

学术网 >> 理论 >> 受众效果

试论网络媒介对人类传播方式的影响

2003-03-05

作者: 王君平 | 11523字节 | 阅读: 386次 | 评论: 0条 | 关键词: 网络媒介 人类传播方式 影响 来稿选登

[关键词]: 网络媒介 人类传播方式 影响 来稿选登

提要: 网络传播的迅猛发展, 需要从媒介特性的角度出发对网络媒介进行研究。本文概述互联网络在中国的发展, 分析网络对大众传播方式的冲击, 人际传播方式的影响以及“个性化”传播方式产生, 并对网络传播方式的未来发展进行展望, 从而论述网络媒介在社会发展中的作用。

关键词: 网络媒介; 人类传播方式; 影响

早在二十世纪六十年代, 加拿大著名传播学者麦克卢汉在《人的延伸—媒介通论》一书中指出: “媒介即讯息”。[1]他认为, 媒介是社会发展的基本动力, 每一种新媒介的产生, 都开创了人类感知和认识世界的方式。他的学说在网络传播迅猛发展的今天得到印证。

从20世纪90年代中期开始, 个人计算机迅速普及, 以互联网为代表的全球网络迅猛发展, 卫星和光纤技术日臻完善, 出现了互联网为载体的新型媒体--网络媒体。网络媒体, 是通过互联网传播数字数据的综合信息发布平台。这个平台的信息呈现为经过一定编辑制作系统加工的界面表现方式, 并可为不同电子终端所接受。[2]那么, 网络是不是一种媒介? 按照施拉姆对媒介的定义: 媒介是插入传播过程中, 用以扩大并延伸信息传送的工具。[3]美国印第安那大学的两位传播学研究人员Morrill Morris和Christine Ogan认为: 可以把网络看作是大众媒介, 但它与传播意义上的大众媒介划清了界限, 它是种多层次的大众媒介(multi-faceted mass medium)。[4]网络传播作为一种全新的现代化传播方式, 具有不同于传统媒介的许多新的特点, 如信息量丰富, 传递速度快, 链接性, 检索性, 交互性等特点。每一种新媒介的产生, 都会对人类的信息传播方式和社会信息传播系统产生巨大的影响。[5]网络传播“既具有人际传播的直接性特点, 又具有大众传播广泛性的特点”。[6]为此, 本文以网络媒介为研究对象, 概述互联网络在中国的发展, 从媒介特性的角度出发, 分析网络对人际传播和大众传播的影响和冲击, 从而论述网络媒介在社会发展中的作用。

一、互联网络在中国的发展

1.1 互联网络在中国的发展

中国大陆于1994年4月20日正式接入互联网, 1995年5月向社会开放网络并提供全面的服务。几年来, 互联网在大陆出持续快速发展的局面, 并在社会生活的各个领域开始显现出巨大的影响。2002年11月6日, 江泽民主席在会见“电视与广播博物馆国际理事会2002年北京年会”与会代表时指出: “因特网的发展尤为迅速, 它已成为中国新闻传媒的重要组成部分”。这是党和国家最高领导人首次明确网络媒体的地位。事隔两天, 11月8日, 江泽民总书记在中共十六大政治报告中又指出: “互联网站要成为传播先进文化的重要阵地”, 再次明确网络媒体应发挥的作用。[7]

据中国互联网信息中心2003年1月发布的第11次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截止2002年12月31日, 我国网民数量达到5910万, 已超过日本, 跃居全球第二。我国上网计算机数量为2083万台, CN(中国域名)下注册的域名数量达到17.9万个, 网站数量达37.1万个。[8]从历年统计数字的对比看, 中国网络发展速度的确十分惊人。下面仅从网络受众的角度, 列出1994年至2002年INTERNET网民数字的比照表。[9]

jn 文章 jn 动态

上一篇 Previous

· 追求新闻报道的理性与境界

作者: 蔡雯 | 2003-03-05

去年岁末, 北京青年报因质疑西安翻译学院一位大三女生被一合资企业以40万年薪预聘的新闻报道而引发的官司被判败诉, 报社不服判决, 官司还将打下去, 质疑报道也在继续进行。这一事件引起了业内人士的关注, 也带给……

下一篇 Next

· 报纸业的新一轮出击

作者: Mark Day | 2003-03-05

早在1972年, 每十个澳大利亚人中, 年龄在18岁拥有表决权的和30岁以下人中, 就有5位年龄介于18至29岁的人表示, 他们每天都阅读报纸。而今天, 这个数字已变为1: 5, 专家说这个数字将在2010年下降到1: 10。编辑对出版……

如何提升 你的专业高度?

这里汇集国内20余家专业出版机构
近5000种图书, 目前国内传媒专业
程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

单位：万人

年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
网民人数	1	8	20	62	210	890	2250	4580	5910

二、对人类传播方式的影响

网络传播是以多媒体，网络化、数字化技术为核心的国际互联网络，是现代信息革命的产物。网络凭借技术优势，集文字、数据、图像和声音于一体，弥补了传统媒体的技术鸿沟，是传播史上迄今为止最先进的传播工具，对人类的传播方式带来了巨大的冲击和影响。

2.2 大众传播方式的变革

传统媒体凭借各自的特性在媒介市场上占有一席之地，报纸依靠文字传播，进行深度报道；广播依靠声音传播，进行即时报道；电视依靠图像传播，进行再现报道，但各自又有不足，报纸不够生动，广播不易保存，电视不够深刻。传统的媒介由于自身的限制，无法给受众提供一个平台，让受传双方实现良性的互动。而网络传播从根本上改变了受众在传播中的地位，受众不再是传统意义上信息接受的被动者，信息的主动权不再由传播者掌握而是由受众自己控制，他可以主动搜索自己感兴趣的信息，定格自己的信息内传统的媒介由于自身的限制，无法给受众提供一个平台，让受传双方实现良性的互动。而网络传播从根本上改变了受众在传播中的地位，受众不再是传统意义上信息接受的被动者，信息的主动权不再由传播者掌握而是由受众自己控制，他可以主动搜索自己感兴趣的信息，定格自己的信息内容，还可以在网自由发布信息。信息的传播由推变成拉，受众的主动性提到了前所未有的高度。受众作为一个群体的概念已不存在，他们是个人的相加，正如尼葛洛庞帝在《数字化生存》中讲到“个人不再被淹没在普遍性中，或作为人口统计学中的一个子集，网络空间的发展所寻求的是给普通人以表达自己需求和希望的声音”。

网络传播给人与人之间提供了一个无边无际的平台，实现了受传之间很好的互动，颠覆了传统意义上的单向线形模式。传统媒介为了迎接“第四媒体”的挑战，纷纷都走上与网络媒体联姻的道路，报纸创办网络版，并在报纸上开辟了网络摘要版；广播也跟网络实现了互联互通，在广播中随时插播网络新闻；电视行业出现了高频宽带互动电视这一新兴技术。网络传播的出现促进了传统媒体更新其技术，加强与第四媒体之间互动，呈现出与网络传播融合的态势。

中国网络新闻传播始于1995年。1995年1月，《神州学人》杂志(<http://www.shisa.edu.cn/>)，同年10月20日《中国贸易报》(<http://www.chinatradenews.com.cn/>)先后上网，成为新闻媒体上网的先行者。1996年10月广东人民广播电台建立网站(www.radioguangdong.com)，1996年12月中央电视台建立网站(www.cctv.com)，标志着中国广播电视在网络传播领域迈出了第一步。到1999年底，全国已建立独立域名的新闻机构700多家。[10]到2000年底，在全国总共一万多家传播媒体中，共有2000多家媒体上网。[11]

受网络传播的影响，大众传播方式变革注重回归人际传播。上网的传统媒体不再满足于原先的“编读往来”，“热线电话”，“谈话节目”等种种延时的互动传播，而代之以“我要发言”或“到BBS上说几句”之类的链接。网民只要点击链接，即可把自己的意见表达出来，这种媒介与受民之间即时的，反馈互动，显然与原先的大众传播方式有着完全不同的意义。

在谈论网络传播对大众传播的冲击时，我们引证传统媒体的上网率，大众传播方式的变革。但这样的数据并不是很重要，最重要的是受众由传统媒体向网络媒体转移程度如何，新的传播对旧的传播方式的替代程度如何。1998年，在我国进行的调查表明，上网青少年有30%的人对电视接触减少，有28%的人对广播接触减少，有6%的人减少了对报纸的接触。[12]在美国，1977年，2/3以上的成年人经常阅读报纸；1997年，成人报纸阅读率下降到只50%多一点。1993年，60%的成年人“定期”观看电视新闻；到1998一比例降为38%。与此相对照，1995年，只有4%的美国成年人一周上网阅读新闻一次；现在网络新闻的读者达到20%。[13]

2.3 对人际传播方式的影响

网络媒介的特点并不是借助内容表达，而是蕴含在内容的构造中，人类传播通过网络传播，内容的构造方式不同，自然

产生截然不同的传播感受。

从人际传播的层面来看，除了语言之外，人的姿态、表情、眼神、身体接触以及服装、发型等等，都是表达信息的重要媒介，而在网络传播中，人们的这种语言传播的功能降低了，而正是缺少了这些因素，才影响了网络传播中人际交流中印象的形成和传播情景的认识，并对选择和诠释信息起了压制作用。缺少了非语言行为的暗示，信息的发出者很难通过信息表达某种情绪，展示个性，实施控制或显示感召力。

同时，由于网络传播中人们看不到对方的音容相貌，同传统的面对面传播行为相比较，网络传播所表现的语言行为更容易受到人们的控制、选择。网络传播时代人们大多通过文字语言来表现自我，而且由于网络传播的非同步交流性，传播的人们有时间能够进行自我反省，交流中一个人可以深思熟虑，他可以有会自我反省，花更多的时间来计划、设想以及编辑自己的想法和观点，从而更加有效地利用自己的思维能力，使自己在网络空间里更具有人格魅力，更具有智慧，这些因素促使人们在传播中更加理性化。

但随着网络技术的发展，网络人际传播向“感官性，全息性，面对面”[14]等几个层面发展。网上聊天实际上借助网络特性进行的人际传播，“用户可通过语音命令的方式无障碍地上网冲浪”[15]，网吧还可提供“可视化聊天”[16]，使得参与传播的人们更加愿意或者更加能够很自由地各抒己见，大大提高了传播的互动性的频度。尤其是地位低的成员，可以提出自己对他人想法的意见而不会害怕受到批驳，通过网络的人际传播更多地体现了参与的平等性。

2.4 开创“个性化”的传播方式

互联网是一种可塑性很强的媒体，新应用的出现能够非常快地改变人们使用这种媒体的方式。[17]网络媒体“能够极大地满足社会多元的个性化的信息需求，开创‘个性化’传播时代”。[18]自由的传播性，自由的信息，自由的受众，网络的非线性传播方式给网络的“个人主义”倾向提供了广阔的发展空间，网络最为典型的“小众传播”实现了传播信息选择和消费的个性化。由于“受众中心论”在网络传播中得到体现，受众成为传播的主体，网络依靠它的技术优势为人们提供更有针对性的，更具个性化的信息。网络传播中传受双方概念的模糊和相互渗透，以及个人意见渠道的简单畅通，让个人实现了广泛的影响力。在donews.com上,网友自由地发表观点。在photocome.com上，来自全国各地的摄影师，每天把他们的图片上载展示。

互联网和传统媒体不同之处在于，它赋予个人前所未有的对媒体施加影响的权力。受众利用这一媒体做什么，怎么做，都是可以由他们自选决定的事情。人们可以按照自己的需要和愿望改造互联网络。而新兴的“博客”(blogger)正是通过网络日志(blog或webblog)，不断的网络链接，不断的内容更新，表达个人思想。网络日志是个人生活与网上事件的一种奇妙混合，构成了网络社区。网络日志折射出互联网带来的人类社会传播基本模式的变迁。

三、网络传播方式的未来发展

网络传播方式以“点”对“点”双向互动式的传播代替了“点”对“面”的单向传播，以个人化信息服务代替了大众传播的单一形式，在未来21世纪的传播格局中，原有的报纸和广播和电视媒介仍然发挥着不可替代的作用，但起主导作用的将是互联网为主体的数字化传媒，这些新型传媒融合了以往媒介优良的功能和特点，又在更高的层次上实现了真正意义的传播特性。[19]

3.5 网络传播独领风骚

“网络媒体的最大特性……首先是非地域性，其次是信息容量的无限性，再次是信息链接的无限性”[20]正是由于网络传播优势，在与人类的其它传播方式的竞争中独领风骚。上网用户可以在第一时间得到各种信息，内容无所不包，以往通过国内新闻媒体根本接触不很少接触的新闻都可通过网络获新闻的获取由原来的相对封闭的状态，进入完全开放的状态。越来越多的信息是从网络中获得的，随着更多的媒体跟上，逐渐变成一次宣传风暴。网络媒体会成为社会的主导媒体。[21]中共中央政治局常委李长春在今年的宣传部长会议上指出：互联网是新的主流媒体。[22]《斯塔尔报告》最先在网上公布，这是有史以来第一次人们不是通过大众传媒，而是通过INTERNET率先一个重大新闻事件的详情。署名“老榕”的球迷的一篇名为《10.31大连金州不相信眼泪》的帖子，几乎遍了所有的中文网站，主流媒体纷纷转载，产生以前从没有过的震撼。广西南丹事件，由于“人民网”的出色报道，才使真相大白于天下。网络正是凭借它无与伦比的媒介特性，在未来的人类传播方式中担纲主演。

在肯定互联网技术巨大作用的同时，还要看到在传播方式变革的背后政治、经济、文化等因素的影响，新技术本身受这些的影响而决定自己的发展和社会作用。网络传播的出现，极大地冲击并改变了原有的传播生态环境，丰富了人类的传播方式，对人类传播观念和社会发展的影响无疑是深远的。只要深刻认识新媒介所带来传播方式变革的实质，及时改变更新传播观念，适应新的传播模式，才能跟上信息时代的步伐。

(作者系中国社会科学院研究生院02级硕士研究生 邮编：100102)

wangjunpinge@163.com

注释：

- [1] (加) 麦克卢汉：《人的延伸—媒介通论》，何道宽译，四川人民出版社，1998年，第2页
- [2] 蒋亚平：《中国网络媒体现状分析和展望》，《新闻战线》，2002年第9期
- [3] (美) 施拉姆：《传播学概论》，陈亮等译，新华出版社，1984年，第123页
- [4] 杜骏飞：《网络新闻学》，中国广播电视出版社，2001年5月，第38页
- [5] 崔保国：《媒介变革与社会发展》，南京师范大学出版社，1999年，第326页。
- [6] 陈刚：《互联网时代的广告理念》，《广告大观》，2000年第8期
- [7] 闵大洪：《2002年中国网络媒体回眸》，http://academic.mediachina.net/xsjd_view.jsp?id=983。
- [8] 《我国网民跃居全球第二》(报道)，《光明日报》2003年1月16日第1版
- [9] 1994年至2000年数据引自杜骏飞：《网络新闻学》，中国广播电视出版社，2001年5月，第54页
- [10] 郭乐天：《前瞻2000新闻传媒》，《新闻出版报》2000年1月26日第2版
- [11] 孙旭培：加入世贸与中国数字传媒的发展，新闻与传播评论，2001年卷，第173页
- [12] 赵启正：《中国网络新闻发展现状和趋势》，《新闻战线》，2000年第2期，第44页
- [13] 胡泳：《媒体变革：公众的角度》，《读书》，2002年第12期，第37页
- [14] 杨桂荣：《重新面对面：回归人际化网络媒介传播》，《网络传播与社会发展》，北京广播学出版社，2001年，第208页
- [15] 《互联网芝麻开门》：《证券时报》，2000年6月11日第9版
- [16] 《中关村又一特色网吧开张》：《中国经营报》，2000年9月26日第24版
- [17] 同(13) 第36页
- [18] 齐爱军，彭金凤：《应对网络媒体，报纸寻求新的报道模式》，《新闻记者》，2002年第12期，第34页
- [19] 何波，网络传播带来21世纪的全新传播观念》，《网络传播与社会发展》，2001年，北京广播学出版社，第166页
- [20] 陆小华：《整合传媒》，中信出版社，2002年
- [21] 吴廷俊：《试论新世纪大众媒体结构的格局》，《网络传播与新闻媒体》，北广出版社，2001年，第19页

(未经作者或《中华传媒网》授权，不得转载)

王君平

|| [传媒资讯网](#) || [传媒学术网](#) || [传媒考研网](#) || [传媒博客](#) || [传媒社区](#) || [传媒书店](#) ||

|| [关于我们](#) || [会员注册](#) || [交换链接](#) || [联系我们](#) || [法律声明](#) || [广告服务](#) ||



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved