

人际传播媒介形态变化

作者：梁小建

摘要：人际传播是人类最基本的传播形式。人际传播经历了面对面传播、延时传播和电子传播三种形态，相对应的传播媒介分别以语言、文字和电信号为代表。人际传播媒介系统相应分为三个时期：示现媒介系统时期，再现媒介系统时期和机器媒介系统时期。本文根据这种分类论述了人际传播媒介的形态变化过程。

关键词：人际传播媒介，语言传播，文字传播，电子传播，形态变化

引言

人类现有的传播活动基本上分为两大类型，即人际传播和大众传播。李彬认为，所谓人际传播（interpersonal communication），一般是指人们相互之间面对面的亲身传播，所以又称面对面传播，人对人传播。[i]人际传播是人类传播活动中最古老也最基本的形式，一切其它形式的传播都不以人际传播为基础，都是人际传播的某种延伸或变形。[ii]大众传播活动是随着传播技术的发展于近代出现的。从严格的意义上来说，第一张著名廉价报纽约《太阳报》的问世，才称得上真正的大众传播时代到来的标志。[iii]此后，随着电报、电话和无线电技术的发展，从19世纪末到20世纪30年代，就成了现代大众传媒业迅速发展的一个重要时期。正是在这段时间，现代大众传媒业形成了基本格局，“人类社会传播全面进入了现代大众传播时代”。[iv]从传播学诞生后传播学界研究的主流来看，传播学几乎等同于大众传播学。这是由大众传播事业的迅猛发展和现代社会的政治经济和文化需要决定的。即使如此，与大众传播研究著述的丰富相比，人际传播领域也不乏人问津。但已有的人际传播研究多集中在人际关系和人际交流领域，从学科上来说，大致可归为社会心理学范畴。从传播学媒介分析角度对人际传播媒介的研究是罕见少有的。

随着传播技术的发展，人际传播超出了面对面传播的限制。文字产生以后，为异地人际传播提供了很好的媒介，准确的。王人恩在《古代家书发展史略》中提出，现存的年代最早的家书，产生于战国末、秦代初。湖北省博物馆等单位于1975年在湖北省云梦县城关西郊睡虎地4号墓发掘出土木牍两件，均两面墨书秦隶，内容为从军出征的士卒黑夫和惊兄弟俩写给家里兄弟中（亦作“衷”）的家信。这是我国出土的最早的两封家书实物，也是迄今发现的古代最早的两封家书。[v]1988年，美国学者桑德拉·鲍尔-洛基奇和凯思林·里尔登在《独白、对话和电子对话》一文中，提出了电子对话（telelog）的概念。她们认为传播技术本身并不能构成传播形态，诸如视传电信会议、电子布告栏、双通道（双向）有线电视等信息传播新技术同人际传播及大众传播分享的共同点，分别超出了其互动性（交互性）和电子性的表面特征。它们同人际传播及大众传播形态或多或少地分享着一连串特征，正是这些共享的特征使之成为传播形态。[vi]她们认为，大众传播是独白式的传播形态，人际传播是对话式的传播形态，而以信息传播新技术为手段的传播，则是电子对话式的传播形态。桑德拉的传播形态三分法不管是不是科学的，但提出了电子对话的概念，是很有启发意义的。

斯蒂文·小约翰认为，任何大众传播研究的核心都是媒介。[vii]媒介：media，原意为中间、适中、平均、调节人、导体等，也可解释为手段、工具等。传播学意义上的媒介，是指承载并传递信息的物理形式与机构，是传者与受传者之间进行传通活动的桥梁。[viii]对传播学而言，媒介分析是一个重要领域。人类传播活动的历史同时是人类传播媒介变迁演进的历史。麦克卢汉认为，

任何媒介的使用或人的延伸都改变着人际依存模式，正如它改变我们的各种感觉的比率一样。[ix]即使是对人际关系领域来说，研究人际传播媒介的演变也是很有帮助的。对传播学来讲，关于媒介的研究也需要细化到人际传播领域。罗春明在《西南师大学报》1998年第5期撰文指出，人际传播媒介就是人际传播活动中使用的中介物，指那些“介于从事传播活动的个体之间的物理中介形式”。人际传播媒介的本质表现在它能够把信息传送给身份明确的、特定的社会个体。[x]罗春明认为，在当前的“媒介革命”中，媒介演变的总趋势是传播主体个人化。传统的大众传媒正丧失其某些重要性质，甚至丧失根本性质，人际传媒进入高速发展时期。信息高速公路将逐步贯通全球，最终演变为以人际传媒为主体的全球一体化点网状媒介系统。罗春明提出人际传播媒介概念，是很有启发意义的。

美国传播学家A. 哈特把有史以来的传播媒介分为三类：

1. 示现的媒介系统。即人们面对面传递信息的媒介，主要指人类的口语，也包括表情、动作、眼神等非语言符号，它们是由人体的感官或器官本身来执行功能的媒介系统。
2. 再现的媒介系统。包括绘画、文字、印刷和摄影等等。在这一类系统中，对信息的生产和传播者来说需要使用物质工具或机器，但对信息接收者来说则不需要。
3. 机器媒介系统。包括电信、电话、唱片、电影、电视、计算机通信等等。这些媒介，不但传播一方需要使用机器，接收一方也必须使用机器。[xi]

哈特的媒介三分法已经把人际传播领域纳入传播学媒介分析的视野。我们发现，电子对话形态借助的媒介属于哈特划分的机器媒介系统。

因此，我们有理由认为，随着人体的延伸，人际传播媒介也在不断的变化演进。这一演进过程总体上是一个人类传播的媒介手段日趋丰富的过程，也是人体的信息功能日益向外扩展、体外化信息系统逐渐获得相对独立性的过程。[xii]下面我们就对人际传播媒介的变迁作一初步分析。

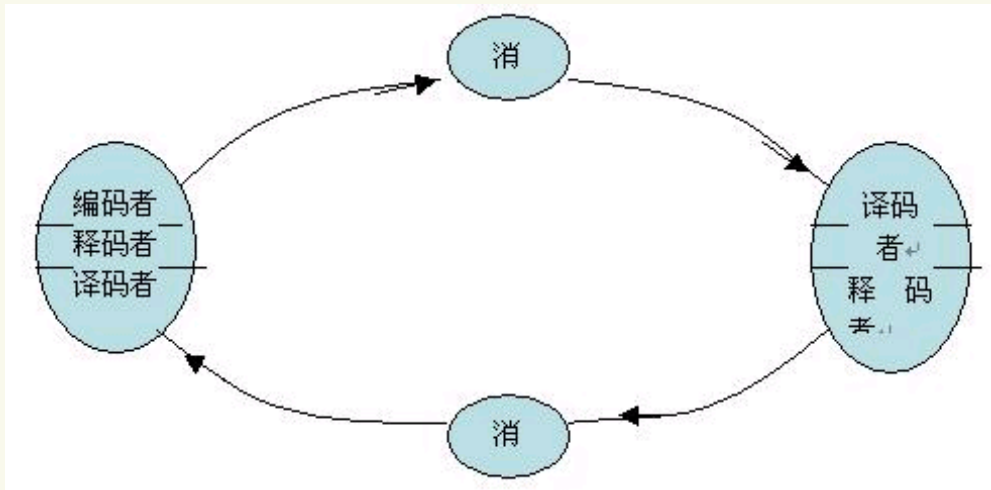
一、面对面传播：示现媒介系统时期

在传播媒介演进发展史中，丰富的语言文化资源记录了各种人际传播现象。例如耳提面命、道路以目、颐指气使、三人成虎、指鹿为马等。这都是面对面的人际传播现象。在面对面人际传播中，有三个必要的要素。即两个以上的传播参与者、传播符号和意义（信息）和人际传播媒介（语言、声波、光波、听觉、触觉、嗅觉、视觉、肌肉运动、助听器、服饰等工具或载体）。示现媒介系统时期主要的传播媒介是口语和人的听觉。“听觉……具有高度的审美功能，它是精微细腻的、无所不包的。”[xiii]口头文化在行动的同时要做出反应。面对面传播是高效的和即时的。

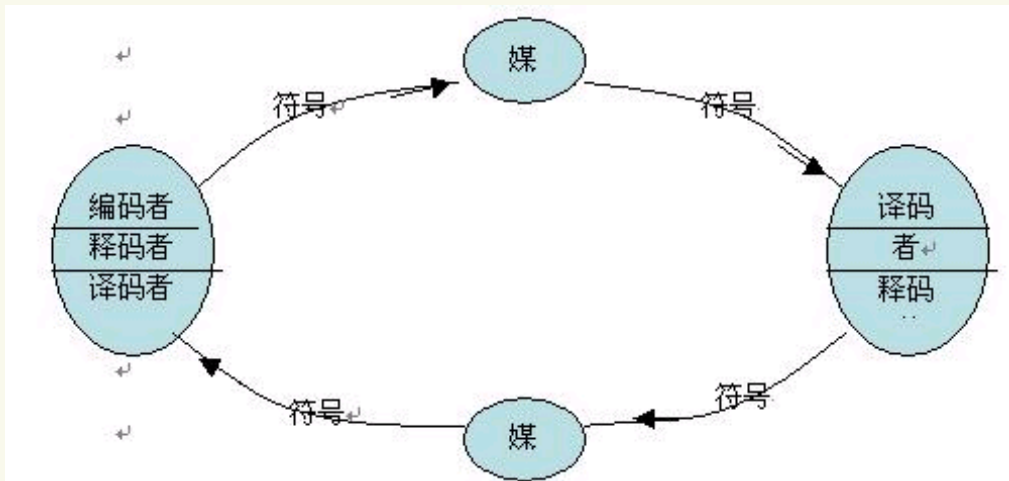
传播参与者即传播者和受传者（人际传播中一般情况下两者是频繁交替的）。符号按感觉方式可分为听觉符号和视觉符号两大类，对应于面对面传播，听觉符号和视觉符号分别是语言符号和非语言符号。在这里我们不过多涉及符号的分类，因为本文的主题关注的是人际传播媒介形态变化。如上所述，媒介是指承载并传递信息的物理形式与机构，是传者与受传者之间进行传通活动的桥梁。符号本身也是运载意义的媒介。对应于面对面的人际传播，媒介不仅指符号，还包括运载和传递符号本身的载体，例如声光电荷各种传播“道具”。

李彬认为，人际传播的特征在于符号互动。[xiv]根据符号互动论者戈夫曼的观点，人际传播的过程就是人们表演“自我”的过程，但这个“自我”并非真实的自我，而是经符号乔装打扮了的“自我”。因此，人际传播者实际上是带着符号制作的“假面具”的表演者。[xv]我们如果把人际传播置于典型的环境——话剧舞台上，那么关于面对面传播也需要媒介就很清楚了。舞台上的演员不论表演什么节目，毫无疑问的是他们之间在进行某种人际传播，同时，演员和观众之间也在进行人际传播。这两种传播要进行下去，必须依赖声光电等物理媒介。同时，传播者和受传者都要具备编码、释码和译码的能力，即有视觉和听觉。我们很难想象漆黑一团聚静无声的舞台和剧院的传播效果。正如“盲人骑瞎马，夜半临深池”一样，缺少媒介的人际传播不但是停滞的、不可能的，而且是危险的。

模式是对真实世界理论化和简约化的一种表达方式。[xvi]传播模式可以帮助人们认清具体繁杂的传播过程，解释力强的传播模式对人际传播媒介研究是很有帮助的。施拉姆曾经在奥斯古德模式的启发下提出过一个人际传播循环的环互动模式。这个模式是这样的：[xvii]



这个模式对于面对面人际传播过程有一定解释力。该模式没有传播者和受传者的概念，传播双方都是人际传播的主体，通过信息的授受处于你来我往的相互作用之中，强调了人际传播的互动性。但是该模式没有涉及人际传播渠道中的各个环节，[xviii]即没有媒介的概念。如上所述，我们认为人际传播是有媒介参与的。因此笔者试图在这个模式的基础上加入媒介环节，增加这个传播模式的解释力和准确性。



笔者认为，经过编码的信息只是符号代码。传播者和受传者都是释码者，同时也是都是编码者和译码者，这是从传播者体内的自身传播系统来说的。因为语言只是人的意识的符号。意识要以语言为媒介传播给对方，神经系统就必须先对意识进行编码，然后传达给人的发声器官，人的发声器官进行译码和释码并转换成声带的震动通过空气传达到对方的耳膜，耳膜和神经系统对震动进行译码释码和编码，把信号传送给受传者的大脑形成意识。如此循环，完成一次人际传播过程。在这个过程中，语言符号的传播要使用的媒介有空气、声波、神经系统、发声系统、收听系统等，非语言符号的传播要使用的媒介有光、光波、神经系统、视觉系统、触觉、味觉等感觉系统。这么多的媒介，最终传播的是传播双方的意识。

面对面的人际传播受到时间和空间的束缚。随着传播技术的发展，人际传播必定要摆脱面对面的局限。随着人类传播经验的积累和文字的出现，人际传播媒介进入了体外媒介系统时代。

二、延时传播：再现媒介系统时期

再现媒介系统是人的体内传播系统的技术延伸，特别是视觉系统的延伸，从此人类的传播活动

摆脱了本能，进入了技术传播时代。文字是异地传播的主要媒介。我国丰富的文学遗产中描述文字传播的比比皆是，例如罄竹难书、人生自古谁无死，留取丹心照汗青、烽火连三月，家书抵万金、唯恐说不尽，临行又拆封、独下千行泪，开君万里书等。文字和书信对古人来说跨越时空的唯一媒介形态，我国语言中流传下来的这些关于文字和书信的诗句表现了再现媒介系统的巨大价值和曾经的不可替代性。延时人际传播过程的要素有三个，即传播者、受传者和媒介（绘画、文字、纸张、印刷机、油墨、邮政系统和时间等）。

延时传播的传播者和受传者角色转换是延时的（书信），甚至是不可逆的（报纸、书籍、古人流传下来的文字作品、绘画、建筑、雕塑、碑文等）。绘画是人类最古老的延时传播媒介，据考古发现，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及自身的认识绘成简单的图画，刻在岩壁或各种石器上。关于文字产生的时间，多数学者推定在公元前3000年左右。我国的汉字，如果从仰韶文化晚期刻绘在陶器上的几何图形或符号算起，其形成与发展至少已有5000年的历史。[xix]文字的作为人类掌握的第一套体外化符号系统，对人际传播具有重大的意义，使人际传播在时间和空间上都发生了重大变革。

语言产生于人们相互交流的动机，而文字的创立一开始并非由于迫切地传播愿望所致。文字最初只是作为一种保障经济正常运行的手段，而不是或者说不主要是作为传播的基元。[xx]人们一旦找到一种适合的文字体系，就把它用到人类活动的其他方面。借助以文字为代表的体外化传播媒介，人际传播过程出现了新的特点。从积极方面来看，体外化传播媒介使人摆脱了面对面传播的限制，延伸了人际传播领域。相隔万里的人们可以借助书信互通音信，相隔千年的人们可以借助文字体验共同的情感和永恒的人性。

文字媒介给人际传播带来了时间上的延时性和空间上的拓展性，同时也把人际传播引向了隔膜和疏离。人类是通过图像而非抽象符号看世界的物种，习惯于对口头语言做出即时反应。这些以及其他前技术传播形式中的人行都丧失在了印刷中，口头传播丧失在了抽象而延迟的全球性传播中，所有的一切都变得碍手碍脚。[xxi]麦克卢汉认为，媒介作为我们感知的延伸，必然要形成新的比率。不但各种感知会形成新的比率，而且它们之间在相互作用时也会形成新的比率。[xxii]作为视觉功能的强化和延伸，拼音字母在任何有文字的社会中，都要削弱其他官能（声觉、触觉和味觉）的作用。[xxiii]麦克卢汉认为，听觉是高清晰度和低卷入度的热媒介，视觉是低清晰度的、高度抽象的冷媒介。文字是视觉的延伸，拼音文化“赋予人行动始压抑情感和情绪的手段。只行动而不用做出反应，不用卷入其间”。[xxiv]麦克卢汉对听觉和视觉有过精辟的阐述：耳朵世界的拥抱性和包容性远远胜过眼睛世界的拥抱性和包容性。耳朵是极为机敏的。眼睛却是冷峻的和超然的。耳朵把人推向普遍惊恐的心态。相反，由于眼睛借助文字和机械时间而实现了延伸，所以他留下了一些沟壑和安全岛，使人免受无孔不入的声音压力的回响。[xxv]

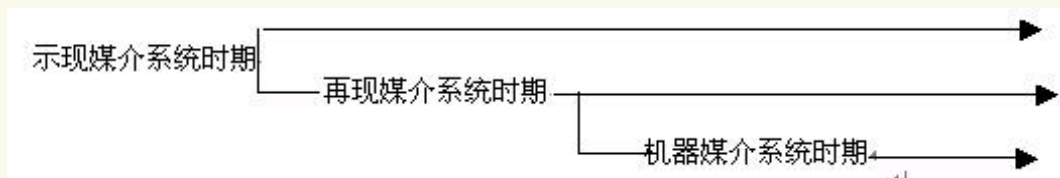
文字是一种沉默的和匿名的人际传播媒介，传达性和反馈性差。文字是符号的符号，是一种纯粹的体外媒介系统。作为符号的符号，文字本身没有意义，它不是一种自明的符号系统，必须首先进入受传者的注意范围。文字的人际传播效果，受到选择性定律得约束。选择性定律是就受众对信息的接受、理解和存储而言的，它包括选择性接触、选择性理解和选择性记忆三层含义。这条定律的基本思想是说，受众在接受信息的过程都势必要根据个人的需要和意愿而有所选择、有所侧重、甚至有所曲解，以便使所接受的信息同自己固有的价值体系和既定的思维方式尽量地协调一致。[xxvi]选择性接触、选择性理解和选择性记忆就像保护着受众的三道防卫墙。在人际传播中，以书信为代表的文字传播媒介往往会形成传而不通的现象。这一方面是文字传播的延时性造成的，另一方面的原因就是受传者的选择性机制在起作用。并不是寄出去的每封书信都能达到传通的目的，即使受传人阅读了书信，信息也不一定会反馈给传播者。法国大文学家雨果收到过一封信，信封上写着“法国最伟大的诗人收”，他没有拆，而是把信寄给缪塞，而缪塞又寄给拉马丁。这些文坛巨人都自认为没有资格来拆开这封信。这封信也成了一封没有被人开启的信。历史上投递时间最长的信

是哥伦布写给意大利皇后的“瓶装信”，这封信在海上漂流了359年才被人发现。[xxvii]

李忱在《对话——传播的本质回归》一文中，通过对传播发展历史进程的理性观照，揭示了“传播的本质具有对话的特征”这一道理，并深入分析了传播本质的对话特征由肯定到异化，再到回归的变化脉络。[xxviii]我们认为，对话是人际传播的本质。对于所表达的事物而言，语言是直接符号，文字则是间接符号，或者说是代表符号的符号。[xxix]

朱光烈认为，一切传播媒体都是语言的载体和奴仆。他认为，原始人类生活在纯粹的自然环境中，当人类创造了第一件工具的时候就开始了自己制造另一个生存环境的过程。在所有的人造环境中，语言是人类给自己制造的最根本、最伟大、最全面的人造环境。从此，作为人专有的对于自然环境的认识再也不是自然环境直接的反映，而是经过语言的代码加以改造、结构之后的环境反映，经过这样的改造和结构，人类对于环境的认识不断深化，社会也借重于这种不断深化的认识不断发展。这个过程也是人类与自然不断磨合的过程。随着这种磨合的需要，这个过程又是媒介不断发展的过程。虽然媒介对于语言有影响，但是，就其本身来说，所有的媒介都是语言的载体和奴仆……[xxx]

行文至此，好像人际传播媒介已经山穷水尽疑无路，既然人际传播本质是施者和受者的对话，那么，文字和印刷媒介的延时传播岂不是偏离了人际传播的本质而走山了歧途？其实，针对人际传播媒介变迁的分期并不是前后代替的线性排列，而是一个媒介系统的叠加过程。本文所列的人际传播媒介分期如下图所示：



如上图所示，示现媒介系统时期贯穿在人际传播媒介形态变化的全程。公元前3000年左右，以文字的出现并应用于人际传播为标志，人际传播媒介又增添了再现媒介系统。再现媒介系统中，信息的流通与物质的流通、人的流通是等速度的，换句话说，信息的传递也是通过交通工具进行的，书籍、报刊、信件的运输并不比人流和物流的速度更快。因此，信息传播的速度是延时的。1837年，美国人塞缪尔·莫尔斯发明了第一台实用电报机。电子通信工具的出现使得远隔万里、重洋阻绝不再成为人类沟通信息的严重障碍。[xxxii]信息的发送和接收借助机器可实现瞬间传输。人际传播媒介增添了机器媒介系统。

三、电子对话：机器媒介系统时期

1988年，美国学者桑德拉·鲍尔-洛基奇和凯思林·里尔登在《独白、对话和电子对话》一文中，提出了电子对话（telelog）的概念。这对本文人际传播媒介的分类提供了典型参照系，但二者外延并不一致，机器媒介系统使人类借助机器实现了空间距离和速度上的突破，它形成了人类体外化的声音信息系统和体外化影像信息系统。电子对话是人际传播机器信息系统的典型的和鲜活的代表。通过电话、手机、手机短信和互联网等机器系统，人们可以实现异地即时人际传播。

肖复兴在《一辈子能写多少信》中不无痛心地哀叹了手写信函的衰落。谁都知道，现代化的通讯设备越是发达，人们越是懒得动笔写信。几个电话一打，什么事情都说清楚了，什么事情都解决了。尤其是电子时代的到来，“伊妹儿”和手机短信更简便易行地成为手写书信的替代品。有时候，真觉得科技是人类情感的杀手，用貌似最迅速的速度和最新颖的手段，扼杀人类心底最原始的也是最朴素的诉说。只是手指在键盘上轻轻几下击打的“伊妹儿”，不仅将人们相互情感的表达变得懒惰，冰冷冷的缺少了身体的温度，更变得千篇一律的格式化。[xxxii]

手写信函是文字出现之后产生的古老人际传播媒介。传统家书作为中华民族民间优秀文化的组成部分，是文学、美学、书法、礼仪、邮政、包装、纸张等文化的综合载体。千百年来，她承载着

中华民族生生不息的血缘文化，维系着人间亲情，展示了个性的光芒，也真实地记录了时代的变迁。家书映照出美好的人际关系、高尚的生活准则、优良的行为操守与道德传统。家书是中华民族凝聚力和亲和力的体现。[xxxiii]随着电报、电话等即时人际传播媒介的出现，具有延时性的信函慢慢演变成礼仪性媒介，信件本身的感情色彩越来越浓厚（公函和商业信函除外）。手写信函的邮寄速度已经难以适应人们生活节奏的加快和人口流动性的增加。据报道，北京地区每天多达9万封信件无法投递，人口流动性增加是重要的原因。可见，手写信函的衰落也是不无原因的。这是科技发展带来的必然结果，谁也无法逆转。可以想见，在不久的将来，我们的下一代也许将不知家书为何物。2005年4月11日，新华网收藏频道发表了费孝通等四十六位文化名人抢救民间家书的倡议书，认为为国家计，为民族计，为子孙计，抢救民间家书，迫在眉睫！有人戏称，现在的人越来越“言而无信”，我们认为，人际传播从耳提面命到言而有信再到言而无信，现在则变成了“言而短信”、“言而彩信”，这是人际传播媒介从多媒体到视觉媒体再到听觉视觉媒体的一次螺旋式上升过程，是一种传播本质的回归。

对于传播媒体的“人性回归”，被学界成为“媒介哲学家”的保罗·利文森曾提出过一份三段提纲，即人们（1）最初享受一个虽未扩展但却平衡的传播环境（视觉、听觉和记忆是其极限）；（2）发展媒介打破这些限制，但作为突破的代价牺牲了平衡和人类的其余要素（从字母文字到真实世界总体而言缺乏类同之处就是首要的例证）；（3）日益探寻那些保持和继续过去的延伸性突破，同时又可获取曾经丢失的人类传播世界中的自然性要素的媒介。[xxxiv]在电信、电话、唱片、电影、电视、计算机通信这些机器媒介系统中，人际传播方面的最新方式，要数手机、手机短信和互联网人际传播了。

南开大学文学博士张一玮对电影《手机》中的人际关系进行了传播学解读。他认为，手机作为最重要的个人通讯工具充当着私人生活中的超级帮助者或者超级反对者，在众声喧哗之中短暂地承载着瞬间即逝的语词文本，演绎和见证着无数悲剧或喜剧。悲剧与喜剧的精神都渗透和表现在人际交往中，在承载着交往信息的各类文本中打下了烙印。影片展示了手机作为一种通讯工具为人际流带来的影响，这在影片中主要表现为以下几点：1. 在群体交往之中，手机对话是群体对话的干扰因素。一个明显的例证是电影中节目组划会的一段情节，作为权威的费墨的发言不断手机通话所打断，最终面对面的交往方式无法达信息。手机通话可以造成语境的交叉或者重叠制造出一种相对复杂的对话状态。2. 通过手机进行的对话行为丧失了面对面现场感，接受者一方接受的信息有限，助长了谎言。费墨说：手机连着你的嘴，嘴巴连着你的心拿起手机你就言不由衷。影片中这种说话连篇状况的确有些夸大，但现场感的丧失确实为交行为中的谎言创造了条件。3. 手机是个人随身携带的私人通讯工具，一定程度上可以代表一个人的身份和存在。拨通某人的手机似乎就等于对某人讲话，而实际情况却未必如此。电影开头的一幕，严守一把手机忘在家里，结果妻子接听了情人的电话，结局是一个家庭的解体。[xxxv]

张一玮博士对手机持批判的态度。但不可否认的是，在生活节奏加快和人们活动范围扩大的现代社会，手机是有史以来最便利的通讯工具。张一玮博士认为，通过现代媒体工具进行的言语行为中，人的言语和身体则被最大限度地间离了。但我们认为，正是人的言语与身体的分离，体现了机器时代人际传播的特点。如前所述，在人际传播机器媒介时代，机器媒介系统使人类借助机器实现了空间距离和速度上的突破，它形成了人类体外化的声音信息系统和体外化影像信息系统。对于不得不进行异地传播的人们来说，它延伸了人的听觉（语音）和视觉（手机短信和彩信）两种感官，机器媒介系统为人际传播提供了很好的沟通方式。

计算机和互联网媒体为人际传播提供了新方式，出现了C M C人际传播方式。茅丽娜认为，C M C人际传播即指借助计算机和互联网进行的非面对面信息交流活动，而因此建立、维持和发展的相互关系就叫C M C人际关系。[xxxvi]对互联网人际传播，目前存在着两种观点。一种观点认为，由于C M C运用计算机和互联网这两种前所未有的传播工具进行传播，其在动机、性质、手段、外在影响上就必然与传统人际传播存在差异。但C M C拥有的最大优点是：它极大地拓展了人类的交往

空间和交际范围，促进了不同民族、不同文化之间的理解和融合，加快了人类全球化进程，这正是人类文明进步的标志。[xxxvii]彭兰曾概括了网络人际传播的五个特点，即以文字交流为主、广泛性、偶然性、匿名性和多重性，她认为网络人际传播过程是一个从全面试探逐步走向深入的过程。[xxxviii]这些观点着重提出网络人际传播同现实人际传播的不同之处以及它可能带来的影响。另外一些观点则对网络人际传播这种新事物给予了很高的评价。李国庆认为，以电脑为媒介的传播不仅具有人际传播的特定，而且还具有超人际传播的特性。在电脑媒介传播过程中，交际双方有时比面对面交流更易于建立一种亲密的人际关系。电脑媒介的特点和它所依赖的视觉语言符号（文字、图像、图形）的特点使通过电脑媒介的人际传播具有超人际传播的特性。电脑的特点表现在超时空性和理性化设计对方和认识自我。视觉符号包括文字和拟态文字符号。[xxxix]

以上的两种观点，对网络人际传播或审视或赞誉，都是一时之论。随着网络技术的快速发展，任何观点都有可能成为明日黄花。现在、点对点网络、音频、视频聊天室泛滥成灾，网络人际传播已经超出以文字符号的限制。据了解，新浪网聊天室几乎全部改为音频或视频聊天，其他各大网站也有这种趋势。据公安部透露，“点对点”网络、“BT”论坛和视频聊天室在宽带网用户和学生中使用十分普遍，注册用户达到几千万。P2P是peer-to-peer的缩写，peer在英语里有“（地位、能力等）同等者”、“同事”和“伙伴”等意义。这样一来，P2P也就可以理解为“伙伴对伙伴”的意思，或称为对等联网。P2P直接将人们联系起来，让人们通过互联网直接交互。P2P使得网络上的沟通变得容易、更直接，真正地消除了中间环节。每个人可以直接连接到其他用户的计算机交换文件，而不是像过去那样连接到服务器去浏览与下载。P2P另一个重要特点是改变互联网现在的以大网站为中心的状态、重返“非中心化”，并把权力交还给用户。借助点对点技术，网络人际传播更加明确和自由，排除了把关人的参与；音频和视频聊天则为网络人际传播增添了多媒体功能。这可以说实现了保罗·利文森所说的“人性的回归”。

根据麦克卢汉的观点，拼音文字是从听觉空间到视觉空间的延伸，电子技术是从肢体延伸走向大脑的延伸。他说，在机械化时代，我们实现了自身的空间延伸。如今，在经历了一个多世纪的电子技术的发展之后，我们一再全球范围内使中枢神经系统得到延伸，在全球范围内消除了时空差别。目前我们正在很快地接近人的延伸的最后阶段——意识的技术模拟阶段。在这个阶段，知识的创造性过程将被集体地、共同地延伸至整个人类社会，如同我们已通过各种媒介使感官和神经系统延伸一样。麦氏的意识的技术模拟，就是人工智能。借助日益发达的计算机技术，人工智能已越来越清晰，但目前我们还不能判断独立自主的人工智能的可能性。但毫无疑问的是，人类的传播技术不会停滞不前，在不远或者是遥远的将来，人际传播媒介必将出现新的变革，这是技术进步和人类选择的必然结果。

[i] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第95页。

[ii] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第4页。

[iii] 张咏华：《媒介分析：传播技术神化的解读》，复旦大学出版社2002年版，第9页。

[iv] 张咏华：《媒介分析：传播技术神化的解读》，复旦大学出版社2002年版，第12页。

[v] 王人恩：《古代家书发展史略》，《社科纵横》2000年第6期。

[vi] 张咏华：《媒介分析：传播技术神化的解读》，复旦大学出版社2002年版，第178页。

[vii] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，中国社会科学出版社1999年版，第575页。

[viii] 单晓红：《传播学：世界的与民族的》，云南大学出版社2003年版，第193页。

[ix] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第127页。

[x] 罗春明：《人际传播媒介论——对一种蓬勃兴起的传播媒介的评说》，载《西南师范大学学报（哲学社会科学版）》1998年第5期，第77页。

[xi] 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第35页。

- [xii] 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第36页。
- [xiii] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第123页。
- [xiv] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第94页。
- [xv] 芮必峰：《人际传播:表演的艺术——欧文·戈夫曼的传播思想》，《安徽大学学报(哲学社会科学版)》2004年7月（第28卷第4期），第64页。
- [xvi] 沃纳赛佛林，小詹姆斯坦卡德著，郭镇之等译：《传播理论》，华夏出版社2000年版，第46页
- [xvii] 沃纳赛佛林，小詹姆斯坦卡德著，郭镇之等译：《传播理论》，华夏出版社2000年版，第56页。
- [xviii] 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第61页。
- [xix] 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第30页。
- [xx] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第53页。
- [xxi] 保罗·利文森著，熊澄宇译：《软边缘：信息革命的历史与未来》，清华大学出版社2002年版，第35页。
- [xxii] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第87页。
- [xxiii] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第121页。
- [xxiv] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第123页。
- [xxv] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第200页。
- [xxvi] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第89页。
- [xxvii] 刘伟：《从信函看文化历史内涵》，《世界文化》2005年第2期，转引自
<http://www.21read.com/Article/Class14/Class16/200503/8237.html>
- [xxviii] 李 忱：《对话：传播的本质回归》，《现代传播》2004年第3期，第38页。
- [xxix] 李彬：《传播学引论》，新华出版社1993年版，第52页。
- [xxx] 朱光烈：《媒体“大革命”》，《新闻大学》2000年第4期。
- [xxxi] 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第33页。
- [xxxii] 肖复兴：《一辈子能写多少信》，《中国青年》2004年3月（上）。
- [xxxiii] 新华网收藏频道：《四十六位文化名人倡议抢救民间家书》，
http://news.xinhuanet.com/collection/2005-04/11/content_2812313.htm
- [xxxiv] 保罗·利文森著，熊澄宇译：《软边缘：信息革命的历史与未来》，清华大学出版社2002年版，第61页。
- [xxxv] 张一玮：《〈手机〉：一个关于传媒文化的文本》，《廊坊师范学院学报》2004年6月（第20卷第2期），第29页。
- [xxxvi] 茅丽娜：《从传统人际传播角度观瞻C M C人际传播》，《国际新闻界》2000年第3期。
- [xxxvii] 茅丽娜：《从传统人际传播角度观瞻C M C人际传播》，《国际新闻界》2000年第3期。
- [xxxviii] 彭兰：《网络中的人际传播》，《国际新闻界》2001年第3期。
- [xxxix] 李国庆：《电脑媒介的超人际传播及其视觉语言符号分析》，《湖南大众传媒职业技术学院学报》2002年第3期。

（作者系北京印刷学院03级传播学研究生）

通讯处：北京大兴兴华北路25号北京印刷学院38号信箱（102600）

电 话：010-61265943 手 机：13552134636

上一篇: 王怡红《人与人的相遇》笔记
下一篇: 我国大陆新闻传播学界的一些排名情况

>> 相关文章

- 刘建明: 向学术原创领域挺进
- 黄旦: 有真意 去粉饰 勿卖弄
- “媒介帝国主义”和“数字鸿沟”——概念内涵及其时代意义的分析比较
- 媒介地理学: 行走和耕耘在媒介与地理之间
- 中国传播产业与入世: 一种跨文化政治经济学视角
- 司法与媒体的复杂关系与简单关系
- 《中国传媒报告》2005年第3期目录
- 工具理性和价值理性的冲突——近代中国自由主义新闻思想的悖论

发表评论



- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评: 字数0

用户名: 密码:

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .