



新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材

电视文化学

DIANSHI WENHUA XUE

曹毅梅 主编

河南大学出版社

新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材
总主编 段汴霞

电视文化学

DIANSHI WENHUA XUE

主 编 曹毅梅
副主编 张永洁 张 衡
编 委 张海欣 赵红玲 赵若虚
云 菲 吴 瑜

河南大学出版社

• 郑州 •

图书在版编目(CIP)数据

电视文化学/曹毅梅主编. —郑州:河南大学出版社,2013.9

(新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材 总主编 段汴霞)

ISBN 978-7-5649-1151-5

I. ①电… II. ①曹… III. ①电视文化学—文化学—高等学校—教材

IV. ①G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 042433 号

责任编辑 郭 乾 申 芳
责任校对 杨 莹 王松峰
封面设计 张 松



出版发行 河南大学出版社

地址:郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号

邮编:450046

电话:0371-86059712(高等教育出版分社)

0371-86059713(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 开封日报社印务中心

版 次 2013 年 9 月第 1 版

印 次 2013 年 9 月第 1 次印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.25

字 数 385 千字

印 数 1~3000 册

定 价 29.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

总 序

中国的广播电视事业是随着国家经济、政治和文化的发展由小变大、由弱变强的,而广播电视艺术是 20 世纪伴随着电子技术的飞速发展而诞生的,被专家和学者称作继诗歌、音乐、绘画、雕塑、建筑、舞蹈、戏剧、电影之后的一种新的艺术形态。广播电视在传播新闻信息的同时,与文学、艺术结缘,形成了丰富多彩的广播电视艺术,如广播剧、广播音乐、广播戏曲、广播文学、电视剧、电视音乐、电视戏曲、电视文学等。随着网络 and 多媒体技术的普及,广播电视的艺术表现形式更加丰富多彩,视听手段更加多样化,数码摄像机(DV)影像、微广播剧、微电影等独特的广播电视艺术表现形式为 21 世纪的广播电视传播增添了无数个精彩的瞬间。21 世纪,广播电视艺术作为社会文艺形态的重要组成部分,在繁荣社会文化、促进社会和谐进步等方面将会起到举足轻重的作用。

广播电视艺术学学科涉及面广,侧重于对广播电视表演艺术、历史、艺术理论、广播电视文艺创作规律、音乐学、美术学、艺术设计、戏剧戏曲学、电影学、舞蹈学等学科的结合,是以现代电子信息技术为主要手段,采用广播、电视、文字、音像、计算机和网络等多种媒体进行的理论与实践相结合的教育学科。随着国际、国内广播电视艺术形式的不断繁荣与发展,我国的广播电视艺术学学科也在高等院校有了相应的发展。据 2012 年教育部统计,目前我国普通高等院校开设广播电视艺术学专业的学校已有千所。广播电视艺术学学科的教育形式也呈现出多层次格局:专科生教育、本科生教育、硕士生教育、博士生教育,成人教育、函授教育、在职教育。专业内容主要涉及广播电视编导、影视戏剧文学、导演、电视摄像艺术、广播电视节目策划、网络影视节目制作、影视特效、音响制作、纪录片制作、微电影制作、电影电视编剧等方面。近年来,我国广播电视艺术学教育工作者遵循党的教育方针,通过辛勤的劳动,为国家培养出一大批学习优秀、实际操作经验丰富的毕业生,这些优秀的毕业生成为我国广播电视艺术事业发展的中坚力量。

21 世纪,广播电视艺术学教育在国家“十二五”规划的推动下呈现出迅猛发展的势头。为国家培养出更多综合素质高、艺术创意新颖、技术全面的广播电视艺术人才成为高校教育工作者的共识。知识的获取离不开教育,教育离不开教材,门类 and 品种齐全、体例新颖、观点鲜明的广播电视艺术学教材是莘莘学子学习和实践的知识宝库。

“新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材”集聚省内外十多所高校的广播电视专业教师以及一线广播电视工作者,集思广益,精心策划,内容涉及广播电视艺术学的多个领

域,如广播影视历史与理论、视听语言艺术表现形式、广播电视节目制作、电视摄像方法与技艺、广播影视编剧、影视导演艺术、电视稿本写作、多媒体节目制作、影视广告艺术等。为方便学生学习使用,本套教材在编写体例上采用统一编写模式,对学习重点、难点和延伸拓展的教学点都有严格的规定;在内容上追求思想性、知识性、实用性、艺术性、趣味性相结合,力求内容新、覆盖面广;在形式上图文并茂,生动有趣;在创新性上,对近年来广播电视艺术发展中的新思想、新理论、新技术进行汇编并融入教材,使教材的内容与形式紧跟时代步伐,与时俱进。

21世纪,我国广播电视艺术文化创意繁花似锦。中国的广播电视事业与广播电视艺术学教育将会有有一个巨大的飞跃与发展,希望本套教材能够为新世纪广播电视艺术人才的培养作出应有的贡献。

段汴霞

2012年4月

前言

从20世纪50年代后期我国开始播送黑白电视节目并建立相应的电视业至今,中国电视经历了50多年的风风雨雨,而今,已经作为一种文化而不仅仅是一种传播媒介遍布在社会生活的各个层面,电视文化学这一概念也逐渐从影视理论中独立出来。电视文化作为发展最快的文化样式之一迅速崛起,与之发展相适应,电视文化学逐渐进入教育领域,成为媒介素养教育中不可或缺的一部分。

电视文化,作为科技革命以后新兴的一种文化模式和文化样式,以崭新的姿态出现在文化大潮中,与传统文化样式相比,它的内容和形式都是焕然一新的。这种全新的媒介比以往的任何传统媒介给社会文化带来的冲击力都要强烈,报纸、广播都曾在历史进程中发挥过重大的作用,今天却是电视媒介大显威力的时代。

当代中国的电视文化,经历了一个从无到有、从稚嫩到成熟与自觉的历史发展过程。特别是改革开放20多年间,全国各级电视台数量的剧增、电视节目的新品种和样式的不断涌现、电视文化创作的空前繁荣、电视管理制度的逐渐完善等,都是电视文化蓬勃发展的重要体现。除此之外,电视文化的发展更体现在电视文化与其受众日益密切的关联中,作为一种成熟形态的电视文化业已成为广大受众日常生活中不可或缺、不可替代,越来越重要、越来越普遍的审美娱乐对象。

随着全球化经济时代的到来,电视文化似乎也融入到这种商业化、经济化浪潮之中,很多编导和民众对泛娱乐化现象的出现不置可否。电视文化虽然在社会文化的影响下已经成为一种商品,但同时,作为一种文化产业,电视不能忘记它本身所承载的社会文化传承和媒介素养教育的责任。

在媒介社会化和媒体媒介化时代,媒体不仅是公众获取知识的渠道,也是公众认知社会与世界的重要途径,因而也就自然而然地成为能够影响人们世界观、价值观的重要因素。当电视媒介普及的速度超过大众的媒介素质储备的时候,电视的负面作用就不可避免地开始显现。缺乏媒介素养储备的受众对媒体的负面效应几乎没有“免疫力”,在这种情况下,媒介就有可能成为异化和奴役受众的工具。

面对媒介数量和信息内容的无限量增长,媒介受众进入了面对海量信息不知如何筛选的境遇。于是,怎样引导受众科学、理性地接触和使用媒介,就成为一个不得不考虑的现实问题。正是在这种情况下,媒介素养(或媒体素养)的概念以及媒介素养教育一说出现在传媒领域。

英国学者利维斯和汤普森 1933 年所著的《文化与环境:批判意识的培养》是媒介素养教育的起点。1992 年,美国媒介素养研究中心曾为媒介素养作出以下定义:就是指人们对于媒介信息的选择、理解、质疑、评估的能力以及制作和生产媒介信息的能力。因而,媒介素养教育或媒体教育与培养媒体从业人员的教育是完全不同的,媒介素养教育的对象是全体公民,旨在培养人们对媒体本质、媒体常用的手段以及这些手段所产生的效应的认知力和判断力,使人们既了解媒体自身如何运作、媒体如何构架现实,也知道怎样制作传媒作品与媒介信息。

对我国大多数公民而言,媒介素养还是一个较为陌生的名词。与我国传媒业在规模、数量、信息覆盖面等方面的高速发展相比,我国的媒介素养教育过于薄弱和落后。当前,我国有数以千计的广播频率、电视频道和每年数以万计新增的图书和电子出版物。而在互联网方面,网民数量更是异军突起,截至 2011 年 12 月底,中国网民数量突破 5 亿,达到 5.13 亿,全年新增网民 5580 万。在现代媒介的重重包围之中、在信息浪潮的冲击之下,要始终保持冷静科学的媒介态度,就必须加强国民的“媒介素养教育”,电视文化学的开设就是其中重要的组成部分。

媒介素养的提高不仅意味着媒介受众的信息吸纳和使用能力的提高,还深刻影响着媒介的专业性,加强了对媒介从业人员职业道德素质的要求。市场经济条件下,许多媒介已经不可挽回地走向了市场化和商业化,媒介与媒介之间的竞争也会随着时代的发展愈发激烈,一味地迎合受众需求而忽略媒介素养的媒介,如果不能在新的传播环境中提升自己的职业水准和人文素养,终将被时代淘汰。当然,提高媒介素养不仅仅是对媒体的要求,“媒介素养”也是全体公民都应该具有的基本品质。“媒介素养教育”的开展对于国民素养的提高、媒介的健康发展具有重要意义。

电视文化学作为媒介素养教育的重要组成部分,也就变得愈发重要。电视文化以形象地反映和再现社会生活为其艺术特征,电视作品实际上是一种艺术化了的社会意识形态,同时它还表现出审美、娱乐和消遣功能,融思想性与娱乐性为一体,寓教于乐,达到影响人、鼓舞人的作用。电视文化产业是精神文明建设的重要组成部分,能够从更大的范围、更多的层面提高全民的文化素养,推进整个民族的文明进程。

本书的编写正是基于以上种种需要展开的。本书的编写思路和框架结构着眼于电视文化对社会文化的影响,着重研究了电视文化的形成、功能、属性、特征,电视文化对于现代社会的影响以及经济文化等社会因素对电视文化的反作用等相关方面,同时对电视文化与大众传播之间的关系进行了深入地分析和探讨,并对竞争与发展中的电视媒介的演变轨迹进行了全面介绍,对电视文化的价值取向进行了深入剖析,逐层揭示了电视文化的相关社会因素和发展历程。

电视文化是新兴的文化形态,也是最有活力和具有广阔前景的文化形态,本书致力于通过对电视文化的起源和发展状况以及相关因素的解读,使电视受众对电视文化有更加科学和全面的理解,并以此为契机在潜移默化中提高读者的媒介素养,提高媒介受众对媒介的认知和使用能力,使电视文化及电视文化学在未来的媒介环境和社会文化中得以持续、健康地发展。

编者

2012 年 10 月

目 录

第一章 电视文化的界定 /1

第一节 文化 /1

第二节 媒介 /4

第三节 媒介文化 /9

第四节 电视媒介 /13

第五节 电视文化 /17

第二章 电视文化的属性与特征 /23

第一节 技术属性 /23

第二节 经济属性 /27

第三节 艺术属性 /32

第四节 声像文化特征 /36

第五节 精神文化特征 /41

第六节 多元文化特征 /45

第三章 电视文化的价值取向 /51

第一节 电视文化的社会影响 /51

第二节 冲突中的电视文化观念 /56

第三节 当代中国电视文化现象 /65

第四节 电视媒介的人文精神 /73

第五节 电视媒介的社会责任与文化责任 /80

第四章 电视文化的功能 /86

第一节 意识形态功能 /86

第二节 信息传播功能 /91

第三节 沟通交流功能 /94

第四节 娱乐休闲功能 /97

第五节 知识传授与社会教育功能 /100

第六节 文化传承与记录现实功能 /103

第七节 舆论监督功能 /106

第八节 艺术审美功能 /109

第九节 信息交换与服务生活功能 /112

第五章 影响电视文化的因素 /116

- 第一节 政治与体制因素 /116
- 第二节 经济因素 /122
- 第三节 社会文化因素 /129
- 第四节 传统文化与思维定式因素 /134
- 第五节 时代变迁因素 /141
- 第六节 电视文化的传播与接受因素 /148
- 第七节 媒介生态因素 /154

第六章 电视文化与大众传播 /162

- 第一节 传播与大众传播 /162
- 第二节 电视媒介与大众传播 /167
- 第三节 电视文化传播的基本特征 /176
- 第四节 电视传播符号 /184
- 第五节 电视文化传播批评 /192

第七章 竞争与发展中的电视媒介 /200

- 第一节 电视文化的演变轨迹 /200
- 第二节 电视频道与电视节目的定位 /208
- 第三节 电视节目的借鉴与创新 /213
- 第四节 电视的产业化改革 /222
- 第五节 电视风格与品牌的构建 /227
- 第六节 电视节目的策划推广与运作 /236
- 第七节 媒介资源整合利用 /241

参考文献 /247**后 记 /251**

第一章 电视文化的界定

教学重点:文化的本质、媒介的发展阶段、媒介文化和大众文化的相关知识、电视媒介的优势与劣势、电视文化的含义和影响。

教学难点:媒介文化和大众文化的关系、电视媒介和电视文化的巨大影响力。

第一节 文化

关于文化的概念,在哲学以及其他学科领域不胜枚举,有数百种之多。“文化”一词由于覆盖面极广,使用频率极高,又没有统一的界定,因此成为学术界长期争论的一个概念,而且这种争论始终伴随人类社会的发展。文化既是人类行为的产物,又是决定人类行为的某种要素。人类在认识、改造自然的过程中逐渐掌握了自然的规律,创造了文化,同时,文化也改善了人类本身。文化是自然的人化,其实质性含义是“人化”或“人类化”,是人类改造自然界而逐步实现自身价值观念的过程。文化具有全人类性、阶级性、民族性、时代性和发展性的重要特征。

一、文化的含义

中国古人在理解“文化”这个概念时认为,“文”的本义是指各色交错的纹理。对“文”作解释较早的是《易经·系辞下》中的一段话:“物相杂,故曰文。古者包牺氏之王天下也,仰则观象于天,俯则观法于地,观鸟兽之文与地之宜,近取诸身,远取诸物,于是始作八卦,以通神明之德,以类万物之情。”这段文字中的“观鸟兽之文”,就是指观察鸟兽身上的各色交错的纹理,“文”即是动物身上的纹理的意思。后来,在此基础上,“文”这个字又有许多引申意义:其一,引申为文字、文章,在此基础上又引申为诗词曲赋;其二,引申为古代的礼乐制度,在此基础上又引申为法令条文;其三,引申为精神修养,在此基础上又引申为文采;其四,在礼乐制度和修养的基础上还引申为美、善、德行之义,如成语“文质彬彬”(《论语·雍也》)中的“文”即指文采和修养德行。总之,“文”在古人心目中,起初指纹理,后来又引申出十几种引申义。其中,文字、文章、修养、德行,与现在人们理解的“文化”一词的意义最为接近。

“化”的本义有三个方面：一是变化，二是生成，三是造化。它主要指事物动态变化的过程。《庄子·逍遥游》中“化而为鸟，其名为鹏”中的“化”即指变化。《易经·系辞下》中“男女构精，万物化生”中的“化”即生成，化生也是生成，雌雄构精，于是生成各种动物及某些植物。以上三个本义，最基本的是指改变、变化，即事物形态或性质的改变。在此基础上，“化”后来又引申为风俗、风气教化等。“化”字的引申义与现代人理解的“文化”一词最相近的是“教化”，也即伦理德行的化成，如“潜移默化”。

西汉以后，“文”与“化”经常一块连用，后来渐渐凝固为一个词，但并未出现现代意义上人们常说的“文化”一词。按照古人的理解，“文化”就是“以文教化”。近代（“五四”前后）学者在译介西方有关语汇（拉丁文 culture）时，借用中国固有的“文明”、“文化”等词，赋予其新意，由此产生了我们今天通常所理解的“文化”一词。不过，中国的“文化”一词侧重于精神领域的“文治教化”，而“文明”一词则兼容物质创造和精神创造。

把“文化”作为一个内涵丰富、众多学科探究的对象，实际上发源于近代欧洲。西方语言中的文化一词与汉语的文化有相近的一面，又有相异之处。《牛津词典》把 1510 年作为文化的精神、人文用法在英语首次出现的日期，但此时的文化主要指栽培、种植的意义以及由此引申出的性情陶冶、品德教化等含义。自中世纪起，文化才与今日的文化概念相当，英语中的文化“culture”其本义指精神文化，即人文——宗教文化。而中国文化则是一开始就有精神和人文的指向。因此，各国对文化的理解稍有差异，但也有共同之处。

1871 年，英国人类学家泰勒在他的《原始文化》一书中对文化作了系统阐释。他说：“文化是一种包括知识、信仰、艺术、道德、法规、习俗以及所有作为社会成员的人所获得的任何技巧与习惯的复合整体。”^①泰勒强调了文化作为一种精神文化的综合整体的基本含义，对后世产生了重要影响。

对文化一词的概念进行详细考察和整理的，是美国文化学者克罗伯和克拉克洪。他们于 1952 年发表了《文化的概念》，对当时搜集到的西方 160 多个关于文化的定义进行了梳理与分析，并指出，文化既是人类行为的产物，又是决定人类行为的某种要素。

中国现代意义上的“文化”的含义，据当今学者不完全统计，有 260 多条。按照中国文化史研究专家、著名学者冯天瑜先生的说法：“文化便是人与自然、主体和客体在实践中的对立统一物。”^②这里所说的主体是指人，客体是指自然，人是指整个人类。人是自然界的产物，是自然界长期演化的结果，是自然界的一部分。自然不仅指人类赖以生存并与之相对立的自然，也包括人类本身的各种自然属性与生理属性。比如，人脑就具有自然属性与生理属性。人类运用发达的头脑，在认识、改造自然的过程中逐渐掌握了自然的规律，创造了文化，借此也改善了人类本身。比如说，一块黏土原本不具备文化意蕴，但经过人类的烧制，并且绘上图案，成了彩陶，注入了人类的审美观念和劳动技能，就成为彩陶文化。又如一个山洞，人类钻进去只是为了遮风避雨，繁衍后代，似乎这个山洞算不上有什么文化味儿。但是，一座建筑物经过设计师的精心设计和建筑人员的精心施工，石头、木头和沙子都体现出了设计师和建筑人员的审美情趣和意境追求，那么它就可称作体现文化价

① [英]爱德华·泰勒：《原始文化》，连树声译，广西师范大学出版社 2005 年版，第 1 页。

② 冯天瑜：《中国文化史断想》，华中理工大学出版社 1998 年版，第 19 页。

值的建筑艺术。由这两个例子我们可以引出:文化的实质性含义是“人化”或“人类化”,是人类改造自然界而逐步实现自身价值观念的过程。简言之,自然的人化,也即人化自然是文化的本质。

依照人化自然即是文化的概念,自20世纪80年代以后中国兴起了文化热,出现了许许多多的文化分支,如企业文化、地域文化、民俗文化等。更有大量的实用文化,如饮食文化、酒文化、茶文化、服饰文化、广告文化、绿色文化、传播文化、旅游文化、影视文化等。

二、文化的特征

把握文化的概念,不仅要弄清楚文化的含义,还要把握好文化的一些重要特征。

(一) 文化的全人类性,即文化的共性

文化与人类一起诞生,在人类发展史上,文化发展与人类进步成正比。人类从动物界分化出来后,逐渐形成了人类社会特有的人性、人道、人情,形成了社会关系,而这些社会关系又成为文化形成的基础。由于人类的本质相同,人类所创造的文化就有相通的一面。同时,人类面对的是同一个自然界,所以,尽管世界各民族的文化各有特色,但却存在一个世界文化。比如,自然科学就是人类世代代不懈探索自然的过程中,所积累的经验上升为理论的结晶。因此,我们才常说:科学无国界。

因为文化存在共性,各国各民族的文化具有相通的一面,所以,各国各民族之间是可以进行文化沟通的。

(二) 文化的阶级性

文化的主体是人,而人的本质,在马克思看来,并不是单个人所固有的抽象物。人总是生活在一定的社会关系中,是属于一定的社会形态的。同时,人所处的这种社会关系,在阶级社会中表现为一定的阶级关系,因此,人总是从属于一定的阶级,具有阶级性。而社会的阶级性反映在观念形态上,就是文化的阶级性。

(三) 文化的民族性,即文化的个性

一定的民族、国家和区域的人们依据一定的自然环境,创造出了别具特色的劳作方式、社会事务的参与方式,也创造出了别具特色的风俗、习惯、伦理、道德等精神文化。这些文化特质不断积累,构成了一定的文化体系。不同的文化体系具有不可替代性,这就是文化的民族性。

文化的民族性,从横向来看,具有无法替代、独一无二的特征;从纵向来看,具有在历史演变中始终保持自身同一性的特征。一个民族的文化构成了一个民族的心理,植根于民族的心灵之中,它影响着一个民族的行为、交往方式、价值取向、宗教信仰等。

(四) 文化的时代性和发展性

文化的时代性,也即文化的历史性,是指文化因其所属的特殊历史时代而具有的特殊性质以及它存在的暂时性。

文化的时代性特征,为我们判断某种文化的性质和某种文化的价值提供了标准。判断一种文化是奴隶制的、封建制的,还是资本主义制的或社会主义制的,要看其反映的是

哪种社会制度,其中最主要的是看其反映了哪种生产方式。

文化的发展性特征,源于人类社会实践活动是一个不断深化的过程。在这一过程中,文化呈现出不可逆的、不可还原的,由简单到复杂、由低级到高级的发展状态。

第二节 媒介

传播媒介的发展是人类传播能力发展变化的直接表现,传播媒介在相当程度上反映了人类传播的方式和结构,因此可以说,人类传播的发展历史实际上就是一部传播媒介的发展史。传播媒介受社会生产力水平的制约,随着社会生产力所能提供的物质手段的日益丰富而不断更新,随着传播规模的扩大而不断发展。从原始的结绳记事到现代的卫星通讯,人类的传播媒介经历了一个从简单到复杂、从落后到先进的漫长的发展过程。

一、媒介的定义

1969年7月16日,阿波罗11号太空船降落在白色的月球上。美国宇航员阿姆斯特朗缓缓走出舱门,踏上月球,他宣称,对一个人来说,这只是小小的一步;对整个人类而言,这却是一次伟大的飞跃。阿姆斯特朗深情地望着自己的家园——太空中那颗美丽的蔚蓝色星球,在他眼里,地球是那么小。与此同时,地球上亿万人正围在电视机前观看他在月球上的慢慢走动、跳跃,或通过收音机聆听电台主持人介绍他的生平。随后,大大小小的报纸无不醒目地刊登了阿姆斯特朗在飞船旁的大幅照片,各种杂志、书籍也连篇累牍地披露有关此次登月行动的所谓“内幕”,介绍趣味盎然的航天知识等。

对于阿姆斯特朗来说,地球变小了,变得美丽了,是因为他离家太远。然而,对于足不出户就能看到这位航天先驱的人们来说,地球也在变小,变得更加丰富多彩,却是因为他们拥有媒介。

那么,媒介到底是什么呢?

“媒介”一词,最早见于《旧唐书·张行成传》,“观古今用人,必因媒介”。在这里,“媒介”是指使双方发生关系的人或事物。其中,“媒”字在先秦时期是指媒人,后引申为事物发生的诱因。如《诗·卫风·氓》:“匪我愆期,子无良媒。”又如《文中子·魏相》:“见誉而喜者,佞之媒也。”而“介”字一直指居于两者之间的中介体或工具,也指在两者或两者以上的人或事物间,从中介入、参与其中的活动或组织,表达一种动作状态。

在英语中,媒介“media”是“medium”的复数形式,它出现于19世纪末20世纪初,其义是指使事物之间发生关系的介质或工具。这种广义的“媒介”,不仅在人类的日常生活中时有所闻(如“蚊虫是传播疾病的媒介”、“绣球是传递爱情的媒介”等),就是在传播学著作中也屡见不鲜。在加拿大著名传播学家麦克卢汉的笔下,媒介即万物,万物皆媒介,而所有的媒介都可以与人体发生某种联系。比如,衣服是皮肤的延伸,石斧是手的延伸,车

轮是脚的延伸,书籍是眼的延伸,广播是耳朵的延伸,电视是耳朵和眼睛的同时延伸,电子技术则是人类整个中枢神经系统的延伸,等等。总之,人要同周围的环境发生关系,就得通过媒介。^①

不过,本书要展开讨论的主题,并非是宽泛意义上无所不包的“中介体”,而是特定意义上的处于人与人之间、作为信息传播渠道的“居间工具”,即所谓的“传播媒介”。

传播媒介有两层含义:一是指传递信息的工具和手段,如电话、计算机及网络、报纸、广播、电视等与传播技术有关的媒体;二是指从事信息的采集、选择、加工、制作和传输的组织或机构,如报社、电台和电视台等。这两个方面都是传播学研究的重要内容。一方面,作为技术手段,传播媒介的发达程度如何,决定着社会传播的速度、范围和效率;另一方面,作为组织机构,传播媒介的制度、所有制关系、意识形态和文化背景如何,决定着社会传播的内容和倾向性。

二、媒介发展史

传播媒介经历了从单一到综合、从简单到复杂的发展过程,这一过程与人类文明的进步同步。在人类传播史上,每一种传播媒介都曾有过它辉煌的纪录,并成为某个时代的标志。在世纪之交,人们惊奇地发现:人类社会与传播媒介都一起站在一个新的临界点。但是,人们尚难预断,是几大媒介共创辉煌,还是迅速崛起的网络媒介等新媒介独霸天下。

媒介的发展史以时间为主线,可以划分为五个阶段:口头媒介阶段、书写媒介阶段、印刷媒介阶段、电子媒介阶段、网络媒介等新媒介阶段。

(一) 口头媒介阶段

口头媒介是人类最早的传播媒介,在这一阶段人们利用自身的发声器官来传播信息。这一阶段大致从人类摆脱“与狼共舞”的野蛮状态、组成原始社会开始,一直到文字的出现。简言之,就是从人类开口说话到用手写字这一漫长时期。口语体现了媒介最基本的功能,即实现信息的交流与共享。原始社会生产力低下,个人的生存能力也较薄弱。语言使人们能够有效地组织在一起,共同抵御自然的灾害,或相互协作进行农耕、渔猎等社会生产。

口语的产生无疑大大加速了人类社会进化和发展的过程,直到今天,口语依然是人类最基本、最常用和最灵活的交流手段。但是,作为声音符号的口语也有其局限性。第一,口语只能在很近的距离内传递和交流;第二,口语信息转瞬即逝,记录性较差,其保存和积累只能依赖于人脑的记忆能力。因此,口语受到空间和时间的巨大限制,只能适用于小规模的社会群体或部落内的信息传播。

事实上,即使在以口语传播为主的时代,口语也并不是唯一的传播手段。为了适应越来越复杂的社会生活和越来越大的环境空间,人类不断地发明和采用了一些早期的体外

^① [加]M. 麦克卢汉:《理解媒介——人体的延伸》,何道宽译,四川人民出版社1992年版,第149页。

化媒介。例如,用约定的实物来传递和交流信息,利用结绳或图形符号来记录重要的事件或生产和交易情况,利用擂鼓或燃放烟火以及这些信号的接力传送等方式保持远距离联络。更重要的是,这些媒介被采用,意味着人类传播开始进入一个新的阶段:人类不再单纯地依赖体内信息系统来传播信息,而开始向一个功能更强、效率更高的体外化信息系统进军了。

(二) 书写媒介阶段

文字是人类传播发展史上的第二座重大里程碑。如果说语言的产生使人类摆脱了动物状态,那么,文字的出现则使人类进入了一个更高的文明发展阶段。文字是在结绳符号、原始图画的基础上发展而来的。我国《易经·系辞下》中有“上古结绳而治,后世圣人易之以书契”的记载,日本历史上则有过“结绳时代”。事实上,在文字产生以前,世界上许多国家都经历过结绳记事的时期。中国有一句成语叫作“书画同源”,说明早期图形符号同样是文字的重要源泉。根据考古学的发现,人类用图形或绘画来传递信息从旧石器时代晚期就开始了。那时,人们将对自然界和自身的认识绘成简单的图画,刻在岩壁或各种石器上。到了新石器和铜石并用时代,这些早期绘画已经发展成一种图画文字。而考古学则证明,在公元前 3000 年左右,真正的文字就已经产生了。

文字的重要意义,首先在于其克服了口语转瞬即逝的缺陷,能够把信息长久地保留下来,使人类的知识、经验的积累、储存不再单纯依靠人脑有限的记忆力;其次,文字能够把信息传播到遥远的地方,打破了口语的距离限制,扩大了人类彼此交流和进行社会活动的空间;最后,文字的出现使得人类文化的传承不再依赖于容易变形的神话,而是有了确切可靠的资料和文献依据。一句话,文字的产生使人类之间的交往沟通在时间和空间两个领域都发生了重大变革。这种变革进而影响到人类社会的各个方面:在政治上,文字使大规模的行政统治成为可能,法律政令、官僚系统都可以有效地组织起来;在经济上,文字促进了社会生产,并使不同地域间的经济交往变得简单方便,商品经济因此获得较大发展;在文化上,文字的贡献尤为突出,它使人类的精神遗产得以保存和延续,文明也因此而得到持续性的发展。总之,文字有效地促进了人类社会的进步,不同民族所拥有的独特的文字,都对本民族有着至关重要的意义。

(三) 印刷媒介阶段

文字出现以后,人类经历了一个很长的手抄传播时期。手抄传播效率低、规模小、成本高。一部书籍如果要抄写多册,不但耗费时日,而且需要投入大量的人力。据考证,在 13 世纪的法国,如果要抄写一部小书送给公主作为生日的献礼,其成本相当于现在的 3000 美元。在这一时期,文字信息的生产规模还很小,加上教育的普及程度低,文字传播基本上属于政府、官吏以及统治阶层的特权。这种情况直到印刷时代到来之后才有了改变。

所谓印刷媒介,就是将文字和图画等做成版、涂上油墨、印在薄页上,形成的报纸、杂志、书籍等物质实体。薄页可以指以植物纤维为原料经排水作用所粘成的传统意义上的纸,也可以指以矿物或其他化学合成纤维造的“纸”,还可以指人造丝织物,如丝绸、帛、布等。

纸张和印刷术是中华民族为世界文明作出的两大贡献。早在公元 105 年,中国东汉时代的蔡伦就在前人经验的基础上,造出了结实耐磨的植物纤维纸。在公元 7 世纪的唐代,中国已经出现了雕版印刷。1045 年,宋代的毕昇发明了胶泥活字印刷术。到了元代和明代,中国又先后出现了木活字和造纸术,两者广泛流传到东亚和西方各国,为推动世界文明和人类社会的发展作出了巨大贡献。

15 世纪 40 年代,德国工匠古登堡在中国活字印刷和油墨技术的基础上创造了金属活字排版印刷,这一印刷术标志着印刷时代的新纪元正式开启。经过欧洲工业革命的推动,印刷技术不断革新,迅速跨越了人力生产而进入机械动力和电力生产的阶段。印刷机的出现促成了近代报刊的诞生。伴随着人类读写能力的普及,印刷媒介开始在社会变革和社会生活中扮演越来越重要的角色。美国传播学之父施拉姆指出:“书籍和报刊是同 18 世纪欧洲启蒙运动联系在一起的。报纸和政治小册子参与了 17 世纪和 18 世纪所有的政治运动和人民革命。正当人们越来越渴求知识的时候,教科书使得举办大规模的公共教育成为可能。正当人们对权利分配普遍感到不满的时候,先是报纸,后来是电子媒介使得普通平民有可能了解政治和参与政府。”^①施拉姆的这段话,高度概括了印刷媒介的发展在社会政治、文化、教育领域中带来的巨大影响。应该补充的一点是,印刷事业的发展对社会经济也起到了巨大的推动作用。不仅如此,它自己本身也日益成长成为一种规模宏大的产业,并迅速成为处在萌芽中的信息经济的主要部分。

1833 年,世界上第一份便士报——《纽约太阳报》(图 1-1)诞生,标志着人类进入真正成熟的大众传播时代。



图 1-1 1833 年 11 月 26 日出版的《纽约太阳报》头版

① [美]施拉姆:《传播学概论》,何道宽译,中国人民大学出版社 2010 年版,第 18 页。

20 世纪以后,印刷媒介已经高度普及,书籍、报纸、杂志等出版物作为人们每天获取信息、知识、娱乐的基本渠道之一,在社会生活的各个领域发挥着重大的影响。

(四) 电子媒介阶段

如果说印刷实现了文字信息的大量生产和复制,那么,电子技术最重要的贡献之一就是实现了信息的远距离传输。1837 年,美国人塞缪尔·摩尔斯发明了第一台实用电报机。1844 年,当美国第一条电报线开通时,摩尔斯从华盛顿向巴尔的摩发出了第一封电报,其内容是《圣经》中的一句话:“上帝啊,你究竟创造了什么!”

当然,这个奇迹并不是上帝创造的,而是科学技术发展的结果。尽管如此,人们仍然不能不对这一“时空的超越者”和“闪电般的”通讯工具发出由衷的赞叹。在电报出现以前,信息的交流与物质的流通、人的流通是等速度的,因为信息的交流也是通过交通工具来实现的。但是,电子通信工具的出现使得距离不再成为人类沟通信息的严重障碍。1858 年,当横跨大西洋的海底电缆宣告竣工时,接近于实时传播速度的远距离信息传递成为现实。

早在电子传播技术诞生 2 个世纪以前,西方的探险家们就开始寻求对地域上的突破。到了 19 世纪,范围很广的跨国经济、大规模的殖民体系都已建立,不同地区间的联系更为紧密,人口的流动性也大为增加。因此,信息传播要求更快的速度和更高的速率,还要求克服印刷媒介在传播空间上的缺陷。电报的产生初步满足了这些要求。此后,随着电话、电视以及卫星通信的依次问世,信息传播的范围和速度出现了质的飞跃。电子传播技术真正实现了“天涯若比邻”的景象,并给社会和个人生活带来极大影响。

电子媒介为人类传播带来的变革并不仅仅是空间距离和速度上的突破。从人类社会信息系统的发展角度来看,电子媒介还在别的方面具有里程碑式的意义。过去,无论声音还是影像,其本身都不具备记录性和复制性,以至于考古学家无法找到它们的“化石”。电子媒介出现以后,随着摄影、录音和录像技术的进步,人们不但实现了声音和影像信息的大量复制和大量传播,而且实现了对它们的历史保存。我们今天考察古代社会时,只能根据文字记录或考古发现进行想象和推测,而当千百年后的人们在研究我们现在这个时代时,他们则可直接聆听我们的声音和观察我们的容貌。这就使人类文化的传承内容更加丰富、感觉更加直观、依据更加可靠。一句话,它使人类知识经验的积累和文化遗产的效率和质量产生了新的飞跃。

(五) 网络媒介等新媒体阶段

1998 年 5 月,联合国秘书长安南在联合国新闻委员会年会上正式宣布,互联网是继报刊、广播、电视等传播媒介之后所兴起的第四媒介。它的载体是上网的计算机,传播的是以文字、声音、动画形式同时反映出来的数字信息,人们把这种新的媒体叫作网络媒体。从 1945 年第一台电子计算机诞生至今,电子计算机技术与通信技术发展迅猛,并因此掀起了多媒体和网络传播的高潮。

电脑作为网络媒介,一经问世就备受青睐,发展迅速。网络媒介有三个显著特点:

一是高度的综合性。它将电脑技术、声像技术、通信技术合为一体,是计算机、电视机、录像机、录放机、VCD 机、电话机、游戏机、传真机、打印机、电子信箱等媒介的性能大