

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助

Sponsored by Key Research Institute of Humanities and Social Sciences at Universities, Shanghai

世界传媒产业评论

(第1辑)

International Media Industry Review [Vol.1]

吴信训 主编

Editor in Chief: Xinxun Wu

中外“新媒介”研究综述

A Summary of New Media Research in Domestic China and Overseas

中外“网站经营策略与赢利模式”研究综述

A Summary of Internet Operation and Profit-making Strategy Researches in China and Abroad

用数字技术引发电视新闻传播的第三次革命

Initiating the Third Wave Revolution on TV News Distribution by Digital Technology

中国新媒体市场发展的状态——机遇、挑战与未来趋势

The Status Quo & Trends of the New Media Industries in China—The Opportunities, Challenges and Trends

媒介融合视角下我国手机电视产业运营研究

Mobile-TV Industry Operation in China in the Media Convergence Perspective

新媒体在德国——现状与展望

New Media in Germany—Status Quo & Prospects

中国国际广播出版社

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助

Sponsored by Key Research Institute of Humanities and Social Sciences at Universities, Shanghai

世界传媒产业评论

(第1辑)

International Media Industry Review [Vol.1]

吴信训 主编

Editor in Chief: Xinxun Wu

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界传媒产业评论 (第1辑) / 吴信训主编. —北京:
中国国际广播出版社, 2008.8
ISBN 978-7-5078-2939-6

I. 世… II. 吴… III. 传播媒介-产业经济学-世界-
文集 IV. G206.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第128790号

世界传媒产业评论 (第1辑)

主 编	吴信训
责任编辑	马冬冬 陈平 陶丽娟
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社 (83139469 83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号 (国家广电总局内)
	邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	海军政治部印刷厂
开 本	720 × 1020 1/16
字 数	200 千字
印 张	14.25
印 数	3000 册
版 次	2008 年 8 月 北京第一版
印 次	2008 年 8 月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-2939-6 / G · 1210
定 价	66.00 元 (全二册)

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助

世界传媒产业评论

(第1辑)

主 办

上海市高校人文社会科学重点研究基地·

上海大学影视与传媒产业研究基地

编委会

主 编：吴信训 上海市高校人文社会科学重点研究基地·

上海大学影视与传媒产业研究基地主任，上海大学

人文社会科学处处长，教授、博导

顾 问：丁淦林 复旦大学教授、博导，上海大学传媒研究

院学术委员会主任

编 委：(以姓氏笔画为序)

尹 鸿 清华大学新闻与传播学院副院长，教授、博导

尹韵公 中国社会科学院新闻与传播研究所所长，教授、

博导

张咏华 上海市高校人文社会科学重点研究基地·上海大学

影视与传媒产业研究基地副主任，上海大学新闻传

播系主任，教授、博导

张振华 中国广播电视协会副会长，《中国广播电视学刊》主

编，高级编辑

罗以澄 武汉大学新闻学院院长，教授、博导

- 金冠军 上海市高校人文社会科学重点研究基地·上海大学
影视与传媒产业研究基地学术委员会主任，上海大
学影视学院执行院长，教授、博导
- 胡正荣 中国传媒大学副校长，教授、博导
- 黄 勇 国家广播电影电视总局副总编辑，发展改革研究中
心主任
- 童 兵 复旦大学新闻传播与媒介化社会研究国家哲学社会
科学创新基地主任，教授、博导
- 喻国明 中国人民大学新闻学院副院长，教授、博导
- 戴元光 上海大学影视学院副院长，教授、博导

目 录

◆新媒体研究前沿报告

中外“新媒介”研究综述	吴小坤/3
中外“网站经营策略与赢利模式”研究综述	雷 燕/22
中外“手机媒体”研究综述	黄倩婕/32
中国数字电视政策研究综述	彭 琳/46

◆传媒产业经营创新

用数字技术引发电视新闻传播的第三次革命	吴信训 王建磊/61
中国新媒体市场发展的状态——机遇、挑战与未来趋势	张大钟/72
媒介融合视角下我国手机电视产业运营研究	张收鹏/77
新媒体时代我国城市电视台的发展战略与策略——以广州电视台 为案例	李锦源/129

◆新媒体与人文精神

手机媒介对人际传播的影响	唐海漫/139
--------------------	---------

◆新观点 新理念

网络生态 40 年：立克里德的预言及互联网之趋“老”	黄鸣奋/183
----------------------------------	---------

◆跨文化的媒体镜像

- 新媒体在德国——现状与展望 Dr. Helmut Osang/195
拥抱新媒体的明天
——“全球化时代的电子媒体发展趋势”国际研讨会综述 /200

◆学术新资源

- 新媒介国外研究前沿导引 吴小坤 编译/207

Catalogue

◆ Forefront Report of New Media Research

- A Summary of New Media Research in Domestic China and Overseas
[Xiaokun Wu] /3
- A Summary of Internet Operation and Profit-making Strategy Researches in China and Abroad
[Yan Lei] /22
- A Summary of Mobile-media Research in Domestic China and Overseas
[Qianjie Huang] /32
- A Summary of Digital TV Policy in China
[Lin Peng] /46

◆ Media Industry Innovation

- Initiating the Third Wave Revolution on TV News Distribution by Digital Technology
[Xinxun Wu, Jianlei Wang] /61
- The Status Quo & Trends of the New Media Industries in China—The Opportunities, Challenges and Trends
[Dazhong Zhang] /72
- Mobile-TV Industry Operation in China in the Media Convergence Perspective
[Shoupeng Zhang] /77
- The Development Strategy and Tactics for China's Urban TV Station in the New Media Era
[Jinyuan Li] /129

◆ New Media and Humanity Spirit

- The Impact of the Mobile Media on Interpersonal Communication
[Haiman Tang] /139

◆New Idea New Conceptions

Internet Ecology in the Latest 40 Years: J · Licklider Predictions and the “Aging” of the Internet
[Mingfen Huang] /183

◆Media Study in Cross-cultural Communications

New Media in Germany—Status Quo & Prospects [Dr. Helmut Osang] /195
Bracing the Future of New Media—A Summary of International Conference Titled
“Developments and Trends of Digital Medias in the Times of Globalization” /200

◆Academic Resources

A Guide of New Media Study Abroad
[edited and translated by Xiaokun Wu] /207

新媒体研究前沿报告

中外“新媒介”研究综述

吴小坤

新媒介^①及相关研究是当今时代国内外研究的一个热点问题。尽管近年来关于新媒介的研究数量繁多，但无论是基本概念还是深层因素探讨，有关新媒介的研究仍存在诸多模糊之处。综观国内外的新媒介研究，我们可以看到的是这类研究虽历史不长，但发展迅猛；受到极大关注，却存在诸多盲点；试图解答困惑，但不断引发问题；不停追寻新的研究目标，却总有更新的问题出现。因此，本文认为只有厘清有关新媒介的研究脉络，方能更清晰地把握新媒介研究的未来道路。本文根据国内外“新媒介”研究的现有资料，从新媒介研究的历史与现状、关注与方法、态势三个方面，对新媒介研究作如下有限概述，以期能有益于我国新媒介研究的推进。

一、新媒介研究的历史轨迹

在关于新媒介的研究中，有一个长久以来困扰众人思绪的问题，即什么是“新媒介”。这个问题的解答直接关系到新媒介研究的范畴和性质。中外相关的新媒介研究也显示，新媒介的内涵是研究者们一直关注和探讨的问题。

1. “新媒介”概念的由来和演变

根据目前国内学者研究所提供的材料，“新媒介”一词最早使用于1967年。当时，美国CBS（哥伦比亚广播电视网）技术研究所所长，同时也是NTSC电视制式的发明者P·戈尔德马克（P·Goldmark）发表了一份关于开

^① 从传播学角度来看，媒介与媒体是两个概念，在英文中分别是medium与media，但新媒介研究通用new media study。在我国目前对新媒介的研究中，有时使用“新媒介”，有时使用“新媒体”，后者的使用频率大于前者；由于概念上的大量混淆，本综述对相关研究中该表述的使用不作区分。

发 EVR (电子录像 electronic video recording) 商品的计划, 其中第一次提出了“新媒介”一词。1969 年, 美国传播政策总统特别委员会 E·罗斯托 (E·Rostow) 在向尼克松总统提交的报告书中, 也多处使用“新媒介”一词。由此, “新媒介”一词开始在美国社会上流行, 并且这个趋势在不久以后扩展到了全世界。^① 冯昭奎在《新技术革命对日本经济的影响》中谈道: “信息化的发展和新媒体的出现在 20 世纪 60 年代后半期至 70 年代, 日本曾掀起所谓‘第一次信息化热潮’, 进入 80 年代以来, 又掀起了所谓‘第二次信息化热潮’。这两次信息化热潮的出现, 反映了在新技术革命中占有核心位置的电子信息技术的应用日益广泛和深入。”^② 当然我们有必要指出, 当前语境中的“新媒介”在内涵上与当时的“新媒介”已有很大差别。国内较早研究新媒介的学者吴信训教授指出: “从传播史的角度来看, 新媒介与‘旧媒介’也可以说是世事沧桑必然的推陈出新的相对概念。”^③ 这一观点后来几经演绎和拓展, 至今仍是学者们阐释“新媒介”时的重要论点。美国学者斯科特在《新媒介研究》中就提出这样的疑问: “新媒介能新多久? 从现在算起 20 年后, 全球网络还能算是新媒介么?”^④ 肖泉在《对数字新媒体发展的一点思考》一文中在对“数字新媒介”界定时指出: “什么是‘数字新媒体’? 当电视出现的时候, 我们说电视是新媒体; 当网络出现的时候, 我们又说网络是新媒体。今天我们讨论的新媒体是在数字技术的支持下出现的新的传播电视的媒体形式, 如 IP 电视、手机电视、卫星移动电视、网络电视等, 这是值得我们注意的新媒体。”^⑤ 熊澄宇教授也说: “新媒体是个相对的概念, 新相对于旧而言, 相对于报纸, 广播是新媒体; 相对于广播, 电视是新媒体; 相对于电视, 今天的网络又是新媒体。当然, 在一定的时段之内, 新媒体的内涵有其相对的稳定性, 如印刷媒体、电子媒体到数字媒体。今天的新媒体主要指在计算机信息处理技术基础上产生和影响的媒体形态, 包括在线的网

① 参见: 蒋宏、徐剑主编:《新媒体导论》, 上海交通大学出版社, 2006 年版, 第 12 页。

② 冯昭奎 (中国社会科学院日本研究所): “新技术革命对日本经济的影响”, 载《机械与电子》, 1986 年第 5 期。

③ 吴信训:《世界大众传播新潮》, 四川人民出版社, 1994 年版, 第 29 页。

④ Scott Rettberg, Introduction: New Media Studies, *American Review*, March-April, 2003.

⑤ 肖泉: “对数字新媒体发展的一点思考”, 载《视听界》, 2004 年第 5 期。

络媒体和离线的其他数字媒体形式。”^① 在对新媒介的界定和描述中，不乏有将新媒介同新的媒介形态混用的现象。但我们要思考的问题在于，新媒介和新的媒介形态是等同的么？它们在何种意义上是相似或者是有差异的？我们有必要弄清这一界限，只有这样，才能明确新媒介研究的对象和问题。

由于新媒介本身基于技术的特性和 20 世纪 80 年代技术决定论^②的发展和扩散，经济学家和媒介研究者对新媒介的界定与论述很大程度上是从技术路径出发，国外较早的研究著作有：韦伯·毕基克和劳·约翰所编的《塑造技术/建构社会：社会技术变革研究》（1992）、安德鲁·芬博格的《技术的质疑》（1999），以及加拿大 1996 年的公共服务报告《建构信息社会：推动加拿大进入 21 世纪》等等。^③ 从技术角度的新媒体界定往往更为具体，如新媒体艺术家列维·曼诺维奇（Lev Manovich）认为，新媒体将不再是任何一种特殊意义的媒体，而不过是一种与传统媒体形式没有关联的一组数字信息，但这些信息可以根据需要以相应的媒体形式展示出来。^④ 将“数字信息”运用于“新媒介”的描述赋予了“新媒介”以现代涵义。另外还有从内涵和外延对新媒介进行的双重定义：“就其内涵而言，新媒体是指 20 世纪后期在世界科学技术发生巨大进步的背景下，在社会信息传播领域出现的建立在数字技术基础上的能使传播信息大大扩展、传播速度大大加快、传播方式大大丰富的与传统媒体迥然相异的新型媒体。就其外延而言，新媒体主要包括光纤电缆通信网、都市型双向传播有线电视网、图文电视、电子计算机通信网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫星直播电视系统、高清晰电视、互联网、手机短信和多媒体信息的互动平台、多媒体技术以及利用数字技术播放的广播网等等。”^⑤ 这样的界定颇多，研究者们通过对新媒介形式冗长的罗列，试图为新媒介划定一个范畴，然而事实证明效果并不理想，每一项新技术的产

① 熊澄宇：在中国网络媒体论坛上的发言，www.cctv.com，2003-06-18。

② 20 世纪 80 年代中期，技术和社会关系理论中最流行、最具影响力的理论之一。该理论认为技术的发展和扩散独立于社会之外，但对社会产生影响。

③ 见 Bijker, Wiebe, and John Law, eds. *Shaping Technology / Building Society: Studies in Socio-technical Change*. Cambridge, Mass. MIT Press, 1992, Feenberg, Andrew. *Questioning Technology*. London and New York: Routledge, 1999. Canada. *Building the Information Society: Moving Canada Into the 21st Century*. Ottawa, on: Minister of Supply and Service. 1996. Donaton, Scott. New media ventures force balancing act. *Advertising Age*, Vol. 64 Issue 44, p3 ~ 52, 1993. 等等。

④ 转引自：刘军：“试论影像媒体语言的流变”，载《广播电视与教育》，2003 年 2 月。

⑤ 蒋宏、徐剑主编：《新媒体导论》，上海交通大学出版社，2006 年版，第 14 页。

生和应用总会打破原有的范畴,原有新媒介形式的罗列也就不再能作为新媒介的合适规定。吴信训教授给“新媒介”所下定义也具有典型的技术意味:“新媒介是以全新的技术实现既往未有的传播功能,或对既存媒介在传统技术与功能上实现了某种质的超越的媒介。”^①这一诠释看上去更为简洁清楚,但要通过这一界定很好地理解新媒介还需要额外附加的限制。总的来说,国外相关研究中由于研究具有的微观特征,对新媒介的界定并不太多,而国内定义相对更多,但总体还不够透辟,尚待进一步的理论深化。

2. “新媒介”研究的现况考量

尽管“新媒介”一词被认为在1969年之后开始流行,但关于新媒介研究的历史并不长,这一方面是由于新媒介的现代意义范畴转变历时并不太久,另一方面也因为现今意义上的新媒介作为传播学意义上的信息传播工具相对较晚。作为国际技术先锋的日本是较早为新媒介设立专业研究机构的国家。1981年,日本图书出版商协会就设立了日本新媒介研究委员会(NMRC),对视频数据系统(CAPTAIN)、信息传视系统(Videotex)、综合服务数字网络(ISDN)以及CD—I、CD—ROM、录像盘(Videodisc)等新媒介进行专业化的商业和技术研究。^②但是,在此之前,美国1970年成立的施勒帕洛阿尔托研究中心(Xerox Palo Alto Research Center)在贝尔实验室和IBM实验室模型的基础上,于20世纪70年代初期就在从事计算机新媒体的研究了。^③这类研究机构是以科技和商业为纯粹目的的研究主体单位,它们在美国和日本范围内发展了各种类型的附属实验室,极大地促进了美日新媒体技术的早期发展。但这些研究机构在当时是极为尖端的,且技术是其唯一重要的研究内容。

然而,新媒体技术应用于新闻传播媒体却是更晚近的事情。美国学者本杰明·康佩恩在《谁拥有媒体?——大众传媒业的竞争与集中》一书中为上述现象提供了依据。“在线信息产业可以追溯到20世纪60年代。直到20世纪90年代早期,电子信息几乎全部用于商业用途……尽管基本的互联网的发展可以追溯到1968年,但是互联网作为传播新闻、娱乐、信息的流

① 吴信训:“新媒介研究”课程讲稿,2007年。

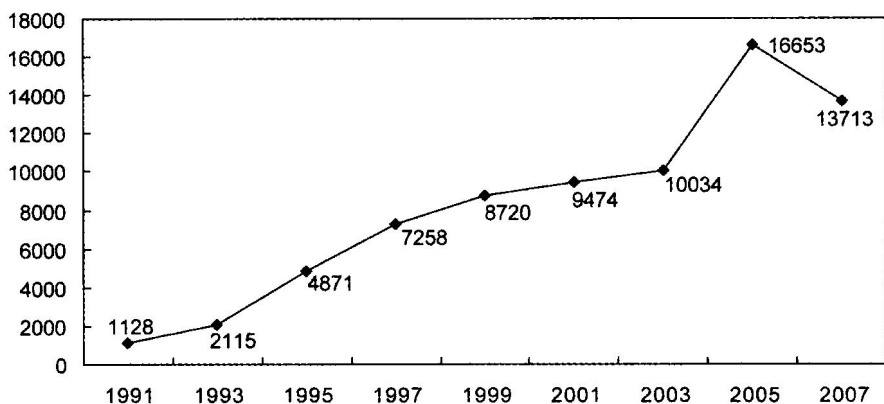
② 季风:“日本新媒介研究委员会”,载《科技与出版》,1993年02期。

③ 参见:斯蒂夫·琼斯主编:《新媒体百科全书》,熊澄宇、范红译,清华大学出版社,2007年版,第497页。

行媒体是从1994年开始的,当时出现了网络浏览器 Netscape。”^① 基于从传播学研究角度的考察,本文对新媒介的研究综述从20世纪90年代初期开始取材。

(1) 国外的“新媒介”研究现况

本文对国外研究的分析根据的是 EBSCO 文献数据库^②中以“新媒介”作为关键词进行搜索所得到的数据,可以看到,从20世纪90年代至今关于新媒介的研究文章共有73966篇,研究数量总体随时间呈上升趋势。



EBSCO 中 1990 ~ 2007 年关于新媒介的研究数量走势图

上图以两年为时间区隔,利用 EBSCO 数据库对新媒介研究作了粗略的数据统计,仅就研究的增量情况来看,新媒介相关研究总体呈快速增长趋势,在2003至2005年间增幅尤为明显;但却在2006年后有所下降。从研究关联度来看,也呈现出主体研究增强、渗透研究与扩散研究并存的状况,这些将在本文第二部分中予以具体分析。该图表明了新媒介研究在近年来的整体发展状况,涵盖了新媒介形态、新媒介产业、新媒介与其他领域的互动和对其其他领域的影响等诸多问题的思考,其研究意义在于它们基本能够折射出新媒介的当代发展历程。

^① 本杰明·康佩恩:《谁拥有媒体?——大众传媒业的竞争与集中》(第三版),詹正茂译,中国人民大学出版社,2006年版,第600~601页。

^② 这一数据库包含: Academic Source Premier, Business Source Premier, Library Information Science & Technology Abstract, History Reference Center, Master File Premier, Medline, Newspaper Source, Professional Development Collection, Regional Business News, Vocational and Career Collection, 以及 Eric 数据库。

(2) 国内的“新媒介”研究现况

国内有关新媒介的研究相对国外略晚,研究数量上也远少于国外。早期的研究以介绍国外成果和动态为主。“中国期刊网”数据资料显示,国内关于“新媒介”的研究在上世纪90年代前就出现了,1984年6月的《世界知识》上刊登的《围绕新技术革命的日本政界动向》(朱建荣)中就谈到了新媒介的发展给日本带来的围绕新技术革命领导权的明争暗斗问题,这是根据目前数据资料可查询到的最早的关于新媒介的文章。此外较早的文章还有1986刊登在《国外社会科学》的《新媒介和决策过程》,该文比较明晰地预见了新媒介对决策过程的影响,认为“如果能够实现共用天线电视系统(CATV)、字符图形电话呼叫信息网络,以多种文字广播为代表的新媒介和以不同机种的计算机通信为基础的高度信息通信系统(INS),社会面貌就会发生很大变化,政治的决策过程也不得不做相应改变”^①。此外还有1987年3月《图书馆学研究》上刊登的《情报存贮与检索系统中的新媒介——光盘》,当时大多国人还不知道光盘为何物时,该文章将光盘作为一种“新媒介”予以介绍,但其应用也仅仅是在情报储备系统中,可见国内当时前沿研究的局限。然而,无论是国外还是国内,新媒介研究的对象范畴在1990年代后都出现了明显变化。1991年,《日美新媒体争夺战》详细介绍了美国和日本在经历了第三次浪潮后新媒体的发展状况,这篇文章中所言“新媒体”已基本接近今天我们对新媒体的认识和理解。文章针对国外早期新媒体的发展作了概述:“六七十年代,电脑化狂潮席卷全球,电脑和通讯系统联结而形成的新媒体,成了未来世界霸主的象征。第三次浪潮的许多代表性事物,诸如办公自动化、电视购物等等,就得依靠新媒体,又称‘附加价值通讯网’。如此重大的进展,美国人先拔头筹。在日本人还是白手兴家的情况下,美国有名的电脑公司IBM已经可以提供现成的全国性网络,甚至国际性网络。”^②在这篇介绍性文章发表后的一两年间,关于新媒体的研究国内几乎没有。值得注意的是,1994年国内出现了第一本以新媒介为主要研究对象的专著《世界大众传播新潮》^③。该书较为具体地论述了从新闻学到社会信息学的理论思路,新媒介的特征、

① 富田信男、曲翰章:“新媒介和决策过程”,载《国外社会科学》,1986年第5期。

② 林青华:“日美新媒体争夺战”,载《南风窗》,1991年06期。

③ 吴信训:《世界大众传播新潮》,四川人民出版社,1994年版。该书中的两部分“时髦西方传播界的新媒介”和“新媒介在生活中的应用”分别载于《新闻界》1994年第1期和第2期。