

WO ZHIDAO SHENME



我知道什么？

新媒体

〔法〕 弗兰西斯·巴尔 著
杰拉尔·埃梅里

商务印书馆

我知道什么？

新 媒 体

〔法〕 弗兰西斯·巴尔 著
杰拉尔·埃梅里

张学信 译

冯韵文 审校

商 务 印 书 馆

2005 年·北京

图书在版编目(CIP)数据

新媒体/(法)巴尔,(法)埃梅里著;张学信译. —北京:商务印书馆,2005

(《我知道什么?》丛书)

ISBN 7-100-02551-6

I. 新… II. ①巴… ②埃… ③张… III. 传播媒体—概论
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 20264 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

我知道什么?

新 媒 体

[法] 弗兰西斯·巴尔 著
杰拉尔·埃梅里

张学信 译 冯韵文 审校

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北 京 外 文 印 刷 厂 印 刷

ISBN7-100-02551-6/C·24

2005 年 1 月第 1 版

开本 787×960 1/32

2005 年 1 月北京第 1 次印刷

印张 4 1/2

定价:7.50 元

《我知道什么?》丛书

出版说明

世界闻名的《我知道什么?》丛书,是法国大学出版社 1941 年开始编纂出版的一套普及性百科知识丛书。半个多世纪以来,随着科学知识的不断发展,该丛书选题不断扩大,内容不断更新,已涉及社会科学和自然科学的各个领域及人类生活的各个方面。由于丛书作者都是有关方面的著名专家、学者,故每本书都写得深入浅出,融知识性和趣味性于一体。至今,这套丛书已印行 3000 余种,在世界上产生很大影响,被译成 40 多种文字出版。

“我知道什么?”原是 16 世纪法国哲人蒙田的一句话,它既说明了知识的永无止境,也反映了文艺复兴时期那一代人渴求知识的愿望。1941 年,法兰西民族正处于危急时期。法国大学出版社以蒙田这句话为丛书名称出版这套书,除了满足当时在战争造成的特殊形势下大学教学与学生读书的需要外,无疑具有普及知识,激发人们的读书热情,振兴法兰西

民族的意义。今天,我国正处在向现代化迈进的新时期,全国人民正在为把我国建设成繁荣富强的社会主义国家而努力奋斗,我们相信,有选择地陆续翻译出版这套丛书,对于我们来说也会起它应有的作用。

这套丛书的翻译出版得到法国大学出版社和法国驻华使馆的帮助,我们对此表示真诚的谢意。由于原作为数众多,且时间仓促,所选所译均难免不妥之处,个别著作持论偏颇,尚希读者亮察。

商务印书馆编辑部

1995年5月

目 录

导 言	1
第一部分 现实中的未来	9
第一章 从电报到微处理机	11
一 电报和电话的美好日子	12
二 无线电广播的产生和发展	13
三 录音	17
四 电视的诞生和发展	20
五 活动图像的录制	22
六 微处理机	24
第二章 新媒体	28
一 新的播放或传输网络	30
二 应要求提供的节目和服务	49
第二部分 想象中的未来	60
第一章 工程技术人员设想的未来	62
一 传播和电信的前景	64
二 应要求提供的节目和服务	68
第二章 是美好未来还是黑暗未来?	87
一 是地球村还是电子集中营?	87

二	在美好和黑暗之间	91
第三部分	各种可能的未来	96
第一章	技术的需求	98
一	电视广播	98
二	应要求提供的节目和服务	104
第二章	通信模式	110
一	媒体的先后分类	110
二	通信的结构和活动	115
第三章	未来的选择	118
一	新媒体质问旧媒体	119
二	政治家的回头	123
结 论		130
参考书目		132

导 言

图像不久也将像言语和印刷品一样,可以不费力地被从一个大陆传输到另一个大陆,传输到最小的团体内部。

这一革命要归功于新近出现的技术和工艺,它们使每个人通过简单的操作就可以得到服务,得到越来越多过去没有出现过的节目。这些新技术和工艺是:可以独立使用的设备和配套用品,例如录像机和录像带;个人接收各种图像和信息的新设备,如视传系统和加密电视;最后则是用电缆及卫星连接而成的地区性或全球性网络。

媒体分为三类,即独立类、广播电视类和电信类

如果以法国法学家所说的“交由公众支配”为标准,即用户可用以接收向其提供的节目和服务,使用这些技术和工艺的媒体便分别属于下述三类。

第一类是独立媒体：包括录像带、影碟、计算机软件 and 教学软件。像书籍、报纸、电台节目或电影（密纹唱片、激光唱片、录音带）一样，它们的内容不能同载体分离，信号都被记录在存储体上。但对它们的利用则与书报不同，要求有视听设备：电唱机、录音机、录像机、影碟机和微机。通常，这些家用设备除可以看录好的节目外，还可以自己录节目。

第二类是广播电视媒体：借助设备（天线或解码器）可以同传输网络（地面电磁波网络、有线电视广播、卫星直播）连接，用户便可收到节目或得到服务。经连接后，这些不同的媒体就能把节目和极其多样化的服务（常规广播电视、加密收费广播电视和视频传输）传送到用户家中。其中有一些媒体，如电视文字广播，可保证用户通过个人操作在其选择的时刻收到这些节目和服务。另外一些媒体，如有线电视，与树形结构的同轴电缆网络连接，有一条“回路”。这样，用户可以把某些信息传输给向他提供信息的来源地。这样就可以互动，但这称为“弱”互动，只允许用于一项表决、一次远距离咨询、或者一种了解收视率的经常性措施。

第三类是电信媒体：其言语、文字、图表、静止图像、活动图像在信息源和最后接收者之间的双向交换量是相同的，这就是所谓的“强”互动。对于各种

信息来说,不管其形式和目的如何,互动媒体都起到了或将要起到电话早已起到的那种传输言语的作用:它们是两个人或者更多的人之间同时接收和发出信息的工具。在星状结构的移动电话网络上安装数控器,就成为数控一体化服务网络。这种统一的网络,借助全部信号数字化、光纤和星状结构,就能提供各种图像互动服务,从接收静止图像和活动图像直到接收极复杂的专业通讯。

多样化的通讯活动:交流、传播和公布

独立类媒体,不管是联网的还是互动的,也无论新旧,作为多样化通讯活动的工具,都是以其特有方式实现其特定目的。它可以是机密的或同事间的通信:如电话、用户电报、远程信息传输就是典型例子,但有条件接收的电视、固定收费电视或非固定收费电视也属此类;也可以传播一桩社会的、政治的或宗教的事件,或者是宣传某一特殊实体,如某一少数民族:广播电台和电视台的专门固定节目和录音带、录像带可用作这类通讯活动的工具,但全国性或国际性的视听节目也属此类,不管要不要个人操作和付费。最后则是在自由开放的市场上向所有人提供作品、信息、节目或服务,这就是从词源学意义上来说

的公布。它可能只涉及某个地域的有限的地方行政单位,或者某个只以人的意志、思想或事物的性质为界限的集体。近处的媒体——当地的广播电台和电视台,和大的“普遍化”媒体,如在全国发行的报纸、全国的或者多国的广播电台和电视网络,是进行这种通讯活动的优先工具。对于这种通信,看来仍应保留“公布”这个名称。

新媒体新在哪里?

各种用于播放、传输和通讯的新技术的出现都要经过很多次试验,既有轰动一时的成功,也有鲜为人知的失败。然而,呈现在我们眼前的新技术却向我们提出一个问题:这些所有被叫做新媒体的工具与网络之间有什么共同点呢?人们真有理由像习惯所要求的那样,用同一个名称称呼这些五花八门的技术和工艺,并把它们列为同一类吗?难道由于它们同属电子家族以及它们之间,既没有预料到的又没有难以预料到的联接,我们就可以一股脑儿看待它们,好像它们突然一起反对因年长日久而遭到同样打击的老资格传媒——报纸、广播电台和电视台吗?

在 20 世纪末,对信息和通信的思考必须通过对

上述问题的仔细考虑。信息和通信涉及的范围虽不同,但都集中到一个问题上:这些媒体新在哪里?是指某一种酒是新的,还是像安德列·舍尼埃谈论一种“新思想”那种意义上的新,因而是在为某种最近才第一次出现的事物定性呢?在这个意义上,电视文字广播——西蒙·诺拉和阿兰·曼克称之为远程信息处理技术的第一个产物——当然是一种新媒体。但是,同轴电缆和地方广播电台就该列入旧媒体范畴之中,因为比利时和美国(这里只讲这两国)在二十多年前就了解它们的性能了。

那么,这些媒体是不是新在这个意义上,即像人们说某一种艺术、某一种风格、某一种语言是新的那样呢?就是说一种未见过的、新颖的、创新的东西,与传统的、固有的相反。这是评价的问题:由于电缆和成品录像带的发展,电视功能的倍减,*按其在长期垄断的节目安排中避开什么,而受到根本不同的评价。这也取决于人们从这种倍减所提供的可能性中获取什么利益:这些可能性并不必然地导致出现

* 倍减,法文原词是 *démultiplier*,一般指把某物减去若干倍。本书作者在这里所指的是要把电视只对其观众的主动单向传输,改变为电视同观众之间的互动双向传输,以改变当前法国不少观众对电视的疏远态度。这种改变,从电视的传输量来讲,就称做倍减。作者对广播也有同样的想法。——译者

新颖或创新的作品。

是否更应该认为，“新”这个形容词仅仅指状况的变化；各种媒体只是在它有不同的作用或追求不同目的时才成为新的呢？如果是这样，这些媒体不久都会变成新的。因此，今天会不会有一种新的不同于长期以来的电视，就像人们谈到新来的人，新富翁和新成员那样呢？诚然，某些通讯工具和机器只限于增加或减少大的传统媒体——报纸、广播电台和电视台所能做到的事。电缆、光纤、卫星和互动传输录像技术就是这样。在这种情况下，昔日的媒体只是发生了变化，得到了改善，性能已不同于过去，或者由于接上了新设备而有所不同。但同样真实的是，电视文字广播和星状结构的有线网络这样一些通信系统，从更完全的意义上来说是新的：它们实际上允许人与人之间或人与机器之间实现前所未有的通讯，与迄今已知的和试验过的通讯是根本不同的。

必须始终牢记这个形容词最强的含义：“新”是指某种东西的替代物，哪怕是短暂的，但决不会倒退。那么，今后会不会有人谈论新年或《新约》那种意义上的新媒体呢？明天的倍减的互动电视将在何种程度上取代今天或昨天的单向而又必然与人疏远的电视呢？新媒体在信息和通信方面引起的变化是数量上的还是质量上的？是程度上的还是本质上

的？

新近出现的与已见过的媒体截然不同的新媒体仅仅是对旧媒体的修补，还是准备完全取而代之？对于这些习惯上所说的新媒体，应该记住这些含义中的哪一个呢？没有一个含义可以用来形容一切新媒体。选择某一个含义而排斥另一个含义，怕是出自偏爱，而不是出自观察。这只是一种价值判断，而不是一种实质判断。除非暗示它只是一个预言，不然便是在轻浮而悠然自得地掩盖无知。

词和事物一样都是含混不清的。新媒体在本世纪最后十年里无疑也将和五十年代、六十年代期间的大众媒体一样：以想象来表现现实，可现实的轮廓和画面却未为在其中生活和观察的人所察觉。表现凝聚着对现实的忧虑和对将来的希望。表现也是社会现实本身的一个组成部分。

因此，企图在研究新媒体时绝不涉及人们往往以一种表面上的虚假的对称来与之相比较的大众媒体，将是徒劳的。新媒体在延伸、减少或取代大众媒体。但是，界定新媒体的含义、确定其本质是传输和交流思想与作品的手段，这是终点而不是起点。

事实必定是这样：列举这些技术所包含的种种可能性是不够的，还必须考察社会有意无意地利用这些技术来做什么，社会是愿意利用技术，还是被技

术的不确定性弄得不知所措。重要的不是技术发明,而是社会革新,即某一社会对技术的使用。至少在这个意义上,媒体无非是人们在利用的一种东西,或者说是人们好赖已经在利用的一种东西,或者说媒体只不过是将要变成人们利用的一种东西。

因此,对新媒体及其性能、用途、实用性和优越性的确认,毫无疑问要借助于对这个充斥着各种工具和网络的技术世界的种种未来的考察。在这里,人们也许是出于思想的自发倾向而过于仓促地把这个世界一分为二。

在各种未来趋势中,首先是那些已呈现在我们眼前的趋势:急不可待或者自命不凡的工程技术人员已在敦促执政者和企业家们试验他们的发现,梦想这样能缩短样品同广大公众之间的距离。其次,在这些或多或少是想象出来的未来景象中,自命为科学家的工程技术人员设想的未来,无论如何也不比当代预言家们给我们描绘的美好或阴暗的未来的吸引力小。最后,这些可能出现的未来无疑也是最难预测或想象的。未来不可避免,但更难于逆料,这样它就不能为我们提供在理性的基础上同时把握事物的本性和人类的意愿的根据。

第一部分 现实中的未来

人类在 19 世纪开始实现自远古以来普遍存在的理想。这就是后人所说的电信,其历史要回溯到 1837 年发明电报。仅在此前几年,欧美各家大报已把信息推进到一个新时代:新闻报道第一次可以同时传播给千百万读者。从此以后,媒体的历史便同工业上的探索交织在一起。电影、广播和电视的扩展,至少到 1960 年,走的一直是大宗消费品所走的传统道路:从一项技术的发明到它的商业开发,路程越来越短。

1964 年,借助于叫做通信之星(Telstar)的卫星从东京转播了奥林匹克运动会。同一年,空间似已被无处不在的图像所征服,人们宣布了又一次革命,这就是录像带革命:这种新工具能复原电视信号,它能复原图像,正像唱片复原声音一样。

无论是在美国,还是在欧洲和日本,无论是谁,无论是专家还是外行,都在宣布垄断性的节目安排

已经结束，“按订单”播放的电视节目已经突然到来。从今以后，任何新工艺或新材料都与信息革命的宣告和精神作品的传播同时产生。

但是，这些技术中的任何一种都不能单独引起这个天翻地覆的变化。只有它们同时扩展才能使通信和信息领域发生深刻的变化。这首先要依靠地区性网络和利用新频带，走向高频率，大大提高传输能力。其次，要有选择地提供越来越多和更加“专业化”的信息。