



大众传媒概论

Mass media

张冠文 编著



山东大学出版社
Shandong University Press

大众传媒概论

张冠文 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大众传媒概论/张冠文编著. — 济南: 山东大学出版社,
2004.7

ISBN 7-5607-2798-0

I. 大...

II. 张...

III. 传播媒介—概论

IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 064095 号

山东大学出版社出版

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

济南景升印业有限公司印刷

850 × 1168 毫米 1/32 14.75 印张 377 千字

2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—2000 册

定价:24.80 元

目 录

第一章 总 论	(1)
第一节 大众传媒与传播学	(1)
第二节 传播媒介的发展演变	(7)
第三节 大众传媒的特性与管理体制	(19)
第四节 大众传媒的社会影响与功能	(25)
第二章 图 书	(35)
第一节 图书概述	(35)
第二节 图书的起源与发展	(41)
第三节 图书的出版发行	(50)
第四节 图书的现状与发展趋势	(60)
第三章 报 纸	(67)
第一节 报纸的产生和发展	(67)
第二节 报纸的编辑流程	(82)
第三节 中国报业面临的形势与生存策略	(92)
第四章 期 刊	(103)
第一节 期刊的起源与发展	(103)
第二节 期刊的特点与功能	(122)
第三节 期刊的现状与发展趋势	(126)
第四节 期刊的编辑出版与发行	(130)
第五章 通讯社	(139)
第一节 通讯社的产生和发展	(139)

第二节 通讯社的种类和特点.....	(146)
第三节 我国的通讯社.....	(154)
第四节 世界上主要的通讯社和通讯社联盟.....	(163)
第六章 电 影.....	(180)
第一节 电影概述.....	(180)
第二节 电影发展简史.....	(185)
第三节 电影的现状.....	(204)
第四节 电影的生产流程.....	(207)
第五节 电影的发展趋势.....	(214)
第七章 广 播.....	(218)
第一节 广播事业的诞生和发展.....	(218)
第二节 中国广播事业的产生和发展.....	(226)
第三节 广播语言.....	(239)
第四节 广播节目的形态和生产.....	(253)
第五节 广播传播的方式和特点.....	(264)
第八章 电 视.....	(271)
第一节 电视事业的诞生与发展.....	(271)
第二节 中国电视的产生和发展.....	(281)
第三节 电视节目的生产与传播.....	(294)
第四节 电视节目.....	(307)
第五节 电视语言.....	(317)
第九章 因特网.....	(331)
第一节 因特网的起源和发展.....	(331)
第二节 我国因特网的发展历程.....	(345)
第三节 因特网的特点与功能.....	(350)
第四节 因特网的传播模式和特征.....	(361)
第十章 大众传媒的新格局.....	(373)
第一节 传统媒介面临挑战.....	(373)

第二节	网络时代的报纸.....	(377)
第三节	网络时代的广播.....	(384)
第四节	网络时代的电视.....	(391)
第五节	大众传媒的新格局.....	(400)
第十一章	传媒理论.....	(408)
第一节	麦克卢汉的媒介理论.....	(408)
第二节	英尼斯的媒介理论.....	(418)
第三节	梅罗维兹的媒介理论.....	(428)
第四节	威廉斯的媒介理论.....	(440)
参考文献		(452)
后 记		(457)

第一章

总 论

我们生活在一个大众传播的时代,传播媒介把世界连接成一个小小的地球村,人们通过传播媒介认识和了解外部的大于世界,按照传播媒介所设置的议程安排自己的工作和生活。书籍、报刊、广播、电视等大众传媒的信息传播活动不仅普及到社会的每一个角落,而且渗透到社会生活的各个方面。大众传媒是实现国家和社会目标的重要手段,是社会上各利益集团争取和维护自身利益的工具,又为社会大众提供了文化和娱乐。大众传播的影响之普遍,作用之强大,使得它成为现代社会中最重要的信息系统。

第一节 大众传媒与传播学

传播是自然界和社会的普遍现象,传播是社会的粘合剂,传播是人与人关系赖以成立和发展的机制,是社会信息的传递或社会信息系统的运行。“传播”一词用英文表述为 communication,是传递、输送、沟通、交流的意思,它包含着一个重要意义:信息的交流与分享。香农与韦弗在他们合著的《传播的数学理论》一书的开篇就说:“凡是一个心灵影响另一个心灵的过程,均称为传播。”的确如此,我们通过报纸、广播、电视获得信息的过程,更多的是在与媒介上的信息及其作者进行心灵上的交流。传播学是 20 世纪出现的一门新兴的社会科学,是研究社会信息系统及其运行规律,与新闻学、社会学、心理学、政治学、信息论、系统论等诸多学科相互关

联的综合性、边缘性的学科。传播学在其发展的历程中形成了许多分支和研究领域,我们将通过对传播类型和传播要素的考察,把握大众传媒的研究在整个传播学研究中的地位。

一、传播的类型

传播学在发展过程中形成了许多分支,从不同角度可以进行不同的分类。根据传播对象的多少和性质的差异,人类的传播活动可分为五种类型:

(1) 内向传播。内向传播是指个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动,即人的自我信息传递,如感知以及由感性到理性的意识和思维活动,它在很大程度上具有心理学的性质。内向传播既是人的最基本的传播活动,又是一切传播活动的基础,任何一种其他类型的传播,如人际传播、大众传播等,都伴随着内向传播的环节。而人的内向传播的性质和结果,也必然对其他类型的传播产生重要的影响。

(2) 人际传播。人际传播是指个人与个人之间的信息交流,是由两个个体系统相互连接组成的新的信息传播系统,是社会生活中最直观、最常见、最丰富、最典型的社会传播现象,是人与社会关系的直接体现。由于情绪与身体联系密切,传播具有个人色彩,信息反馈和双向互动及时而丰富。传统上人际传播是面对面的交谈,以声音和体态语言为媒介。随着媒介技术的发展,现代人际传播也经常通过电话、电报、传真和因特网等中介来进行。

(3) 群体传播。群体传播是指社会群体内的信息交流活动。群体是具有特定的共同目标和共同归属感、存在着互动关系的人的集合,有组织群体与非组织群体之分。群体传播是数量不等的人群按照某种会聚的方式在一定的场所进行的,总体经验不如人际传播那样来得直接和强烈。每个人都生活在一定的群体中,都是群体传播的参与者。

(4) 组织传播。组织传播是指以职能集团为主要成分的社会组织内部,如政党、社团、机关、学校、企业、军队等成员之间、组织与组织之间的信息交流。组织内传播是组织维持其内部统一,实现整体协调和整体运作的过程,包括下行传播、上行传播和横向传播。组织外传播是组织与其外部环境进行信息互动的过程,它包括信息输入与信息输出两个方面。有人认为组织传播是群体传播的变种,如文件、备忘录取代了私人信件,电话会议取代了集中开会。

(5) 大众传播。大众传播是指专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段,以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产和传播活动。大众传播具有传播速度快、信息量大、传播对象众多等优势,是人类重要的信息交流方式之一,在当今社会中发挥着越来越重要的作用。由于大众传播的内容与社会观念、价值行为规范等具有直接的关系,并且传播过程的特殊性赋予了它巨大的社会影响力,所以各个国家都把它纳入社会制度的轨道。

大众的本意是“大规模的”,在西方社会,大众是一个有着严格界定和特殊含义的术语。根据西方社会学的“大众社会理论”,现代社会由“原子化”的个人组成,个人之间互不知名、彼此分散、极少往来、缺乏组织、互不了解、缺乏认同,游离于有约束力的社会强制力之外,这类群体叫大众。因此大众具有以下特征:规模的巨大性、分散性、异质性、匿名性、流动性和无组织性。

如果把社会信息系统大致分成微观、中观和宏观系统,那么,内向传播和人际传播属于微观系统,群体传播和组织传播属于中观系统,大众传播则属于宏观系统的范畴。传播的各种类型和各个层次并不是孤立存在的,它们互相交织、互为补充,构成了人类信息传播的多种方式。

二、传播过程的构成要素

传播的过程受许多因素的影响,许多传播学家提出了传播过程的模式,虽然这些模式各不相同,但都由以下基本要素构成:

(1) 传播者。传播者又称信源,是指传播行为的引发者,即以发出信息的方式主动作用于他人的人。在社会传播中,传播者既可以是人,也可以是群体或组织。

(2) 受传者。受传者又称信宿,即信息的接收者与反应者,也就是传播者的作用对象。作用对象并不意味着受传者是一种被动的存在,相反,他可以通过反馈活动来影响传播者。受传者同样可以是个人,也可以是群体或组织。受传者和传播者并不是固定不变的角色,在一般传播过程中,两者能够发生角色的转换或交替。

(3) 信息。信息是指由一组相互关联的有意义符号组成,能够表达某种完整意义的内容。信息是传播者和受传者之间社会互动的介质,通过信息,两者之间发生意义的交换,达到互动的目的。

(4) 媒介。媒介又称传播渠道、信道、手段或工具。媒介是介于信息传播过程中,传受双方之间的“中介物”,是传播信息符号的物质载体,是信息的携带者,是将传播过程各要素相互连接起来的纽带。

媒介(media)是传播学的核心概念之一。传播学家施拉姆认为:“媒介就是插入传播过程之中,用以扩大并延伸信息传送的工具。”但是,媒介一词具有多义性,在不同场合有不同的含义。我们可以说语言、文字是传播媒介,可以说电话、报纸、书籍、电视等是传播媒介。概括起来说,传播媒介大致有两种含义:第一,它指信息传递的载体、渠道、中介物、工具或技术手段;第二,它指从事信息的采集、加工制作和传播的社会组织,即传播机构。这两种含义指示的对象或领域是不同的,但无论哪一种意义上的媒介,都是社会信息系统不可或缺的重要环节和要素。

(5) 反馈。反馈是指受传者对接收到的信息的反应或回应,

也是受传者对传播者的反作用。获得反馈信息是传播者的意图和目的,发出反馈信息是受传者能动性的体现。反馈是体现社会传播的双向性和互动性的重要机制,其速度和质量依媒介的性质而不同,但它总是传播过程不可或缺的要素。

以上五个要素是传播过程得以成立的基本条件,在任何一种人类传播中都是不可缺少的。

三、大众传媒

在大众传播过程中,面向为数众多的受众传播信息符号的物质载体就是大众传播媒介,简称大众传媒。它包括书籍、报纸、期刊、通讯社、广播、电影、电视及因特网等。大众传媒研究是传播学研究的重要组成部分,是研究大众传播媒介的产生、发展、演变及其社会功能的一门新兴的边缘学科。大众传媒可以从不同的角度进行分类,而且这种分类也不是一成不变的。

(1) 按照媒介的传输手段可分为:① 印刷媒介:报纸、杂志、书籍;② 电子媒介:广播、电影、电视、因特网等;③ 综合媒介:通讯社。

(2) 按照媒介与受众交流的方式可分为:① 单向传输媒介:报纸、杂志、书籍、广播、电影、电视等;② 互动媒介:因特网。

(3) 按照媒介发展的时间进程可分为:① 传统的媒介:报纸、杂志、书籍、广播、电影、电视等;② 新兴的媒介:网络、电子出版物等。

媒介作为信息传递、交流的工具和手段,在人类传播中起着极为重要的作用。没有语言和文字的中介,人类传播就不能摆脱原始的动物传播状态,没有机械印刷和电子传输等大量复制信息的科技手段的出现,就不可能有现代的大众传播,也不可能有今天的信息社会。信息与传播不可分,世界上没有离开传播而独立存在的信息,也没有不包含信息的传播,而信息的传播又都离不开媒

介。媒介是信息传播得以实现的基本条件,它扩大并延伸了人类信息传播的能力。

首先,人类的意识、思维活动离不开媒介。语言是交际的工具,也是思维的工具。作为信息传播的主体,人对客观信息的认识、反映、选择、加工、分析等思维活动和意识活动,必须依赖物质载体——语言媒介。人的思想必须要有语言形式,人的思考,实际上表现为利用语言媒介对信息进行加工,即自身传播的过程。

其次,对信息的表述和传播更要凭借媒介才能进行。离开媒介,人既不能对信息材料进行分析、思考,更不可能对分析、思考的结果进行传播和接收。信息不能以“虚幻”的形式存在和传递,它必须被“物化”,即依附一定的物质载体才能显示,才能成为被传播的内容和材料。传播者通过媒介才能传递信息,接收者也只有通过媒介这一“中介物”才能接收信息。即使是面对面的交谈,也必须借助语言媒介和非语言媒介才能进行。

第三,媒介拓展了人类的传播范围和传播能力。正如加拿大传播学家麦克卢汉所说,媒介是人体的延伸。广播是耳朵的延伸,电视是耳朵和眼睛的同时延伸,无线电使人的“千里眼”和“顺风耳”的梦想成为现实。

媒介所传递的是信息。英国人类学家贝特森指出:个体的心灵处在一个由模式、秩序、共鸣所构成的世界,是某个大的有序系统的子系统,心灵固存于这个较大的有序系统的各路径所携带的信息中,心灵也固存于传递信息的路径中,落在你身后的雨点不含信息,落在你鼻尖的雨点则含信息。^①

麦克卢汉曾提出过著名的“媒介即信息”的理论,但他也同时提出另一个理论:“媒介即按摩”,媒介帮我们克服了乏味感与无聊

^① 转引自唐顺平《媒介与人:数字化时代我们需要什么样的媒介?》,载《新闻与传播》2001年第5期。

感,让我们始终不会处于一种“无交流的状态”,“大众传播媒介使人避免了度日如年,百无聊赖,无所事事之类的感觉”^①。当我们从精神的视角来考察媒介的本质,不难发现,媒介带给我们更多的是精神的慰藉和陪伴,除天气预报、股市行情外,其他诸如政治消息、各种新闻、娱乐信息等内容都是一种精神信息的交流。因此,大众传播的信息既具有商品属性,又具有文化属性。

今天,大众传媒无处不在,它正在改变着人们的生活方式、思维方式和价值观念。在当今世界上,传播媒介的发展水平是衡量一个国家或地区综合经济实力的重要指标,是一个国家或地区科学技术、文化教育是否发达的重要标志。传播媒介越发展,人们对它的依赖就越强,每个人都需要根据媒介提供的信息,了解外部世界的发展和变化,并根据这种变化适时调整自己的策略和行为方式,以适应新的形势,求得新的发展,大众传媒成为我们生活中须臾离不开的朋友。所以,认识大众传媒、利用大众传媒是我们必然的现实选择。

第二节 传播媒介的发展演变

传播媒介的发展是人类传播能力发展变化的直接表现,传播媒介在相当程度上决定着人类传播的方式和结构,人类传播的发展历史实际上就是一部传播媒介的发展史。传播媒介受社会生产力水平的制约,随着传播技术的发展不断更新,随着传播规模的扩大而不断发展。从原始的结绳记事到现代的卫星通信,人类的传播媒介经历了一个从简单到复杂、从落后到先进的漫长发展过程。

从媒介发展的角度看,人类传播的历程大致可分为五个阶段,

^① 吴伯凡:《孤独的狂欢——数字时代的交往》,中国人民大学出版社1998年版,第1页。

即非语言传播时代、口语传播时代、文字传播时代、印刷传播时代、电子媒介传播时代。

一、非语言传播时代

在语言产生之前,人们之间信息的传播是通过非语言符号进行的。在人类进化早期,人类用与现在复杂动物相类似的方式,如尖叫、呼喊和身体动作形成彼此理解的非语言符号和信号进行传播,遗传或本能的反应在这种传播中起着重要作用。到了后期,人类可以根据后天学会的并且彼此相互理解的意义规则来使用发声、手势信号、面部表情、身体动作进行较为复杂的传播。至今,我们仍可以从一些原始部落的原始语言——“体语”中来体会这一时期人类的传播情景。如澳大利亚西北部昆士兰人的这样一个日常交流的场景:甲用手指指头上的汗,乙张开嘴,指指喉咙,并作出双手捧水的样子。接着,甲用双手做挂项链的动作,羡慕地一笑,乙做双手交换的动作和袋鼠跳跃的动作。随后,甲做拉弓的动作和袋鼠跳跃的动作,乙爽朗地一笑,并扬起左手。“翻译”出来,大意如下:

“今天这鬼天气,太热了!”

“可不是,热得嗓子都要冒烟了。要是有点水喝,那多好啊!”

“哟,你的项链真漂亮,哪来的?”

“用袋鼠跟白人换的。”

“那我明天也去打袋鼠。”

“好,祝你走运。”^①

这种非语言符号的传播是相当原始的,这一传播方式决定了非语言传播时代的人类不得不保持所传信息的简短和单一,并且必须缓慢地进行传播。这种原始状态的传播是由这一时代人类的

^① 余志和等:《漫话信息技术》,世界知识出版社1993年版,第23~24页。

生理局限导致的。这种局限性决定了这一时代的人类不可能发展一种较为复杂的文化,即使简单的文化,其发展速度也极其缓慢,规模相当微小。

二、口语传播时代

语言是大约产生于9万年前到4万年前之间,关于语言产生的原因,有许多观点。例如“汪汪理论”——指人类模仿动物世界和自然界的聲音(如狗叫、雷鸣或波涛等)并以其作为语言的要素;“感叹理论”——认为语言是产生于对欢愉、痛苦、气愤、惊恐等情绪的表达;“唱歌理论”——认为语言是从传播感情和欢庆喜事的歌中演变出来的;“哟—嗨—嗨理论”——指语言起源于体力耗费时所发出的声音;“约克—约克理论”——认为语言是在刚好与特别重要或特别兴奋的事件有关的时候发出的偶然性声音演变出来的,等等。马克思主义认为,语言产生于社会性的生产劳动和协作的需要。随着生产劳动的不断发展,人们的社会交往日益增多,彼此要沟通与传达的信息越来越复杂;人的发音器官日趋成熟,逐渐能发出一个个抑扬顿挫的清晰音节,这些音节一旦具有固定的意义,得到社会的确定,并有了一套使用规则,语言便产生了。语言的产生,大大加快了人类脱离野蛮、走向文明的进程,对信息传播乃至整个人类社会的发展,具有极其重要的意义。

首先,语言拓展了人类信息传播的内容。语言的产生,标志着人类已“学会把声音和它们所指的对象分离开”,拥有了“可以随处携带和用来在一切地方都指同一样东西的声音符号,而无须指着对象或站在对象旁边或朝对象嗥叫”^①,从而摆脱了非语言传播时代人类信息传播对“具体对象”的依赖,极大地拓宽了传播范围,丰富了传播内容。

^① [美]威尔伯·施拉姆:《传播学概论》,新华出版社1984年版,第7~10页。

其次,语言不仅是“人类最重要的交际工具”,而且成为人类最重要的思维工具。语言的运用,使得人们对客观事物进行分类、抽象、分析、综合和推测,极大地增强了人类思维的条理性和清晰度,提高了思维能力。

第三,在长度、复杂性、准确性和精细程度方面,语言可以记忆、传递、接收和理解的信息,都远远超过了非语言传播时代人类采取的传播形式所能达到的程度。

在口语传播时代,非语言媒介仍然发挥着重要的传播作用。这些非语言媒介主要包括实物媒介和图画媒介。我国古代的结绳记事就是最典型的实物传播。《易经》指出:上古结绳而治,后世圣人易之为书契。汉代郑玄《周易注》也指出:古者无文字,结绳为约,事大,大结其绳;事小,小结其绳。古秘鲁的印第安人也有结绳记事习惯,并以不同颜色的绳子代表不同的意思。此外,印加古国也曾利用相当复杂的结绳方法进行信息传播。甚至直到今天,一些没有文字的民族仍然采用结绳记事方法传播信息。

古希腊著名历史学家希罗多德的《历史》一书所记述的一件事,作为早期人类利用实物进行传播的生动实例被广为征引:据说大流士王在征战中陷入困境,斯奇提亚人派使者送来一封“实物信”,里面包着一只鸟、一只老鼠、一只青蛙和五支箭。经分析破译,意思是:波斯人,你既不会像鸟一样远走高飞,也不会像老鼠一样钻地逃跑,更不会像青蛙一样跳出包围圈,那就赶快投降吧,否则我们就用箭将你们射死。

图画媒介也是早期人类交流、保存和传播信息的重要方式。在许多国家,都发现有原始人用来保存信息的岩洞壁画、雕刻等。普列汉诺夫在《论艺术》(又名《没有地址的信》)中引述了一些人类学家的研究成果:“为了表达和交换自己的思想,北美印第安人往往喜欢求助于绘画文字……在澳洲,这种绘画文字也是服务于这样的目的。‘奥斯汀在澳洲大陆内地的溪水周围的岩石上发现

了一些袋鼠的腿和人的胳膊的图形,凿刻的目的显然是想表明,人和动物都到这个水泉来喝过水’……封·登·斯坦恩说,有一次他在巴西一条河的沙岸上看到了土人所画的一幅表现本地一种鱼的图画。于是他命令伴随他的印第安人撒下网去,他们便捞出了几条同沙岸上所画的一样的鱼。显然,土人在画这幅图画时候,是想向自己的伙伴们报告,在这个地点可以找到什么鱼……”^① 诸如此类的考证材料说明,人类早期的确曾广泛地借助于图画符号从事信息传播活动。

图画媒介传播,打破了口头语言传播的传受双方必须“共时”的局限,其“历时”性质使信息得以记载而保存久远。从图画传播媒介中我们可以看到早期文字的影子,正如传播学家施拉姆所指出的,文字“毫无疑问是从较老的画图经验中演变出来的”^②,图画符号的逐步抽象化成为许多文字产生发展的途径,象形文字的产生演变就是如此。

三、文字传播时代

文字大约产生于 5000 年前。口语传播的传受双方须在“共时”状态下方可实现信息沟通,信息转瞬即逝,保存信息只能依靠记忆。为了同更多的人联络和交流,为了运转日益复杂的社会组织,为了传承知识和经验,人类逐渐克服了口头语言传播的局限性,发明了文字。文字是记录和传达人类语言的书写符号,是人们思想的新工具,是人类传播史上的第二座里程碑。如果说语言的产生使人类彻底摆脱了动物状态,那么文字的产生是人类进入文明社会的一个重要标志。

文字起源于图画,最早出现的文字都是图形文字,文字形成于

① [俄]普列汉诺夫:《论艺术》,三联书店 1973 年版,第 136~137 页。

② [美]威尔伯·施拉姆:《传播学概论》,新华出版社 1984 年版,第 10 页。