

# 新媒体最新发展研究

匡文波

1369-118-6898

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师  
全国新闻自考委员会秘书长  
中国科技新闻学会常务理事  
中国编辑学会电子网络编辑专委会副主任

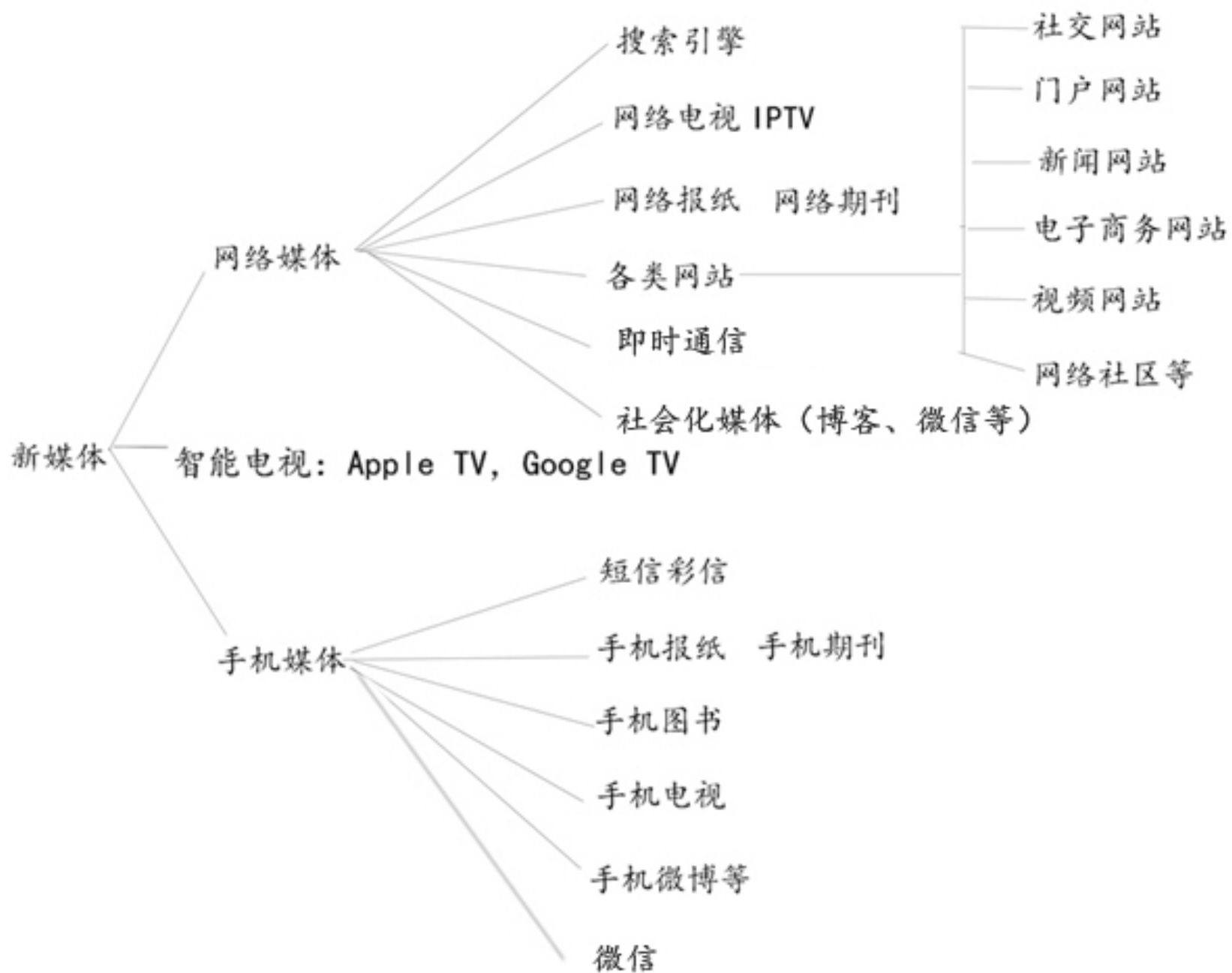
# 1 新媒体：并不严谨的概念

- \* 网络媒体是新媒体的重要成员。  
关于“新媒体”（New Media）的确切定义，业界和学界目前尚未达成共识。
- \* 目前绝对多数对新媒体的定义都是列举式的，不严谨不准确的。

---

**新媒体：  
借助计算机传播信息的载体。**

A decorative fan-shaped background with a traditional Chinese ink wash landscape painting. The painting depicts a mountainous landscape with a river, trees, and a small pavilion. The fan is positioned in the lower half of the slide, with its handle at the bottom center and its edges curving upwards and outwards.



## 2手机媒体是新媒体的主流

---

- \* 手机媒体概论. 中国人民大学出版社, 2006第1版; 2012第2版
- \* 手机媒体: 新媒体的新媒体, 华夏出版社, 2009

# 什么是手机？

\*手机

绝非

移动电话！

\*手机是具有通信功能的  
迷你型电脑。

# 手机：电脑与器官

- \* 手机不只是电脑
- \* 还是感官的延伸
- \* 人体的虚拟的器官
- \* 可穿戴\智能手表,问卷\忘记带手机\回家拿



### 3 手机媒体新热点：微信

- \* (1) 微信独有的优势正在改变着人际沟通方式
- \* \*
- \* (2) 微信是多媒体的传播方式。
- \* \*
- \* (3) 微信给人们的生活方式带来了变化。



# 微信特点

- \* (1) 人性化设计，操作便捷
- \* (2) 传播方式多元，内容准确生动
- \* (3) 系统开放，免费使用
- \* (4) 立足腾讯平台，用户粘度增加
- \* (5) 具有议程设置功能

# 微信的社会价值

- \* (1) 使意见领袖多样化
- \* (2) 构建“熟人-熟人”和“熟人-陌生人”的多维社交网络
- \* (3) 带来企业营销新变革
- \* (4) 为传统媒体数字化转型提供平台
- \* (5) 将人际传播和群体传播融为一体

# 微信存在的问题

---

- \* (1) 信息安全
- \* (2) 隐私保护
- \* (3) 信息过载
- \* 腾讯与运营商的关系

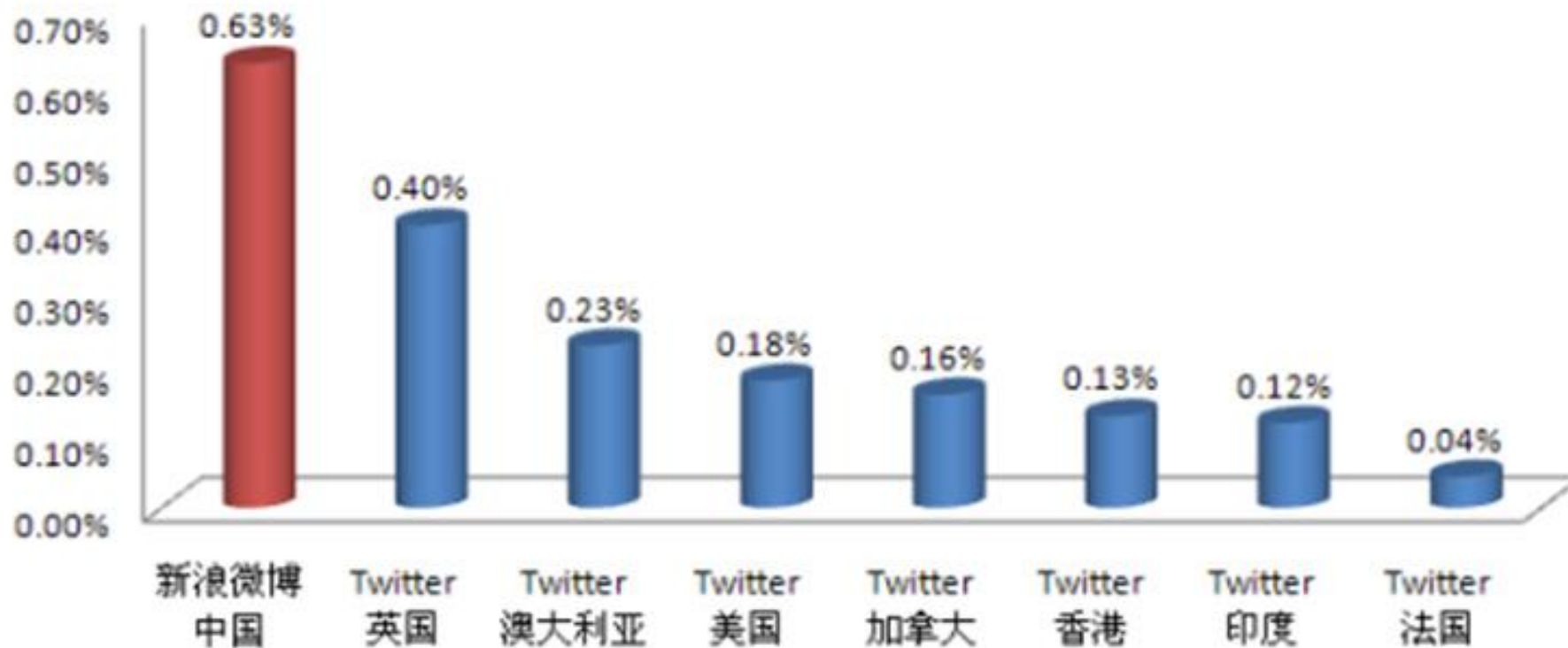
## 4 微博的应用及未来展望

微博，即**微**博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过WEB、WAP以及各种客户端组建个人社区，以**140字**的文字更新信息，并实现即时分享。最早也是最著名的微博是美国的twitter。

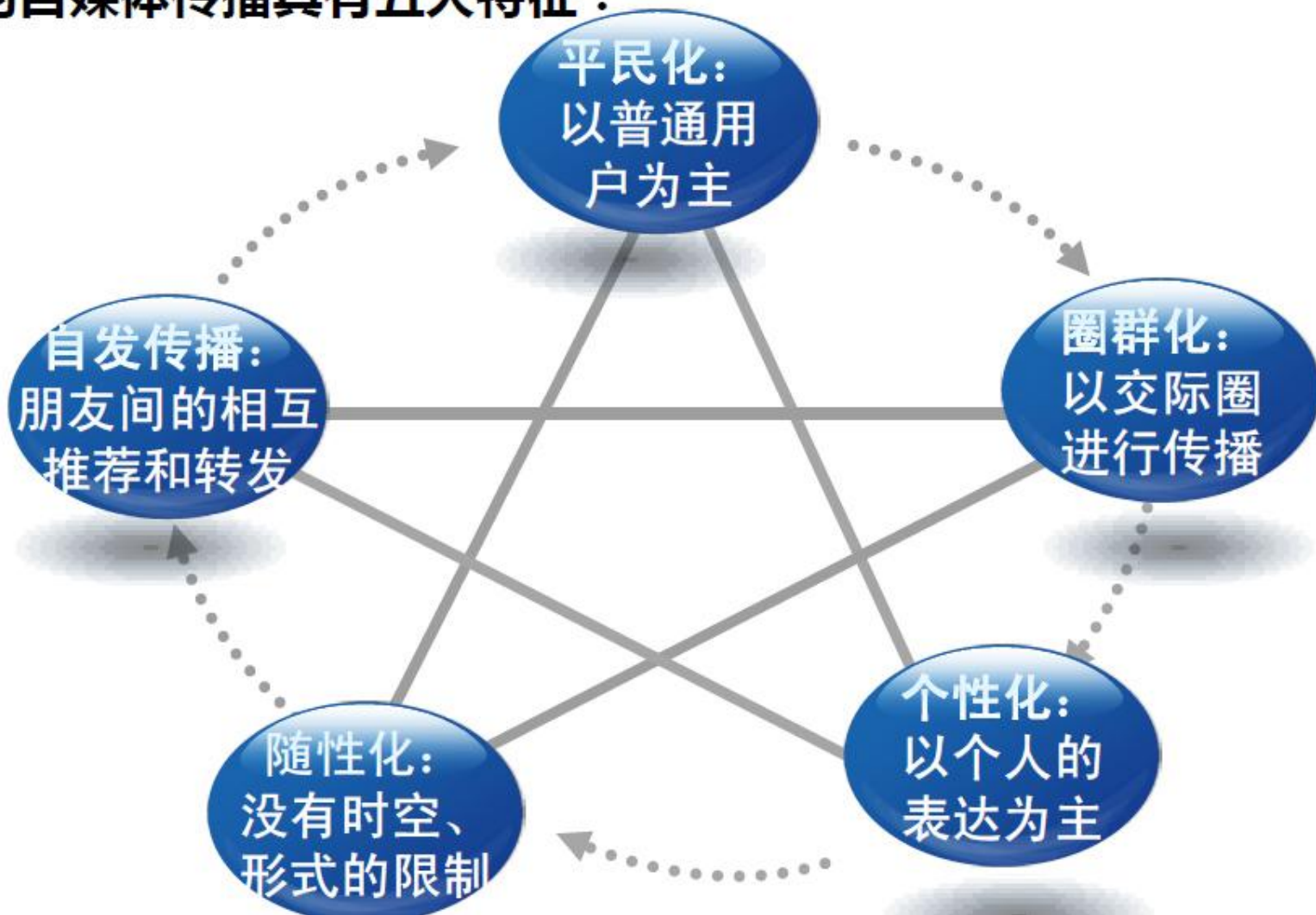
2009年8月份新浪网推出“**新浪**微博”。

# 新浪微博用户黏性超过Twitter

2011年4月 -- 新浪微博及Twitter在不同国家和地区访问量占比



## 微博的自媒体传播具有五大特征：



## 微博目前的主要问题

各家网站的微博之间没有互通合作关系，无法跨网站添加关注的人 46.1%

信息量过大，看不过来 34.4%

还不够普及，用户数量少 28.9%

无法对“关注的人”的重要性分级 24.2%

信息真实性不强 23.7%

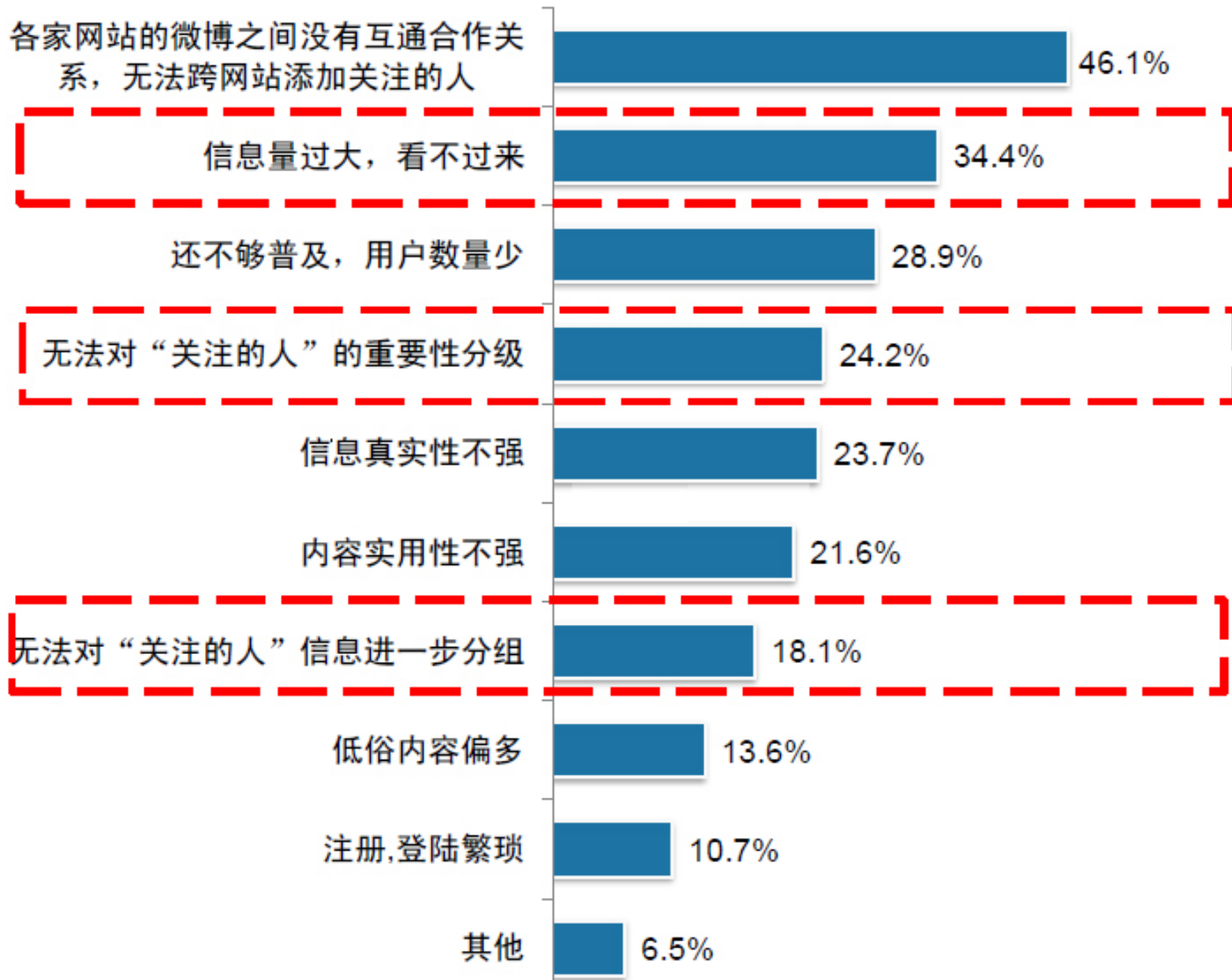
内容实用性不强 21.6%

无法对“关注的人”信息进一步分组 18.1%

低俗内容偏多 13.6%

注册,登陆繁琐 10.7%

其他 6.5%



# 5 新闻客户端（手机app）

- \* 目前主流传统媒体的新闻客户端数量已达到231个，形成了“东澎湃，南并读，西封面，北无界，中九派”的格局。
- \* 新华社、人民日报、央视新闻均接近或超过亿级规模，澎湃、浙江新闻达到数千万。

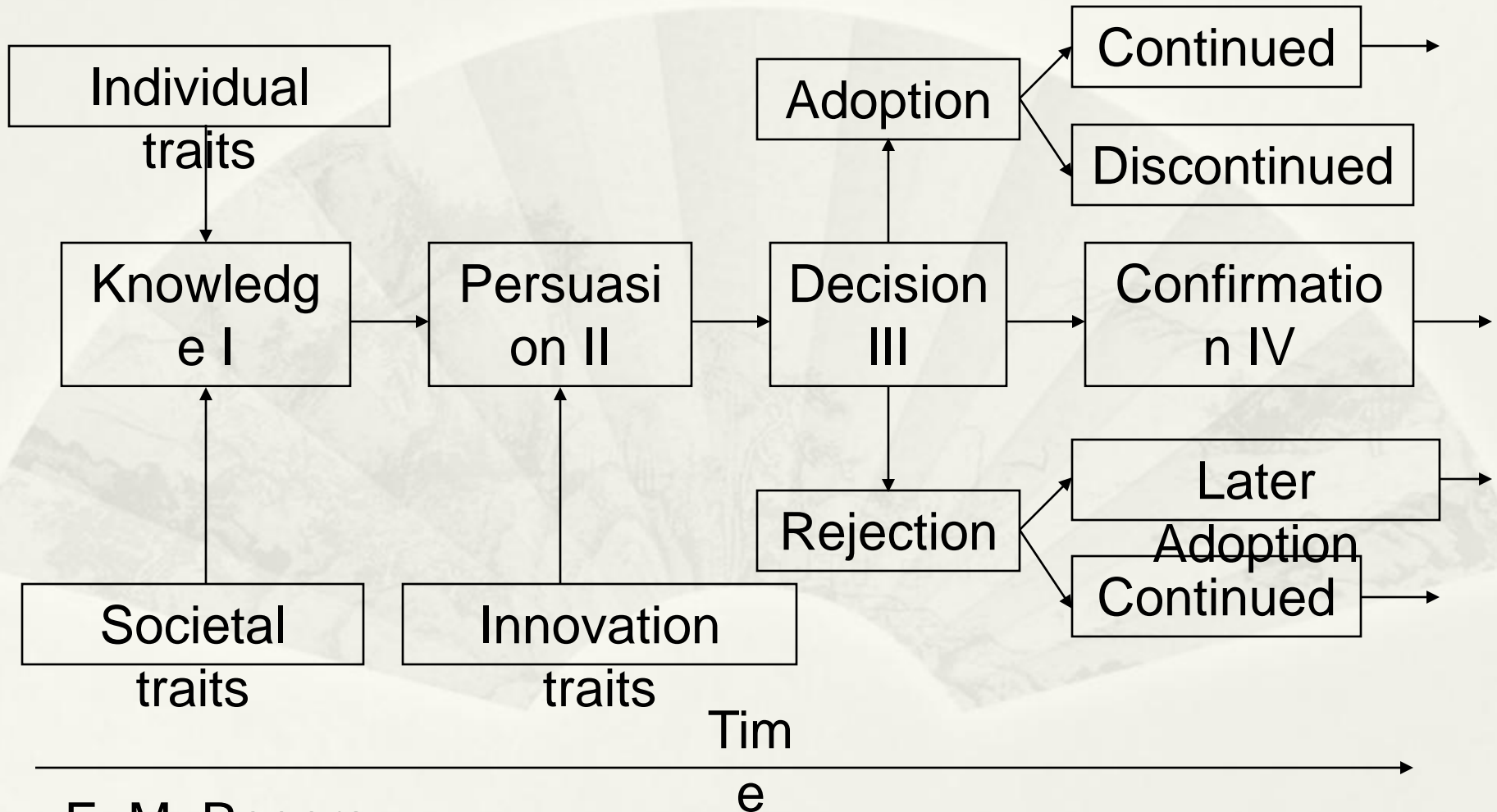


# 创新扩散理论

---

- \* 创新的扩散 第4版
- \* Diffusion of innovation Fourth edition
- \* (美)埃弗雷特·M·罗杰斯著 辛欣等译

# A Graphic Presentation of Diffusion Theory



E. M. Rogers

(1995)

# The S-Curve Model of Diffusion Process

