



第三章

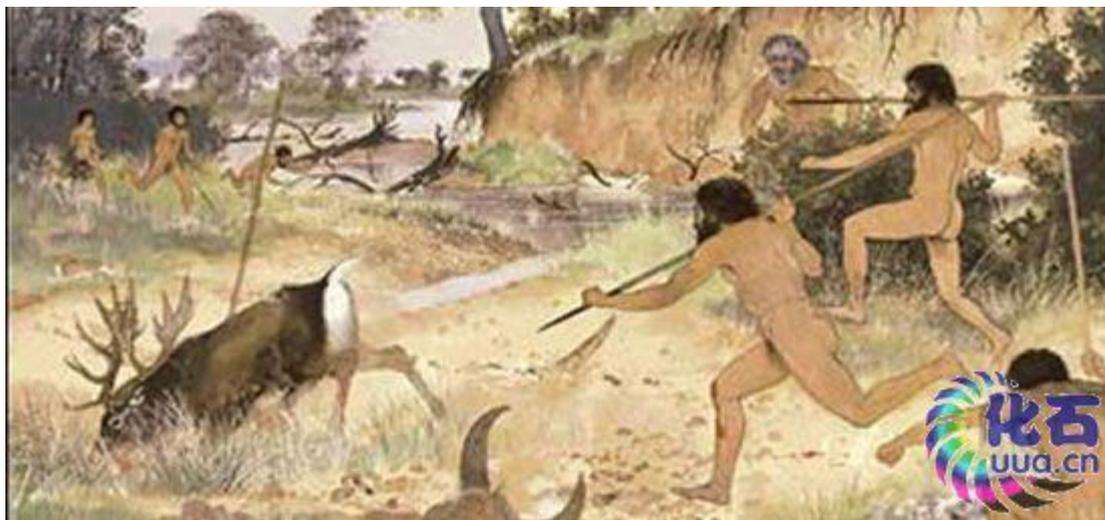
传播技术的进展

主讲教师：李本乾 教授



一、从语言到文字的进化

最初，与其他动物的传播手段并没有明显区别，靠的是表情、动作、喊叫等。如某人发现了一头驯鹿，就举起双手在头上作出鹿角的姿势，并示意同伴迂回实行包围，捕获野鹿。





语言的产生

人类自身独有的、独一无二的符号体系——**语言产生**，从此，紧密的合作、复杂的思维成为可能；

人类的物质和精神生产能力飞跃提高，大大加快了脱离野蛮、走向文明的进程；

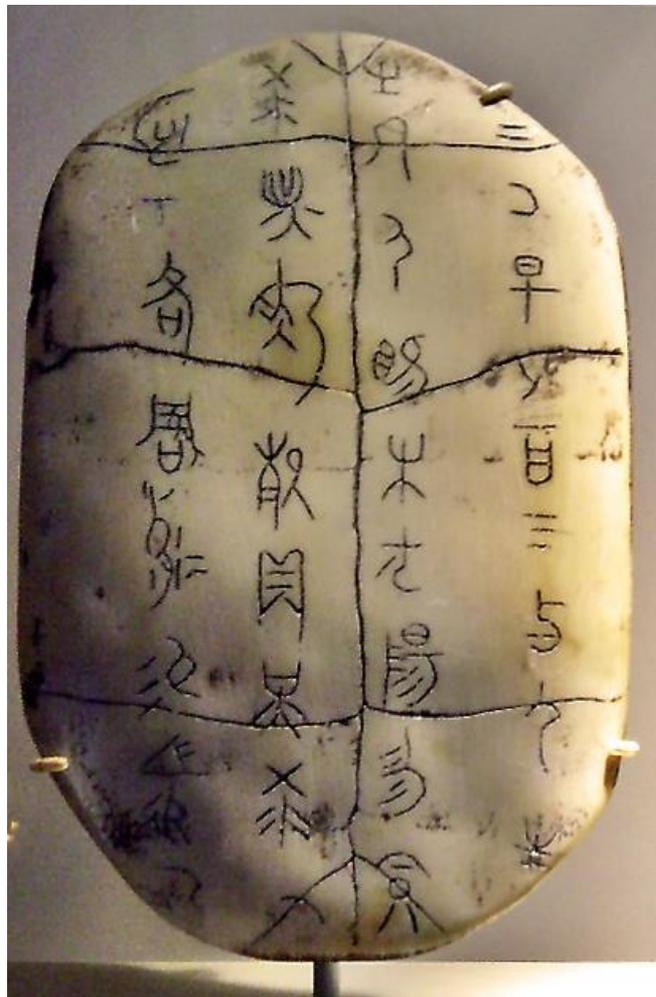
缺陷：语言它转瞬即逝，只能靠记忆保持。



文字的发明

随着社会规模的扩大、生产水平的提高，人类发明了文字；

从此，大规模的社会控制和管理、文化的有效积累成为可能。





第一节 从亲身传播到大众传播

甲骨文象形字舉例

人 女 目 自 口 齒 耳

人（像獨立人形）、女（像跪在地上的人形）、目、自（像鼻形）、口、齒、耳

又 止 牛 羊 犬 豕 馬

又（像手形）、止（趾的象形字）、牛、羊、犬、豕、馬

象 虎 鹿 隹 魚 龜

象、虎、鹿、隹（像鳥形）、魚、龜

日 月 土 火 水 木 云

日、月、土、火、水、木、云

雨 皿 刀 戈 弓 矢 戶

雨、皿、刀、戈、弓、矢、戶

車 舟 帶 酉 貝 角

車、舟、帶、酉（像盛酒器形）、貝、角



二、形形色色的媒介

加拿大学者英尼斯（Innis）认为，媒介可分为空间型媒介和时间型媒介：

空间型媒介：旨在突破空间的障碍、能远距离传播的技术手段。如纸张、笛、号角、旗语、手语等等。以扩张领土的版图为目标，有助于形成中央集权。

时间型媒介：如石头、金属、泥土和羊皮纸等。以树立权威、维持长久统治为目标，有助于形成等级制度。



三、复制技术的演进

最初开始于文字和纸张的结合，也就是印刷术的问世：中国的木版印刷术（雕版在627—649年，活版在1040-1049年）；德国人戈登堡发明金属活字印刷术（1450年前后），由此拉开了大众传播时代的序幕；

19世纪初，以蒸汽机为动力的新型印刷机的问世使得大众化报纸的诞生成为可能。



三、复制技术的演进

- 公元105年（东汉和帝年间），中国人蔡伦发明造纸术

在17世纪到18世纪，欧洲资产阶级革命解放了生产力，将手工造纸推向全面机械化阶段。

直到中华人民共和国成立后，中国才成批建设了大型国营机制纸厂。

造纸术从发明、传播到大规模产业化应用，总共花了约**1500年**。

- 1041 - 1048年(北宋庆历年间)，中国人毕升发明活字印刷术

活字印刷术从发明到在传播到全世界并被大规模应用，总共花了约**500年**的时间



四、社会结构的变革

生产力的发展和工业革命的兴起，使人与人、国与国的联系空前密切化；

长期以来的“愚民政策”造成的高文盲率，逐步得到改善；

资本主义政治、经济体制的确立，形成了相对比较宽松的文化（包括新闻传播在内的）体制；

所有这些变化都集中发生在18世纪末、19世纪初，大众传播时代的幕布由此拉开。这是技术、社会诸要素共同作用的结果。



一、活字媒介“家族”的成长

大众传播媒介可分为两支：活字（或称印刷）媒介——报纸、杂志、书籍；声像媒介——电影、广播、电视（后两者也称电波媒介）。

④ 报纸

以刊载新闻、评论、副刊和广告为主的，面向公众的，定期并连续发行的印刷出版物。如《南方周末》、《纽约时报》。

报纸的优点是，报道较为详尽，解说较为深刻；可供读者反复阅读、思考；容易保存；但读者须有一定文化水平。



一、活字媒介“家族”的成长

表 1-2-1: 媒介在美国的扩散情况

	Newspaper	Magazines	Radio	Television	
Beginning	1672	1741	1906	Post-WW II	
Viable	1720s	early 1800s	Late-1920s	Late-1940s	
Mass	1830s	1850s	1930s	Mid-1950s	

资料来源: John M. Lavine, Daniel B. Wackman. Managing Media Organization. Longman Inc. 1988. p23



杂志

杂志也叫期刊，是装订成册的、定期或不定期连续发行的出版物。如《三联生活周刊》、《Time》。

杂志的主要特点是，不仅能提供信息和娱乐，还具有较强的指导、解释功能。

杂志出版周期比较长，因此，观察问题和局势更为细致、深刻。

它的主要注意力，不在于报告新近发生了什么事件，而在于把事物置于广阔背景下进行分析和说明。它的读者对象比较明确，一般比报纸拥有更加固定的读者群。



- 1.比较《读者》、《瑞丽》发行量与广告量特征？
- 2.网络条件下，报纸与杂志优劣势及未来发展趋势是什么？



党报视觉传播效果眼动分析 ——嘉兴日报视觉传播效果个案分析

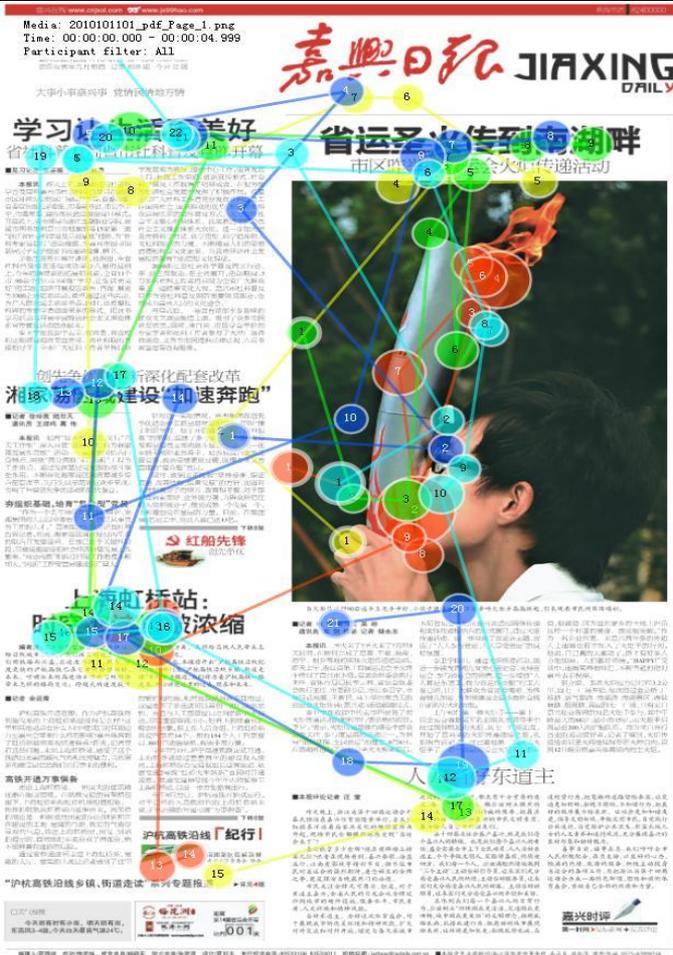
This screenshot shows the front page of Jiaxing Daily (嘉兴日报). The masthead features the newspaper's name in both Chinese and English, along with the date (2010年10月25日) and issue number (第15000号). The main headline is "省运圣火传到南湖畔" (Provincial Sports Meeting Holy Fire Arrives at Nanshu Lake), accompanied by a photograph of a person lighting a torch. Other prominent headlines include "学习让生活更美好" (Learning makes life better) and "嘉兴人才集市开进合肥" (Jiaxing talent market moves to Hefei). The layout is organized into several columns of text and images, typical of a newspaper's design.

This screenshot shows the back page of Jiaxing Daily. It features a large photograph of a construction site with the headline "生死大营救仍在继续 被困老师傅体征稳定" (Life and death rescue continues, trapped old teacher's condition stable). Other headlines include "技术类人才占主导 储备性人才成先锋" (Technical talent dominates, reserve talent becomes vanguard) and "国务院出台措施 稳定物价" (State Council issues measures to stabilize prices). The page contains multiple columns of news articles and a small advertisement for "民生新闻" (People's News) at the bottom right.



党报视觉传播效果眼动分析

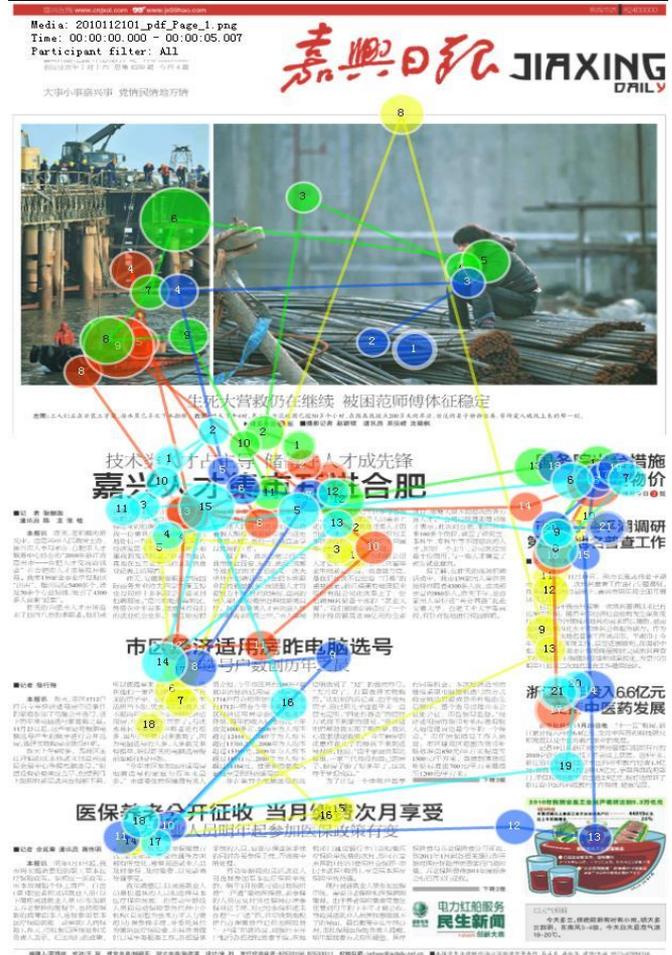
—嘉兴日报视觉传播效果个案分析



1. 注视轨迹：

- 注视区域
- 注视顺序
- 注视时间
- 视觉流畅

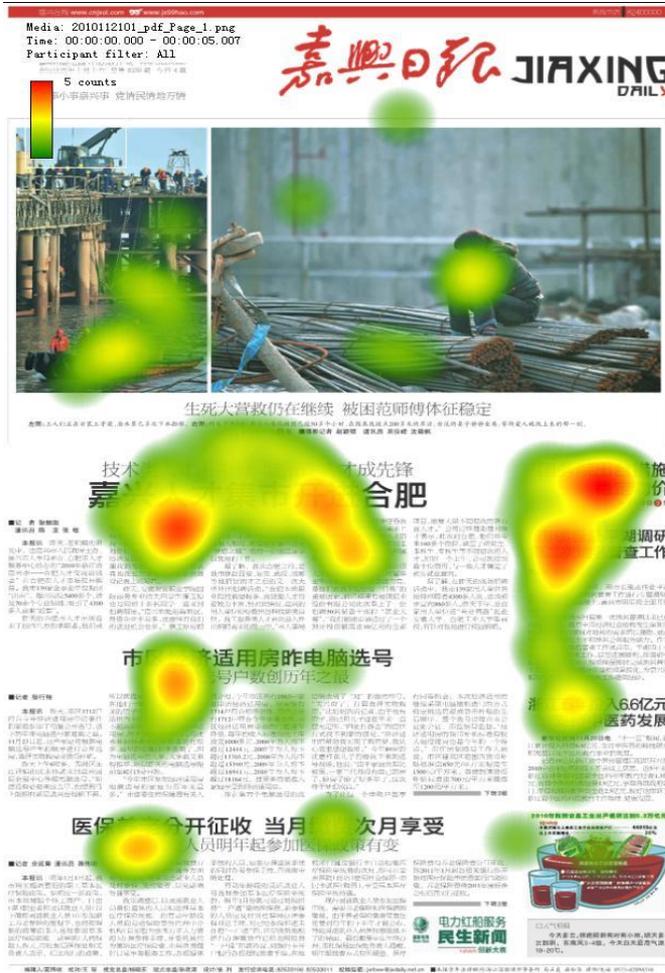
- 读者注视
- 左右两幅
- 图片存在
- 一定差异





党报视觉传播效果眼动分析

嘉兴日报视觉传播效果个案分析



2. 注视热点图：

用不同颜色不同关注度

红色表示该区域受关注度最高，黄色次之，蓝色再次之，灰色则表示基本没有被关注。

两版的文字标题受关注度较高

两版的文字标题受关注度较高

两版的文字标题受关注度较高

两版的文字标题受关注度较高



党报视觉传播效果眼动分析

嘉兴日报视觉传播效果个案分析

Media: 1.jpg
Time: 00:00:00.000 - 00:00:04.976
Participant filter: All

CANKAO XIAOXI 新华社社主管主办
国内统一刊号: CN11-0048 春考消息报社出版

2010年12月14日
星期二
第18931期

新华社社长 李长春
副社长 蔡传华
社长助理 李先忠
总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠

5大创新

1. 一次性压铸代替化学漂出技术
2. 生物菌渣技术
3. 无水化腐技术
4. 增加酶解、天然酶保护技术
5. 碾磨代替传统高粱技术

春考消息报社
地址: 春考消息报社
电话: 春考消息报社

6 counts XIAOXI 新华社社主管主办
国内统一刊号: CN11-0048 春考消息报社出版

2010年12月14日
星期二
第18931期

新华社社长 李长春
副社长 蔡传华
社长助理 李先忠
总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠

1. 头条并未受到应有的高度关注;
2. 热点偏重版面下半部分。

http://www.joowii.com/

1. 头条并未受到应有的高度关注;
2. 热点偏重版面下半部分。

Media: 1.jpg
Time: 00:00:00.000 - 00:00:04.976
Participant filter: All

CANKAO XIAOXI 新华社社主管主办
国内统一刊号: CN11-0048 春考消息报社出版

2010年12月14日
星期二
第18931期

新华社社长 李长春
副社长 蔡传华
社长助理 李先忠
总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠

5大创新

1. 一次性压铸代替化学漂出技术
2. 生物菌渣技术
3. 无水化腐技术
4. 增加酶解、天然酶保护技术
5. 碾磨代替传统高粱技术

春考消息报社
地址: 春考消息报社
电话: 春考消息报社

6 counts XIAOXI 新华社社主管主办
国内统一刊号: CN11-0048 春考消息报社出版

2010年12月14日
星期二
第18931期

新华社社长 李长春
副社长 蔡传华
社长助理 李先忠
总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠
副总编辑 李先忠

1. 头条并未受到应有的高度关注;
2. 热点偏重版面下半部分。

http://www.joowii.com/

1. 头条并未受到应有的高度关注;
2. 热点偏重版面下半部分。



图书

书籍也具有提供信息、劝服和娱乐等功能。

图书不同于报刊之处是，通常不插入广告；生产周期长，故新闻时效性差。

作为文献资料，书籍更适宜长期保存和使用，更适宜对某个主题——思想、知识、理论或故事等，进行系统而完整的阐述。





图书

网络条件下，你认为未来纸质媒介将如何生死存亡？
譬如：报纸、杂志、图书。

技术、载体、符号、受众





二、声像媒介“家族”的兴起

● 电影

在电视普及（西方发达国家为20世纪50年代、发展中国家为20世纪60-70年代以来）之前，它一直是世界各国大众的最主要的娱乐媒介。1913年，由郑正秋、张石川导演的《难夫难妻》开了国人拍故事片的先河。

电影既是艺术，又是工业。一般而言，西欧偏重于艺术电影，美国好莱坞则是电影工业的大本营。

电影受电视和网络冲击较大，但也在适应时代、技术的需要，不断革新，推出3D电影等，如《阿凡达》。



④ 广播

从广义上说，广播指通过无线电波或导线传送声音、图像的信息工具，即包括声音广播和电视。从狭义上说，仅指声音广播。从技术角度看，可分为无线广播和有限广播。

广播的优势在于：渗透性、时效性、灵活性和通俗性。

世界上第一座广播电台是诞生于1920年的美国匹兹堡的KDKA广播电台；中国自办的第一座广播电台是哈尔滨广播无线电台（1926年）。



电视

电视是当今世界最具活力、魅力和影响力的大众传播媒介。

电视的最大特点是声像并茂、视听兼容。

中国的电视事业起始于1958年，北京电视台（中央电视台前身）成立。

欲了解自1993年以来中国电视的发展，可参考《十年：从改变电视的语态开始》这本书。作者孙玉胜，现任中央电视台副台长，参与创办了《东方时空》、《焦点访谈》、《实话实说》和《新闻调查》，是中国电视黄金十年（1993-2003）参与者、见证者。



第三节 新媒介与信息化社会





电脑



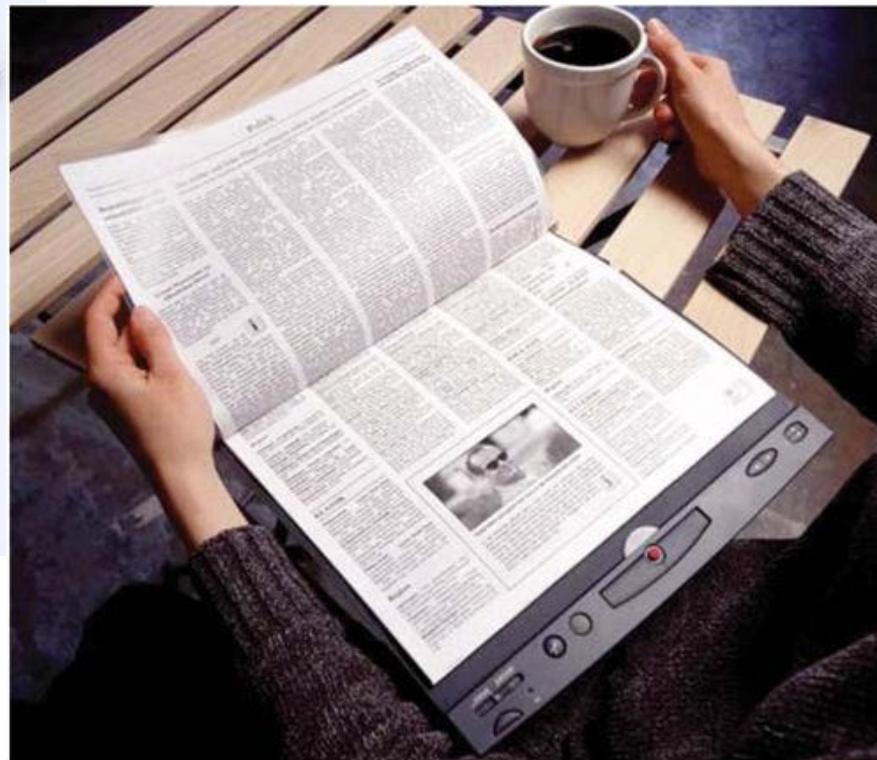


光纤通讯





电子报纸





高清晰度和数字化电视





通讯卫星





一、新媒介及其种类

所谓新媒介，广义上是指近半个世纪以来陆续涌现的一系列传播新技术，包括传真、录像、卫星通信、光纤通信、有限电视、高清晰度电视、VCD、DVD、MP3、MP4、电脑、互联网、手机等等。狭义上的新媒介，则可理解为报刊、广播、电视这三大媒体之后出现的“第四媒体”和“第五媒体”，即互联网和手机。

在这些新媒介中，通信卫星、光纤通信、有线电视、电脑、互联网和手机等，技术综合性最强、影响力最大。



二、传播新技术对媒介实践和研究的冲击

- 信源多元化

互联网的出现，建构了任何组织和个人都能在网上扮演传者角色的全新格局。传统的大众媒介所拥有的优势，正在不断减弱。面对这种挑战，传统媒体的策略是：一方面，积极上网，在网上拓展新领地，提供信息服务；另一方面，充分利用网络的强大功能，进行信息的采集和加工，服务于其传统的信息传播方式，增强自身的竞争力。如“**央视新址大火**”新闻的爆出，就是过往路人使用手机将大火画面和即时信息传至网络的。



- **技术融合化**

由于多媒体的出现和完善，各种媒介彼此接近，界限变得越来越模糊。一方面，报刊书籍推出了“电子版”、“声像版”；另一方面，电视则开发了“文字版”（图文电视）。特别是它们都完成了数字化，加入“信息高速公路”后，对于在网上漫游的受者来说，就更没有什么报社和电视台的区别了——无非是通过多媒体终端的“窗口”提供各种声像和文字信息的数字化媒介而已。

- **内容个人化**

从信息内容的角度看，媒介面临着空前旺盛的小众化乃至个人化的需求。传统的“一对多”的传播方式转换成“一对一”的方式。如，现在流行的**“媒介定制服务”**。



- 传受交互化

与大众媒介相比，这可以说是互联网最大的优点和特点。这里没有了固定的信源、传者和信宿、受者。上述“个人化”的局面其实也一藏着这层意思，即受者个人随时可以作为“传者”把自己的需求、愿望、意见告知“代理人”。当然，他也随时可与网上的一切成员交流。如此，传统大众媒介缺乏反馈的局限性，以及传统受者的被动性，就可望得到彻底的克服。



- 关系平等化

这是上述“交互化”带来的一个必然结果。如果说，市场经济体制下的传媒已不能不在相当程度上重视受众，则高度信息化条件下的媒介与受者的关系，必将趋于完全意义上的平等关系。一般来说，在真实、全面的前提下，信息量越大，普及程度越高，则社会成员的关系就越平等。因为，信息的占有本身是一种至关重要的权力。



一、麦克卢汉的媒介理论



M·麦克卢汉，加拿大著名学者，享誉全球的媒介理论泰斗。主要著作有《理解媒介：人体的延伸》、《媒介即讯息》、《机械新娘》等。

麦克卢汉的媒介理论主要包括“媒介三论”（媒介即讯息、媒介是人体的延伸以及冷热媒介）和地球村理论。



第四节 媒介理论

- 媒介即讯息

麦克卢汉认为，每一种“媒介”发出的“讯息”，都代表着或是规模、或是速度、或是类型的变化，所有这些，无不介入到人类的生活中。因此，这里的“讯息”，也就是技术的特征，甚至会显得比内容更重要。

每一种新媒介一旦出现，无论它传递的具体内容如何，这种媒介的形式本身就会给人类社会带来某种信息，并引起社会的某种变革。

媒介本身代表着某种时代的信息，媒介即讯息。



第四节 媒介理论

- 媒介是人体的延伸

麦克卢汉认为，技术的任何进步，都使人类更加有效地生活和劳动；媒介的任何发展，都能延伸人类的五官的功能。如：印刷品是眼睛的延伸，广播是耳朵的延伸，电话是声音和耳朵的延伸，计算机是人类整个中枢神经系统的延伸等。他把所有的媒介都视为人体的延伸。

所有这些“媒介”，都影响并改变着人们的生活方式、工作方式和思维方式。人体的任何延伸，都必定对社会的发展造成影响，促成变革，使一部分人行进在时代的前列，而使一部分人落伍。



第四节 媒介理论

- 冷媒介与热媒介

热媒介：具有高清晰度(指充满资料数据的状况)和低参与度(对受众而言)的媒介。例如，广播、电影、照片。

冷媒介：指信息量小、清晰度低、参与度高的媒介。譬如，漫画，电视、电话。

尽管这一见解存在着明显的欠缺（如电视和电影的区分就难以理解），但这一见解启发我们：不同媒介作用于人的方式不同，引起的心理和行为反应也各具特点，研究媒介应该把这些因素考虑在内。



第四节 媒介理论

- 地球村

电视和卫星等技术的出现，使地球“越来越小”，人类已跨越空间和时间的限制，使信息在瞬息之间即可传送到世界的每一个角落，因而，地球已变成了一个小村庄。“村民”即人类互相之间的信息传播和思想交流极为方便。在这个信息爆炸的时代，任何国家都不可能与世隔绝而游离于地球村之外。

“地球村”的出现，不仅改变了人体感官的功能，还有效的改变了人类的观念和生活方式。



第四节 媒介理论

- 评价

麦克卢汉的媒介观念拓宽了人们的思路，特别是强调指出了长期以来忽视媒介、技术本身对社会的独特影响的偏向，功不可没；

麦克卢汉过分地强调和夸大了媒介的作用，忽略了人的主导性、能动性，也忽略了媒介内容即信息的重要性；

晦涩的文风也引起了很大的争议。跳跃的、不连贯的写作方式使其观点难以琢磨，学术态度有些故弄玄虚；

对有关“冷”、“热”媒介之说，人们非议颇多。



二、威廉斯的媒介观

R·威廉斯，英国著名学者。一生著述等身，代表作有《文化与社会》、《长期的革命》、《传播学》、《电视：科技与文化形式》等。他从传播与社会关系的视角出发，提出了文化社会学的媒介观。



第四节 媒介理论

- 传播在社会发展中的重要地位

以往，人们习惯于从政治、经济角度描述社会与生活，而威廉斯强调，传播在社会发展中具有重要地位。他认为，传播是人类基本的社会活动，因为大众媒介就是大众世界本身。

- 大众媒介就是大众世界本身

威廉斯承认，大众文化、大众传播媒介产品形式单一、内容庸俗，但他认为，这种程式化的形式，在传送信息时方便而高效，与以往的传播系统相比，大众传播的兴起，给信息在社会中的传播带来了明显的进步。



第四节 媒介理论

- 社会意向与科技发展的关系

威廉斯对麦克卢汉的理论持批评态度，将其看作是技术决定论。关键就在于，该理论避而不谈社会意向的问题，在媒介的背后见不到社会的踪影。

威廉斯认为，媒介的发展并不纯粹是技术发展的结果，其中涉及到社会的许多方面，必然伴随着各种利益取向，他称之为社会意向。科技能否满足社会的需求，取决于这一需求在社会经济结构所占据的地位，取决于拥有这一需求的主体在社会阶级结构中的地位，取决于当时科学技术水平的状况。



第四节 媒介理论

- 评价

威廉斯把大众传媒及其活动置于整个社会生活和历史进程中来进行研究。在他看来，大众传播是现代社会的文化现象，它不但与媒介技术的发展密切相关，而且与社会的制度、文化、经济等方面的力量，以及人们使用媒介的意向紧密相连。因此，媒介研究应关注大众传媒同社会制度和文化之间的复杂关系。这就为传播学的研究开启了文化社会学的崭新视角。但是，威廉斯的媒介观也有局限性，他过分强调文化的重要性，在有关决定论的问题上，未能始终坚持唯物主义的观点。



三、梅罗维茨的媒介理论

梅罗维茨，美国知名传播学者。其理论结合了麦克卢汉的媒介理论和美国社会学家戈夫曼的情境理论，并沿袭了麦克卢汉将媒介技术视作社会变化动因的基本立场，来分析媒介所造成的社会情境。其主要观点如下：

- **情境应被视为信息系统**

戈夫曼的情境理论关注的是，人们行为时所处的自然环境，即具体地点。梅洛维茨认为，地点对情境之所以重要，是因为进入该区域之后，人们就进入了“感觉区域”，可以感觉其间发生的活动；未进入该地点的人们，则被排除在“感觉区域”之外，无法感觉其间发生的活动。因此，地点其实并非问题的关键所在，人们接触信息的机会，才是情境的要点，情境应被视为信息系统。



第四节 媒介理论

梅洛维茨进一步指出，在现代社会，信息不仅在自然环境中传播，而且，也通过大众媒介传播。大众媒介、特别是电子媒介，同样建构了一个“感觉区域”，使身处其中的人们能接触到许多信息。因此，在探讨社会情景时，应该把媒介环境放在重要的位置上来考虑。

- 电子媒介的普及造成社会情境的变化

梅罗维茨集中研究了电子媒介的普及给社会情境带来的变化：一方面，电子媒介的广泛应用，正在打破一系列旧有的情境界限，致使一些不同的情境合并；另一方面，电子媒介的普及，又在使旧有情境中的一些联系、结合消失，导致情境分离。这里有三种情况：媒介符号（信息传送的形式）的不同，导致了情境的合并；媒介物理特性的不同，导致了情境的合并；媒介信息内容的不同，导致了情境的合并。



第四节 媒介理论

- 媒介的变化促使人们行为的变化

梅罗维茨提出：媒介的使用，有可能混淆不同情境的分界线；不同情境分界线的混淆，可导致新的情境的产生；新的情境的产生，要求人们采取新的行为，使其适合新的情境。

概括地说，即媒介的运用产生新的情境，而新的情境的产生，要求人们采取相应的新的行动。由此可见，媒介的变化（通过改变社会情境）促使人们行为的变化。



第四节 媒介理论

• 评价

缺点

梅罗维茨的媒介理论是对麦克卢汉媒介理论的继承和发展。最具共性的是，就媒介进程和社会发展进程而言，梅罗维茨与麦氏一致，即视传播技术及其变迁为社会变迁的动因。两人都忽视了媒介技术的发展本身就是经济、社会发展的产物的事实，忽略社会意向对媒介技术发明和应用的重要影响。

优点

较之麦氏，梅罗维茨的理论显得较为具体和扎实。前者有泛泛而谈的缺点，想象代替逻辑的推敲，断言多于严谨的论证。后者则善于通过对日常生活中的传媒现象的分析，推导出自己的理论。这些例证人们可以体悟、检验，也因此其观点易于被人们接受。另外，就表述方式而言，前者的著述富于文学色彩，思维发散，比喻新奇，措辞大胆，语出惊人，但许多观点经不起学理上的推敲。后者的文字则较为传统，按照环环相扣的方式展开论述，结构连贯，推理缜密，更加符合学术规范，具有很强的说服力。



上海交通大学
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY



谢谢！

