

手机媒体与社会文化

SHOUJI MEITI YU SHEHUI WENHUA

孙慧英◎著



中国出版集团

世界图书出版公司

中央高校基本科研业务费专项资金资助 (项目编号: 20720151019)

Supported by the Fundamental Research Funds for

the Central Universities (No.20720151019)

手机媒体与社会文化

SHOUJI MEITI YU SHEHUI WENHUA

孙慧英◎著

中国出版集团

世界图书出版公司

广州·上海·西安·北京

图书在版编目 (C I P) 数据

手机媒体与社会文化 / 孙慧英著.

--广州: 世界图书出版广东有限公司, 2016.6

ISBN 978-7-5192-1506-4

I. ①手… II. ①孙… III. ①移动电话机-传播媒介-关系-社会生活-研究-中国 IV. ①G206.2②D669

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 145672 号

手机媒体与社会文化

策划编辑 杨力军

责任编辑 杨力军

封面设计 高艳秋

投稿邮箱 stxsclb@163.com

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

电 话 020-84459702

印 刷 虎彩印艺股份有限公司

规 格 787mm × 1092mm 1/16

印 张 18.25

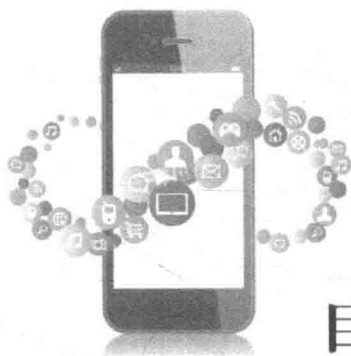
字 数 360 千

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5192-1506-4/G·2090

定 价 66.00 元

版权所有 翻印必究



目 录

绪 论

第一节	手机变身成为媒体·····	001
第二节	手机文化值得研究·····	002
第三节	手机文化影响巨大·····	004

第一章 手机媒体发展及手机文化研究总论

第一节	手机媒体发展简史·····	009
一、	手机 43 年传奇历程·····	009
二、	手机媒体概念演进·····	012
三、	手机媒体发展趋势·····	014
第二节	手机媒体文化研究总论·····	016
一、	手机媒体文化现象概观·····	016
二、	手机媒体文化理论景观·····	022
三、	手机媒体文化研究现状·····	025
第三节	手机媒体文化的研究路径·····	033

第二章 手机媒体传播生态

第一节	新媒介 新生态·····	037
第二节	手机视频的传播方式与影响·····	039
一、	手机拍摄及其语境·····	040
二、	语境成为视频内容的一部分·····	043

三、真人秀时代的手机视频.....	048
第三节 手机媒体与新闻摄影的平民化.....	050
一、摄影数字化与手机新闻摄影发展.....	053
二、手机用户拍摄及传播行为的研究设计及数据分析.....	056
三、问卷调查总结.....	065
四、手机媒体开启新闻摄影大众化趋势.....	066
第四节 手机媒体对突发事件的舆论引导.....	069
一、突发事件中传统媒体与新媒体的信息传播特点.....	069
二、手机媒体在突发事件中的传播优势.....	070
三、手机媒体在发挥舆论影响力时的制约因素.....	073
四、手机媒体在灾难事件中的社交应用.....	075
五、手机媒体在突发事件发挥正确舆论导向的对策.....	077
第五节 手机媒体的公信力分析.....	079
一、公信力及媒体公信力.....	079
二、媒介公信力现状.....	079
三、手机媒介公信力.....	081
四、提高公民新媒体素养, 杜绝谣言.....	083
第六节 手机媒体与体育报道.....	084
一、奥林匹克运动会与媒体技术应用.....	084
二、手机媒体在北京奥运会上的传播作用.....	085
三、手机媒体在伦敦奥运中的能量发挥.....	090
四、4G 平台上的赛事.....	091

第三章 手机对青年亚文化的影响分析

第一节 青年大学生使用手机影响调查.....	095
一、调查方法和问卷设计说明.....	095
二、手机媒体对大学生影响的问题与假设.....	096
三、调查样本基本特征及基本调查数据分析.....	097
四、各因变量差异性、相关性分析.....	104
五、主要结论.....	112

第二节 “触屏一代”的社交能力及社会关系建构·····	114
一、青年人与手机社交研究现状·····	115
二、研究方法 with 问题假设·····	116
三、问卷调查数据统计·····	117
四、手机对青年人社会关系建构的影响·····	121
第三节 “低头族”与“手机依赖症”·····	123
一、“低头族”成为社会文化流行语·····	123
二、“手机依赖症”是健康问题也是文化问题和社会问题·····	125
第四节 “不插电”生活的苦与乐·····	130
一、国内外人们挑战“不插电”生活·····	130
二、近距离体验“没有手机的日子”·····	135
三、手机“骚扰”生活的反思·····	138

第四章 手机媒体对语言文字及艺术的影响

第一节 “拇指文化”对传统语言文字的改造·····	143
第二节 手机段子：折射当下文化景观的多棱镜·····	144
一、段子的由来及其传播·····	144
二、多色彩的手机段子·····	145
三、手机段子折射出的精神文化·····	147
第三节 手机媒体对书写方式和阅读方式的改变·····	148
一、大众书写与阅读方式现状·····	148
二、关于手机书写和阅读方式的研究·····	152
三、手机对书写和阅读方式改变的深度访谈·····	158
第四节 驶入手机快车道的动漫艺术·····	166
一、动漫+手机：开创个性化娱乐新天地·····	167
二、动漫市场+手机市场：潜力无限的市场空间·····	169
三、3G+3C：用软实力发展硬道理·····	170
第五节 手机媒体创造的新营销艺术——APP 无线营销·····	172
一、无线营销成为新型营销艺术·····	172
二、无线营销案例——“聚潮行动”·····	172



第五章 手机对日常生活方式的影响

第一节 社会需求刺激通讯产业链的勃兴	178
一、社会需求推动通讯的发展	178
二、“千元智能机”带来“领航”效果	179
三、产业链协同促进打造应用环境	180
第二节 手机改变的生活方式	181
一、手机支付——手机变“钱包”	182
二、手机出行——交通路况一手掌握	183
三、旅游服务——出行事务一手完成	184
四、手机定位——LBS 服务	185
五、手机社交——微博达人的涌现	186
六、即时通信——OTT 业务挑战运营商权威	187
七、手机阅读——掌上阅读随时随地	188
八、手机影视娱乐——打开手机看电视	191
九、二维码——拍一拍即可	192
十、手机理财——掌上银行	193
十一、移动办公——可以移动的办公室	194
十二、远程教育——网络公开课改变学习方式	195
十三、远程医疗——医疗的“信息高速公路”	195
十四、行业应用——信息化智能服务体系	196
十五、缩小信息化“鸿沟”——实现全面协调发展	198
第三节 “物联网”时代的到来	199
一、智慧城市	199
二、幸福生活	200

第六章 手机媒体新闻叙事方式

第一节 叙事·叙事学·新闻叙事学	204
一、叙事与叙事学	204
二、新闻叙事学	206

第二节 手机新闻客户端与传统媒体新闻叙事差异·····	208
一、叙事方式在新闻传播中的作用·····	208
二、新闻叙事主体的不同·····	209
三、新闻叙事文本的不同·····	212
四、新闻叙事时间的不同·····	213
第三节 手机新闻客户端的叙事变化·····	215
一、内容的变革·····	216
二、人性化的阅读体验·····	218
三、接触方式的变革·····	219
第四节 澎湃新闻新闻客户端叙事特点·····	221
一、澎湃新闻新闻客户端的主要特点·····	221
二、澎湃新闻新闻客户端的叙事特点·····	222
第五节 新闻客户端叙事方式的发展趋势·····	239

第七章 手机媒体法律监管与伦理道德问题

第一节 手机媒体法律关系的基本内容·····	243
一、移动网基础电信业务运营商与手机用户的关系·····	243
二、移动网增值电信业务提供商与手机用户的关系·····	250
三、移动网基础电信业务运营商与移动网增值电信业务提供商 的关系·····	251
第二节 手机媒体的内容规制·····	253
一、违法和不良信息·····	253
二、个人数据保护·····	255
三、新业务的规制·····	256
第三节 手机拍照与公民隐私的保护·····	257
一、可拍照手机的传播特性·····	257
二、可拍照手机在新闻传播方面的应用·····	258
三、手机拍照的传播语境分析·····	260
四、手机拍照侵犯隐私权的案例分析·····	261
五、国外对手机拍照的法律监管·····	262



六、手机拍照的规范与隐私的保护·····	263
七、对手机偷拍问题的反思·····	264
第四节 社交媒体时代的信息安全及监管·····	265
一、手机媒体应用程序与个人信息获取·····	265
二、手机媒体应用侵犯个人信息隐私案例·····	266
三、社交媒体时代话语权问题·····	267
四、对社交媒体上信息安全的监管·····	268
参考文献·····	271
后 记·····	281

绪 论

数字技术无可辩驳地改变着人类的文明进程,万维网的诞生彻底改变了信息的共享方式,在社会各个领域引发了一场信息革命。信息方式的革命使人们之间的联系已经摆脱了那些线和机器的限制,在空中自由地漫舞,人们像被无数无形的线连结一样,随时可以触摸到世界、接触到他人,正如一部电影的名字那样在“云中漫步”;活跃在人们手掌和指尖上的手机已经不再只是打电话那么简单。4G时代的手机已经成为从个人到政务乃至政治选举中必不可少的“风景”,它给人类社会带来了不可想象的变化。

第一节 手机变身成为媒体

随着传媒科技的进步,手机已经从一个通信终端变成了一个实实在在的移动多媒体,在诸多方面影响着我们的生活。从1973年马丁·库珀第一次用移动电话通话起,到1992年世界第一条手机短信“圣诞快乐”的发出,再到2009年奥巴马成为美国历史上第一位被允许执政期间可以使用“黑莓”手机收发私人电子邮件的总统。短短40多年时间,手机已经从贵族式的“大哥大”发展成为全球70亿用户的随身“小玩意”。每天有27亿互联网用户在“脸谱”网站上传的图片达3亿张;浏览YouTube视频网站1.3亿小时;通过“推特”发布5亿篇推文。这些庞大的数字使智能手机成为与我们日常生活相关度最高的一种媒介。国际电信联盟报告显示,2015年,全球移动蜂窝电话签约用户数量近71亿,全球网民达32亿,移动宽带用户比例达47.2%,远远高于固网宽带的10.8%。^①而2000年全球手机用户约7亿,2005年增至15亿。信息通讯技术研究专家丹·斯坦博克在2005年时预测2010年全球将有30亿人用眼睛使用移动服务,而实际的发展是在

^① 国际电信联盟 (ITU):《2015 年衡量信息社会发展报告》, http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2015/MIS_2015_Exec-sum-C.pdf

2008 年全球手机用户已超过了 30 亿。2015 年,这一数字又翻了一番还多。这一发展速度所带来的不仅仅是用户数量上的迅速增长,更多的是手机媒体上的各种应用给我们生活的方方面面带来的影响。

同时,手机技术与应用的飞速发展,令我们即将从“双向去中心化交流”的第二媒介时代来到一个打破时空限制的个性化随意多元交流的第三媒介时代。手机媒体“改变了时间和空间的原有规定性,增加了文化普及的方式以及政府公共管理的效率,扩大了人们交往行为的方式与范围,这与互联网所带给人们的变化相比较,可以说是对人类生存状态的又一次超越和革命,人类即将进入一个超越了时空限制的个性化的多元方式交流的第三电子媒介时代”^①。“泛在网络的成熟是‘第三媒介时代’出现的物质基础和技术前提”^②,而泛在网络中最常使用的工具就是手机。

第二节 手机文化值得研究

手机,集大众传播、组织传播、个人传播于一身,融报刊、书籍、广播电视、电影、网络于一体,随时随地在移动中完成工作、学习、娱乐、资讯、支付、遥控等多种任务。它引领我们来到信息移动社会 5.0 时代,成为当之无愧的“第五媒体”。随着移动互联网的普及,2014 年使用手机上网人数超越传统 PC,手机作为第一大上网终端的地位更加巩固^③。手机作为媒体的传播带来了全新的生活方式,以其随时随地传播信息的优势,在不同程度上影响着个人和社会之间的关系,正在形成一种新的媒介文化,深入地研究手机媒体对社会文化各个层面的影响显得十分重要。手机媒体给我们带来的不仅是随时随地的沟通,更多的是一种对原有传统媒介和网络文化的延拓和手机文化的生产,它以无可抗拒的魅力和前所未有的力度迅速影响着生活中的每一个人。人是符号和文化的动物,文化载体的革命必然带来内容的革命。它不仅改变着文化的构成,改变着精英文化与大众文化的关系,

① 孙慧英:《多重视域下的第五媒体文化研究》,北京:北京邮电大学出版社 2010 年版,第 7 页。

② 李沁、熊澄宇:《沉浸传播与“第三媒介时代”》,载《新闻与传播研究》2013 年第 2 期,第 38 页。

③ 中国互联网络信息中心:《第 34 次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwzfzyj/hlwzxbg/hlwztjbg/201407/t20140721_47437.htm,2014.7

还引起人们生活方式、思维方式、话语方式、阅听习惯、交往方式、语言文字、礼仪规范等各方面的变迁。手机媒体的包罗万象的功能不仅仅解决了信息的书写与传播的方式问题,也解决了我们消费文化和日常生活方式的诸多不便,带给人们生存方式的全新体验。

如果你是60后或70后并能够跟上时代步伐,从20世纪末开始使用手机,回顾一下这十多年以来你所用过的通讯工具,固定电话、寻呼机、插卡式固定电话、大哥大、直板手机、翻盖手机、彩屏手机、可拍照手机、第一代智能手机、苹果手机、3G手机、4G手机……且不说这些通讯工具上的应用的变化,单单就是外形上的变化,就已经让你眼花缭乱,压在箱底的旧手机、充电器已经毫无用处,只能引发你的感慨:这个从单纯的通话功能到现在高速上网智能互联的多媒体手持通讯工具,已经完全改变了我们原有的生活方式。而这十几年也是国际国内科技与经济、文化发生着巨大变化的年代。那么,手机文化与其他的媒体文化、流行文化有什么样的独特性;手机文化对某些群体产生的影响表现在哪里;手机文化带来的是对现有文化的再建构还是某个方面的消解、是积极的还是消极的;我们如何利用手机文化为社会的发展服务……这些问题都值得我们深入探究。

文化,若参照爱德华·泰勒的观点,即“包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他才能和习惯的复合体”^①。文化的概念是庞大的,我们几乎可以把日常生活中所有事物与之联系起来。手机文化也就是手机媒体与文化结合,是人和手机产生的一种新的文化联系,是一种改变着人们生活方式和交往方式的媒介现象。

从最开始的短信、彩信、彩铃到伴随移动互联网兴起的手机广播、手机报、手机电视、手机电影、手机广告、手机游戏、手机社交平台等,手机作为媒介在传承文化的同时,也形成了独特的手机文化。由于手机媒体随时随地的传播特性以及信宿分布广泛的特点,手机媒体文化现象日益突显,得到了人们的广泛关注。

对于这些问题的探讨也是对现在社会文化研究的一个重要方面,对于掌握当前人们的思想和行为的取向具有重要的参考作用。

① [英]爱德华·泰勒:《原始文化:神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗发展之研究》,连树声译,桂林:广西师范大学出版社2005年版。



第三节 手机文化影响巨大

70 亿双眼球在掌上移动,在某年某月某一天的某一秒,虽然全球的时间不同,但在这一秒就有可能有上亿的人做着同一个动作:双眼盯着手机屏幕。

我们已经无法再准确地预言 5 年甚至 10 年之后的人类信息方式,但人们也非常容易忘记或者说忽略手机的发展有多神速,同时也很容易忽略手机对你的重要性。如今的手机不要说对于 90 后与移动通讯一起成长的一代了,就连很多 40 后的老年人也开始对手机爱不释手,而手机技术的发展让我们越来越难跟上时尚潮流,这不仅仅是钱的问题。我们所体验到的是在新技术的不断“催促”之下,我们对技术所带来的生活方式的改变不断适应,无论你是高富帅、白富美还是“屌丝”一族,通信技术的飞跃影响着每个人,即使你不用电话或手机。

智能手机正在征服地球!这不是什么预言,而是现实。1876 年,亚历山大·格雷厄姆·贝尔发明了对信息传播来说极为重要的工具——电话。1973 年,抛开了线的束缚的移动电话出现。2013 年 4 月美国航天局(NASA)已经把三颗以电话发明者姓名命名的“亚历山大”“格雷厄姆”“贝尔”微型智能手机卫星^①送入轨道,向地球发回数据,包括用手机相机拍摄的照片。手机已经不再仅是手机,一种新的社会文化正在涌现。正如马克斯·韦伯所说“新的亚文化(和反文化)意义的出现有时是因为特定阶层的文化需要,有时它们对更为广泛的文化的社会模式也不无裨益”^②。

不同时期的文化形态总是离不开传播媒介,文化通过不同的媒介来表现和反映每个时期的经济和政治。文化的信息从一个人传递到另一个人,从一个群体传递到另一个群体,在传递的过程中又因为媒介自身特性丰富了文化的内容与方式。麦克卢汉提出的“媒介即人的延伸”,表明媒体就是个体

^① 据英国《金融时报》2013 年 4 月 22 日报道,“亚历山大”卫星是经过改装的三星 Nexus S,使用安卓操作系统,“格雷厄姆”和“贝尔”的原型则是 HTC Nexus One 安卓手机。这三颗智能手机卫星的造价每颗仅 3500 美元。每个智能手机都装在一个小小的立体结构里,外接一个更大的锂离子电池组和一个更强大的无线电台,以便在一个较长的时期内从太空发回数据。

^② [德]马克斯·韦伯:《新教伦理与资本主义精神》,转引自[美]约翰·霍尔、玛丽·乔·尼兹:《文化:社会学的视野》,北京:商务印书馆 2002 年版,第 4 页。

借助传播技术进行日常活动工具的创造,是人的身体的扩展。手机是电子媒介发展的一个重要成果,重新创造了人们日常生活形态和生活方式,影响着人们的世界观、人生观和价值观,它不仅改变了文化的传播形式,也由此形成了一种文化现象,带来了新的社会区隔,形成了新的社会历史。

文化意味着一种生活方式的总和^①。文化向来都是描述和解释人类行为和存在状态的重要元素。文化也向来不是一个空洞的概念,它是由诸多具体现象构成的,其具体的内容制作和传播往往依附于某种物质形式而存在。现在,手机也成为文化的一件新的物质形式,成了一种有广泛群众基础的媒体形态。手机的意义绝不仅仅是在无线通讯技术上的突破,而是在于手机对于文化、社会以及每个人生活方方面面的渗透。文化作为一种生产和消费的生活方式的表达体系,其意义是在不断变化着的,对于手机来说,其意义网络更是随着它在生活不同文化侧面的影响而变化着,而且这张网络将越“织”越大。

美国市场研究公司尼尔森发布的《2013 年移动消费者报告》显示,中国的智能手机普及率已经超载美国 and 英国,达到 66%,成为居于韩国 67% 之后的智能手机大国。^②手机媒体文化在拥有 13 亿手机用户的中国,已经深刻广泛地影响着中国当代社会文化的诸多方面,对其进行深入的研究对于我国文化建设和社会和谐发展具有理论建构与实践指导意义。

一种传播媒体受众普及到 5000 万人,报纸用了 50 年,广播用了 38 年,电视用了 13 年,互联网用了 4 年,微博用了仅 14 个月,而微信则用了 14 个月达到了 2 亿用户,2015 年微信活跃用户更是超过了 5 亿。目前我国手机用户已达 12.8 亿,移动互联网用户将近 10 亿^③,而其中青少年用户超过 1 亿。这种发展趋势说明手机媒体不仅影响着人类社会文化生活的当下,更重要的是它将继续影响着人类社会文化生活的未来。如果说互联网重塑了人类交流的方式,移动通讯则重塑着人类的思考方式。如今到处传播的信息比以往任何时候都多出了许多倍,而且这一趋势还在加速,在信息与数据爆炸的年代,手机媒体上的信息可以根据你的定位和使用习惯进

① [美]约翰·霍尔·玛丽·乔·尼兹:《文化:社会学的视野》,北京:商务印书馆 2002 年版,第 81 页。

② 尼尔森:《中国智能手机普及率已超越英美》,载《厦门晚报》2013 年 2 月 28 日 B10 版。

③ 据中国工业和信息化部数据,《2016 年 1 月通信业主要指标完成情况(二)》, <http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146904/n1648372/c4658436/content.html>, 2016 年 3 月 1 日。



行个性化的有效推送,而不必让你在庞大繁杂的网络信息中挑选。

大数据时代的手机媒体成为一个“数字魔盒”,里面装满了海量的各种信息和应用,人们的眼球随着这个小小的屏幕所呈现给我们的各色精彩而移动着,从而改变着我们的时间观、空间感、注意力的分配、人际交往方式、思考问题的方式、寻找答案的途径、书写方式、阅读方式,甚至是人生观和价值观。年轻人因为拥有智能手机而改变了社会关系的建构方式,青少年因为受到智能手机和平板电脑的影响而成为小“屏奴”,老年人因为孩子们都在玩手机顾不上交谈而愤怒……政府因为有了微博、微信而变得更亲民,贪官因为有了微博反腐的力量而纷纷落马,突发灾难因为有了手机媒体而牵动着更多人的心,平民因为有了手机拍照和上传功能而成为草根记者……很多人患上了手机依赖症,出门必备的首要物品就是手机,其重要性超过了钱包和钥匙;有人通过手机维持着亲情和友情,有人通过手机社交应用找到了伴侣,有人通过手机新闻客户端在碎片化时间里了解新闻信息,有人利用手机休闲娱乐,也有人利用手机诈骗……手机媒体正在崛起,成为推动社会成长的新力量,这股新势力将在市场的磨砺之下不断膨胀,在社会文化生活的诸多方面带来革命性的影响。

Joseph Pelton 用“ICEE age”^①来形容未来的社会,即 Information, Communication, Entertainment 和 Energy。在以信息、传播、娱乐及能量为显著特征的所谓“冰川时代”里,手机算是最为集大成的机器了。然而,“技术的解放力量转而成为了自由的枷锁。”^②手机媒体的拍摄以及移动互联网的方便传播、微博对突发事件的舆论引导,一方面提升了公众的话语权,扩大了公民的监督渠道,促进了民主进程,可以让人们在股掌之间,家事国家天下事,事事关心,但在一些情况下,诸如揭丑、隐私、诽谤、煽动、威胁等传播内容也不断发生,造成了社会的不安定因素和舆论引导的偏向。

在这里我们将手机媒体所带来的各种文化现象及对社会生活的影响变化作为一个当下新型文化文本进行解读,并结合当下传媒新实践、文化新现象,审视由手机媒体所引发的当今社会文化潮流、症候和发展趋向,尝试对当下变幻多端的文化现象提供一种立体多层面的观察角度。

① Joseph N. Pelton, 2000, E-sphere: The rise of the world-wide mind. Westport, CT: Quorum Books, p. 81.

② [美]赫伯特·马尔库塞:《单向度的人》,重庆:重庆出版社 1988 年版,第 135 页。

第一章

手机媒体发展及手机文化研究总论



