



中国广播电视协会学术研究系列丛书

传媒理论先锋

FORERUNNERS OF MEDIA THEORY



中国广播电视协会 编



中国广播电视协会学术研究系列丛书

传媒理论先锋

中国广播电视协会 编

中国广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

传媒理论先锋/中国广播电视协会编. —北京: 中国广播电视出版社, 2008. 2

ISBN 978-7-5043-5555-3

I. 传… II. 中… III. ①广播工作—理论—文集②电视工作—理论—文集 IV. G220-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 014674 号

传媒理论先锋

编 者	中国广播电视协会
责任编辑	聂珊珊
封面设计	马 申
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	保定地质勘察院美术胶印厂
开 本	880 毫米×1168 毫米 1/32
字 数	350 (千) 字
印 张	13.625
版 次	2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5555-3
定 价	26.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

CHUANMEILILUN XIANFENG

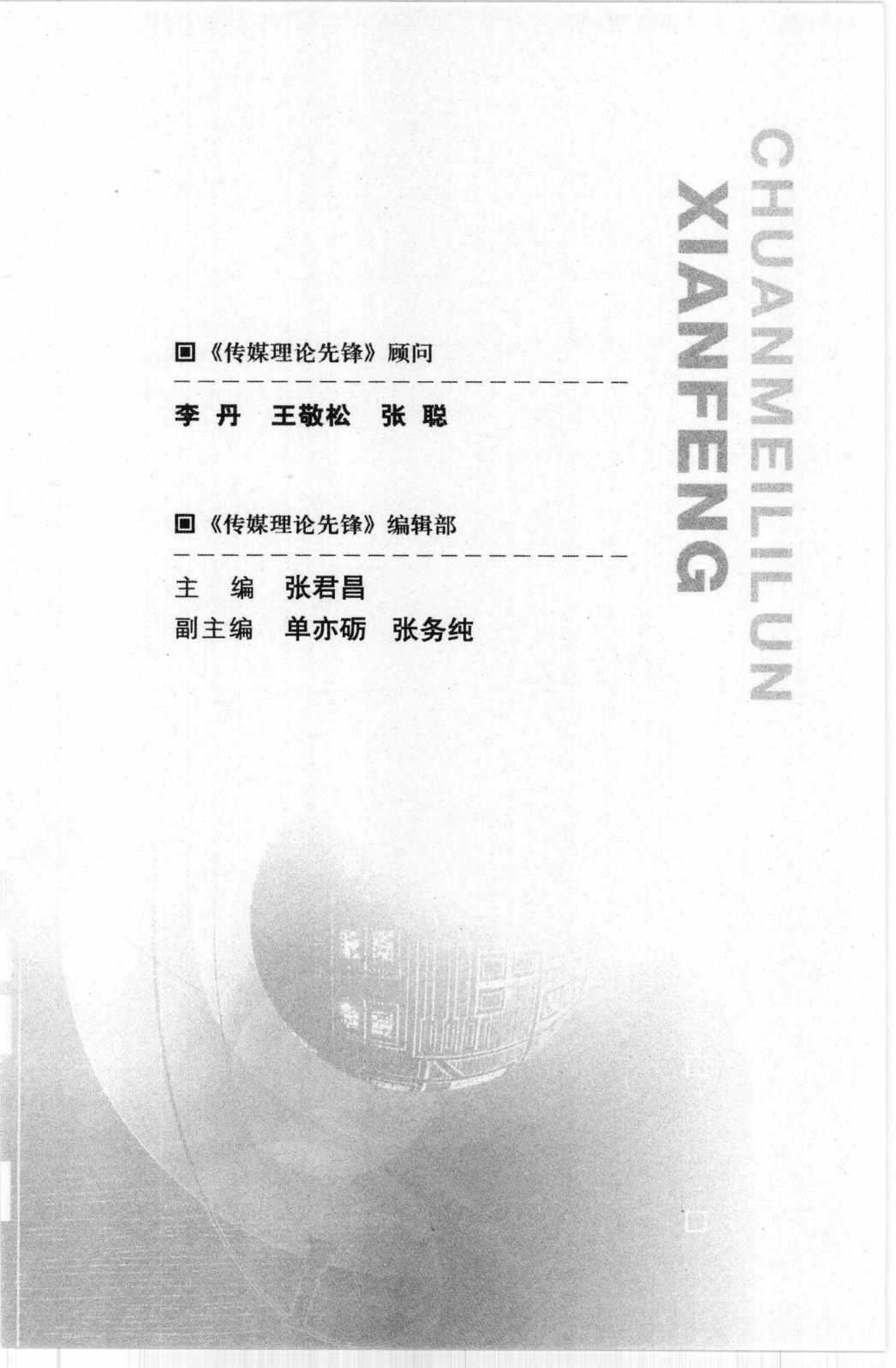
▣ 《传媒理论先锋》顾问

李 丹 王敬松 张 聪

▣ 《传媒理论先锋》编辑部

主 编 张君昌

副主编 单亦砺 张务纯



出版说明

2007年中国广播电视协会完成两大理论评选活动。一项是被业界广泛关注的“第三届全国十佳百优广播电视理论人才评选”活动,经过十个月的酝酿、评选,王求、包斯尔、孙宝国、李岭涛、李新民、冷冶夫、张颂、张海潮、高歌东、童宁等十位同志从近二百名竞争者中杀出重围,荣膺“十佳理论人才”称号。他们理所当然地有资格被称为当今传媒理论界的先锋人物。

一项是有着近二十年历史的“第五届全国广播电视学术著作评选”活动。经过历时半年的复评、终评工作,近四年来出版的9部质量上乘、有重要影响的著作拔得头筹。它们是:徐光春担任主编、刘习良担任常务副主编完成的《中华人民共和国广播电视简史》,黄勇担任主编完成的《2006年中国广播影视发展报告》,这两部著作双双获得特别奖,另有7部著作分获各类一等奖。其中,张振华主编的《中国广播电视新论》、廖祥忠著的《数字艺术论》、高鑫著的《电视艺术美学》获得基础理论类一等奖;徐迅著的《暗访与偷拍》获得应用理论类一等奖;唐世鼎、黎斌著的《制播体制改革与电视业发展问题研究》,李新民著的《中国电视大趋势》获得决策及管理类一等奖;中国传媒大学组织编纂的《中国广播电视年鉴(2006年)》获得史志类一等奖。这些著作代表着当今广播电视学术理论研究的最新、最前沿的成果,其主创人员也当之

无愧地称得上是当今传媒理论界的先锋人物。

将上述两方面人员的代表作或者最新研究成果汇集成书,就是大家今天看到的这本《传媒理论先锋》。鉴于作者都是当前活跃在广播电视学术理论界的先锋人物,对他们学术代表作的筛选又是本着精益求精的原则进行的,因此,本书的理论性、前瞻性、新颖性是毋庸置疑的。由于本书作者研究专长属于多个领域,在广播电视系统又分属不同层级,难以归类,所以,文章顺序以作者姓氏笔画为序排列,这也许是这本书的一个特色。

在本书策划、编辑过程中,恰逢党的十七大召开,本书编辑部立刻组织深入学习领会十七大文件,并把十七大精神贯彻到编辑过程当中,做到编辑加工精益求精。党的十七大报告指出,要推动社会主义文化大发展大繁荣,兴起社会主义文化建设新高潮;要大力建设社会主义核心价值体系,增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力。并且进一步指出,要“繁荣发展哲学社会科学,推进学科体系、学术观点、科研方法创新,鼓励哲学社会科学界为党和人民事业发挥思想库作用,推动我国哲学社会科学优秀成果和优秀人才走向世界”。当今时代,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉,越来越成为综合国力竞争的重要因素,丰富精神文化生活越来越成为全国人民的热切愿望。广播电视这一当前代表国家“软实力”的标志性媒体,必须以科学发展观为指导,围绕和谐文化建设,开拓进取,扎实工作,才能保障好人民群众的基本文化权益,为构建社会主义和谐社会做出贡献。然而,没有理论上的清醒,就没有行动上的自觉。学术理论研究作为一项重要工作,应该紧紧围绕我国广播电视发展的实际需要,找准选题,组织攻关,多出精品,为我国广播电视发展提供有力的理论支撑。并且在研究、解答、推广这些理论成果的过程中,注意发现人才,尤其注意培养造就一批了解国情、学贯中西、头脑清醒、功底扎实的中青年广播电视理论家,才能切实把社会主义核心价值

体系融入到国民教育和精神文明建设的全过程,成为坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化高潮的中坚力量。

本书的出版,既推出了现阶段广播电视界十分需要的理论成果,又推介了一部分学有所成的专家学者,可谓一箭双雕。我们愿这些理论成果都能够经得起实践的检验,这些人物都能够成为代表社会主义核心价值观的传媒理论名家,成为促进中国广播电视大发展大繁荣、推动中华文化复兴和走向世界的有生力量。当然,这项宏大工程不可能一蹴而就,本书也只是汇集了一小部分先锋人物的理论成果,但它好比是一朵浪花或者一只号角,它的吹响和出现,预示着新一轮理论研究的高潮会大海涌浪般到来。最后,感谢中国广播电视出版社副社长王克瑞先生对于本书出版工作的大力支持,感谢聂珊珊女士一丝不苟的编辑工作。

编者

识于2007年12月30日

2008年1月17日又及

目 录

出版说明	(1)
王 求： 网络传播及其对网民行为方式的影响	(3)
包斯尔： 全球化与现代广播电视改革	(25)
刘习良： 史学研究的价值	(51)
孙宝国： 电视节目形态的界定、分类、创新和走向	(73)
曲宗生： 为历史见证 与时代同行 ——《中国广播电视年鉴》创刊 20 周年记	(97)
李岭涛： 电视媒体的机制创新分析 ——以“中国电视四小龙”为例	(113)
李新民： 公司化是电视业发展的新要求	(137)
中国电视的大国效应	(144)

世纪之交话电视	(150)
冷冶夫:	
关于纪录片的若干思考	(159)
张 颂:	
传媒语言文化身份的当下识别	(185)
传媒语言引领价值的本土意义	(197)
张振华:	
论新闻传播的科学思维	(211)
张海潮:	
中国电视节目分类体系	(237)
高 鑫:	
论电视艺术美学	(277)
高歌东:	
广播语言中的复叠修辞	(303)
唐世鼎 黎 斌:	
制播体制改革与中国电视产业	(331)
徐 迅:	
暗访与偷拍的法律陷阱	(347)
黄 勇:	
围绕中心 服务大局 为促进广播影视发展改革 提供智力支持 ——在《2006 年中国广播影视发展报告》首发式 上的讲话	(373)
童 宁:	
电视记者新概念	(387)
廖祥忠:	
数字艺术论	(413)

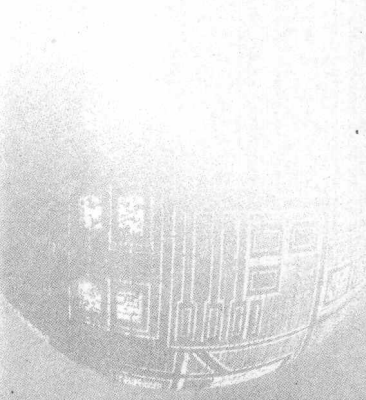


王 求

中央人民广播电台台长,高级编辑

荣获第三届全国十佳广播电视理论人才称号

代表作:《网络传播及其对
网民行为方式的影响》、
《构建中国特色的公共广
播体系》等



网络传播及其对网民行为方式的影响

目前国内已有不少关于网络传播的译著及国内学者的著作发表,有代表性的如尼葛洛庞蒂的《数字化生存》、比尔·盖茨的《未来之路》、彭兰的《网络传播概论》、吴风的《网络传播学》等,围绕网络传播开展的理论研究在近几年取得了不少成果。比如新闻传播学界关于网络传播中人际互动关系的研究、关于“第四媒体”基本特征的研究等等,社会学界也针对建立网络社会学、网络社会的性质(包括虚拟社区、虚拟社群)、网络传播对社会文化的影响等课题,从不同的方向入手,对互联网这个新的领域展开了逐步深入的探索。在此基础上,本文拟结合社会学和传播学两个不同的研究方向,尝试对网络传播特征及其对网民的影响作一些探讨。

历史已经证明,科学技术对人类社会变迁具有巨大的推动作用,这种推动作用往往从一种新工具的普及开始,逐渐演变为文化,最后成为一个社会的主流生存方式。石器的使用使人类祖先开启了“石器时代”,铁器的发明引领原始人进入“铁器时代”,蒸汽机的出现开创了近代工业化的“机器时代”,而当今世界,互联网的应用与发展正在开创一个“网络时代”。这个时代的一个突出特点是发展速度和规模令人咋舌。如果从 1993

年浏览器开始使用时算起,经过 11 年的发展,全球上网人数目前已经超过了 7 亿,而 1994 年互联网接入中国之后,随着中国信息产业的迅速发展,10 年来的跨越更令人吃惊。中国互联网信息中心(CNNIC)2004 年 7 月发布的第 14 次中国互联网发展状况统计报告表明,到 2004 年 6 月 30 日,中国大陆上网人数已达 8700 万(这个数字是 1997 年第一次发布报告时全国网民总数的 140 倍),居世界第二位,上网计算机达到 3630 万台,CN 下注册的域名数和网站数分别达到 38 万和 62.7 万,其发展规模和速度受到世界瞩目。在这 10 年间,中国依法取得登载新闻资格的网站超过了 150 家,全国有 1400 多家新闻媒体创办了网络版。尽管互联网的接入也带来了一些社会问题,但总的来看,互联网催生的业务如雨后春笋不断涌现,互联网不仅为人们拓展出一个获取信息、了解世界、相互沟通的广阔空间,而且正在潜移默化地改变人们的工作、生活、学习和交往方式,它在社会各个方面都扮演着越来越重要的角色,并将成为越来越多的人形影不离的虚拟实在空间。

从 20 世纪末到 21 世纪初,网络传播迅速发展,乃至被称为当今社会“第四媒体”。“在传播模式上,网络已经改变了广播时代‘一对多’的模式,那种模式使得少数人可以影响、改变整个国家的认识和信仰。在网络‘多对多’的传播空间里,所有电脑都是一个印刷媒体,一个广播电台,甚至是个集会地。大众传媒与新闻业仍将存在,但这些机构再也无法垄断信息并独享受众的注意力。”^①“现在我们看到,网络已作为一种全新的媒介登上历史舞台。网络传播研究者所要面对的,不仅是作为第四媒体的网络,还要研究网络是如何融合人际传播、群体传

^① 戴维·冈特利特主编:《网络研究——数字化时代媒介研究的重新定向》,彭兰译,新华出版社 2004 年版,第 286 页。

播、组织传播与大众传播的,以及这些传播形式之间的相互作用。”^①与此同时,随着网民人群的迅速扩大,网络传播对社会、群体、个人的影响力也日益增长,无论这种影响是正面的还是负面的,都不能不引起社会学和传播学的关注并加深了解和研究。

一、网络传播特征及其与传统传播方式之异同

“信息时代中,大众传媒的覆盖面一方面变得越来越大,另一方面又变得越来越小。像有线电视新闻网、《今日美国报》这种新形态的传播媒介拥有更广大的观众和读者,其传播的辐射面变得更为宽广。针对特定读者群的杂志、录像带的销售和有线电视服务则是窄播的例子,所迎合的是特定的较小人群的口味。所以大众传媒在这段时间内变得既大又小。”

“在后信息时代中,大众传媒的受众往往只是独自一人。所有商品都可以订购,信息变得极端个人化。”^②

尼葛洛庞蒂在这里揭示了现代传播领域的一个重要现象,媒体的多元化和媒介的窄播化。以广播为例,一方面,为了覆盖更广大的人群,广播不仅利用传统技术手段如调幅、调频方式努力扩大覆盖,同时积极开发数字广播技术,力图从根本上改善广播覆盖方式;另一方面,广播正加速进行频率专业化的改革,细分收听人群,如音乐、交通等专业频率的大量出现。实际上包括报纸、杂志、电视等在内的其他传统媒体,在互联网出现之后,都呈现出多元化和窄播化的改革发展趋势,但应当指出的是,这种趋势并非由互联网的出现而引发,只是互联

① 彭兰:《网络传播概论》前言,中国人民大学出版社2003年版。

② 尼葛洛庞蒂:《数字化生存》,胡泳、范海燕译,海南出版社1996年第2版,第192页。

网的出现加速了在此之前已经出现的这种变化过程。

网络传播作为所谓“后信息时代”的传播方式,集合了传统传播方式的几乎所有特征。网络传播的这些特征,正是现代传播理论所尚未涵盖而需要不断深入探讨的新领域。“有人提出网络传播有9大特征:丰富多样性、全球性、自由性、交互性、可存储性、易检索性、多媒体性、个体性、虚拟性”^①,这种归纳方法从另外一个视角概括了网络传播的种种特征,但仍不足以成为从传播理论和社会学角度深入探讨网络传播与传统传播异同的依据。综合近年来专家学者比较系统的研究成果,我个人认为网络传播至少在以下两个方面与传统传播方式存在密切的传承关系:

首先是大众传播。毫无疑问,网络也是一种大众传播媒介。1998年5月,在联合国新闻委员会年会上,网络被正式作为“第四媒体”提出。把网络称为第四媒体,正是从它的大众传播功能角度出发来认识的。从这个角度来看,网络传播与大众传播具有明显的共性。当然,作为大众传播媒体,网络也具有不少自身的特点,如资源的无限性、传播的跨国界等等。

其次是组织传播。“组织传播是指组织所从事的信息活动,它包括组织内传播和组织外传播两种,两者都是组织生存所必不可少的保障。”“组织传播可以通过书面媒体、会议、电话、传真、组织内公共媒体和计算机通信系统等进行。网络作为一种计算机通信系统,给组织传播带来了巨大影响。”^②由此可见,组织传播作为传统的传播方式之一,在网络传播中得到了进一步的运用。

而在另外两个方面,网络传播则体现出与传统传播方式明显的差异:

① 吴风:《网络传播学——一种形而上的透视》,中国广播电视出版社2004年版,第77页。

② 彭兰:《网络传播概论》,中国人民大学出版社2003年出版,第283~284页。

首先是群体传播。日本传播学家岩原勉将群体传播定义为：群体传播就是将共同目标和协作意愿加以连接和实现的过程。群体聚集的目标千差万别，群体的互动机制和保障机制也各不相同，这使得群体之间产生差别，有明确组织规范和纪律并实行有效内部管理的群体形成组织群体，而不具备这种条件的则被归类为非组织群体。网络群体一般分为两种形式，一种群体是在物理世界已经存在的，它通过网络来发展群体成员间的关系，如利用班级网页形成另一种形式的班级；而另一种群体则是通过网络形成的新群体，如通过网站形成的兴趣社团。网上群体的形成过程，实际上就是所谓“虚拟社区”建立的过程。

其次是人际传播。人际传播是网络传播中最具自身特点的一种传播形态，人们对网络人际传播的需求，甚至超过对网络大众传播的需求。网络人际传播比物理世界中的人际传播更为轻松，并且可以作为紧张的现实生活的一个“泄压阀”。值得关注的是，网络人际传播对于人的社会化具有直接而重要的影响。

我个人认为，尽管网络传播在大众传播和组织传播方面也存在与传统传播方式的差异，但除了功能的扩大及形式的转换，两者之间不存在根本的区别。而网络传播中的群体传播和人际传播功能，则不仅与现实社会中的群体传播和人际传播有明显差别，而且也是传统传媒所无法企及的。因此，网络传播特征研究的重点，应当放在群体传播和人际传播方面。

1. 网络群体传播的特征

“群体指的是一群有着共同兴趣或目标的人的集结。”^① 群体传播为人们提供信息来源和社会安全感，为个人提供自我表现和自我实现的场所，也为个人提供与他人合作的机会，实现自

^① Sullivan 等著：《传播及文化研究主要概念》，杨祖君译，台湾远流出版事业股份有限公司 2001 年出版，第 170 页。

己的一些目标。群体形成往往会受到地域条件、社会阶层等因素的限制，因而传统媒体无法为人们提供实现群体传播的渠道。网络的出现，为人们提供了一个通达全球的网状通讯结构和传播渠道，使身处不同地域，有共同兴趣、爱好及需求的人可以聚合起来，交流信息，满足自我的需要。网络群体传播最典型的代表是BBS。在BBS上，人们可以选择自己感兴趣的话题，进入特定的区域，参与讨论、传递信息，甚至可以在其中扮演舆论领袖的角色，引导他人对某个问题表达看法和意见，以满足自我实现的需求。经常在这种所谓“虚拟社区”内产生联系的人之间，很容易产生共识和认同，从而形成一个群体。这个群体在网络上发生的传播行为，完全基于参与者的自愿。他们彼此之间没有明确的规则约束和限定，也比较自由和平等。而传统媒体不可能为人们提供这么多使用传播媒介的机会，因此很难形成类似的群体传播。在传统的群体传播活动中，群体压力往往对群体成员产生重要影响，尤其是在组织群体内，规范和纪律对群体成员的约束更为直接和明显。但在网络群体传播的过程中，群体压力却并非随时随地发生作用，这主要是因为，网络群体一般是处在非组织的虚拟状态中，而非组织的虚拟群体对个体现实生活的影响是有限的，某个成员即使持有与群体多数成员的不同意见或相反的想法，也可以随意表达出来，而不必惧怕后果，最坏的结果不过是自由地离开这个群体。

2. 网络人际传播的特征

人际传播和其他类型的传播方式相比，具有这样一些特点：首先，人际传播传递信息的渠道比较多，除了语言之外，还可以通过表情、眼神、语气、手势、动作等来传达信息，使得信息的意义丰富和复杂，特别是面对面的人际传播。其次，人际传播的交互性强，互动使参与交流的人可以修改和补充自己所传播的内容，并更准确地理解对方所传达的信息。第三，与其