

New media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

媒介分析

Media Analysis

传播学核心课程

10

陈作平 著

- **条理清晰 阐述透彻** 总结不同媒介的特性和传播规律，培养学生运用不同媒介从事融合新闻报道的能力
- **内容新鲜 现实感强** 立足于新闻报道一线，重点从受众角度对不同媒介的传播规律和报道技巧进行系统分析
- **案例丰富 实用性强** 融实践操作与理论深度于一体，与国内一些泛泛而谈的“媒介概论”教材和国外纯学术性的“媒介研究”著作有明显不同

清华大学出版社
Tsinghua University Press

媒介分析

Media Analysis

张世成 著

11

内容简介 本书从媒介分析的基本概念、基本方法、基本步骤、基本流程、基本工具、基本案例等方面，系统地介绍了媒介分析的基本理论和基本方法。本书可作为新闻传播学、广告学、公共关系学、市场营销学、管理学等专业的教材，也可供从事媒介工作的专业人士参考。

编辑推荐 本书可作为新闻传播学、广告学、公共关系学、市场营销学、管理学等专业的教材，也可供从事媒介工作的专业人士参考。

作者简介 张世成，清华大学新闻与传播学院教授，博士生导师，主要从事媒介研究、传播学、广告学、公共关系学、市场营销学、管理学等方面的教学和研究工作。

中国传媒大学新闻系传播系组编

New media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

媒介分析

Media Analysis

陈作平◎著

传播学核心课程

10

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介分析/陈作平著. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 10
新传媒时代新闻传播学系列教材. 传播学核心课程 10
ISBN 978-7-300-18912-3

I. ①媒… II. ①陈… III. ①传播媒介—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 235565 号

新传媒时代新闻传播学系列教材
传播学核心课程 10

媒介分析

陈作平 著

Meijie Fenxi

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	北京昌联印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2015 年 1 月第 1 版
印 张	14.5 插页 1	印 次	2015 年 1 月第 1 次印刷
字 数	308 000	定 价	29.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

中国传媒大学新闻系传播系组编
“新传媒时代新闻传播学系列教材”
编 委 会

主 编 刘 昶

编 委 (按姓氏笔画排列)

邓炘炘 方毅华 丰纯高 任金州 刘 昶
刘自雄 陈作平 沈 浩 张 彩 张晓辉
郎劲松 柯惠新 哈艳秋 宫承波

总 序

媒介融合时代新闻传播教育的“变”与“不变”

媒介融合时代，传统媒体纷纷出现了与新媒体融合发展的趋势，新闻传媒的变革日新月异，而社交媒体、公民新闻的出现使传统的新闻传播格局面临重新“洗牌”的巨大压力。业界的这些变化自然也会传导到新闻传播教育上来，迫使新闻传播教育面临一系列转型。在这样一个充满激荡变革的时代从事新闻传播教育工作，首先需要厘清哪些素质和能力是新闻传播工作者永恒不变的坚守，哪些能力又是需要与时俱进、不断变革更新的核心。只有把握住了“变”与“不变”的关系，才能在新闻传播人才培养上做到心中有数、方向明确。下面，我们不妨对这一问题做些具体分析。

传统的新闻信息生产和传播是这样进行的：现实生活中，人们每天需要了解外部世界的最新变化，由于每个人的生活范围很有限，于是诞生了一批媒体机构和新闻记者，他们每天到处采集各种最新发生的真实信息，然后通过报刊、广播和电视将这些信息传递给大众。人们接收到信息之后，虽不是亲眼所见，但会将其视为现实中真实存在的事情，从而对外部世界形成各式各样的印象和看法。

媒介融合时代的新闻信息生产和传播则是这样运作的：人们每天需要了解外部世界的最新变化，不仅职业的新闻记者在从事新闻信息的生产和传播工作，普通民众也加入到新闻信息的采集、制作和传播活动中来。他们将采集到的信息制作成文字、图片、音频、视频，或通过互联网向公众发布，或通过自媒体和社交媒体传递给自己熟悉或不熟悉的个人。他人接收到这些信息后，会将其视为现实中真实发生的事情，并由此对生存环境形成各式各样的印象和看法。

不难看出，在媒介融合时代，新闻信息的生产和传播领域发生了两个重大变化：一是出现了一大批自媒体和公民记者，形成了职业记者与普通民众同时进行新闻信息生产和传播的新格局；二是原先报纸、广播、电视“井水不犯河水”的格局被打破，出现了不同媒体与网络新媒体融合发展的趋势。在这种背景下，职业记者怎样才能体现自己的存在价值就显得十分重要，这也直接决定着新闻传播教育和新闻传播人才培养的走向。

近年来，我们走访了国外许多知名新闻院校，也经常就这一话题进行探讨，对媒介融合时代新闻传播教育“变”与“不变”的关系逐渐形成了清晰认识，那就是媒介形态可以千变万化，新闻教育的核心不会改变。

那么,在媒介融合时代,新闻传播工作者不变的素质和能力有哪些呢?归纳起来,大致有以下几点:

一是新闻传播工作的职业精神不会改变。新闻工作是一种能够点燃人们理想抱负的职业,是站在桅杆上眺望远方的守望。任何时代,只要从事新闻传播工作,就都需要高度的职业理想和工作热情,这样才能把每次报道任务完成好,才能在信息泛滥和众声喧哗的时代始终坚持把核实新闻信息放在第一位,才能在充满压力和诱惑的时代始终坚持传播新闻事实的真相,才能以高度的社会责任感去捍卫公众利益,才能以人文情怀去关注黎民百姓的疾苦和心声。研究中外名记者的经历,我们发现,他们的成功都离不开对新闻工作的激情,离不开高度的社会责任感和敬业精神。反过来,如果一个人仅仅将新闻工作视为谋生的饭碗,那么,最终他只能庸庸碌碌,在新闻岗位上走不了太远。在多年的教育工作中,我们体会到,新闻传播职业精神的培养不能只靠课堂的说教,一个行之有效的路径是搭建平台,鼓励同学们走出校门,到基层去,到火热的生活中去。只有深入实地,让学生对社会有了深切感知,才有可能培养起社会责任感来。这些年来,我们一直在进行这方面的尝试和努力。从2006年开始,中国传媒大学新闻系和传播系在学生中开展了“子牛杯”大学生社会调查征文比赛活动,迄今已坚持了7年,有上千名学生参加到活动中来,涌现出了一大批饱含社会责任感和职业精神的调查报告。通过开展这项活动,我们明显感受到了同学们的成长与进步。

二是新闻采写的基本能力不会改变。媒介融合时代,信息的获取日益方便快捷,而如何核实信息的真伪,保证所获得的新闻信息是准确无误的,则需要记者具有扎实的采访作风。这也是新闻媒体赢得公信力的必由之路。与此同时,在媒体竞争日趋激烈的今天,获得独家新闻、首发新闻已成为提升媒体竞争力和影响力的重要指标,这同样需要记者有深入现场的采访作风以及敏锐的新闻发现能力。而在新闻表达阶段,新闻写作能力是学生必须练好的基本功。总体上看,学生良好的新闻表达能力建立在对新闻事实的深入了解和对受众心理的准确把握基础上。具体来说,新闻表达能力有两个层次的要求。第一个层次是能把新闻事件讲明白。这需要学生在全面掌握新闻事件的各种信息之后,具备清晰的逻辑思维能力和良好的语言表达能力,不能出现事实不清、逻辑混乱、词不达意等现象。第二个层次是能把新闻事件讲得有吸引力。这需要学生在把新闻事件讲清楚的基础上,还善于把握受众的接受习惯和接受心理,懂得叙事技巧,通过设置悬念等诸多手法来吸引受众的注意力。这是对新闻表达的更高要求,学生如果在这方面也能过关的话,他的新闻写作能力就完全达标了。

三是多学科的知识结构要求不会改变。新闻报道的对象是大千世界,新闻的内容来自社会的不同领域,新闻只是一种形式,传媒也只是一种工具,都不是内容本身。在社会分工日益细分化和专业化的今天,只懂得新闻和传媒技巧是不够的,还需要掌握其他学科知识。目前,国内外新闻和传播院系解决这一问题的途径主要有两种。第一,尽量多提供跨专业课程,同时规定选修课中其他学科课程的最低比例。例如,美国密苏里大学新闻学院就规定学生选修的非新闻专业课程学分要占新闻专业总学分的一半以上。第二,联合培养第二学位学生,学生可以先学习哲学、历史、法律、社会学、经济学、管理学或自然科学等专业,然后再来学习新闻专业。例如,美国纽约大学就规定新闻专业的学生要完成 128

个学分,其中,必须用64个学分来拿一个非新闻专业的学位。中国传媒大学新闻系从20世纪80年代就开始招收新闻学第二学位学生,近年来,又面向校内招收辅修新闻学第二学位的学生,一直在进行这方面的努力。

在分析了媒介融合时代新闻传播人才不变的素质和能力之后,我们还要知道什么能力是当前新闻传播教育必须高度重视培养的新能力。

从总体来看,媒介融合时代,新闻传播教育自然需要培养学生适应媒介融合发展的能力。具体来说,由于制作方式数字化、传播渠道网络化、接收终端多样化,当前的新闻传播教育主要应该培养学生的多媒体报道能力。也就是使学生从具有报纸、广播、电视单一媒体的报道能力向具有多媒体融合报道能力转变,培养一批能够熟练采集和发布多媒体新闻的“全能记者”和“全能编辑”。

对“全能记者”和“全能编辑”来说,能够熟练使用多媒体新闻采制设备,洞悉文字、图片、声音、图像的文本特性和传播优势就显得十分重要。为了帮助大家理解这一问题,我们从新闻传播角度出发,可以将人们对新闻信息的需求归纳为三个基本维度:一是快捷需求,即人们想在第一时间简明扼要地了解新闻事件主要信息的需求;二是直观需求,即人们想亲眼目睹、直观感知新闻事件现场及氛围的需求;三是探究需求,即人们想深入了解新闻事件的来龙去脉、意义背景等内在信息的需求。而不同的媒介和文本符号在满足上述需求上各有自己的优势。培养“全能记者”,就要培养学生面对重大新闻事件时,能用照相机拍摄出最具典型意义的瞬间图片,能用摄像机记录下最有现场感的发生过程,能用录音设备记录下新闻事件现场最典型的声音,能用电脑在第一时间写出新闻消息,将新闻事件的主要信息告知受众,还能写出深度报道,把新闻事件的原因、背景、经过、细节、意义、展望等深层信息揭示出来。总之,媒介融合时代,新闻传播教育需要打破过去报纸、广播、电视之间的壁垒,培养学生用文字、图片、音频、视频来全方位、立体化地展示新闻事件的能力,也就是培养学生多媒体采访、写作和编辑的呈现能力。

中国传媒大学新闻系、传播系作为国内较早开办新闻学专业和传播学专业的院系之一,多年来,积累了一些办学经验,也形成了一定的办学特色,在培养新型新闻传播人才上也一直在进行积极探索。摆在大家面前的这套“新传媒时代新闻传播学系列教材”(内含“新闻学核心课程”、“新闻学特色课程”和“传播学核心课程”)就是对近年来新闻学专业和传播学专业教学工作的总结。总的来说,编写这套系列教材,主要有这样几个出发点:

一是立足学科,整体打造。新闻传播学科发展到今天,已经形成了比较稳定的知识体系。这套系列教材立足新闻传播学科进行整体打造,既注重介绍新闻学和传播学基本的理论知识和专业技能,又注重学科历史、理论、方法和应用的体系性。在教材编写过程中,注意到前后衔接,按照由浅至深、循序渐进的规律进行整体推进。

二是立足时代,与时俱进。新媒体的出现推动了媒介融合的发展,这是传媒业的大势所趋。这套系列教材立足这一时代背景,不仅增加了媒介融合、新媒体编辑、多媒体报道等与媒介发展密切相关的教材品种,而且许多传统教材在编写过程中注意到了与新媒体的结合,体现出了与时俱进的时代要求。

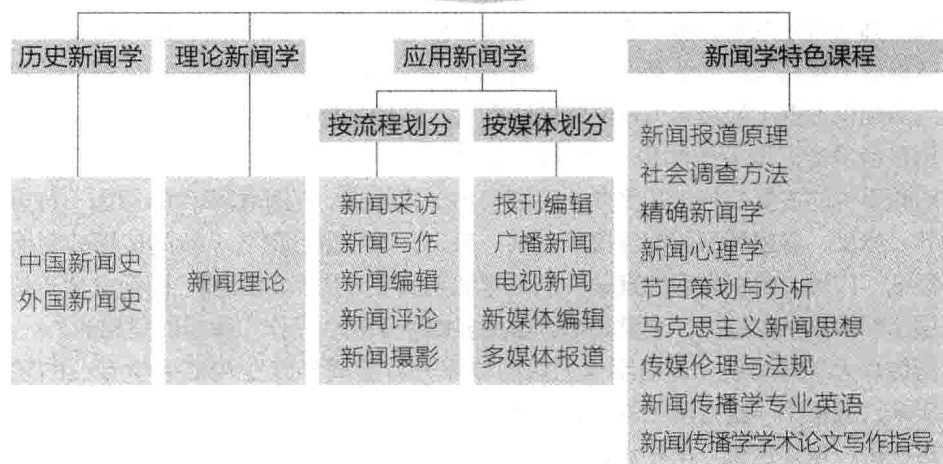
三是立足教学,保留个性。教材编写需要对实践中一些最新动向进行沉淀,以便形成

相对稳定的知识体系。从这一点上说,“与时俱进”并不是说这套教材可以与传媒实践发展实现“无缝对接”,而是需要与媒体实践保持适度距离,以便进行观察、总结和提升。另外,教材编写必须立足教学需要,采用相对成熟、稳定的知识体系作为教材内容,这样才能实现知识传承。但是编写教材并不排斥作者的个性和创造性,因为同样的知识内容可以采用不同的体例和案例来编写,编写的侧重点也会有所不同,这些都体现出作者的个性化思考。

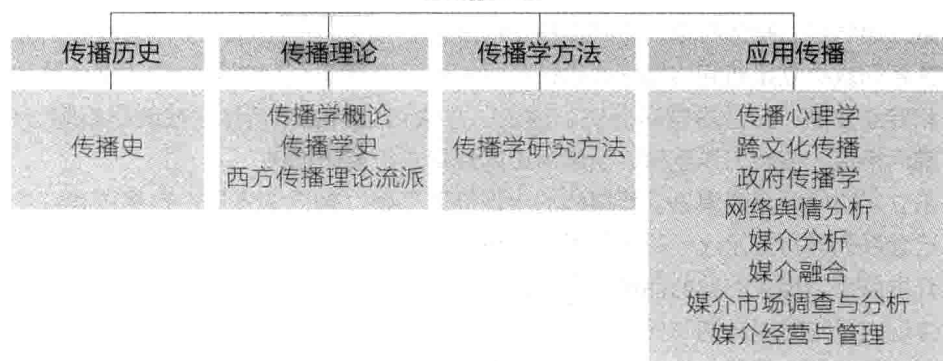
四是立足市场,突出特色。目前,传播学专业的教材在市场上比较零散,我们这次将集中力量推出传播史、传播学史、传播学研究方法、媒介分析、传播心理学等教材,形成“传播学核心课程”系列教材。新闻学专业的有些教材在教学工作中很需要,但市场上很少见到。我们这次就推出了“新闻学特色课程”系列教材,包括新闻报道原理、社会调查方法、精确新闻报道、新闻传播学专业英语、新闻传播学学术论文写作指导等品种,在满足教学需要的同时,也为系列教材增添特色。

为了让大家对系列教材的总体框架一目了然,附上系列教材的结构示意图。

新闻学系列教材及课程结构图



传播学系列教材及课程结构图



需要说明的是，从学科范畴上看，传播学的学科外延比新闻学要宽泛一些。目前，全国开办传播学本科专业的院校有 80 多所，各自的办学方向也不尽相同。但从知识结构来看，该学科的知识体系大体应该包括传播史、传播理论、传播研究方法和应用传播。在本科阶段，应用传播领域可以开设的课程及方向很多，诸如公共传播、组织传播、政府传播、体育传播、健康传播、科技传播、农业传播等，不一而足。我们所提供的教材也仅供大家参考。

由于作者水平和能力有限，加之时间仓促，许多教材还存在不足之处，我们热忱欢迎广大读者提出批评和改进意见，以便在今后修订再版时改进提高。

“新传媒时代新闻传播学系列教材”编委会

2013 年 6 月

关联课程教材推荐

书号	书名	作者	定价	出书时间
978-7-300-12605-0	大众传播通论	展江	39.80 元	2011-01
978-7-300-19014-3	广播电视概论	周小普	39.80 元	2014-05
978-7-300-16121-1	新媒体概论	匡文波	32.00 元	2012-09
978-7-300-15292-9	美国电视史	[美] 加里·R·埃杰顿	48 元	2012-06
978-7-300-18651-1	大众传媒革命	[美] 查尔斯·斯特林	69.80 元	2014-02
978-7-300-12500-8	媒介/影响：大众传播媒介概论（第九版）	[美] 谢丽·比亚吉	58.00 元	2011-03

配套教学资源支持

尊敬的老师：

衷心感谢您选择使用人大版教材！

相关的配套教学资源，请到人文分社网站（www.crup.com.cn/rw）下载，或是随时与我们联系，我们将向您免费提供。

欢迎您随时反馈教材使用过程中的疑问、修订建议并提供您个人制作的课件。您的课件一经采用，我们将署名并付费。让我们与教材共成长！

联系人信息：

地址：北京海淀区中关村大街 31 号 201 室 龚洪训 收 邮编：100080

电子邮件：gonghx@crup.com.cn 电话：010-62515637 QQ：6130616

如有相关教材的选题计划，也欢迎您与我们联系，我们将竭诚为您服务！

选题联系人：

电子邮件：

电话：

翟江虹

zhaijh@crup.com.cn

010-62515636

俯仰天地 心系人文

人文分社网站 www.crup.com.cn/rw

专业教师 QQ 群：259226416（人大新闻）

欢迎您登录分社网站浏览，了解图书信息，共享教学资源
期待您加入专业教师 QQ 群，开展学术讨论，交流教学心得

| 目 录 |

第一章 绪论：我们怎样进行媒介分析	001
一、媒介的本质属性是什么	002
二、不同媒介有不同的个性特征和“语法规则”	004
三、怎样才能深入分析媒介的个性特征和“语法规则”	007
第二章 报纸分析	012
第一节 物理属性分析	013
一、传播符号：文字、图片	013
二、传播载体：印刷、纸张	017
三、传播方式：平面传播、延时传播、全知传播	019
第二节 制作流程分析	020
一、新闻采访阶段：方式非常灵活	021
二、稿件写作阶段：要对文字敏感	023
三、版面编辑阶段：形成版面风格	026
第三节 感知方式分析	028
一、对传播载体的感知：信息尽在掌握之中	028
二、对传播符号的感知：文字的视觉差异小	029
三、对传播方式的感知：间接告知信息	030
四、整体感知：报纸是“未谋面的记录者”	030
第四节 思维方式分析	031
一、描述性文字：使思维具有召唤功能	032
二、分析性文字：引导思维和理解的走向	033
三、评论性文字：影响思维和判断的立场	034
第五节 体验方式分析	039
一、使信息内容形象化	039
二、作者的情感投入调动读者的情感体验	040
三、利用线性叙事设置疑问和悬念	041
四、突出某些局部信息以加深印象	042
五、用价值判断代替事实判断	042

六、采用煽情和耸人听闻手法	042
七、发挥图片的视觉冲击力	043
第六节 行为方式分析	044
一、视觉阅读：减轻视觉压力，让阅读变得更轻松	044
二、能动阅读：扩大信息容量与方便读者阅读并重	047
三、延时阅读：向闲暇时间渗透	048
四、携带方便：向各种场合渗透	048
第三章 广播分析	050
第一节 物理属性分析	051
一、传播符号：声音	051
二、传播载体：电波、收音机	053
三、传播方式：听觉传播、线性传播、同步传播	055
第二节 制作流程分析	057
一、新闻采访阶段：一般采访、录音采访，录播采访、直播采访	057
二、文稿写作阶段：稿件宜短、内容宜浅、语气宜软、结构宜简	059
三、制作编排阶段：节目制作、节目编排	061
第三节 感知方式分析	065
一、对传播载体的感知：“话匣子”的外形不影响听觉效果	065
二、对传播符号的感知：声音的魅力在于营造各种“场”	066
三、对传播方式的感知：同步传播给人“在场”之感	067
四、整体感知：广播是“在场的讲述者”	067
第四节 思维方式分析	070
一、收听广播是“双重想象”	070
二、收听广播需要“同步理解”	072
第五节 体验方式分析	074
一、广播容易走进听众的内心世界	074
二、广播可以给听众带来感染力	077
第六节 行为方式分析	080
一、听觉接收：解放了眼球，可与其他活动兼容	080
二、被动接收：选择性差，但比较轻松	081
三、伴随式接收：便于移动，成就了交通广播	082
四、易于接收：存活性高，是“危机媒体”	083
五、即时参与式接收：发挥同步参与直播的优势	085
第四章 电视分析	088
第一节 物理属性分析	089
一、传播符号：图像、声音	089

二、传播载体：电磁波、电视机	091
三、传播方式：视听觉传播、线性传播、同步传播	094
第二节 制作流程分析	097
一、采访拍摄阶段：接近新闻源，进入采访状态，“挑”、“等”、“抢” 拍摄，多工种协作	099
二、文稿撰写阶段：以解说词为主导与以现场画面和同期声为主导	102
三、制作编排阶段：剪辑合成、栏目编排	105
四、关于现场录制节目的制作	108
第三节 感知方式分析	108
一、对传播符号的感知：直接呈现事物的影像	108
二、对传播载体的感知：电视屏幕影响人的视觉感受	110
三、对传播方式的感知：在时间的流逝中传递信息	111
四、整体感知：电视是“当面的导游者”	112
第四节 思维方式分析	113
一、缺少想象：电视画面限制了观众的想象空间	114
二、与图像为伴：建立在具象基础上的思考	117
三、直觉与逻辑推理并存：接近现实生活中的思维状态	118
四、同步理解：认知速度与播放速度一致	119
五、独立自主：不被他人的意图牵着走	119
六、最为轻松：不太费大脑和精力	121
第五节 体验方式分析	122
一、善于调动被采访者的情绪	124
二、节目主持人和嘉宾要有感染力	126
三、悬念比现场画面更能调动观众的情绪体验	127
四、对电视本质特性认识不足导致误用现场直播	129
第六节 行为方式分析	131
一、占用视觉：不利于自由活动	131
二、收看场所和时间比较固定：节目编排需考虑作息時間	132
三、同步接收：与观众保持“约会意识”	133
四、被动接收：把握好节目的节奏	135

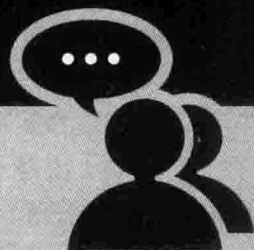
第五章 互联网分析

第一节 物理属性分析	143
一、传播符号：文字、图片、音频、视频	143
二、传播载体：光纤、微波、终端设备	148
三、传播方式：网状传播、交互传播、同步与延时兼容、视觉与 听觉兼容	152
第二节 制作流程分析	158

一、信息采集阶段：公众参与采集、多媒体采集与互联网采集	159
二、文稿写作阶段：短小化写作、分层写作、多媒体写作、标题写作、 提要写作、正文写作	163
三、信息编辑阶段：立体化编辑、多媒体编辑、交互式编辑、 信息资源整合、优化网页视觉设计	169
第三节 感知方式分析	172
一、对传播符号的感知：符号多样、信息多样	173
二、对传播载体的感知：全球巨网、终端多样	173
三、对传播方式的感知：交互提升受众地位、信息“一网打尽”	174
四、微观感知：传播黏性带来强烈吸附感	175
五、整体感知：互联网是“普世的全知者”	177
第四节 思维方式分析	181
一、改变了人们参与现实事务的思维方式	181
二、改变了人们对待历史的思维方式	183
三、使人们形成了虚拟与现实混成的思维习惯	184
四、带来了全球思维	186
五、带来了多元思维	187
六、使思维趋向碎片化和肤浅化	189
七、互联网是人脑的隐喻	191
第五节 体验方式分析	193
一、从媒介特性角度看：强化了个人的参与和体验	193
二、从信息交流角度看：满足了人的多种交流欲望	194
三、从心理需求角度看：满足了人的多种心理需要	196
四、从人性角度看：让“本我”得以释放	198
五、从生理角度看：容易让人上瘾	200
六、从社会规范角度看：需要加强他律与自律	202
第六节 行为方式分析	204
一、多器官参与接收与发布：一种回归与超越，将日益走向人性化	204
二、能动接收与能动发布：提高了信息交流的针对性， 导致传播活动两极分化	206
三、移动接收与移动发布：冲破空间限制，打破时间“零和博弈”	209
四、多终端接收与多终端发布：与人的行为“无缝对接”， 各种终端都要找到存在价值	212
附录：媒介特性比较一览表	215
参考书目	217
后 记	219

第一章

绪论：我们怎样进行媒介分析



本章要点

1. 媒介的本质是信息工具，是在人与外部世界之间嵌入的一个中介。
2. 不同媒介有不同的个性特征和“语法规则”。
3. 物理属性、制作流程、感知方式、思维方式、体验方式、行为方式是进行媒介分析的六个维度。

在2009年10月举行的首届世界媒体峰会上,美联社社长柯里用这样一件事来分析未来新闻报道的发展趋势。他说,前不久,美属萨摩亚发生了海啸,美联社在那里有个特约女记者,她独自一人在6个小时内完成了所有报道。她一边拍照片,一边发消息,向全世界发出警告,还制作了一整套多媒体节目,工作非常出色。柯里认为,现在的记者应该具备两个条件:第一,至少掌握两门语言以便能更好地了解全球文化。第二,尽量向多媒体发展,掌握摄影或摄像至少其中一门技能,能够编辑图片或视频。他说:“你必须掌握一些基本技能,要么会写稿,要么会做视频。在掌握一项技能的基础上如果能再掌握另一项技能将会大有帮助。”^①

在媒介融合时代,跨媒体报道、全媒体报道正在成为一种趋势。它要求新闻记者必须通览全局,对报纸、广播、电视、网络新媒体的媒介特点都要有所了解,对文字、图片、音频、视频的制作要领全面把握,对各种制作装备和制作技术运用自如。在实战阶段,要能写、会说、出得了镜、拍得了照,成为“全能选手”。这与传统的新闻传媒人才要求明显不同,传统的新闻传媒人由于恪守“井水不犯河水”的媒体格局,做报纸的,以文字为主,不必去了解广播;搞广播的,以声音为主,不必去了解电视;干电视的,以影像为主,不必去了解报纸,导致在媒介融合时代进行跨媒体报道时面临比较大的障碍。所以,必须对传统的新闻传媒知识体系和专业技能进行整合和创新。

此外,随着新媒体时代的到来,传媒技术发展突飞猛进,各种新的媒介形态层出不穷,面对变化多端的媒介形态,人们越来越感到应接不暇。而要把握住媒介的发展方向,就必须静下心来,认认真真思考在媒介发展过程中,哪些因素是永恒不变的本质属性,是带有普遍支配力的决定性因素;哪些因素是不断发展变化的外部表征,是千差万别的个体特质。只有准确把握住媒介发展过程中的“不变”与“变”,才能真正把握住媒介发展的规律,找到未来传媒的发展方向。

基于此,在媒介发展日新月异的今天,我们必须认真思考这样几个基本问题:一是媒介的本质属性是什么。只有把握住一切媒介的本质特征,才能在媒介大发展时期做到总揽全局,心中有数。二是不同媒介的个性特征是什么。媒介技术不同,媒介形态不同,进行信息传播时所遵循的“语法规则”也不同。我们要培养跨媒体报道能力,就必须了解不同媒介的个性特征和“语法规则”。三是怎样才能深入探究不同媒介的个性特征和“语法规则”。这是第二个问题的深化和延伸,它涉及研究不同媒介个性特征和传播规律时所采用的研究视角和研究方法。以下我们就对这些问题逐一进行分析。

一、媒介的本质属性是什么

从宏观角度来看,媒介是人认识和了解外部世界的一个中介。在大众传播媒介诞生之前,人们对外部世界的认知方式有两种:一种是直接方式,即信息来自自身的直

^① 武玲:《面对新媒体,电视人怎么办》,载《传媒》,2010(5)。