

媒介交流研究

MEDIA COMMUNICATIONS

安思国 著

中国传媒大学出版社

媒介交流研究

安思国 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介交流研究 / 安思国著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 6

ISBN 7-81085-509-3

I. 媒... II. 安... III. 传播媒介-文化交流-研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 052400 号

媒介交流研究

作 者 安思国

责任编辑 欣 雯/李 力

封面设计 博鳌国际

出版发行 中国传媒大学 出版社(原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄南里 7 号 邮编 100024

电话: 86-10-65738557 65738538 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市后沙峪印刷厂

开 本 730 × 988mm 16 开本

印 张 12.25

版 次 2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-509-3/K · 320 定 价: 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

一群类人猿从树上爬下来，互相招呼着走出了大森林，从此与动物告别。这是几千万年前发生的事情。这个物种日后之所以成功地演变成地球的主宰，很大程度上要归功于他们拥有其他动物所不具备的交流沟通能力。

他们似乎很明白这一点，也很在意这一点。于是有了烽火台、消息树、活字印刷，有了酒幌、广告、电话机，又有了广播和电视乃至今天的互联网。拿它们干什么呢？交流。

从根本上说，人类有了越来越强烈的交流欲望，才有了越来越丰富的交流媒介，正是需求在鞭策着媒介的进步。反过来，媒介的日新月异，又使交流变得愈发便捷和直观。正是这种良性互动，推动着人类一步步地走到了今天的信息社会。交流由单向转为双向和多向，交流的载体也由简单粗陋变为复杂而美丽，以至于可以浓缩成佩戴在女孩胸前的漂亮饰物。

说到交流与媒介，很自然会提到电话、广播、电视和互联网。当然，你也可以读报，但你能对着一张纸说话吗？非要绕个圈子找到办报的人才行。打电话交流最直接，论快捷方便，谁也比不上它。可它的最大特色是私密性，你说我听，我说你听，与旁人无干（电话会议另当别论，是小圈子的事情）。广播和电视正好相反，听到看到的人越多越好。而互联网，二者兼而有之，既可二人对谈，也可大家插嘴。从单向传播到双向和多向交流，这个转变的最大意义在于解决了信息不对称的问题。传播者有了更加宽阔的游动和发挥的空间，受众也从此摆脱了无法选择和参与传播的无奈。好像可以这样说，媒体发展到今天，从其交流功能上看，已经到了想怎样便怎样的境界，只是我们对它的研究和利用尚大大不足。

有人意识到了这一点，开始对媒介的交流功能潜心研究，比如本书的作

者安思国。他从交流的初始状态说起，一直说到互联网和交互电视。一本书从头到尾，对媒介与交流做了精当而深刻的论述。其中一些观点十分值得玩味。比如，“媒介既是传播的媒介，也是交流的媒介”，“传播交流化，交流传播化”，“强化媒介的交流互动，可以把传播和交流尽可能完美地结合在一起”等等。无论是业内还是业外，都能很容易听懂他的意思，悟出他讲的道理。如果你是广播电视业内人士，看看这本书，再想想每天做的节目，可能会发现以前没去多想的道理；如果你是业外人士，合上这本书再去听广播、看电视或上网聊天的时候，可能会点点头说：“嗯，这个安思国说得还有点道理。”

从交流的角度来审视今天的媒体，安思国走在了前面。有兴趣的不妨读读看，看他到底想跟我们交流什么。

胡占凡

国家广播电影电视总局副局长

2005年4月21日

引 言

语言的诞生是信息交流的需要，文字的出现使得信息的交流开始在空间和时间中延展。印刷媒介的主要任务是延展时间过程中的信息交流，而电子媒介的主要任务是延展空间状况里的信息交流。从结绳记事时起，当人们的概念和思维还未认同和强化媒介的交流功能时，印刷媒介、电子媒介这些更具传播功能的媒介却接踵而至。于是，在对媒介目不暇接之后，面对面的交流失缺了；于是，在印刷媒介、电子媒介强力弘扬其传播功能时，交流被淹没了。

从报纸到广播、到电视，我们并没有太多地对“传播”产生过疑虑，我们也没有太多地对“交流”投入过关注。但是，当互联网出现后，当可视电话问世后，当手机短信风靡时，当数字电视行将风行时，我们却不能不疑虑了：到底谁是传播者？我们引以自豪的主导者的感觉还能维持多久？当受众从沉默的羔羊嬗变为媒介喧嚣的参与者，甚至主导者时，我们就不得不认真思考我们曾经忽视过的媒介的交流功能了。当看到各种媒介上出现越来越多令人眼花缭乱的互动节目和形式后，我们才发现，历史烟云中，踽踽独行的“交流”的身影不仅依稀可见，而且正大步流星向我们赶来。

在我们对语言、文字、印刷媒体、电话、广播、电视、互联网、可视电话、互动电视做了一番分析后，我们就不难看出，媒介的发展其实是经历了一个由低级到高级的螺旋式上升过程，人们的交流从面对面开始，经过了一个漫长的技术发展过程之后，又回到了面对面的交流状态。只不过，这时的

交流倚仗了功能强大的、物化了的媒介，而交流的空间和时间则倚仗了媒介而无限地延展了。这是一个社会发展的过程，也是一个技术发展的过程，更是由于交流无限延展的本质要求的使然。

当我们重新审视了媒介的交流功能后，我们也就可以理解为什么现在会出现越来越多的互动节目、交流节目，甚至连印刷媒介这种无法进行即时互动的媒介也开始千方百计地搞起情感倾诉室、热线电话之类的互动交流了。

当我们重新认定了媒介的交流功能后，我们就可以坦然面对新媒介对老媒介的撞击，而不再惶惶然和不知所措；我们就可以把握媒介的交流功能，强化媒介的交流互动性，让受众和我们一起真正成为媒介的主人。

我们希望通过分析媒介的演进规律、实践形式和理论意义，拓展我们对媒介功能的诠释，强化我们对交流功能的认识，归拢我们交流实践的理论意义，清晰交流实践的逻辑曲线，在“传播”的旗帜上浓墨重彩地写上“交流”两个字，使我们的媒介运作和新闻实践具有更多的理性自觉和趋势指向。这便是写作本书的缘起和目的。

二

在本书中，经常会出现以下几个词，因此，有必要对它们做出含义上的厘清。

交流 这是本书的一个主要概念。据《现代汉语词典》解释：“交流”，一是指交错地流淌，比如涕泪，江河；二是指彼此把自己有的供给对方。在本书，“交流”显然是指第二个意思，而不是第一个意思的涕泪、江河的流淌。

交流的含义的重点在“交”。“流”可以是单向的，可以从彼到此，从此到彼；或是从东到西，从西到东。但如果有了“交”字，则这种“流”就必须至少是双向的。“交流”就成了彼此地流向对方，互相地流向对方；就是你中有我，我中有你；就是水乳交融的状态。就不是一方一相情愿地流向另一方。这应该是“交流”的最典型、最本质的特征。

传播 据《现代汉语词典》，“传播”指“广泛散布”，诸如传播花粉、传播消息、传播先进经验。

“传播”的“传”字，同一词典中解释是由一方交给另一方，比如由上而下，由前而后。应该说，这是“传”的最基本、最本质的含义，即一个

点对另一个点的信息或物质的送达。由“传”字构成的许多词都有这种基本的含义，如：传布、传唱、传抄、传承、传达、传代、传递、传动、传统、传呼、传染、传授、传阅等等。

“传播”中的“播”字则有“从某地某处散发出去”的意思。“散发出去”就不是一点对一点的信息送达，而是一点对多点，一点对一面的信息发送，这应该是“传”和“播”的主要区别所在。

如果再仔细琢磨，我们还可以发现，“传”还注重信息的到达。信息到达与否或到达了多少。如果到达是零，则“传”的行为实质上无法成立。但“播”则缺少对信息到达的把握。“播”由于是点对面的信息发送，因而，传者很难准确地把握和知晓信息的到达，甚至可以说，从“播”的行为开始，传者就没有这种准确知晓的期待。我们从和“播”字相关的一些词中也可以隐约感觉到这种无奈，比如：播发、播放、播讲、播撒、播送、播映等等。当然，增强“播”的内容的信息量，力求取得最大的到达率，是对“播”的一种期待和把握，但是那是另一个领域的事，不是“播”字的语义学所研究的问题。

因此，“交流”和“传播”的区别在于“交流”是双向的，“传播”是单向的；“交流”在一般情况下是点对点的，“传播”在一般情况下是点对面的；“交流”重在“交”，重在把自己拥有的交换给别人，也希望把别人拥有的交换给自己；“传播”重在“传”，重在把自己的交给别人，而不一定要求把别人拥有的交换给自己；交流的双向行为可以转换为传播，而传播的单向行为却不完全能转换为交流；“交流”行为至少是双方甚至多方的，而“传播”行为主要是单方的；“交流”是一种平等的状态，“传播”是一种居高临下、自上而下的姿态。

《跨文化交流学》^①在谈到交流的特点时就说到：交流是发送者和接收者之间相互作用的活动。即参加交流的一方都试图影响另一方，每一方都既是发送者又是接收者，各自不断发出信息，也不断受到来自他人的信息的影响，双方的角色在不断地变化。

《传播学教程》^②在谈到传播的特点时说：“传播是一种双向的社会互动行动。因为信息传递总是在传播者和传播对象之间进行的，而且，任何一种

① 关世杰：《跨文化交流学》，北京大学出版社，1995年。

② 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社，2001年，第25页。

传播，都必须是一种通过信息的授受和反馈而展开的社会互动行为。”但是，信息的传递在传播者和传播对象之间进行也不一定意味着双向和互动，就和水流动一样，它可以从甲地流到乙地，但它并不一定同时既流向甲地又流向乙地。信息的授受是传播的必然，但信息的反馈却不是传播的必然，只是偶然，并不是每一次信息的授受都必然会产生信息反馈。而且，反馈并不是传播或交流行为本身，它只是对传播或交流行为的过程或结果的一种检验和审视，是独立于传播或交流行为之外的另一种行为，只不过它的对象是传播或交流行为。因而，传播不具有双向和互动性，交流才具有双向和互动性。

我们汉语言的丰富是举世公认的，这种丰富既是词汇中包含的词义的丰富，也是词汇本身的丰富，是一些微小的可以用不同的词汇来表达的丰富。

但是，当英语“communication”一词进入中国后，却使我们为难了。据《大英汉词典》解释，communication有传送、传达、传播的意思，还有通讯、通信、通话、通知的意思，也有意见等的交换、交流、交往的意思，还有通讯工具、交通工具、过道、通道等意思。如此多的含义，用汉语的一个词来包容显然是不够的，但又不能把它译成几十个词，于是“传播”便成了communication的主要中文译词。于是，我们的新闻媒体也顺理成章地接受了这个译词，结合着我们媒体的宣传传统（宣传也是传播，只不过它更具单向性，更有强制性，更有不容置疑的威仪），心安理得地进行我们得心应手的传播工作了。

但是，英语中的communication源自拉丁语的communicatus和communis，其原义为“分享”、“共有”，该词的印欧语词源是Kom—moini，其中Kom意为“共同”，Moini源自Mei，意为“交易、交换”。由“共同”、“交换”、“共享”引申到信息传递领域，就成了“交流”。而“共享、共有”的特征就是，你拥有我的，我拥有你的。如果仅仅是我拥有你的，而你没有拥有我的，便不能称做“共享、共有”。

这个十分重要的最初的“共享”、“交流”含义，由于communication的中文译词“传播”的排斥作用而被人们忽略了。尽管学者们做了大量的工作，力图使“传播、交流、共享”的实符合“传播”的名，力图把“交流”纳入“传播”的名下，使“传播”具有“交流”的含义（如“传播就是人们进行信息交流的一种活动”[徐耀魁]，“传播是信息的双向流通过程”[李彬]，等等），但是，汉语言词义的确定性以及实际工作和研究工作

的差异性，都使得“传播”这个汉语词无法容纳“交流”的意义。虽然，无论是英语还是拉丁语，“交流”都是其固有之义，但我们不能因为英文中“传播”和“交流”是同一个词，我们就必须认同汉语的“传播”中也包含了“交流”的意义。这些年来，由于“传播”一词的张扬和盛行，宣传观念的根深蒂固，从业人员的浮躁和喧闹，理论研究成果普及的艰难，使得“传播”大行其道，而“交流”却无法登堂入室，获得应有的地位。结果，我们的新闻改革总是在枝枝蔓蔓上动脑筋，始终走不出“传播”的怪圈，始终达不到“交流”的境界，始终让人觉得差一把火候。这既是“传播”的悲哀，也是“交流”的苦恼。

媒介 《现代汉语词典》中解释说：“媒介”是使双方（人或事物）发生关系的人或事物；《大英汉词典》中对 medium (media) 则是这样解释的：工具、手段、中间物、媒介。

按照词典的解释，媒介是一种工具或手段。按照我们日常的理解，“媒”和“介”也都是一种中间物，是使双方发生联系的人或事物。“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。”^① 因此，媒介的主要作用和特征就是作为手段和工具，使双方在自己的作用下发生联系。

在本文里，“媒介”一词仅指使双方发生联系的手段和工具，不包括使双方发生联系的人。

媒体 媒体是指提供和使用媒介进行工作的社会组织。《现代汉语大词典》中把“媒体”解释为交流、传播信息的工具似乎不妥，这是把媒介和媒体混为一谈了。媒体使用媒介进行交流，传播信息，或提供交流、传播信息的工具，但它本身却不是交流、传播信息的工具。媒介的本质属性是物质形态的，而媒体的本质属性却是社会组织的，是社会形态的。广播、电视是媒介，而广播电台、电视台是媒体；报纸、杂志是媒介，而报社、杂志社是媒体；手机、座机是媒介，而通信公司是媒体。

媒体有两种。第一种媒体，如电信公司。这种媒体的特点是仅仅向人们提供媒介，供人们进行交流，自己并不使用媒介或者说基本上不使用媒介进行传播信息的工作。但现在，这种情况也开始有了改变，比如有的通信公司组建机构，进行广告及短信息的发布等工作。人们使用这种媒体所提供的媒

^① 陈卫星：《传播的观念》，人民出版社，2004年，第11页。

介一般是有进行交流的主动，而没有进行传播的主动。这种媒介上的信息流动，其主要特点是点对点，是典型的交流形态。当然，目前，手机上盛行的短信群发是一种新的信息流动形态，它的主要特点是传播而不是交流。

第二种媒体，如新闻媒体。这种媒体的特点是利用自己拥有的媒介进行交流，传播信息。这种媒体实际上大多数时间做的是传播信息的工作，很少进行交流。因为这种媒体所提供的媒介是单向的，如同高速公路的单行道，因此人们与媒介的另一端进行交流十分艰难，不是说不允许，而是手段达不到，或者说有人为的限制。因此，这种媒体的特点是点对面，是典型的传播形态。当然，如果这种媒体要进行交流，就必须借助第一种媒体所使用的媒介。

随着媒介技术的发展，第三种媒体开始出现，这就是新闻网站。这种媒体自己既使用媒介进行信息传播，同时又为人们提供进行交流传播的平台。人们既可以利用媒介进行交流，同时也可以传播信息。这是一种将前两种媒体的特点集于一身的新媒体。因此，它的出现具有划时代的意义，它的特点既是点对点，也是点对面；既有交流，也有传播，而且其信息流动全都是双向的。

目 录

序 言	/ 1
引 言	/ 1
第一章 媒介与交流	/ 1
一、语言媒介	/ 1
二、文字印刷媒介	/ 8
三、电话媒介	/ 15
四、广播电视媒介	/ 21
五、网络媒介	/ 28
六、交互电视媒介	/ 34
1. 多路信号, 自主选择	/ 35
2. 双层运作, 互不干扰	/ 36
3. 众多内容, 自由组合	/ 37
4. 同层推进, 互动影响	/ 38
第二章 媒介交流的形态	/ 44
一、在 版	/ 44
1. 读者与新闻类信息的交流	/ 45
2. 读者与教育类信息的交流	/ 48
3. 读者与服务类信息的交流	/ 50
4. 读者与娱乐类信息的交流	/ 53
二、在 场	/ 55
1. 交流的角色	/ 56
2. 交流的类型	/ 66
三、在 线	/ 75
1. 报纸媒介的在线交流	/ 75
2. 广播媒介的在线交流	/ 79
3. 电视媒介的在线交流	/ 89
4. 网络媒介的在线交流	/ 92

第三章 媒介的交流意义	/ 98
一、媒介的交流意义	/ 98
1. 关于“媒介就是讯息”	/ 98
2. 关于“媒介是人的延伸”	/ 100
3. 关于“地球村”	/ 102
4. 关于“热媒介和冷媒介”	/ 104
二、媒介主体的交流意义	/ 107
三、媒介客体的意义	/ 113
四、媒介效果的意义	/ 119
 第四章 媒介交流的社会意义	 / 126
一、交流与社会化	/ 126
二、媒介交流与社会个体	/ 133
1. 在时间上的变化	/ 134
2. 在社会结构上的变化	/ 136
3. 自我认定上的变化	/ 140
三、媒介交流与社会整体	/ 143
1. 媒介交流与社会系统	/ 143
2. 媒介交流与意识形态	/ 145
3. 媒介交流与社会生活	/ 147
 第五章 媒介交流的文化意义	 / 151
一、媒介交流的真实性	/ 152
二、媒介交流的语境	/ 160
1. 语言符号	/ 161
2. 非语言符号	/ 164
3. 语境	/ 166
三、媒介交流的生态	/ 170
1. 霸权与民主	/ 170
2. 统一与多元	/ 172
3. 整合与离散	/ 174
4. 守成与创新	/ 177

第一章 媒介与交流

一、语言媒介

按照历史学家和传播史学家的分类，人类能够说话，产生语言之前的那个模糊而无法界定的时代叫做符号和信号时代，或者叫做前语言时代。虽然那个时代离我们太遥远，但是，我们必须从那里开始我们的分析研究，因为，那个时代是我们分析研究的逻辑起点，它将给我们带来许多有价值的信息。

“大约 7 000 万年以前，我们人类的先祖进化成灵长类动物”。^①

“森林古猿生活在大约 2 300 万年到 1 800 万年以前，恩格斯认为它们处于从猿到人的第一个阶段，即‘攀树的猿群’”。^②

“腊玛古猿生活在距今 1 400 万年到 800 万年之间，已经能够初步直立行走，恩格斯将他们称为‘正在形成的人’”。^③

“直立猿人出现在约 300 万年以前，恩格斯将它们称为‘完全形成的人’”。^④

“我国发现的元谋猿人、蓝田猿人和北京猿人，大约生存在距今约 50 万年到 200 万年之间。”^⑤

“距今约 50 万年前，尼安德特人出现。之后，在距今 9 万年到 4 万年前，出现了克罗马农人。他们都有了大量的劳动活动。”^⑥

① 胡正荣：《传播学总论》，北京广播学院出版社，1997 年，第 66 页。

②③④⑤⑥ 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社，2001 年，第 25 页。

“1.8 万年前左右的我国山顶洞人又掌握了火。人类这些早期发明，如粗糙的石器和火的使用，标志着人类创造物——文化的出现。从这以后，人类文明终于起步了。”^①

这就是我们人类形成发展的大致轮廓和年代表。我们的先祖在还没有产生语言时，他们的交流沟通和传播与动物是没有本质的区别的，他们只能利用自己的身体——这种在那个时代也可以被称为媒介的东西——来传达一些简单的信息。而身体传达信息也只能有几种方式：一是面部表情，包括眼神；二是肢体动作，包括手势；三是嘴发出的声音。

“日本京都大学的伊谷纯一教授对高尾山的日本猴进行了多年观察，发现日本猴至少可以用三种方式传递信息：第一类是听觉方式，第二类是视觉方式，第三类是身体接触方式。”^②

听觉方式即是听嘴发出的声音，视觉方式则是看面部表情和肢体动作，而身体接触方式也是肢体动作的一部分。

“根据伊谷纯一的观测记录和分析，仅就听觉方式而言，日本猴发出的声音就达三十七种，这些声音与体态、表情、动作相结合，能够传达上百种‘意义’，其中包括呼唤、回答、问候、迎接、亲昵、喜悦、满足、炫耀、示威、服从、献媚、不满、愤怒、敌视、威吓、报警、恐惧、气恼、悲哀等。”^③

现代的猴再聪明也只是猴，而我们的先祖虽然刚由猴变成了人，但毕竟是人了。这几种方式和几种方式的综合使用，使我们的先祖们能完成当时环境下的交流沟通和传播任务，也能传达许多信息以应付当时的环境需要了。

实际上，在现代社会，这几种方式也是人们须臾不离的交流沟通方式。中央电视台 12 套曾播出过一个专访《云南映象》的总编导杨丽萍的专题片。片中节目主持人问杨丽萍，你的手是有语言的吗？杨丽萍毫不犹豫地回答：那当然了。她顺手做了两个动作，边做边说，这个是飞翔，这个是激动。主持人问：你的身体语言别人能看懂吗？杨丽萍答到：当然能看懂了，因为是共通的。请注意“共通”这个词。因为是共通的，所以能看懂；要想能看懂，必须要共通。

雅各布森说：两个说话者要想使交际进行起来，还需要有一个语境。

①② 胡正荣：《传播学总论》，北京广播学院出版社，1997 年，第 66 页。

③ 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社，2001 年，第 24 页。

“该语境可以为受话者所把握，它或者是语言的，或者是可以语言化的；需要有一套说话者和受话者之间完全或者至少是部分共有的代码”。^① 雅各布森的意思就是：交流中，除了语言传达信息外，还有相当一部分信息需要非语言的，但是可以语言化的东西，来传达诸如背景、符码，诸如肢体动作、表情之类的信息。杨丽萍所说的共通，当是指这种非语言、但是可以语言化的信息理解。当然还会有其他，比如文化、习俗等等。

我们对人类的前语言时代做了一个简单的叙述后，至少能得到以下几个认识：

首先，早期的人类没有其他交流传播的媒介，他们只能以自己的身体为媒介来交流传递一些信息。我们可以把他们的身体认做是他们那个时代的媒介，但却不是我们现在意义上的媒介。他们这种具有物质外壳的媒介并不是完全意义上的“手段和工具”。他们的身体符合媒介的“手段和工具”的属性，但却无法与他们所传达的信息分离开来，他们和所要传达的信息实际上同处一体，是不能分开的。有些信息是与他们的这种媒介身体共存的，媒介身体一旦失去生命力，信息便随之消失。既使想像他们闭上眼睛、面无表情、不言不语、像太极拳“收势”一样没有肢体动作和面部表情的样子，但这同样也是一种信息。如果媒介身体失去生命力了，虽然依然会是闭上眼睛、面无表情、不言不语，但却是不传递信息的了。头领做出的喜悦表情和一个普通人做出的同样的喜悦表情传达给人的信息是不一样的，尽管他们的表情可能是一样的。也就是说信息还没有加以抽象或者才刚刚开始。

其次，早期人类进行的多是交流和沟通活动，而不是传播活动。这是因为早期人类没有家族、氏族、阶级、阶层等社会组织形态和层级结构，而社会组织形态的层级结构是以点对面为其鲜明特点的传播活动的基础。当时的情景和社会状态，显然缺乏一个或多个拥有相对多的信息量的点，也显然缺乏一个信息的面，大家基本上处于信息拥有量相同的状态中，即使有信息量上的差异，也是极小的差异。因此，交流沟通是大量的日常行为，而传播则是稀缺的。

此外，交流沟通可以使用没有将信息抽象出来、而是与身体结合在一起的“约定俗成”的信息表达方式来传达信息。因为交流沟通多是点对点的行为，在这样一个环境中，交流沟通是最常用的和最好的办法。而传播的特

① 《雅各布森文集》，湖南教育出版社，2001年，第52页。

点是点对面,人数的增加、“约定俗成”信息表达方式的不一致和不准确性,会大大增加信息表达方式和接受程序出现误读和偏差的机率,如同“湖南卫视”的一个娱乐节目,第一个人挤眉弄眼和指手划脚地表达一个词的含义后,几个人依次根据各自对表达的理解,向后一个人用肢体语言继续表达,到了第五个人,这个词的含义就被表达得面目全非了。

传播的基本要求就是规范和准确,比如说“50年代中期,美国物理学家H.艾什在巴西发现,有一种当地的热带蜂居然能够用莫尔斯信号(有规律的单音长短信号)来传达食物场所的远近。”^①和蜜蜂传播的准确规范不一样,人类传播的规范和准确,实际上就是进行信息抽象的过程,就是信息脱离各种表现手段,独立存在于人脑的过程。早期人类的大脑条件显然无法进行这样的思维活动。

再次,声音、面部表情、肢体动作,既是早期人类进行交流沟通和传播所借助的三种方式,也是人类社会传播媒介发展的源头,而且,最终,媒介经过螺旋式的发展,最终还将回归到这几种表达形式。

那么,这三种表达形式中,哪一个将脱颖而出,率先发展为真正意义上的媒介呢?面部表情和肢体动作虽然能千变万化,表达许许多多的信息,但它们的表达毕竟是有限的。不准确性、不规范性导致的误读使它们无法承载更多、更精确的信息。而且,由于信息始终与信息所借助的媒介(人的身体)不能分离,因此,面部表情和肢体动作就无法进行信息的抽象和概念的形成等思维活动。

与面部表情和肢体动作相比,声音一开始就有着比较大的抽象空间和发展潜力,它仅仅有音质、音色、音量等的区别,它和它所包含的信息往往是若即若离的,或者说是可以分离的。这种简单奠定了今后它成为复杂的基础,这种可分离性也为它以后的发展提供了有利的条件。随着人脑的发展、人的发声器官的完善以及社会的日益复杂化,声音逐渐形成了语言,并承担起了表达概念、表达思维等的任务,率先向媒介的发展方向迈出了第一步。可以说,没有声音以及进而形成的语言,就没有现代意义上的媒介,声音是现代媒介发展的逻辑源头。

声音一马当先,敲响了媒介产生与发展的晨钟。但是,交流也好,传播也好,它们都应该是全方位、全息,仅仅只有声音而缺少面部表情和肢体

① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社,2001年,第22页。