

手机传播学

靖鸣 刘锐 著

新华出版社

手机传播学

靖 鸣 刘 锐 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

手机传播学/靖鸣, 刘锐著. —北京: 新华出版社, 2008. 5

ISBN 978 - 7 - 5011 - 8367 - 8

I. 手… II. ①靖… ②刘… III. 移动通信—携带电话机—传播学

IV. TN929. 53 G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 066524 号

手机传播学

作 者: 靖 鸣 刘 锐

责任编辑: 王纪林

封面设计: 伍民力

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

印 刷: 河北高碑店市鑫昊印刷有限责任公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 12. 125

字 数: 289 千字

版 次: 2008 年 5 月第一版

印 次: 2008 年 5 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 8367 - 8

定 价: 26. 00 元

本社购书热线: (010) 63077122

中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换。电话: (0312) 2838225

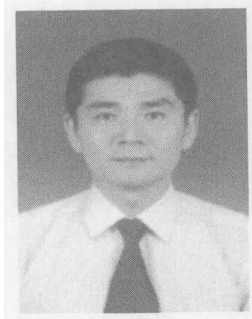
内容简介

本书是我国第一部从传播学角度深入系统探讨手机这一新媒体的特性和传播规律的学术专著。该书从以下方面展开对手机传播规律的论述：手机的技术功能及其拓展、手机的传播特性、手机传播的意义与影响、手机与人际传播、手机与大众传播、手机传播中的法制与伦理问题等。该书运用第二人称的叙述视角，紧密联系实际，注重运用案例诠释深奥的学理问题，文字通俗、生动。

该书适合于新媒体从业人员、研究者、新闻传播院系师生和有较高传播意识的手机用户阅读，有较为广泛的读者市场，是新闻与传播院系重要的专业课教材。

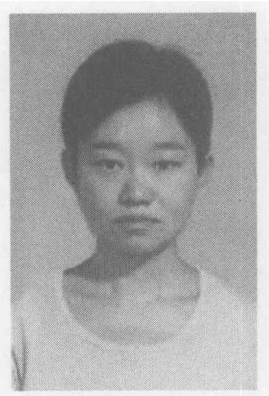
作者简介

靖 鸣，江苏淮安市人，研究生学历，广西师范学院新闻传播系主任、教授、硕士生导师，中国传播学会理事，广西思维科学学会副会长，广西作家协会会员。曾先后在中国人民大学新闻学院和复旦大学新闻学院学习深造，在中国新闻社和广西日报从事新闻工作。2006 年从广西大学文化与传播学院被引进到广西师范学院



院工作。近年来在新华出版社、人民出版社、中国传媒大学出版社等出版著作有《文字新闻采访写作必备》、《问题新闻学》、《会议新闻学》、《采访对象主体论》、《新闻意识与消息采写》、《会议学概论》、《毛泽东的子孙和亲家》、《记者招待会的组织与传播》（第一作者）、《手机传播学》（第一作者）等 15 部。其中《问题新闻学》、《采访对象主体论》分获广西社科研究优秀成果奖二等奖，另有三部著作分获广西社科研究优秀成果奖三等奖。在《光明日报》和《新闻与传播研究》、《现代传播》等 10 家全国新闻传播类核心期刊和多家全国中文核心期刊发表学术论文 70 多篇。主持省部级社科课题两项。

刘 锐，河南省泌阳县人，四川大学文学与新闻学院博士研究生，发表新闻传播学学术论文10余篇，与他人合著《记者招待会的组织与传播》、《手机传播学》等学术专著。



序

张国良

从古到今，从没有哪项科技产品能像手机一样渗透社会的每一个角落。无论你是富裕还是贫穷，都无可辩驳地拥有使用手机的权利。可以这样说，一个人只要他具有简单的语言表达能力，只要他需要传播，他就可能与手机结下不解之缘。想当年比尔·盖茨曾因为乞丐居然有电子邮箱而大发感慨，如今，手机之父马丁·库帕如果在街头遇到乞丐使用手机，则绝不会莫名惊诧。因为手机已经像空气一样弥漫在我们的周围，使我们无法逃避。

关注手机，关注手机带给社会的革命性变化，就是关注人类自身在科技面前的命运。靖鸣、刘锐同志推出的《手机传播学》恰当其时，为我们解读了手机传播的多层面问题，诸如技术方面的、社会学层面的、新闻传播学层面的、法制与伦理层面的等等。

作者把手机置于传播学的框架内进行研究，切口较小，突破了以往手机专著过于旁逸斜出、广而不深的遗憾。作者从传播学的两大类型即人际传播和大众传播入手，对集两大传播类型于一身的手机展开解剖式的研究，研究结果，可谓“麻雀虽小，五脏俱全”。如对手机的人际传播从动机、心理、内容、文化视角、人际传播的悖论等五个方面进行论述，较为全面、系统、深刻，对刚刚开发的手机的大众传播功能，作者从目前业已具有的手机与大众传媒的互动、手机报纸、手机电视、手



机广播、手机短信新闻、手机广告等展开探讨，亦不失系统全面。任何科技的发展都是一把双刃剑，最后一章作者条分缕析地解析了手机传播中出现的法制与伦理问题，探究个中原因，提出自己的洞见，为如何防范这些问题提前打了预防针，也为以后如何管理、整治手机媒体提供了镜鉴。

手机等新媒体刚刚兴起，诸多问题尚处于发展阶段，因此研究过程中容易出现的一个毛病就是不深不透，就一些初露端倪的现象展开论述，只见皮毛，未及骨髓。但我们欣喜地看到作者力图避免出现这些问题的努力。作者跳出庐山看庐山，综合运用多学科的知识，如社会学中的社会资本理论、巴赫金的狂欢理论、后现代理论等，试图对手机传播展开规律性的研究，避免身在庐山、庐山“横看成岭侧成峰”的单一视角。尽管一些理论的论述可能未尽其意，科技的发展最终也许会击碎某些理论，正如保罗·莱文森所说：“任何信息技术所产生的影响都是复杂的意料之外的结果”，但作者这种努力追求真理的探索精神值得肯定。除此，在行文过程中，作者以第二人称的叙事手法，尽可能地把理论阐释渗入故事性强的叙述和娓娓的谈心中，读来妙趣横生，津津有味。

当然，“一切理论都是灰色的，只有生活之树常青。”我们不苛求这部《手机传播学》能解决所有有关手机传播的问题，科技的发展为理论提供研究课题并将证明理论的正确与否。从传播学角度看，手机传播学远远不止人际传播和大众传播中两个层面，诸如手机传播的受众分析、效果分析、传播学的某些理论在手机传播中的适用性问题、手机的组织传播、群体传播等等，都值得学人认真研究，我们期待着作者在以后的研究中能够继续关注。

2007年11月20日于上海交通大学媒体与设计学院

（张国良先生系上海交通大学媒体与设计学院院长、教授、博士生导师）



前 言

手机媒体的出现在人类文明史和传播史上将产生巨大的作用。基于这种认识，加上专业的敏感与冲动，很自然地就想到得写一部手机传播研究的专著。可是考虑到当时研究成果极少，加上此项研究涉及许多技术层面的知识，真的动手写，是有很难度的。2003年初，我在广西大学给新闻与传播学硕士研究生讲课时，曾出题目并指导过一位学生撰写“手机是否是第五媒体”的论文。2005年底在北京参加一个全国性学术年会。会上，中国传媒大学的一位博士研究生提交了有关手机心理研究的会议论文。我感觉她写得不错，因此，鼓励她尽快撰写一部有关手机传播的专著。回来后想想，鼓励这位青年学子开展创新性研究是有意义的，干吗自己不去为之呢？于是开始踏上手机传播学研究的征程。

国内关于手机的研究是由手机短信引发的。在“中国期刊全文数据库”中看到最早的（2001年）一篇研究手机的学术文章认为，手机技术的不断发展进步，其作为媒体工具的特性越来越得以彰显，利用手机短信向客户终端提供新闻，可以使新闻无处不在。作者惊喜地展望：“手机正在成为媒体工具”^①。2003年以后，随着手机短信在美国哥伦比亚航天飞机

① 闵大洪：《手机正在成为媒体工具》，《中国传媒科技》2001年第6期，11页。



失事传播中拔得头筹，以及我国广东地区“非典”疫情期间手机短信诱发的谣言传播，有关手机的研究正式走入学者的视野，引发手机能否成为第五媒体的研究热潮。相关研究集中在究竟是手机还是手机短信可以作为第五媒体出现。

在本体论研究的基础上，以现实生活为背景，对手机的研究进一步深入：关注手机给新闻传播格局、给人们的生活带来的变化，包括给人们心理（特别是青少年）及文化带来的变化；关注手机短信语言学层面的思考；关注手机报纸、手机电视出现后的手机新媒体特点，探讨手机报纸、手机电视对传统媒介生态的冲击，针对其发展中出现的问题指明出路，热情迎接新媒体的曙光；关注手机营销和手机广告，为未来手机媒体新兴产业链的打造出谋划策；关注手机引发的社会负面作用和影响等等。

总之，相关论文就手机的某个方面展开研究，理论联系实际，具有很强的现实指导意义和理论价值，但不足在于：散兵游勇式的诸多论文，不能发挥整体出击的功效，学界对手机及其传播的研究缺乏系统性、深刻性和全面性。

目前笔者搜集到的直接论述手机及其传播的相关学术专著主要有以下几本：美国学者保罗·莱文森著的《手机：挡不住的呼唤》，奥地利学者格拉尔德·赖施尔和海因茨·苏恩德著的《第四个“W”——移动电话的妙用》，中国人民大学学者匡文波著的《手机媒体概论》，童晓渝、蔡信、张磊编著的《第五媒体原理》，朱海松著的《第五媒体：无线营销下的分众传媒与定向传播》。当然也有一些与手机直接相关的小说和技术类书籍，由于其不属于社会科学类研究的学术专著，因此不在本书讨论范围之内。

美国学者保罗·莱文森的《手机：挡不住的呼唤》是第一部介绍到我国的手机学术论著，书中讲述手机的疯狂、神奇和温馨，论述它如何影响家庭，如何影响谈情说爱、商务和战



争。作者认为，手机是革命，是超越电脑和网络的革命；手机把我们送回大自然，使我们恢复同时说话和走路的天性。

奥地利学者格拉尔德·赖施尔和海因茨·苏恩德在《第四个“W”——移动电话的妙用》一书中，向我们预测了未来科技的发展情况，其中第一次描述了无线万维网时代将会使我们人类本身以及我们的社会发生怎样的变化，向我们展示，无线万维网将给我们的生活带来怎样的影响。

中国人民大学学者匡文波著的《手机媒体概论》探讨手机媒体作为新的大众传播媒体的必然性、手机中的人际传播——手机短信、手机报纸、手机电视、手机的传播学思考、手机媒体的经营策略，手机媒体的负效应以及手机媒体的管理等。

童晓渝、蔡佶、张磊编著的《第五媒体原理》从传播的发展足迹出发，研究手机的发展历程，手机如何成为第五媒体，分析第五媒体的结构，第五媒体提供的多样的服务与体验，第五媒体与经济、文化和社会的关系。

朱海松著的《第五媒体：无线营销下的分众传媒与定向传播》虽然书名直言第五媒体，书中阐述的其实是无线广告在第五媒体上的运用思路。该书探讨了第五媒体的定义、以第五媒体为基础的无线广告的发布形式、应用标准和广告效果等。因此严格意义上该书并不属于全面论述手机的学术专著，将其归之为手机广告的学术专著也许更恰当些。朱稍后推出的《无线营销：第五媒体的互动适应性》和《无线广告：第五媒体上的广告形式及应用标准》亦属此类。

上述学术专著以不同的思路建构手机研究的学术框架，表现出当今学人对新媒体的热情关注和对学术的现实观照，为我们这本书的研究奠定了研究基础，但遗憾的是一些著作存在描述现象多于理论阐释，广度有余而深度不足的问题，这就使得一些著作的理论素养欠缺，另外缺乏运用传播学理论分析手机传播的统一性，或仅仅只言片语，或论述时纠缠于传播学的结



构分析，在传播学的5个W上打转，未能运用其他传播学的丰富理论展开研究。

牛顿曾经说过，只有站在巨人的肩膀上才能看得更高、更远。前人研究的缺陷对本书展开研究既是机遇，又是挑战。机遇在于我们可以站在前人的肩膀上眺望，有了更加宽广的视野去观照手机传播的问题，去填补前人留下的空白；挑战则是我们能否比前人做得更好，是否能达成心中宏愿？不管怎样，我们的思考也许稚嫩，我们的笔墨也许言不尽意，但只要我们能做到些许创新，能够对您起到抛砖引玉的作用，我们相信自己的心血就没有白费。

本书从传播学的角度深入系统地思考手机传播，侧重从人际传播和大众传播两个层面来论述手机传播的方方面面，如从多学科角度观照手机传播的特性和功能，探讨手机人际传播的动机、心理、内容分析、手机人际传播的悖论，分析手机与大众传播关系，研究手机与传统媒体的互动与融合、手机报纸、手机广播、手机电视、手机新闻、手机广告，探析手机传播中的法制与伦理问题等。关于手机的组织传播功能，可以预见将来定会得到开发和应用，但由于目前尚处在萌芽状态，因此本书未将其列入其中。但笔者将时时刻刻关注手机技术和功能的不断完善带来的手机传播功能的衍变，在以后的研究中予以关注。

该书的读者定位我们是这样考虑的：它应该适合于新媒体从业人员、研究者、新闻传播院系师生和有较高传播意识的手机用户阅读，可以成为新闻与传播院系重要的专业课教材。

靖 鸣

2007年7月10日

开 篇

真正有意义、有价值的讯息不是各个时代的传播内容，而是这个时代所使用的传播工具的性质，它所开创的可能性以及带来的社会变革。

——麦克卢汉

在麦氏看来，媒介的内容“好比是一片滋味鲜美的肉，破门而入的窃贼用它来涣散看门狗的注意力”^①。而媒介本身这个会给媒介格局、社会行为带来巨大变化的“形式”往往被人们有意无意地忽略了，他的重要使命就是要把禁锢在“铁屋子”里的人们从沉睡中惊醒，给人以醍醐灌顶的一击。想当年，麦克卢汉的言论被认为是荒诞不经的呓语，备受冷落。然而20世纪90年代以后科技的进步、新兴媒介的众声喧哗一次又一次地印证了麦氏电光石火般的智慧和锐思。

想想看，你是否因为电子媒介，比如电视、电脑成为你家中的一分子，无数次沉湎其中，甘做沙发上的土豆，而减少了与亲朋好友的相聚？是否因此害怕孩子缺乏自制而加紧了到家

^① [加] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆，2000年，46页。



中子女的看护？是否因为网络的便捷方便而减少了对报纸的关注，查阅资料首先想到的是百度、谷歌，而不是亲自跑一趟图书馆？这些改变无论或大或小，或隐或明，媒介本身都在影响改变着我们的工作、学习和生活。

如今，手机这个幽灵再次像空气一般渗入我们生活的方方面面，比报纸更互动，比广播更丰富，比电视更易携，比电脑更普及，集几大媒体优势于一身，成为人们的贴身伴侣。岂止是伴侣，它简直就是我们身上的第六感官，有朝一日离开了它，不少人相信如摘掉器官一般难受。

回想以往没有手机的日子，不禁让人唏嘘感叹。虽然那时的沟通手段没有手机迅捷、方便，却也不乏温情脉脉的青涩回忆。冯小刚导演的电影《手机》及小说剧本相信不少人都看过，你还记得这样几个场景吗？

场景一：口信时代与严白孩

严守一曾祖父给大儿子提亲，捎口信给两千里关外的老大严白孩回家成亲，中途却换了三个捎信人——贩驴的老崔、唱戏的老胡、野郎中小罗，原定两个月内严白孩年关成家的口信，竟然花了两年多的时间。几经波折口信捎到了，但口信的内容却因多人传话给捎丢了。严白孩误以为爹死了，心急火燎地走 20 天的路赶到家，不分青红皂白进门就哭爹，把一家人搞得很是迷惘。事后才搞清楚父亲捎口信原是让他回来娶妻的，只是早已时过境迁，父母本来打算让他娶的女人已经跟大弟严黑孩快要生第二个孩子了。

场景二：手摇电话时代与吕桂花

那是在 1969 年，严守一年轻漂亮的表嫂对丈夫牵肠挂肚，坐在他骑的自行车后面跑了 40 里山路才到了镇上，给远在矿山工作的丈夫打了一个电话。而和丈夫电话中的“私房话”



本属个人隐私，却被守候电话的工作人员通过高音喇叭肆无忌惮地播放，竟一时成了工地上广为流传的“流行歌曲”：“牛三斤，牛三斤，你的媳妇叫吕桂花，吕桂花让问一问，最近你还回来吗？”

场景三：手机时代与严守一

在享受着手机温柔的抚慰时，严守一们也在不断忍受它对个人生活空间横冲直撞的入侵。严守一的奶奶病危，而严守一正因手机跟沈雪展开一场心理战。严守一因为没有随身携带手机，而没能与奶奶见上最后一面。而此刻的手机正在沈雪手里被武月引爆，成为手雷！手机泄露了严守一和武月之间的秘密，沈雪最终也像严的前任妻子一样弃严守一而去。

电影撷取我们生活中因手机而生发的几朵浪花，深刻地讽喻了技术理性下的现代生活。如果说手机在缩短人类物理距离领域具有存在价值的话，那么同时它也在加大人类的心灵和情感距离。正如费墨说的，人与人之间“近，太近，近得人喘不过气来！”显然电影对手机的态度持技术悲观主义的立场，信奉“手机就是手雷”，寄希望于重归纯净、安详的乡村田园，来建筑我们的精神家园，这样的梦想对于现代社会的人们来说无疑是一个乌托邦样的幻景。

目 录

序	张国良 (1)
前言	(1)
开篇	(1)
第一章 手机的技术功能及其拓展	(1)
第一节 与手机相关的通信工具	(1)
一、电话的发明	(2)
二、无线对讲机	(5)
三、无绳电话	(6)
四、小灵通	(8)
五、寻呼机	(10)
六、大灵通	(15)
第二节 手机的诞生与手机之父	(18)
第三节 手机的 30 年法则	(21)
一、1G：“大哥大”的时代	(21)
二、2G：GSM 网络时代	(24)
三、2.5G：GPRS、CDMA1X 时代	(26)
第四节 手机与网络的结合——无线上网	(36)
一、WAP 业务	(37)



二、日本的 I-mode	(41)
第五节 手机的 3G 革命	(43)
一、3G 的特点	(43)
二、3G 手机的功能	(44)
三、3G: 手机媒体羽化成蝶	(47)
四、我国已正式参与 3G 手机国际标准的制定	(48)
五、后 3G 时代	(50)
第六节 手机的未来形态和功能	(52)
一、多功能化	(53)
二、智能化	(54)
三、人性化	(55)
四、分群化	(57)
 第二章 手机的传播特性和意义	(59)
第一节 手机的技术特性	(59)
一、便携性	(60)
二、移动性	(61)
三、贴身性	(61)
四、渗透性	(62)
第二节 手机的电话传播特性	(63)
一、即时性	(64)
二、强迫性	(65)
三、聚焦性	(65)
第三节 短信的人际传播特性	(66)
一、方便快捷	(67)
二、书面口语	(67)
三、去现场感	(68)
四、到达率高	(68)