

Mc
Graw
Hill
Education

ELECTRONIC MEDIA
An Introduction

电子媒体导论

第十一版

[美] 琳恩·谢弗尔·格罗斯 著 傅正科 罗昕元 肖凌霄 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

ELECTRONIC MEDIA
An Introduction

电子媒体导论

第十一版

[美] 琳恩·谢弗尔·格罗斯 著 傅正科 罗昕元 肖凌霄 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子媒体导论：第十一版 / (美) 琳恩·谢弗尔·格罗斯著；
傅正科，罗昕元，肖凌霄译. —杭州：浙江大学出版社，2017.7
书名原文：Electronic Media: An Introduction
ISBN 978-7-308-16563-1

I. ①电… II. ①琳… ②傅… ③罗… ④肖… III.
①电子设备—传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第004134号

电子媒体导论（第十一版）

[美] 琳恩·谢弗·格罗斯 著 傅正科 罗昕元 肖凌霄 译

责任编辑 王志毅

装帧设计 王小阳

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路148号 邮政编码310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

制 作 北京大观世纪文化传媒有限公司

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 36.5

字 数 560千

版 印 次 2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-16563-1

定 价 85.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: (0571) 88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

本书的目的

有诸多力量推动着当今的世界，电子媒体就是其中一股重要的力量。从宏观上而言，它们影响着整个社会；从微观上而言，它们影响着我们每个人。随着时间的推移，媒体的影响范围与日俱增。即便是收音机时代的那些先锋派们，也无法想象今天电子媒体的形式会如此多样，包括电视、广播、有线电视、卫星广播、卫星电视、互联网、录像机、电视游戏、智能手机、pods 和 pads。同样，他们也无法想象媒体在诸多领域所发生的结构性变化，如媒体规制、广告和听众测量技术等。他们将诧异于自己早期的那些制造设备的观念，现如今已经演化成为音频板、照相机、图形生成程序、非线性的编辑、光学纤维和卫星等技术。如果他们能看到今天这些为数众多的装备，或许无法相信这一切都源自先前用于接收广播信号的水晶体广播设备。

种种迹象表明，电子媒体的发展十分迅猛，并将进一步影响社会。在此背景下，无论是供职于通信领域的专家，还是一般的社会成员，他们在有使用媒体权利的同时，也应该有义务去了解为什么人们需要与媒体发生交互行为。媒体行业背景和结构方面的知识是理解该问题的重要基础。本书的主要目标是为该领域提供背景性知识，借此，可以帮助媒体从业人员与普通市民对媒体在当今社会中所发挥的作用做出明智判断。

此版中的修订

媒体环境的变化如此迅速，本书自出版以来，每个版本（首次发表于 1983 年，最初包含了有关电信的章节）都进行过重大修订，此版也不例外。作者几乎对每页都有所改动，但是从章节层面而言，并没有进行大幅度的调整。

第一章是“电子媒体概述”。本章是全新的一节，概述了各个年代的亮点以及媒体与社会互动的现象，本章节包括了大量的缩略图，希望借此激起学生的好奇

心。通过引用一些新的作品与统计数据，为本章注入了新的活力。除此之外，本章就与媒体所有权和使用权相关的内容进行了更新。

第二章是“互联网、移动平台和视频游戏”。作者保留了一些早期的历史信息，重写了本章节的其他部分。本章囊括了上个版本中所没有提到的技术形态，如
vii Facebook、微博、智能手机、iPad 和云存储技术。互联网在音频、视频技术上的变化，迫使本章需要对与这些主题相关的内容进行大幅度调整。

第三章是“有线电视、卫星和电信电视”。在先前的版本中，本章是作为两个独立的章节进行论述的：早期媒体组织和现代媒体组织。根据审稿人的建议，作者将两者合并为一章，并以“媒体形式”为主题。本章就电话业务所催生的电视服务，提供了更多的讨论空间，在这些讨论中添加了很多新的内容，其中一部分牵涉到三种媒体的交互形式。

第四章是“电台与电视台”。为了保持这本书的精简性（实际上该版比以前的任何版本都要精简），需要压缩、删除一些旧的内容。本章中，对有关彩电、LPTV、UHF 和 HDTV 的内容进行了精简。同时，在本章中也新增了一些内容，包括网络变化、政府互动以及与广播相关的新技术。

第五章是“广播和音频”。本章就付费类音频设备（留声机、光盘、MP3 播放、应用程序）展开讨论，同时本章的讨论还包括了与互联网广播相关的内容。根据评审的建议，本章也删除了一部分的内容，和黄金时代广播业务相关的内容被删除了，对于该部分的讨论被放在了聚焦栏目。

第六章是“电影与家庭视频”。本章增加了四个新的小节来介绍家庭视频（例如录像带、硬盘录像机、云等）。这些设备对电影产业产生了重大的影响。对和早期电影相关的内容进行了一定的删减，这些被删减的内容被放到聚焦栏目中做了介绍。通过引用一些新照片，本章变得更为鲜活。

第七章是“电子媒体中的职业生涯”。这是在上个版本中新增加的一章，深受读者的好评。和其他章节不同的是，本章不需要太多的调整。本章对与网上求职申请相关的内容进行了调整，并根据评审的建议新加了一些内容。新加的内容包括：在工作中要走出舒适区，在工作场所中要有较高的情绪控制能力，如何显示自己具有较高的生产力，等等。

第八章是“节目制作”。互联网上出现的节目使得本章进行了一定的调整。同

时,原先的许多案例有了一定的变动(奥普拉的辛迪加节目由欢乐合唱团节目取代)。在新的聚焦栏目中,作者深入研究了由杰伊·莱诺和柯南的调度所引发的混乱局面,本部分引用了九张新照片,以突出在节目中出现的变化。

第九章是“销售与广告”。广告领域发生了诸多的变化,这些变化使作者对本章的结构进行重新的组合,并对相关内容进行了大幅度的调整。超过一半的案例已经发生了改变,本章段落和小结中的内容都与上个版本有很大的不同。现在,人们将更多的注意力放在广告投放过程之上,而不再关心单独的广告形式,本章用了更多的篇幅来介绍广告是如何获得观众注意力的。

第十章是“促销与受众反馈”。当下,商家有许多可供选择的促销手段,这种多样性让本章节变得非常重要,因此本章的内容有所增加。随着跨平台浏览习惯的出现,研究者调整了针对受众的研究方法。本章添加了全新的生物和神经科学研究方法,例如眼动追踪。在受众行为研究中,作为接受终端的推特和 Facebook,越来越受研究者的关注。

第十一章是“法规”。本章所涉及的是与隐私相关的内容。尤其值得注意的是其中有关社交媒体与智能手机的部分,这两个领域的变化在本章中进行了一定的论述。本章还增加了维基泄密、凯西·安东尼案以及与社交媒体版权问题相关的内容。平等时间原则、所有权、淫秽等内容所占的比例有所下降,聚焦栏目就公平原则进行了一定的讨论。

第十二章是“伦理和影响”。本章就法律与道德之间的互动机制进行了讨论,其中也包括了一些与黑客相关的新信息。本章还加入了新闻集团的电话窃听丑闻以及一系列与道德问题相关的案例。在删除了旧的调查研究和案例后,本章用新的内容进行了替换。

第十三章是“技术基础设施”。本章的调整较大,以一个尝试打开电视的小孩子作为开篇,在结尾处则提到了会说话的电脑与收看裸眼 3D 电视的可能。新章节所讨论的话题与智能手机和 Wi-Fi 背后不断更新的信息技术相关。

第十四章是“国际舞台”。本章就全球化展开讨论,详细介绍了制作公司如何与世界各地进行互动。对与数字化时代相关的内容进行了大幅度调整,而且与其他章节一样,删除或浓缩了与历史信息相关的元素。

本书的特色

图

本书所包含的照片、图纸和插图超过 275 张，以加强读者对于概念的理解并激发与之相关的一些想法。在该版中增加了 60 多个可视化案例。

问题和未来

我认为，所有的章节都应该对读者起到引导的作用，即引导他们思考书本在讨论这些话题中的优点与不足。为此，我在每个章节都设置了“问题和未来”的部分。想必在读者阅读报纸、杂志以及在互联网上的信息时，都会感受到传媒业的快速变革，而这个部分就是为了帮助读者适应这种快速变化的格局做好准备而设置的。

聚焦栏目

ix 每个章节都包含若干个聚焦栏目，这些栏目可以提升读者批判性思考的能力。该栏目往往针对当下有争议性的话题进行讨论。这些事件往往是带有道德色彩的，在对这些事件进行介绍后，有一系列旨在刺激读者思考的问题。其他的聚焦栏目与历史信息相关，其作用是帮助读者了解当今媒体中所发生的事件。在此版中，其中的 11 个聚焦栏目是新的，5 个进行过大幅度修改；而其中的 14 个由于其不合时宜，已经从旧版本中删除。

回顾指南

每一个小节配有旁注，这些旁注的作用是说明相应段落所讨论的主题。如果将这些旁注整合，可以帮助读者对本章的内容和重点进行回顾。本书中的重要概念都是用黑体显示的，词汇表部分对这些关键概念进行了界定，从而为读者提供了另一种辅助他们进一步学习的方式。

建议访问的网站

每章都列出了一些网站，经由这些相关网站，读者可以进一步补充他们所需的知识。文章的注释部分也包含了一些可供参考的链接。

进一步研究

在每章的最后，有针对该话题的大量注释，这些注释为进一步研究提供了许多资源。

开始和终了

每章开头会引用一个相关引言和一个简短的介绍。在每章的最后，将采用和章节内容上不同的方式对该章进行总结。例如，如果章节按时间顺序排序，那么摘要可以用主题的形式进行归纳。这应当有助于读者对所提供的材料形成格式塔。

灵活的章节顺序

各个章节可以用任何顺序展开阅读。有些术语在本书的最开始已经做出过定义，但是有的人可能从最后一章开始阅读本书，因此术语表可以帮助解决这个问题。术语表包括重要的技术术语，读者在阅读本书的过程中，或许会时不时地对照术语表；那些对理解文本并不必要的，但是或许会引起一部分读者兴趣的术语，也被收录到术语表中。

补充材料

该版本，和以前一样，包括了一个有价值的学习网站 www.mhhe.com/gross1le。该网站有很多对学生和教师而言很有用的练习测验、手册和题库。

这本书的背后是许多人的共同努力，他们给出了很好的建议，并给予我很多帮助。这些人包括：中央俄克拉荷马大学的戴维·纳尔逊，圣安娜学院的特里·贝尔斯，美国加州州立大学的约翰·哈特以及迈阿密大学的富勒顿布鲁斯。此外，我要感谢麦格劳·希尔团队对这本书的帮助，尤其要感谢的是妮可·乔的建议和指导，是她在编排版式环节为我提供了技术援助。

目 录

第一部分 / 1

第一章 电子媒体概述 / 3

第二章 互联网、移动平台与电子游戏 / 33

第三章 有线电视、卫星电视与电信电视 / 69

第四章 广播电视 / 99

第五章 广播和音频 / 137

第六章 电影和家庭录像 / 181

第二部分 / 221

第七章 电子媒体中的职业发展 / 222

第八章 节目制作 / 261

第九章 销售与广告 / 301

第十章 推广和观众反馈 / 332

第十一章 法律和法规 / 368

第十二章 道德与效果 / 406

第十三章 技术基础 / 440

第十四章 国际视野 / 475

词汇表 / 509

图片来源 / 536

索引 / 539

第一部分

1

电子媒体种类

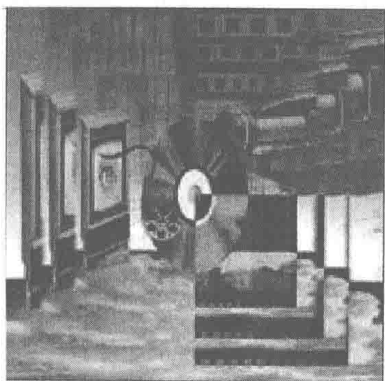
当今世界，各种各样的电子媒体因传播信息和分享娱乐的需要而存在。它们在互相补充的同时，也存在着竞争，体验着自由企业制度下的惊险与安全并存的局面。有些人想知道现在的媒体市场究竟可以承受多少种类的媒体，另一些人则惊异于现如今丰富的媒体种类。随着这些媒体的发展，由内部和外部力量带来的变化是不可避免的。尽管所有的电子媒体相对来说都比较“年轻”，但在历史的长河中，它们不断改变，推陈出新，有着丰富的演变进程。在本部分的第一章节中我们将对各种媒体进行概述；接下来的几章将详细介绍不同的媒体，比如互联网、移动平台、视频游戏、有线电视、卫星电视、广播电视、家庭录像、广播和电影。

在现在的美国社会，你几乎找不到每天不和电子媒体互动的人，也就是那些从不上网、看电视、听广播、从网上下载音乐到 iPod、看电影、玩游戏、发电子邮件和使用智能手机的人。事实上，现在的人可以同时和多种不同的媒体进行互动：他们可以边看网上下载下来的电影边玩游戏，并同时和朋友发短信。

除此之外，关于媒体，每个人都有自己的意见。我们的意见

决定了一部电影或者电视连续剧是精彩还是无聊；我们投票选举出我们最喜欢的美国偶像歌手；我们就那些关于政治候选人的媒体报道展开争论；我们讨论在商业广告中运用的技巧以及电视上看到的和无线广播歌词中听到的色情与暴力。我们关注网络犯罪，同时担忧自己的手机是否会导致癌症病患。

媒体在不断地变化。不久前，这个世界上没有网络，没有 iPad，没有推特。在过去的十几年里，一些大受追捧的技术在发展的半途上就被历史淘汰了——付费电视、录像机、图文电视。人们使用电子媒体的方式以及他们如何感知这些媒体，与 10 年之前相比相当不同。



通过对移动设备的研究表明，他们（大学生们）最喜欢移动设备的一点就是可以随时联络到其他人，最不喜欢的一点则是其他人可以通过这个找到他们。

——内奥米·拜伦（Naomi Baron），美国大学教授，曾做过移动设备的研究。

1.1 研究的理论基础

职业选择

尽管每个人都有一些关于电子媒体的基本常识，但我们仍然有很多理由去学习、研究它。那些将职业生涯的目标立足于这个领域的人将会从熟知历史以及行业组织中获益。有专业知识储备的人比天真无知的人在这个行业里有更大的生存的机会：他们了解广播电视网、电视台、有线电视设施、网络、电影制片厂、广告商、工会、电话公司、政府、影响这个行业运作的其他组织内部以及它们之间的相互关系。随着通信的多样形式的扩张，它们创造了新的、令人激动的工作机会。过去的知识将帮助人们预测他们未来的工作方向。了解媒体知识也可以帮助从业人员确定自己的个人价值，这样他们就可以用自己认为正确且行之有效的方式帮助这个行业不断发展、成长。

认知理解

在更加广泛的层面上，每个人都应该去了解我们这个社会传递的信息和各种传播工具，因为它们在塑造我们的生活的过程中起到了至关重要的作用。不被电影中的某个场景打动，也不反感某个场景，这样的人毕竟是很少的。同样，也很少有人不会受到那些从广播中听到，从电视里看到，或者网上浏览到的信息的影响，形成、加深或者改变一个想法。通信行业以及相关领域的知识，可以引导人们更好地认知和了解这些力量是怎样影响我们个人的生活和整个社会结构的。它也可以让我们每个人学会与媒体沟通交流最有效的方式。

独有魅力

此外，电子媒体本身也是非常吸引人并且值得研究的。无论在台上还是台下，这些领域总是伴随着刺激，散发着无穷的魅力（与此相关的权力和贪婪）（见图 1.1），尽管这个行业的日常工作状态和其他任何领域一样，十分普通，甚至平凡。事实上它算是包含了很多富人和名人的流行艺术，正是因为如此，这个行业有了特殊的意义。电子媒体所产生的力量对社会各个方面的波及影响是最值得研究的。



图 1.1

颁奖典礼一直是大众的焦点。图为电影明星莱昂纳多·迪卡普里奥 (Leonardo DiCaprio) 为电视明星菲丽西提·霍夫曼 (Felicity Huffman) 颁发金球奖最佳女演员奖杯。

1.2 编年体亮点以及相互关系

尽管所有种类的电子媒体都可以以自身为实体进行讨论 (如同大家会在本部分的其他小节中看到的那样), 事实上, 它们的关系是错综复杂的, 交织在一起。在电视上发生的事情可以影响广播; 有线电视中成功的节目编排会导致广播电视台的收视率下降; 一个 Facebook 的界面可以添上音频和视频; 网络和智能手机可以改变广播、电视、电话、电影以及更多媒体的传播模式。以下将会按时间顺序简述在过去的一百年里媒体之间发生的融汇交流以及一些重大事件。在 20 世纪早期媒体的发展经历了一个缓慢且连贯的过程, 随之是狂热的迸发期, 此时出现了各种各样的媒体, 这股热潮一直从 20 世纪晚期持续到 21 世纪。在你阅读这本书的其他部分时, 会发现事实和照片将变得更加有意义。但在本章节你会有一个迅速浏览重大媒体史实的机会, 尤其可以了解到它们之间的相互关系。

1.2a 20世纪20年代

在 20 世纪 20 年代, 广播可以称得上唯一真正的电子媒体。电影虽然在那时已经存在, 但不过是通过胶片这种化学物质剪辑且机械地投影产生的影像而已。随着 1927 年有声电影的出现, 电



一个早期的广播站

子开始使用，但那时的声音在我们今天听来，是非常原始且粗糙的。与此相同的是电话，19 世纪 20 年代的电话需要通过电子来传输信号。尽管在发明初期它的计划是设计成一个可以向大众传播音乐以及其他声音的设备，但慢慢地电话成了一对一的人际交流工具，也就不再属于大众传播媒体研究的范畴了。早在 19 世纪的 80 年代，就已经有一些关于电视的实验，但遗憾的是没有出现任何可行的形式。无线电倒是已经存在了十几年，但它的主要应用领域还是在海上，尤其在 1912 年泰坦尼克号沉没之后，无线电成为提示航船的安全设备。但在 20 世纪 20 年代，一些有远见的人看到了它作为娱乐用途的可能性，于是便出现了我们现在所熟知的广播。广播尽管起步很艰难，
5 但最终靠卖广告的钱维持了节目编排以及广播网的搭建。

1.2b 20世纪30年代



杰克·本尼 (Jack Benny)
和玛丽·利文斯顿 (Mary
Livingston)

人们常常认为 20 世纪 30 年代是“广播黄金时代”的构成部分。作为一种娱乐媒体，广播节目最初被认为是杂耍表演和电影的竞争对手。的确，它降低了人们对于这两种活动的参与度，尤其是《阿莫斯和安迪喜剧秀》(Amos 'n' Andy) 和《杰克·本尼秀》(The Jack Benny Show) 这样热门的节目出现以后。广播娱乐节目“免费”的特点广受经历过 1930 年代大萧条时期的人民的欢迎。伴随着广播的发展，在 20 世纪 30 年代出现了一些主要的节目形式（戏剧、喜剧、儿童节目、新闻、体育报道），是由当时的几大广播巨头创作并发展的，它们分别是美国国家广播公司 (National Broadcasting Company, NBC)、哥伦比亚广播公司 (Columbia Broadcasting System, CBS) 和美国广播公司 (American Broadcasting Company, ABC)。广播也和报纸有着紧密的互动联系：当一个新闻事件发生时，在晚报制作发布之前，广播早已在第一时间就把它传播出去了。最初，报纸能够扼杀广播的势头，因为它是更加强势的媒体；但在 30 年代末期，无线广播已经成为新闻的重要来源。

1.2c 20世纪40年代

20 世纪 40 年代，广播依旧在电子媒体领域占据统治地位，用今天的标准来看是非常长的一段时间了。由于第二次世界大战的影响，电视的研究实验几乎停滞，这是部分的原因。同样受到影响的是新型广播的研发即调频（FM）广播，这种类型最终比一开始的调幅（AM）广播更受欢迎。战后广播公司变得非常有钱，从而允许它们把大量的钱投入电视领域。在 40 年代后期，这种新的媒体开始崛起并且受到欢迎，为了更好地组织维护电视频率，美国联邦通信委员会（Federal Communications Commission, FCC）设立了法案，停止授权设立电视台。



爱德华·默罗（Edward R. Murrow）

1.2d 20世纪50年代

20 世纪 50 年代，电视取代了广播，成了主要的电子媒体。尽管它在一个小小的屏幕里传输着黑白影像，但“带图像的广播”这种形式还是风靡美国。因为电视采用了之前广播所运用的明星以及节目形式，很多人预言收音机会消失，但事实上并没有。广播用带有电台主持人的音乐节目重新打造了自己，慢慢地它身上所具有的全美联网的结构特性消失，更多地服务本地居民。与此同时，与广播同发展共繁荣的电影则处于十分危险的境地：人们可以坐在自己的家里看片子。电影产业以技术上的优势进行反击，比如大银幕，比如 3D，这些观影效果都是自己在家里没有办法达到的。公用天线电视（CATV）也是在 20 世纪 50 年代产生的，主要作用是通过电线重新传输那些为山或其他障碍物所影响的本地电视信号。国防部下属的一个叫 ARPA 的小部门，开始着手研究最终被我们称为“互联网”的东西。



露西尔·鲍尔（Lucille Ball）

1.2e 20世纪60年代

在增加了色彩和录制编排之后，广播电视成为 20 世纪 60 年代最主要的媒体。那时的节目反映了当时动荡不安的状况，非裔