

花城出版社

多媒体

Multimedia, renaissance

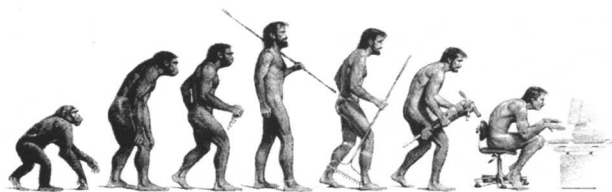
culture of media

人类

传播文化

的回归

张斌柱 梁梓林 著



多媒体，人类传播文化的回归

张斌柱 梁梓林 著

花城出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

多媒体, 人类传播文化的回归

张斌柱, 梁梓林著

—广州: 花城出版社, 2006.9

ISBN 7-5360-4803-3

I. 多 …

II. ①张…②梁…

III. 传播媒介-研究

IV. G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第098695号

责任编辑: 申霞艳

封面设计: 刘剑剑

出版发行 花城出版社

(广州市环市东路水荫路11号)

经 销 全国新华书店

印 刷 广东农垦总局印刷厂

开 本 880 × 1230毫米 32开

印 张 7.5

字 数 170, 000字

版 次 2006年 9月第 1版 2006年 9月第 1次印刷

书 号 ISBN7-5360-4803 - 3/G · 271

定 价 26.00 元

如发现印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。



作者简介：

张斌柱

河南开封市人。现为广东电视台互联网中心负责人。1978年进入广东电视台任导演，曾获得“广东鲁迅奖”、“金帆奖”、“全国文艺节目奖”。

1999年，在受到美国好莱坞网站视频宣传片的启发下，确立了网络多媒体传播的理念，放弃了有几十年经验的电视导演工作，一个人、一台旧电脑，创建了广东电视台互联网站，开始了网上冲浪的生涯。



作者简介：

梁梓林

2002年毕业于广西大学新闻系，文学学士。同年加入广东电视网任记者、编辑，为国内电视媒介网站首名记者。

自序

人类的传播文化与人性的现实实现，是否有其发展的某种方向性和规律性？怎样才能更好地利用网络多媒体传播为人类的信息传播服务？近20年来，中国新闻传播界的学者开始把目光聚焦到网络传播及其发展规律的研究中，研究的成果相当丰富，但披览之余总有一种不甚满足的感觉：大部分的研究主要侧重于网络传播宏观理论与采编业务的探究，对“网络多媒体传播”的针对性研究非常匮乏。

通过网络检索工具 Google、Baidu 等，及学术性的中国期刊网、中国知网、维普资讯网等分别进行以“多媒体”、“网络多媒体”为关键词检索发现，尽管学术论文中使用“多媒体”概念很频繁，但是这些论著主要从多媒体技术的角度予以界定，缺乏对多媒体传播“信息形态”层面的梳理和研究。个别论著即使涉及到了多媒体信息传播，其视野也只是局限于网络传播的领域，并没有把多媒体传播研究的视野延伸到人类媒介传播的历史来观察。更多的以“网络多媒体传播”命题的学术研究、论著并没有专门探讨网络多媒体传播，而是泛泛地探讨网络传播。

目前在这一研究领域中，华中科技大学吴廷俊教授主持的“多媒体技术与新闻传播”课题研究，是目前国内最大规模的多媒体新闻传播研究，相关研究成果体现在《网络新闻传播导论》、《网络新闻传播实务》等著作中，也散见于《多媒体技术与新闻传播变革》系列研究论文中。可以说，吴廷俊教授主持的这一课题研究在该领域做了不少开创性的工作，并积累了一定的研究基础，但相对而言，他主要从网络多媒体技术的角度对多媒体传播进行了论述。对多媒体传播、特别是网络多媒体传播进行针对性的、系统性的研究还是一个有待进一步开掘的领域。

种种原因使得学术界对多媒体传播的概念存在着不同的理解和阐释，在此基础上必然形成不同的研究出发点和结论。在对网络多媒体传播这个焦点进行集中研究之前，必须对多媒体传播的概念进行一个基本定义。我们深入到人类传播的历史长河中，着重从多媒体传播的“信息形态”层面去理解多媒体传播的涵义：在人类媒介传播史上，将不同形态的信息有机融合在一起来表达某一思想、感情或表述某一事件的传播方式，我们都将其称之为多媒体传播。

传播是人类进步中的一个基本动态要素，人类一切文明的发展，都是通过传播来实现的。不同传播媒介的产生和发展，决定着人类文明发展的速度、广度和深度。追求完美的、高效的传播方式，是人类的终极目标之一。但任何一个新事物的出现绝非是孤立的，网络多媒体传播也是如此。虽然网络多媒体传播是人类迄今为止最为完善的传播方式，但只有把网络多媒体传播放在传播媒介、传播方式的产生、演化、发展的历史背景上进行系统、深入的观察和探究，才能从本质上认识它、了解它，达到更好地利用它的目的。这也是写作本书的基本理念。

通过观察和探究，我们认为：在人类媒介传播的历史中，多媒体传播并不是一个全新的特征。早在史前时期，人类从非语言传播到口头语言传播经历了几百万年缓慢的进化过程，这个过程正是人类传播从单一到复合的多媒体传播的形成过程，也使人类以主体自身为传播媒介的功能进化完成。直到文字出现以前，人类的传播活动，主要通过非语言和口头语言两种传播媒介进行复合传播，两种传播媒介交织在人们日常信息交流的过程中，语言并没有取代非语言传播，而是附加于非语言传播上并与之互相融合补

充，有时候以非语言为主，有时候以口头语言为主来表达某一思想、感情或表述某一事件。从传播的“信息形态”层面上看，人类在这一时期进行的人际传播，已经实现了姿势、手势、面目表情等非语言和口头语言两种不同形态的信息的融合传播，虽然这种传播存在着时空限制、不易保存等缺陷，但无可否认的是，此时人类已经在利用多媒体传播的方式进行人际沟通与交流。由此我们可以看出，多媒体传播并不是网络特有的传播方式，而是自人类有传播活动起就存在，并随着人类媒介传播的发展而不断完善。

基于这一理论观点，我们把人类传播的发展划分为“原始多媒体传播”、“准多媒体传播”和“网络多媒体传播”三个发展阶段。以人类传播媒介的发展轨迹为依据，来论证不同的传播媒介必然有着自身独特的信息传播方式和信息形态这一规律以及对人类文明产生的深刻影响和推动作用。在此基础上，提出、论证了一系列人类传播媒介演化的潜规则，同时提出、论证这样一个新命题：人类媒介传播的发展史，也正是一部人类传播在借助媒介以突破时空局限的同时，一步一步地向包含非语言和口头语言的人际传播方式——原始多媒体传播无限回归的历史。媒介从面对面的人际传播——原始多媒体传播处诞生，又回归于另一种更高级状态的人际传播方式——网络多媒体传播，——这就是媒介之所以产生、发展、更替，乃至最终消亡的根本规律，也是本书的核心理论观点所在。

为了探索网络多媒体传播的发展规律，更好地利用网络多媒体传播为人类的信息传播服务，本书对网络多媒体传播的形成、发展历程做了详细的论述，对理论界目前较为混乱的多媒体传播的涵义、特征等进行了分析。随着网络多媒体

传播的进一步发展，传统媒介纷纷转型，以各种新的形态出现在网络中，各大传统媒介网站也纷纷将网络多媒体传播作为自己的发展要务。为了使理论与实践更好地结合并为实践服务，本书末篇选取最适合进行网络多媒体传播的电视媒介网站——广东电视网进行深入的分析，提出了电视媒介网站发展网络多媒体传播的策略和实现途径，冀以抛砖引玉，引起业界更广泛更深入的研究。

2006年7月12日，广州

目录

1 序言

1 多媒体，人类传播文化的回归

5 第一章 从非语言到数理语言

9 第一节 原始多媒体传播阶段

- 9 一、以非语言为传播媒介的阶段
- 11 二、以口头语言为传播媒介的阶段
- 14 三、以书写文字为传播媒介的阶段
 - 15 1、“活化石”揭开文字起源之谜
 - 18 2、书写载体的演变
 - 20 3、“赫蹄”的出现
 - 21 4、人类思维方式的异化

23 四、以印刷文字为传播媒介的阶段

- 23 1、有生命的印刷机
- 24 2、印章、拓印、印染技术的发展
- 26 3、雕版印刷的出现与佣书业的没落
- 27 4、活字印刷开启大众传播时代

30 第二节 准多媒体传播阶段（以电子媒介为传播媒介的阶段）

- 31 一、再现可见的人类
 - 31 1、影子的启发
 - 32 2、瞬间的定格
 - 33 3、马活起来了
 - 34 4、揭开马活起来的秘密
 - 37 5、西洋镜拉洋片
 - 38 6、当场抓住的自然

40

7、视觉文化的回归

44

二、准多媒体传播的形成

44

1、使声音在空中飞翔

45

2、“伟大的哑巴”说话了

47

3、电视的出现

49

4、呼唤新的传播媒介诞生

52

第三节 网络多媒体传播阶段

54

一、网络媒体的内涵

56

二、传统媒介的“集大成者”

56

1、能进行最为完善的多媒体传播。

57

2、具有交互性。

58

3、兼具信息同步与异步传播。

58

4、信息量大，检索方便。

59

5、传播范围广。

59

6、时效性强。

60

7、运营成本低廉。

60

8、能够迅速对受众进行精确的定量分析和统计。

61

第二章 崛起的力量

62

第一节 技术为网络多媒体传播搭建舞台

63

一、多媒体技术发展掠影

64

1、蓓蕾初放

64

(1) 基于计算机技术

65

(2) 与语言学的不解之缘

69

(3) 多媒体技术初现

71

2、打破沉默

77

3、蓬勃发展

80

二、宽带技术为多媒体传播推波助澜

- 82 第二节 网络多媒体传播在中国
- 84 一、准备阶段：网络基础建设铺路
- 87 二、文字上网：印刷媒介首开风气
- 91 三、声音上网：网络电台全时恭候
- 96 四、图像上网：多媒体传播全面开花

107 第三章 媒介发展史上的“必然法则”

- 108 第一节 媒介演化的“潜规则”
- 108 一、技术推动媒介的产生和演化
- 111 二、媒介从单一走向融合
- 113 三、新媒介必然具有新优势
- 116 四、新旧媒介的叠加与干涉
- 120 第二节 媒介演化的根本原则——人际化回归
- 121 一、媒介传播的人际化回归趋势
- 123 二、媒介传播回归人际化的不同层面
- 126 三、大众媒介回归人际化之表象
- 127 1、印刷媒介想“活”起来
- 130 2、电子媒介的人际化表达
- 131 (1) 电子媒介的人际化传播特性
- 135 (2) 电视理论视野的人际化解读
- 137 (3) 电视是借鉴了人际传播形式的大众传播
- 141 四、网络人际传播及其人际化回归
- 141 1、人际传播与网络人际传播
- 142 2、网络人际传播的分类
- 144 3、网络具有超人际传播的特点
- 144 (1) 打破时空局限
- 145 (2) 创造想象空间
- 146 4、网络回归人际化的两个层面

149 第四章 多媒体传播与传统媒介转型

- 150 第一节 走近多媒体家族
 - 150 一、多媒体的渊源
 - 152 二、多媒体传播的“家族血统”
 - 155 三、网络多媒体传播的本质特征
- 157 第二节 发挥网络的核心竞争力
 - 160 一、网络媒介的核心价值
 - 162 二、实行“两条腿走路”
 - 166 三、营造网络多媒体传播大环境
- 168 第三节 网络多媒体传播与传统媒介转型
 - 169 一、谁领跑了网络多媒体传播？
 - 169 1、第一次多媒体报道
 - 171 2、第一次多媒体直播
 - 172 3、第一条多媒体 Flash
 - 173 二、传统媒介转型的几个趋势
 - 175 三、网络多媒体传播新势力
 - 176 1、“能说会动”的网络多媒体出版物
 - 184 2、个人多媒体的代表——播客

191 第五章 广东电视网多媒体传播个案研究

- 192 第一节 研究的缘起和界定
 - 192 一、电视媒介网站是最有可能完善地进行多媒体传播的网络媒介
 - 192 二、电视媒介网站在开展网络多媒体传播方面，总体情况不容乐观
 - 193 三、广东电视网是最早、较为完善地进行网络多媒体传播的电视媒介网站

194	第二节 资料分析与讨论
195	一、广东电视网多媒体传播的特点
195	1、编排“超市”化
202	2、设计人性化
205	3、更新及时化
206	4、报道深度化
209	5、传受互动化
211	第三节 发展策略研究
212	一、准确定位，多媒体网站初成长
225	二、人才战略，培养首批网络记者
228	三、注重文字，依托母体并超越母体
229	1、“准多媒体”新闻的变脸
232	2、展示网络主流媒体姿态
236	3、烹制多媒体信息“汉堡”
238	4、开创多媒体艺术新形式
242	5、技术创新，搭建多媒体技术平台
245	后记
249	参考资料

多媒体， 人类传播文化的回归