

数字时代的媒介

连接传播、社会和文化

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 梅尔文·L. 德弗勒 / 著 傅玉辉 卞清 刘琛 等 / 译

傅玉辉 / 校

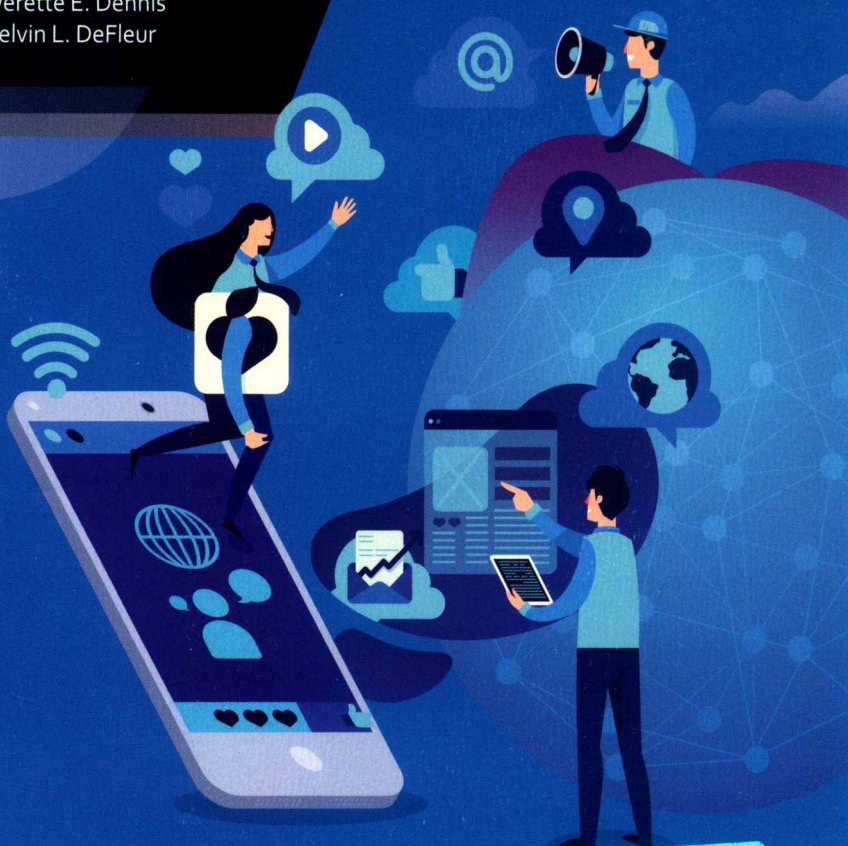
UNDERSTANDING MEDIA IN THE DIGITAL AGE

Connections for Communication,
Society, and Culture



Everette E. Dennis
Melvin L. DeFleur

阅读本书
读者将获得一幅
把握传媒
现在和未来的地图



新 闻 与 传 播 学 译 丛

数字时代的媒介

连接传播、社会和文化

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 梅尔文·L. 德弗勒 / 著 傅玉辉 卞清 刘琛 等 / 译

傅玉辉 / 校

UNDERSTANDING MEDIA IN THE DIGITAL AGE

Connections for Communication,
Society, and Culture



Everette E. Dennis
Melvin L. DeFleur

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

数字时代的媒介: 连接传播、社会和文化 / (美) 埃弗里特·E. 丹尼斯, (美) 梅尔文·L. 德弗勒著; 傅玉辉等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2019. 4

(新闻与传播学译丛)

书名原文: Understanding Media in the Digital Age: Connections for Communication, Society, and Culture, le

ISBN 978-7-300-25617-7

I. ①数… II. ①埃… ②梅… ③傅… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 045091 号

新闻与传播学译丛

数字时代的媒介

连接传播、社会和文化

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 著
梅尔文·L. 德弗勒

傅玉辉 卞清 刘琛 等 译

傅玉辉 校

Shuzi Shidai de Meijie

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 天津中印联印务有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2019 年 4 月第 1 版

印 张 27.75 插页 2

印 次 2019 年 4 月第 1 次印刷

字 数 657 000

定 价 89.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛”

出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学成果，服务于我国的社会主义现代化建设，是新中国出版工作的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍存在诸多盲点。要建设世界一流的大学、一流的学科，不仅要在硬件上与国际接轨，还要在软件、教育上与国际接轨，这已成为摆在我们面前的迫切的时代任务。

“新闻与传播学译丛”的创设，立意在接续前辈学人传译外国新闻学与传播学经典的事业，以一定的规模为我们的学术界与思想界以及业界人士、为我们的师生理解和借鉴新闻与传播学的精华，提供基本的养料，以便于站在前人的肩膀上作进一步的探究，而不必长期在黑暗中自行摸索。

译丛涵盖学术著作及经典教材读本。学术著作兼顾大师经典与学术前沿。所谓经典，采取观点上兼容并包、国别上多多涵盖、重在填补空白的标准，重在推介 20 世纪前期和中期新闻学的开创性著作和传播学的奠基性著作，也适当地关注产生广泛学术影响的新经典。所谓前沿，意在寻求当下研究中国问题所需要关注的研究对象、范式、理论、方法，有的放矢地寻找对中国研究具有启发意义的典范作品。与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，教材读本适合新闻与传播学专业教学使用，可作为重要的教学参考书以开阔师生的视野。

总之，我们希望本译丛能起到承前启后的作用。承前，就是在前辈新闻传播译介的基础上，拓宽加深。启后，是希望这些成果能够为中国的新闻传播研究提供新的思路与方法，促进中国的本土新闻传播研究。

前言

PREFACE

数字时代的媒介

《数字时代的媒介：连接传播、社会和文化》是一本关于各种连接性的著作——各种依托经验和系统性学术领域的、来自不同学科和传统的、不同类型知识之间的连接性。本书的目的就是提供关于数字时代媒介与传播的真切理解和导引。在这个不确定性时代，几乎任何被书写的内容都经受着时代考验并将面临不可避免的变革。这就是这个时代之所以成为这个时代的特征。本书提供了一个实质性的模板，将不同认知方式整合到一个叙事系统之中，以数据和分析作为依托，在其发展历史背景之下，使这些数据和分析成为整合新信息的基础。正如行业分析人士所称 Web 2.0 和 Web 3.0 之间的跨越所具有的挑战引人注目(其中一个方面代表了当前对于互动性的关注——社交网络、维基百科、在线协作和网络共享；而另外一个方面则代表了对未来发展趋势的关注——一切事物包括能够开创传播和媒介新前景的“未来大事件”都将处于基于网络的环境之中)一样，这一切都将超乎想象。

我们相信，在媒介和传播领域的研究中养成一种战略思维能力至关重要——以一种规范的方式在知识的许多维度上融会贯通，从而开阔视野，洞察潮流。在研究媒介的过程中，都应该聚焦于批判思维，并就此达成共识，不管是期望成为一个比消息灵通用户或未来雇员更为专业的媒介批评家还是成为更具思想性、辨别力的公民。本书所述及的大众传播概念，是一个正在遭遇挑战和重新审视的概念，不管是教学还是研究过程都会涉及这个概念。与此同时，媒介产业依旧一如既往地使用这个概念来描述其产业现象。随着我们对该领域共同探讨的开始，这使得这本书与由本书作者们发起的、学生们和教授们参与的对话，成为一次令人兴奋的冒险，我们称之为“大众传播”“传播”“新闻”或“媒介研究”的概念将在这一过程中得到重塑。正如经济学家肯尼思·博尔丁

(Kenneth Boulding)所述,生命本身即对话——它在我们到达此地之前已经开始,我们只是暂时加入其中,并且确知在我们离开之后它还将持续存在。然而,在巨大的经济、技术和规制变革之中,作为研究领域和媒介娱乐产业的大众传播获得了前所未有的关注和探讨。在现代,大众传播依旧重要,作为被“一切皆数字”趋势改变的信息社会的关键节点,驱动和引导大众传播发展的媒介及其进程,其影响力已逐步形成。这给予了媒介更大的文化和社会影响力,这一点对于当今社会的所有机构和每个个体都至关重要。这是一个被商业精英称为“易进入性”的时代,不但有利于所有者和投资人进入媒介市场设立新的媒介公司,而且也有利于那些愿意建立网站(或者是开展网络业务)、与更为广泛和更为遥远的人们进行沟通的所有个体。这是一个任何公民都具有跨越时间和空间影响他人的潜在可能性的时代,一些情景甚至超越了人类的想象力,人们甚至可以无可争辩地行使原来仅属于那些拥有出版社或运营电视台的人们所拥有的新闻自由或媒介自由。

《数字时代的媒介:连接传播、社会和文化》一书不仅是一本指南,更是一种提示,可以使人们更为精确地了解那些作为更为庞大的社会和文化的一部分、已经并将继续塑造我们媒介图景的力量和因素。该书呈现出一种作者依托此前的著作所描绘的新构想,这些著作包括我们所参考并展现于此的、由图书馆提供的长期以来的文献。我们作为作者在一起所启动的工作,独特地和对于产业、职业经验的调研与知识探索联系在一起。我们的目的在于形成比现有媒介产业简单化分析更为丰富的研究成果,并为人类传播功能勾勒一幅肖像。比如它们在一些泾渭分明的媒介产业内部和之间的应用情况,这些领域通常处于大型公司的保护伞之下。此外,也存在一些相对较小规模的组织,它们由一些也同样生活和工作在数字时代的普通个体支撑,并在大媒体公司这种庞然大物的势力范围之外存在着。

本书就传播的基本功能展开讨论,会经常对信息、意见、娱乐和广告、市场等概念进行描述,因为这些核心概念已经融入了跨越不同发展阶段的不同媒介之中。与此同时,由于数字融合的出现,不同媒介之间的差异性也更加明显。不管是在美国,还是在全球场景中,我们都将大众传播视为一个系统。根据历史发展背景和对于媒介经济、技术与政策的关注,我们将其划分为几个不同的媒介产业,这是因为当前它们还以不同的方式存在——既作为社会组织,也作为日益融合的多媒体企业的一部分,而到目前依旧如此。

读者在这里所看到的其实是本书作者们长期合作的成果,这些成果包括此前出版的8部著作,以及能够帮助我们更好地理解媒介的专业经验,因为我们将对于媒介产业,包括对产业领军者、管理人员和专业人士等各个层次进行学术观察所获得知识融汇其中。我们曾经从来自媒介和学术研究领域内外部人士的评论和批评中获益良多,这些人包括媒介批评家、记者、金融分析师以及来自其他领域的各种人士,特别包括那些我们现在和以前的学生们。我们的著作立足于我们对于媒介的专业经验,这些经验既来自美国,也来自我们所生活、工作、研究、教学的其他大

约 50 个国家和地区。与此同时,我们也获益于为了撰写这些文稿而进行的大量互动和联系,在此过程中我们对于相关著作进行了大量分析和归纳。我们的学术思考可以从本书的字里行间感受到,其中包括从我们委托进行的研究中得出的理论观点,以及从与我们一起工作的行业领军者那里所获得的独特资料。最后,我们需要申明的是,本书的要义是分享——我们的学术成果和他人的学术成果,来自文献领域的经典资源,以及新近出版的最新研究成果。所有这些都构成了我们相互交流互动所形成的研究成果的一部分,我们期望能够通过与我们在此所提及的各方面人士所形成的各种连接,提供一个理解媒介的框架。为此,我们期望我们的读者可以由此开始一个从战略层面理解媒介的旅程,并在其中有所收获、有所提升。



本书内容概述

在我们准备撰写本书的过程中,在某种程度上,我们为一位浸淫于数字世界的管理者的观点所鼓舞。他认为,未来的一切都将基于“连接规划”,而这将成为未来“唯一新规则”。不管是作为概念,还是作为现实,“连接”都在从理论和实践角度对数字媒介和传播世界进行阐释。这个世界包含了处于网络社交中的个人或者以生产某种产品为目标而进行运营的媒介公司所提供的丰富内容。因此,我们在知识和经验的基础之上撰写了这本书以形成连接。

本书的第一部分从为了传播而形成的连接开始,在这一部分我们探讨了在数字媒介兴起语境下的传播过程。我们的研究沿着我们称之为“追踪变革”的思考展开,这其中包括我们所研究的媒介和社会所面临的全球性挑战。由此发端并贯穿全书的是我们将数字发展融入本书叙述之中,因为它和当前现实或所规划中的运营管理密切关联。

本书的第二部分探讨了出版的宽广领域,这里包括了早期出版,也包括延续至今的传统出版模式以及数字频道和平台。在此,我们研究了最早诞生也是迄今为止依旧最受尊重的图书出版领域。之后,我们进入了报纸和新媒体领域,研究了它们如何通过越来越多精致的细分频道向个人和社会传递大量信息。在本书中,我们一如既往地呈现了媒介的历史及其最前沿的社会发展。之后,对于杂志,我们呈现了许多来自市场细分化和受众专业化领域的利益相关方和投资人的真实声音。贯穿本书该部分的是关于网络技术和传输系统的不断加深的融合及其发展趋势。

本书的第三部分研究了电子媒介和视觉媒介,一开始我们探讨了电影,一种在数字时代被重新审视、重新定义的传统媒介产业,因为它找到了适合自己创造性表达的新途径,包括社交网络和新型剧场,其中一些场景形成于家庭之中。我们也会探讨广播,它的确是最富有弹性的媒介,它曾经一度引人注目地兴起并在媒介场景中占据优势地位,但是后来几乎被电视完全替代,好在如今它正在通过数字化和卫星应用重新定义自我并重获新生。广播之后,一个盒状传播设备几

乎改变了一切,那就是电视。电视经过了从早期电视、若干阶段的有线电视到数字电视的发展阶段,在50年左右的时间成为最具影响力的媒介,不过,随后它将面临来自网络世界的挑战。

本书的第四部分研究了媒介受众、服务和支持。我们从新闻、新闻业和公共事件等概念开始来审视媒介的功能和内容来源。由新闻专业人士所形成的新闻业正在为公民新闻和各种类型的文件共享所重新定义。我们对新闻业的标准、风格和影响其实务与营销的趋势进行了研究。如果说新闻业更多地和媒介信息功能相关联的话,那么对流行文化最为恰当的描述则是媒介的娱乐功能。在此,我们在影响媒介行为和内容的品味与风格的语境下探讨了娱乐消费和音乐。随后,我们研究了作为媒介产业驱动力的广告,作为一种传播过程、产业和社会力量,其正在深刻地为数字化所重新定义。从传统媒体发展到逐渐适应新的广告网络,广告绕过了传统媒体和广告公司,我们对这个至关重要而又充满变化的领域进行了研究。广告毫无疑问和公共关系联系密切,公共关系也是一种传播过程、产业和社会力量,在某种程度上也因为很多公关公司为大型广告控股公司所拥有,与此同时也因为它们在推进社会传播方面经常密切协作。数字技术对于广告和公共关系二者的影响均很深刻,它们开始运用数字技术的时间要比那些传统媒体公司早得多。

本书的第五部分重温和思索了驱动媒介变革——媒介问题及其影响——的更为重要的力量。我们认为存在三种相互关联的社会力量——经济、技术和政策的发展。作为持续影响媒介变革演进发展的概念,它们与真实的生活领域彼此密切关联(有时又相互冲突)。这些力量通常通过媒介效果的棱镜得以显现,而媒介效果则通过早期和当代媒介研究来解释大众传播的过程和影响。我们通过对媒介伦理的审视对该部分进行了总结,而媒介伦理则是关注道德选择的哲学的一个分支。既然如此,其对于媒介运营的意义非常重要。对媒介内容和行为进行评价,不管是对于我们理解它们自身,还是将其作为一种社会力量,都非常重要。以上5部分15章内容,均是基于众多资料和分析视野所形成的。我们相信,对于数字时代媒介的理解还将在未来不断深入。

本书的独特之处,包括我们所提供的能够追踪媒介是如何形成当前状态和渗透率水平的原创采纳曲线图,以及通过最新可参考统计数据制作的列表和图片,其中也包括一些来自预测公司的具有启发意义的内容和有助于加强读者对于本书理解的其他材料。我们还在本书“业界观察”栏目提供了一些通过个人联系进行的采访所形成的原始资料,这是为本书所安排的一些特别内容。另外,还有一些内容经过精心挑选放入全书的“精彩观点:媒介理论阐释”栏目,这些内容来自路易斯安那州立大学的玛格丽特·德弗勒(Margaret DeFleur),并且获得了作者的授权。我们还通过网络链接提供了名为“媒介和传播的数字技术时代”的数字内容,从而使读者能够在一个变动不居的时代通过主要信息来源获得不断更新的后续信息。



出版资源和网络资源

资源名称	出版提供	网络提供	针对群体	描述
教师手册和试题库, 下载网址: www.pearsonhighered.com/irc		×	教师	本部分为讲授此教材的教师所提供的参考资料。由明尼苏达州立大学的埃米·劳特斯准备, 并分为两个部分: 1. 教师手册包括教学大纲模板、每章概要、学习目标、演讲提纲、学生学习的教学活动和讨论问题等。2. 试题库包括大量的问题, 主要有围绕每章内容所涉及的多项选择题、对错题、简答题和阅读材料等。每个问题都标注了答案所在的页码。
自我测验, 下载网址: www.pearsonmytest.com		×	教师	这些由软件生成的灵活的网络测验包括所有在教师手册和试题库中所涉及的问题。
PPT 文件, 下载网址: www.pearsonhighered.com/irc		×	教师	围绕本教材的每一章所涉及内容而制作的 PPT 文件为教师提供了 PPT 形式的授课基础。
为本书读者提供的传播工具包 (需要接入密码)		×	师生	为本书所设计的传播工具包为学生提供了一种具体、动态和互动的学习工具。所提供的资料围绕本书章节而设计, 主要包括实务测试(附有对应的页码)、相关的考试、学习目标和网络链接。
媒介素养, 关于大众媒介关键消费者的项目和工作表	×		学生	该部分由宾夕法尼亚大学安南堡传播学院的梅雷迪斯·埃弗森准备, 项目和工作表将指导学生们通过大量设计的训练来获得更多关于媒介的知识, 并知道在人生中如何加以运用。
艾林 & 培根出版社大众传播研究网站(开放接入)		×	学生	艾林 & 培根出版社对于大众传播研究网站的介绍, 主要包括实务测试、网络链接和关键词的教学卡片等。该网站围绕这本大众传播教材所涉及的主要主题来进行内容组织。
艾林 & 培根出版社大众传播互动影像图书馆	×		教师	影像图书馆的主要特色是关于当代的新闻影像资料剪辑, 主要包括《ABC 新闻》《日界线》《新闻夜班车》《早安美国》等节目内容, 这些资料涉及了诸如媒介伦理、技术和媒介在社会中的角色等论题。每个部分之后还附有具有批判思维的问题。

续前表

资源名称	出版提供	网络提供	针对群体	描述
大众传播教学学习卡片	×		学生	该部分主要包括彩色、简易和易携带重要信息的皮尔森学习卡片,这些卡片使得学生的学习更为容易、高效和具有乐趣。课程信息摘录了能够帮助学生更快地掌握基础知识的基本知识点。这些卡片有助于学生在理解的基础上进行复习或准备考试。因为这些卡片是可叠放的,也非常耐用,学生可以长期保存这些学习卡片并随时取出进行快速复习。



致谢

作为作者,我们向曾经帮助过我们的诸多人士表示感谢,但是最应该感谢的是福特汉姆大学的吉亚·桑托斯,其在书稿准备和图片搜集过程中扮演了极为重要的角色。此外,她还要做与艾林 & 培根(Allyn & Bacon)出版社的很多编辑和其他工作人员之间的协调工作。因此,对于她的工作应该致以特别的谢意。同时,我们也应向两位来自福特汉姆大学的助理研究员丹尼尔·布鲁克斯和格雷戈里·布吉达表示感谢,他们协助查询了写作本书所必不可少的最新信息和数据。

同时,我们也要向小马里奥·潘里里奥在本书最后阶段所给予的帮助表示感谢。我们也乐意在此向那些愿意在项目进展中帮助我们的受访者致谢,他们是长岛大学的唐纳德·奥尔波特·伯德,西得克萨斯农工大学的利·勃朗宁,位于琼斯伯勒的中田纳西州立大学的拉里·L. 伯里斯,圣约翰大学的朱迪斯·克莱默,阿肯色州立大学的利利·M. 费尔斯,布鲁斯伯格大学的詹森·吉诺维斯,科罗拉多州立大学的柯克·哈勒汉,柯里学院的柯克·黑兹利特,詹姆斯麦迪逊大学的乔治·C. 约翰逊,位于曼卡托的明尼苏达州立大学的埃米·劳特斯,辛辛那提大学的帕帕·A. 米切尔,阿肯色州立大学的汉娜·E. 诺顿博士,查普曼大学的格雷格·佩恩,莱特州立大学的玛丽·L. 拉克,新墨西哥州立大学的查尔斯·B. 肖尔茨,俄克拉何马州立大学的迈克·索厄尔,南达科他大学的坎迪斯·沃尔顿,梅雷迪斯学院的山田美智子博士。

埃弗里特·E. 丹尼斯,纽约
梅尔文·L. 德弗勒,路易斯安那巴顿鲁治

简要目录

第1部分 媒介:为传播而连接

第1章 理解互联网时代的传播观念 / 3

第2章 应对变革:数字和全球媒介的兴起 / 23

第2部分 出版

第3章 图书:最受尊重的媒介 / 41

第4章 报纸和新闻媒介:向社会传递信息 / 63

第5章 杂志:众多趣味之声 / 90

第3部分 电子和视觉媒介

第6章 电影:伟大的表演者 / 119

第7章 广播:灵活的媒介 / 150

第 8 章 电视:影响最为广泛的媒介 / 181

第 4 部分 媒介受众、服务和支持

第 9 章 新闻、新闻业和公共事务 / 211

第 10 章 流行文化:娱乐、体育和音乐 / 236

第 11 章 广告:市场中的媒介使用 / 264

第 12 章 公共关系:影响信念、态度和行动 / 299

第 5 部分 媒介问题和影响

第 13 章 社会力量:经济、技术和政策 / 329

第 14 章 媒介效果:大众传播的过程和影响 / 364

第 15 章 媒介伦理:内容使用和媒介行为 / 394

译后记 / 420

目 录

第 1 部分 媒介：为传播而连接

第 1 章

理解互联网时代的传播观念 / 3

从战略层面研究媒介 / 5

全景图：传播理论/历史视角/业界观察

人际传播过程 / 9

分享语言和非语言符号的意义/人类传播的基本模型/准确传播

“大众”传播过程 / 14

形成准确的定义/哪些媒介属于大众媒介？

面对面传播和大众传播的比较 / 17

使用任何媒介的结果/庞大、多元受众的重要性

本章回顾 / 21

思考题 / 21

关键概念和术语 / 21

注释 / 22

第 2 章

应对变革：数字和全球媒介的兴起 / 23

数字时代的黎明 / 24

数字革命的历史/数字时代的变迁速度/定义数字社会的传播/关注数字革命/数字时代媒介研究所面临的挑战

全球媒介的普及 / 33

本章回顾 / 36

思考题 / 36

关键概念和术语 / 36

注释 / 37

第 2 部分 出版

第 3 章

图书：最受尊重的媒介 / 41

图书作为大众媒介的重要性 / 42

作为大众媒介的图书/图书的重要性

- 图书从哪里来? / 44
- 书写文献的演进/卷轴书:第一次变迁/装订书:第二次变迁/印刷书:第三次变迁
- 图书的数字未来:第四次变迁 / 49
- 图书销售的变化/电子出版及阅读/第四次变迁预测
- 在过去和未来之间:当今图书出版 / 52
- 美国图书出版简史/当代图书出版流程/作为商业的出版业
- 本章回顾 / 60
- 思考题 / 60
- 关键概念和术语 / 61
- 注释 / 61

第4章

报纸和新闻媒介:向社会传递信息 / 63

- 报纸作为新闻媒介的重要性 / 65
- 报纸在新闻媒介中的重要地位/数字时代的报纸和新闻
- 报纸:大众社会的第一媒介 / 68
- 早期报纸/美洲殖民地报刊/美国新闻业传统的建立/殖民地新闻业的特征/普通公民的报纸/社会对报纸发展的影响/黄色新闻时代
- 塑造当今报纸的趋势 / 75
- 作为文化创新的报纸/通讯社和特稿辛迪加的发展/所有制形式的改变
- 作为现代媒介的报纸 / 80
- 报纸的种类/功能和内容的改变/报纸的双重身份和内在的利益冲突/报纸工作是如何组织起来的
- 报纸的未来 / 85
- 互动媒体和在线报纸
- 本章回顾 / 87
- 思考题 / 88
- 关键概念和术语 / 88
- 注释 / 89

第5章

杂志:众多趣味之声 / 90

- 区分杂志与其他媒介 / 91
- 杂志的历史 / 92
- 第一代杂志/18世纪的美国杂志:发展的障碍/19世纪的美国杂志/20世纪的美国杂志
- 当代的杂志业 / 101
- 杂志的种类/杂志的生命周期/杂志的员工/赚取利润/杂志所有权趋势/杂志的影响力和重要性
- 杂志的未来 / 112
- 杂志和数字革命 / 113
- 本章回顾 / 114
- 思考题 / 115
- 关键概念和术语 / 115
- 注释 / 115

第 3 部分 电子和视觉媒介

第 6 章

电影：伟大的表演者 / 119

电影技术的发展 / 121

墙上魔影/摄影术/动态幻象/电影胶片中动作的捕捉和放映

作为媒介的电影 / 124

五分钱影院/中产阶级电影/有声电影/快节奏生活的写照/黄金时代/衰落时期/
数字时代

作为当代媒介的电影 / 131

电影的功能/电影主题和风格的发展/美国电影的内容

电影业 / 136

电影制作/电影制片人/电影和金钱：商业经济学

电影观众 / 140

电影院与票价/电影分级与令人不快的内容/审查制度和政治/评价的影响：批
评和奖励

本章回顾 / 147

思考题 / 148

关键概念和术语 / 148

注释 / 148

第 7 章

广播：灵活的媒介 / 150

无线电技术的发展 / 152

无线电蓬勃发展的社会背景/有线通信/塞缪尔·B. 莫尔斯的贡献/无线电通信

广播成为大众媒介 / 156

转折期/奠定新媒体的经济基础/销售家庭收音机

无线电广播的黄金时代 / 162

大萧条时期的广播/二战时的广播

来自电视的挑战 / 166

广播的应对

作为当代媒介的广播 / 169

广播在当今媒介组合中的地位/当今的广播所有权/当今广播的内容/数字时代
的广播/对当今广播的总结

本章回顾 / 178

思考题 / 179

关键概念和术语 / 179

注释 / 180

第 8 章

电视：影响最为广泛的媒介 / 181

电视的文化影响 / 182

电视的诞生 / 184

开发一种电子系统/早期电视

电视的快速采纳时期 / 187

电视的严寒期/电视观众遍及全国/彩电的出现/电视的第一个黄金时代/电视的第二个黄金时代

广播电视的替代物 / 192

有线电视的发展

录像机和 DVD 播放机 / 195

卫星直播电视/数字电视时代的到来

作为当代媒介的电视 / 198

相互竞争的经济体系/内容生产者/电视内容和类型/电视业的转型/电视新趋势

本章回顾 / 206

思考题 / 207

关键概念和术语 / 207

注释 / 208

第 4 部分 媒介受众、服务和支持

第 9 章

新闻、新闻业和公共事务 / 211

新闻：新闻界的信息功能 / 213

监督的类型/地理范围、主题、组织/以时间为类型/硬新闻和软新闻/事实如何发生扭曲

编码策略：包装新闻 / 217

传统新闻价值/报道格式

新闻风格 / 221

煽情或八卦新闻/“客观”或公正新闻/批判性或解释性新闻/文学性或“新”新闻/偏向性新闻/精确性新闻/公共新闻/公民新闻、博客和新闻民主/讽刺或幽默新闻

社会和文化对新闻的影响 / 226

编辑部的社会组织/利润驱动的结果

新闻的社会文化功能 / 229

市场取向：作为产品的新闻/对抗取向：公共利益的看门人/新闻媒体的议程设置功能

本章回顾 / 234

思考题 / 234

关键概念和术语 / 234

注释 / 235

第 10 章

流行文化：娱乐、体育和音乐 / 236

流行文化的本质和重要性 / 237

媒介和流行文化/流行文化的界定/流行文化的重要性/流行文化批评

作为娱乐的流行文化 / 242

媒介对于消费艺术的影响/文化内容和品味级别/“公众品味”的媒介表达市

第 11 章

场/流行文化理论的启示

娱乐媒介和流行文化 / 250

体育媒介: 内容和文化/体育及其意义/音乐媒介: 内容和文化/作为流行文化的音乐/音乐的重要性/流行文化中的电子游戏

本章回顾 / 260

思考题 / 261

关键概念和术语 / 262

注释 / 262

广告: 市场中的媒介使用 / 264

美国广告简史 / 266

工业革命/广告支持的现代媒体

当代广告产业 / 271

广告代理公司的类型/广告网络联盟/广告媒介

广告——劝服型传播 / 281

构建劝服信息的基本策略/从纷杂环境中突围: 如何获得关注度/数字广告的挑战

广告调研的角色 / 286

广告效果研究/消费者及生活方式研究/广告的定性研究/评估市场细分时代下的目标受众

对广告的批评及控制 / 291

来自经济和社会领域的批评/关于儿童和广告的问题/控制的来源

本章回顾 / 295

思考题 / 296

关键概念和术语 / 296

注释 / 296

第 12 章

公共关系: 影响信念、态度和行动 / 299

公共关系的发展历程 / 301

公共关系机构的诞生/如何界定当今的公共关系/公共关系和媒介的相互影响/公共关系与广告

公共关系设置和活动 / 307

公共关系产业/主要实践领域/典型目标与工作分配/公共关系活动/选举活动管理

公共关系和媒介 / 315

把关过程/相互依赖关系

作为公共关系的游说活动 / 318

作为新兴行业的公共关系 / 319

公关教育/公关研究/伦理问题与批判

公关领域的未来 / 322

本章回顾 / 323

思考题 / 324