

21世纪远程教育精品教材  
新闻与传播学系列

# 新媒体实务

XINMEITI SHIWU

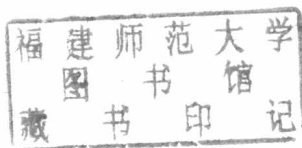
黄河◎编著

 中国人民大学出版社

21 世纪远程教育精品教材·新闻与传播学系列

# 新媒体实务

黄河 编著



1044267



T1044267

中国人民大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体实务/黄河编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 8  
21 世纪远程教育精品教材·新闻与传播学系列  
ISBN 978-7-300-15948-5

I. ①新… II. ①黄… III. ①传播媒介-远程教育-教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 127165 号

21 世纪远程教育精品教材·新闻与传播学系列

新媒体实务

黄河 编著

---

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a>		
	<a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京昌联印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2012 年 7 月第 1 版
印 张	13.25	印 次	2012 年 7 月第 1 次印刷
字 数	306 000	定 价	26.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

**“21 世纪远程教育精品教材”  
编委会**

(以姓氏笔画为序)

丁兴富 尹伟中 任为民

李林曙 张爱文 陈 丽

郝成义 顾宗连 黄荣怀

7852207



## 总 序

我们正处在教育史尤其是高等教育史上的一个重大的转型期。在全球范围内，包括在我们中华大地，以校园课堂面授为特征的工业化社会的近代学校教育体制，正在向基于校园课堂面授的学校教育与基于信息通信技术的远程教育相互补充、相互整合的现代终身教育体制发展。一次性学校教育的理念已经被持续性终身学习的理念所替代。在高等教育领域，从1088年欧洲创立博洛尼亚（Bologna）大学以来，21世纪以前的各国高等教育基本是沿着精英教育的路线发展的，这也包括自19世纪末创办京师大学堂以来我国高等教育短短一百多年的发展史。然而，自20世纪下半叶起，尤其在迈进21世纪时，以多媒体计算机和互联网为主要标志的电子信息技术正在引发教育界的一场深刻的革命。高等教育正在从精英教育走向大众化、普及化教育，学校教育体系正在向终身教育体系和学习型社会转变。在我国，党的十六大明确了全面建设小康社会的目标之一就是构建学习型社会，即要构建由国民教育体系和终身教育体系共同组成的有中国特色的现代教育体系。

教育史上的这次革命性转型绝不仅仅是科学技术进步推动的。诚然，以电子信息通信技术为主要代表的现代科学技术的进步，为实现从校园课堂面授向开放远程学习、从近代学校教育体制向现代终身教育体系和学习型社会的转型提供了物质技术基础。但是，教育形态演变的深层次原因在于人类社会经济发展和社会生活变革的需求。恰在这次世纪之交，人类社会开始进入基于知识经济的信息社会。知识创新与传播及应用、人力资源开发与人才培养已经成为各国提高经济实力、综合国力和国际竞争力的关键和基础。而这些仅仅依靠传统学校校园面授教育体制是无法满足的。此外，国际社会面临的能源、环境与生态危机，气候异常，数字鸿沟与文明冲突，对物种多样性与文化多样性的威胁等多重全球挑战，也只有依靠世界各国进一步深化教育改革与创新，促进人与自然的和谐发展才能得到解决。正因为如此，我国党和政府提出了“科教兴国”、“可持续发展”、“西部大开发”、“缩小数字鸿沟”以及“人与自然和谐发展”的“科学发展观”等基本国策。其中，对教育作为经济建设的重要战略地位和基础性、全局性、前瞻性产业的确认，对高等教育对于知识创新与传播及应用、人力资源开发与人才培养的重大意义的关注，以及对发展现代教育技术、现代远程教育和教育信息化并进而推动国民教育体系现代化，构建终身教育体系和学习型社会的决策更得到了教育界和全社会的共识。

在上述教育转型与变革时期，中国人民大学一直走在我国大学的前列。中国人民大学是一所以人文、社会科学和经济管理为主，兼有信息科学、环境科学等的综合性、研究型大学。长期以来，中国人民大学充分利用自身的教育资源优势，在办好全日制高等教育的同时，一直积极开展远程教育和继续教育。中国人民大学在我国首创函授高等教育。1952年，校长吴玉章和成仿吾创办函授教育的报告得到了刘少奇的批复，并于1953年率先招生授课，为新建的共和国培养了一大批急需的专门人才。在20世纪90年代末，中国人民大学成立了网络教育学院，成为我国首批现代远程教育试点高校之一。经过短短几年的探

索和发展，中国人民大学网络教育学院创建的“网上人大”品牌，被远程教育界、媒体和社会誉为网络远程教育的“人大模式”——面向在职成人，利用网络学习资源和虚拟学习社区，支持分布式学习和协作学习的现代远程教育模式。成立于1955年的中国人民大学出版社是新中国建立后最早成立的大学出版社之一，是教育部指定的全国高等学校文科教材出版中心。在过去的几年中，中国人民大学出版社与中国人民大学网络教育学院合作策划、创作出版了国内第一套极富特色的“现代远程教育系列教材”。这些凝聚了中国人民大学、北京大学、北京师范大学等北京知名高校学者教授、教育技术专家、软件工程师、教学设计师和编辑们广博才智的精品课程系列教材，以印刷版、光盘版和网络版立体化教材的范式探索构建全新的远程学习优质教育资源，实现先进的教育教学理念与现代信息通信技术的有机结合。这些教材已经被国内其他高校和众多网络教育学院所选用。中国人民大学出版社基于“出教材学术精品，育人文社科英才”理念的努力探索及其初步成果已经得到了我国远程教育界的广泛认同，是值得肯定的。

2005年4月，我被邀请出席《中国远程教育》杂志与中国人民大学出版社联合主办的“远程教育教材的共建共享与一体化设计开发”研讨会并做主旨发言，会后受中国人民大学出版社的委托为“21世纪远程教育精品教材”撰写“总序”，这是我的荣幸。近几年来，我一直关注包括中国人民大学网络教育学院在内的我国高校现代远程教育试点工程。这次，更有机会全面了解和近距离接触中国人民大学出版社推出的“21世纪远程教育精品教材”及其编创人员。我想将我在上述研讨会上发言的主旨做进一步的发挥，并概括为若干原则作为我对包括中国人民大学出版社、中国人民大学网络教育学院在内的我国网络远程教育优质教育资源建设的期待和展望：

- 21世纪远程教育精品教材的教学内容要更加适应大众化高等教育面对在职成人、定位在应用型人才培养上的需要。

- 21世纪远程教育精品教材的教学设计要更加适应地域分散、特征多样的远程学生自主学习的需要，培养适应学习型社会的终身学习者。

- 在我国网络教学环境渐趋完善之前，印刷教材及其配套教学光盘依然是远程教材的主体，是多种媒体教材的基础和纽带，其教学设计应该给予充分的重视。要在印刷教材的显要部位对课程教学目标和要求做明确、具体、可操作的陈述，要清晰地指导远程学生如何利用多种媒体教材进行自主学习和协作学习。

- 应组织相关人员对多种媒体的远程教材进行一体化设计和开发，要注重发挥多种媒体教材各自独特的教学功能，实现优势互补。要特别注重对学生学习活动、教学交互、学习评价及其反馈的设计和实现。

- 要将对多种媒体远程教材的创作纳入对整个远程教育课程教学系统的一体化设计和开发中去，以便使优质的教材资源在优化的教学系统、平台和环境中的有效教学模式、学习策略和学习支助服务的支撑下获得最佳的学习成效。

- 要充分发挥现代远程教育工程试点高校各自的学科资源优势，积极探索网络远程教育优质教材资源共建共享的机制和途径。

中华人民共和国教育部远程教育专家顾问

丁兴富

# 前 言

新媒体是近年来学界和业界的一个热词。新媒体的发展丰富了媒体种类，创新了传播方式，重构了传播格局；了解新媒体带来的种种变化并据此调整思路、优化方法，是媒介融合时代对所有从业人员提出的新要求。本书即是对这些新要求的回应。

本书面向新闻与传播专业的学生，结合前沿热点，全面而系统地介绍了新媒体在新闻报道、营销传播、管理运营、商业模式构建和危机管理等方面的前沿应用。本书具体分为六章：

第一章在梳理传播与技术的相关知识的基础上，界定并总结了新媒体的概念、特点和种类，然后系统梳理了新媒体带来的新变化，并对伴随新媒体而生的新业务、新文化、新问题做出介绍和评述；

第二章关注融合报道这一全新的新闻生产与发布方式，内容涉及融合报道与多媒体新闻的理念和编辑方法，并结合 Flash 和网页两种形式介绍了多媒体新闻的编辑要点；

第三章重点阐释新媒体带来的营销变革，首先详细描述了新媒体环境下的营销特点和主要分类，接着结合业界最新实例总结了精准营销、病毒营销、事件营销、网络社区营销和跨界营销的运作特点；

第四章聚焦新媒体的管理运营，选择了新媒体的业务设计、战略管理和资本运营三个方面详加阐述，并深入剖析了家庭信息平台、传统媒体新媒体战略运作、新浪海外上市、分众并购等典型案例；

第五章介绍了关乎新媒体竞争力及产业发展动力的商业模式，在提出由定位、业务系统、核心资源及能力、盈利和分配模式组成的商业模式框架的同时，结合手机媒体的实践做出深入的剖析；

第六章将关注点放在新媒体时代的危机管理上，内容涵盖了危机管理的基本知识以及新媒体时代危机的新特征和危机管理的新要求，本章列举的几个例子将利于读者更清晰地理解上述知识。

与同类教材相比，本书具有以下几个特点：

第一，内容全面，重点突出。本书从新媒体的相关背景知识切入，系统地为读者梳理了融合报道、营销传播、管理运营、商业模式构建和危机管理等方面的内容，这些内容基本上覆盖了新媒体实务的核心领域，从而使读者一书在手即可迅速掌握新媒体的重点知识。

第二，博古纳新，深入浅出。全书在进行理论介绍的过程中力求将经典理论与新媒体领域的前沿发展、创新性观点加以有机整合，同时力求语言表述简明生动、理论阐述详细透彻，以帮助读者更好地理解书中内容。

第三，辅以案例，贴近实践。本书在进行理论阐述的同时，极为注重选用新媒体实践中最经典、最新的案例作为辅助，从而让理论研究的成果与业界的实践有机结合、相互印

证、相得益彰，具有更好的实践指导作用。因此，本书不仅适用于新闻与传播专业的高校学生，还可成为相关从业者的参考用书。

在本书的编写过程中，我们参考了大量的文献，主要参考书目列在书后，这里向这些文献的作者致以诚挚的谢意。

北方工业大学艺术学院的江凡博士参与了第四章和第五章的编写，中国人民大学新闻学院的研究生刘琳琳、王芳菲、翁之颢参与了其余四章的编写，刘晋巍和郑晓琼为收集和梳理资料做了大量的工作，在此向他们表示衷心的感谢。

黄河

2012年6月

# 目 录

第一章 新媒体概述 .....	1
第一节 新媒体是什么 .....	1
第二节 新媒体带来新变化 .....	13
第二章 新媒体融合报道 .....	31
第一节 融合报道与多媒体新闻 .....	31
第二节 多媒体新闻编辑 .....	35
第三节 多媒体新闻实例 .....	49
第三章 新媒体营销 .....	65
第一节 新媒体营销概述 .....	65
第二节 新媒体营销的经典实践 .....	78
第四章 新媒体运营 .....	102
第一节 业务设计 .....	102
第二节 战略管理 .....	112
第三节 资本运营 .....	121
第五章 新媒体商业模式 .....	137
第一节 商业模式概述 .....	137
第二节 商业模式的构建——以手机为例 .....	142
第六章 新媒体与危机管理 .....	169
第一节 新媒体时代的危机管理 .....	169
第二节 新媒体危机管理的经验与思考 .....	181
参考文献 .....	199



# 第一章

## 新媒体概述



### 内容简介

技术的进步带来了传播媒介的演进,进而推动了人类传播活动的发展;新媒体本来就是数字技术发展的产物。在本章中,我们将详细介绍传播与技术的相关知识,新媒体的概念、特点和种类,新媒体带来的新变化,以及伴随新媒体而生的一些社会问题等内容。



### 重点提示

- 传播的概念
- 传播过程的直线模式
- 传播活动与传播技术的联系
- 新媒体的概念、特点和具体形式
- 新媒体带来了哪些新变化



### 学习目标

学完本章之后,你要能够:

- 了解传播的概念
- 知晓新媒体的概念,理解新媒体的特点并举例分析
- 认识新媒体带来的新变化并根据实例提出应对策略

## 第一节

### 新媒体是什么

时至今日,无论在学界还是业界,新媒体都不能算作很新的概念。然而,新媒体的热度并没有随着时间的推移而减退,其形式不断丰富,作用更加明显,在社会发展中的地位亦愈发突出。那么,究竟什么是新媒体?我们该怎样判断一种媒介形式是属于新媒体还是

旧媒体？新媒体表现出怎样的共性，又各自有什么特性？当然，在探究这些抽象的问题之前，我们需要储备一些关于“传播”与“技术”的基本知识。

## 一、传播技术推动媒介发展

今天，任何人也不会否认技术的发展为媒体以及人类社会的传播活动带来的变化。从依靠感官来传递信息，到使用文字、印刷、摄影等技术传播信息，直至可以通过电子通信手段打破信息收发的时空界限，技术的发展催生了新的媒介形式，而每一种新媒介的产生都对人类社会产生了深刻的影响。

### （一）传播与技术

#### 1. 传播

关于传播，我们首先可以把它看作是一种普遍现象。这种现象不仅存在于无机的物理世界中，如声音的传播、光的传播等，同时也发生在有机的生命世界中。这里的“传播”，专指人类传播。

从外在方面看，传播是人类社会的一种普遍现象、活动或行为；从内在方面看，传播则是信息的流动过程。所谓信息，指的是可以减少或消除“不确定性”的内容。例如，你要到某地自助游，但你不知道这个地方的民俗是什么、交通路线怎么走、天气怎么样，这就是不确定性。而如果你查阅了民俗书籍、购买了交通地图、听了天气预报，就减少了你对此自助游的不确定性，于是书籍、地图、天气预报就成为一种信息。当然，了解民俗、路线、天气的方法不止一种，但只要是能够减少或消除这种“不确定性”的东西，就是信息。

#### （1）传播的过程。

传播既然是信息的流动过程，那么信息到底是怎么流动的呢？信息从传播主体到传播客体的过程中经历了哪些环节，受到哪些因素的影响？各环节和因素之间是怎样相互作用和相互影响的？为了解释这些问题，我们将引入传播学四大奠基人之一——美国学者 H. 拉斯韦尔提出的传播过程直线模式（见图 1—1）。

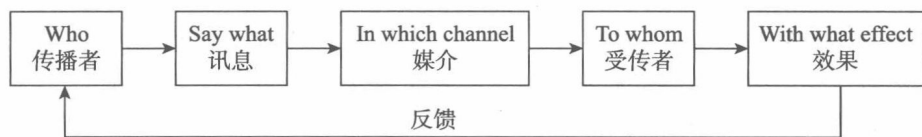


图 1—1 拉斯韦尔的传播过程直线模式

1948 年，拉斯韦尔在题为《传播在社会中的结构与功能》的论文中，首次提出了构成传播过程的五要素，他认为“描述传播行为的一个方便的方法，是回答下列五个问题”：

Who? (谁?)

Say what? (说了什么?)

In which channel? (通过什么渠道说?)

To whom? (对谁说?)

With what effect? (有什么效果?)

由于在英语中，表述这五个因素的五个疑问代词的第一个首字母都是“W”，所以该

模式也被称为“5W模式”。简单说来,5W模式认为任何一个传播过程都由五个部分组成,即传播主体、传播内容、传播渠道、传播对象和传播效果。

5W模式近乎完美地概括了传播的过程,但也存在着不可忽视的缺陷——它虽然考虑到了受传者的反应(效果),却并未提供一条反馈渠道。随着传播研究的深入,传播的互动、双向特征为研究者所认可,因此此后的学者在5W模式上加入了“反馈”,即传播效果会反馈到传播者,为其保持或改进传播行为提供参考。

## (2) 传播的种类。

按照传播活动的形态、结构和功能特点,传播可以分为人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播五种类型。

人内传播,也称内在传播、自我传播、内向传播等,顾名思义,是一种发生在人体内部的信息传播过程。按照甘惜分教授主编的《新闻学大词典》中所下的定义,人内传播是“指个人独自进行的思维活动,是在外部世界的刺激下所引起的心理调节,由自我意识和自我幻觉构成,是在‘主我(I)’与‘宾我(me)’<sup>①</sup>之间发生的信息交流活动”。人内传播的过程由感觉、知觉、表象、概念、判断、推理等环节构成,是一种能动的意识、思维和心理活动。



想一想

生活中有哪些“传播”的实例?它们各属于哪一种“传播”?

人际传播,又称人际沟通,是个人与个人之间的信息传播活动,是人类传播活动中最普遍、最常见、最丰富的传播现象,二人谈话、书信往来、打电话、互发电子邮件、网上聊天等,都属于人际传播的范畴。人与人的交往都是依靠人际传播进行的。人际传播具有双向性强、反馈及时、互动频率高、方式多样等特点,传播者不仅可以使使用语言,也可以运用表情、眼神、动作等非语言信息来达到沟通信息、联络感情与协调关系的目的。

群体传播——这里的“群体”实际上指的是非组织群体,即组织性弱、较为松散的间接的社会集合体。简单地讲,群体是由某些具有共同特征或者共同目标的人集合起来形成的,如游行群体等。由于群体的组织特点以及缺乏有序的信息传播网络,致使组织群体传播的非理性特点突出,流言和谣言容易在群体之中快速传递。

组织传播——指的是组织<sup>②</sup>所从事的信息活动,主要目的是通过信息传递将组织的各部分联结成一个有机整体,以保障组织目标的实现和组织的生存与发展。组织传播包括组织内传播和组织外传播两个方面。其中,组织内传播指的是信息在组织内流通的过程,包括横向传播和纵向传播两种类型;组织外传播是组织与其外部环境进行信息互动的过程,包括信息输入与信息输出两个方面,主要关注组织间传播、组织形象传播、组织危机传播等内容。

大众传播——是专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段,以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产和传播活动。大众传播区别于以上几种传播类型,具有突出的特征:第一,传播者是从事信息生产和传播的专业化媒介组织;第二,大众传

<sup>①</sup> 主我(I)和宾我(me)是由心理学家米德提出的,其中主我由独立、自主的意识构成,而宾我则由在社会互动中他人对其的看法构成。

<sup>②</sup> 特指正式组织,即有明确的目标、制度、纪律,严格的分工和统一的指挥管理体系的,结构秩序严密的社会集合体,如企业、政府机构、协会组织等。

播的信息具有商品和文化双重属性；第三，其传播实践具有公开快速、信息生产产业化和规模化的特征；第四，大众传播的对象是为数众多的、异质的、匿名的一般大众；第五，从传播过程的性质看，大众传播具有很强的单向性；第六，大众传播是一种制度化的传播，受传播制度和政策体系的制约。

### (3) 传播的功能。

依据传播类型的不同，传播的功能各有侧重。例如，人内传播的主要功能是使人认识自己，改造自己，进而促进自身的社会化；人际传播主要用于自我表达，与他人沟通信息、联络感情或协调关系等；组织传播则致力于对内提高生产效率、对外提升组织形象，从而为组织目标服务。

在各传播类型中，大众传播的覆盖面和影响力最大，具有最为重要的社会功能。关于大众传播的功能，不同学者有着不同的观点，概括起来主要有以下几种（见图 1—2）。

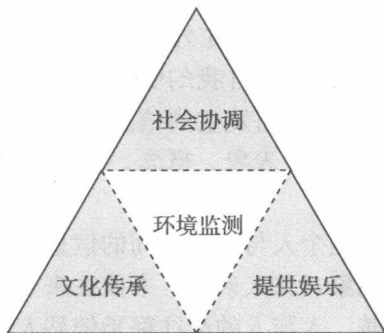


图 1—2 大众传播的功能

首先，环境监测。自然和社会环境是不断变化的，只有及时了解、把握并适应内外环境及其变化，人类才能够保证自己的生存与发展。环境监测的功能主要从两个方面得以实现：一是警戒外来威胁，二是满足社会的常规性活动（政治、经济、生活）对信息的需要。在这里，大众传媒的新闻传播活动便对社会起着“瞭望哨”的作用。

其次，社会协调。社会是一个建立在分工合作基础上的有机体，只有实现了社会各组成部分之间的协调和统一，才能有效地适应环境的变化。而大众传播则是联络、沟通和协调社会各系统的重要角色。

再次，文化传承。一方面，文化是通过传播而得到传承的，在现代社会中，大众传播凭借其特有的传播优势，取代了家庭、教会、学校等形式，担当社会表层范围的文化传承责任。另一方面，文化的传递又是个体社会学习和社会化的过程，在这一过程中，大众媒体所传播的知识、价值以及行为规范等信息内容，为个体提供了潜移默化的社会环境。

最后，提供娱乐。大众传播中的内容有相当一部分是为了满足人们休闲娱乐的需求，使受众获得精神上的愉悦，如文学、艺术、游戏等。

## 2. 技术

### (1) 技术的定义。

人类社会的每一次飞跃发展，都离不开技术的进步。技术概念的外延很广，从不同的角度可以得出不同的定义，如技术是一种经验，是一类科学，也可被看作是一种文化现

象；技术可以是具体的工具、方法，也可以是抽象的技能、能力。在此，我们从实用性的角度界定“技术”的概念，认为技术是工具和手段的总和，它为人类作用于客观世界的活动——生活和生产提供工具和手段。

在宏观层面，技术对人类社会的影响最早可以追溯到原始社会，钻木取火、石器制造等技术提升了人类对抗自然的能力；农耕技术的发展将人类进一步从自然的束缚下解放出来……直至工业革命，纺织技术、蒸汽动力技术、机器生产技术，实现了人类社会向近代工业社会的跨越；此后，电气化技术推动了人类社会的电气化进程；以原子能、电子计算机和空间技术为代表的第三次工业革命，则将人类社会完全送入了现代化社会。技术对人类社会的作用不言而喻。

在微观层面，技术的演进改变了人类的生活方式，改善了人类的生活质量。医学的进步提高了人类的平均寿命，让人类能够更长时间地保有健康的身体；汽车、火车、飞机的出现大大缩短了长途旅行的时间；报纸、广播、电视让人类得以坐在家中尽览天下大事；通信技术让人类的联系跨越空间，即时通达；计算机技术和网络技术使现实社会延伸到虚拟空间……对于现代人来说，已经很难想象没有电脑、没有手机、没有电视、没有空调、没有电灯、没有汽车的“原始”生活了。

## （2）主要的传播技术。

在传播领域，大众传播的出现和发展也与传播技术的进步密切相关。总体来看，传播技术可以分为信息采集技术、信息处理技术、信息存储技术、信息传输技术与信息接收技术五种。

信息采集技术包括获取或复制文字、声音、图像、影像等信息的手段，如摄影、摄像技术等。信息处理技术则包括文字录入、排版、图片处理、音视频剪辑等对信息形式进行处理和制作中所用到的方法和工具。信息存储技术从原始的结绳记事，到后来的布帛竹简、手抄纸张、印刷品再到电子存储，经历了翻天覆地的变化。信息传输技术目前覆盖了互联网通信技术、手机通信技术、数字化广电传输技术等多个范畴。在信息接收技术上，接收方法和接收终端也逐渐向数字化和便捷化发展，目前主要的接收终端包括计算机及各类移动终端等。

## （二）技术进步与传播的四个阶段

技术进步带来了传播媒介的演进，进而推动了人类传播活动的发展。依据媒介产生和发展的历史脉络，我们把迄今为止的人类传播活动划分为四个历史阶段：一是口语传播阶段，二是文字传播阶段，三是印刷传播阶段，四是电子传播阶段。而时至今日，由于整个社会的数字化进程不断加快，由电子传播演化出的数字传播又开始成为主流。

### 1. 语言与口语传播

语言是人类传播所使用的第一个媒介，口语传播也是人类传播史上的第一个发展阶段。这一阶段大致是从人类摆脱“与狼共舞”的状态而组成社会开始，一直到文字的出现；简单地讲，就是从人类开口说话到用手写字这样一个漫长的时期。F. 威廉斯在其《传播革命》一书中绘制了一个传播史表盘（见图1—3），直观地显示了这个时期在人类传播历史上所占的时间比例。



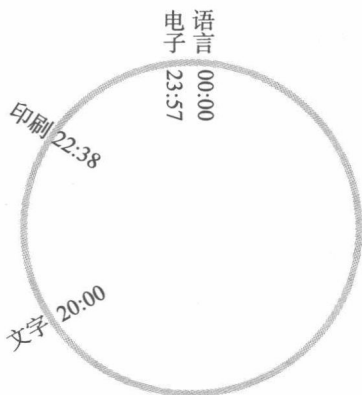


图 1—3 F. 威廉斯的传播史表盘

图 1—3 表盘上的 24 小时，代表着自西方晚期智人即克罗马农人出现以来的 360 个世纪。在这个折射人类传播活动历史全程的时间表盘上，从 00:00 的语言产生直到 20:00 文字出现，都属于口语传播时代，约占这一天的 5/6。其余的 4 个小时里，文字传播约占 2 个半小时，即从 20:00 到 22:38 印刷的问世；印刷传播时代只有 1 个多小时；至于我们现在所处的电子传播时代，则仅限于最后的 3 分钟。口语传播时代的漫长，由此可见一斑。

按照这个传播史表盘，人类的语言出现在 3 万 6 千年前。对于人类语言到底何时产生，学术界至今并未找到一个明确的答案，但是我们至少可以明确一点，那就是语言的出现与社会的形成是同步发生的。因为所谓社会，就是人与人组成的共同体或联合体，其中首要的事情就是彼此间的交往，也就是信息的传播。语言的交流具有一种社会化的作用：鼓励人们工作、协调群体生活、使人团结一致和大自然作斗争，并促进做出集体性的决定等。可以说，没有交往，没有传播，这个共同体就无法存在，更无法运行。也正因如此，直到现在，语言仍然是人类传播中最初始、最基础、最重要的媒介，其他任何媒介无不以语言为基础，都是语言媒介的变形与延伸。

但是，从技术的角度看，口语传播却是笨拙、落后的。第一，由于口语是直接依靠人体自身的发声功能来传递信息，受人体能量的限制，人类传播活动便在空间上受到限制；第二，由于口语随说随逝，除了依靠记忆再无迹可求，于是人类的传播活动又在时间上受到限制。在小国寡民的时代，这些限制或许构不成多大的障碍，但随着人类文明的日益发展，人们生活领域的不断扩大，仅仅依靠口语媒介传递信息已经越来越不适应交往的现实需要。

## 2. 文字与文字传播

文字成为继语言之后的第二种媒介，标志着人类传播活动进入第二个阶段，这个阶段从文字的发明延续到印刷的兴起。如果说语言是人类的证明，那么文字就是文明的标志，文字的发明使人类社会实现了从原始社会到文明社会的转变。英国史学家杰弗里·巴勒克拉夫在其主编的《泰晤士世界历史地图集》里写道：“公元前 3000 年左右的文字文明，是文明发展中的根本性的重大事件。它使人们能够把行政文献保存下来，把消息传递到遥远的地方，也就使中央机构能够把大量的人口组织起来，它还提供了记载知识并使之世代相

传的手段。”

文字起源于绘画。在世界几大文明发祥地，最初的文字都是从绘画演变而来的，如象形文字。图 1—4 即为一幅印第安人的象形文字。画面上边的半圆形，代表地平线上初升的朝阳，意为“清晨”；三个人体草图表示“三人”；接下来的图画代表“三人离开了住的棚屋”，棚屋旁边有他们留下的脚印；棚屋边有个湖泊，说明他们住处所处的方位；他们离开棚屋是去猎鹿，这个意思用一支箭射向鹿来表示；而猎鹿的原因，是“肚子饿了”，即下面那个人体的肚子上画了一道线。把这幅画的意思连贯起来，就是“清晨，三位印第安人离开湖边的棚屋去猎鹿，因为他们肚子饿了”。

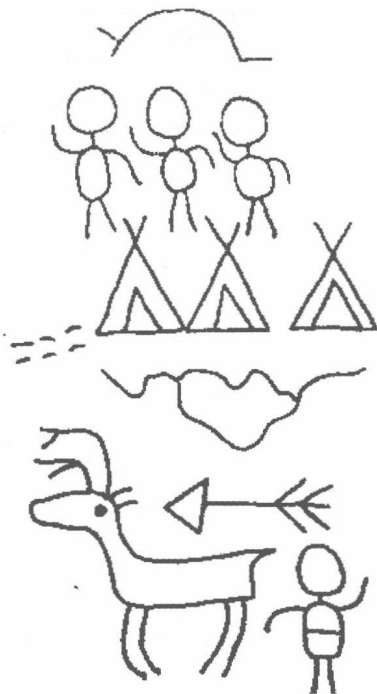
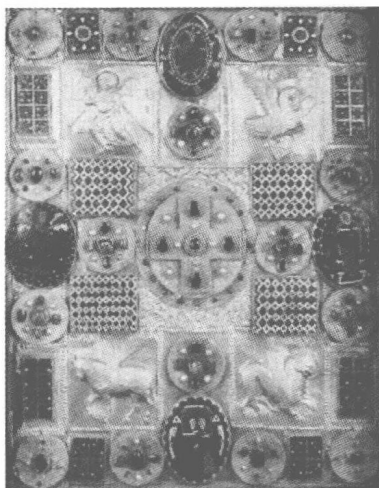


图 1—4 印第安人的一幅绘画

此后，这些有意义的符号逐渐从具象的图画演变成为抽象的符号，成为一种负载信息的传播媒介——文字。从传播角度看，文字具有两个显著的功能，即使信息在空间上传之广远和在时间上传之久远，从而弥补了口语的两大缺陷。此外，文字不同于语言，后者是自然的过程，而前者则需要后天习得。这样一来，文字传播的时代推进了多层次社会形态的形成，如王公大臣、文人士子等，由于他们垄断着文字媒介，因而也控制着社会上占统治地位的话语权。因此，从传播角度看，统治权就等于话语权。这一局面，直到印刷媒介出现才逐渐被打破。

### 3. 印刷术与印刷传播

文字出现以后，人类经历了一个很长的手抄传播阶段（见图 1—5）。手抄传播效率低、规模小、成本高，加上教育的普及程度低，使得文字传播仍然是政府、教会等统治阶层的特权。这种情况直到印刷媒介的出现才被打破。印刷传播时代是人类传播活动的第三个发展阶段。这个阶段始于印刷媒介的形成，延续至广播的出现。



(a)



(b)

注：在印刷术发明之前，由于图书通常由人工抄写完成，程序复杂，耗时很多，所以中世纪的书非常昂贵。书价昂贵，使得许多图书馆用锁把书锁在书架上；书的主人往往在遗嘱中除了房屋、土地和手工艺品之外，还要指定唯一的一本书的占有人。

图 1—5 一本手抄书

一般来说，印刷媒介这一概念包含两层意思，即印刷术和印刷品，前者是技术层面的，后者是社会层面的，其区别在于技术的发明不见得就有社会需要，两者并不一定契合。从技术上讲，印刷术在我国隋唐时期已现端倪，至北宋毕昇发明泥活字印刷而臻于成熟（见图 1—6）。但由于社会历史条件的制约，印刷品在我国很长时间都未得到充分发展。一般认为印刷术和印刷品两者开始完全契合是在西方文艺复兴之后。



图 1—6 毕昇和他发明的活字印刷术

印刷媒介的两大技术基础——造纸术和印刷术都产生于我国：公元 105 年，我国东汉时代的蔡伦制造出植物纤维纸；公元 1045 年，宋代的毕昇发明了泥活字印刷术。到了唐代，我国的造纸术经由阿拉伯向西传出，改变了人们用纸草、木板、泥板、羊皮纸书写的状况。显而易见，无论是纸草、木板还是羊皮纸，都不适于印刷，所以如果没有中国人发明的纸张，即使有了印刷机也无济于事。

近代印刷术是在我国古代印刷术的基础上产生的。15 世纪中叶，德国人古登堡发明