



再质互联网“第四媒介”之说

时间：2005-7-26 13:06:10 来源：中国新闻研究中心 作者：张允若 阅读796次

发稿：中国新闻研究中心

作者：张允若

单位：浙江大学新闻传播学院教授

地址：浙江省杭州市舟山东路

邮编：310015

这几年间人们常把互联网络称为继报纸、广播、电视之后的“第四媒介”。笔者认为这种说法是不对的，曾于2001年全国第七次传播学会议上建议对互联网络作出正确的定位，并指出：互联网络是相对于现实世界而存在的人类精神交往的第二世界，而不是所谓的“第四媒介”。¹此后笔者又曾撰文专门分析“第四媒介说”之误。²尽管这些看法得到不少人的认同，但毕竟人微言轻，影响有限。如今“第四媒介说”仍在流传，并给传播实践带来种种不良后果。为此颇感有必要再作一些评述，希望有助于消除定位不当所带来的消极影响。

不顾常识的排序

我们知道，传播学中所说的传播媒介，指的是人类传播过程中运载和传递讯息的物体，是连接传受双方的中介物。它可以是自然物，也可以是人造物，可以是单一的物体，也可以是一系列物体的组合。人类传播活动中使用的传播媒介，大致可分为：一、人际传播媒介。这是人际传播中常用的媒介，如面对面交谈时借助的空气，非面对面传播时所用的书信、电话、电报、电传以及正在兴起的手机短信等。二、组织传播媒介。这是组织传播中常用的媒介，如公函、布告、书面通报、黑板报、宣传栏、内部报刊、内部广播、闭路电视等。三、大众传播媒介。这是面向社会公众进行开放性传播的媒介，如书籍、报纸、杂志、广播、电视、新闻通讯、音像制品、展览制品、广告制品等。

“第四媒介”说所用的“媒介”概念，内涵并未确切限定。人们既可以理解为大众传播媒介，也可以理解为包括大众传播、组织传播、人际传播媒介在内的泛指媒介。但从其经常使用的场合看，应该指大众传播媒介。不过，在互联网络出现之前业已存在的大众传播媒介就有八、九种之多，互联网络怎么也不该排在第四的位置。如果要按对公众影响力的大小来论说，书籍的影响力历史悠久，范围广泛，即使当前的影响也决不逊于报纸、广播、电视，为什么竟略去不提呢？如果要按传播新闻的功能来论说，新闻杂志和新闻通讯，几百年来一直是重要的新闻媒介。人们常说新闻通讯社是“消息的总汇”、“供应新闻的大动脉”，常说西方四大通讯社播发了全球国际新闻的四分之三，这些话决不是随便说说而是确有根据的。要知道新闻通讯稿，大部分也是直接面对公众的。既然如此，为什么它们又被排除在排序之外呢？

可见将互联网络作为排行第四的媒介或大众传播媒介，是没有科学依据的，是违背传播学和传

- 昆曲研究学术网站探略
- 新媒体及其发展战略路径
- 互联网公司路线百像图
- 奥运报道开启新网络时代
- 奥运促使新媒体集体爆发
- 报业集团中的门户网之争
- “门户之见”的传播学思考
- 地震来了，新媒体在哪？
 - 网络的良知
- 视频：房地网生存之道
- 浅析门户网站同质化
- 新闻网站的“10条军规”
- 商业网站新闻比较分析
- “跨媒体”中的交叉点
 - 人民网10年影响
 - 名人博客现象探析
- 析博客社会安全阀功能
- 网络媒体踏上主流路
 - 新媒体搅动世界杯
 - 新媒体的功与过
- 评论：网络日志的边界
- 从电子杂志鼻祖说起

播史的基本常识的。

不符实际的类比

“第四媒介说”将互联网络同报纸、广播、电视相提并论，这就意味着把互联网络视为报纸、广播、电视的同类，因为按照逻辑规则，只有同类的事物才能作这样的排列。

我们知道，报纸、广播、电视在一般情况下都属于大众传播媒介。尽管三者的具体形态有所不同，报纸是用纸张负载文字或图片、广播是用电波负载语音或音响、电视是用电波负载图像、语音或音响，但三者都是特定的机构用以面向公众进行开放性传播的媒介。这是三者的共同特性，也是三者对人类传播活动中的基本定位。

而互联网络的情况就很不一样了。互联网络并不只是一种媒介，它更是一个信息传播的平台，是人类实现精神交往的广阔天地。在这里有大众传播，任何机构、团体甚至个人，都可以面向公众进行开放性的传播，各种供公众自由浏览的网站、网页、论坛、博客、聊天室、搜索引擎、信息库等等都属于这一范畴。在这里有组织传播，各个组织、单位、团体，可以创立有一定界限的局域网，供本组织本单位本团体的成员进行纵向（上下）、横向（左右）的信息传播或交流，各种供内部浏览的网站、网页、论坛、公告板、信息库便属于这一范畴。在这里也有人际传播，任何网民都可以借助互联网络进行个人之间的书面或口头的交流，例如电子邮件、即时通讯（ICQ、MSN）便属于这一范畴。当然和现实世界一样，还有介乎人际传播和组织传播之间的群体传播，例如群发邮件、群体专用的网页或聊天室等等。总之，在互联网络这个天地里，存在着现实世界所存在的各种人类传播形态，可以从事人类社会各种各样的信息传播活动，而这是报纸、广播、电视无法比拟的。所以，与其说互联网络是一种新兴的媒介，不如说它是同现实世界相对应的人类从事精神交往的第二世界。

既然如此，把互联网络和报纸、广播、电视相提并论、并肩而立，能说是符合实际的正确的排列、或恰当的类比么？

不可避免的后果

以上是就概念本身的准确性所作的分析。但问题不仅仅是概念之争，因为概念的失当或谬误，不可避免地要在理论上带来混乱，在实践中带来危害。

我们知道，人类社会生活中有全开放的公共领域，有半开放（或有限度开放）的组织传播领域，也有并不开放的私人活动领域。凡是真正实行民主和法治的国家，对于面向公共领域的大众传播、面向组织活动领域的组织传播、面向私人领域的人际传播，在管理上是有所不同的。对于大众传播，一般来说要求严格，在保障必要的自由度的同时，还要求传播者承担相应的社会责任，接受相应的法律约束和道德约束。通常用新闻法、出版法或大众传播法来规范这方面的行为。对于组织传播也有一定的要求，通常用社团法、公司法、政党法来加以规范。而对于人际传播就不一样，现代民主国家都把私人之间的交谈、交往和通信，视为公民的基本权利而备加保护的。除非有确凿的证据表明某种私人交往具有违法犯罪的性质，否则是不允许任意干预、侵犯的；私拆他人信件、窃听他人通话、阻挠私人通邮通电，这是不被允许的侵犯人权的行为。我国宪法也明文规定：“中华人民共和国公民的通信自由和通信秘密受法律保护。除因国家安全或者追查刑事犯罪的需要，由公安机关或者检察机关依照法律规定的程序对通信进行检查外，任何组织或者个人不得以任何理由侵犯公民的通信自由和通信秘密。”

以上是对于现实世界中三个领域、三类传播的不同管理方式。如今，互联网络为人类的精神交往提供了一个新的世界，在这里同样有全面开放的公共领域、半开放的组织领域、并不开放的私人领域，同样有大众传播、组织传播、人际传播。作为一个民主和法治的国家，显然也应该对这里的三个领域、三类传播采取不同的管理方式。如果把互联网络简单地看成和报纸、广播、电视同类的“第四媒介”，那岂不要对网上的交流一律采用对待大众传播媒介的方式加以

管理？网上的私人通信、私人交谈岂不也要像公开发表的新闻报道或传播材料那样受到审查和管束？

现在我国已经发布了几种规范网络传播的法规，包括《互联网信息服务管理办法》、《互联网电子公告服务管理规定》、《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》等。这些法规主要是用以规范网上的大众传播的。但是由于“第四媒介说”带来的定位不当和认识混乱，实际管理过程中往往对大众传播、组织传播、人际传播不加区分、同样对待。许多服务商提供服务的约定里，几乎都把“上载、张贴、电子邮件”混为一谈，提出种种苛刻而繁琐的要求，不符合这些要求的文字，不仅不能“上载、张贴”，而且不得进入电子邮件；可是他们却并不作出保障用户通信自由、保护用户隐私权的承诺，几乎所有的服务约定都表现出这种不应有的缺失。尤其严重的是现在总是有人任意设立防火墙，过滤私人邮件，凡遇到他们认为的“敏感字词”，就把信件退回，或者干脆删除，使邮件永远消失，根本无法到达收件人手中。尤其是这种强行删除的行为，把发信人和收信人都蒙在鼓里，往往误事，极大地伤害了公民之间的正常交往。所谓“敏感字词”，往往是一些常见的机构名、组织名、事件名、人物名、网站名、书刊名等。其实这些都是客观世界存在的事物，既然人们生活在这个世界上就不可能不有所谈及，也许是不经意间提及，也许是在学术讨论中涉及，有可能是纯客观的叙述，也可能有褒有贬。这都是社会生活中十分正常的现象，也是受到宪法保护的公民权利。如果要“上载、张贴”、要进入大众传播领域，把关人当然可以审阅取舍（但也不能见词就删），但是在个人通信中又怎么可以任意拦截、任意删除呢？这符合现代文明社会的行为准则么？这符合中华人民共和国宪法关于保护公民通信权利的规定么？

有位网站管理者明确主张要“引导网民适应技术把关管理”，他写道：“网络传播的最大特点就是可以自动过滤有害信息，控制不需要传播的内容。需要根据近期的新闻热点和宣传要求，确定相应的对应关键词，通过内容发布系统的设置，系统会自动过滤了包含有这些关键字段的内容，也便于编辑审读，没有问题后可以上传。”³这段话可以看作是对上述过滤行为的正面表白。看来作者对于这种自动过滤系统是颇为自得的，他泛泛而谈“网络传播”的这种“特点”，似乎并不在意自己过滤的究竟是进入哪种传播流程（大众传播，还是人际传播）的文字。由此可见，只要在理论上、在观念上不对大众传播和人际传播作出区分，不对互联网络和报纸广播电视媒介作出区分，这种过滤手段的泛用和滥用就是不可避免的，网站管理者违反了宪法、侵犯了人权、而还洋洋自得的情况也就是不可避免的。这正是“第四媒介说”在我国网络实践中已经带来的不良后果和消极影响，而广大网民对此是愤有怨言的。

不求甚解的跟风

“第四媒介说”是舶来品。引进者一开始就声称这是1998年联合国新闻委员会上提出来的，让人感到这是一种权威的定性。其实，联合国新闻委员会（Committee on Information）并不是个学术机构，它是联合国大会的一个附属机构，是联合国新闻政策的协调中心，每年举行一次例会，就联合国各方面的新闻传播活动进行审议并向联合国提供建议。经查考，1998年新闻委员会的报告以及主管传播和新闻的副秘书长法眼健作的致词中确有“第四媒介”一词，但其基本意思是说：联合国在发布新闻时，除了原有的印刷媒介（print medium）、广播（radio）、电视（television）这三种媒介外，还应该通过第四种媒介因特网（internet）来进行。当时联合国不仅有了自己的出版机构、电台、电视台，而且建立了自己的网站，会议强调要完善这个网站，并充分发挥这种新兴媒体的作用。⁴可见这一说法的提出是有特定语境的，主要是就联合国的新闻发布途径而言的，并不是对互联网络的理论阐述和总体定位。况且，新闻委员会在前面用的是“印刷媒介”（print medium）一词，其中包括了书籍、报刊、会议印发的公报、新闻稿等在内的各种印刷出版物，报告对这些方面的工作都有叙述；可是到了我国“印刷媒介”就变成了“报纸”，这是明显的曲解，或者说是特大的误会。所以要谈舶来品，这也是变了样的舶来品。

如今社会上唯洋是崇的风气很盛，从服装发式到饮食男女，处处要同西方“接轨”。西方文明

的精髓完全没有学到（甚至还拒之门外），可是西方人的生活习性已成了许多人追逐的时髦。这种社会心理在知识界也有感染，某些人只要见到西方来的语汇就不假思索地跟进，也不去想一下是否真有道理。笔者认为，对于外来的理论概念和词汇，我们当然可以参考、可以引进，但是第一步先要弄清它的本意，不要一知半解、望文生义；进而要通过自己的思考和鉴别，想清楚它是否正确、是否恰当，切忌盲目跟风、照抄照搬。如前所述，目前我国流行的“第四媒介说”，在理论上是不正确的，在实践中已产生了消极影响，应该引起重视、有所辩正。现在居然还有所延伸，说这是第五媒介、那是第六媒介，竞相炒作新名词，我们只能看看热闹罢了。作为一个有社会责任感的文化人，还是多一点独立思考，不要人云亦云、盲目跟风为好。

- 1 张允若：关于网络传播的一些理论思考 《国际新闻界》2002年第1期
- 2 张允若：对“第四媒介说”的质疑 《新闻实践》2002年第6期
- 3 《网络传播》，2005年第5期，第35页。
- 4 联合国网站www.un.org

文章管理: [mycddc](#) (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [互联网](#)

- [85%中国网民不信任互联网 \(2008-7-22\)](#)
- [网民数第一撑不起互联网大国 \(2008-7-2\)](#)
- [看看“90后”上网都做些什么? \(2008-7-2\)](#)
- [什么是真正的“互联网大国” \(2008-7-2\)](#)
- [第二代互联网推进下的媒体理念 \(2008-7-14\)](#)

[>>更多](#)

再质互联网“第四媒介”之说 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.