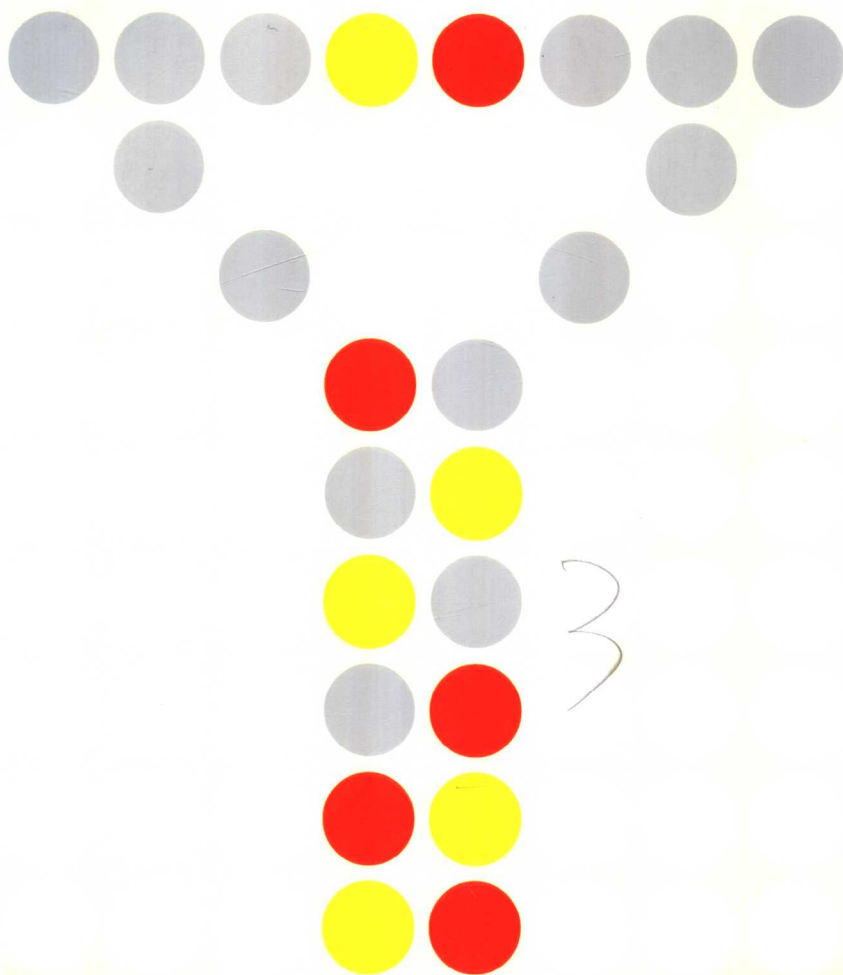




中国人民大学出版社

21世纪新闻传播学系列教材 >> Journalism & Communication

匡文波 著

手机媒体概论

G206.2

52

21 世纪新闻传播学系列教材

手机媒体概论

匡文波 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

手机媒体概论/匡文波著.

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(21 世纪新闻传播学系列教材)

ISBN 7-300-07486-3

I. 手…

II. 匡…

III. 移动通信-携带电话机-传播媒介-高等学校-教材

IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 083253 号

21 世纪新闻传播学系列教材

手机媒体概论

匡文波 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州星河印刷有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

版 次 2006 年 9 月第 1 版

印 张 17.25

印 次 2006 年 9 月第 1 次印刷

字 数 293 000

定 价 25.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔划排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

总序

P R E F A C E

序

20 世纪以来的 100 年，是世界新闻传播事业飞速发展的 100 年。这 100 年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通信社之后，广播、电视和互联网相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这 100 年，也是中国新闻事业飞速发展的 100 年。其中最后的 20 年，即改革开放以来的 20 年，发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字，截至 20 世纪的最后一年，全国已有公开发行的报纸 2 100 多种，通信社 2 家，广播电台 1 200 多座，有线和无线电视台 3 000 多座。其中，报纸年出版总数达到 195 亿份，广播人口覆盖率达到 88.2%，电视人口覆盖率达到 89%，电视受众超过 9 亿。与此同时，全国各类新闻从业人员的总数也已超过 55 万人。这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在 21 世纪还将会保持着旺盛的发展势头。新闻

传播,作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分,在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策,反映人民群众的伟大业绩和精神风貌,以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面,必将继续发挥着重要的导向作用。

与新闻传播事业的发展相配合,这100年来,为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育,也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于20世纪初叶,有80多年的历史。新中国成立前的30年,虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科,但规模都不大,设备也不够完善,在校学生的人数,最多的时候不超过400人,30年间累计培养出来的毕业生人数还不到3000人。新中国成立后,为了为新中国的新闻事业培养人才,新闻教育继续有所发展,但到60年代中期为止,全国的新闻教育机构也还只有14家。当时全国共有343家报社、78座广播电台和13家电视台,新闻系和新闻专业的学生统招统分,勉强能够满足中央和省市以上新闻单位人才方面的需求。“文化大革命”爆发后,这一发展被迫中断。中国的新闻教育得以重整旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要还是改革开放以来20多年间的事情。这20多年来,中国新闻教育的发展和新闻事业的发展完全同步。截至1999年,全国设有新闻学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所增加到60所以上,专业点已超过100个。专业教育体系已从单一的本科教育,发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育等多层次的格局。改革开放之初,全国在校的新闻系科学生总共只有500来人,现在仅本科生就有6000多人,加上大专生和研究生接近10000人。20年间累计向新闻单位输送毕业生超过30000人。办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。在21世纪,随着新闻传播事业的加速发展,随着新闻战线人才需求的不断增加,中国的新闻教育肯定还将会有更大幅度的发展。

一般说来,新闻教育质量的高低,起决定作用的,主要是两个因素:一个是师资,一个是教材。两者之间,教材的作用更大。这是因为,师资的多少和良窳,往往受办学主客观条件的限制,而教材一旦完成,就可以直接嘉惠于学子,风行四海,无远弗届。进一步说,一部好的教材,不仅可以满足教学的需要,培养出一大批人才,而且还可以同时拥有很高的学术含量,推动新闻学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》,1927年出版的戈公振的《中国报学史》,就是这方面的很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学和新闻史教学时作为教材编写出来的,出版之后,立即引起世人的关注和推崇,几十年来一再重版,历久不衰,至今仍然是公认的新闻学和新闻史方面的传世之作。正因为这

样,新闻教育的前辈们历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年,坊间出版的新闻学方面的书籍,绝大部分都是教材。改革开放以后,新闻学研究空前繁荣,新闻学方面的书籍大量问世,但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材,覆盖了新闻学的方方面面,经过出版家和众多作者们的长期努力,门类和品种基本配套齐全,曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。但是,随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展,这些教材的体例日显陈旧,观点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材尚付阙如,使现有的教材出现了不少缺口。步入21世纪,集聚力量,重新编写出一套体系完整的、能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材,已经成为人们的共识。

呈现在读者面前的就是这样的一套系列教材,它将涵盖新闻学、传播学两个学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。负责编写工作的,是中国人民大学、复旦大学、北京广播学院等校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的教授、副教授,其中有相当大的一部分人都是相关学科的学术带头人,堪称一时之选。收入系列的教材中有国家级重点教材,有部级重点教材,其他也都是经过严格筛选的精品,所以,这套系列教材的质量是有保证的,其权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代,是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱,一是以高新科技为代表的传播技术产业,二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁,在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划,隆重推出这套系列教材,是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里,我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

21世纪,中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世,将会为新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣、为新世纪新闻传播人才的培养做出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

于中国人民大学

序言

P R E F A C E

手机,原本只是一种人们在移动中进行人际传播的通信工具,又称为行动电话、移动电话。在美国英语中叫作

Cell Phone;在英国英语中则表述为 Mobile Phone。手机

目前已经经历了3代的发展,全球共有20亿人使用手机。

2010年全球手机用户总量有望达到30亿。全球总人口为

65亿左右,手机用户量已接近其中的1/3。

伴随着中国经济的高速增长,包括移动通信、计算机

等在内的中国IT行业与技术超常规发展,中国手机用户

数也呈现出指数增长。根据信息产业部发布2005年通信

业发展统计公报提供的数据,截至2005年底,中国移动

电话用户总数达到39342.8万户。

虽然发明手机的主要目的是用来进行语音通话,但是

手机与互联网的结合已经使其成为一个重要的大众传播媒

体。人们通过手机不仅可以通话,还可以上网、阅读新闻、

收发E-mail、玩游戏、订购商品与服务,等等。手机

已不仅仅是现代通信业的代表,并且越来越成为通信与计

算机技术相融合的产物;而且已经成为网络媒体的延伸与

组成要素。可以说,手机已经成为迷你型电脑。

目前,手机正在实现由人际沟通工具向大众媒体的跨越。跨越的标志之一是日本 I-mode 手机及其相关信息服务的发展。另一个标志是在中国等国家尝试通过手机短信进行新闻传播与出版活动。但是手机要真正完成由人际沟通工具向大众传播媒体的跨越,还依赖于 3G 技术的普及,以及建立在 3G 技术之上的手机报、手机电视、手机广告的发展。

手机正在从人际传播向大众传播发展。手机媒体作为网络媒体的延伸,除了具有网络传播的各种优势外,还具有携带方便的特点,是能随时随地使用的新媒体。手机作为媒体打破了地域、时间和电脑终端设备的限制,可以随时随地接收文字、图片、声音等各类信息,实现了用户与信息的同步。在中国,许多人误以为手机短信(SMS)就是手机媒体,并称手机短信为“第五媒体”。其实,手机短信只是手机媒体在现阶段的一种重要存在形式,但不是全部,也不代表手机媒体未来的发展方向。

那么,什么是手机媒体?笔者给手机媒体定义为:手机媒体是借助手机进行信息传播的工具;随着通信技术(例如 3G)、计算机技术的发展与普及,手机就是具有通信功能的迷你型电脑;而且手机媒体是网络媒体的延伸。手机媒体也只能成为信息海量的网络媒体新的组成部分,否则它将面临信息贫乏的难题。

手机媒体是新媒体的重要成员。所谓新媒体(New Media),是一个相对的概念,是继报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的新的媒体形态,包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。新媒体亦是一个宽泛的概念,是利用数字技术、网络技术,通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道,以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。严格地说,新媒体应该称为数字化新媒体。新媒体是未来媒体发展的重点,是媒体传播市场发展的趋势和必然方向。

手机媒体的魅力在于它高度的便携性、互动性,以及带来的增值服务。一方面,手机媒体能够给受众提供新闻信息,用户可以按需获取信息;另一方面,手机媒体具有的互动性也是其突出的特点。从未来发展看,手机媒体的发展趋势之一是大众化,手机媒体由少数社会精英的“专利”发展为大众化的媒体;二是手机媒体 3G 化、多媒体化、娱乐化等。

如果说过去的十几年中,互联网改变了人们的生活,那么今后 10 年,手机也会改变人们的生活。随着科技的创新,3G 等新的技术得到广泛应用,手机的通信功能将渐渐被淡化,新闻传播、娱乐游戏、移动虚拟社区、信息服务等附加

功能不断增加，继手机上网、手机游戏之后，手机小说、手机报、手机电视、手机电影等新业务都已出现。通过手机收看电视、阅读报纸、浏览小说……手机像一张大网，正在整合众媒体。

然而，国内外对手机媒体的研究者却屈指可数，研究成果更是少之又少，与手机媒体巨大的用户群、无穷的发展潜力形成了鲜明的反差。笔者有幸获得了国家社会科学基金项目“手机媒体及其管理研究”的资助，本书只是该项目的阶段性研究成果。但愿本书的出版能够为中国手机媒体产业的发展、理论研究、人才培养、管理对策提供有益的启示。

本书在写作过程中得到了我的家人和研究生高岩，以及中国人民大学出版社司马兰、姜颖跌等老师的热心帮助。在此表示衷心的感谢。

匡文波

2006年5月

目 录

C O N T E N T S

1	第一章 手机媒体概说	071
1	第一节 手机的诞生与发展	081
5	第二节 手机由人际沟通工具向大众媒体的跨越	091
17	第三节 I-mode: 手机媒体的先行者	101
30	第四节 3G 使手机媒体走向成熟	105
39	第二章 手机中的人际传播——手机短信	105
41	第一节 手机短信与人际传播	113
46	第二节 手机短信的传播特点	113
53	第三章 纸质媒体与手机媒体的握手	125
55	第一节 中国手机报的发展	133
68	第二节 手机报案例分析	135
80	第三节 手机出版	143

85	第四章 手机多媒体传播：手机电视
85	第一节 手机电视：直观型、交互性的便携媒体
92	第二节 手机电视的发展
109	第五章 手机媒体的传播学思考
111	第一节 手机媒体的特征
116	第二节 手机媒体与新闻传播
130	第三节 手机用户研究
142	第四节 移动博客
147	第六章 手机媒体的经营策略
148	第一节 手机广告
156	第二节 手机游戏
169	第三节 在手机媒体新应用中寻觅商机
179	第七章 手机媒体的负效应
180	第一节 手机信息传播中的问题分析
186	第二节 手机功能多样化引发的侵犯隐私权问题
190	第三节 手机病毒
201	第四节 手机带来的人身安全——电池爆炸
203	第五节 手机带来的环境保护问题
208	第六节 形形色色的手机媒体新难题
213	第八章 手机媒体的管理
213	第一节 手机媒体管理的特殊性
220	第二节 手机实名制
233	参考文献
237	附录1 相关术语解释
247	附录2 中华人民共和国电信条例

手机媒体概说

CHAPTER 1

第一章

第一节 手机的诞生与发展

回顾人类传播史，我们不难发现，信息技术的发展起着历史性的杠杆作用。信息技术的每次创新，都带来了信息传播的大革命，每一次革命都给人类的政治、经济、文化和社会生活带来不可估量的影响，推动了人类的文明不断向更高层次迈进。信息技术强而有力地改变着人类生产与生活的面貌，信息技术集中反映的标志就是信息传播方式的变革。人类的信息传播史可以视为信息技术的进步史。印刷术、无线电技术、电视技术、计算机网络技术造就了报刊、广播、电视、网络四大媒体；今天，无线通信技术与计算机技术、信息网络技术的结合正在催生一种新型的大众化革命性媒体——手机媒体。

手机，原本只是一种人们在移动中进行人际传播的通信工具，又称为行动电话、移动电话。在美国英语中，称作 Cell Phone；在英国英语中则表述为 Mobile Phone；在新加坡等国英语中被称为 Hand Phone。目前手机已经

历了3代的发展。

一、从模拟手机到数字移动通信系统

回顾移动电话的发展史,第一代移动通信系统为模拟式(Analog)的移动电话系统,主要用于语音传输。其所使用的技术如 AMPS (Advanced Mobile Phone Service, 先进移动电话系统)、NMT (Nordic Mobile Telephone, 北欧移动电话系统)、TACS (Total Access Communication System, 全接入通信系统)等,其中最为人熟知的为美国于1980年发展的 AMPS 系统,因此又称为北美移动电话系统,其涵盖范围遍及美国全境,曾有80%的美国移动电话用户采用这套系统。这是一种蜂巢式系统,其传输讯号以 FM (Frequency Modulation, 调频) 讯号的形式调变(与 FM 广播形式相同,只是频率的范围不同)。使用的频率为800MHz,其优点为传输距离长(比 GSM900 以及 GSM1800 还长)、音质好、穿透性佳;但是有回音的困扰,容易受外来的电波干扰,造成通话的质量不佳,并容易遭到他人窃听通话内容及盗拷,且扩充功能差,因此已逐渐被取代。

有鉴于第一代移动通信系统的缺失,因此在20世纪90年代,厂商便开始发展新一代的数字式(Digital)移动电话系统,可提供语音、数据、传真传输,以及一系列的增值服务,其与模拟式移动电话系统最大的差异,在于所传送的资料已完全数字化了,而且在容量、安全性等多方面都比模拟式系统改善许多。目前全球现有的数字式移动电话系统主要有以下两种:

1. GSM (Global System for Mobile Communication, 全球移动通信系统)

在20世纪90年代早期由欧洲首先提出,亦是欧洲地区移动电话的通信标准。采用蜂巢式细胞概念(以多个小功率发射机的基地台,取代一个高功率发射机的基地台“Base Station”)来建构其通信系统,供无线语音与数据服务。目前在欧洲与亚洲普及率相当高,亦为全球普及率最高的系统,到2004年初,全球 GSM 用户累积就已经突破10亿户大关。GSM 为目前我国移动电话业者主要所使用的系统,使用900MHz与1800MHz的频率。

2. CDMA (Code Division Multiple Access, 码分多址)

原为美军为了军事通信的需求而开发出来的一种技术,而高通(Qualcomm)公司将其推广商用化,近来在市场上已成为一种可靠且高效的民用无线通信解决方案。CDMA 是一种扩展频谱技术,主要是将通信端的讯号数字化后,再利用所有可得的频宽来分散传送,每道讯息传输都会被分派到一个序列码,等全部接

收到之后再加以重组,因此 CDMA 可增加所提供的语音信道总数,系统整体容量随之大幅提高。目前有韩国、日本、美洲地区及中国香港等国家和地区使用,成长相当快速。

由于无论是第一代或第二代移动通信系统,都是以语音通信为主要用途;然而在互联网盛行的情况下,移动电话也开始加强其网络的功能。由于 GSM 所提供的数据传输速率 (9.6kbps),不足以应付多媒体网络内容的传送,因此 GSM 组织开始制定一系列的升级方案:如 HSCSD (High Speed Circuit Switch Data Service, 高速电路交换数据服务,数据传输速率为 57.6kbps), GPRS (General Packet Radio Service, 通用分组无线业务,数据传输速率为 115kbps), EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution, 改进数据率 GSM 服务数据,传输速率为 384kbps) 等 2.5 代过渡性的系统。

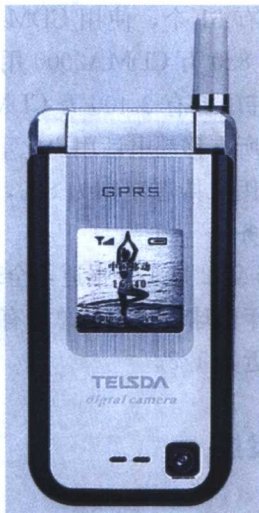


图 1-1-1 GPRS 手机是中国 2.5 代移动通信系统的主流,

图为国产品牌天时达的 GPRS 手机

图片来源: www.telsda.com。

二、3G 时代的来临

3G 即第三代移动通信系统 (Third Generation)。国际电联规定:第三代移动通信系统要能兼容第二代移动通信系统,同时要提高系统容量,提供对多媒体服务的支持以及高速数据传输服务。其数据传输速率在高速移动环境中支持

144kbps, 步行慢速移动环境中支持 384kbps, 静止状态下支持 2Mbps。与前两代系统相比, 第三代移动通信系统的主要特征是可提供丰富多彩的移动多媒体业务。

目前国际电联接受的 3G 标准主要有以下三种: WCDMA、CDMA2000 与 TD-SCDMA。WCDMA 全称为 Wideband CDMA (宽带分码多工存取), 它是基于 GSM 网发展出来的 3G 技术规范, 是欧洲提出的宽带 CDMA 技术。CDMA2000 是由 IS-95 技术发展而来的宽带 CDMA 技术, 由美国主推。TD-SCDMA 全称为 Time Division-Synchronous CDMA (时分同步码分多址接入), 是由中国提出的 3G 标准。

截至 2005 年 4 月 30 日, 全球共有 1.78 亿付费 3G 用户。其中 CDMA2000 用户 1.529 亿, WCDMA 用户 2 550 万; 全球正式商用的 3G 网络共 164 个, 其中使用 WCDMA 技术标准的有 61 个, 使用 CDMA2000 技术标准的有 103 个。其中, 日本 KDDI 公司拥有 1 820 万 CDMA2000 用户。NTT DoCoMo 公司拥有约 1 200 万 WCDMA 用户。韩国拥有 3 400 万 CDMA2000 用户。目前英国大约有 200 万 3G 手机用户, 约占所有移动电话用户比重的 3%。若以 3G 用户家庭渗透率来看, 英国家庭 3G 手机用户持有率则为 8%, 每 100 个英国家庭手机用户中, 便有 8 个家庭选用 3G 服务。^①

据英国《金融时报》2006 年 2 月 1 日报道, 全球上网人数已逾 10 亿, 有 15 亿~20 亿人使用手机。2010 年全球手机用户总量有望达到 30 亿, 全球总人口将为 65 亿左右, 手机用户量接近其 1/3。

三、中国手机用户的发展

伴随着中国经济的高速增长, 包括移动通信、计算机等在内的中国 IT 行业与技术超常规发展, 中国手机用户数也呈现指数增长。

根据信息产业部发布的 2005 年通信业发展统计公报提供的数据, 2005 年全国新增固定电话用户 3 867.7 万户, 总数达到 35 043.3 万户; 新增移动电话用户 5 860.4 万户, 总数达到 39 342.8 万户; 移动分组数据用户新增 4 493.7 万户, 总数达到 7 101.1 万户。固定电话主线普及率和移动电话普及率分别达到 27.0 部/百人和 30.3 部/百人。基础电信企业互联网用户中, 拨号用户达到 3 566 万

^① 参见 www.mii.gov.cn。

户,同比减少1 556.3万户;专线用户达到68 618户,同比增加3 584户;宽带接入用户达到3 750.4万户,同比增加1 262.9万户,宽带接入用户中×DSL(非对称数字用户线路)用户2 635.9万户,LAN(局域网)用户968.2万户,WLAN(无线局域网)用户3.4万户。全社会互联网使用人数新增约1 700万,总数达到1.11亿人。伴随着中国手机用户数迅猛增长的同时,中国网民数历史性地突破了1亿人。

新加坡《联合早报》网站在2005年6月15日引用的日本野村证券的研究报告中,显示中国手机和个人电脑市场总值2005年将首度超越日本,中国2005年手机市场总值从2004年的17 590亿日元,增加到18 320亿日元(约合168亿美元)。日本2005年估计手机市场总值将增加到18 230亿日元,2004年为17 760亿日元。以数量来看,中国销售的手机及电脑总数目前已经超越了日本;但从个人的层面来看,日本互联网和手机用户所花费的金额,却是中国用户的10倍之多。

第二节 手机由人际沟通工具向大众媒体的跨越

虽然发明手机的主要目的是用来进行语音通话,但是手机与互联网的结合已经使其成为了一个重要的大众传播媒体。人们通过手机不仅可以通话,还可以上网、阅读新闻、收发E-mail、游戏娱乐、订购商品与服务,等等。手机已不仅仅是现代通信业的代表,越来越成为通信与计算机技术相融合的产物,而且已经成为网络媒体的延伸与组成要素。

目前,手机正在实现由人际沟通工具向大众媒体的跨越。跨越的标志之一是日本I-mode手机及其相关信息服务的发展,以及在中国等国家尝试通过手机短信进行新闻传播与出版活动。但是手机要真正完成由人际沟通工具向大众传播媒体的跨越,还依赖于3G技术的普及,以及建立在3G技术之上的手机报、电视和广告的发展。

手机正在从人际传播走向大众传播。手机媒体作为网络媒体的延伸,除了具体网络传播的各种优势外,还具有高度的便携型、私隐性、贴身性。

在中国,方便、低资费的短信已经成为许多手机用户常用的沟通方式。而多媒体短信(MMS)具有丰富的内容,直观的视觉效果,突破了文本的限制。彩色图片、声音、动画等多媒体的应用,使手机短信进入一个多彩的世界。

手机媒体的魅力在于它高度的便携性、互动性,以及带来的增值服务。一方