

M

大众传媒

导论

冯一粟 主编
周永龄 主审



科学出版社

www.sciencep.com

大众传媒导论

冯一粟 主编

周永龄 主审

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书共十一章,分别介绍了传播媒介、传播效果、报纸、杂志、图书、广播、电视、电影、通讯社、互联网、新媒介等内容。

本书可作为高职高专传播媒介专业及其相关专业教学用书,亦可供从事传播媒介研究的专业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

大众传媒导论/冯一粟主编. —北京:科学出版社,2006
ISBN 7-03-018044-5

I. 大... II. 冯... III. 大众传媒 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 108948 号

责任编辑:童安齐 陈桃珍 王彦刚 李昱颀 / 责任校对:柏连海
责任印制:吕春珉 / 封面设计:耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2006年9月第 一 版 开本:B5(720×1000)

2006年9月第一次印刷 印张:15 1/4

印数:1—4 500 字数:290 000

定价:22.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62137026 (VA03)

本书编委会

冯一粟 周永龄 叶 奕 陈桃珍 欧阳界夫

本书编写组

冯一粟 叶 奕 周永龄 朱 丹 王利华 朱栋梁

前 言

大众传媒与我们现代人的生活息息相关，媒介的发展不但改变着我们的学习方式，也改变着我们的思维方式，更改变着我们这些传媒工作者和传媒学习者的工作方式和学习方式。麦克鲁汉曾说：“你必须熟悉各种媒介，否则你如今就不是真正意义上的有文化的人。”本书能够帮助读者理解当今时代的媒介及其特点，尤其是中国的媒介和它们的特点，引领读者走近媒介。

走近媒介，我们就要了解媒介的特点。我们不仅要了解它们的共性特点，它们的个性特点也是我们要掌握的题中之意。从印刷媒介到新媒介，从图书、报纸、杂志、广播、电视到今天的网络，人类所面对或使用的媒介发生了重大的变化，而这种变化又在相当大的程度上甚至是革命性的程度上改变了人类的生活。就媒介本身而言，每种新媒介的诞生，并没有如当时一些人所预言的那样，新的媒介将取代旧的媒介，事实是，新的媒介促进了旧的媒介的变革，传统媒介找到了它与新兴媒介共存的更好途径，最终丰富了人类的媒介生活。

当我们同时感受报纸、杂志、广播、电视、通讯社和网络几种媒介，我们会发现它们各有其特点，报纸具有时效性强、注重报道当前事件、以单一主题报道为主的特点。杂志有时效性稍差，但报道角度全面、有深度、趋势感强、有行业视角、多事实和数据的特点；广播和电视则有注重时效性和新闻性，强视觉或音响冲击力，强调语言效果或主持人效应，重语音、语调和形象表现力的特点；通讯社有特别强调时效性，且不断追踪、更新报道内容，视角宽、角度全，新闻报道之后有特写，重独家、原始新闻的特点；互联网有内容全、角度宽、互动性、多媒体的特点。本书各章对各种媒介都简明扼要地分析了它们的特点，给读者一个清晰明了的印象，当然这些特点又是在变化中发展的。

媒介是传播的工具，对传播的特性和传播效果的理解同样也可以帮助我们更好地走近媒介，如传播的议程设置功能，可以帮助我们研究媒介对政府决策、公众行为的影响；传播对象对传播内容由近及远实用性使用的特性，可以使我们理解地方一些媒介在媒介市场竞争中走强的趋势；传播的双向互动则可以加深我们对媒介作用于受众方式的变

化的把握。

本书内容系统、丰富，共分十一章。第一章传播媒介，第二章传播效果，这两章主要是从媒介的整体上进行阐述，介绍了大众传播学中基本的知识和原理，并尽量反映了国内外最新的传播学成果。第三章报纸，第四章杂志，第五章图书，第六章广播，第七章电视，第八章电影，第九章通讯社，第十章互联网，第十一章新媒介，上述九章从阐述各种媒介的基本概念入手，分析它们各自的特点，简要介绍各自的发展历程和现状，并联系实际介绍具体的操作实务，有的章节还附有典型个案分析，旨在让读者对各种媒介有一个全面的了解。

由于本书作者具有丰富的传媒工作经验和教学经验，因此书中对诸多问题的阐述非常贴近实际。本书写作风格条理性强，特别是概念清楚，知识点清晰，论述简明扼要。这种条理式的写作风格贯穿全书，非常适合初学者，即以最为有效的方式把握有关内容的精髓。为便于读者学习，本书在每章后都附有思考题，指导读者根据相应章节的知识点进行复习和练习。

由于作者水平有限，时间仓促，书中不足之处在所难免，请读者批评指正。

目 录

前言

第一章 传播媒介	1
第一节 传播媒介的概念、分类及发展历史.....	1
一、媒介的概念	1
二、媒介的分类	2
三、媒介的发展历史	3
第二节 传播媒介的功能.....	6
一、沟通情况 传播信息	6
二、引导受众 形成舆论	7
三、传授知识 启迪心智	8
四、提供娱乐 丰富生活	9
五、陶冶情操 弘扬道德.....	10
第三节 新闻媒介的传播规律	11
一、真实性	11
二、时效性	14
三、客观性	16
四、可读性	17
思考题	20
第二章 传播效果	21
第一节 媒介传播效果及其研究的历史	21
一、传播效果概述	21
二、传播效果研究的历史.....	22
第二节 宏观效果研究诸论	27
一、“议程设置”理论	27
二、“沉默的螺旋”理论	31
三、“培养”理论.....	34
四、“知沟”理论.....	36
思考题	38
第三章 报纸	39
第一节 概述	39

一、报纸的定义	39
二、报纸的传播特点	39
三、报纸的版面构成要素	42
四、报纸的分类	43
第二节 报纸的发展历程	45
一、外国报业发展简史	45
二、中国报业发展简史	47
三、世界报业发展现状	50
四、报业发展趋势	55
第三节 报社实务	58
一、报社的组织架构	58
二、报纸的生产流程	59
三、报纸的发行	61
四、报纸的广告	62
思考题	67
第四章 杂志	68
第一节 概述	68
一、杂志的定义	68
二、杂志的传播特点	69
三、杂志的结构组成	70
四、杂志的分类	70
第二节 杂志的发展历程	71
一、外国杂志业发展简史	71
二、中国杂志业发展简史	72
三、世界杂志业现状	75
四、杂志业发展趋势	78
第三节 杂志实务	81
一、杂志社的组织架构	81
二、杂志的内容生产	81
三、杂志的发行与广告	83
思考题	86
第五章 图书	87
第一节 概述	87
一、图书的定义	87
二、图书的传播特点	87

三、图书的结构组成	88
四、图书的分类	89
五、图书的标准化标志	89
六、图书出版基本概念	91
第二节 图书的发展历程	91
一、外国图书发展简史	92
二、中国图书发展简史	94
三、世界图书出版业现状	96
四、图书业发展趋势	98
第三节 图书实务	101
一、图书的出版过程	101
二、图书的推广发行	103
思考题	108
第六章 广播	109
第一节 概述	109
一、广播的基本概念	109
二、广播的传播特点	110
三、广播的语言符号系统	113
四、广播节目	114
第二节 广播的发展历程	115
一、广播的诞生与发展	115
二、中国广播事业的发展历程	119
三、广播事业的现状及发展趋势	123
第三节 广播实务	125
一、广播节目的生产流程	125
二、广播节目的制作	126
思考题	127
第七章 电视	129
第一节 概述	129
一、电视的概念	129
二、电视的传播特点	129
三、电视的语言符号系统	132
四、电视节目	133
第二节 电视的诞生与发展	135
一、电视的诞生	135

二、电视的发展	137
三、中国电视事业的发展历程	139
四、中国香港、澳门和台湾地区的电视事业	143
五、世界电视事业的发展现状和趋势	143
第三节 电视实务	145
电视节目的生产流程	145
思考题	147
第八章 电影	148
第一节 概述	148
一、电影的基本概念	148
二、电影的传播特点	149
三、电影种类的划分	150
第二节 电影的发展历程	151
一、世界电影的发展历程	151
二、中国电影的发展历程	157
三、中国香港和中国台湾的电影事业	162
四、世界电影事业的现状和发展趋势	164
第三节 电影实务	165
一、电影生产的基本流程	165
二、好莱坞主要电影公司	167
三、电影节及电影奖项	170
思考题	173
第九章 通讯社	174
第一节 概述	174
一、通讯社的概念	174
二、通讯社的类型	175
第二节 通讯社的产生与发展	176
一、国外通讯社的产生与发展	176
二、我国通讯社的产生与发展	179
第三节 通讯社实务	180
一、媒介供稿业务	180
二、专业信息服务	183
第四节 通讯社发展的特点和面临的挑战	183
一、通讯社发展的特点	184
二、通讯社的传统业务受到新闻业竞争及互联网技术的双重冲击, 面临前所未有的挑战	185

第五节 世界主要通讯社简介	186
一、美联社 (Associated Press, AP)	186
二、合众国际社 (United Press International, UPI)	187
三、路透社 (Reuters)	187
四、法新社 (Agence France-Presse, AFP)	188
五、俄通社-塔斯社 (ITAR-TASS)	189
六、新华通讯社	189
思考题	190
第十章 互联网	191
第一节 概述	191
一、互联网的定义	191
二、互联网的传播特点	192
第二节 互联网的发展历程	197
一、互联网在全球的发展	197
二、互联网在中国的发展	198
第三节 网络媒介	200
一、网络媒介的定义	200
二、网络媒介的类型	200
三、中外网络媒介的发展情况	201
四、网络媒介和传统媒介的关系	203
五、网络媒介发展中的问题	204
第四节 网络媒介的经营	206
一、网络广告	206
二、信息收费	208
三、多元化经营	209
思考题	209
第十一章 新媒介	210
第一节 概述	210
一、新媒介的定义	210
二、新媒介的传播模式	211
第二节 卫星电视	212
一、卫星电视的定义	212
二、卫星电视的传播特点	213
三、卫星电视的产生和发展	213
第三节 多媒体	214
一、多媒体技术	214

二、多媒体的传播特点	215
三、多媒体应用	215
第四节 网络广播	215
一、网络广播的定义	216
二、网络广播的方式	216
三、网络广播的传播特点	216
四、网络广播的产生与发展	216
第五节 数字电视	217
一、数字电视的定义	217
二、数字电视的传播特点	217
三、数字电视的产生与发展	217
第六节 流媒体	218
一、流媒体的定义	218
二、流式传输技术的分类和格式	218
三、流媒体的传播特点	219
第七节 交互电视	219
一、交互电视的定义	219
二、交互电视的传播特点	220
三、交互电视的发展现状	220
第八节 手机	221
一、手机的诞生与发展	221
二、手机短信	222
三、手机发展趋势	223
四、手机媒体在发展中存在的问题	223
第九节 博客	223
一、“博客”的定义	224
二、“博客”的特点	224
第十节 楼宇液晶电视	224
一、楼宇液晶电视的定义	224
二、楼宇液晶电视的传播特点	225
三、国内楼宇液晶电视发展现状	225
思考题	226
主要参考文献	227
后记	229

第一章 传播媒介

人类传播在本质上是信息的交流和沟通。而信息是一种抽象物，它必须以符号为物质载体才能成为一种具体可感的交流内容。负载信息的符号或符号序列又必须依赖一定的物质实体或具体途径才能进入传播领域。能够负载、传递符号的物质实体就是传播媒介。按照不同标准，媒介可以分为许多种类。随着人类社会的发展，各种媒介依次出现。媒介发展的进程是依次叠加的进程，而不是依次取代的进程。我们着重需要研究的是大众传播媒介，不同的大众传播媒介各有不同的特点。

第一节 传播媒介的概念、分类及发展历史

一、媒介的概念

“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。而“介”字，则一直是指居于两者之间的中介体或工具。英语中媒介“medium”一词大约出现于19世纪末20世纪初，其含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。在麦克鲁汉的笔下，媒介即万物，万物皆媒介，而所有媒介都是人体某种器官功能的延伸，都是人与他物发生联系的中介，如砍刀是手的延伸、车船是脚的延伸、书籍是眼的延伸、广播是耳的延伸、衣服是皮肤的延伸、……媒介无时不有，无处不在。凡是能使人与人、人与事物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质都是广义的媒介。由此可见，广义的媒介，指的是在人类活动中使两种事物彼此发生关系的中介或中介物。

传播学所要研究的，不是这种广泛意义上的“媒介”，而是作为信息传播渠道的“居间工具”的传播媒介。传播意义上的媒介是指能够负载、传播信息符号的中介性的物质实体。施拉姆认为，“媒介就是插入传播过程之中，用以扩大并延伸信息传送的工具”。人类的生存发展离不开传播，构成传播的四大要素是传者、信息、媒介、受者。媒介是联结传者与受众的桥梁和纽带。

二、媒介的分类

传播媒介种类繁多,按照不同的标准,可以进行不同的分类。

(一) 传统媒介、现代媒介和新媒介

以媒介的历史发展为标准,可以将传播媒介分为传统媒介、现代媒介和新媒介三大类。传统媒介是人类历史上出现较早、使用时间较长的一些传播媒介,包括语言、文字、印刷等媒介。现代媒介是以电子技术为核心、具有全新传播形式的一种传播媒介,如广播、电视、电影、电话等媒介。新媒介指的是在信息化时代出现的新兴传播技术,如网络媒介、其他实时信息传播媒介以及传统媒介的数码化形式——电子报刊等。

(二) 语言媒介、文字媒介和电子媒介

以传播媒介的物质形态为标准,可以将其分为语言媒介、文字媒介和电子媒介三大类。语言媒介是以各种不同语言为信息载体的媒介,广泛运用于不同类型的传播活动中。文字媒介是以各种书写或印刷符号与材料为信息载体的一种传播媒介。它又可以分为手抄文字媒介和印刷文字媒介两种。它能够突破时空使信息有效保存和交流。电子媒介是指一切用电磁波或电子技术产品为信息载体的传播媒介。

(三) 亲身媒介和技术媒介

按照是否使用特定的工具技术为标准,可将媒介分为亲身媒介和技术媒介两类。人类以自身身体器官为传播媒介,通称亲身媒介;以特定的工具技术为媒介,则称技术媒介。

(四) 个人媒介和大众传播媒介

以传播规模和传播媒介所针对的受众对象为标准,可以将媒介分为个人媒介和大众传播媒介两类。个人媒介是传播者针对特定的个体受传者进行信息传递时使用的媒介,传播规模小,如电话、书信以及面对面交流时使用的口语等。个人媒介往往在人际传播中使用。大众传播媒介是面向公众性受传者进行信息传递时使用的媒介,可在较大范围内同时传播相同的信息。常用于传播规模大、以职业化的传播机构为传播单位的传播场合,如报纸、电视、杂志和电影等。

(五) 听觉型媒介、视觉型媒介和视听结合型媒介

以传播媒介作用于人的感官的方式为标准,媒介可分为听觉型媒介、视觉型

媒介和视听结合型媒介。听觉型媒介是指符号信息作用于人的听觉器官的传播媒介,如口语、广播和钟鼓等。视觉型媒介是指符号信息主要作用于人的视觉器官的传播媒介,如文字、摄影和景观等。视听结合型媒介是指符号信息同时作用于人的视觉和听觉器官的媒介,如电视、电影等。

三、媒介的发展历史

从传播史的角度看,媒介的发展史可分为口语传播、手抄文字传播、印刷传播、电子传播和网络传播五个阶段。与此相对应,语言媒介、各种手抄文字媒介、书籍报纸等印刷传播媒介、广播电视等电子媒介和新媒介依次出现。这个历史进程并不是媒介依次取代的过程,而是一个依次叠加的进程。

(一) 口语传播阶段

口语传播是人类传播活动的第一个阶段,作为语言符号的媒介,是与口语相伴而产生的。当人类从动物中分离出来时,社会生产力水平极为低下,为了谋求生存,抵抗洪水、猛兽、毒虫、饥荒的威胁,他们只有集群而居,协调一致,共同与大自然作斗争,才能求得自身的生存。而要做到协调一致,共同行动,就必须依靠交流传播。在语言产生之前,人类主要依靠动作、手势、体态和吼叫来相互沟通,相互协调。这些用来交流的动作、姿态和吼叫就是最初的传播媒介。

以后随着劳动的进行,人类的大脑逐渐发达,发音器官逐渐完善,思维能力逐渐发展,人类终于创造出自身特有的语言。据人类学和考古学资料,猿人阶段(距今300万年~25万年)只有手势语言和分节语,古人阶段(距今25万年~4万年)才刚刚出现语言的萌芽,新人阶段(距今4万年~1.4万年)清晰的有声语言才开始形成。

语言的产生是传播史上的第一个里程碑。语言媒介具有简便快捷、亲切生动、易于控制的优点,极大地提高了信息交流的质量和效率。人类信息交流的速度加快了,准确度提高了,深度、广度、精细度增强了。人类有了语言,就能够更有效地观察自己所面临的环境,对各种事物进行准确的区分,更有效地组织自己的社会,并把人类自己的经验传承给下一代,从而大大增强了人类的生存能力。在某种意义上,可以说口头语言是人类形成的标志。

(二) 文字传播阶段

随着人类抽象思维能力的提高,特别是图式传播的进一步发展,便出现了有读音的象形文字。文字是人类传播史上的第二座里程碑。语言的产生使人类彻底摆脱了动物状态,文字的出现则使人类进入了一个更高的文明发展阶段。文字的产生使人类传播在时间和空间两个领域都发生了重大变革,它克服了有声语言的

易逝性，能将信息长久保存，便利了人类知识、经验的积累和储存。文字打破了空间的限制，能将信息传播到远方，拓展了人类交流和活动的空间。文字使人类信息交流更为准确、精细。

文字作为人类掌握的第一套体外化符号系统，它的产生也大大加速了人类利用体外化媒介系统的进程。文字与有声语言不同，它必须“书写”在一定的物质材料上才能进行传播，而有声语言在面对面的传播时，可以直接用于交流，除了看不见摸不着的声波、光波等外，它用于交流时几乎不需要什么物质材料。随着文字的发明，人类便开始寻求适合书写并便于保存文字的物质材料。从早期的石壁、石器、陶器、青铜器，到甲骨、竹简和木简，再到后来的纸张，书写材料不断趋于轻便化。纸张的发明是这个时期有重大意义的事件。纸张和文字结合，产生了现代书籍的前身——手抄书籍、现代报纸的前身——手抄小报。

（三）印刷传播阶段

印刷术的发明开启了一个新的传播时代——印刷传播时代，掀起了一场新的媒介革命。中国最早发明印刷术，早在公元六七世纪隋唐年间就有了雕版印刷。1045年，宋代的毕昇发明了胶泥活字印刷术。南宋时期，中国出现了锡合金铸成的金属活字。中世纪后期，中国的印刷术渐渐传到中亚和欧洲。14世纪与15世纪之交，欧洲也有了雕版印刷和木活字印刷。1456年，德国美因茨的工匠谷登堡成功地创造了金属活字排版印刷技术，并把造酒用的压榨机改装成印刷机，使文字信息的机械化生产和大量复制成为了可能。在同一年，他使用手摇印刷机一下子印刷了200本《圣经》。以今天的观点来看，200本是一个极小的印数，但在当时，人类刚经过漫长的手抄传播阶段，200本却是非同小可的大事。谷登堡印刷《圣经》一事的意义，在于它标志着现代机械印刷的开始，预示着印刷传播媒介的诞生。西方传播学界常把谷登堡将机械技术运用于印刷的1456年，称为大众传播开始的年代。“从技术角度说，谷登堡所做的以及自从他的时代以后大众媒介所做的，就是把一架机器放进传播过程，复制信息，几乎无限地扩大一个人的分享信息的能力。”经过欧洲工业革命的推动，印刷技术不断革新，迅速跨过了人力生产阶段而进入机械动力和电力生产的阶段。19世纪初，德国人凯尼西发明了以蒸汽机为动力的新型滚筒印刷机，使印刷能力大大提高。以印刷术为代表的复制技术的进步，使印刷媒介体系中的书籍、报纸和杂志逐步完善起来。书籍杂志开始用机械印刷，逐渐具备了现代形态。过去的手抄报纸现在改用机械印刷，渐渐地由不定期出版到可以定期出版，而且出版周期越来越短，进而每日可以出版。随着印刷术、造纸术的进一步改进，工业革命的进一步发展，终于在19世纪30年代催生出了大众型的廉价报纸。以书籍、杂志、报纸为代表的印刷媒介也开始在社会变革和社会生活中扮演越来越重要的角色。正如施拉姆所指出的：“书籍和报刊同18

世纪欧洲启蒙运动是联系在一起的。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,先是新闻报纸,后来是电子媒介,使普通平民有可能了解政治和参与政府。”直到今天,已经高度普及的印刷媒介,仍在社会的各个领域发挥着重大的影响作用。

(四) 电子传播阶段

印刷媒介的出现尽管实现了文字信息的大量生产和大量复制,但是,仍没有解决及时而迅速地传递信息的问题。为此,人们又开始探索新的媒介。

随着社会生产力的发展,人类在新的电子媒介的探索方面取得了一系列的成果。1837年,美国人塞缪尔·莫尔斯发明了第一台实用电报机。1844年,当美国第一条电报线路开通,莫尔斯从华盛顿向巴尔的摩发出世界上第一封电报时,他的电报内容是《圣经》中的一句话:“上帝,你究竟创造了什么?”后来法国人巴特于1875年、美国人甘培尔和德国人瓦格纳于1915年分别使一条导线传送的电报达到8路乃至几十路。1876年,贝尔发明了电话机,开创了人类利用电流传送声音的先河。1877~1879年,美国发明家爱迪生发明了留声机。1895年,意大利人马可尼发明了无线电,1916年他又完成了短波试验,几乎奠定了所有现代远距离无线电通信的基础。1895年,法国人卢米埃尔兄弟发明电影摄影机,电影诞生。1920年,美国匹兹堡KDKA电台诞生,标志着广播时代开始。1925年英国人贝尔德与英国广播公司(BBC)合作研制电视成功。1936年,BBC建立了世界上第一家电视台,正式播出电视节目。

电子媒介不仅使人类传播在空间距离和速度上实现了突破,而且形成了人类体外化的声音信息系统和体外化的影像信息系统。随着摄影、录音和录像技术的进步,人类实现了声音、影像的大量复制、传播和保存,极大地提高了人类知识经验的积累和文化遗产的效率和质量。

(五) 网络传播阶段

20世纪80年代,人类开始进入一个高度信息化的网络传播时代。所谓网络传播时代是指利用先进的网络技术进行信息传播的新时代。在这个时代,大众传播媒介进一步发展,广播电视开始数字化、多频道和卫星跨国传播,微型电脑普及到家庭,国际互联网迅速发展。一种新的点对点的传播方式正在悄悄取代点对面的、单向的、非目标性的大众传播方式。正如施拉姆所说的那样:“革命的信息时代的一个趋势是……更多着重点对点而不是点对面的传播和个人越来越大的使用媒介的能力而不是被媒介所利用。”过去那种“大媒介小个人”的时代正近乎终结,传播权也不再被高度垄断而是日渐分散。