

Mc
Graw
Hill

中文 版

大众传播概论

媒介认知与文化

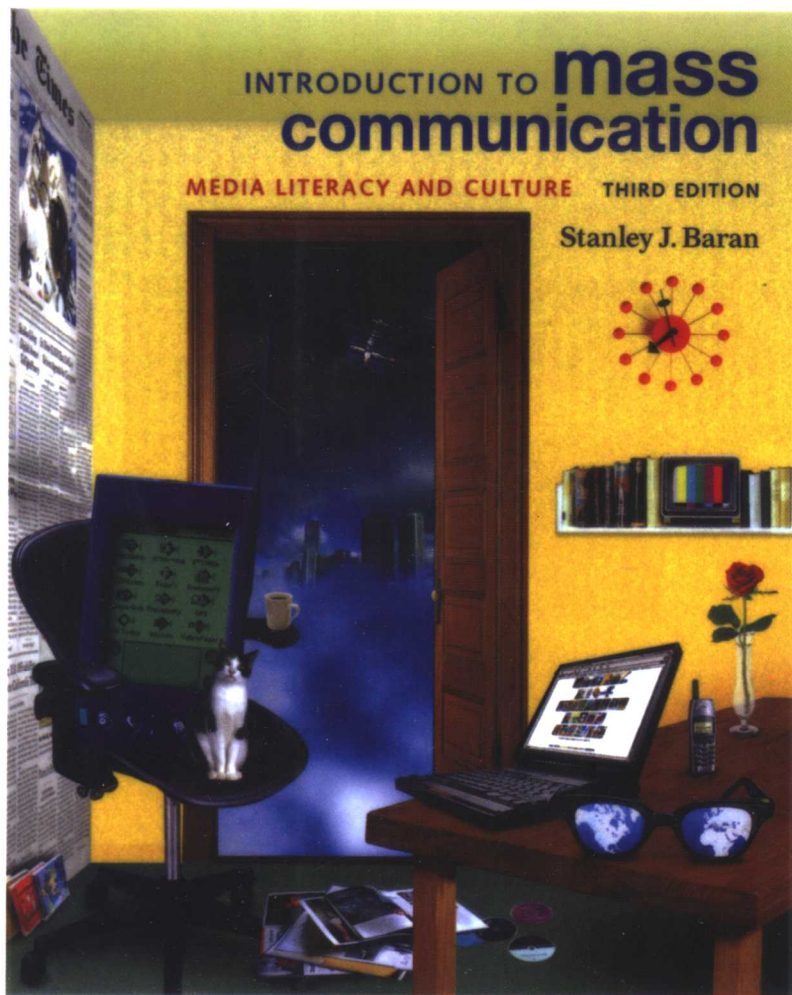
第三版

[美] 斯坦利 · J · 巴伦 著

刘鸿英 译



THIRD EDITION



Mc Graw · Hill

中国人民大学出版社



新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

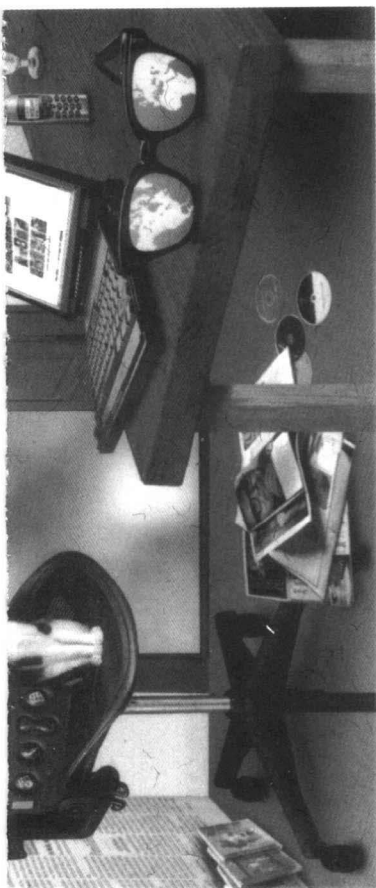
大众传播概论

媒介认知与文化

第三版

[美] 斯坦利·J·巴伦 著

刘鸿英 译



中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播概论: 第3版/ (美) 巴伦著; 刘鸿英译.

北京: 中国人民大学出版社, 2005

(新闻与传播学译丛·国外经典教材系列)

ISBN 7-300-06707-7

I. 大…

II. ①巴…②刘…

III. 大众传播-教材

IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 078776 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

大众传播概论

媒介认知与文化

第三版

[美] 斯坦利·J·巴伦 著

刘鸿英 译

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)

010-62511239 (出版部)

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 北京画中画印刷有限公司

开 本 787×1092 毫米 1/16

版 次 2005 年 8 月第 1 版

印 张 45.25 插页 6

印 次 2005 年 8 月第 1 次印刷

字 数 846 000

定 价 69.80 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·国外经典教材系列”

出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书在最大程度上体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

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然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上要与国际接轨，而且在软件、教育上也要与国际接轨，这已成为我们迫切的时代任务。

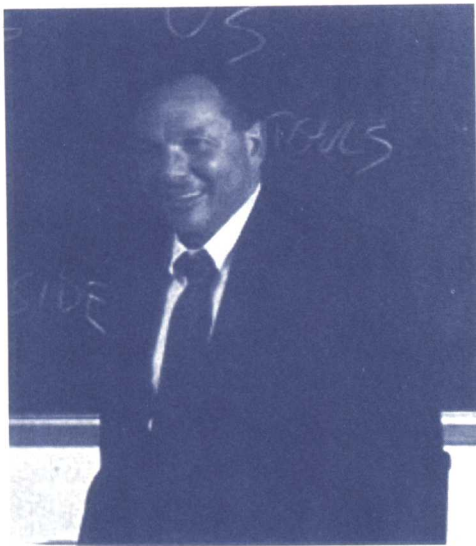
有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻与传播学院系所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学院系教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》、新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极大的可操作性。不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种进行原文影印，收入“新闻传播学英文原版教材系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

作者简介



斯坦利·J·巴伦在宾夕法尼亚州立大学获得新闻学硕士学位后，于麻省大学获得传播学博士学位。在克里夫兰州立大学教学四年后迁至得克萨斯大学，在那里工作的九年中，有六年负责广播—电视—电影研究生专业；多次获得教学荣誉奖，包括在拥有四万学生的校园里以最佳教师身份获得阿莫科教学优秀奖，传播学院杰出教授奖，《极限》杂志学生民意测验最佳教师荣誉。巴伦博士于1987年开始在加利福尼亚州的圣何塞州立大学工作，任“电视—广播—电影—戏剧”系主任九年；以学校最杰出研究学者被命名为“校长学者”。目前他在布利恩特学院工作，是该校传播学系的创始系主任。对此书写作具有帮助意义的其他经历有：他曾任富布莱特学者奖

基金会评委，为广播和电视写作；出版的专著有十余部，专业论文数十篇，曾任和现任五本杂志编辑部成员；他的著作曾以多种文字翻译出版。他是一个娴熟的水手，在所居住罗得岛的韦克菲尔德业余乐队中吹奏萨克斯管。他和妻子苏珊·巴伦有三个孩子，西蒙尼、马修和乔丹。

中文版前言

1985年我参加在中国召开的首次国际传播学术会议，使我感触颇深但又高兴不起来的是，中国学者和学生们的研究都是以美国的理论和概念为基础的。我记得，一本美国的理论书籍是他们唯一的知识来源，书的作者是两个美国人，其中一个曾受富布莱特学者奖基金的支持来过中国。在开会的那个星期里，我诚恳地向会议参加者们建议，应该把注意力放开，去探讨自己的媒介史和相关问题，去建立与中国自己源远流长的哲学思想紧密相连的理论，去撰写自己的大众传播教材。这与十多年前我在马来西亚理科大学（University Sains Malaysia）教学时所遇到的情况相似，但与在中国的不同之处是，我在马来西亚的职位使我能够确保学生走的是新路——他们也的确做到了。

那么，现在我为什么要来为一本美国大众传播概论的中文版写前言呢？我知道，不管我同意与否，这种书籍的翻译仍会继续下去；我只想利用这个机会向读者提个建议，告诉他们应该如何有效地使用斯坦利·J·巴伦的这本书，如同巴伦建议学生们如何使用大众媒介一样。

如果中国读者能够时刻牢记，巴伦教授在书中所分析的只不过是世界上众多媒介体制中的一种，这本书确有很多可学之处；同时还应牢记的是，学习具有多年历史的欧洲大众传播理论与实践，或学习伊斯兰教的、佛教的、印度教的以及其他非犹太教和基督教的哲学思想与传播程序之间的现实或潜在的关系，也是非常必要和有益的。只从美国这一个角度（或从任何其他某个单一的角度）来看待大众传播，会使研究领域中出现谬误现象，比如，认为美国的新闻是世界上最自由的（实际上并不是这样），传播学中大多数的理论和发现都是来自美国（并非如此），美国具有最大的媒介机构和受众群体（其实并不属实）。

巴伦教授提及了除美国人之外对大众传播及其理论也做出过贡献的他人——大大早于古登堡的中国人和朝鲜人的活字印刷；一个居住在美国的意大利人发明的无线电；英国人在一个多世纪之前就开始研究电视。因为这本书是专门为美国读者写的，对类似这些人的情况介绍如同脚注中的解释一样异常的简短。如果这样的一本概论出自一个中国人之手，那么有关毕昇对印刷业贡献的论述肯定会多于对古登堡的论述。同样的道理也适用于作者在意识形态上的

偏颇倾向,设想其他的批判学者写出的概论书籍会是什么样的内容,譬如,赫伯特·席勒(Herbert Schiller)、达拉斯·斯迈思(Dallas Smythe)、吉姆·哈洛伦(Jim Halloran)或西奥多·罗萨克(Theodore Roszak),这些人在这本书中都没有被提及。

在看到这些不足之处后,我想强调的是,中国学生从这本书中可以学到很多东西。巴伦教授利用大众媒介制造影响的章节的前提是,如果受众积极参与到大众传播的过程中去,受众能够帮助创造文化,文化反之也对受众进行塑造,这在全球范围内都是适用的。另外,有效地、批判地学习使用媒介,减少我们在媒介使用上损失的时间、精力和大脑细胞,也适用于全世界的媒介受众。

毫无疑问,中国读者需要对某一种媒介的历史进行了解,和巴伦教授一样,不仅了解它的过去,也要了解它的现状,也许还要预见它的将来。有很多值得学习的东西,但学习的目的并不是为了传承美国的媒介史——超级重商主义、企业集团化和新闻琐碎化的发展以及它们所产生的影响;媒介新闻的功能由于毫无根据的评论而贬值;对公共事务的虚构和轻视;言论自由因政府和媒介联手对当今事务的操纵而受到的严重威胁(“9·11”事件后的恐怖活动);正常意识的步入迷途;对个人隐私的极大侵犯;媒介正在走向娱乐至上,将美国人的兴趣从富有意义的事务议题上转移开来;为迎合最低公分母受众的兴趣而生产出诸多的电视节目、广播内容和影片,情愿被低劣无聊的广告所蹂躏、向技术卑躬屈膝,其结果是让特技功能替代了优美的故事情节,数码化机制使媒介人员束手无策而离职转业。

但是,在美国的大众传播史上也曾有过辉煌点,如为公众利益而创作的广播节目;新闻调查战略的实施,像在20世纪初期的丑闻揭露者和水门事件后的“游击队”记者;在主流媒体被认为逃避责任时用来对其调整的非常规媒体^①的建立;少数民族和妇女争得在媒介工作的近于平等的权利,以及他们被媒介反映出的形象更少一些典型化而更多一些真实感的表现手法等等。

对于中国读者来说,所有这一切都是重要的;由于他们看到的美国文化和大众传播过分炫耀和欺骗的外表,这些比其原有的含意也许还要更为重要一些。如果这一类书的中文译本能够使中国的媒介使用者和未来的媒介工作者在模仿或全盘采纳西方哲学理念、文化和媒体之前产生犹豫的念头,那它才真正起到了重要作用。

《大众传播概论:媒介认知与文化》中文版的价值,还在于它的翻译者是一位

① 注: alternative media, 即“为非主流的少数派或团体提供公开发表不同看法和意见的媒体”。——译者

有才能的中国学者，对中国本土文化和美国外域文化均深有造诣。从她的学生时代到成为教师、朋友和我的学术研究同仁，我与刘鸿英博士相识已有二十来年了，我深信她的翻译与解释工作一定是以细致、严谨、敏锐的态度和批判的眼光来对待的，因而使它比原版的美国教材更加具有价值。

约翰·A·兰特博士
(美国费城)

英文版前言

2001年9月11日，无数的美国人——事实上是世界各地无数的人——在震惊中度过了这一天。世界变了。美国不再被视为是无敌的了。美国人在自己家中也不再具有安全感了。每个人，从政治家到学者甚至到隔壁的邻居，都在说：“一切都变了。”其实，大多数事物还是老样子。但是，我们对大众媒介的看法改变了。我们在“9·11”之后立即产生的和我们现在提出的有关媒介的问题，大部分与那个可怕的日子有关。

一开始，我们的大众媒介的所作所为使我们感动。所有的媒介对袭击和抢救的报道是那样详细、可信、勇敢、公平和敏感；然后，我们产生了疑问：我们为什么会受到如此的惊吓？为什么我们对世界上的反美情绪会如此浑然不觉？媒介到哪里去了？随之而来的反恐主义和伊拉克战争又使我们想到新的问题：战争时期对媒介自由的限制程度应该是多少？我们应该播放未经剪辑的本·拉登的咆哮讲演录像带吗？发自阿拉伯基地组织电视台的报道的可信度有多大？记者应先身为美国人而后为新闻工作者，还是应把新闻工作者的职责放在首位？新闻界对政府政策和对我们选举的领袖产生的问题可以提出多少？当军队进入战斗状态时是否应该停止询问？

但是，不需要通过向老百姓使用恐怖袭击手段，或向一个有敌对情绪的国家发起进攻，去驱使人们开始思考和谈论媒介问题。“9·11”和伊拉克战争是对由2000年总统竞选时对媒介表现发起无情批判的继续。丹·拉瑟说，在那次丢人的民主失败后，媒介专职人员又犯了更大的错误。人们对媒介的优先选择权提出了疑问——一个失踪的国会实习生受到的新闻关注度比世界局势的还要大。其他人在抱怨电影开演时像小电影的广告长片，电视广告也越来越频繁，所有的媒介包括小说似乎都要被越来越多的广告淹没。政界批评人士对媒介公司以一种对民主制度不健康的比例兼并和集中的状况忧心忡忡；而人们对媒介的暴力和性内容有增无减感到忧虑，对电视网提出播放酒类广告的建议感到愤怒。人们想知道媒介在干些什么，因为安然（Enron）和WorldCom公司偷走了他们赖以生存的保障。对于宪法第一修正案的鼓吹者来说，为维护数码隐私而设计的新版权法破坏了具有200年历史的保护公平使用的版权法，倒霉的是消费者自己和民主制本身。

媒介如同体育和政治一样被我们议论、争辩、解剖和分析着。

作为媒介教育者的我们懂得，这些谈论对一个民主社会的功能发挥是至关重要的。我们还知道，要把这些闲谈和抱怨转为卓有成效的公共舆论，靠的是媒介教育——对运作于我们的政治和经济体制中的媒介，以及它对我们置身其中的文化的发展和维持所发挥的作用——进行系统的研究。我们现在把这种媒介教育称为媒介认知（media literacy）。

无论我们管这门课程叫什么——大众传播导论、大众媒介概论、媒介与社会、媒介与文化——作为大学媒介教育的一个组成部分，媒介认知教育已经进行四十多年了。课程的设置是为了达到以下目的：

- ◆ 增加学生对大众传播过程和大众媒介产业的理解和认识。
- ◆ 使学生在如何与媒介产业进行互动并使媒介内容产生意义方面提高认识。
- ◆ 帮助学生成为具有更高识别能力和更多知识的媒介内容消费者。

这就是对媒介认知的全面理解；它把长期隐蔽的含义变得直白无误：我们能够也应该直接来学习媒介认知；在向 21 世纪前进时，媒介认知是我们社会中的每一个人必备的生存本领。

■ 观点

对媒介认知的关注自然出自于大众传播的文化观点，它认为媒介、受众和文化的发展与进化是并驾齐驱的。当前，大众传播原则的主要观念是，虽然并非每一个人都会被接触到的每一条媒介信息所影响，媒介确实能够发挥巨大的文化效果。今天，我们承认媒介在我们了解自己和他人的过程中是起了重要作用的，它具有双重功能：一是各种议题得以争论的文化论坛，二是在历史长河中保持着我们的信仰的故事讲述者。通过这些功能，媒介成为创造和维持主流文化和与多种限制性次文化交流的中枢。

大众传播和媒介的文化观点赋予媒介消费者众多责任。过去，人们要么被看作是媒介效果的受害者，要么被看作是媒介的影响针插不进的铁公鸡。而文化观点认为，受众是大众传播过程和媒介技术与产业的一个组成部分，是创造和维持自己文化的重要成员，不仅有责任而且还要积极恰当地、卓有成效地参加到大众传播过程中去。也就是说，他们必须把媒介认知——有效地理解和运用大众媒介

的能力——带到大众传播过程中去。

内容特点

旧版本中获得成功的内容仍保留在新版本中。

强调媒介认知的发展。本书的教育性特点在于支持和提高媒介认知。在第2章中列出了媒介认知的元素表，并在各章中穿插了媒介认知的重点内容，从第3章至第15章的每一章中，针对各章谈论的内容都有一节是有关如何提高媒介认知水平的。例如，在第4章中，对理解报纸文章排版位置提供了依据；在第8章“电视”中，对如何发现误导性电视新闻进行了讨论；其他有关媒介认知的议题包括识别电影中的产品置放、匿名信源新闻报道的评价分析和因特网上的个人隐私保护等。

- ◆ 文化观点。无论是文化论坛还是故事讲述者，媒介不可避免地成为我们多种文化的创造和维持的中心枢纽。本书提倡的是，媒介受众能够更加积极地参与到大众传播过程中来，帮助塑造我们的文化并因此而受益。
- ◆ 简史部分。每章的开头都为学生提供了一个该种媒介的简单历史背景介绍，以帮助学生理解当前媒介现状。
- ◆ 集中化问题。每章对所谈到的媒介都包括了一个“趋势和集中化”部分，着重讨论新技术对媒介和社会的影响。
- ◆ 教育性框边文章贯穿全文。这些框边文章使学生更进一步理解与媒介相关的议题和媒介在社会中发挥的作用。
- ◆ 利用媒介制造影响，框边文章以有趣的实例强调了媒介专业人员和受众如何利用大众传播来更进一步认识重要的社会、政治或文化议题。例如，在第6章“电影”中，可以看到美国黑人电影和影业如何在与 D. W. 格里菲斯的影片《一个国家的兴起》的对抗中发展壮大。
- ◆ 文化论坛。框边文章突出了在当前大众媒介的争论中与媒介有关的文化议题，比如，《瞄准少女的社论广告》，《所有权集中化、企业集团化和“9·11”》，以及《DVR 使你变成盗贼？》。
- ◆ 媒介回声。这些框边文章表现的是，围绕不同媒介的文化和社会方面的争论往往在历史中反复出现，无论是有关技术的还是时间的。例如，在公共关系的章节中讨论了鼓励妇女吸烟的早期公关效果，在广告一章中也谈到了广告主在近期引诱青少年吸烟的问题。

■ 在第三版中增加的主要内容

贯穿本书的宗旨是批判性思考，新增添的几个重要章节加强和更新了 this 宗旨的含意。

每一章新增加了以“媒介认知生活”为主题的教育性框边文章。这些处于章末的简短文章对将学到的个人、社会、教育和政治方面的知识应用到实践中做出了建议，目的是把媒介认知转变为一种真正的生活经历，在学生与文化和媒介的互动活动中产生效应。平常百姓的故事也能造成影响，如《展开全市性读书活动》，《帮助一所学校创办一份网络报纸》和《无吸烟影片》等。

- ◆ 三个重要的章节结构安排。第一，有线电视自成一章，在“有线电视和多路传播服务”中得到了详尽的讨论。这是由于有线电视具有将所有媒介传送到消费者家里的（较大的）新功能而做出如此安排的；诚然，与这个引人注目的媒介相关的经济、管理和文化情况发生的变化也值得一提。第二，将大众传播理论和大众媒介效果放在同一章中，对如何看待媒介与媒介怎样产生作用这两者之间的关系进行更加全面的讨论。最后，关于因特网和万维网的章节被移至传统媒介章节的后面，这样，在研究它与其他形式的大众传播媒介之间的关系和在时间概念上比较合适。
- ◆ 每一章中都涉及了与“9·11”事件和伊拉克战争有关的事宜。比如，第10章中对隐私问题的讨论，谈到了在战争期间摆平隐私与安全之间的矛盾的情况。产权集中化和企业集团化，以及它们在使国际新闻覆盖面减少方面所发挥的作用是第一章的内容。“9·11”事件及反恐怖主义战争引起的伦理问题是：记者的爱国主义情感和新闻职业是相互矛盾的吗？对政府审查的接受性和战时批评政府官员的可接受性的尺度各为多少？媒介专职人员在战争地段的可进入程度为多少？广告主是否可以利用灾难？
- ◆ 在每一章的开头设立了学习目的，并列出该章中所讨论的主要事件的大事记。
- ◆ 旧版本中的每一章以本章回顾、复习题、讨论题和重要资料来源结尾；新版本中除了这些教育性特点之外，还附加了关键术语。
- ◆ 重要的或有意义的网站列在页面空白处靠近文中与之相关或所支持的概念。
- ◆ 更新的框边文章讨论的时新议题有：国际新闻、图书审查制、报纸销售和新闻机构之间防火墙的削弱、五角大楼战略影响办公室、因特网服务提供

商对有线电视的强制性接触以及版权法变更等。

- ◆ 更新了所有的数据资料,其中包括因特网人口背景信息、媒介消费数据以及所有的媒介销售和发行量数据。
- ◆ 尽管在所有权改变上做得紧跟形势比较困难,我们仍然努力在媒介企业集团化和媒介所有权方面做出了尽可能全面的更新。

■ 学习辅助手段

本书包括的几种学习辅助资料可以对学生在学习和扩展媒介认知方面起到支持和帮助作用。

- ◆ 每章中在页边列出的万维网址使学生能够发现更多学习资料并鼓励他们使用因特网。
- ◆ 带有照片的文章提出的尖锐问题激励学生提高批判性思维和分析能力。
- ◆ “重要资料来源”中的带有评注的书籍和文章给学生提供了更多的阅读材料。
- ◆ “本章回顾”引导学生注意每一章中最重要的内容。
- ◆ “复习题”突出重要内容,对重点进行复习。
- ◆ “批判性思考和讨论题”鼓励学生对他们自己的文化环境和媒介使用进行调查,并参与到关键议题的争论中去。
- ◆ “大事记”、“学习目的”和“章末关键术语”引导学生注意学习重心。
- ◆ 附有详尽的参考书目。

■ 内容的组织结构

本书分为四个部分:

第一部分“打下基础”如题目所示,提供了大众传播的学习基础。第1章“大众传播,文化和大众媒介”为重要概念提出定义,并建立起以媒介认知为轴心的大众传播文化观点的大前提。第2章“媒介认知与文化”对大众传播和媒介的发展做了总体观察,对媒介认知的含义和意义进行了解释。

第二部分“媒介、媒介产业和媒介受众”包括各种不同大众媒介技术和围绕它们发展起来的产业——书籍(第3章),报纸(第4章),杂志(第5章),电影

(第6章), 无线电广播和音响(第7章), 电视(第8章), 有线电视和多路传播服务(第9章), 因特网和万维网(第10章)。所有这些章节都从各种媒介的简史开始, 接下来是有关媒介和受众的讨论、媒介的性质与范畴, 以及当前的发展趋势、产业与技术的统一和集中。每一章都包含了一个与该媒体相关的“提高媒介认知”的内容, 并在“媒介认知生活”文章中鼓励开展理论联系实际的活动。每一章的重心不仅围绕媒介产业和技术, 也着重于文化的议题和文化、媒介与受众之间的交互作用。例如, 在第10章中, 在我们继续控制个人数据与隐私的能力方面, 讨论了数码技术和电脑联网的先进性; 第3章中对图书审查制的检验, 要求学生测试自己对言论自由的信仰程度及其对民主制度信任的反映; 在第7章中, 将广播和摇滚乐与种族关系的讨论联系在一起。

第三部分“辅助行业”引导出两个相关的领域——公共关系(第11章)和广告(第12章)。如同在特殊媒介的章节中一样, 这两章的开头是简史, 随后是有关受众的讨论、产业的范畴、当前趋势和统一集中, 最后以如何提高媒介认知为结尾。

第四部分“信息时代的大众媒介文化”包含几个重要内容。第13章“大众传播理论及其影响”的大众传播理论简史对这个领域中的主要理论进行了比较和评价; 然后对一直以来的媒介效果争议进行了评述。这章中包括的议题还有: 媒介与暴力、媒介与性别及种族刻板印象、媒介与政治竞选程序。第14章“媒介自由、管制及其道德规范”对第一修正案进行了详细的讨论, 着重点放在明确多年来因技术和文化发生的变化而对该法做出的解释和应用; 最后对媒介道德和职业性问题做了全面的阐述。第15章“媒介全球化”介绍了世界其他国家的媒介体制, 并谈论了地方文化的完整性和文化帝国主义这两种不同的观点。

■ 新增和更新的附加内容

附加内容包括为教师和学生设计的整套教授与学习工具^①。

- ◆ “教师资源指南”设在线学习中心, 为每一章提供了教学辅助材料, 其中包括学习目的、关键词/概念、讲课内容提示、录像使用建议、媒介认知材料使用须知和一千多项测验内容。
- ◆ 电脑数据库中供测验使用的问题可以进行编辑和添加新的问题内容。

^① 该书中文版只购买了图书版权, 没有以下附加内容。——译者

- ◆ 本书为学生提供的光盘提供了互动的测验、总结、关键词光卡、活动工作表、网站链接和 NBC 媒介巡视录像片断。
- ◆ 两组来自“NBC 新闻”与“《今日》节目”的新录像片断以及麦格劳—希尔出版社的电视台“媒介巡视”和 Bibe 杂志帮助形象理解书中讨论的概念。
- ◆ 在线学习中心 (www.mhhe.com/baran3) 的内容一直保持更新状态。新网站提供了媒介认知工作表、PowerPoint 幻灯片、网上浏览指南、布告栏、教师教学大纲、网上学习指南、各章自我测验及答案、学生媒介资源链接等。
- ◆ “PowerWeb 大众传播”是备有密码的网站，内容有从《大众媒介年鉴》摘录的时新文章、教学大纲材料、每周评估更新、当前世界新闻和信息、网站链接、搜索工具、学生学习工具、互动练习等等。
- ◆ 教师光盘（苹果机与 IBM 机兼容）提供了电子版本的“教师资料指南”、PowerPoint 和电子幻灯片以及工作表。
- ◆ 更新的媒介认知工作表和日志（也出现在网站 www.mhhe.com/baran3 上）包括了每章的工作表，共计 75 份之多；并对学生在网站和不断更新的媒介杂志上，以及更进一步发掘各章侧重的媒介认知才能的选择进行了指导。
- ◆ 课程网站发展中心在 WebCT、eCollege.com 和 Blackboard 上列有本书中所有在线内容以及其他相关课程体系。另外，麦格劳—希尔在线服务免费帮助你在短时间内完成网络教学的设置，并为教师在网上搜索方面提供线索。

■ 致谢

任何一个大型项目的成功都需要很多人的相助，尤其是西南耶稣复临论者大学 (Southwestern Adventist University) 我的同事鲍勃·门登霍尔 (Bob Mendenhall) 看问题的尖锐和提出的好建议对我的帮助很大。

评审者也是出版一本好教材不可分割的一部分。在第三版的准备工作中，同行们的深思熟虑再次让我感动，就书中最重要的概念，我曾与数位思想大师做过长距离的匿名式争论，虽然我并不知道他们的姓名。他们看问题的敏锐眼光和对事务举一反三的疑问态度都集中在每一章中对作者和读者的利益上（任何遗留在书中的错误当然都由我个人承担责任）。现在我知道这些人是谁了，这里我向他们

——表示谢意。第三版的评审者是：Jenny L. Nelson，俄亥俄大学；Terri Toles Patkin，东康涅狄格州立大学；Alyse Lancaster，迈阿密大学；Deborah A. Godwin-Starks，印第安纳大学；Kevin R. Slaughter，乔治—梅森大学；Enid Sefcovic，佛罗里达大西洋大学；David Whitt，内布拉斯加卫理公会大学；Roger Desmond，哈特福德大学；Carol S. Lomicky，内布拉斯加大学克内分校；Jules d'Hemecourt，路易斯安那州立大学；Junhao Hong，布法罗纽约州立大学；Gary J. Wingenbach，得克萨斯 A&M 大学。第二版的评审者是：Rob Bellamy，杜克思大学；Beth Grobman Burruss，德安扎大学；Stephen R. Curtis, Jr.，东康涅狄格州立大学；Lyombe Eko，缅因大学；Junhao Hong，布法罗纽约州立大学；Carol Liebler，雪城大学；Robert Main，加利福尼亚州立大学；Stephen Perry，伊利诺伊州立大学；Eric Pierson，圣地亚哥大学；Ramona Rush，肯塔基大学；Tony Silvia，罗得岛大学；Richard Welch，肯纳绍州立大学。第一版的评审者是：David Allen，伊利诺伊州立大学；Sandra Braman，亚拉巴马大学；Tom Grimes，堪萨斯州立大学；Kirk Hallahan，科罗拉多州立大学；Katharine Heintz-Knowles，华盛顿大学；Paul Hesselbee，俄亥俄大学；Seong Lee，阿帕拉契州立大学；Rebecca Ann Lind，芝加哥伊利诺伊大学；Maclyn McClary，洪堡州立大学；Guy Meiss，密歇根中部大学；Debra Merskin，俄勒冈大学；Scott R. Olsen，康涅狄格中部州立大学；Ted Pease，犹他州立大学；Linda Perry，《今日佛罗里达报》；Elizabeth Perse，特拉华大学；Tina Pieraccini，密苏里大学；Peter Pringle，田纳西大学；Neal Robison，华盛顿州立大学；Linda Steiner，拉特杰斯大学；Don Romlinson，得克萨斯 A&M 大学。

这次是我与麦格劳—希尔出版社的新小组成员第一次合作。发展编辑珍妮·卡察罗斯原来既是一个称职的专业人员，又是一个午饭桌上的善言者。她凭直觉理解了此书的精神，鼓励我按照这种精神去写作。编辑菲尔·布彻会提出很多问题，并且富有想像力，他相信我，放手让我去写自己的书。还有我的前任编辑霍莉·艾伦，她没有催促我，而是等待着，直到我自己想写这本书。如果我早知道她竟是那样一个精干的同事和极好的朋友，数年前我就开始动手写了。

最后，在我写作这本书的过程中，给予我最大启发的是我的家人。我的妻子苏珊学习的是媒介认知，是一个热情的媒介文化的坚信者和推崇者。她的知识和相助对我的写作是无价之宝，她的爱是我的生命支柱。我的孩子们——乔丹、马修和西蒙尼——他们的存在使我在留给他们的将是什么样的一个世界这个问题上考虑再三。我怀着这个希望写下了这本书，希望他们和朋友们的未来会更加美好。

斯坦利·J·巴伦

视图预览

我们向 21 世纪迈进之时，媒介认知是我们每个人生存所必须掌握的本领。

媒介认知：充分并有效地理解和使用大众媒介的能力。

对媒介认知的重视来自于大众传播的文化观点，通过它，学生们会懂得，受众不仅是大众传播过程，同时也是媒介制作、媒介技术和产业的一个组成部分。本书包括了很多范例和特写内容，可以增加学生对大众媒介产业的认识和理解。

文化论坛：媒介认知定义

提高媒介认知：对新闻误导的认识

for viewer feedback. Fiber optic cable is making broadband (channels with broad information-carrying capacities) access more of a reality, and industry experts estimate that by 2005, 30 million Americans will have sufficient bandwidth for full interactivity (Amdin, 2003). Still, this is only a fraction of the total Web and television audience. Another problem potentially limiting the fuller diffusion of interactive television is that many people simply may not want it. As technology writer Bill Syken observed, "Television and work do not go together as naturally as, say, television and beer" (2000, p. 27). See Chapter 9 for more on broadband and interactive television.

DEVELOPING MEDIA LITERACY SKILLS
Recognizing Staged News

For years studies have shown that a majority of the American public turns to television as the most believable source of news. But television news is also a vision newspaper for the public, but people so their. Even the is not true in, an als, driven to go that is, re-created. Sometimes new narrate an acci that event is pl scene. What hi U.S. television ABC's 1994 bu tar clothes, see night when she "presence" at t. The broad: event was stag



the spot? What was reported actually did happen." If you accept this view (the event did happen, therefore it's not news staging), how would you evaluate Fox News's Geraldo Rivera's reporting from "sacred ground," the scene of a battle in Afghanistan in which U.S. forces suffered heavy losses, even though he was miles from the actual spot? And if you accept digital alteration of news scenes to place network reporters "at the scene," how would you evaluate CBS's common practice of digitally inserting its network logo on billboards and buildings that appear behind its reporters and anchors (Patterson, 2000)? If this staging is acceptable to you, why not OK the digital enhancement of fires and explosions in the news?

Some media literate viewers may accept the event-did-happen argument, but another form of news staging exists that is potentially more troubling—re-creation. In 1992 the producers of *Dateline NBC* re-created the explosion of a GMC truck, justifying the move with the argument that similar explosions "had happened" (Chapter 14). In the mid-1990s a *Denver* news show ran footage of a pit bull fight it had arranged and deflected its action on the ground that these things "do happen." ABC Evening News simulated surveillance camera recordings of U.S. diplomat Felix Bloch handing

Cultural Forum

Defining Media Literacy

Media literacy takes on slightly different meanings depending on the orientation of the person or organization doing the defining. In a special issue of the *Journal of Communication* dedicated to media literacy, media researcher Alan Rubin cited three definitions of media literacy.

From the National Leadership Conference on Media Literacy: the ability to access, analyze, evaluate, and communicate messages (1998, p. 3).

From media scholar Paul Mancini: knowledge about how media function in society (1998, p. 3).

From mass communication researchers Judith Lewis and Sut Shulz: understanding cultural, economic, political, and technological constraints on the creation, production, and transmission of messages (1998, p. 3).

Rubin went on to provide his own definition of media literacy:

... understanding the sources of information, the codes that are produced, and the selection of those messages. (p. 3)

Media scholar William Christ (then Vice of media literacy) media literacy includes the false constructed and constructed implications: media have

ideological and political implications; form and content are related in such media, each of which has a unique aesthetic, codes, and conventions, and requires interpretive meaning in media. (1998, pp. 7-8)

The Cultural Environment Movement ("The People's Communication Charter," 1996), a public interest group devoted to increasing literacy as a way to combat corporate behavior of media, suggests this definition:

The right to acquire information and skills necessary to participate fully in public deliberation and communication. This requires facility in reading, writing, and storytelling; critical media assessment; computer literacy; and education about the role of communication in society. (p. 1)

The National Communication Association (1996), a professional scholarly organization composed largely of university academics, offers this description of media literacy:

Being a critical and reflective consumer of communication requires an understanding of how words, images, graphics, and sounds work together in ways that are both subtle and profound. Mass media such as radio, television, and film and electronic media such as the telephone, the Internet, and computer conferencing influence the way meanings are created and shared in contemporary society. So great is this impact that in choosing how to send a message and evaluate its effect, communication need to be aware of the distinctive characteristics of each medium. (p. 2)

These definitions are currently in play in the cultural forum. How would you assess the worth of each? Identify the one most useful for you and defend your choice.

the impact of media. Writing and the printing world and the people in it. Mass media do the impact of media on our lives, we run the risk of being changed by that change rather than control

For more information on this issue, see the book *Media Literacy: The New Literacy* by the C2-Author group. Please document the book.