

教育部高等学校教育技术学专业教学指导委员会组织编写

教育技术学专业系列教材

教育传播学

(第二版)

Educational Communication
(Second Edition)

主编 南国农 李运林



高等教育出版社
Higher Education Press

教育部高等学校教育技术学专业教学指导委员会组织编写

教育技术学专业系列教材

教育传播学

(第二版)

Educational Communication

(Second Edition)

主编 南国农 李运林

高等教育出版社

内容提要

本书在总结国内外教育传播研究的新成果的基础上,对教育传播的基本概念、基本理论、技术和方法,做了全新的、系统的阐释。本书着力于教育传播原理的探究,力求为教育技术理论体系建设和实践提供理论基础。全书共8章。第1章从总体阐释传播、教育传播的概念、发展、构成以及教育传播学的性质、研究对象和发展等;第2章阐述了教育传播过程的概念、阶段、设计和教育传播模式的概念、教育传播的基本模式和几种网络传播模式;第3—7章分别介绍了教育传播的信息和符号、通道和媒体、教师与学生以及教育传播环境、教育传播效果等;第8章扼要介绍了几种最基本的教育传播研究方法。

本书可作为高等学校教育技术学专业教育传播学课程教材,也可供教育技术工作者、教育理论研究者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

教育传播学/南国农,李运林主编.—2版.—北京:
高等教育出版社,2005.8

ISBN 7-04-017402-2

I.教... II.①南...②李... III.教育学:传
播学—高等学校—教材 IV.G40

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第077015号

策划编辑 刘艳 责任编辑 鲍莉炜 封面设计 于文燕
责任绘图 杜晓丹 版式设计 张岚 责任校对 胡晓琪 责任印制 宋克学

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社址	北京市西城区德外大街4号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网址	http://www.hep.edu.cn
总机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经销	北京蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
印刷	北京人卫印刷厂		http://www.landaco.com.cn
开本	787×1092 1/16	版次	1995年5月第1版
印张	12.25		2005年8月第2版
字数	270 000	印次	2005年8月第1次印刷
		定价	15.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 17402-00

编者 (按姓氏笔画为序)

李运林 汪基德 沙景荣 南国农
俞树煜 郭 琴 曾 艳

前 言

20世纪90年代中期,前高等师范院校教育技术学教学指导委员会组织编写了一套高等院校教育技术学专业课程的系列教材,1995年由高等教育出版社出版的《教育传播学》(南国农、李运林编著)是其中之一。该书出版后,十年来曾多次重印,受到广大师生欢迎。

2004年初,教育部高等学校教育技术学专业教学指导委员会举办教育技术学专业本科主干课程与各方向基础课程和特色课程教材编写招标活动,经通讯评审和专家会审,将该书的第二版列入编写、出版计划。2004年5月,编写组开始第二版的编写工作,其间参考专家通讯评审意见,确立了编写的指导思想:1.第二版是1995年高等教育出版社出版的《教育传播学》的修订,即在原有的基础上,作必要的修改、补充,不是全部重写。2.注意反映20世纪90年代中期以来,国内外教育传播研究的新成果,力求对教育传播的基本概念,基本理论、技术和方法,作出全新的、系统的阐释。3.着重教育传播原理的探究,为教育技术理论体系建设和实践提供理论基础。

第二版在编写过程中,对内容结构作了较大改变,删去了原书中的应用篇,加强了理论篇,将原来的13章调整为8章。其他方面的变化主要有:1.新添了网络教育传播的有关内容,如互联网引发的教育传播变革、网络传播阶段、网络传播环境、网络教育传播模式等。2.对一些基本概念,如教育者、学习者、通道、传播过程要素等,作了新的阐释。3.对教育传播效果的测量和评定,以及教育传播效果的优化原理和途径,进行了较充分的论述。4.将教育传播学研究方法单列一章,对几种最基本的教育传播学研究方法作了扼要的介绍。

第二版的编写人员,除原书的两位编著者外,又增加了五位。所有参加编写的成员,都是多年从事本课程教学和研究的学者。编写人员及分工如下:

第1章:南国农	第2章:汪基德	第3章:曾艳
第4章:李运林	第5章:俞树煜	第6章:沙景荣
第7章:郭琴	第8章:曾艳	

全书由南国农、李运林统稿。

第二版在编写过程中,特别重视整理归纳20世纪90年代中期以来我国教育传播研究的新成果和教育传播实验的成功经验,参考、引用了不少有关的文献资料,在此向原作者深致谢意。

本书的出版,得到了高等教育出版社的大力支持,刘艳同志一直关注和指导着编写工作,对此我们深表感谢。

《教育传播学》(第二版)编写组

2005年1月

序

众所周知,运用现代教育技术,促进各级各类教育的改革与发展,已经成为当今世界各国教育改革的主要趋势和国际教育界的基本共识。国际教育界之所以会有这样的共识,是因为现代教育技术的本质是利用技术手段(特别是信息技术手段)去优化教育教学过程,从而达到提高教育教学效果、效益与效率的目标。

效果的体现是各学科教学质量的改进;

效益的体现是用较少的资金投入获取更大的产出(即培养出更多的优秀人才);

效率的体现是用较少的时间来达到教学内容和课程标准的要求。

现代教育技术所追求的这三个方面的目标,也是各级教育部门领导和校长们时时刻刻都在关注的目标。而确保这些目标的实现,正是现代教育技术的优势所在。但是技术是要靠人来掌握的,要让现代教育技术的上述优势得以发挥,需要依靠大批掌握现代教育技术理论与方法的人才(即合乎一定规格与要求的专业人才)去贯彻。而合乎一定规格与要求的专业人才只有通过规范化的专业课程设置及相关的教学内容(即教材)才能培养出来。由此可见专业课程教材建设(尤其是专业的主干课程教材建设)的重要性。正是基于这种认识,新一届教育技术学专业教学指导委员会自2001年6月成立之日起,即开始考虑和规划本专业主干课程的教材建设问题。

自20世纪90年代中期以来,以多媒体和网络通信为核心的信息技术在教育领域日益广泛的应用对教育技术的理论与实践产生了深刻影响,为了反映这方面的发展与变化,教育部师范教育司于1998—2001年间,组织有关专家编写了一套“面向21世纪的教育技术学专业主干课程教材”(包含八门主干课程)。这套教材是对整个20世纪90年代教育技术理论与实践发展的全面总结,也是适应世纪交替时期实现教育改革与发展需要的产物。

进入21世纪以后,教育技术理论与实践又有了更大的发展。首先,国际教育技术界对于教育技术的认识在进一步深化,尤其是 Blending Learning(混合式学习)概念被赋予全新内涵以后重新提出并受到广泛的关注,不仅反映了国际教育技术界对理想学习方式看法的改变,而且反映了国际教育技术界关于教育思想与教学观念的大提高与大转变,这必将对教育技术理论与实践的研究产生重要的影响。其次,近年来兴起的教育信息化浪潮正有力地推动信息技术在各级各类教育中的广泛应用。这种应用使教育技术日益普及,从而使人们逐渐认识到教育技术对实现教育跨越式发展的巨大潜力,逐渐明确教育技术专业人员的角色定位,而教育技术的广泛实践反过来又促进教育信息化浪潮更加波澜壮阔地向前发展。这些深刻的变化都要求我们重新思考教育技术学专业人才所应具备的基本素质,重新审视教育技术学专业人才培养的模式以及教育技术学专业的课程设置与教学内容。为此,本届教育技术学专业教学指导委员会经过认真

的调查与研究,重新确定了教育技术学专业的五个研究方向(教育技术学、信息技术教育、数字媒体技术、教育软件工程和现代远程教育)和教育技术学专业本科的八门主干课程(教育技术导论、学与教的基本理论、教学系统设计、信息技术与课程整合、远程教育基础、教育技术学研究方法基础、媒体理论与实践、教育技术项目实践),并在此基础上组织相关教材的编写。

为了使这套教材能正确反映教育技术理论与实践的发展方向,能体现当前教育技术领域的国际先进水平,更好地为我国教育技术专业人才的培养服务,我们在广泛听取各方面的意见、建议和借鉴教育部师范教育司组织编写教育技术学专业主干课程教材经验的基础上,重新规划与设计了教育技术学专业八门主干课程教材和各个研究方向的基础课程教材、特色课程教材的编写工作,并采用招标的形式面向全国征选这些教材的编著者。经过高等教育出版社和其他有关方面一年多的努力,反映教育技术学理论与实践最新进展的八门专业主干课程教材和各个研究方向的基础课程教材、特色课程教材即将面世。这套教材的体系结构和内容组织较好地体现了新的教学设计思想;注重理论联系实际,融知识学习和能力培养为一体;部分主干课程采用立体式教材建设模式,构建了较丰富而开放的学习资源;而且内容都比较新颖,有的教材还是首次列入本专业课程的教学(如“信息技术与课程整合”)。因此,教师需要有一个学习和适应的过程,也对任课教师提出了更高的要求。

本套教材是集体智慧的结晶。尽管在编写过程中我们力图反映教育技术理论与实践的最新成果及发展趋势,使教材既便于教师的教也能促进学生自主地学,但教育技术学这一年轻学科的发展是如此迅速,而我们的经验和学识有限,所以教材中难免会有瑕疵,甚至可能出现一些错误,敬请读者批评指正。

教育部高等学校教育技术学专业教学指导委员会

2004年12月

目 录

本课程学习总目标	1	3-1-1 信息概述	51
第1章 绪论	2	3-1-2 教育信息的来源与特性	63
学习目标	2	3-1-3 教育信息资源的开发与利用	65
1-1 传播	2	3-2 教育传播符号	68
1-1-1 传播的含义	2	3-2-1 符号概述	68
1-1-2 传播的类型	3	3-2-2 语言符号及其教育应用	72
1-1-3 传播的功能	5	3-2-3 非语言符号及其教育应用	82
1-2 教育传播	6	3-2-4 教育传播中的符号互动原理	89
1-2-1 教育传播的概念	6	3-2-5 教育活动中的多符号传播 系统	90
1-2-2 教育传播的构成要素	7	教学活动建议	91
1-2-3 教育传播的演进	11	第4章 教育传播通道和媒体	92
1-2-4 互联网引发的教育传播变革	13	学习目标	92
1-3 教育传播学	15	4-1 教育传播通道	92
1-3-1 教育传播学的性质与研究 对象	15	4-1-1 教育传播通道的概念	92
1-3-2 我国教育传播学的建立	17	4-1-2 教育传播通道中的干扰	96
教学活动建议	19	4-1-3 如何保持教育传播通道的 畅通	97
第2章 教育传播过程和模式	20	4-2 教育传播媒体	98
学习目标	20	4-2-1 教育传播媒体概述	98
2-1 教育传播过程	20	4-2-2 教育传播媒体的功能	102
2-1-1 教育传播过程的概念	20	4-2-3 教育传播媒体的特性与特点	105
2-1-2 教育传播过程的阶段	22	4-3 教育传播媒体的选择与利用	108
2-1-3 教育传播过程的设计	23	4-3-1 教育传播媒体选择利用的一些 观点	108
2-2 教育传播模式	30	4-3-2 教育传播媒体利用的选择 模型	109
2-2-1 教育传播模式的概念	30	4-3-3 教育传播媒体利用的教学 策略	111
2-2-2 教育传播的基本模式	32	教学活动建议	113
2-2-3 几种网络教育传播模式简述	45	第5章 教育传播中的教师和学生	114
教学活动建议	50	学习目标	114
第3章 教育传播信息和符号	51		
学习目标	51		
3-1 教育传播信息	51		

5-1 教育传播中的教师.....	114	7-1-4 传播效果研究的未来走向	161
5-1-1 教育传播中教师的角色	114	7-2 教育传播效果的概念	161
5-1-2 教师的传播行为	116	7-2-1 教育传播效果的含义	162
5-1-3 教师的素质要求	120	7-2-2 教育传播效果的特征与表征	162
5-2 教育传播中的学生.....	122	7-3 教育传播效果的测量和评价	164
5-2-1 教育传播中学生的角色	122	7-3-1 教育传播效果的测量方法	164
5-2-2 学生的传播行为	122	7-3-2 教育传播效果的评价	165
5-2-3 学生的素质要求	126	7-4 教育传播效果的优化	166
5-3 教师与学生的传播心理	128	7-4-1 影响教育传播效果的因素	167
5-3-1 教师的传播心理	128	7-4-2 教育传播效果的优化原理	168
5-3-2 学生的传播心理	130	7-4-3 教育传播效果的优化途径	170
5-3-3 师生互动传播机制	134	教学活动建议	171
教学活动建议	136	第8章 教育传播学研究方法	172
第6章 教育传播环境	137	学习目标.....	172
学习目标.....	137	8-1 教育传播学研究的一般方	
6-1 教育传播环境	137	法论	172
6-1-1 环境、教育传播环境	137	8-1-1 教育传播学研究的主要特点	172
6-1-2 网络传播环境	143	8-1-2 教育传播学研究的建构类型	
6-2 教育传播环境的功能	146	和方法	173
6-2-1 教育传播环境的基本功能	146	8-1-3 教育传播学研究方法的类型	174
6-2-2 教育传播环境对教师和学生		8-1-4 教育传播学研究的一般程序	175
的作用	147	8-2 调查研究法	175
6-2-3 教育传播环境的优化	149	8-2-1 调查研究法的含义和特点	175
6-3 教育传播环境的评价	151	8-2-2 调查研究法的步骤	176
6-3-1 教育传播环境评价的标准	151	8-3 内容分析法	177
6-3-2 教育传播环境评价的内容	152	8-3-1 内容分析法的定义和特征	177
教学活动建议	153	8-3-2 内容分析法的程序	178
第7章 教育传播效果	154	8-4 实验研究法	179
学习目标.....	154	8-4-1 控制实验法的定义	179
7-1 传播效果理论简述.....	154	8-4-2 控制实验法的基本程序	179
7-1-1 早期的传播效果理论	155	8-5 系统科学研究法	180
7-1-2 有限效果论	156	教学活动建议	181
7-1-3 强效果论	160	主要参考文献	182

本课程学习总目标

通过本课程的学习,学习者应能做到:

1. 阐释教育传播学的基本结构、基本概念和基本理论的体系。
2. 运用教育传播理论与方法,分析和评价教育、教学过程,解决教育、教学中的问题。
3. 把所学教育传播理论应用于教育、教学实践中,并在自己感兴趣的范围内,继续从事教育传播理论的探究,为不断丰富和发展我国的教育传播学而努力。

第1章 绪论

学习目标

学完本章后,应能做到:

1. 说明下列名词、概念的含义:传播、人际传播、组织传播、大众传播、教育传播、人的内在传播。
2. 阐述传播的类型和功能。
3. 区分教育传播与大众传播的异同。
4. 阐释教育传播系统的构成要素及其相互关系。
5. 阐述教育传播的几个重要发展阶段。
6. 阐明互联网引发的教育传播变革。
7. 阐释教育传播学的性质和对象。
8. 对教育传播理论的学习、研究产生兴趣,并有在此领域作深入探讨的意愿。

► 1-1 传播

►► 1-1-1 传播的含义

传播一词,译自英语 Communication,也有人把它译成“交通”、“沟通”、“传通”、“传意”等。这个词来源于拉丁文 Communicare,意思是“共用”、“共享”。

什么是传播?对这个问题的回答,迄今仍是众说纷纭。丹斯(F. Dance)和拉森(C. E. Larson)合著的《传播的功能》(The Function of Human Communication)一书中,所列举的传播定义共有126种之多,但没有一种得到公认。丹斯认为,不如建立一个有关传播定义的“观念族”(a family of concepts),使各种观念并存,让人人都有表达自己见解的机会。

这里介绍几个关于传播的定义,意在说明情况,开阔视野,以有助于对传播的科学界定作进一步的探索。

• “传播是藉着语言、文字和形象来传送或交换观念与知识。”(英国《牛津大字典》,Oxford English Dictionary)

• “传播是个人或团体主要通过符号向其他个人或团体传递信息、观念、态度或情感。”(S.

A. 西奥多森)

• “传播是对一系列传递消息的记号所含取向的分享。”(施拉姆, Wilbur Schramm, 又译为宣伟伯)

• “传播是人与人之间为了共享信息, 建立共同意识以及协调行动的关系而进行的信息交流活动。”(顾明远主编《教育大词典》)

我们对传播的认识是: 传播是人们通过符号、信号, 传递、接收与反馈信息的活动; 是人们彼此交换意见、思想、情感, 以达到互相了解和影响的过程; 世界处处充满了传播现象, 生命的每时每刻都在进行传播活动, 生命不息, 传播不止。

正确地理解传播这个概念, 有几点需要注意:

- (1) 传播一般是在两个以上的若干人中进行的;
- (2) 传播是一种过程, 以发出刺激为开头, 以产生反应为结果, 没有反应, 不算传播;
- (3) 传播是一种互动, 只有传播者的传递活动, 没有受传者的接收活动, 是不会有传播产生的, 反之也一样;
- (4) 传播必带信息, 必经通道, 传播者、受传者和信息、通道是传播的基本条件;
- (5) 传播需以符号和信号为中介, 符号是信息的代表, 信号是负载符号的实体, 运用符号、信号表达意义, 才能实现信息交流的活动;
- (6) 传播可以递过语言、文字, 也可以通过音乐、图画、戏剧、舞蹈, 甚至所有人的行为都可以是传递信息的媒体;
- (7) 传播的目的, 在于分享信息, 互相影响, 建立共识, 不断调节各自的行为态度;
- (8) 广义的传播, 包括一种机器影响另一种机器程序的信息传播, 即机器的传播, 当然也包括自然界动物、植物之间的信息传播。

1-1-2 传播的类型

传播一般可分为四大类: 自然的传播、动物的传播、人的传播、机器的传播。人的传播又可分为两类: 人的内在传播、人对人的传播。人对人的传播主要有四种类型: 人际传播(个人与个人之间的传播)、组织传播、大众传播、教育传播, 如图 1-1 所示。

通常传播学研究的主要是人的传播, 特别是人对人的传播。

一、人对人的传播

(一) 人际传播(个人与个人之间的传播)

人际传播是个人与个人之间的信息交流活动。

人际传播的形式, 可以是面对面的直接传播, 也可以是以媒体为中介的间接传播。面对面的传播, 主要是以语言表达信息, 或用表情、姿势来强化、补充、修正语言的不足。这种传播可以使传者与受者直接沟通, 及时反馈信息, 并共聚一堂, 产生亲切感, 从而增强了传播的效果。个人与个人之间以媒体为中介的传播, 使用的媒体主要有电话、电报、电视、书信、计算机网络等。

人际传播的目的是: (1) 了解别人, 并使别人了解自己, 以实现彼此沟通, 建立和谐的关系;

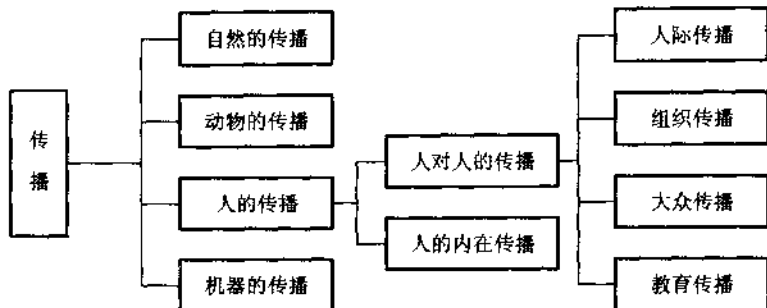


图 1-1 传播的类型

(2) 进一步认识自己,从了解别人对自己的反应中,不断调节自己的行为和生活态度,使之符合社会的需要。

(二) 组织传播

组织传播是组织与组织之间、组织内部成员之间的信息交流活动。

组织是一群相互关联的个体的组合。组织由个体组成,每一个人都属于一定的组织,一般来说,没有人能够离开组织而独立生活。社会是由各式各样的组织,如工厂、商店、学校、医院等所构成的。传播是组织生存与发展的必不可少的条件,没有传播就没有组织。

组织传播的目的是:(1)与其他组织达成有效的沟通,增进了解,建立良好的关系;(2)使组织内部成员贡献出自己的心力,并和睦共处,以共同的行动促进共同的利益。

(三) 大众传播

大众传播是传播者用专门编制的内容,通过媒体,对广大受众进行信息交流的活动。

在大众传播中,传播者不是某个人,而是有组织的传播机构,如报社、广播电台、电视台、网站等。传播的内容是经专门人员,如记者、编辑、软件制作人员等,根据预定的计划编写、设计、制作的,内容涉及的范围很广泛,有文史的、哲理的、艺术的、科技的、政治的、经济的、社会的等等。运用的媒体,有报纸、书刊、广播、电视、计算机网络等。受众是广大而不确定的人群,男女老少,各种职业、阶层、文化程度的人都有。

大众传播的目的,是从多方面而影响受众,使之接受和认同传播者的意向。

(四) 教育传播

教育传播是教育者与学习者之间的信息交流活动。它的目的是:促进学习者的全面发展,培养社会所需的各种人才。

关于教育传播的问题,将在下而章节中作详细的讨论。

二、人的内在传播

人的内在传播是在人体内部进行的信息交流活动。

人身上可以有两个“我”：“我A”和“我B”，或“感性的我”和“理性的我”，“现在的我”和“过去的我”，“公开的我”和“秘密的我”。人的内在传播就是这两个“我”之间的信息交流活动。“我

A”将信息经过神经通道传给“我B”，“我B”对接收到的信息进行加工处理，并作出反馈，如图1-2所示。

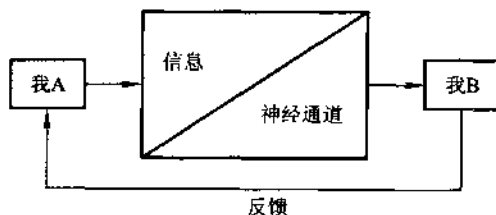


图1-2 人的内在传播

我A——传者 } (人的内在传播集传者与受者于一身)
我B——受者 }

信息——外界刺激信息 and 大脑信息库的内储信息。

神经通道——感觉神经元、中枢神经元、运动神经元的连接。

人的内在传播是外界刺激所引起的人的内部的心理调节。一事当前，如何办？“我A”和“我B”可能意见分歧，通过内在传播，进行心理调节，以求得一致。例如，朋友送来一张当天的文娱晚会的入场券，但手头一件较重要的工作尚未完成，面对这种情况，去还是不去？“我A”觉得机会难得，想去；“我B”则认为应该先做完手头的工作，经过调节，决定还是不去，把入场券转送给朋友。人的内在传播就是这样，通过“我A”与“我B”之间的信息交流，为适应周围环境而进行自我调节。

人的内在传播是人的思维活动，是人脑对感性知觉和表象进行加工，从而产生概念和推理，形成思想的过程。

1-1-3 传播的功能

传播的功能是什么？它能做什么？有什么用？对于这个问题，不少学者都作出了自己的回答。

在传播学界，较有影响的是拉斯韦尔(H. Lasswell)和施拉姆的传播功能说。

拉斯韦尔在他的《传播在社会中的结构和功能》一文中，认为传播有三大功能：

- (1) 监视环境——通过传播，人们不断获取信息，并了解自己所处环境。
- (2) 应付环境——人们对所了解的各种社会情况，作出解释，并制定对策。
- (3) 传递遗产——将社会遗产，如思想、观念、文化、习俗等，传递给年轻一代。

施拉姆将传播的功能概括为三个方面：政治功能、经济功能、社会功能，见表1-1。

一般来说，传播的主要功能是：沟通、协调、教育、娱乐。

一、沟通

传播的第一个功能是沟通。通过传播，可以使个人与个人、个人与团体、团体与团体之间沟

通信息,使之互相了解,建立关系,发展友谊。例如,两个互不相识的人同坐火车,进行交谈,您贵姓?府上哪里?在何处工作?去北京吗?等等。经过这一沟通,彼此初步了解,也可能就此建立起友谊,在旅途互相照顾与帮助。

表 1-1 施拉姆的传播功能说

政治功能	经济功能	社会功能
监视(收集情报) 协调(解析情报,制定、传播和执行政策) 社会遗产、法律和习俗的传播	收集关于资源和买卖机会的信息 解释这种信息,制定经济政策 开创经济行为	收集关于社会规范等的信息 协调公众的意愿,行使社会控制 向社会的新成员传递社会规范的规定 娱乐(消遣活动)

二、协调

通过传播,可以协调个体或群体的行为。例如,看电视新闻,获知某商品在市场脱销,经过分析,这是由于产量不足造成的。于是,生产者就调整原定生产计划,增加生产,以满足市场需求。

三、教育

教育主要是传递前人的思想、经验、知识与技能,这是一种有目的、有组织、系统的传播行为。一个人的一生,始终在接受教育,小时候在家里,有家庭教育;进了学校,有学校教育;进入社会就业,有社会教育。无论哪种教育,都有赖于传播才能实现。当今,传播的教育功能日益显著。现在的孩子,比我们幼年时,知识要广泛得多。不少家长、教师和成年人,对孩子们知识的丰富都感到惊讶,他们以为孩子们并不了解的事物,孩子们都能应答如流,问起缘由,孩子们说,从电视、广播、互联网里知道的。现代青少年的知识结构中,有相当一部分知识是来自多种传播媒体,而不是来自教师或家长。

四、娱乐

传播的娱乐功能十分明显。音乐、戏剧、小说、绘画等多种文艺传播形式,都具有娱乐的功能。广播、电视、互联网等传播媒体进入家庭后,传播特别是大众传播被用于娱乐的比例更是大得惊人。广播、电视、互联网节目,除了新闻和广告外,可以说大部分都是让人娱乐和消遣的。据调查,上海市民为娱乐看电视的占 82.1%。娱乐和消遣是人类的一种本能的需要,人们在一天的紧张学习和工作之后,需要轻松一下,调整大脑机能,以便更好地学习和工作。

► 1-2 教育传播

►► 1-2-1 教育传播的概念

什么是教育传播?教育传播是由教育者按照一定的目的和要求,选定合适的信息内容,通

过有效的媒体通道,把知识、技能、思想、观念等传递给特定的教育对象的一种活动。它是教育者和受教育者之间的信息交流活动。

教育传播是人类传播活动的一种特殊表现形式。它与人类的一般传播活动,除有共性外,还有着自己的个性。下面,我们把教育传播与大众传播作一比较。

教育传播与大众传播的相同点:两者都是人的传播活动,都是以信息传递为核心。

教育传播与大众传播的不同点:

(1) 大众传播的目的,主要是通报消息、提供娱乐、宣传教育。教育传播的目的,主要是培养合格公民,造就优秀人才。

(2) 大众传播的对象,主要是成年人为主体的一般大众。教育传播的对象,主要是正在成长的年轻一代。

(3) 大众传播的传者,主要是报刊、电台、电视台、网站的编辑、记者和节目的制作者。教育传播的传者,主要是教师、教育管理者和教材编制者。

(4) 大众传播主要是一种间接的传播,是传者通过媒体(报刊、图书、电影、电视、广播、互联网等)向广大公众进行传播。教育传播既可以是通过媒体的间接的传播,又可以是面对面的直接的传播。

(5) 大众传播中的反馈过程,一般迂回缓慢,具有更多的单向传播特点。教育传播能较快地收到反馈信息,具有更多的双向交流特点。

(6) 在大众传播中,信息的选择,有很大的随意性。在教育传播中,信息的选择,有严格的规定性,要求高度的科学性。

从教育传播与大众传播以及其他一般传播活动的比较研究中,我们可以看到,教育传播的基本特点大致有以下几点:

(1) 明确的目的性。教育传播是以培养人才为目的的一种传播活动。

(2) 内容的严格规定性。教育传播的内容是按照教学计划和教学大纲的要求严格选定的。

(3) 受者的特定性。教育传播有特定的对象,大学的教材,不能用作中学的课本。

(4) 媒体和通道的多样性。在教育传播中,教育者既可以用口语和姿态作媒体,又可以用板书、模型、幻灯、电视、计算机等作媒体;既可以是面对面的传播,又可以是远距离的传播。

1-2-2 教育传播的构成要素

教育传播是一个系统,任何系统都是由若干要素所组成,教育传播系统的构成要素是什么?对于这个问题,有多种回答。

二要素说。认为构成教育传播系统的要素有两个:教育者和受教育者。

三要素说。认为构成教育传播系统的要素有三个:教育者、受教育者和教材。

四要素说。认为构成教育传播系统的要素有四个:教育者、教育信息、教育媒体和受教育者。

五要素说。认为构成教育传播系统的要素有五个:教育者、教育信息、教育媒体、受教育者

和教育效果。

六要素说。认为构成教育传播系统的要素有六个:教育者、教育信息、教育媒体、受教育者、教育效果和教育环境。

本书采取四要素说。教育者、教育信息、教育媒体和受教育者这四者,是任何教育传播系统都必不可少的,缺少一个就不能构成教育传播系统。每个要素可以根据其功能与其他要素相区别。

一、教育者

教育者是这个系统的控制者,各种学习条件的安排者,也是教育信息的发送者。包括教师、教材编制者、教育管理者等。教学机器也可以是教育者。在教育传播系统中,教育者的工作,主要是提供和变换信息,对受教育者进行教育,为受教育者创造良好的学习环境,是学习的组织者、引导者和帮助者。具体地说,教育者在传播过程中承担如下角色:(1)拥有可以向别人发送的信息(提供信息)。他闻道在先,他要把自己拥有的知识、技能、思想观念等传授给学生。(2)控制传播过程。他按社会的要求和受教育者的身心发展规律把经过选择的知识、技能、思想观念等信息转换为信号(声音信号、电信号等)传送出去。

二、教育信息

教育信息是教育传播的内容,主要指以知识形式构成的各种课程(也包括控制传播过程的控制信息)。而这些内容和事实不能凭空传送出去,它必须转换为某种符号,然后通过某种“媒体”才能传播出去。

三、教育媒体

教育媒体是传递信息的工具,连接教育者和受教育者双方的通道,包括传统教育媒体(非电子媒体)与现代教育媒体(电子媒体)。其作用在于延伸人体器官的功能。也包括发出与接收信号的器官以及载送声、光、电信号的空间与线路等。各种传播媒体具有各自的特性与功能,传播者应根据信息的性质、传播的目的与对象去选择合适的传播媒体。

四、受教育者

受教育者是教育信息的接受者,包括学生、其他学习人员。在教育传播系统中,受教育者的工作,主要是接收、变换、反馈信息,完成学习任务。他在传播过程中起如下作用:(1)把接收到的信号转换为自己所熟悉的符号,并按自己的经验译成信息意义。(2)受传者是信息的终端,他接收信息后,会产生一定效果,在知识、思想或行为上产生变化。这些变化部分会以某种方式再反送给传播者,就是反馈,成者再向别人传送他取得的信息,这时受传者也成了传播者。

教育效果和教育环境并不是教育传播系统的要素。教育效果在于表明这个系统是否有效,有效的程度。它是系统的产物,而非要素。关于教育传播效果问题,本书第7章将作专门论述。

教育环境是教育传播系统的外部条件,不是要素。任何系统都不能忽视环境。系统有大小,环境也有大小。教育传播系统的大环境,指社会环境和自然环境。教育传播系统的小环境,指学校环境,主要是校园环境和教室环境。它包括两个方面:校园内的社会生活和校园内的物质条件。前者指师生关系、生生关系、学习风气、价值标准、文明礼貌、闲暇时间的利用,等等。