



市场营销经典译丛

MEDIA/IMPACT: AN INTRODUCTION TO
MASS MEDIA

媒介与冲击

大众媒介概论 (第四版)

[美]

雪莉·贝尔吉 著

赵敬松 主译

Shirleg Biagi



东北财经大学出版社

DUFEP

Dongbei University of Finance & Economics Press



汤姆森国际出版集团

International Thomson Publishing Inc.

中译本

市场营销经典译丛

媒介与冲击

大众媒介概论 (第四版)

[美] 雪莉·贝尔吉 著
(加利福尼亚州立大学)

赵敬松 译
(北京广播学院)

东北财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介与冲击:大众媒介概论(第四版)/(美)贝尔吉(Biagi, S.)著;赵敬松译. —大连:东北财经大学出版社, 2000.9

(市场营销经典译丛)

书名原文: Media/Impact: An Intruduction to Mass Media

ISBN 7-81044-618-5

I. 媒… II. ①贝… ②赵… III. ①传播媒介 - 基本知识②传播媒介 - 社会影响
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 51518 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06 - 1999 - 42

Shirley Biagi: Media/Impact: An Introduction to Mass Media, Original English Edition Copyright
©1999 by Wadsworth, Original ISBN 0 - 534 - 54810 - 5

Simplified Chinese Translation Copyright © 2000 by DongBei University of Finance & Economics
press.

All Rights Reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中国境内独家出版、发行, 未经出版者书面许可, 任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

朝阳新华印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 787×960 毫米 1/16 字数: 460 千字 印张: 33 插页: 2
2000 年 9 月第 1 版 2000 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 季
封面设计: 冀贵收

责任校对: 刘士平
版式设计: 单振敏

定价: 56.00 元

译者前言

信息传播的手段伴随着人类社会前进的步伐，曾经发生过多次戏剧性的变化。我们今天正在经历的以计算机技术为标志的信息传播革命，催生了卫星广播、数字式播放和国际互联网等新事物，引发了信息爆炸和媒体日趋激烈的竞争，进而影响并渗透到人们日常生活的方方面面。美国以其强大的经济和技术实力，一直走在世界信息传播的最前列，为我们提供着媒介发展和竞争的丰富的经验和教训。

十几年前，当时还是一个参议员的美国副总统戈尔发明了“信息高速路”这一词汇，从那时起，这条路就开始向信息超速路升级。传播产业的经济利益使信息超速路成为美国的一件大事，美国政府已经把发展此网络列入日程安排，发誓要成为发展此网络的第一人。这个网络建成之后，将把美国乃至全世界的每一个家庭、学校、图书馆和企业相连，为高速传播建立复杂广泛的路径。

所有涉及建立和维护这个互联网络的产业——广播、电缆、电话、计算机、软件、卫星和消费电子产品——都想从此项目预将带来的一万亿美元的利益中分一杯羹。尽管每一种媒体都有自己的历史和经济框架，这个新型传播网络的前景把每一媒介产业的每一要素都置于转换期。因为新技术来势凶猛，它“推倒了现实与幻想之间的任何障碍”。今天，媒介公司的业主们和管理者们都必须决定如何在设备、雇员、研究和发展上投资，以保护现有的收入，同时确保公司将能适应 21 世纪的新要求。

业内业外的人士都需要站在一个全局的高度，了解美国媒介的昨天，审视把握今天，洞悉其未来的发展，那么《媒介与冲击》就是这样的一部应时之作。简言之，如果你是传播学领域的学者，传播学专业的大学生或研究生，从事媒介工作的实践者，对媒体和新知感兴趣的爱好者，或者你就想了解美国媒介产生的历史和最新发展，那么，这本书就不会令你失望。

《媒介与冲击》的作者雪莉·贝尔吉是加利福尼亚州立大学萨拉门托分校的传播学教授，著述颇丰。多年从事传播学教学和研究的经历使她善于站在

一个综观全局的角度,紧扣时代的脉搏。这本《媒介与冲击》被称为“了解瞬间变化的窗口”,其恰当地把握当今美国大众媒介的诸多方面,使读者不但能了解正在形成和已经确立的媒介的有关知识,而且还能够对美国媒介的全景有一个真实的感受。《媒介与冲击》共分为16章,第1到第9章分别探讨一种媒体的历史、技术、运作程序、产业化经营等诸多方面的内容。第10,11章讨论与媒体密不可分的广告和公关产业。第13到第16章探讨媒介涉及的社会、法律和道德等问题,以及全球日益形成的媒介市场。除了正文之外,本书还开辟了四种专栏,以及发展时间表和网上浏览。专栏遴选的文章均是《华尔街日报》、《纽约时报》、《经济学家》、《财富》等著名报刊杂志的最新力作,配合每一章的内容,深掘重要问题,展现最新趋势。雪莉·贝尔吉的《媒介与冲击》原本是为传播学教授和学生而著的一本教材,但是其作用已远远突破教材的范畴,为国内本领域的研究提供了详实的资料和指导。列在每一章最后的网上浏览为本领域的学者和学生的研究提供了恰当的网上资源。书后附有术语汇编和全面的媒介研究指导。

本书在翻译过程中遇到了接受任务之初未曾预料的困难:本书涉及的许多书报、人物名称国内无固定的译名,特别是在最后一章,涉及许多非洲和拉美国家的报刊、新闻集团和人物的名称。本书涉及多种媒体,且多以新技术为先导,也对文科出身的译者提出了不小的挑战。为了不辜负出版社和读者的重托,保持原作者平易而透彻的文风,译者采取了以下方式:(1)广泛拓展查询源泉。例如,参考查阅埃默里父子的《美国新闻史》(苏金琥等译,新华出版社出版,1982年),以及《世界企业名称词典》、《外国地名译名手册》等工具书,并上网查询,与国家图书馆联络查证。(2)向各领域的专家多方求证。例如,录音艺术学的朱伟副教授、传播学的胡正荣教授、广告学的黄升民教授、法律学的王军副教授、国际关系学的杨免讲师、电影学的蒲剑讲师都曾在百忙之中给予译者多方的支持和启迪,很多章节都经过了他们的精心校阅;还有管理学的王温凤研究员、房颖高级工程师也为本书的翻译提供了支持和便利,统计学的丁迈讲师为译著的大量图表提供了技术支持,在此一并感谢。

最后要感谢东北财经大学出版社慧眼识书,把这样一部求新、求全、求精的著作介绍给国内的读者,感谢编辑人员对译稿的反复审核和校对。鉴于译者水平有限,书中失误、错误之处一定很多,恳请读者不吝批评指正,共同切磋探讨。

译者

1999年12月20日

前 言

1997年春,在旧金山的海湾区,沃滋沃斯出版公司(Wadsworth Publishing)的办公室,召开了一次别具一格的会议。我受沃滋沃斯的邀请,同该公司出版传播学教材的10位沃滋沃斯职员会面。围坐在一张大的会议桌旁,从公司的新总裁到传播学的助理编辑,每个人都积极地参与了长达八个多小时的激烈讨论。我们都是为了共同的目标——出版《媒介与冲击》最可行的第四版

距离《媒介与冲击》前一个版本的发行才仅仅几个月,我们就在讨论一个雄心勃勃的修订版计划,并打算在一年内完成。这看起来似乎是不可能的,但是,现在您手中的这本书,就是那次会议令人振奋的结果:第四版的《媒介与冲击》,以最新的实用信息全面阐述今天的大众媒介,版面设计精心,阅读便利。

此版本与众不同的新特征

在前几个版本坚实的基础上,我又添加了下列新特征:

- 新的第1章:你处于新信息时代,描写和阐述新的媒介风景将怎样影响今天的学生。
- 新的第9章:新媒介、在线媒介的网络,强调数字技术和因特网的贡献就是在于重新塑造传统媒介。
- 彻底修订的第12章:大众媒介和社会问题,以多元文化和媒介的新

信息, 添加了媒介反映的对非主流生活方式的一个讨论。

- **冲击与你:**每章的新特征, 提供大众媒介如何影响人们日常生活的信息。
- **冲击与技术:**关于最近发展趋势的 17 个新前景, 包括对媒介数字转换的预见。
- **冲击与观察点:**就媒介的当代论题, 在全书中提供有争议的短文, 以引发批评性的讨论。
- **冲击与人物:**在全书中讲述伟大人物的贡献——艾达·塔贝尔 (Ida Tarbell)、厄尼·派尔 (Ernie Pyle)、爱德华·R. 默罗 (Edward R. Murrow) 和其他人, 他们都推动了大众媒介的发展。
- **发展时间表:**以一种新颖的方式, 从今天开始, 追溯并揭示每一种媒介的早期根源, 通过添加上下文来解释每一种大众媒介业。
- **网上浏览:**在每一章的末尾都提供了重要的网址信息, 以供线上媒介研究。

保留和改进的重要特征

这版《媒介与冲击》保留了前几个版本的最突出的特征:

- 为把前景加入今天的发展提供一个有关历史资料的上下文基础。
- 鼓励批评性思考的一种主要方法。
- 来自当代专家的有关大众媒介论题的最流行的学术成就。
- 任何想跟上处于转型期的电子媒介市场步伐的人所需要的所有重要资料。
- 以学生能够理解和从中获得乐趣的方式提供信息的一种写作风格。

我也修订和改进了《媒介与冲击》中其他许多重要的方面, 这些都是教师和学生从第一版中发现的, 包括:

- 冲击与人物, 在全书中, 描述了推动媒介发展的伟大人物的贡献。
- 完全最新式的媒介词汇表, 包括最新术语, 帮助学生增加专业词汇。
- 一个全面的、修订过的学生参考资料指导, 包括一个获取媒介信息的 100 个网址的列表, 按字母顺序排列, 便于查询。

《媒介与冲击》第四版也反映了校阅者的建议、贡献和智慧, 对此, 我深表感谢。他们是: 州立安吉洛大学的埃德·亚当斯 (Ed Adams), 艾奥瓦州立大学的托马斯·L. 拜尔 (Thomas L. Beell), 迈阿密大学的迈克尔·卡里贝奇 (Michael Carlebach), 北方德克萨斯大学的米塔·G. 卡斯坦芬 (Meta G. Carstar-

phen), 蒙大拿州立大学的托马斯·E. 戴尔曼德 (Thomas E Diamond), 明尼苏达大学的欧文·方 (Irving Fang), 堪萨斯州立大学的汤姆·格兰姆斯 (Tom Grimes), 休斯敦大学的肯尼斯·哈伍德 (Kenneth Harwood), 路易斯安娜州立大学的朱尔斯·D. 赫墨克特 (Jules d' Hemecourt), 锡拉丘兹大学的厦伦·赫勒白克 (Sharon Hollenback), 塔尔萨大学的史蒂夫·约翰 (Steve Jones), 加利福尼亚州立大学的罗伯特·G. 梅恩 (Robert G Main), 洪堡州立大学的麦克林·麦克莱瑞 (Maclyn McClary), 俄克拉荷马大学的肯尼斯·D. 麦克米伦 (Kenneth D McMillen), 亚利桑那大学的吉姆·米歇尔 (Jim Mitchell), 纽约州立大学的蒂娜·皮埃西尼 (Tina Pieraaccini), 田纳西大学的皮特·K. 普瑞格 (Peter K Pringle), 蒙开图州立大学的马歇尔·罗素 (Marshall Rossow), 伯明翰亚拉巴马大学的兰德尔·R. 司科特 (Randall R Scott), 孟菲斯大学的罗纳德·斯皮伯格 (Ronald Spiellberger), 拉特格斯大学的琳达·斯坦尔 (Linda Steiner), 多恩学院的李·托马斯 (Lee Thomas), 海沃德加利福尼亚州大学的玛丽·特拉比 (Mary Trapp), 威斯康星大学的约翰·乌曼 (John Ullman), 加利福尼亚州立大学的黑兹尔·沃勒曼特 (Hazel Warlaumont), 比尤纳维斯塔大学的比尔·威瑟斯 (Bill Wither), 圣母学院的米丽亚姆·齐默曼 (Miriam Zimmerman)。

至关重要的人物

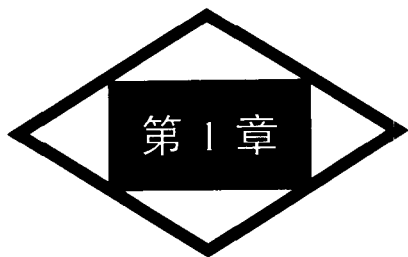
当然, 如果没有 1997 年春天的会议, 此版本的出现是不可能的。但是, 如果没有沃滋沃斯总裁苏珊 (Susan) 的支持, 就没有 1997 年春天那次会议的召开, 我认为她是此版本成功发行的重要人物。对于她对《媒介与冲击》持续的关注和信任, 我深表谢意。

我也要感谢现在的沃滋沃斯传播学团队, 他们能容忍我执着的个性; 感谢我的学生, 给了我连续不断的灵感; 感谢我家庭中的每一个成员, 不断用幽默和全新的想法支持我。

我希望你能有机会来读这本《媒介与冲击》。请让我知道你的想法, 我的 E-mail 地址是:

sbiagi@saclink csus. edu

雪莉·贝尔吉



你处于新信息时代

谁将驾驭下一次信息超速路上的“雪崩”——抑或谁将葬身其中？

——未来学家乔治·盖德（George Gilder）

本章概要

了解传播过程

利用信息超速路

新型信息网络将如何运作

新型传播网络有何不同

对新型网络的五大挑战

新型网络将何时出现？

了解信息时代

了解大众传媒产业：三个主题

设想这样一种装置:如电话般使用方便,音画并茂,随时为你提供信息、娱乐和服务的广泛选择。你能利用这套装置做如下工作:

- 随时收看你喜爱的节目;
- 欣赏一部一流的电影,并且与这部电影的制作者就她的最新影讯做屏幕悬谈;
- 从一个社区餐厅订餐;
- 与三个你从未谋面的陌生人在线上玩最新的影像游戏;
- 从事你大学期末论文的有关研究;
- 在假期预订回家的飞机座位;
- 把资金从你的存折账户转至你的支票账户,以兑现你今天签发的支票。

何时选用上述这些服务,全由你来决定。

未来学家称这种装置为“信息装置”或“电视电脑”,即电视和电脑技术的结合。这种信息装置将成为我们所谓的信息超速路上中心要素的一员。“十年后这种电视电脑将成为必需品而非奢侈品。”未来学家乔治·盖德如是说。^①

实际上,信息超速路更像是许多不同类型的传播系统中一种复杂的、网状的系统。这个网络将与每一个家庭、学校、图书馆和企业相连,为高速传播建立一个复杂、广泛的路径。

由于政府部门已经把传播置于公众日程之中,今天,信息超速路受到了广泛的关注。十几年前,副总统戈尔(当时他还是一个参议员)发明了“信息高速路”这个术语。从那时起,这条路就向信息超速路升级。

如今,“信息超速路”这个术语被描述成利用广播、电话、卫星、电缆和计算机技术,把美国(最终将是整个世界)的每一个人同多种多样的服务联系起来的一种互联传播系统。从理论上讲,这个传播系统对于每个人都是容易进入和可以承受的。此事正如未来学家乔治·盖德所言,“谁将驾驭下一次信息超速路上的‘雪崩’——抑或谁将葬身其中?”^②

^① George Gilder, “Life After Television, Updated,” *Forbes*, Feb. 28, 1994, Dow//Quest ID # 0000385340ZF.

^② George Gilder, “Life After Television, Updated,” *Forbes*, Feb. 28, 1994, Dow//Quest ID # 0000385340ZF.

1.1

了解传播过程

了解信息超速路，首先要了解传播过程。传播就是把想法和观念从一个人传递给另一个人的行为。写信和交谈仅仅是人类交往中的两种形式。我们也可以通过打手势、移动身体或眨眼睛来进行交流。

学者们使用三个术语来描述人们是如何交流的：人的内向传播、人际传播和大众传播。每一种交流形态都以特殊方式涉及不同的人。

如果你在一个杂货店里，你默默地问自己是否要买一包巧克力饼干，你就是在应用学者所说的内向传播：一个人内在的自我交流。

与他人交流，人们通常使用这五种感官——视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉。学者们把两个人之间的这种经验的直接共享称为人际传播。

大众传播是指通过一种传递装置（一种媒体），从一个人或一组人向广大受众或市场进行的传播。在《媒介与冲击》中你将会了解到大众传播。

大众传播 (mass communication)：指通过一种传递装置（一种媒体），从一个人或一组人向广大受众或市场进行的传播。

为描述大众传播的过程，学者们画图来说明当一个人向另一个人传递讯息时情况如何。这种描述以五个最容易理解的术语为开端：传播者、讯息、接收者、信道和反馈（见图 1.1）。

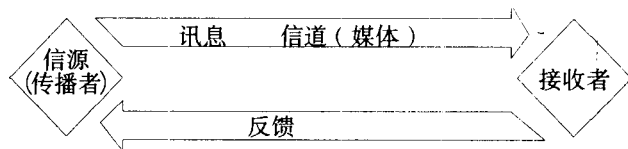


图 1.1 大众传播的要素

大众传播的过程：传播者（信源）把讯息放在信道中，信道是指向接收者传递讯息的媒介。当接收者对讯息作出反应，并且这种反应改变了信源以后传递的讯息时，反馈就发生了。

假设你就站在一个人面前，你说：“我喜欢你的帽子。”在这一简单的传播中，你是传播者，讯息是“我喜欢你的帽子”，你面前的人就是接收者（或受众）。这个人际交流的例子涉及了传播者、讯息和接收者。

在大众传播中，传播者（或信源）把讯息放置于所谓的信道中。例如，传播者（信源）可能是你社区的电缆公司。信道传递讯息，信道可能是接在

你电视机后面的电缆线。媒介是讯息藉此到达受众的手段（媒体的复数形式是媒介，当学者讨论不止一个媒体时，他们是指媒介）。你的电视就是向你（和许多其他人）同步传递讯息的媒体。

媒介（media）：媒体（medium）的复数形式。

当接收者把加工过的讯息向传播者（信源）发回一个反应时，反馈就发生了。粗略地举一个例子：电缆公司（传播者/信源）通过电缆线（信道）向你的电视机（媒体）传送了一个比萨饼的广告（讯息）。如果你（接收者）利用你闭路电视上的控制系统订购了一个比萨饼，那么你的订购行为最终将带给你一个比萨饼（反馈）。这个传播者与接收者之间的完整循环，以及接收者对传播者的最终反应（反馈），描述了大众传播的过程。

反馈（feedback）：讯息的接收者向传播者发回的反应就是反馈。

用一个非常普通的定义，现代的大众传播具有三种特征：

- （1）讯息利用某种大众媒介（如因特网、报纸或电视）的形式传递出去。
- （2）讯息传递迅速。
- （3）讯息同步到达或在很短的时间内到达各类受众群。

那么，两个人在电话中的一次交谈就不是大众传播。而由美国总统发布的一个信息，通过所有电视网同步传播，就是大众传播。

大众媒介向大量受众迅速传递讯息。在美国，产生大众媒体的产业——报纸、杂志、广播、电视、电影、音像制品和书籍——是传统的大众媒介产业。

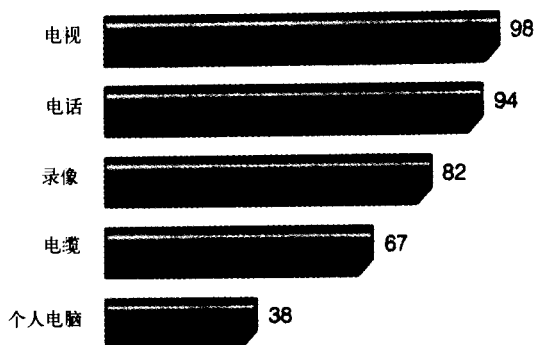
1.2

利用信息超速路

传播产业的经济利益使信息超速路成为美国的一件大事。所有涉及建立和维护这个互联网络的产业——广播、电缆、电话、计算机、软件、卫星和消费电子产品产业——都想从此项目预将带来的约 10 000 亿美金的利益中分一杯羹。美国媒介产业的领袖们相信，从理论上讲，美国应该是发展这个网络的第一人，因为许多美国人拥有此系统所必需的大部分工具。

正如图 1.2 所示，美国几乎所有的家庭都拥有电视和电话。3/4 强的家庭拥有录像设备，一半以上的家庭与电缆相连，约 1/3 的家庭拥有个人电脑。由于美国在信息超速路所必需的诸多要素中位于世界前列，媒介产业人

相信，在美国发展整体包装和广泛传播讯息的技术将是合乎逻辑的，对媒介产业来说也是非常有利可图的。



美国家庭拥有的各种可利用工具的百分比

图 1.2 可利用的工具

数据来源: Data from The White House/Link Resources Corp. "Veronis, Suhler & Associates Communications Industry Forecast, 1997 ~ 2001."

1.2.1 单向与双向交流

大众传播的经典模式(见前页和图 1.1)描述了这样一个过程:以传播者(信源)为开端,通过信道传递讯息,信道把讯息传递给接收者。这可以被比喻为单向行驶的道路,从传播者到接收者。信息高速路,正如今天所见,起步于同种方式。信道携带来自于许多不同信源(传播者)的信息和娱乐(讯息),并传递给许多不同的人(接收者)。

从接收者到传播者的反应称为反馈。在这条新的高速路上,讯息传递和反馈能同时进行。传播者和接收者能在同一时间进行交流。

为达到上述目标,今天的传递系统要从像普通电视一样运作的传播系统(从传播者到接收者单向传递信息和节目)向能够同步传递和接收讯息的双向传播系统发展,也就是把电视和电脑结合起来运作的那种系统。这也是为什么一些未来学家把这种新的讯息装置称为电脑电视。

1.2.2 “懒惰”与“聪明”传播

电视是一个“懒惰”装置,它只能传送节目。你可以调换频道接收不同的节目,但你不能同向你的电视机传送节目的人谈话,不能告诉他们你喜欢看一个特殊的节目。当你想看某一个节目时你却不能看,除非你事先记得把

这个节目录下来。你不能在电视机上向节目添加任何东西，你不能对体育节目添加个人评论，也不能用好电影来替换一部糟糕的影片。这种大众传播——节目按照编排好的日程传送给你，你是一个被动的节目接收者（一个沙发上的土豆儿）——是单向的。

然而，作为传播装置，电话就比较聪明。当你在电话里谈话时，电话另一端的人能够倾听你，并立刻作出反应（在电话会议的情况下，可能同时会涉及几个人）。这种能让你作出反应的功能——接收并传递讯息——使电话是互动的。电话传播是双向的。

互动式 (interactive): 接收信息，同时也能传递讯息的功能

为迅速传递讯息，电话传播使用了数字化信息系统。当你说话时，电话系统利用电子信号把你的声音转化成一系列数字——1 和 0——然后在电话的另一端把你的声音还原出来。这种储存与传递资料的方式称为数字化。

数字式 (digital): 把信息转换成数字编码，以便能以电子方式传递信息的技术

同电话传播一样，计算机也使用数字化信息，也是互动的。文字、图像和声音以二进制方式被转化、储存。这些二进制数码能很容易地被转化，运用双向交流。例如，由于上述原因，一个人能在电脑上进入因特网，接收和传递讯息。有人使用一个调制解调器进入因特网，就是一种把电脑和电话线相连，实现双向传播的装置。然而，与电视、电话不同，电脑能储存信息以备将来之用。储存信息的功能使电脑不同于广播、电缆和电话传播。“几乎所有相关行为都出现于计算机业而非电视业。”盖德说，“在信息经济中，最好的机遇均来自计算机和计算机网络能力的指数的上升。”^①

1.3

新型信息网络将如何运作

未来的信息网络将把上述产业的诸多要素结合在一起。今天，广播电视业能够制作节目并通过天线进行单向交流；电缆业能通过地下电缆（或高空电缆）进行单向传播和非常有限的双向传播；电信业能利用光学纤维进行有

^① George Gilder, "Life After Television, Updated," *Forbes*, Feb. 28, 1994, Dow//Quest ID # 0000385340ZF.

效的数字化双向传播：计算机业能产生数字储存功能。未来网络必须把上述要素结合在一起：内容、双向数字传播和数字储存。图 1. 3 表明这种未来的传播网络是如何运作的。

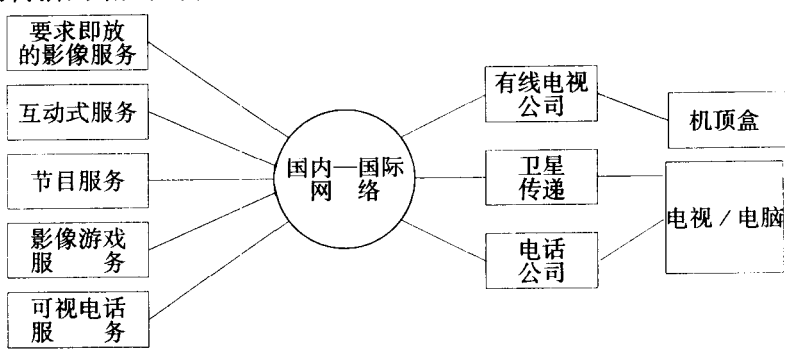


图 1.3 新的传播网络

1.3.1 接收者（你——交费客户）

网络以你——接收者和交费客户为开端。你来选择所需要的服务。使用一种类似电视遥控器的装置，但要更大一些，你可以打开电视或电脑。屏幕将显示一个服务菜单，就像一个电脑菜单。在你的电视或电脑的上部安装的机顶盒装置就是你通向新型网络的电子节。这些服务包括：

- 你所在地区报纸的线上编辑；
- 分类节目单（滑稽剧、戏剧、特制影片等等）；
- 全国可视新闻服务；
- 国际可视新闻服务；
- 图书资料研究服务；
- 体育影像和信息服务；
- 家庭和生活时尚影像和信息服务；
- 旅游影像和信息服务；
- 购物影像和信息服务；
- 音乐影像和信息服务；
- 在线游戏；
- 公告牌讨论组的论题清单；
- 可视电话信息服务，以及当天呼叫者的影像信息；
- 一流电影服务。

通过操纵遥控器，你可以浏览所提供的每一服务项目，并作出你的选

择。你的电视或电脑将同时展示几个屏幕,以便你能同时使用几种服务,每一种服务都出现于不同的屏幕。例如,你可以在观看棒球比赛的同时,查看你的银行存款余额;或者在浏览新闻标题的同时,查询你的可视电话信息。

机顶盒中的软件将根据你的使用,详列你选中的服务的费用。就像今天的电缆用户,可能会有一个基础服务费,然后当你接受额外服务时,再另外付费(见冲击与你,“信息高速路为谁而付费”)。

1.3.2 信道(电缆、电话和卫星公司)

传递行为将由一个电缆或卫星公司提供。电缆、电话和卫星公司将为从全国或国际网上收集起来的所有服务提供传输线路。这些公司可以选择提供特殊服务。它们也可以把一些服务整合包装在一起(如地区的、全国的和国际的新闻服务)。或者它们提供一个包含所有可能服务项目的无限制的菜单,让你来做选择。

如现在所见,电缆、电话和卫星公司将在每一个城市展开行业竞争。客户将会选择所需的某种类型服务,依每一个公司的供给和价格而定。一些服务将会按次计费(如看一部好的影片付费5美元),或者按分钟计费(如查询图书馆资料做研究)。这些虚无缥缈的账单将会按月下发,当然,公司可以直接从你的银行存款或信用卡上划拨。

电缆、电话和卫星公司将通过一个全国和国际网络或通过一个卫星系统与节目服务相连。这种网络和卫星系统现在已经就位——远距离传递网络如美国电报电话公司和MCI以及卫星服务(如USSB)。国内远距离网络可能通过你的电视或电脑账单收取一个基础费,而国际服务将另外加费。因特网——一个国际互联网,将有可能成为新型网络中的低收费骨干,任何人使用一台电视机(或电脑)和一条电缆、卫星或电话线路都可以进入。

因特网(internet): 一个国际互联网。



冲击与技术

技术狂热的曙光

作者: 内森·米诺沃德(Nathan Myhrvold)

人们很容易陷入技术狂热。深深地迷恋技术的人想知道更多的知识,害怕技术的人想得到抚慰,而看到一个机遇——商业的或其他方面的——的人

不想错过。它将会改变一切，它可能下星期四就会出现，所以请密切注视，否则你就会落后。

甚至连报纸的闲聊节目都变得痴迷于技术了。突然间，过去在数学考试中常常得满分的家伙们成了信息时代的贵族。如果“毕业典礼”在20世纪末重新举行，那么本杰明（Benjamin）的建议用一句话来表述，就是“信息”。

不管怎样，这就是目前流行的观点，尽管在短期内它看起来是毫无希望的夸大其词。在数字电视和高速度的因特网走入你的家庭之前，许多扎着工具带的家伙将不得不攀爬许多根电线杆子。某一天，因特网公司将会成为经济生活中一支重要的力量。实际上，有一天它们甚至将——恕我大胆预测——赚取大量利润。但是，想让因特网产业的总销售量达到女式连裤袜的销售量，还需要很多年的时间。

从某种意义上讲，技术狂热的每一属性都与100年前的工业狂热有相似之处。1897年之前，大批工厂如雨后春笋般兴起，流行着到市区“去工作”的观点。以前，城市曾经是商业的中心，服务于财富的原始源泉——以农业为主的山村。现在它们成了人口聚集和能源的中心。随着有组织的劳动占据主流，紧接着是政治的转型，这也引起了其他方面的变化。

到处都有新发明——1847年的打字机，1876年的电话，1877年的内燃机和留声机，1880年的电灯，1891年的拉链，1895年的广播……几乎没有人会想到工业革命会停滞不前长达60多年。

20世纪的光明是由技术与资源共同推动的，这与推动19世纪美国的动力十分相似。这次是硅和软件，而不是油和钢铁。我们拥有的不是通往各大洲的铁路线，而是全球性的传播基础建设，像铁路线一样把我们连接在一起，但速度是光速。而且，再一次，全世界的人们共同来推动这一变化，使一个出人意料的经济增长水平成为可能。工人们可以着手缝制耐克产品，但是芯片工厂和更加多种多样的企业最终会跟上来。在19世纪，你不得不穿越海洋寻找经济机遇，从压抑中寻求自由，从饥荒中寻求喘息。21世纪的先驱者可以原地不动把他们的居民分散到计算机空间去。

当然，在50年或60年里或者更长的时间中，我们将不太可能衡量信息革命所带来的真正的冲击。看看我们的城市，许多方面已经是人造的和工业化的了。大批的人开始使用远距离传播，用这种方法，会还给美国一派田园风光吗？或者城市在某种程度上将会变得对我们必不可少吗？技术狂热，正如它1897年的工业同伴，只是为你提个醒儿：所有这些谎言是无法被人了解的。