

ZHONGGUO MEIJIE
FAZHAN GAILUN

中国媒介发展 概论

李锦云 张玉田 主编



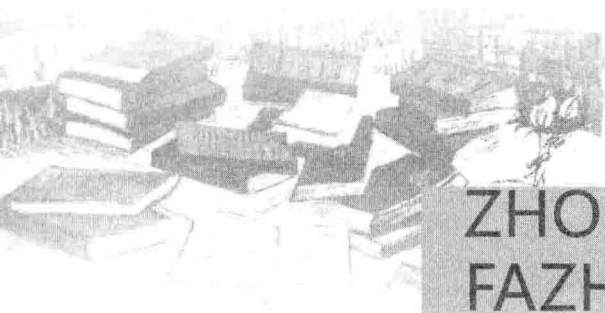
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

ZHONGGUO MEIDIE FAZHAN GAILUN

中国媒介发展 概论

CHINA MEDIA DEVELOPMENT

中国社会科学出版社



ZHONGGUO MEIJIE
FAZHAN GAILUN

中国媒介发展概论

主 编 李锦云 张玉田
副主编 董孟怀 龚芙蓉
参 编 张孟军 马 婧
姚温丽 褚亚玲



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国媒介发展概论/李锦云,张玉田主编. —北京:北京大学出版社,2014.10
ISBN 978-7-301-24961-1

I. ①中… II. ①李… ②张… III. ①传播媒介—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 232052 号

书 名: 中国媒介发展概论

著作责任者: 李锦云 张玉田 主编

责任编辑: 温丹丹

标准书号: ISBN 978-7-301-24961-1/G · 3901

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 11 印张 221 千字

2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 2 次印刷

定 价: 28.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

序 言

《中国媒介发展概论》是一本以中国传播媒介的发展为主线,讲述中国传媒发展历史、现状和未来发展趋势的教材。由传媒学界长期从事传媒教学管理、传媒宣传教育、传媒学术研究的领导、专家和教师组成的编著团队,把中国传播媒介的发展置于世界传媒生态的大背景下,陈述历史,总结经验,探索规律,判别方向,考察中国传播媒介发展的状况,历时三年,成就此书。书中鲜明的观点,翔实的史料,简明的文字,厚重的内涵,不仅使人读后颇长见识,而且带给人们很多有益的思考。

这本教材通俗地告诉我们,什么是媒介,什么是信息,什么是传播;媒介、信息、传播是一种什么关系;中国传播媒介的发展,经历了怎样的演变过程;媒介的演变怎样促进了传播的发展,传播的发展又怎样推动了媒介的演变。

当今社会已经跨入知识爆炸、信息膨胀的大数据时代,传播媒介即传媒的发展,对于人类和人类社会的生存与发展来说,已经构成了与自然界同等重要、须臾不可分离的第二生态环境。人与人、人与自然、人与社会之间所进行的交往、沟通、认知、生活、生产、创造、娱乐等各种生命活动,都依赖于和谐有序运行、优质高效呈现的传媒生态环境。这一生态环境对于人类和人类社会的生存与发展来说,如同“水对于鱼”一样重要,只是人们长期生活在传媒生态环境之中,犹如鱼儿生来就活在水中,并未意识到水的存在一样也浑然未觉周围的传媒生态环境罢了。

认真阅读这本教材,不仅能使我们学到许多必要的传媒知识,领悟到人与传媒方面的深刻道理,而且还能够使我们了解以中国传媒生态为背景的中国社会发展史。

“一切历史都是当代史”。这是意大利哲学家、历史学家克罗齐提出的一个科学命题。本书除了介绍中国传媒发展历史,让大家丰富知识、增长见识之外,更重要的还是引领人们借鉴历史,思考当下。

传媒的飞速发展,已经把中国社会推向了大数据时代。从技术层面看,大数据、云计算,为人们提供了“千里眼”“顺风耳”等观察和认识世界的超级工具和手段,缩短了人们相互交往的时空距离,提高了人们的办事效率和效益;从内容层面看,大数据、富内涵,为人们提供了海量的、多向度、多元化的知识信息,为人们在社交、学习、工作、生活、娱乐等方面,提供了新观念、新视角、新思路、新内容、新形式、新方法,为人们自我价值的实现和社会的发展与进步,创造了有利条件。

传媒素养教育是一种面向受众、旨在培养受众对媒介负载和传播的信息具有选择能力、获取能力、读解能力、判断能力、鉴别能力、批判能力、制作媒介产品能

力,以及创造、传播、掌握和运用信息的知识和技巧以发展自我的能力——这样一种新型教育形态。

传媒素养教育于 20 世纪 30 年代初期由英国学者倡导发起;70—80 年代很多国家将传媒素养教育纳入学校课程;从 90 年代起,我国也开始研究传媒素养教育。2004 年,中国传媒大学召开了“中国首届媒介素养教育国际研讨会”,正式拉开了我国传媒素养教育的序幕。

过去,我们学习知识主要靠学校教育、家庭教育以及阅读课外书籍;现在,人们获取知识,很大一部分是靠传媒。电视媒介的普及以及网络媒介的兴起,赋予大众传媒以重要的教育角色,特别是被称为第四媒体的网络,已经成为青少年乃至成人“看不见的学校”或与正规学校同样重要的“平行学校”。

传媒素养教育是一项庞大而复杂的系统工程,十年来,我国的传媒素养教育有了一定发展,特别是在传媒学界、业界取得了不少成效。尽管从全国来看,重视程度还不够,投入力度还不大,资源还比较短缺,发展还不够平衡,与世界发达国家相比,仍有较大差距。

《中国媒介发展概论》就是大数据时代奉献给读者的一本传媒素养教育的生动教材。

张从明

2014.9

目 录

第一篇 媒介概论

第一章 媒介的基本概念	(3)
第一节 传播与媒介	(4)
第二节 传播的发展与媒介演变	(8)
第三节 媒介的种类和特点	(12)
第二章 媒介概念的演变及其相关理论	(16)
第一节 媒介概念的演变	(17)
第二节 媒介的社会功能	(19)
第三节 媒介的社会关系	(24)

第二篇 中国媒介发展阶段

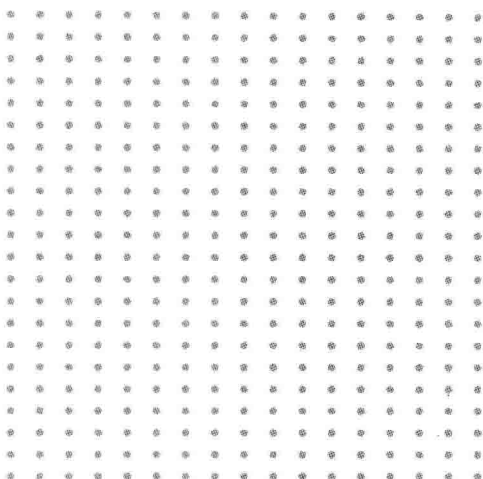
第三章 口语传播时代	(31)
第一节 动物传播的形态	(32)
第二节 口语的产生及对传播的影响	(36)
第三节 口语传播的特点及局限性	(40)
第四章 文字传播时代	(42)
第一节 文字的产生及对传播的推动作用	(43)
第二节 文字媒介在传播过程中的基础性地位	(45)
第三节 文字传播的特点及局限性	(46)
第五章 印刷传播时代	(48)
第一节 印刷技术的发明及对传播的促进作用	(49)
第二节 印刷媒介的表现形态及传播特点	(54)
第三节 中外印刷媒介的历史发展	(61)
第六章 电子传播时代	(70)
第一节 广播媒介的历史发展	(71)
第二节 电影媒介的历史发展	(73)
第三节 电视媒介的历史发展	(79)
第四节 电子媒介的传播特点	(82)



第七章 网络传播时代	(86)
第一节 网络媒介的含义、功能与特点	(87)
第二节 网络媒介的种类及传播形式	(90)
第三节 网络媒介传播的优势	(96)

第三篇 中国当代社会媒介发展

第八章 传统媒介的兴盛与转型	(103)
第一节 传统媒介的巅峰状态	(104)
第二节 传统媒介的转型	(109)
第三节 传统媒介的式微	(116)
第九章 网络媒介的迅猛发展	(124)
第一节 网络媒介的覆盖范围	(125)
第二节 网络媒介的受众规模	(129)
第三节 网络媒介的传播特点	(133)
第十章 新媒介的兴起	(137)
第一节 网络媒介的新形态	(138)
第二节 手机新媒介	(140)
第三节 电视新媒介	(145)
第四节 广播新媒介	(149)
第十一章 媒介融合	(153)
第一节 媒介融合的产生	(154)
第二节 媒介融合的发展	(157)
第三节 三网融合	(162)
参考文献	(167)
后记	(169)



第一篇 媒介概论

要研究中国的媒介发展历程，必须首先明确媒介的基本概念，弄清媒介与传播的基本关系，探讨媒介发展与政治、科技、经济等之间的关系，从而为总结中国媒介发展演变的规律奠定前提和基础。



第一章 媒介的基本概念

什么是“媒介”？媒介的定义、性质、特点是怎样的？这是研究媒介的发展历史首先要解决的问题。然而，由于媒介是传播活动中的一个基本要素，是传播学中的一个分支，它同传播和传播学的关系极其密切，因此，要想厘定媒介的基本概念，又要从传播和传播学说起。

第一节 传播与媒介

一、传播的要素

一般来说,一个完整的传播过程要有三个要素,即传播者、信息、受传者,按照施拉姆的说法,则是信源、信息、信宿。

传播者即信源,指的是传播行为的发出者或者主导者,他以发出信息的方式引起本次传播活动。信息(也可理解为“讯息”),也就是传播者发出的内容,它通常是一组有特定意义和组织结构的符号(文字、声音、图像等)。受传者又称信宿,即信息的归宿,指信息的接受者。这是就传播学意义上的所谓“三要素”,而在实际的传播活动当中,仅有这三个要素还是不够的。换言之,仅有以上三个要素还不足以构成一个现实的传播过程。所以有学者提出了使三个要素相互连接起来的纽带或渠道,即“媒介要素”以及包括受传者的反应在内的所谓“反馈要素”。^①

显然,确立传播活动或传播学中的“媒介”要素是十分重要的,这不仅是因为媒介在传播中起着举足轻重的作用,决定着传播活动的完成与否和效果的好坏,而且它往往还是传播过程中其他各种要素互相连接起来的纽带,正是通过媒介,使其他要素之间相互联系、相互作用,达到传播的目的和效果。

另外还需要说明的是,传播过程的各要素不仅相互联系,而且其本身也可以进一步分解,例如就“传播者”要素来说,就可以分解为“发信者”和“符号化者”,而“信息”要素也可以分解为“符号要素”“意义要素”等^②。这样的分解,对于研究媒介的形式特点以及发展变化过程,有着非常重要的意义和价值,因为媒介的发展,恰恰是传播者以及传播内容等发展变化的外在表现形式。

二、媒介的定义

关于媒介的定义,人们历来有不同的看法,《现代汉语词典》的解释是:“使双方(人或事物)发生关系的人或事物。”在英语中,媒介“media”是“medium”的复数形式,是指使事物之间发生关系的介质或工具。显然,这些都是就“媒介”的广义来说的,指的是几乎所有能使人、人与事物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质。由于这种“物质”的外延过于宽泛,而且并不是就传播的意义上来说,因而把握起来未免莫衷一是。传播学的鼻祖、加拿大人麦克卢汉所说的“媒介即信

① 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999.

② 同上。



息”显然也是笼而统之的说法,正如他说“媒介是人体的延伸,就像石斧是手的延伸,车轮是脚的延伸,书籍是眼的延伸,广播是耳的延伸,衣服是皮肤的延伸……”^①一样,只不过是一种感性而又形象的说法,尚不能构成严密的定义。但是,即使在狭义的层面上,人们对“媒介”的理解和运用也各不相同,甚至有时还会出现相互混淆的情况。例如,有时它与符号混淆:“媒介与人是指承载并传递信息的物理形式,包括物质实体和物理能。前者如文字、各种印刷品、记号、有象征意义的物体、信息传播器材等;后者如声波、光、电波等。”^②有时,它与传播形式混淆:“媒介是一个简单方便的术语,通常用来指所有面向广大传播对象的信息传播形式,包括电影、电视、广播、报刊、通俗文学和音乐。”^③有时,它与渠道、信息混淆:“严格地讲,媒介就是渠道——即口语单词、印刷单词等等。但是,这一术语常常用来指渠道和信源两者,有时甚至包括讯息。”“当我们说到‘大众媒介’的时候,我们往往不仅指大众传播的渠道,而且指这些渠道的内容,甚至还指那些为之工作的人们们的行为。”^④如此等等,不一而足。

浙江大学新闻传媒学院教授邵培仁对媒介的定义是:“介于传播者与受传者之间的用以负载、传递、延伸特定符号和信息的物质实体。”^⑤他所指的媒介包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、电影、网络及其生产、传播机构等。中国人民大学危机传播管理研究中心主任郭庆光教授则将媒介定义为“传播渠道、信道、手段或工具”“媒介是讯息的搬运者,也是将传播过程的各种因素相互连接起来的纽带”^⑥,他把现代人常用的邮政系统、电话系统、大众传播系统、互联网络系统等都归入到媒介的范畴当中。陈卫星在《传播的观念》中认为:“媒介是一个社会的中介者和控制者,它负载的信息作用到人的身上,从语言方式、行为方式到思想方式,对人的行为产生影响。”^⑦这些对于媒介概念的认识虽然侧重点不同,但有些基本要素却是相同的,比如,它们都强调媒介的联系或纽带作用,都认为它是一种工具或手段性的物质实体,因此,可以将媒介的定义归纳为:负载或传递信息的一种介质。

三、媒介的构成要素

从以上分析可以看出,媒介从其存在状态和表现形式上应该是多种多样的,而且是在不断发展变化的,但是,不管它如何变化,有一些基本要素却是必须具备的。

① 麦克卢汉. 麦克卢汉精粹[M]. 何道宽,译. 南京: 南京大学出版社,2000.

② 潘知常、林玮. 大众传媒与大众文化[M]. 上海: 上海人民出版社,2002.

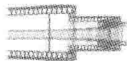
③ 同上。

④ 同上。

⑤ 邵培仁. 传播学导论[M]. 杭州: 浙江大学出版社,1997.

⑥ 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社,1999.

⑦ 陈卫星. 传播的观念[M]. 北京: 人民出版社,2004.



（一）物体

物体是传播媒介得以存在的首要因素。物质是第一性的,精神是第二性的。没有具体而实在的物质实体,无论多么精美的精神内容也无所依附、无法传播。当面谈,信息出口如风,过耳不留,不便保存,难以证信。于是,便于储存、作为证信的媒介应运而生。《易经》中说:“上古结绳而治,后世圣人易之以书契。”在两根等长的绳子上打相同的结,或在两块合拢的木片上刻画特定记号,而后“各执以相考,亦足以相治也。”文字发明以后,书写媒介先后有泥土、石头、树皮、树叶、龟甲、骨头、羊皮、木竹、布帛、青铜器、纸张等。没有这些媒介,符号无处载录,信息不能传之久远。所以,墨子认为,符号和媒介的产生是“恐后世子孙不能知也,故书之竹帛,待遗后世子孙;咸恐其腐蠹绝灭,后世子孙不得而记,故琢之磬盂,镂之金石以重之”。因此,物质实体是构成传播媒介的前提条件。

（二）符号

符号是构成传播媒介的第二要素。一般的物质实体上若没有刻画、负载上特定的文字、图像、声音等人类能够识别、译读的符号,那它可能就是普通的随处可见的石头、木板、金属、砖块、骨头,而不是传播媒介。只有在绳子上打上表示特定事件的“结”,在木板上刻上表示特殊含义的“契”,在树皮或羊皮等东西上面写上传递一定信息的文字,这些绳子、木板、树皮和羊皮等才能够称之为传播媒介。符号是传播媒介与其他普通的物质实体相区别的一个重要标志,也是构成传播媒介的重要因素。

（三）信息

信息也是构成传播媒介的重要因素。首先,传播信息是传播媒介的基本功能和唯一使命;其次,任何有序的完整的符号都蕴含着特定的信息;此外,信息也是传播者与受传者发生关系、形成互动的理由和前提。

总之,物体、符号、信息三者是构成传播媒介的核心要素,它们相辅相成,缺一不可。当然,将符号转移、负载、录制到物质实体上的技术(印刷技术、录音和摄像技术等),将信息载体加工、转变为便于使用和接收的技术(如装帧技术、接收技术)等,也是构成传播媒介尤其是现代传播媒介的基本条件。^①

四、传播与媒介的关系

既然媒介是负载或传递信息的一种介质,那么,它同传播的关系就十分密切,二者相互依存,相互作用。信息的记录或传播要靠媒介来实现,正是由于媒介的产生和发展,促进了信息的传播和繁荣;同理,信息的高度发达和传播的巨大需求,也

^① 以上论述参考了吉林理工大学精品课程“传播学概论”的内容,网址: <http://jpk.cust.edu.cn/>。



促进了媒介的不断发展、更新,催生了新的技术手段和形式。无论是从传播学理论还是从传播的实践上看,传播与媒介的关系是密不可分的,很难区分何者为先、何者为后,或者孰为本源、孰为末流。在一次具体的传播实践活动中,甚至很难清楚地界定传播的信息属于内容,而媒介仅仅就是一种手段或工具,麦克卢汉著名的“媒介即讯息”的观点,其核心意思就在于说明媒介并不单是手段或工具,它其实就是信息本身。有人指出,“这个观点的提出是为了说明媒介本身才是真正的讯息,也就是说,人类有了某种媒介才可能从事与之相应的传播或其他社会活动,因此真正有意义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,以及它所带来的可能性和造成的社会后果”^①。麦氏的观点虽然颇难索解,但在推崇媒介的本体性、强调媒介的本质性意义上却是非常明确的,也是值得我们重视的。

此外,在传播与媒介的关系上,还应廓清以下几个观念。

(一) 传播媒介不同于传播符号

符号是指表达或负载特定信息或意义的代码(如语言、文字、图像等),一般地说是属于“内容”的要素,而媒介是介于传播者与受传者之间,用以负载、扩大、延伸、传递特定符号的物质实体。作为一种代码或手段,符号反映了人对事物认识的过程和信息表达的逻辑特点,因此往往具有抽象性、有序性、思维性和意识性的特点。作为一种物质实体,媒介反映了物质实体本身的特点和存在形貌,它们都有形体、有重量、有尺寸,可移动、可保存、可毁坏。

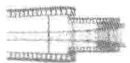
(二) 传播媒介不同于传播形式

传播形式是指传播者进行传播活动时所采用的作用于受众的具体方式,如口语传播形式、文字传播形式、图像传播形式和综合传播形式等。一种传播形式可以动用不同的媒介,而一种媒介也可以服务于不同的形式。传播形式表明的只是传播活动的状态、方式和结构,而传播媒介显示的却是实实在在的物体。

(三) 传播媒介不同于传播渠道

在传播学中,有各种各样的传播渠道,即传受双方沟通和交流信息的各种通道,如人际传播渠道、组织传播渠道、大众传播渠道等。不同的传播渠道需用不同的传播媒介相配合,而不同的传播媒介又对不同的传播渠道进行定型。换句话说,不同的传播渠道,需要有不同的传播媒介与之配合,传播媒介与传播渠道是两种不同的传播表现形式。

① 顾宁. 论麦克卢汉媒介预言的开创性贡献[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2008, (1).



第二节 传播的发展与媒介演变

如前所述,传播与媒介是紧密联系在一起的,它们互相促进,共同发展。传播的日益发展以及人们日益强烈的传播欲望促使媒介不断更新和完善,而新媒介的产生与发展也必将推动传播活动的发展兴盛。可以这样说,一部传播发展的历史,其实就是一部媒介发展的历史;而从媒介发展的历史过程中,又可以看出人类传播的轨迹。

一、传播发展与媒介演变具有同步性

根据人们的研究结果,人类的传播历程大致可以分为四个大的历史时期:口语传播时期——文字传播时期——印刷传播时期——电子传播时期;与之相对应的,传播媒介的发展也经历了四个阶段:早期符号媒介——文字媒介——印刷媒介——电子媒介。语言的产生标志着口语传播历史的开始,人们借助有声语言进行面对面交流与传播,当然,此时的交流传播也不可避免地借助肢体语言以及类似于“结绳记事”等符号来进行。那么,这种用来传播与交流的有声语言以及符号,就可以认为是人类最早的传播媒介,当然,也有学者认为此时的“语言”还不能认为是媒介,或者说“语言”本身不能算作媒介,因为它是以传播的“内容”要素出现的,其媒介应是传递语言的声波等属于“物质”性的东西。^①但无论怎样,在口语传播时期出现了与之对应的媒介却是无可怀疑的。

语言的产生标志着口语传播阶段的开始,而文字的发明则预示新的文明横空出世,标志着手写传播的发展并进一步导致了后来的印刷媒介的诞生。与早期的口语传播和符号媒介相比,文字传播和文字媒介第一次实现了跨越空间和时间障碍,把传播真正变为一种规范化的、自觉的行为和结果。

印刷机的发明进一步扩大了文字对传播以及对人类生活的影响,它使得阅读不再是上层贵族的专利,而成为一种大众化的产物。随着印刷技术的不断成熟,现代新闻事业的原始形态也开始孕育、萌芽和滋生。同手写时代简陋、粗糙且费时费力的手抄新闻相比,以新的印刷技术做保障的新闻形式开始得到大力的发展。报社和报刊像雨后春笋般迅速发展起来,新闻和报刊业在以后的岁月里逐渐发展成一种对人类社会具有相当影响力的媒介。

20世纪是人类社会高速发展的时期,传播和传播媒介也在这一时期发生了突破性进展,电话、广播、电视、互联网的发明使电子媒介走入了人们的生活。半个多

^① 邵培仁.传播学教程[M].杭州:浙江大学出版社,1997.



世纪以来,以电子媒介为标志和手段的通讯、收听广播、收看电视、在互联网上收发信息等已经成为人们日常生活的一部分。电子媒介的出现使人们的传播活动由无声变为有声、由延时变为即时、由单向变为双向或多向,人们所接触到的媒介也由平面转向了立体、由抽象的文字转向具体的画面、由单一形式转向多种形式的融合。这一传播史上的重大变革彻底改变了人们的生活方式和思维方式。

二、传播发展与媒介演变的技术性特征

传播发展与媒介演变的历史,就是科学技术发展与演变的历史。有人指出:“人类文明的发展史,其实就是人类使用传播媒介的历史,也是媒介从简单到复杂的发展历史。人类通过使用、控制传播媒介,使文化得以延存下去;而传播媒介又以其自身的规律和特点,对传播的信息加以缩减或扩大。”^①而传播及媒介在所有推动人类社会文明进步的元素当中,其技术性特征无疑是最为明显者之一。

传播在记录、保存、传递人类文明、社会进步、先进的科学技术成果的同时,其实也时时刻刻得到科学技术的支撑和推动。毋庸置疑,任何一种新媒介的诞生,都伴随着一种或几种新技术的采用,传播技术已成为媒介形态演变的巨大推动力。我们知道,在早期的口语传播时期,口语媒介以声音作为载体,以直接的面对面的交流为特征,是一种双方同时在场的所谓实时传播。有人形象地宣称:“口语媒介的空间是一个活生生的耳朵的世界与声音的空间。”^②印刷术的普及,成功地改变了世界,也成功地改变了媒介的形态以及传播的方式。15世纪中叶,世界上第一台手摇金属活字印刷机由德国人古登堡发明,使迅速、大规模地复制和传递信息成为可能。随着19世纪工业革命中蒸汽机的发明,印刷技术得到改进和革新,为印刷媒介真正向大众化进军提供了技术条件。1883年,在工业革命中后来居上的美国,成为面向大众的廉价报纸最早的诞生地,以纽约《太阳报》的问世为标志,美国报业开始向大众化、现代化进军。有人指出,印刷文化包含了三个方面的技术进展:“作为记载工具的文字,作为制作书籍的材料,作为把文字印刷到纸张上去的印刷术。”^③印刷技术及随之出现的各种形式的文件材料,使可以批量复制的文字取代口语而成为新的传播媒介。它在人类历史上第一次实现了传播媒介脱离主体而存在,实现了信息的脑外储存,形成了所知与能知的分裂,导致了从直接交流向间接交流的转变。“世界的存在不再终止于口语而是终止于书本。”^④

进入20世纪以后,随着科学技术这种生产力水平的不断提高,人类文化开始了从印刷媒介向电子媒介的转变,电话、广播、电视、互联网的先后出现,使传播真

① 麦克卢汉. 麦克卢汉精粹[M]. 何道宽,译. 南京:南京大学出版社,2000.

② 潘知常、林玮. 大众传媒与大众文化[M]. 上海:上海人民出版社,2002.

③ 同上.

④ 同上.

