



· 探析网络的匿名反馈

· 网络匿名反馈探析

从“生态学”的视角看技术对传媒的作用

时间：2004-12-27 18:51:04 来源：《中国传媒科技》 作者：孙宝传 阅读1243次

今天，对新闻媒体而言，信息技术已成为一种无所不在、动荡不居、最富活力的变革因素，它催生了新媒体，改造着旧媒体，改变了传媒的生态版图，影响着新闻媒体的未来。

本次杂谈试图从“生态学”的视角，审视信息技术在传媒演变中的作用，可能是些谬论，但为活跃本刊的讨论气氛，就不怕显丑了。

信息技术的发展改变了“传媒生态园”的版图

如果把传媒领域比作一个“传媒生态园”的话，那么，报纸（1615年）、广播（1920年）及电视（1936年），在长达半个多世纪的漫长岁月里，就是这个“传媒生态园”里的三个主流“物种”，并呈现相对稳定的“三足鼎立”的格局。

现代信息网络技术的发展，改变了“传媒生态园”的版图。被誉为“第四媒体”的互联网捷足先登，新闻网站像雨后春笋般涌现；移动通信紧随其后，被误认为“第五媒体”的手机短信像春雨那样撒向春意盎然的大地。

“新媒体”作为“传媒生态园”里的新成员，是与报纸、广播、电视等“旧媒体”或“传统媒体”相对而言的。当一种新出现的信息载体，其受众达到一定的数量，这种信息载体就可以称为“新媒体”。网络媒体、移动媒体等“新媒体”是传统媒体在信息网络时代的延续，其本质特征是数字媒体。

新媒体的介入

激化了“传媒生态园”从未止息的“生存竞争”

上世纪90年代开始，网络媒体、移动媒体等新媒体的介入，激化了“传媒生态园”内从未止息的“生存竞争”，主要表现在：

第一，促进了旧媒体的数字化改造，激活了传统媒体内在的活力；

第二，催生了新的新闻媒体、新的新闻业务、新的表现形式；

第三，加剧了传媒竞争，传统媒体与传统媒体之间、传统媒体与新媒体之间、新媒体与新媒体之间、国内媒体与国际媒体之间展开了日趋激烈的争夺眼球的较量；

第四，迎来了“传媒生态园”一派百花争艳、杂草滋生的春天。

传统媒体的生存状态:

在数字化再造的阵痛中获取新的活力

传统传媒走在了十字路口。面对新媒体的挑战，加快数字化改造是它的必然选择，具体途径有两条：

一是“进化”，即保持原有“本性”和特色的前提下，进行信息化建设：紧紧环绕内容创新、管理创新和体制创新，实现新闻作业流程的数字化、网络化、智能化，张扬其固有的优势，弥补自身的不足，增强自己的核心竞争力；

二是“变异”，即扩展新的传媒功能，向其他传统媒体或新媒体渗透：发挥自己的优势和特长，借助信息网络技术的力量，涉足新领域，创办新业务，培育新的经济增长点，为未来的发展做铺垫。

以报纸为例，纸质媒体在做大做强的时候，谨慎地把自己的触角伸向新的领地。它们始终把主要注意力放在自己的“主业”上，通过生产流程和营销手段的数字化，提升报纸的质量，加快出报的时效，扩大广告的版面，提高经营的效益。与此同时，为了应对未来的挑战，也在谨慎地拓展新的领域，探索新的业务，例如，建立新闻网站（绝大多数报社），推出手机短信服务（部分报社），试办手机报纸（例如妇女报），进军数字电视领域（例如上海文广集团），如此等等。从发展趋势看，随着数字化、网络化和产业化、集团化的不断深化，平面媒体终将逐步朝着“立体化”的方向发展。

新媒体的生存状态:

在“生存竞争”中寻找自己合适的位置

新媒体的前景看好，但路途并不平坦。它们将继续在探索和风险中前行，在“生存竞争”中寻找自己合适的位置。

以门户网站为例，其主要表现为两个方面：

一是“适应”，即适应不断变化的传媒生态环境：新媒体本身有一个产生、发展、完善的过程；同时，它们必须在经济效益和社会责任的双重压力下，不断探索增强适应生存环境能力的途径。

二是“优化”，即不断完善自己的功能：随着技术的持续进步，它们在挑战传统媒体的时候，也不断受到其他新媒体和新新媒体的挑战，它必须不断地优化自己，将网络等新技术赋予它们的优势和特色淋漓尽致地发挥出来，才能“适者生存”。

其实，网络媒体在度过了诞生伊始遭遇的“严冬”之后，优胜劣汰的“生存竞争”从未止息过。一些门户网站依托互联网技术，无需记者队伍和原创新闻，只要有一支编辑力量，就可以整合从传统媒体买来或从网上下载下来的新闻信息和素材，成为吸引众多网民、很有影响力的新闻和信息平台。但是，随着搜索引擎技术的不断进步，又出现了所谓“搜索引擎新闻服务”，它比门户网站更高出一筹，连编辑力量也不需要，只要有一个计算机逻辑运算软件，就能搜索并链接网上重要新闻源当天的新闻报道，分门别类地将这些最新消息的“联接”提供给广大网民，以此来与门户网站叫板。接下来，肯定还会出现网络媒体新的“变种”，依靠更加智能的搜索和关联技术，克服“搜索引擎新闻”因机器操作初期带来的质量不高、排列不准、互相矛盾等缺陷，做得更富个性化、人性化和多媒体化。

信息技术可视化

引发媒体进化和变异最活跃基因

打一个不一定恰当的比喻，技术对于传媒，相当于基因对于物种。利用基因，人类可以改良品种，也可以培育出新的物种；利用技术，人们可以改善传媒，也可以创造出新的传媒。

一种新的媒体的诞生总是以技术创新为前导的。1450年德国古登堡在我国毕升发明的活字印刷术的基础上，创造了金属活版印刷技术，为报纸这个传媒老大的问世准备了物质条件；500多年后，信息网络技术的发展，为被称作“第四媒体”的互联网的诞生奠定了技术基础。

当前，有若干种新技术值得我们关注，比如第三代移动通信（3G）技术，流媒体（Streaming Media）技术，电子纸（e-paper）技术，搜索引擎（Search engines）技术，数字电视（SDTV）技术，对等网络（P2P，即Peer to Peer）技术等等，因为它们可能对未来的新闻媒体产生重要的影响。

新技术催生新媒体

取决于科学、经济、安全三个因素

利用基因培育出新的物种，必须符合科学、经济和安全三个基本条件，新技术催生新媒体同样取决于这三个因素：

一是科学因素：新技术使原先不可能实现的传播方式现在变得可能了。比如，广播技术使单向传播成为可能，而网络技术则使双向传播成为可能。

二是经济因素：新技术使已经成为可能的传播方式能以更低的交易成本来实现，从而为普及创造条件。比如，IP技术降低了数据传输的成本，而流媒体技术则降低了视频传输的成本。

三是安全因素：新技术使科学上可能、经济上可行的传播方式能够得到安全的保障，从而实现可持续发展。比如，网络安全等技术使网络传输方式不致失控，否则“水能载舟，亦能覆舟”。

今天，“融合”是催生

新媒体、新业务、新形式的主要手段

美国时代华纳董事局主席Steve Case曾说过，每个十年都有与之相联系的词，这个词，上世纪80年代是“个人电脑”；90年代是“互联网”；而接下来的十年（即本世纪的头十年）将是“融合”。

用“融合”的理念思考问题，就可以看到，许多新媒体、新业务、新形式是融合的结果。例如，手机短信是语音通信与电报通信的融合，数字电视是模拟电视与数据传输的融合，多媒体是多种单一媒体的融合，如此等等。

“融合”类似于植物的“嫁接”、动物的“杂交”。正是这种“融合”的结果，已经产生并将继续产生许多新的新闻媒体（例如：网络媒体、移动媒体、数字电视等）、新的新闻业务（例如：新闻网站、新闻博客、搜索引擎新闻、手机短信、彩信MMS、手机报纸、PDA报纸、语音杂志、手机电视、移动电视、电子纸报纸等）、新的表现形式（例如：图文互动、动漫新闻、多媒体新闻等）。

我们应该研究“融合”、发现“融合”、实践“融合”，促进传媒技术与新闻业务的结合，促进信息网络产业与文化传媒产业的结合，让为受众喜闻乐见的新媒体、新业务、新形式不断涌现，让“传媒生态园”的春天更加百花盛开、万紫千红。（作者：孙宝传/中国新闻技术联合会理事长）

文章管理: fei ao1982 (共计 252 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

← 从“生态学”的视角看技术对传媒的作用 会员评论[共 0 篇] 丨

← 我要评论 丨

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿邮箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.