

# 新媒体发展现实状况及前景



# 前言

- ✍ 新媒体的迅猛发展掀起传媒产业革命的新一轮浪潮，与老式媒体相比而言，新媒体具有个性化突出、受众选择性增多、体现形式多样、信息公布实时等新特点，具有交互性、全息化、数字化、网络化等优势。
- ✍ 未来新媒体产业发展的重要趋势是：新媒体产业将引领媒体产业时尚，部分老式的媒体行业将逐渐走向衰微，适应市场需求的媒体行业将继续保持活力，文化内容将成为媒体产业的关键竞争力。

# 目 录

- 1 什么是新媒体
- 2 新媒体的特点
- 3 新媒体将带来全新的文化视野
- 4 新媒体的优势
- 5 新媒体的发展趋势

# 第一章

什么是新媒体？



- ◆ 美国《连线》杂志对新媒体的定义：“所有人对所有人的传播。”
- ◆ 清华大学新闻与传播学院熊澄宇专家：“在计算机信息处理技术基础上出现和影响的媒体形态。”
- ◆ 分众传媒CEO江南春：“分众就是辨别受众，分众传媒就是要面对一种特定的受众族群，而这个族群可以被清晰地描述和定义，这个族群恰好是某些商品或品牌的领先消费群或重度消费群。”
- ◆ 阳光文化集团首席执行官吴征：“相对于旧媒体，新媒体的第一种特点是它的消解力量——消解老式媒体（电视、广播、报纸、通信）之间的边界，消解国家与国家之间、社群之间、产业之间边界，消解信息发送者与接受者之间的边界等等。”

对于新媒体的界定，学者们可谓众说纷纭，至今没有定论。某些传播学期刊上设有“新媒体”专栏，但所刊载文章的研究对象也不尽相似，有数字电视、移动电视、手机媒体、IPTV等，尚有某些刊物把博客、播客等也列入新媒体专栏。那么，究竟什么是新媒体？

所谓新媒体是相对于老式媒体而言的，清华大学的熊澄宇专家认为，新媒体是一种不停变化的概念。“在今天网络基础上又有延伸，无线移动的问题，尚有出现其他新的媒体形态，跟计算机有关的。这都可以说是新媒体”。

也有专家提出：“只要媒体构成的基本要素有别于老式媒体，才能称得上是新媒体。否则，最多也就是在本来的基础上的变形或改善提高。”“目前的新媒体应当定义为在电信网络基础上出现的媒体形态——包括使用有线和无线通道的方式。”

清华大学熊澄宇专家认为：“所谓新媒体是一种相对的概念，‘新’相对‘旧’而言。从媒体发生和发展的过程当中，我们可以看到新媒体是伴随媒体发生和发展在不停变化。广播相对报纸是新媒体，电视相对广播是新媒体，网络相对电视是新媒体。今天我们所说的新媒体一般是指在计算机信息处理技术基础之上出现和影响的媒体形态。这里有两个概念，一种是出现，是指此前没有出现的；一种是影响，所谓影响就是受计算机信息技术影响而产生变化的，这两种媒体形态是我们目前说的新媒体。”“新媒体是在不停的发展过程中，新媒体这个概念词儿是不变的，但它的内涵是在不停发生变化的。科学技术，是促使其发展变化中的一种重要原因。”

◆ 上海文广新闻传媒集团总裁黎瑞刚认为，所谓新媒体，是一种相对的概念，是对于我们平时见到的报刊、广播、电视等老式媒体后来发展起来的新的媒体形态，最常见的就是数字媒体和新媒体。新媒体是未来媒体发展的重点，正受到广泛的关注，其发展前景不可限量。

◆ 阳光文化网络电视控股有限企业执行主席吴征认为，新媒体和旧媒体只是不一样的形式体现同样的内容，从这个意义上讲，新媒体和旧媒体在本质上并没有什么不一样。

◆ 科技日报社汤东宁副社长认为，新媒体重要是指以网络为主体的传播平台。

◆ 上海东方宽频总经理张大钟对新媒体的定义是，新媒体（New Media）是一种宽泛的概念，是运用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向顾客提供信息和娱乐服务的传播形态。

新媒体是信息科技和媒体产品服务的紧密结合，是媒体传播市场发展的趋势和必然方向。



本人认为，所谓新媒体，就是以新技术为平台，全方位传播信息，愈加紧捷、便利传达资讯的公共服务媒体。

而新媒体又是相对老式媒体而言的，广播相对报纸是新媒体，电视相对广播又是新媒体。如今手机电视、网络广播、移动电视、IP电视、网络电视、楼宇电视等在技术上、传播方式上当然又是新媒体。

新媒体的作用在当今已经充足体现出来。去年元月的南方冰灾，5月12日汶川地震，新媒体展示了强劲的后劲。仅以汶川地震为例，仅以中央网络媒体就发稿7万余篇，而老式媒体则只有6万。

去年10月，在中宣部组织的全国媒体负责人研讨班上出现了新的身影，那就是各省主流网站负责人，这阐明不用很长时间，新媒体将成为主流媒体。

# 第二章

## 新媒体的特点

## 1、手段的先进性。

正如前所叙，新媒体是借助由文字技术而面世的。由于文字技术让广电、电信的传播质量发生了深刻革命。过去的模拟信号，只可以传播几套最多十几套节目，而数字技术可以同步传播上百套广电节目，图像和声音更清晰，可以满足人们对广播电视节目的更高需求。



## 2、内容的评实性。

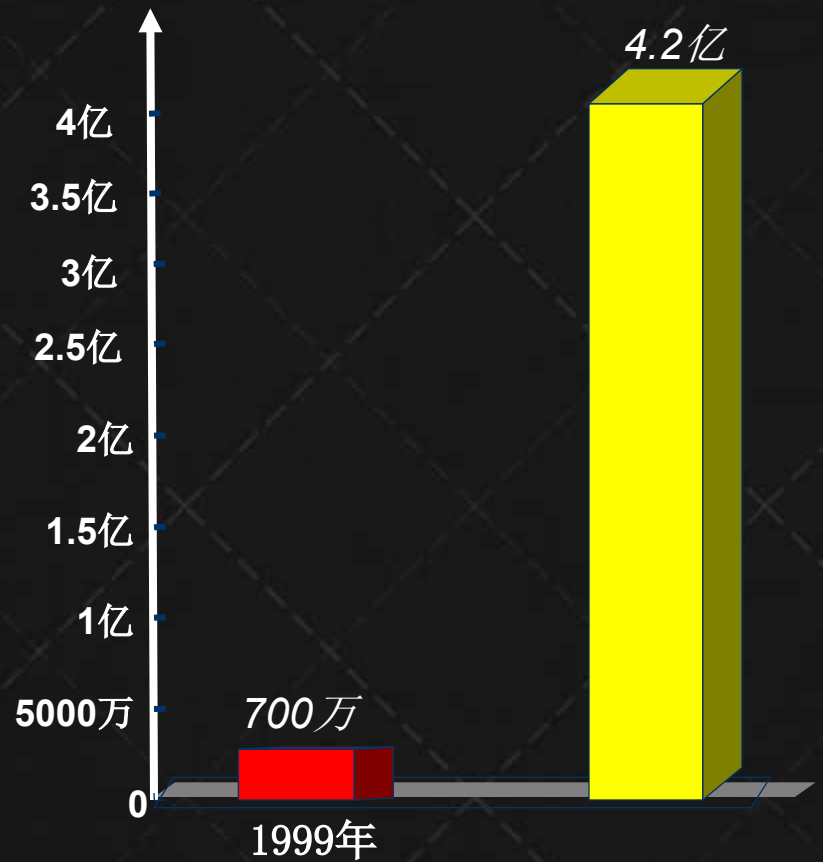
新媒体以服务、贴近为标志，所传播的内容立足于平常生活，就是我们常说的“草根新闻”，即民生新闻。因此，人们更易接受新媒体。





### 3、受众的广泛性。

新媒体如手机电视、网络广播，拥有更广泛的受众。  
1999年全国网民才700万，9月，全国网民达4.2亿，手机顾客全月已达8亿左右。如此庞大的终端接受群体，是未来新媒体发展的方向前景。



全国网民增长图

## 4、交流的世界性。

过去计算机让世界变小了，成了地球村。新媒体可以让自己的亲人、朋友、同事可以在世界每一种角落同步看到、听到。



## 5、欣赏的互动性。

我们都但愿在信息时代能互相交流，节目可以点播，可以随心所欲。新媒体就实现了这一目的。

The screenshot shows a sports website interface with a navigation bar at the top containing 'NBA包订购', '首页', '新闻', '赛程', '集锦', and '球队'. Below the navigation bar is a large banner for '互动电视' (Interactive TV) with the slogan '电视新秀法'. The main content area features a basketball player in a Miami Heat jersey and a list of game results: '马刺4-2淘汰小牛', '掘金擒爵士扳回一城', '雄鹿反击拿下天王山', and '雄鹿91-87老鹰'. At the bottom, there are three '回看' (Re-watch) buttons for '马刺-小牛' (09:36), '公牛-骑士' (08:06), and '热火-凯尔特人' (07:06). A table at the very bottom lists various game matchups with '回看' buttons for each.

掘金-爵士	回看	凯尔特人-热火	回看	骑士-公牛	回看
马刺-小牛	回看	山猫-魔术	回看	热火-凯尔特人	回看
爵士-掘金	回看	马刺-小牛	回看	山猫-魔术	回看

The screenshot shows a VOD interface titled '点播大厅' (VOD Hall). The top right corner displays the time '20:30:30' and the date '2007-09-25'. The main content area features a large image of Spider-Man with the text '最新上映' (New Release) below it. To the right, there is a '节目索引' (Program Index) menu with options: '精品套餐' (Premium Package), '强档推出' (Strong Recommendation), and '特别优惠' (Special Offer). Below the Spider-Man image, there is a '热播节目' (Hot Programs) section with a row of program thumbnails. At the bottom, there is an '公告' (Announcement) section stating: '近期推出<<同一首歌>>系列节目, 请大家收...' and an 'ITV 菜单' (ITV Menu) button.

## 6、增值的保有性。

新媒体成了新的创业板块，一种网名可以任其驰骋，不管传信、发照都可以获利。手机的销售及有关产品，足可以实现人们的淘金梦。





# 第三章

新媒体将带来全新的文化视野

## 1、传媒的性质由于网络的存在将从“广播”变成“广取”

。

“广播”是指单向播出的旧媒体方式，

“广取”是指顾客有选择的“抓取”或使用网络上的讯息

。

因此，注意力争夺之战将成为未来传媒发展的一种关键。

深受信赖的品牌也会在网络上越来越重要。

2、老式的电视台将遭面临困境，尤其是开路（与闭路相对）电视台的观众将直线下降。

据A. C. 尼尔森（世界领先的媒体调查企业）记录，98年第四季度美国电视观众就下降了575万（达9%）。电视台要想生存下去的话，必须尽快将自己的角色转变为网络上的节目供应商，新的电视将以数码传播为依托，传播包括图像、文字、声音在内的多种数据流。多媒体技术的发展将提供基础设施、平台与内容的融合。

3、声像、数据产品将不仅可以通过计算机网络传播，还可以通过有线卫星网络传播，覆盖面将大为增长，接受成本将大为减少。高速网络媒体将迅速崛起。



#### 4、内容制作方式将呈两极化发展。

首先，人们运用个人计算机及有关设备在家庭制作的内容将越来越多，一种好的新闻工作者本人或一种好节目自身就也许成为一种频道的名牌。另首先，大的内容提供商将会涌现出来。伴随媒体渠道的多样化与分散化，顾客将乐意为好的节目付费——“只有垃圾节目才是免费的”这一新的概念会形成。媒体产业将同步辞别暴利时代和免费时代，而走向“微利时代”。

5、旧的广告、入网、节目发行与交易的联盟及分派方式将瓦解。

大众传媒中那种抽象、空洞、以煽情为主的广告将趋于消失，广告的针对性、精确性将大为上升。

6、印刷媒体（报纸、杂志）数量越来越少，少数盈利好的报纸、杂志将跨越地区合并，成为新的集团，以求规模效益。小的印刷媒体将被互联网挤垮。

7、电视台黄金时段的概念将化为乌有——代之而起的是“我要看电视的时间就是黄金时间”接受习惯——频道众多，各有专长，观众按需自选，从而迫使节目素质对应提高。

8、对媒体及新传播方式的投资将空前高涨，传播业占有国民经济的比重将大为上升。

9、互联网对世界的记载将多姿多彩，数字时代的记者必须会写综合报道，能拍摄出令人激动的节目，有杰出的语言能力，能掌握网页设计及动态双态数字摄影——记者的优劣竞争将越发明显。

10、互联网将安全打破地区国界的限制，实行最初的声音、数据与静止的图像到质量越来越高的动态画面的跨国界传播，此项技术突破将完全变化媒体的概念，使网络电视广播超越国界。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/336025134043010144>