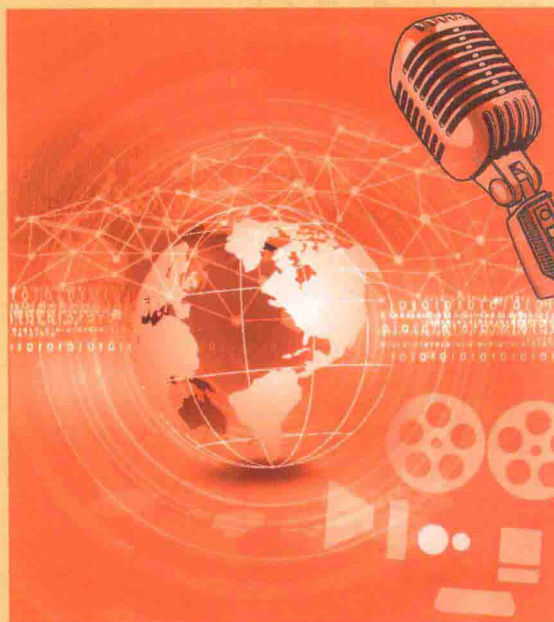


电子媒介发展史

杨嫚 著



科学出版社

电子媒介发展史

杨 嫚 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书从媒介融合的总体视角来审视新旧电子媒介的竞争、合作与渗透,探讨电子媒介演变的内在逻辑。本书从内容上大致可以分为两部分,前半部分主要对各电子媒介的发展进行论述,包括广播、电视、互联网等;后半部分则从电子媒介的内容、广告、受众测量、电影和电子游戏产业、相关法律法规等角度出发,对电子媒介进行了更全面的探索。

本书可以作为普通高等学校新闻传播专业学生的教材,也可作为业内人士的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子媒介发展史/杨曼著. —北京:科学出版社, 2017.11

ISBN 978-7-03-055815-2

I. ①电… II. ①杨… III. ①电子设备-传播媒介-历史-研究
IV. ①G206.2-09

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 301007 号

责任编辑:任俊红 李丽娇/责任校对:蒋 萍
责任印制:吴兆东/封面设计:华路天然工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京九州迅驰传媒文化有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017 年 11 月第 一 版 开本:720 × 1000 B5

2017 年 11 月第一次印刷 印张:13 1/2

字数:298 000

定价:89.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

序

从20世纪20年代广播诞生至今,电子媒介的发展已走过约100个年头。广播使信息可以通过无线信号快速传输,电视则牵动视觉、听觉多种感官,给人们提供了更为丰富的体验形式,互联网更是大大拓展了电子媒介的功能。如今,我们可以方便快速地获取新闻信息、进行线上聊天、观看海量视频。在这一个世纪的时间里,从广播到电视再到互联网,电子媒介的影响已渗透到大众生活的方方面面。电子媒介为人类传播带来的变革具有里程碑的意义。它以其特有的传播特征与方式,催生出新的媒介产业样态,建构出当今社会交往的特殊形态,推动了新的文化传播,形塑了人类新的生存方式。

正是在这重要的时代背景下,从媒介融合的视角重新审视电子媒介的历史与发展趋势显得尤为必要。2014年,湖北省委宣传部与武汉大学签署了部校共建协议,《电子媒介发展史》正是共建资助的成果之一。

该书以技术发展为主线,从多个角度出发,对电子媒介的发展史做了较为全面的探讨。全书共分为十一章,前半部分以时间线为逻辑,从媒介的诞生、主导地位的确立、发展演变等层面,分别对广播、电视、互联网进行了论述,观照其发展过程中最主要的议题与引发的争论,同时兼顾其他重要特征。后半部分则以专题的形式,聚焦于电子媒介的节目内容、受众测量、电影、电子游戏、相关法律法规规制等。如果说广播、电视延续了纸质媒介的信息流动模式,那么互联网的出现则改变了传统电子媒介中心控制的格局,个人开始拥有发布信息的渠道,通过移动终端,随时随地即可实现信息的接收与共享。因此,在该书的最后一章,作者紧跟时代步伐,讲述了电子媒介在当前社会的新形态——作为个性化媒介与社交网络的发展。

由于西方发达国家在电子媒介发展方面走在前列,而美国的情况较具有代表性,因此本书在阐述电子媒介发展时,将关注较多投向美国,同时观照中国电子媒介发展的历程,尤其是中国改革开放以来电子媒介的发展状况,以及互联网时代下电子媒介的发展趋势。

该书具有三个方面的显著特点。首先,从媒介融合的总体视角来审视新旧电子媒介的竞争、合作与渗透,探讨电子媒介演变的内在逻辑。当前,智能手机、平板电脑、各种可穿戴设备等已成为人们的新宠,而广播电视则迈入了“传统媒介”的行列,但这并不代表它们已经失去了自己的魅力与价值,在新的市场环境

中，广播电视正进行着自身的数字化转型以适应社会的变革。新旧电子媒介之间的界限日渐模糊，呈现出前所未有的融合趋势。该书中，作者正是以媒介融合的大环境为出发点来探讨电子媒介发展历程的，这有助于我们更系统化、整体性地把握电子媒介发展的历史。其次，已有媒介史的研究多将视角集中于广播电视发展史或新闻发展史，专门以电子媒介为考察对象的著作尚不多。最后，该书不局限于传统媒介史的写作思路，引入电子媒介传播思想史的视角，将相关节目、规划、广告等作为媒介史的脉络进行梳理贯通。

杨嫚老师是武汉大学新闻与传播学院的副教授，这几年来一直关注媒介发展，特别是互联网媒介发展研究，有不少成果发表。该书是她这方面研究的新探索。祝贺她！是为序。

强月新

2017年9月

前言

电子媒介是当今社会重要的媒介形态。我们不能想象没有电子媒介的生活。在今天的社会中,要完全脱离电子媒介的影响几乎是不可能的。我们已经沉浸于电子媒介信息之中,正如鱼生活在水中一样。电子媒介提供的信息,如天气、新闻、股票市场、影视、网络剧从各个方面影响着我们。

由于互联网的出现,电子媒介在过去的二十年间发生了很大的变化。传统的电子媒介,如广播,其影响力在日趋衰弱。听众不再花时间通过无线广播去听新歌。网络提供了乐曲、电视、电影等视听节目的多渠道来源,这些内容可以很方便地在计算机和其他移动设备上下载和分享。不但在私人家庭空间,而且今天多数公共场所,如机场、图书馆、公共汽车站,都提供互联网服务,极大地方便了社会交往、专业学习及娱乐活动。

技术的发展使新电子设备层出不穷。从20世纪60年代以来流行的多元立体音响系统和窄屏电视已经渐渐地退出了舞台。取而代之的是琳琅满目的移动式MP3、数字电视、手持设备、个人计算机与智能手机,人们从中自由地选择个性化的娱乐方式。他们已经越来越熟练地以个人的取向去获取、编辑和讲述媒介内容。最终,推特(Twitter)或微博等社交媒体成了线上内容的提供者。

电子媒介经历了巨大的发展,但这并不意味着传统的电子媒介不再值得讨论。因为,数字时代不是无关且孤立的。了解过去并不仅仅是为了更好地理解现在,同时也有助于预测未来。媒介的竞争、合作与不断演化为我们社会的变动提供了持续的动力,并给未来以深刻影响。

广播电视孵化了有线产业,有线产业走向了卫星产业,最终两者塑造了一个数字世界。互联网的出现对电子媒介及传统非电子媒介,如报纸、杂志等进行了更进一步的整合,抹去了不同媒介之间的界限。传统的电子媒介系统不断创新,并且日趋适应了当代互联网时代下电子媒介的多平台体系。可以说,互联网整合、衔接起了所有的媒介,并通过重新塑造各个媒介在新兴的网络语境下的可能性而再度媒介化了这些媒介。^①

对电子媒介的考察要超越仅仅将其视为大众媒体的考察,个人消费者为了获得信息和娱乐所选择的个人化的电子媒介也同样应该被纳入考察的范围。智能手

^① 克劳斯·布魯恩·延森.媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度.刘君译.上海:复旦大学出版社,2012:2.

机、平板电脑这些能够上网、记录并传输录像、播放音乐，并能够方便地进行人际交流的设备已经改变了现代人的生活。在探讨电子媒介革命中，这些媒体必须得到应有的关注。数字摄像仪的出现，则改变了观众看电视的时间表。线上的沟通方式开创了一个随时随地娱乐的时代。

我们将考察传统广播电视和现代新电子媒介之间的关联，新电子媒介体现了视听、电子交流等方面巨大的包融能力。无论是正在融合之中的电子媒介，还是尚在分隔状态的电子媒介，我们有必要了解正在发生的变化，并且理解它们是如何影响产业的未来，以及它们对整个社会文化的影响。本书以美国为主要样本来分析电子媒介发展的历程，同时也观照到了中国电子媒介发展的情况，尤其是当下互联网的发展。

本书共十一章内容，第一章～第五章主要分章节对各电子媒介的发展进行论述，第六章～第十一章则从电子媒介的内容、广告、受众测量、电影和电子游戏产业、相关法律法规等角度出发，对电子媒介进行了更全面的探索。第一章主要是对电子媒介发展的概述，从它的诞生、发展动力、文化特点等方面进行分析，也提及了最新的电子媒介——互联网，电子媒介正迎来媒介融合的发展态势。第二章主要论述了广播的发展，内容包括早期的无线电广播到商业广播的发展，广播与报纸之间的竞争，广播节目的转型，以及广播在新时期的数字化发展。第三章以电视为主体，论述电视由诞生到发展壮大，并逐步取代广播成为主导媒体的历程，以及互联网对电视主导地位的冲击，使其不得不进行数字化转型。第四章讲述了有线传输与卫星传输，尽管广播和电视作为两大传统电子媒介的地位没有多大改变，但是技术一直在推动着它们往更高的形态发展，有线传输使得广播与电视信号能够传播到遥远的地区，极大扩展了电子媒介的受众；卫星传输则提高了信息传播的质量与效率，但是这两个传输方式之间也一直存在一些争论，如版权、经营权等。第五章主要论述了互联网这一新的电子媒介，它是如何由最早的阿帕网到万维网再到今日的互联网的。同时，互联网新闻与 UGC 新闻的出现，也打破了专业媒体对新闻生产的垄断。第六章探讨了电子媒介内容的发展，广播最初的节目类型多样，包括各种喜剧、肥皂剧等，但电视的流行使广播听众流失，为了寻求生存，广播逐渐以播放音乐和新闻为主，并发展出各种电台形式。电视节目凭借优势，节目类型更为丰富，主要分为叙述类与非叙述类。电子媒介上播放的内容不只是人们喜欢的节目，还有维持媒体运作的物质基础——广告，因此在第七章我们对各种电子媒介的广告进行了论述，它们各自有哪些类型？又有何优势与不足？广告搭建了产品与消费者之间的桥梁，一定程度上促进了经济的繁荣，但是它也使得信息过载，有时还会对受众造成误导。而广告商投递广告的多少、广告的定价等都与媒体的受众相联系。在第八章，涉及受众测量的相关内容，从早期简单的评级系统到专业化的调查公司，对受众的测量方法也越来越客观精

准。第九章讲述了当前繁荣发展的电影和电子游戏产业，它们与传统的电子媒介有一定的关系，但又有所区别。第十章主要介绍与电子媒介相关的法律与规制，电子媒介作为社会信息系统，它的发展对一个社会的政治、经济、文化都会产生重要的影响，在信息时代更是如此。电子媒介诞生后不久，相应的法律规制也开始出现，并随着其发展历程，法制也会根据当时的社会情况不断地进行调适与改变。传统广播电视媒介主要被用来达至广泛的受众，但是今天，更新的电子设备和技术使信息的个人化、定制化成为可能。在本书的最后一章（第十一章），则讲述了当前个人化媒介信息系统与社交网络的发展，这有助于我们更加全面地理解当下电子媒介的发展趋势。

在本书付梓之际，我要感谢武汉大学新闻与传播学院部校共建平台为本书的出版提供了资助，我还要向为本书出版付出辛勤劳动的出版社编辑们表示感谢。要感谢的人很多，在此难以一一致谢，最好的回报唯有继续努力，得到你们的认可。

由于作者水平有限，书中难免有不妥之处，诚望各位专家和读者不吝赐教，以期再做修正。

作 者

2017年11月

目 录

第一章 电子媒介发展概述	1
第一节 从口语到电子媒介	1
第二节 人类视听需求与电子媒介发展	4
第三节 电子视听媒介的特点	6
第四节 互联网：电子媒介新的发展形态	12
第五节 媒介融合：电子媒介的发展趋势	35
第二章 广播的发展	41
第一节 无线电广播的早期发展	42
第二节 广播技术的媒介应用之初	45
第三节 商业广播的发展	49
第四节 媒介竞争与广播的节目转型	52
第五节 广播的数字化发展	56
第六节 广播在中国的应用与发展	57
第三章 电视的发展	61
第一节 电视的诞生及其重要技术的发展	61
第二节 电视网的发展及其主导地位的确立	65
第三节 电视的数字化转型	71
第四节 电视事业在中国的发展	73
第四章 有线、卫星和点对点传输	76
第一节 有线电视	76
第二节 卫星传输的商业化	78
第三节 有线及卫星传输引发的争论	81
第四节 点对点传输	85
第五章 互联网的发展	87
第一节 互联网与万维网的发展	87
第二节 互联网整合传统电子媒介	88
第三节 互联网新闻	93
第四节 互联网与 UGC 新闻	100

第六章 电子媒介内容的发展	103
第一节 广播节目内容	103
第二节 电视节目	106
第三节 电视节目的制作与分发	119
第四节 电子节目网络化	123
第七章 电子媒介广告	131
第一节 广播广告	131
第二节 电视广告	135
第三节 互联网广告	143
第四节 电子广告的批判性解读	147
第八章 电子媒介受众测量	148
第一节 早期评级系统	148
第二节 主流调查方法	149
第三节 受众测量指标	153
第四节 广告定价	157
第九章 电影和电子游戏产业	162
第一节 电影的诞生与发展	162
第二节 电子游戏产业	167
第十章 电子媒介规制	174
第一节 电子媒介规制初步形成	174
第二节 20 世纪 80 年代后：放松规制的趋势	181
第三节 对互联网的鼓励政策	185
第四节 其他内容规制及伦理问题	187
第五节 中国电子媒介规制及其融合背景下的发展	191
第十一章 作为个人通信与社交媒体的电子媒介	194
第一节 个人化的媒介	194
第二节 社交网络	197
结语	200
参考文献	203

第一章 电子媒介发展概述

电子媒介是指运用电子技术、电子技术设备及其产品进行信息传播的媒介，其中包括互联网、广播、电视、电影、录音、录像和光碟等。大多数电子媒介属于大众传播媒介，在 20 世纪，广播、电视曾是最主要的电子媒介，但随着互联网的发展与普及，手机、计算机等逐渐成为人们使用最广的电子媒介。它使人类传播实现了空间距离和速度上的突破，同时从人类社会信息系统的发展角度来看，它大大提升了人类知识经验的积累和文化遗产的效率与质量。

从 19 世纪中叶开始，电子媒介加强了各种传播形式，并且允许我们将相同的信息远距离传输给个人或者是大众。传统的大众媒介都受一些共性因素的影响，如听众、时间、传输、距离和存储。电子媒介不再局限于时间和空间。电子媒介对受众的认知、情感、行动都产生了影响，并影响和改变着人们的生活。

第一节 从口语到电子媒介

自古以来我们都有着表达自我的欲望，但是成功达成这个愿望花费了人类很长的时间。人类文明如果按媒介的发展阶段来划分，可以分为三个时段：口语、书写时代，印刷时代，以及电子媒介时代。

一、口语、书写时代：局限的传播

大约在十万年前，人类发展出了口头交流的能力。在三四万年前，人类在岩洞里的墙壁上作画。欧洲的肖维岩洞中共有 1000 多幅壁画，可追溯到三万六千年前的石器时代，它们被认为是欧洲最早的人类文化形式。经过这些年代之后，我们用不同的系统来传递信息，如烟、旗语、鸽子及送信员，每一种传播方式都有其优势和劣势。每一种传输系统只在特定的条件下起作用，在某些情况下，其传播效果具有很大的局限。例如，通过释放烟来传递信息及用旗语来传递信息的方式无法在夜晚使用，因为接收者只有在白天才能接收到信号。在冲突和战争情况下，送信员往往速度很慢并且有被俘获的危险。鸽子传输的信息量很小，同时，在遇到自然界的猛兽和极端天气的时候非常脆弱。当我们越来越依赖于口语交流的时候，每个人的接触范围也逐渐扩大了，交流的手段也越来越精细。然而，这个

过程并不是一蹴而就的。事实上,书写语言在五六千年前才被人们使用。有了文字之后,我们不用再仅仅依靠人脑的记忆了。

在公元前 4000 年,人们在黏土板上书写,这种材质在运输和读写时既方便又耐用。一千年以后,古埃及人使用纤维质的莎草纸作为原始的纸张。它由当时盛产于尼罗河三角洲的纸莎草的茎制成。古埃及人将这种特产出口到古希腊等古代地中海文明的地区,甚至遥远的欧洲内陆和西亚地区。在人类造纸术极其落后的古代,埃及莎草纸在干燥的环境下有千年不腐的特点,一度使其成为法老时期重要的出口商品,远销至古希腊、古罗马等欧洲国家,历时三千年而不衰。与此同时,一种用图画表达的象形文字产生了。大约在公元前 2000 年,古埃及人发明了包含 24 个字母的字母表。

在中国,最早的文字被称为甲骨文,被刻在龟甲或兽骨上,出现在殷商时期,距今约三千年。商周是青铜器的时代,青铜器的礼器以鼎为代表,这时出现了金文。金文是指铸造在殷周青铜器上的铭文,也称为钟鼎文。在战国时期,出现了竹简,它是战国至魏晋时代的书写材料。它是由竹子削制而成的狭长竹片(也有木片,称为木简),牍比简宽厚,竹制成的称为竹牍,木制成的称为木牍。竹简是我国历史上使用时间最长的书籍形式,是造纸术发明及纸普及之前主要的书写工具。竹简对中国文化的传播起到了至关重要的作用,也正是它的出现,才得以形成百家争鸣的文化盛况,同时也使孔子、老子等名家名流的思想和文化流传至今。

二、印刷时代:传播时代的开启

到 11 世纪,中国北宋发明家毕昇在总结历代雕版印刷的实践经验基础上,经过反复实践,发明了活字印刷。通过使用可以移动的金属或胶泥字块,来取代传统的抄写,或是无法重复使用的印刷板。活字印刷的方法是先制成单字的阳文反文字模,然后按照稿件把单字挑选出来,排列在字盘内,涂墨印刷,印完后再将字模拆出,待下次排印时再次使用。活字印刷术也被称为中国的四大发明之一,同时也是有史以来第一次,一个拥有印刷设备的个人可以将思想通过制作精良的书本或报纸传达给大众。

在 15 世纪中叶,一个欧洲冶金工人奇奥尼斯·古登堡,发明了一套能够重复印刷纸张的可移动器械。通过运用这台经啤酒压榨机改造而来的器具,古登堡将单独的字母拼起来,最终印刷出一整本书籍。这些字母被涂上墨水,然后用压榨机压在纸面上。印刷的书本可以以高效率、低成本的方式大规模复制。尽管运用媒介技术进行大规模传播的理念在 1400 年古登堡改进印刷机之后就已经诞生,但是直到 1690 年,第一份面向大众消费的小册子才被广泛地印刷。1833 年,第一份面向大众读者的报纸——《纽约太阳报》——得以创立。出版商本杰明·戴将

报纸定价设为一分钱,因此,也被称为“便士报”。从此,价格低廉、以大众为读者对象的报刊大量出版印行。这在当时被称为“便士报”运动,即报纸以低廉的价格和通俗的内容去争取大量的读者,使报纸完成了大众化、通俗化的飞跃。当书和报纸逐渐流行起来的时候,面向大众传播的行为也变得日趋普遍。然而,这种一对多的传播模式并不是平衡的双向传播。受众很少有机会将意见反馈给传者。

三、电子媒介时代:传播时间与空间的重塑

1844年,山缪尔·莫尔斯发明了一套电讯系统,它使得人们在远距离范围的即时通信成为可能。电报可以通过点和线两种方式将信息从一处传送到另一处,一系列点和线的组合可以拼出一个字母。然而,电报只有在对方拥有相应设备,且操作者具有熟练的接收翻译能力时才能奏效。之后,亚历山大·格雷厄姆·贝尔发明了电话,这种当时的新设备只要求人们具备基本的口头对话能力。以上两种新发明都方便了远距离的人际交流。

1896年,吉列尔尼·马可尼发明了无线电报,可以将信息从一处传到另一处。该技术同莫尔斯的电报技术颇为相似,但是采用的是无线传输的方式。很快,无线电报就被投入使用,有的发明家设计了可以传送人声和其他声音(如音乐)的设备。无线传输标志着大范围广播时代的开始,最终导致了商业性电子媒介的出现。直到20世纪30年代,才出现了第一个商业性的电视广播,对广播的狂热推动了音乐与其他广播节目的出现。20年后,即1950年年底,这一技术才真正普及开来。作为唯一可以实现即时通信的电子媒介,广播的地位维持了三十余年。在这段时光里,广播发展出了大部分节目形式,享受了财政上的巨大成功,并塑造了美国大众文化。在第二次世界大战后,随着电视产业从起步到狂飙突进,广播业逐渐发生了变化。许多曾经盛行于广播网络中的节目纷纷转移到了电视上,以往节目的受众也纷纷转向了电视。

电视在近五十年来一直处于大众传播产业的核心,期间经历了多种形式的变化,从广播到有线电视、VCD、DVD,一直到如今在互联网上开设自己的网站,甚至通过私人手机也可以观看电视节目。互联网将计算机之间连接起来,使使用者以极低的成本去方便地查找信息、娱乐和社交。同时,互联网给旧媒介带来的创新也相当显著,它打破了以往电子媒介所持的方式。同其他电子媒介比起来,因特网的发展速度显得异常迅速。

每一种大众媒介都有着特殊的优势,并且能够适应独特的传播情景。例如,电视适合于将信息传送至大范围的、在地理上和人口统计学中都彼此分散的人群;广播适合于将地区性的信息传送至人群,或者传送小众的信息至少量的人群;等

等。传统媒介在受众到达方面有着很大的区别。广播和电视属于单向传播的媒介，可以同时向大范围的受众进行信息传递，而其他媒介，如电话，一次只能同一人进行信息交流。传送和接收信息的方式是同步还是异步，也将媒体做了区分。采用异步方式的媒介，在信息发送与信息接收之间有时间差，报纸、书本、杂志都是属于异步传送的媒体。对于同步传送的媒体来说，在信息发送与最终被接收之间并无明显的耽搁。

电视、广播和电话发出信息之后，接收者几乎可以同时接收到信息。然而，采用同步传送方式的媒体并不意味着互动的产生。广播和电视采用同步传送方式，但是并不具有互动性强的特点。媒介在如何展示信息和如何传播信息上有着明显的区分。展示手段涉及用于展示信息的技术手段，如视频、音频和文本。信息传播则涉及将信息传达至受众所使用的方式。电视的音频和视觉图像往往依赖广播、有线传输、微波传输，或者实况转播卫星来进行传输。印刷媒体需要在物理空间中被传递到目的地，如果是远距离传送，则难免缓慢且成本昂贵。电子媒介往往通过无线电、电话线、光缆、卫星和光纤来传递信息，这使得电子媒介同印刷媒介相比获得了时间和成本上的优势。此外，信息存储受媒介本身存储信息能力的限制。例如，光碟、DVD、计算机的闪存和硬盘有能力储存上百万比特的数据，然而报纸出版商往往只有非常有限的空间来存储报刊。晶体管在电视设计方面也找到了自己的用武之地。观众无须再聚集在客厅中收看体积庞大的电视机播出的电视节目，随着电视体积的缩小，他们可以选择在更小的家庭空间中，尤其是卧室里收看电视节目。观看电视的行为越来越变成一种个人行为，电子媒介变得私人化了。

第二节 人类视听需求与电子媒介发展

在电子媒介发展的广播电视时期，它主要提供视听内容。人类对视听内容的原始需求，是电子媒介得以快速发展的原始动力。

人们对收看和收听某些特定的事物有着与生俱来的渴求。在人类发展的大部分历史中，这一渴求一直以来只是简单地通过观看和收听身边的自然事物得到满足。但早期，人类的确有通过一些方式来满足他们对视听艺术的渴求，包括绘画、雕塑和戏剧等。然而，要想精于其道必须要具备天赋、训练和资源。对于手抄时代的大多数人来说，这些条件一个都不具备。他们对于高质量艺术来说，只是消费者，而非创作者。但是即便如此，普通民众也难以消费高水平的视听艺术产品。主要有两个原因，首先是经济方面的原因：真正质量上乘的代表作——制作精良的绘画、雕塑和戏剧——都十分昂贵。只有精英人士才能为其支付所需的开销，而大多数平民百姓则无力支付。第二个原因是即使精良作

品得到了足够的经济资助，但是仍然面临着观众规模的限制，有多少观众能够收看仍然是一个未知数。

手抄时代的普通人们并不能随心所欲地收看和收听他们喜爱的节目。人们对视听存在着巨大的需求，却得不到足够的满足。

出版商们意识到图像可以帮助推行他们的文本作品。因此，他们用雕刻术对已经印刷好的文本进行补充。他们同样通过更加精良的图像将这一趋势推行更远。到了19世纪，人们开始掌握照相术。通过技术手段抓取肉眼所见到的事物，这一想法在当时是非常疯狂的。然而，到了19世纪，制作照相机所必备的两个技术——针孔照相技术和光化作用技术——都已经在欧洲盛行。尼瑟佛尔·尼埃普斯最终在19世纪30年代完成了这一任务。照片早在19世纪40年代，制作成本就十分低廉，到了19世纪80年代，照片可以被打印在报纸、杂志和书籍上。这开启了真正的图像时代。

在手抄时代，人们大部分的时间都消耗在家庭和工作中，人们大部分的交流也局限在这些圈子内。随着工业时代和大众传播时代的到来，情况逐渐发生了变化。工业化提高了生活水准，减少了工作时间，为我们创造了如今称为“闲暇时光”的空余时间。大众传播时代则为人们提供了从阅读中获取快乐的机会。商人们意识到，人们口袋中的闲钱和大把大把的空余时间可以提供赚钱的好机会，只要他们能为人们提供安全而整洁的娱乐场地。于是，娱乐工业产生了。

随着人口和财富的增长，娱乐方式也需要推陈出新。娱乐行业的企业家们需要找到廉价的视听消遣方式来满足广大人群的需求。他们完成这一使命所需的技术已经成熟，但是这些技术被深深地埋在了晦涩的科学发现和原始的技术模型中，以至于很少有人能意识到它们的重要作用。技术同其商业化应用之间存在着迟滞。第一台能够录音的设备由爱德华·斯科特发明，爱迪生在19世纪80年代发明了留声机唱针，柏林纳在19世纪90年代发明了唱机，从此以后，留声机开始了市场化的进程。在埃德沃德·艾布里奇于19世纪70年代末期开始“系列照相术”实验以前，电影的先祖——手翻书——流行了数十年。直到19世纪90年代，爱迪生和卢米埃尔兄弟才成功地将电影商业化。

19世纪，技术的发展终于使得商家们可以抹去传统的娱乐限制，并将其范围不断扩大。他们通过将高端消费品推向低端消费市场，以低廉的价格来吸引正在上升的中产阶级——有钱有闲阶级。这些商家开设剧院、专业的剧场、音乐厅。一起产生的还有歌舞杂耍表演厅、滑稽歌舞杂剧厅和歌舞厅。视听媒介开始以前所未有的速度扩张。对娱乐的需求还有很大的缺口，尤其是能够方便快捷消费的廉价娱乐。唱片音乐、电影、广播和电视产业都由这些广大的、未能满足的需求而催生。

贝尔、爱迪生等科学家们积极地寻求专利和经济支持,以使这些发明创造能够商业化。柏林纳、高德温和沙福诺铺设了视听媒介渠道,同时制作娱乐内容并通过这些渠道进行传输。成千上万的歌手、音乐家、作家、演员和技术师涌现出来,并以此为生。他们制作了无数的歌曲、电影、音乐剧和节目。并且生活水平和需求在同时攀升。

到了 20 世纪 20 年代,工业化时代的中产阶级家庭中,唱机和唱片成了寻常之物。虽然音乐产业在大萧条和第二次世界大战期间发展迟滞,但是到了 20 世纪 60 年代,立体声广播已经无处不在。同样的故事发生在电影行业,在 20 世纪 30 年代,看电影已成为美国人的生活方式。影院的观影人数在大萧条时期跌入了谷底,在 1933 年开始复苏。第二次世界大战后,随着电视的繁盛,观影率开始下降。在第一次世界大战后,各种形式的观影行为(看电影、看录像等)数量有所上升,看电影的生活习惯也蔓延到了全世界。到了 20 世纪中期,生活在发达国家中人们的生活已经发生了巨大的变化,不再需要“自娱自乐”,收听音乐、看电影、听广播、看电视,这些成了人们每天花费数小时从事的娱乐活动。电子媒体的兴起带来了娱乐产业的极大发展,也“制造”了更为广泛的大众。

虽然,视听媒介如此迅速的扩张和渗透的根本原因在于人们喜爱收看和收听的行为,但是现代国家和公司为大众提供廉价服务的能力也在其中起到了至关重要的作用。

第三节 电子视听媒介的特点

从 1895 年年底电影的诞生算起,至今已 100 多个年头,在这逾一个世纪的时间里,视听媒介不仅在技术上以难以置信的速度发展,同时,作为一种不同于印刷媒介的信息载体,其已经深入人类文化与生活的各个环节。传统电子视听媒介发展出了特殊的视听文化,并且其特点鲜明。

一、视听媒介的可用性

对于电子媒介的可用性可以从两个方面来看:信息的制作者和发送者。信息始于发送一端,发送端通常被认为是电视台或者广播站。制作和传输视听信号的工具和技能都十分昂贵,设备包括摄影棚、麦克风、镜头、传送器、信号塔、卫星等,这些设备需要大规模的投资。另外,即使你有装备精良的摄影棚,也有设备来传送信号,如果不经特殊训练,也无法传输信号,因

此,还需要拥有一个精于电视或者广播产品的专业人士。视听媒介需要由大型团队来制作和传输。在这种环境下,是不存在个人化传播的,其高昂的代价无人可以承担。

在接受者一方,接受并理解视听媒介的工具和技能门槛很低。所需要的设备,只是一个“接收盒子”,它可能是收音机,也可能是电视机。这些技术在20世纪以来越来越成熟,价格也越来越低廉。这也是电子视听媒介最终得以普及的物质基础。最终,即使收入一般的大众都有能力支付。今天,广播和电视随处可见。你不需要学习如何去听广播,或者看电视。

视听媒介在发送一端是不易得的,而在接收一端则具有易得性。如此,视听媒介建立了一个双头网络。在发送一端,这个网络是集中式的:制作和传输视听信号的只有数个节点;而在接收一端,这个网络则是分散性的:在这个网络中有数量庞大的人群都有能力接收信息。这个网络也被称为“一对多”的传输网络,这意味着少数节点可以将信息传送给许多节点,而多数节点却并不回传信息。这个描述十分恰当地形容了视听媒介的信息传输形式。

在视听媒介网络中,少数节点控制着视听信号的所有制作和传输环节,这种传播图式也被称为“中心控制式”,这与印刷时代的传播图式十分相似。我们可以在其中看到大众和大众社会的基本形态。在手抄时代和印刷时代,有许多差异性很强的受众:有的精于读写,有的精于口头表达,有精英,有普通民众。在19世纪,随着面向大众的印刷发行机构的出现和大众文学的普及,情况开始出现了变化。正如当时的许多观察家所指出的那样,数量上前所未有的读者群体开始形成。比如,在1932年,奥特加·加塞特将这些人称为“易受大众媒介影响的人”。视听媒介的快速传播,尤其是在第二次世界大战后,加速了“大众化”的趋势,几乎全世界的人都能够接触到视听媒介。手抄时代和印刷时代中那些数量相当稀少的受众聚合成了“大众”,他们以“收听者”和“收视者”的面貌出现,他们之间互相平等。这种现象同样为观察家们所关注,例如,在1956年,怀特·米尔斯将这种经典的现象描述为“大众社会”。他认为,在现代社会,随着大企业的增多和组织官僚化的程度越来越高,出现了更多的白领阶层,而他们不拥有任何资产,在高度合理化的大企业组织面前,他们常常抱有一种失落感或无力感,这使得他们对政治不感兴趣,而在业余生活中则“逃避”到大众传媒提供的消遣和娱乐领域,他们本质上是被排斥在统治势力之外的,他们与蓝领劳动工人一起,构成了美国社会中的“大众”^①。可以这样认为,电子媒介已经成为改变社会结构与社会特性的重要力量之一。

^① 百度百科. 大众社会理论. <https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%A7%E4%BC%97%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E7%90%86%E8%AE%BA/8268043?fr=aladdin>[2017-02-13].