



进入传播业

21世纪新生涯 规划



Careers in Communications

〔美〕秀兰·诺蓝哈/著

台湾/黄宝玉、陈明珠/译



526537

进入传播业

21世纪新生涯

规划

【美】秀兰·诺蓝哈/著
台湾/黄宝玉、陈明珠/译

 中国友谊出版公司

图书在版编目(CIP)数据

进入传播业: 21世纪新生涯规划 / [美] 诺蓝哈
(Normha, S.F.) 著; 陈明珠, 黄宝玉译. - 北京: 中国友
谊出版公司, 1998.6

ISBN 7-5057-1462-7

I.进… II.①诺… ②陈… ③黄… III.传播 - 基本知识

IV.G206

中国版本图书馆CIP数据核字(98)第06600号

G206
111

书名	进入传播业—21世纪新生涯规划
作者	美国 秀兰·诺蓝哈 台湾 陈明珠 黄宝玉译
出版	中国友谊出版公司
发行	中国友谊出版公司
经销	新华书店
印刷	北京通县曙光印刷厂
规格	850×1168毫米 32开本 8.5 印张 126000字
版次	1998年6月第1版
印次	1998年6月北京第1次印刷
印数	1—5000册
书号	ISBN 7-5057-1462-7/Z·164
定价	15.00元
地址	北京市朝阳区西坝河南里17号楼
邮编	100028 电话 (010) 64668676
	合同登记号: 图字01-98-0495

关于作者

秀兰·诺蓝哈 (Shonan F. R. Noronha)，现任纽约“媒体资源公司”(Media Resources) 总裁。这是一家专为媒体、企业和教育机构服务的顾问公司。诺蓝哈是位国际知名的作家、媒体制作人及教育家，同时她也在世界各地的杂志上，发表与电视、教育相关的文章。

诺蓝哈于 1979 年在哥伦比亚大学教师学院荣获教育科技领域的教育博士学位。此外，她还拥有哥伦比亚大学的教育硕士和艺术硕士学位。在印度

孟买大学完成艺术学士学位之后，诺蓝哈也曾于孟买的柴克维尔传播艺术学校（Xavier Institute of Communication Arts）修习有关媒体研究的课程。

诺蓝哈博士曾是许多专业刊物的创办人和总编辑，其中包括 CMP 出版公司的《旅游新闻：休闲旅游业报刊》（*Tour & Travel News: The Newspaper for the Leisure Travel Industry*），以及 Ziff-Davis 出版公司的《国际电视：国际电视协会期刊》（*International Television: The Journal of the International Television Association*，简称 ITVA）。在加入 Ziff-Davis 公司以前，诺蓝哈曾是教育用品资讯交流学会（Educational Products Information Exchange Institute，简称 EPIE）的技术指导。

诺蓝哈有 20 年的广播电视工作经验，曾于纽约的公共电视台（PBS）、爱尔兰的 Telefis Eireann 广播公司，以及全印度广播电视公司（All India Radio & Television）等机构制作节目。在纽约有线电视发展的初期，她也曾任国际青少年节目的主持人。

此外，诺蓝哈博士曾于纽约纽罗契尔（New Rochelle）地区的爱荷那学院（Iona College）担任助理教授；她也曾是康乃狄克州费尔费德大学（Fairfield University）企业与政治传播研究所的兼职副教授。许多企业与大学经常邀请她演讲有关传播新科技的应用；很多传播硬件与软件公司也都以她的研究，作为决策的基础方针。

诺蓝哈博士曾撰写并制作过许多不同媒体的训练与行销节目，提供给企业界及教育界广阔的媒体概念；她也曾多次应邀于美国国内或国际的影视节目大展中担任评审。

序

找一份好工作，就像找一本好书一样不容易。

对正在追寻传播专业生涯的人而言，这项任务确实是很艰巨的。正如本书作者秀兰·诺蓝哈所言，找一份最适合你的工作的最佳途径是：有组织、有计划地去寻找。

有效率的传播人可说是商业界、工业界、政府和教育界的主要原动力，然而在这个行业中，最难的便是找到一份可安身立命的工作。诺蓝哈博士在

她的研究中指出了美好的远景，并介绍出这个令人兴奋且有价值的领域中的一些工作机会。她描述了当今传播界重要的媒体工作——新闻、摄影、广播、电视、电影、多媒体、公共关系和广告。

在找寻工作与如何得到这份工作方面，作者提供给读者许多实质的建议。此外，本书提到很多实际的指南，涵盖了很有价值的求职资讯，其中包括公会、出版资料等。

身为一个传播专业人员，诺蓝哈博士十分明白人与人之间的行为技巧，不论是在教育、训练或动机上，可说是一种科学和艺术。而她将这样复杂的领域，深入浅出地描绘出来。她亦简明地陈述当今传播界的工作机会，对想要学习有效传播的技巧和艺术的人而言，此书确实是本好书。

Harry R. McGee, CAE

执行副总裁

**国际传播工业协会 (International
Communication Industries Association)**

译序：前进数位传播专业

从卫星工业的天空之战，到信息高速公路的网络之争，“传播”这个高度发展的工业，从类比到数位，从无线延伸至有线，乃至卫星传送，甚而从区域迈向国际，魅力无人可挡。在传播工业走向国际化的今天，所有的现代化国家，无不大力推展传播工业，各行各业也无不尽其所能地运用媒体，并深信掌握媒体，便能掌握资讯，传播专业也因而蓬勃起来。

由诺蓝哈博士所著的《进入传播业》(*Careers in*

Communications)，是一本介绍传播专业的书。她以美国为例，钜细靡遗地叙述每一项传播专业领域的就业供需，并从各个职务的细分到专业人才所需具备的条件，逐一加以介绍。从中我们知道何以美国被称为“媒体王国”，而成为我们传播业学习的对象。本书的内容可被归纳出以下四大特色：

1. 媒体的多元、联结、与整合。本书指出各个媒体之间的界线是模糊的，媒体虽有不同，然而其间的重叠与联结是延伸发展的要素；换言之，媒体的多元性已逐渐趋于整合。举例来说，“新闻媒体”所指的不再仅是传统的报章杂志，与电视、广播新闻、卫星传真，甚至网络资讯的整合，已延伸了它的定义。又如，电影工业在新兴影视科技的冲击之下，非但没有没落，反使其他媒介成为影片展示的窗口（例如：录像带、有线、卫星电视、影视光碟VCD等。）

2. 传播工业的需求。本书叙述了每一个传播专业领域发展的可能性，以及实际被运用的层面。例如，多媒体工业在工商业界如何被运用，特别是在

哪些部门制作；又如何被使用在医疗、政府、或宗教团体中；与广告和公关公司之间的关系如何等等。换句话说，作者是以一个广博的视野来看传播专业的发展，并从各个运用的层面来分析就业市场的需求。作者并详细地指出各项职务的工作性质，也提出对各类专业人才的建议。

3. 传播教育的重要性。本书描述了在美国的传播环境中，教育所扮演的重要角色，而传播教育可说是就业前最好的训练工场。对计划出国念书的同学，以及想再进修的传播专业人士而言，是一份很好的参考资料。此外，针对不同的专业职务，本书建议了不同的专业训练。以公关经理的职位为例，非但要具备公关的相关知识与经验，更需要受过经营管理的训练；因此，对这份工作而言，传播加上管理的学位是不可或缺的。

4. 各项参考资料的提供。本书搜集了极丰富的就业资料。对此行业有兴趣的专业人士与同学来说，这是一份不可多得的参考资料。除此之外，作者更提供了撰写履历表，以及面试时所需注意的各项事

宜。

诺蓝哈博士以深入浅出的方式，介绍了八大传播行业，精炼的文字中蕴含了丰富且完备的资讯，是传播人不可或缺的参考资料，更是意欲进入传播业的学子们最佳的入门书籍。此外，美国的实例也可以成为我们传播业发展的指标。

最后，译者要感谢英泰广告林呈绿副总经理的引介，使我们有机会翻译这本著作。谢谢翻译期间家人的支持，蓝琪、乃怡的帮忙，以及在美国的信佑、玉芳夫妇的协助。更感谢上帝，让我们顺利地完成翻译的工作。

黄宝玉 陈明珠

1997 年于台北/美国俄亥俄州哥伦布市

前言

传播是一个多面向的行业，它提供令人既兴奋且具挑战性的工作机会。本书将带领你了解各个不同面向的传播媒体，并且触及环绕于此充满活力行业的各种实务领域。这个行业耗资兆亿美金在制作和传布文字、声音和影像上，而整个传播活动的广大范围中有一个焦点，就是信息的核心与目的。

此外，本书亦详细地说明设计、制作与传布信息的基本技巧，其可广泛地运用在资讯交流、教学、说服技巧和娱乐上。书中的每一章都只针对一种媒

体专业加以探讨，包括新闻、摄影、电影、广播/录音、视听多媒体、电视/录像、广告，以及公共关系。每一章的内容都非常丰富，涵盖了工作本质的介绍、工作何处寻、以及每一项工作所需的技术与所提供的训练。

如果你读此书的初衷，只是想翻阅你所感兴趣的某一种媒体，你或许也需要参考书中介绍其他传播媒体的章节，因为传播业中的大部分工作是互相关联的，多了解这些工作将帮助你更深入地了解所选择的专业路径，以及这个专业与其他专业在整个传播业里的连贯性。

大众传播的诱人之处经常是在其科技部分。媒体科技从瞬间摄影到激光录音、录像，不断以惊人的步调加速发展，这也促使工作机会不断地增加且多样。而科技千变万化的特质，使得传播业工作变得更加迷人。

本书的目的是以可理解和实用的取向，提供在这个不断发展的行业中，不同的工作所需的各类资

讯；同时也帮助你找到一个最能发挥你的才能和技术的领域。本书正如一本参考书和指南一般，提供如何进入此行业的各种需知，并帮助你在所选择的媒体，及广泛的传播业中，完成专业的创造力。

新兴科技和传播就业市场

新兴的科技于 90 年代，以快速的步调不断地改变传播专业的本质。因此，有心的传播人便积极地学习、熟练下列各项传播科技的技术。

新闻 新闻界早已积极地使用科技，使采访者与编辑的工作更加完善且迅速。附有高速数据机(modem)的手提电脑，连接台式出版系统，再连结至自动服务部门和印刷厂，像这样快速的新闻传送方式，早已取代了过去的传统印刷新闻业。

通过电脑连网(on-line)和光盘(CD-ROM)来编辑、并传送具有新闻价值的资讯，已成为新趋势。这个正在发展的趋势所代表的意义是，新闻专业领

域将会有更大的变革；而电子新闻摄影（electronic photo journalism）、便携卫星连接系统（portable satellite uplinks）、台式录像与多媒体剪辑系统的使用，只是诸多加速新闻专业革命的新科技中的一小部分。

摄影 电子摄影（electronic photography）革命性地改变了这个专业过去 50 年来缓慢且稳定的发展本质，其拍摄、加工、传送、及剪辑影像等功能，立即吸引了新闻摄影记者及工业摄影师。高品质且低价位的 CCD 晶片，使得电子摄影开始被普遍运用。JPEG 压缩、CD-ROM 储存和照片的输出（如：柯达影像光盘）、影像资料库和分类系统（如：Aldus Fetch）、彩色复印、“录像印相机”等，正开始且将永远改变我们储存、找寻和输出影像的方法。

基于相同环境的考虑，其他的应用领域也加速了电子摄影的发展。举例来说，许多组织发现，他们面临科技无法在水中使用的严重限制，而电子摄影便是解决此难题的最佳方法。

录像制作/后制作 随着新兴科技的发展,与数位录像、台式录像、CCD 摄影机、影棚自动化、组成式的卡匣格式等的出现,使得录像制作和后制作在过去几年中受益匪浅。

好消息是,新的创意能力和直线下降的硬件价格使得专业摄影普遍化,也大大地扩展了有线电视与家庭录像的市场需求。而坏消息则是,经济不景气加上企业合并,以及个人制作/消费录像的不断扩展,二者压缩了录像就业市场的发展。在此限制下,工作的份量必然加增,因此在摄影棚内,拥有天分与才干变得十分重要。另一方面,在地方新闻频道中,仅需运用少数的制作人、记者、编辑、节目策划人员报道大都会的新闻。

高科技加上外型轻薄短小的趋势,创造了更多的创作机会。一些小规模的独立制作,便开始使用像 Video Toaster 这种器材,与大制作公司签署副契约;他们是以创意而非庞大的预算取胜。

在制作与后制作过程中,仍有许多工作机会。而