



📢 新媒体传播调查

从历史的角度看新媒体

不同的媒体形式对应着不同的社会发展阶段，我们也许正在经历着前所未有的巨大的变革，这主要是指经济方面的。我们要认识到，新媒体的内容绝不仅仅是政治的或社会的，经济是它的最核心内容之一。所谓创意产业主要就建筑在新媒介提供的平台上（例如手机短信），没有这个平台，很难说创意产业能够发展到什么领域去。

创意产业主要就建筑在新媒介提供的平台上，我们许多人的个人命运，甚至是整个国家相当比例的经济活动，也许就维系在新媒体之上。

社会正在迅速转型，互联网的势力空前壮大，也许，它是不可逆转的趋势，也许也是希望所在。



何谓新媒体



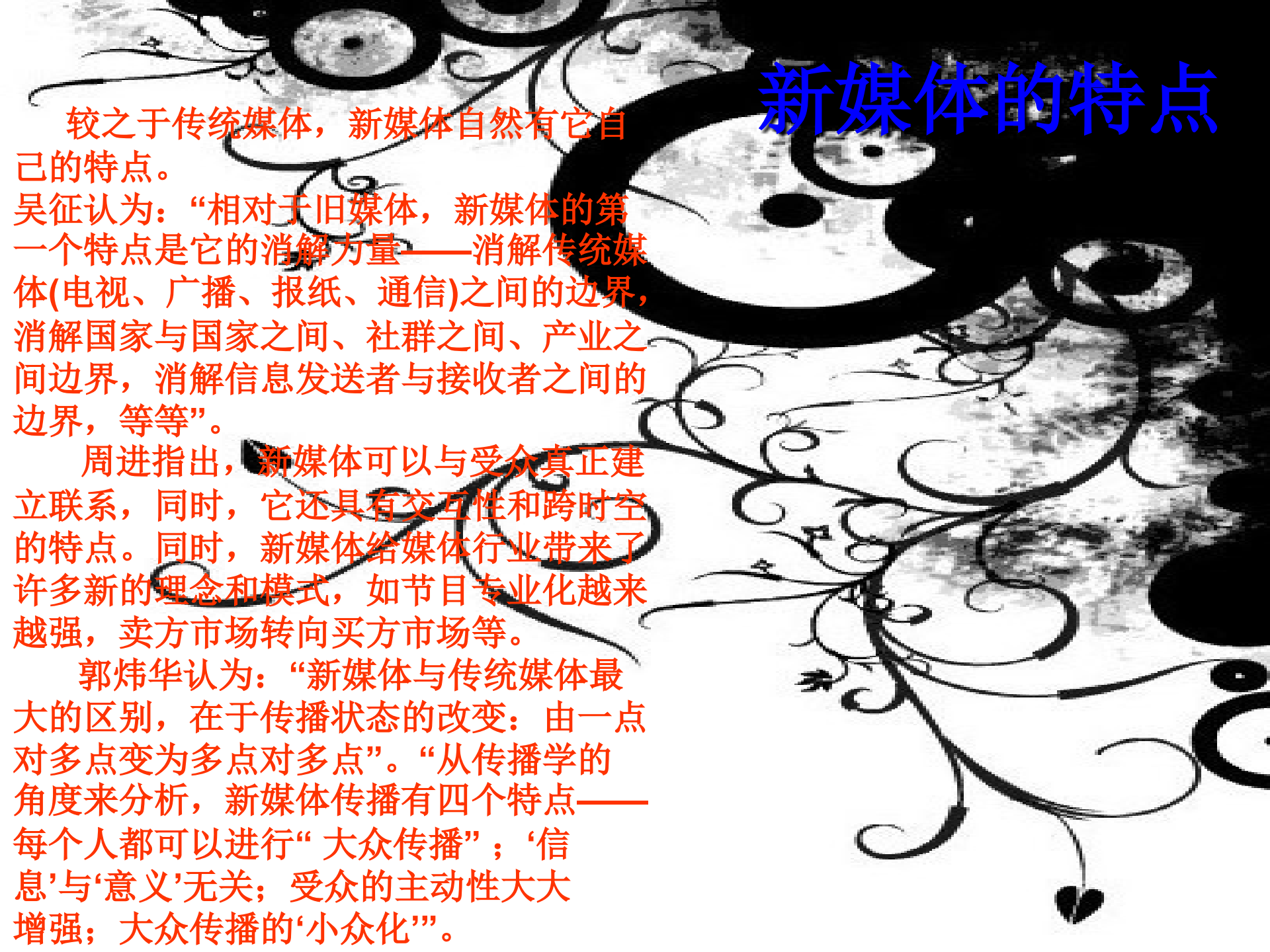
对于新媒体的界定，学者们可谓众说纷纭，至今没有定论。

所谓新媒体是相对于传统媒体而言的，清华大学的熊澄宇教授认为，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，还有出现其他新的媒体形态，跟计算机相关的。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传统媒体，才能称得上是新媒体。否则，最多也就是在原来的基础上的变形或改进提高。”“目前的新媒体应该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。”

还有学者把新媒体定义为“互动式数字化复合媒体”。

新媒体的特点



较之于传统媒体，新媒体自然有它自己的特点。

吴征认为：“相对于旧媒体，新媒体的第一个特点是它的消解力量——消解传统媒体(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收者之间的边界，等等”。

周进指出，新媒体可以与受众真正建立联系，同时，它还具有交互性和跨时空的特点。同时，新媒体给媒体行业带来了许多新的理念和模式，如节目专业化越来越强，卖方市场转向买方市场等。

郭炜华认为：“新媒体与传统媒体最大的区别，在于传播状态的改变：由一点对多点变为多点对多点”。“从传播学的角度来分析，新媒体传播有四个特点——每个人都可以进行“大众传播”；‘信息’与‘意义’无关；受众的主动性大大增强；大众传播的‘小众化’”。

新媒体的优点

新媒体既拥有人际媒体和大众媒体的优点：

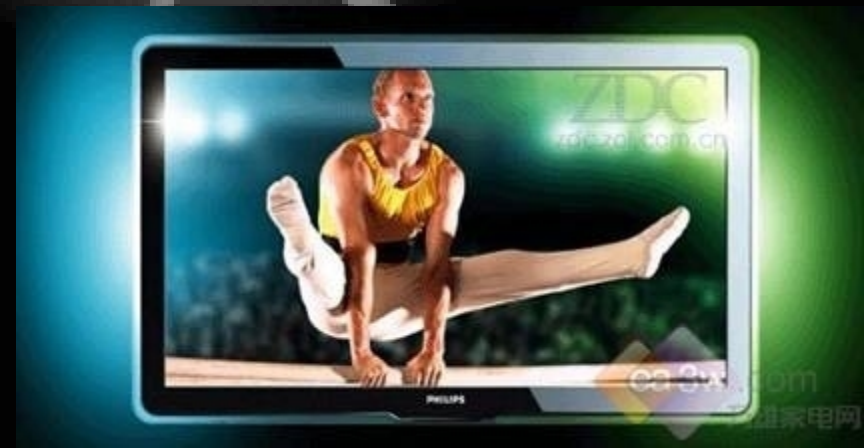
完全个性化的信息可以同时送达几乎无数的人；

每个参与者，不论是出版者、传播者、还是消费者，对内容拥有对等的和相互的控制。

免除了人际媒体和大众媒体的缺点：当传播者想向每个接受者个性化地交流独特的信息时，不再受一次只能针对一人的限制；当传播者想向大众同时交流时，不再不能针对每个接受者提供个性化内容。

聚焦几种新媒体

泡泡网 POPCP.COM



手机媒体，开创媒体新时代

- 杨春兰在她的文章指出：“如今的手机已不再单单是通讯工具，它还担当起了‘第五媒体’的重任”。
- 对手机广播的研究不外乎“政策支持”和“运营模式”的探索，有学者就此分析了其典型的运行模式，并且提出在手机媒体产业链中，“内容提供商、移动网络运营商和终端设备制造商之间，如何相互合作发展是非常关键的。”
- 还有研究者则着重在手机媒体与传统媒体之间的广告互动上进行了一些探讨，认为无论从技术上还是政策上来看，手机媒体成为新广告媒介具有一定的可能性，并分析了手机媒体与传统媒体广告之间的互动形式和广告互动中存在的不足。
- 对于手机电视的发展趋势，有学者却认为，尽管新技术的狂热崇拜者及追随者们，坚信手机电视是新技术催生下的又一颗金蛋，但手机电视受到受众心理、内容和媒介繁荣的制约，因此“手机电视是辅助媒介的主流想像”，“技术的指挥棒为人类指向的下一站，有可能是‘技术的高地’，也有可能是‘技术的漩涡’”。
- 有学者认为，“现在也许还没有人认为手机报纸的用户会赶上或超过报纸网络版或印刷版的读者数量。但是，手机报纸确实是用一种21世纪的方式向渴望得到新闻又忙于行路的公众提供了一种快乐阅读的感受”。



IPTV, 传受互动进行时



- IPTV即交互网络电视，一般是指通过互联网络，特别是宽带互联网络传播视频节目的服务形式。互动性是IPTV的重要特征之一。
- “IPTV用户不再是被动的信息接受者，可以根据需要有选择地收视节目内容”。
- 网络电视迅速发展的同时也暴露出了一些制度上的弊端。业界人士提出，“网络电视不仅是电信运营商的一场盛宴，对节目制作商而言，也是一个巨大的市场机会。”然而，“在新媒体产业领域，广播电视已不再享有原先的政策保护和市场垄断优势，与市场接轨的企业制度安排至关重要”。
- 数字交互电视是集合了电视传输影视节目的传统优势和网络交互传播优势的新型电视媒体，它的发展给电视传播方式带来了革新。有学者指出，数字交互电视“颠覆了电视观众的‘受众’定位与电视传媒的‘传者’定位”，“数字交互电视的互动传播，使传播者与接收者之间的位置不再是固定的或先在规定好的，而是不断在互相共享的、移动的。”数字交互电视的发展还使得“大众传播研究的重心”转移到了“信息使用者”身上。

数字电视，产业链有望增长



- 作为新媒体之一的数字电视同样在吸引着人们的眼球，广电总局正式将2004年定为“数字电视年”，并计划2005年完成3000万用户的目标。2005年对数字电视的研究依然集中呼吁加快完善广电政策的制定，以有利于数字电视产业链的增长。有人指出，“可以预见，快速增长的数字电视用户将推动传媒产业价值链的快速发展，虽然要实现市场意义上的盈利仍需要一段时间的培育，但作为政府作用的体现，传媒产业政策的放开、数字电视产业政策的推进为传媒企业指明了发展道路，提供了新的发展平台。”
- 还有文章从实证调查入手，对数字电视进行了深入的分析。浙江传媒学院课题组通过市场调查数据说明：“数字电视点潜在用户的经济承受能力是影响数字电视发展前景的决定性因素”。
- 另外，还有学者提出了数字付费推广的USP（Unique Selling Proposition）发展模式，即认为数字电视应该有独特的销售主张，因为数字电视是“技术层面”和“内容层面”两者合一的综合体，而且必须以后者为核心，否则就失去了存在的意义。
- 老年人收视群体日渐受到人们的重视。有专家提出，老年受众是付费数字电视的潜在用户之一。因此付费数字电视要兼顾老年人，启动老年市场。

移动电视，强制收视的是与非

- 作为一种新兴媒体，移动电视的发展迅速是人们所始料未及的，它具有覆盖广、反映迅速、移动性强的特点，除了传统媒体的宣传和欣赏功能外，还具备城市应急信息发布的功能。
- 对于公交移动电视来说，“强迫收视”是其最大的特点。有学者认为：“公交移动电视的强制性传播使得受众身在公交车上，没有选择电视频道的余地。这种受众被动接收状态，无疑会降低公交移动电视的收视率，然而目前尚无良策改变这种状态”。
- 但也有人持相反的看法，他们提出：“传播内容的强制性有利于拓展‘无聊经济’巨大利润空间”，“移动电视正是抓住了受众在乘车、等候电梯等短暂的无聊空间进行强制性传播，使得消费者在别无选择时被它俘获，这对于某些预设好的内容（比如广告）来说，传播效果更佳”。
- 还有学者从另一个角度提出了这种强制收视的缺陷：“公交移动电视虽然为乘客提供了电视节目，但也必须保护乘客的公共利益”。



我们的实地调查

Hyokotto....





500元 500元 500元



Dixon

视界因我更精彩——迪

An advertisement for Dixon eyeglasses. It features a man with brown hair and glasses, wearing a dark jacket over a striped shirt. The background is a solid color. The text 'Dixon' is at the top, and '视界因我更精彩——迪' is written vertically on the left side.

配已视主







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/405323213310011244>