

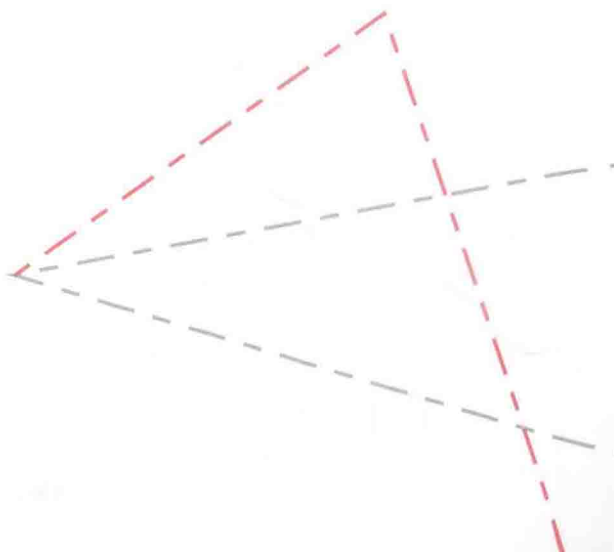
GUANGBO DIANSHIXUE
SHIWU XILIE JIAOCAI

广播电视学实务系列教材

实用传播学简明教程

Shiyong 车南林 / 编著

Chuanboxue Jianmingjiaocheng



四川大学出版社



实用传播学简明教程

第二版

王德胜 主编

中国石化出版社 (CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS)



中国石化出版社

广播电视学实务系列教材

实用传播学简明教程

Shiyong Chuanboxue Jianmingjiaocheng

车南林 / 编著



四川大学出版社

特约编辑:宋 颖
责任编辑:蒋姗姗
责任校对:张伊伊
封面设计:墨创文化
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

实用传播学简明教程 / 车南林编著. —成都:
四川大学出版社, 2014. 12
广播电视学实务系列教材
ISBN 978-7-5614-8219-3

I. ①实… II. ①车… III. ①传播学—高等学校—教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 285574 号

书名 实用传播学简明教程

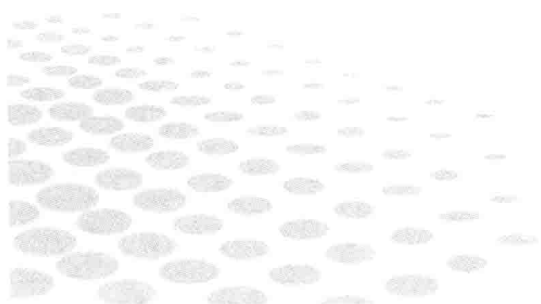
编 著	车南林
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-8219-3
印 刷	成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	9.75
字 数	297 千字
版 次	2014 年 12 月第 1 版
印 次	2014 年 12 月第 1 次印刷
定 价	30.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址:<http://www.scup.cn>



《广播电视学实务系列教材》编委会

编委会主任：冉光泽

编委会副主任：乐树林

编	委：	马 明	邓宪生	胡晓阳	何 芳
		周建华	陈 臻	张友俊	高 玮
		杨 丽	车南林	何 倩	王晓艳
		董玉强	魏 雄	张继成	罗 雪

总 序

进入 21 世纪，作为国内传统媒体主要组成部分的广播电视继续保持发展势头，同时，也面临着传播环境的急剧变化。

新媒体的广泛应用在向传统广播电视媒体发起挑战的同时，又为广播电视媒体的信息传播提供了新的渠道、新的载体，并赋予其新的形式。数字电视提供了更多的频道和更丰富的节目服务；网络音频和网络视频节目与通过移动终端传播的音频视频节目，不但使广播电视节目的传播渠道更为多元化，而且以互动性颠覆了传统的视音频节目传播模式；移动电视、大型户外显示屏则把视频节目送到城市的每一个聚集注意力的角落；至于环绕立体声广播、高清电视、3D 视频，则对广播节目和电视节目的生产提出了更高、更新的要求。

以网络论坛（BBS）、博客（Blog）、社会化网络服务（SNS）、微博、微信等为代表的依托移动互联网的“自媒体”的诞生，冲击着新闻从业人员的专业地位，促使各类社会主体不再完全依靠新闻媒体而开始进行信息的“自主传播”。这一方面对包括广播电视工作者在内的专业传播人员提出了新的业务要求，另一方面又在更广阔的范围内创造了广泛的对传播专门人才的需求缺口。

不但如此，受政策利好的刺激，文化产业的发展也以强劲的气势推进。这对广播电视产生了深刻的影响，具体表现在：

第一，属于公益部分的广播电视新闻传播和公益信息服务被纳入文化大发展的总体部署，继续受到重视；

第二，具有赢利功能的影视产业、视听产品出版业、动漫游戏产业、演艺产业等作为文化产业的具体支撑门类步入了蓬勃发展的快车

道,为广播电视节目的制作和传播开拓了新的疆域,提供了新的机遇。

受上述两方面变化的直接影响,广播电视的制播主体、制播方式、节目形态、传播模式等,都发生了显著变化。

这种巨大变化促使广播电视从业人员深深思考,我们将怎么适应?如何应对?而作为广播电视领域的高等院校教育工作者,我们也在思考同样的问题。

教育部于1998年颁布的本科专业目录中有“广播电视新闻学”“广播电视编导”等专业;2012年,“广播电视新闻学”调整为“广播电视学”。多年来,我们一直在上述专业领域从事教学和科研,根据我们掌握的信息,我们的毕业生有在中央、省一级新闻机构工作的,但更多的是在市、区、县新闻机构和社会文化企业,以及政府机构、大型企业的宣传推广部门从事传播工作。从我们广泛收集的来自不同层面的反馈信息可以发现,针对毕业生的能力素质,用人单位有一个共同要求,即:学生必须具备一定的理论功底,具备较高的文化素养,尤其需要具备很强的实战能力。只有这样的毕业生才能受到用人单位的欢迎。

但目前我们高等教育的现状与来自用人单位的要求相比,还有一定的差距。正因为如此,《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》(教高[2012]4号文)才就优化学科专业和人才培养结构提出“加大应用型、复合型、技能型人才培养力度”的要求,针对创新人才培养模式提出“探索科学基础、实践能力和人文素养融合发展的人才培养模式”的要求。从广播电视领域和新媒体音视频信息传播领域的实际情况来看,主要为这些领域提供高级专门人才的“广播电视学”“广播电视编导”等专业,无疑应该按照教育部要求的精神积极推进教育教学改革。

改革涉及多个方面,但教材改革显然居于重要地位。这套“广播电视学实务系列教材”,就是作者按照上述精神而编撰的。在这套教材中,《实用传播学简明教程》是传播学教材的实用缩略版,它将传播学的基本理论与传播学的若干重要实际应用结合起来,形成了针对

应用型、复合型人才培养的传播学课程体系；《媒体通论简明教程》则体现着这样的尝试：把原来分开讲授的平面媒体基本原理、广播电视概论、新媒体概论等课程进行整合，形成一门涵盖传统媒体与新媒体的概论性课程。这两本教材所对应的课程均属于专业基础课程的范畴。另外 6 本教材则分别从不同的角度构建了有特色的核心专业课程。《全媒体写作实用教程》顺应传播环境的变化，根据社会对人才能力的需求，将报刊文稿、广播文稿、电视文稿、网络文稿、移动终端文稿等不同种类文稿的写作教学结构进行了新的、科学的安排，吸取最新研究成果，遴选最新成功案例，构建出培养学生全媒体写作能力的实用课程体系；《新闻采访实务》在现有新闻采访教材的基础上，权衡利弊、取长补短，融入新媒体传播平台的采访等内容，构建出具有与时俱进意义的采访教学课程体系；《电视策划实务》从培养学生具备电视领域的一般策划能力出发，对应电视界的工作现状安排教学内容，按照突出针对性和实用性的要求设计教学程序，具有明显不同于国内现有电视策划教材的特点；《纪实节目叙事实用教程》旨在顺应电视领域和网络视频领域纪实（非虚构）节目故事化叙事的国际潮流和市场需求，综合经典叙事学、后经典叙事学和好莱坞实用叙事教学的理论精华与成功经验，结合国内电视（视频）节目生产实际，构建出培训学生既掌握必要的叙事基础理论，又掌握纪实节目故事化讲述基本技能的实用课程体系；《新媒体应用实务》则从“深入认识新媒体”“熟练掌握新媒体”“综合运用新媒体”三个层面安排教学内容，重点培养学生在传播应用、商务应用、危机处理等方面的新媒体应用能力；《新编摄像实用教程》在传统摄像教材的基础上，增加了高清数字摄像、3D 摄像等内容，以及“模拟项目”摄像教学和练习等部分，具有针对性、实用性和前沿性。

从上面的简介可以看出，这套教材体现着编撰者培养应用型、应用型、复合型人才的理念和追求。由于这套教材的主要作者都曾经在电台、电视台、报社从事过数十年的新闻采编或节目制作工作，从事过广播电视和报纸的管理工作，又在广播电视本科教学领域从事过多年教学、科研工作，所以他们对传媒界和广播电视教育界都非常熟

悉，对广播电视领域究竟需要什么样的人才，对培养出能满足有关职业和岗位要求的合格毕业生需要采用什么方式、使用什么样的教材，都非常清楚。多年来，他们一直在寻求能够完全符合自身教学理念的理想教材，但暂时未能如愿。于是，经过反复研究磋商，最后决定自己编写一套合意的读本，于是就有了这套“广播电视学实务系列教材”。这套教材虽然有着现在这个名称，但并不意味着它只适合广播电视学专业；其实，广播电视编导、新闻学等本科专业，新闻采编与制作等高职高专专业，也完全可以采用。甚至，各类传媒机构、社会文化公司、政府机构和大型企事业单位的宣传推广部门，也都可以利用这套教材进行在职培训。总之，这套教材的针对性、实用性、可操作性、前沿性保证了它可以满足上述种种方面的需要。

虽然编撰者们非常认真地对待自己的工作，力求在撰写过程中精益求精，但出于水平、能力、视野等种种因素的限制，这套教材一定还存在不少疏漏和错讹，诚望各位读者不吝赐教，给予批评指正。

最后，我要对四川大学出版社表示衷心感谢，对语言与教育编辑室的徐燕主任和各位责任编辑表示衷心感谢。没有他们的辛勤付出，这套教材是难以顺利出版的。

编撰出版各类能够满足应用型、实用型、复合型高级人才培养需求的教材，是我国高等教育领域一项非常有意义的工作。如果我们的努力能够对这项工作有所贡献，我们将感到非常荣幸；如果我们的努力能够引起更多的同道与我们共同关注、共同投入到这项工作中来，则幸之甚也。

是为序。

冉光泽

2014年8月于成都

前 言

我从事“传播学”课程教学七年有余。教学过程中发现，同学们一致认为传播学是一门理论课程，它有太多的理论，诸如子弹论、议程设置理论、沉默螺旋理论、使用与满足理论等，学起来有一定的难度。对于我们这种应用型、复合型、实用性的大学来说，过多强调这些理论并不能真正满足同学们的需求。为此，我一直在思考，到底什么样的教学方式才能打动他们？什么样的教学内容才能真正满足他们的需求？另外，我也在不停地思考，随着传播技术、传播实践活动的日新月异，那些传统的传播理论到底在实践中是如何使用的？是否有更新？如果没有更新，又是如何满足新的传播实践的？如果有更新，又更新到了什么程度？因此，七年来，我不停地调整教学方式和教学内容。功夫不负有心人，我终于找到了一个解决办法，那就是类型化、针对性教育。

所谓类型化就是将所教授的班级进行分类。沿着这样的思路，我将所教学班级的同学分为四种类型。第一类就是无经济负担，平时成绩比较好，刻苦用功致力于继续读硕士研究生的同学；第二类就是对理论不太感兴趣，致力于去媒体、广告公司及相关单位从事传播实践工作的同学；第三类就是对传媒工作没有兴趣，准备考取会计证、教师资格证、公务员、选调生的同学；第四类就是对所有事情都无所谓的同学。

所谓针对性就是针对以上四类同学采取不同的教学方式、传授不同的教学内容。本书主要针对的是前两类同学。基于此，本书主要分为三个篇章，上篇主要是对传播学基础理论的介绍；中篇是分析传播理论在平面媒介、视听媒介及自媒体中的运用；下篇是对新闻学、传

播学或新闻传播学专业考研知识、程序、技巧等的介绍。本书如此谋篇布局的首要目的在于，让准备继续考研的同学能够在本书找到传播学专业考试中的大部分基本知识点，诸如传播的概念和类型、传播学的起源和发展、传播学的学派、传播学的研究方法、传播学的关键理论和主要模式等；次要目的在于，让准备从事传播实践的同学知道传播理论到底在平面媒介、视听媒介、新媒体或自媒体中如何运用。尤其是在中篇第六章“传播理论在视听媒介中的运用”中，特别讲明了传统媒体在传播方式上运用传播理论的新突破。此外，本书在下篇专门列举了一些考研知识，比如如何端正心态，如何准备英语、专业课、政治考试等，为此本书还专门邀请了优秀毕业生撰写他们的学习心得来激励在校生学习。这一内容安排，于考研的同学或不考研的同学都是非常有好处的，这也正是本书的亮点之一。

本书并没有特别强调体系的完备，而只是为了满足新闻学、传播学、新闻与传播学专业学生对基本理论的需求。因此，本书与传统书籍撰写方式相比还有许多不完备的地方，就此，希望能够得到大家的谅解和批评指正。

车南林

2014年6月29日于星光湖畔

目 录

上篇 传播学基础理论

第一章 传播的基本常识	(3)
第一节 传播的概念	(3)
第二节 传播的功能	(8)
第三节 人类传播的产生与发展	(10)
第四节 主要的传播类型	(42)
第二章 传播学的起源	(73)
第一节 传播学起源	(73)
第二节 传播学四大奠基人及其贡献	(98)
第三节 传播学之父	(129)
第三章 传播学的发展	(136)
第一节 西方传播学的发展	(137)
第二节 中国传播学的发展	(154)
第四章 传播的模式	(165)
第一节 “三论”观照下的传播模式	(166)
第二节 以媒介为中心的模式	(176)
第三节 以受众为中心的模式	(183)
第四节 以效果为中心的模式	(192)

中篇 传播学在实践中的运用

第五章 传播理论在平面媒介中的运用	(201)
第一节 基本原理	(201)

第二节 典型案例·····	(202)
第六章 传播理论在视听媒介中的运用·····	(218)
第一节 基本原理·····	(218)
第二节 典型案例·····	(222)
第七章 传播理论在自媒体中的运用·····	(236)
第一节 基本原理·····	(236)
第二节 典型案例·····	(242)

下篇 考研精华荟萃

第八章 新闻传播学考研指南·····	(253)
第一节 方向比努力更重要：你为什么考研？·····	(253)
第二节 天道酬勤：坚持才能胜利·····	(254)
第三节 选择报考学校：考研的第一步·····	(255)
第四节 学术硕士与专业硕士：选择很重要·····	(258)
第五节 笔记整理：考研规定动作·····	(259)
第六节 考研复习步骤：程序决定成败·····	(260)
第七节 最后一个月复习攻略：成功在此一搏·····	(264)
第八节 考研专业课题型解析：知己知彼百战不殆·····	(265)
第九节 相关参考资料：融会才能贯通·····	(277)
第十节 个别同学的学习心得：他山之石可以攻玉·····	(281)
关于手机对成都市高中生影响的调查问卷·····	(291)
后 记·····	(300)

上篇 传播学基础理论

第一章 传播的基本常识

社会是各种关系的总和，社会各种关系的联系总是共享着某种信息。同时，这些信息又是对人类所做的各种事情的表述。因此我们通常探讨的是人与人之间如何通过沟通、交流某种信息从而建立某种关系的，这就是本书所探讨的传播。“传播是工具，社会之所以成其为社会全依靠传播这一工具。传播（communication）和社区（community）的词根相同并非偶然现象。没有传播就不会有社区，没有社区也不会有传播。人类传播的特征是使人类社会有别于动物社会的主要特征。”^① 所以，我们很难想象没有传播的人类社会将是何等野蛮。

第一节 传播的概念

在了解传播的概念之前，有必要对一些传播现象进行分析、梳理。四川省社会科学院研究员林之达先生曾在硕士研究生课堂上，让同学们写下读完元代散曲家马致远《天净沙·秋思》的感受^②，散曲如下：

枯藤老树昏鸦，
小桥流水人家，
古道西风瘦马，

① 威尔伯·施拉姆、威廉·波特著，何道宽译：《传播学概论》（第二版），中国人民大学出版社，2010年版，第2页。

② 林之达：《传播心理学新探》，北京大学出版社，2004年12月版，第218页。

夕阳西下，断肠人在天涯。

大多数同学写下的感受为：

在一个寒冷的深秋傍晚，夕阳西下，刺骨的西北风呼呼地吹，一只乌鸦站在一颗老树的枯藤下，被寒风吹得凄惨地叫着。有一位骨瘦如柴的流浪者，骑着一匹瘦马迎着西风在一条古道上缓缓向前走着，突然他停下来，凝视着老树下的一户人家，这人家门外有一条小溪，小溪上，有一座小桥，桥下清澈的溪水哗哗流淌着。啊，这情景多像美丽的故乡，多像我温暖的家啊！可是，我却在天涯漂泊，回不了家。想到这些真令人心酸，真叫人肝肠寸断。

通过分析，我们看到马致远的《天净沙》里一没有时间、二没有人物，更别说故事情节了，可是在传播给同学们之后，他们不仅补充了残缺的信息，还抒发了自己的情感，为什么呢？用心理学术语来解释，这叫“自我传播”。

再来看一个现象：

2012年12月14日晚上，湖南卫视《女人如歌》节目正在热播。屏幕前，一对青年夫妇因为看电视而引发了一场争论。

丈夫：关了关了，这么无聊的节目，大半夜的还守着干嘛？

妻子：你懂什么？《女人如歌》有多少动人的故事啊？

丈夫：动人？不就是了丈夫跑了，女人离婚了，单身妈妈独自带着孩子嘛。

妻子：俗！俗！俗！你真是无药可救！你看看她们多坚强，多用心地生活着啊！

丈夫：忽悠你的你也信。

妻子：不信？人家花那么多钱请朱丹、请嘉宾，人家疯了？

丈夫：演戏的是疯子，看戏的是傻子。

妻子：你……

这对夫妻在做什么？聊天？吵架？沟通？用传播学术语解释，他们正在进行人际传播。