定的时空环境与代表性原生新媒体产品,以勾勒我国原生新媒体技术架构与具体形态发展演化历程,探讨我国原生新媒体“从何而来”“怎样演进”“有何影响”三个重要理论议题,尝试在新媒体理论研究方面做出一些新的探索。

第一节 ICT 技术创新催生原生新媒体

20 年前互联网刚刚对中国公众提供商业服务,每小时费用高达几十元人民币。互联网真的能够形成人类社会基本构成要素吗?当时谁会相信这样的断言?20 年前人类建造起来的信息传播网络不仅是完备的,也是有效的。广播、电视、报纸、杂志、电报、电话一应俱全,整个网络计算机不过是加入了一个技术维度,它真的这么重要吗?

——高钢^②

互联网(Internet)作为冷战时代美苏争霸催生的新技术起源于美国,^③1969 年阿帕网(Advanced Research Projects Agency Network, ARPAnet)诞生标志着人类迎来互联网时代。^④20 世纪 70 年代末 80 年代初,以美国为首的西方发达国家为摆脱两次石油危机带来的严重经济衰退,大力推动以计算机和互联网为代表的信息技术革命。1985 年美国科学基金网(National Science Foundation Network, NSFnet)主干网应运而生,互联网开始从军事领域拓展到科研、教育等民用领域。90 年代初为了将信息资源转换为推动经济发展、社会进步的主要动力,美国

① 侯东阳,高佳.媒介化理论及研究路径、适用性[J].新闻与传播研究,2018(5)

② 高钢.体制内@中国网络媒体纪事·序一[M]//孙光海.体制内@中国网络媒体纪事.上海:上海三联书店,2014:2

③ 方兴东.迎接互联网 50 年 站在世界看中国[J].汕头大学学报:人文社会科学版,2017(11)

④ Abbate, Janet. Inventing the Internet [M]. Cambridge: The MIT Press, 1999:40

参议员戈尔于1991年率先提出“高性能计算法案”(High Performance Computing Act),建议将政府部门、商业机构、高校研究所已有的数百个计算机网络通过美国研究教育网(National Research and Education Network, NREN)连接起来。同年冷战趋于落幕,越来越多的公司接入互联网,^①美国政府正式将美国科学基金网主干网交由私营公司经营,互联网服务开始商业化。^②1992年戈尔提交“信息基础设施与技术法案”(Information Infrastructure and Technology Act),提倡将小型企业与家庭用户纳入其中;1993年戈尔担任美国副总统后进一步推动国家新技术设施体系(National Information Infrastructure, NII)建设,俗称“信息高速公路”(Information Super-Highway, ISHW),^③将互联网建设上升为国家战略。随着互联网高速发展,美国政府越来越认识到单靠政府力量很难满足互联网发展需求,1995年美国正式决定将美国科学基金网主干网交由Sprint、MCI和ANS三家公司管理,^④互联网服务商业化全面展开,不再依赖美国国防部高级研究计划署和美国国家科学基金会资助,^⑤三家公司成为最早一批互联网服务供应商(Internet Service Provider, ISP),为民众提供互联网开通、维护、维修等服务。

20世纪90年代之前,互联网仅应用于政府部门、科研院所、高等院校等特定领域,1993年美国提出EDI(Electronic Data Interchange)计划,奠定了互联网内容商业化基础,^⑥互联网开始面向普通民众提供信息服务。1994年网景(Netscape)诞生开启互联网内容商业化

① Naughton, John. A Brief History of the Future: The Origins of the Internet [M]. London: Phoenix, 2000: 169 - 184

② 刘瑛. 因特网与社区[M]//杨伯淑. 因特网与社会:论网络对当代西方社会及国际传播的影响. 武汉:华中科技大学出版社, 2002: 47

③ 张海峰. 美国“信息高速公路”建设计划的产生背景、进展、社会经济影响及评价[J]. 世界研究与发展, 1994(6)

④ 互联网商业化由服务商业化与内容商业化两部分构成,互联网服务商业化源自Sprint、MCI等美国公司,互联网内容商业化始于雅虎、易贝等美国ICP企业。

⑤ 网络通信观察. 网络协议传奇(二):政府之手[EB/OL]. [2018-11-07]. https://www.sohu.com/a/273827354_100279668

⑥ 王伟. 电子仲裁协议的形式与效力研究[M]//杨柏. 全球化与经济发展. 北京:经济管理出版社, 2011: 75 - 80

之路。1995年世界第一个门户网站雅虎(Yahoo!)诞生,亚马逊(Amazon)、eBay等垂直网站纷纷上线,商业企业开始主导互联网内容生产,^①这些新兴互联网企业成为最早一批互联网内容供应商(Internet Content Provider, ICP),面向普通民众提供各类信息服务。互联网进入以商业化、私有化、更广泛接入为标志的现代互联网阶段,^②并借由后冷战时代全球化浪潮从美国向全球快速扩散。

上述时空背景下,1994年4月我国全功能接入互联网,步入互联网商业价值发展新时期。^③1995年5月17日原邮电部借“国际电信日”宣布将为普通民众提供互联网接入服务,同年6月20日中国公用计算机互联网(Chinanet)正式面向民众提供互联网接入服务,我国互联网服务商业化正式展开。^④与美国互联网服务商业化、内容商业化均由私营公司主导不同,我国互联网服务运营被纳入基础电信业务范畴,其商业化主要由电信、联通、移动等国有企业(ISP)完成,互联网内容运营则被纳入增值电信业务范畴,其商业化则主要依靠BAT等新兴互联网公司(ICP)实现。^⑤1996年6月汪延等创办“利方在线”(新浪网前身);1997年1月张朝阳在国外风投资助下创办爱特信网(搜狐网前身),同年6月丁磊自筹资金创立网易公司,等等。这些新兴互联网公司以雅虎、亚马逊等国外互联网内容供应商为效仿对象,相继推出具有中国特色的电子邮件、搜索引擎、门户网站、微博、微信等原生新媒体形态,^⑥成功打造163邮箱、搜狐网、百度搜索、新浪微博、腾讯微信等一大批具有广泛影响的原生新媒体产品,几乎改变了普通人日常生活的

① 方兴东,钟祥铭,彭筱军.全球互联网发展50年(1969—2019)(下)[J].互联网天地,2019(11)

② 参见维基百科互联网历史年表对互联网史的分段,转引自方兴东,钟祥铭,彭筱军.全球互联网发展50年(1969—2019)(上)[J].互联网天地,2019(10)。

③ 陈建功和李晓东将我国互联网分为三个阶段:学术推动期(1980s—1994)、商业价值发展期(1994—)、社会价值凸显期(2006—)。

④ 闵大洪.中国网络媒体20年(1994—2014)[M].北京:电子工业出版社,2016:4

⑤ 传统媒体主导的各类数字化新型媒体、各类政务媒体等新媒体主要承担宣传、服务功能,虽然有一些也会涉及互联网内容商业化建设,但并不是互联网内容商业化主导力量。

⑥ 宫承波.新媒体概论:第4版[M].北京:中国广播电视出版社,2012:46-151

方方面面。我国迈入以网络、网民、信息、数据、数字共享主义、智能化生活等为特征的信息文明时代。^① 原生新媒体演进研究不仅具有丰富互联网史研究的重要史学价值,而且对理解日渐数字化、媒介化的社会生活具有重要理论意义,为身处信息文明时代的我们理解 20 世纪 90 年代中叶以来中国社会巨变提供了一个重要“窗口”。

一、原生新媒体是平台不是媒体

新媒体作为一个时间性、技术性概念,从技术角度切入研究新媒体、新技术对政治、经济、社会、文化等社会要素影响占据新媒体研究主体。^② 任何以“新”作为标签的学术生产,都可能包含着权力结构自我复制和再生产,^③上述研究虽然聚焦新媒体的传播新特性及影响,但潜意识中常视新媒体为“中性”新型传播工具,没有将新媒体置于特定时空环境与社会情境中予以考察,没有充分关注新媒体在传播偏向、构成环境、延伸人体等方面新特质,^④许多冠以“新”的研究实为原有模式的复制与再生产。本书将新媒体的考察置于 20 世纪 90 年代全球化浪潮从美国向全球扩散这一特定时空背景中,从 ICT 技术创新扩散切入分析新媒体技术架构演进,从资本运作角度分析新媒体形态演进,进而结合具体新媒体产品分析新媒体对普通民众乃至整个社会产生的复杂影响。新媒体不再是独立于时空与社会的技术存在,而是技术创新与社会要素交互作用的产物,带有特定历史时空烙印。

就我国而言,20 世纪 90 年代互联网技术创新扩散、商业资本全球扩张、社会主义市场经济体制正式确立等因素相互作用,孕育出以

① 王战,成素梅.信息文明时代的社会转型[M].上海:上海人民出版社,2019:19

② 宫承波.新媒体概论:第4版[M].北京:中国广播电视出版社,2011:2;匡文波.到底什么是新媒体[J].新闻与写作,2012(7)

③ 潘忠党,刘于思.以何为“新”?“新媒体”话语中的权力陷阱与研究者的理论自省——潘忠党教授访谈录[J].新闻与传播评论,2017(1)

④ 商娜红,刘婷.北美环境学派:范式、理论及反思[J].新闻大学,2013(1)

BAT 为代表的本土新兴私营互联网企业,^①相继推出基于微型计算机(PC)、智能手机的各类网站与 APP,与之前“新媒体”概念在内涵、外延、内容等方面均存在很大不同。^②本书将上述中文网站或 APP 称为原生新媒体,以强调其源于互联网技术创新、源于商业资本运作、源于中国本土实践的“原生”特性,以及作为技术与社会互动建构产物的“非中性”特质。

从阿帕网到物联网,从水平网站到智能手机 APP,互联网发展就像“蜂巢”或“蚁群”,不同集团基于各自利益展开有意识行动,^③传统媒体互联网实践催生报刊电子版、新闻网站等新媒体形态,商业化互联网公司互联网实践催生门户网站、搜索引擎等新媒体形态,政府机关、企事业单位、民间组织等互联网实践催生政府部门官方网站、政务微博等新媒体形态。如果仅关注技术维度、不考虑运营主体与资本构成等社会因素影响,极容易遮蔽新媒体发展演进的复杂性。

彭兰从互联网基础架构(终端与传播技术)出发提出“原生新媒体”概念,又从主体与资本构成维度将原生新媒体细分为两类:一是传统媒体主导的各类原生新媒体,如新闻网站等;二是商业化的互联网公司主导的新媒体,如门户网站、搜索引擎等。^④本书在此基础上进一步从技术架构、外在形态、目标市场、运营主体等方面进一步加以细分,提出内涵与外延更为具体的原生新媒体概念。本书中的“原生新媒体”特指 20 世纪 90 年代中叶万维网(WWW)引入我国以来,以 BAT 为代表的新兴私营互联网企业借助西方互联网技术、商业资本、新媒体运营模式等,推出面向华文圈(尤其是大陆地区)的本土化新媒体,主要形态为各类网站、手机 APP。原生新媒体作为现代互联网衍生

① 虽然阿里巴巴、腾讯等部分新兴互联网公司注册地在国外,资本构成也非常国际化,但其主营业务、创办者及运营团队均在国内,所以本书也将其纳入本土新兴互联网公司范畴。

② 学界对新媒体概念的界定多以时间与技术为基础,如彭兰《新媒体导论》一书认为新媒体概念 80 年代与计算机技术发展分不开,90 年代与互联网普及有关,详见该书第 2-3 页;宫承波《新媒体概论》(第 4 版)从时间、技术两个维度对新媒体概念进行仔细梳理,详见该书第 3 页。

③ 白利鹏. 历史复杂性的观念[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2009: 41

④ 彭兰. 新媒体导论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2016: 6

的新事物,^①与报社、电台、电视台等传统媒体均没有太大关联,与国外新媒体在技术基础(ISP)、具体形态与内容生产等方面均存在差异明显,与传统“媒体”“新媒体”概念更是相去甚远,冠以“原生”两字旨在强调其原创性与独特性。

长期以来,我国新媒体历史书写聚焦传统媒体主导的各类新媒体,从20世纪六七十年代卫星电视、有线电视等“新媒体”,到90年代报纸电子版、手机报等“新媒体”,相关研究构成我国新媒体研究主体。20世纪90年中叶以来我国新兴互联网企业推出的各类原生新媒体形态及产品一直没有得到应有重视。^②本书重点梳理这类原生新媒体架构、形态的演进历程,进而挖掘其对普通人日常生活产生的重要影响。

“互联网历史学”(Internet Historiography)和“网络历史学”(Web Historiography)作为近年来国际传播学界方兴未艾话题,^③引发越来越多国外学者关注:2017年《互联网史:数字技术、文化与社会》(*Internet Histories: Digital Technology, Culture and Society*)杂志的创刊为相关研究者提供了一个交流平台,推动互联网史研究国际化、深入化;同年出版的《洛特里奇全球互联网历史手册》(*The Routledge Companion to Global Internet Histories*)将许多具体研究以专题形式组合在一起,^④涵盖美国、欧盟、中国等不同国家和地区的互联网发展情况,两者出版标志着国际互联网史研究迈入新阶段。^⑤

我国互联网史研究始于21世纪初。2006年搜狐IT频道推出《搜狐IT史记》,以讲故事形式串联起2003—2006年中国互联网的一系列

① 方兴东,钟祥铭,彭筱军.全球互联网50年(1969—2019):发展阶段与演进逻辑(上)[J].互联网天地,2019(10)

② 闵大洪.从边缘媒体到主流媒体——中国网络媒体20年发展回顾[J].新闻与写作,2014(3)

③ 杨国斌.中国互联网的深度研究[J].新闻与传播评论,2017(1)

④ Goggin, Gerard. McLelland, Mark. *The Routledge Companion to Global Internet Histories*[C]. Routledge, 2017: 8

⑤ 吴世文.互联网历史学的前沿问题、理论面向与研究路径——宾夕法尼亚大学杨国斌教授访谈[J].国际新闻界,2018(8)