# 网络环境的受众分化与个人传播

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-06-17

*互联网作为一个新媒介，不仅是人类一种新的信息交流的方式，而且是人类一种新的工作方式和生活方式。它适应了受众的这种多元化的需求，从向受众单纯传播新闻信息转向到为受众提供全方位的信息服务。网络传播以其独特的传播优势不仅改变了以往的新闻和信息传...*

互联网作为一个新媒介，不仅是人类一种新的信息交流的方式，而且是人类一种新的工作方式和生活方式。它适应了受众的这种多元化的需求，从向受众单纯传播新闻信息转向到为受众提供全方位的信息服务。网络传播以其独特的传播优势不仅改变了以往的新闻和信息传播格局，而且为公众提供了一个前所未有的自由讨论公共事务、参与政治的活动空间。同时，社会价值多元化和媒介技术的发展，特别是网络传播技术的逐步成熟，进一步推动了受众群体的分化，使其向分众化、小众化方向发展，相应地，推进了个人传播的发展。

一、网络传播的优势与特征

说起网络传播的优势特征，有人把它比喻为：网络媒体擅长的是多兵种合成作战的“大规模立体战”、“闪电战”，而不是单兵种的“游击战”。网络作为一种新媒体，其优势在于集多特性于一身，其集合优势所显示出的威力远远超出这些特性的简单相加。网络媒体的优势在于前三类媒体特征不同程度的综合。时间上可即时、随时播报，可长期使用，一经上网可随时查阅;空间上，容量无限大，覆盖全球，使全球性信息海洋真正成为现实;媒体与受众的关系上，一改此前媒体受众的被动地位，第一次实现了相互间的平等。而这些，其他三类媒体是目前所不能及的。

具体来说，互联网传播的特点表现在以下三方面：

一是传播内容的数字化。数字化是互联网传播存在的前提，这一技术的发展大大促进了信息的交流和传播。由于数字化技术的优势，使网络传播不仅便于复制和传输，而且便于不同信息之间的相互转化，可以在文字、声音和图像之间方便地相互转换。数字化又赋予网络“海量”信息。由于互联网特有的超文本和超链接特征，网络信息不仅量大无穷，而且形式丰富多样，网民不仅在网上可以看到最新的新闻信息，而且还可以搜索相关报道、相关资料乃至相关网站。由于数字化传播的领先优势，时效性成了网络区分于其他媒体无可比拟的特征，特别在一些突发事件的报道中，网络具有得天独厚的优势。

二是传播方式的多样化。与传统媒体相比，网络传播速度飞快，信息来源广泛，制作发布信息便捷。因此，网络传播可以随时发布新闻，特别是在突发事件和连续性事件的报道中，网络可以随时“刷新”信息，在实效性上远远超越传统媒体。同时，由于数字化传播的特点，网络集中具备了报纸、广播、电视三大媒体的综合优势，实现了文字、声音、图片、影像等手段的有机结合。时下流行的“流媒体”技术，更是把广播、电视节目完整地搬上了网络，以“数字流”的方式向受众传输，接收便捷，选择自由度高。这种多媒体技术的传播特点极大地改变了人民接受信息的方式，同时还使人们之间的交流方式发生了革命性的变化——面对面的亲身传播逐渐减少，取而代之的是“虚拟化个人传播”方式的盛行。

三是传受关系的交互性。交互性是指围绕新闻事件，传媒与受众之间的信息双向沟通和传输，反映着受众对社会生活的关注度和参与度。互联网使新闻的传受双方互动交流真正成为了现实。交互性是网络媒体区别与传播媒体最大的优势之一。尼葛洛庞帝曾对网络作过形象的描绘：“数字化会改变大众传播媒体的本质，推(pushing)送比特给人们的过程将改变为允许大家(或他们的电脑)拉(pulling)出想要的比特的过程。这是一个剧烈的变化，因为我们以往的媒体的整个概念是，通过层层过滤之后，把信息和娱乐简化为一套‘要闻’或‘畅销书’，再抛给不同的‘受众’。”②与其他三类媒体相比，匿名化所带来的平等性特征使得交互性在网上大放异彩，在网上凡有(电子公告板)、聊天室、在线游戏等的任何一处，你会发现都是人来人往，不亦乐乎。网上论坛就是发挥网络互动功能、增强网民参与意识、了解社情民意、加强舆论引导的重要手段，也是互联网的独特优势。交互性同样给网络媒体注入了不少的活力，使其在编读往来方面无论是内容和形式都有了新的发展和突破。互联网的强大的互动功能还催生了互动性新闻。在这网上，受众既是新闻的消费者，又是新闻的\"制造者\"。受众对新闻事件的参与不仅提高了新闻的社会关注度，而且丰富了新闻的内涵。

二、网络传播加速受众分化

网络传播以其巨大的传播优势，极大地推动着传播方式和媒介形态的变革。其中，网络传播与大众传播的最大差别还在于传受关系上的嬗变。网络传播加速了受众分化和个人传播的发展趋势。

首先，网络的技术优势加速了受众分化，使个人传播成为可能。个人传播要成为可能，必须要有一个能够接近并自由控制的“信息平台”，网络就为受众提供了这样一个平台。网络技术使人们期待已久的大众传播过程中的互动不再那么艰难，并以其开放式结构和海量存储能力为各种讯息意见的进入与碰撞提供了包容空间。比如在“博客”虚拟社区中，每个人都可以凭借简单的网络知识注册一个“属于自己的”园地，依据“博客”提供的平台，自由地编辑和发布自己的信息和作品。

其次，网络对传播最大的改变首先表现在传受关系上的嬗变。对于受众来说，网络技术最大的意义可能在于提高了他们在传播过程中的地位，他们由被动的接受者变成主动的参与者。随着经济与社会的发展和媒介技术的进步，受众的分化趋势是难以避免的。影响受众分化的因素很多，主要有社会价值观的日益多元化、受众接受心理以及媒介形态的变革。而网络传播的发展，不仅是媒介形态上的巨大变革，更拨动了受众心理上最敏感的神经。

大众传播是一种点对面的单向的传播活动，即由传播者主导的面向广大的受众的有组织、大规模的定向活动。大众传媒的拥有者和使用者同时又是信息和舆论的控制者，谁掌握了媒介谁就可以控制信息和舆论。在大众传播的过程中，传播者充当“把关人”的角色，把持着信息流动的“窗口”。经过把关人的过滤和筛选，剔除那些被视为不符合群体规范或把关人价值标准的内容，而将那些已包含着自身价值观念和主观态度的信息传达给受众。

网络传播改变了传播者与传播工具之间的关系，受众与传播者站在了“平等”的位置上。受众上网，犹如进入一个偌大的信息的超级市场，信息不是从传播者那里“推”向接受者，而是由接受者从传播者那里“拉”出来。互联网上的信息发布者可以根据自己的需求和条件如思维方式、兴趣爱好、资料类型等任意分层组织自己的信息，而网上的信息获得者可以根据自己的需要和兴趣任意选择其中每每一条信息。网络传播是一种典型的个性化的传播方式，既有点对面的传播又有点对点、点对面、多点对多点的传播。网络传播意义上的“受众”，不再是一个只有一种性格的整体(单数)，而是无数个个体的相加(复数)。从技术上讲，互联网络无非是将世界范围内属于不同群体和个人的计算机、计算机网络以及外设联结在一起，实现其相互间的通信。网络传播是对所有“以传播者为中心”的传播模式的解构，在网络这个全人类共同拥有的信息平台上，传播者和受众处于完全平等的地位，互为信息传播的主体。传播者与接受者相互承认、相互沟通、相互理解，相互影响，共同分享着信息和经验。尼葛洛庞帝说，“后信息时代的根本特征是‘真正的个人化’。”“大众传媒将重新定义为发送和接受个人信息的系统。”

这种“真正的个人化”正适应了当前价值观多元化的趋势。社会阶层的变迁，利益主体的分化，加之消费时代受众对传媒的心理期待升值，造就了价值体系的多元化，进而促进受众需求的分化与多元化。传媒自觉或不自觉地成为社会政治体系中的一部分，互联网就是这种环境中的一分子，“孜孜不倦”地推动着受众继续分化。由于网络为小范围的受众提供了发布和获取信息以及“发言”的平台，小众传播逐渐成为可能。

再次，网络传播的交互式的特征赋予受众更多的“自由”权利。在转轨与转型同步的社会整体性变迁过程中，经济结构、社会结构的分化整合、社会各阶层利益格局的调整与平衡、整个社会运行机制由行政主导向市场主导的转变都在以前所未有的速度、在前所未有的广度和深度上进行。在这样的环境下，需要有一个“社会减压阀”，为公众提供交流与呼喊的空间。

虽然大众传播理论中也引入了“反馈”的概念，传播者可以根据受传者对传播者发出的信息所作出的反应来检验传播的效果，并据此来决定采取进一步的行动，以实现传播的目的。但由于受这种单向线性的传播方式的局限，大众传播的反馈大多是滞后的，缺乏即时性和直接性，传受双方不能很好的沟通和交流。而网络传播是一种双向的交互式的传播，传播者不仅可以在网上面对面地进行传播，而且彼此可以在角色进行互换，传播者可以成为受传者，同样，受传者可以成为传播者，网络传播克服了大众传播单向线性传播的局限，信息在传播者和受众之间自由的双向的流动，实现了传受双方的互动，使信息交流变得更加轻松、方便、快捷、自由，极大地提高了传播的效率。网络传播中的受众是网络传播真正的主体，在网上他们享有与信息发布者完全相同的权利，这些权利包括：(一)知晓权(therighttoknow)，受众有权通过网络获得有关自身所处环境及其变化的信息，了解国家的立法、司法和行政机构等公共权力机构的活动(如利用政府网站对政务进行知情和知察);(二)传播权(therighttocommunicate)，受众有权将自己的经验、体会、思想、观点和认识通过网络特有的方式(如、Email、个人网站等)表现出来并加以传播;(三)传媒接近权(therightofaccetomamedia)，这项权利赋予了传媒向公众开放的义务和责任，受众有权通过网络阐述主张，发表言论，开展各种社会文化活动，如参加网络媒介组织的各类讨论。

这种“参与自由”与“互动自由”和正是迎合个人传播的最大吸引力。网络传播打破了传统媒介的信息准入特权。传统媒介作为庞大的信息机构，人们赋予了它监视环境职能的同时，也赋予了它选择的职能。他们拥有信息准入的特权。符合把关人利益的信息被传播，符合公众利益而与把关人利益相违背的信息则可能被遏止，把关人(媒介)利益超越于公众利益之上。这样的结果可想而知，强势力量可以利用媒介，处于弱势地位的声音难以接近媒介。③范文网版权所有

三、“博客”与个人传播的新发展

作为一种信息传播的手段，网络中信息的传播同传统的信息传播具有很多共通之处，它们一样切合信息传播的规律。拉斯韦尔所提出的\"五个W模式\"依然可以适用于网络，只是这五个W要素在因特网传播特性的塑造中已变成了五个W’ever要素(whoever，whenever，wherever，whatever，whomever)，也就是说因特网创造了一种任何人在任何地点、任何时间、与其他任何人进行任何形式的信息交流的形式④互联网作为一种新媒体，其带来的不仅是技术上的进步和传媒形态上的变革，同时还有思想观念上的嬗变。互联网的核心思想是“没有控制的中心”，这种“去中心化”(decenterlization)特点从侧面反映出两个方面的变化：一是媒体呼唤更加开放和自由的传播环境。二是公众渴望得到更多自由与权利，包括“话语权”、“知情权”、“民主参与权”等。网络传播的兴起，在迎合这中思潮的同时，也进一步促进了个人传播的发展。20xx年8月“博客中国”网站的开通，标志着以网络为平台的个人传播的飞跃。

与“大众传播”相比，“个人传播”是个全新的概念。它是指在网络传播背景下，个人凭借一定的网络知识，自主掌握一个属于个人的“媒体”，自主接收和传播各种信息的一种传播方式。它与大众传播相比，最大的特点在于传播者角色的变化：大众传播是一个小群体对一个大群体的传播，个人传播是单独的个人掌控一个媒体，既可对个体也可对群体的传播;大众传播中有着层层的“关口”与控制，而在个人传播中，传播者既是信息的接收者同时又是自由的信息传播者。以“博客”为例，稍懂网络知识的人便可轻易地注册一个完全属于的“博客”，然后，个人可以按照自己的兴趣爱好与价值趋向往上面粘贴内容，个人可以随心所欲地编辑、更新所传播的内容，这种特殊的传播形态甚至稀释了“把关人”和“编辑”的作用。

“博客”作为一个崭新的个人传播平台，有着个人传播的鲜明特色：这里崇尚开放自由的传播理念，体现了个性的张扬和价值观念的多元化。从传播方式上看，“博客”的特点可以概括为：个人媒体，自主传播，分散传播，虚拟传播。这也是互联网背景下“个人传播”的发展特征和趋势。

互联网作为一种全新的技术，已经在世界范围内取得了突破性的变革，它不但改变了信息传播的方式和理念，也必将继续对受众的分化和个人传播起无形的推动作用。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找