



林克勤 严功军◎主编

Renzhi Chuanboxue Luncong

认知传播学论丛

第一辑



林克勤 严功军◎主编

Ren zhi Chuan boxue Lun cong

认知传播学论丛

第一辑

责任编辑:王 冰
责任校对:敬铃凌
封面设计:跨 克
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

认知传播学论丛. 第1辑 / 林克勤, 严功军主编.
—成都: 四川大学出版社, 2015. 6
ISBN 978-7-5614-8710-5
I. ①认… II. ①林… ②严… III. ①传播学—研究
IV. ①G206
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 154157 号

书名 认知传播学论丛 第一辑

主 编	林克勤 严功军
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 978-7-5614-8710-5
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170 mm×240 mm
印 张	15
字 数	270 千字
版 次	2015 年 9 月第 1 版
印 次	2015 年 9 月第 1 次印刷
定 价	38.00 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>

序

加强认知传播学研究，建构国家话语体系

陈汝东¹

经过改革开放三十多年的发展，我国的当代传播学研究如火如荼，已蔚成气象，新闻传播学学科遍及全国数百所院校。媒介、传播，不仅仅是信息交流的方式和方法，同时也已成为一种人类生活方式，一种社会生产力，一种社会发展模式，一种强国惠民的重要途径。网络、手机、微博、微信等新媒体、新传播现象风起云涌。媒介化时空、媒介化生存、语言传播气象、国家叙事、媒介文明等新范畴，正在成为时代风尚。雨后春笋般的新现象、新问题、新挑战，亟待我们去探讨、分析、发掘、应对。这不仅需要新方法、新视角，而且需要加强各学科间的交流与合作，形成新的学术共同体，塑造出新的学术气象。

2014年年初，姜孟、林克勤教授与我沟通，申请成立认知传播学会，我当即表示赞同。与全球修辞学会的各国理事协商，他们也都表示赞同。这也是切合全球修辞学会宗旨的。

1 【作者简介】陈汝东，全球修辞学会会长，北京大学新闻与传播学院教授，博士生导师，主要从事修辞学、新闻传播学、语言学等领域新兴交叉学科研究。

2012年10月，全球修辞学会成立于韩国的仁川大学，其前身是2007年7月成立于法国的世界汉语修辞学会。目前，会员包括中国、美国、法国、意大利、德国、英国、南非、澳大利亚、阿根廷、韩国、日本、加拿大、保加利亚、丹麦、瑞典等数十个国家和地区的数百名学者。学会成立以来，本着“学术·文化·友谊”的宗旨，开展了广泛多样的学术活动，先后召开了四届年会和多次国际学术会议，产生了广泛的国际影响，大大促进了各国学者间的交流与合作，为人类所面临的全球问题的解决提供了创造性的理论和思想。

全球修辞学会是一个开放的国际学术共同体，下辖世界汉语修辞学会、全球传媒伦理与法制联合会、国际比较修辞学会等多个分会。认知传播学会分会的成立，为学会的进一步发展壮大，开辟了新的学科发展空间。为此，我期望认知传播学的全体同仁，团结国内外学者，秉承学会“学术·文化·友谊”的宗旨，不断开拓、创新，在认知传播学领域开疆拓土，创新说，立新论，不断壮大学会队伍，丰富我国的传播学理论，提升我国学术的国际水平和声誉，为我国国家话语体系的建构、国家传播能力的提高，为我国的学术事业，为国际交流与合作，做出积极贡献。

2014年4月，四川外国语大学召开了中国认知传播学会成立大会暨全国首届认知传播研究高峰论坛，诸多学科的学者汇聚一堂，共同探讨认知传播学，建立认知传播学会，这具有重要的学术和社会意义。

首先，成立认知传播学会，加强认知传播学研究，符合学术发展的大势。认知科学是当代科学发展的前沿领域，是未来人类社会进步的重要桥梁。其致力于解决的人机对话、人工智能、数字智慧等问题，是人类社会生产力发展模式转变的关键。如何让计算机理解自然语言，具备与人类一样的认知和思维能力，实现人机传播的畅通无阻，需要语言学、修辞学、传播学、认知科学等的交叉、协同与合作，需要各领域学者在知识结构、研究方法上的不断推陈出新，因为各种话语

中的修辞传播现象是人机对话、人工智能最难解决的问题之一。学科交叉、整合、融合与创新,是当代学术理论研究的大势所趋。认知传播学研究无疑切合了这一发展趋势。

其次,切合了我国人文社会科学发展的理论趋势和国家发展需要,特别是国家话语体系建构的需要。经过三十多年的改革开放,我国的整体实力空前壮大,已成为世界第二大经济体。但是,我国的文化发展却相对滞后。在全球传播中,如何实现我国文化的战略复兴,如何提高中华文化的全球传播效率?是新闻学、传播学、语言学、修辞学等诸多人文与社会科学研究者责无旁贷的使命。中国共产党十八大以来,提高国家传播能力,建构国家话语体系,上升到了国家战略高度。这为我们的研究提出了更高的要求,同时也创造了理论创新的良好契机。

国家话语体系的建构,国家话语能力的提高,离不开对全球传播环境中受众的认知分析。传播需要认知,需要对传播环境、受众、信息和媒介的属性等进行感知、知觉、分析、判断、推理,需要适时调控传播动机、目的与信息、传播手段、方法、受众、环境等各种因素的匹配关系。同样,认知的过程和结果也需要传播,需要社会化。中华文化是中华民族数千年劳动、思维、认知、创造的结晶。其全球化传播无疑需要现代认知科学的理论支撑。此外,随着我国信息化社会的发展,海量话语数据信息的认知、分析和处理,国家精神的形成与传播,国家意志的全球化以及国家治理乃至全球治理,同样离不开认知科学的理论支撑。所以说,我国认知传播学研究的开展是正当其时。

作为一门新兴交叉学科,认知传播学的发展,自然面临许多学术困难。攻坚克难,奋力开拓该学术领域,应首先具有广博高远的学术视野,不囿于一城一地、一山一水,在认知科学、新闻学、传播学、话语学、修辞学等的学术百花园中广泛采撷,精心酿造出新蜜,在上述学科大厦的基础上构建起新的学科平台;其次,还应具有紧密的现实观照,切实把握我国传

播实践的新动态，使认知传播学的理论建设扎根于全球数字媒介传播土壤，服务于我国的国家传播，这样才能使认知传播学叶茂花繁。再次，还应具有超凡的学术探索勇气和坚忍不拔、锲而不舍的创新毅力，密切把握各学科发展的理论前沿，适时从中汲取丰富的理论营养，融会贯通新的方法，不断攀高创新。

此次四川大学出版社推出《认知传播学论丛 第一辑》，不仅体现了当代学术发展的必然逻辑，也反映了出版社和学会、各位学者开阔而富有前瞻性的学术视野。大纛既起开风气，奋勇争先创辉煌。相信，随着认知传播学会的成立、《认知传播学论丛》的陆续出版，认知传播学会必将凝聚起语言学、修辞学、新闻传播学、认知科学等领域的专家学者，形成新的国际学术共同体，积极推进学科跨界融合，开创光辉灿烂的学术新气象！

目录

CONTENTS

认知传播学科的学理建构·····	欧阳宏生	1
一、认知传播学研究的源起、目的和意义 / 2		
二、认知传播学研究现状与文献分析 / 5		
三、认知传播学研究内容与方法 / 10		
认知传播学的宏观学术视野——视角、依据、对象和方法·····	林克勤	15
前言 从透明传播观到体认传播观 / 15		
一、作为一种研究范式和学派、思潮的认知传播学 / 17		
二、认知传播学产生的条件与依据 / 18		
三、认知传播学的研究对象 / 20		
四、认知传播学的研究方法 / 23		
五、结论 / 25		
西方媒介社会学研究的历史、现状与走向·····	邵培仁 展 宁	29
一、媒介社会学的学科范围 / 30		
二、媒介社会学的理论渊源：社会学视野下的传播 / 32		
三、媒介社会学的十大理论成果 / 36		
四、媒介社会学的未来走向 / 49		
“认知传播”研究的切入点分析·····	周鸿铎	58
一、现有理论解决不了的“例外” / 59		
二、“认知传播”研究范式探索和设计 / 61		
三、确立“认知传播”范式体系 / 63		

认知传播学：超学科研究的增长点·····	刘玉梅	64
一、引言 / 64		
二、超学科理念的提出 / 65		
三、传播学的超学科发展 / 67		
四、结语 / 70		
传播学研究的认知神经科学进路——认知神经传播学展望·····	姜 孟	72
一、认知神经科学概述 / 73		
二、认知神经科学与传播学的结合 / 75		
三、认知神经传播学研究的具体案例 / 78		
四、认知神经传播学研究的前景 / 82		
视觉传播基本元素与电视编辑创新·····	王 甫	85
一、点的强化和弱化 / 87		
二、有形线条与无形线条的表现力 / 89		
三、现场版与轴线规则的简约化 / 94		
传播研究的起点：作为传播主体的人、人的认知与传播·····	蒋东旭	98
一、从认识论的发展看传播中人的主体地位 / 99		
二、人的认知与传播 / 100		
三、认知传播研究对人的异化 / 104		
认知传播：融合视野中多元传播的创新研究·····	朱婧雯	106
一、学科地位：三重背景奠定认知传播坚实根基 / 107		
二、学科框架：三维视野塑造认知传播研究空间 / 109		
三、学科范式：二元路径洞悉认知传播内在规律 / 112		
体验认知视角下的传播研究——以CCTV和CNN索契冬奥会报道为例·····	赵永峰	115
一、引言 / 115		
二、新媒体时代学科融合发展 / 116		
三、认知视角的传播研究 / 117		
四、结语 / 124		
认知科学在电视传播实践中的创新应用·····	吴克宇	126
一、传播语态的创新应用 / 127		

二、传播议程的创新运用 / 128	
三、大数据新闻的创新应用 / 128	
四、社交媒体的创新应用 / 129	
五、台网融合的创新应用 / 129	
后现代状态下的精神交往·····	林克勤 131
一、主体间性与精神交往 / 133	
二、从生活世界到世界图景——精神交往的先验基础 / 135	
三、精神交往中的知识传播与语言游戏 / 138	
四、精神交往中的意义建构和理解 / 141	
五、结语 / 145	
修辞传播学与灾难新闻抒情叙事研究·····	彭华新 151
一、研究背景及研究设计 / 152	
二、修辞行为：灾难新闻中“求美”与“求真”之悖 / 153	
三、修辞本质：语境、身份与善意的“劝说” / 155	
四、修辞伦理：灾难新闻抒情的人性回归与叛离 / 158	
五、结论与反思 / 160	
认知传播学的理论与实践·····	王 寅 163
一、概述 / 163	
二、早期理论回顾 / 164	
三、后现代哲学和认知语言学 / 166	
四、认知传播学 / 169	
五、结语 / 174	
公众社会认知与中国对俄传播策略思考·····	严功军 177
一、公众社会认知与对外传播效果 / 178	
二、俄罗斯公众对中国的社会认知建构 / 178	
三、中国对俄传播的“认知缺位”问题 / 183	
四、中国对俄传播策略的“认知”思考 / 185	
中国媒介理论研究的当代镜像与发展趋势·····	张健康 188
一、研究概述 / 188	

二、中国媒介理论研究的酝酿期（1988—2001年） / 189

三、中国媒介理论研究的成长期（2002—2008年） / 193

四、中国媒介理论研究的成熟期（2009年至今） / 202

五、结语：中国媒介理论研究的展望 / 205

社会认知视角下的健康传播偏向…………… 刘国强 208

一、健康传播中的媒介偏向概述 / 209

二、当前健康传播认知偏向的具体表现 / 211

三、社会认知视角下健康传播偏向的形成机制分析 / 213

四、结语 / 216

传播中的“面子”：一种认知的研究视角——从面子理论到礼貌理论再到面子
协商理论…………… 陈佑荣 218

一、社会认知视角下的面子传播：戈夫曼及其面子理论 / 219

二、语言认知视角下的面子传播：布朗与莱文森的礼貌理论 / 222

三、文化认知视角下的面子传播：丁云珠的面子协商理论 / 224

四、结语 / 226

后 记…………… 229

认知传播学科的学理建构

欧阳宏生¹

【摘 要】认知传播学建立在认知与传播两大独立的学科体系之上，借助传统研究丰硕的理论成果，结合加速迭代的时代变革潮流，实现了一种交叉与融合的自觉。一方面，对于该学科形成的历史梳理能够为学科体系的建立奠定坚实的基础，进一步深化认知传播学研究的理论深度；另一方面，借助传统学科的交叉内质为认知传播学的研究进路提供工具支撑将更有利于认知传播学未来拓展广阔的发展空间。

【关键词】认知传播学 学科源起 目的意义 研究现状 文献分析 研究范式

认知与传播，两个古老而又新鲜的话题，也是两大渊源的古老学科，在历史长河中并没有因为时间的冲蚀而丝毫淡化国内外学者对其进一步研究的热情，反而在时代不断的更迭与人类文明的进程中不断生发出闪耀的前沿光芒。之所以如此，一方面作为人类超越众多其他生物的两大特性，认知与传播得以记载历史、传承文明；另一方面，在时代特征愈发多元、科技创新日益密集的今天，认知与传播与政治、经济、文明的关系更为紧密，甚至能够对其产生超越人类控制的反作用力。然而，纵观两大学科的研究脉络可以发现，从相互的独立研究到如今交叉研究的普遍化，认知传播学日益替代认知与传播，成为你中有我、我中有你

1 【作者简介】欧阳宏生：中国认知传播学会会长，四川大学教授、博士生导师、新闻传播研究所所长，主要从事电视文化、媒介批评、文化传播、认知传播等方面的研究。

的交互融合态势。正是在认知传播学顺应时代潮流的变革中，认知传播学在继承历史研究成果的基础上更需要寻求新的蓝海，在为人类的文明传承中带来引领作用。作为一门正在兴起的“老科学”，认知传播学作为一门交叉的新兴学科，其研究意义与未来价值可谓瞩目。

一、认知传播学研究的源起、目的和意义

一门学科的建立，首先要探讨的是这门学科存在的必要性，亦即学科的合法性边界；其次就是这门学科存在价值所在，亦即学科的合理性问题。从合法与合理出发来探讨认知传播学的存在固然是必需的，但是在当前的研究背景之下，认知与传播的跨学科学定位还可以超越合法与合理的边界探讨，走向更加自由、更加灵活，也更加贴合实际的研究方向，而这种新兴的研究策略，顺应着“后”时代的潮流，被冠以“后科学”之称（陈蕾，2011）。所谓“后科学”，亦即超越学科合理与合法的边界，从学术理性、社会意义出发探寻学科之间的交叉效应以及融合价值，在交融之中把握传统学科的前沿趋势，彰显学科的时代价值。

1. 价值理性重构学科蓝海

传播作为一种常见且古老的现象，为自然界所特有，而传播作为一门学科进行专门研究则是近两个世纪以来的新突破。而一门学科所必备的核心研究范式在传播学研究过程中却鲜有突破：传播学者施拉姆的控制研究之后，迎来了拉斯韦尔的5W研究模式，继而开启了传播学研究的五模块时代。直至今日，传播学研究大体上可以划分为以美国实证研究为主的经验学派和以欧洲人文精神导引的批判学派（梅琼林、王志永，2006）。

然而，无论是工具理性还是价值理性的传播研究，在后期均走向了一种偏狭的境地：工具理性下的实证研究充满功利色彩的终极动力，在多媒体时代超速迭代效应的影响下，难以走向深入；而价值理性下的批判研究却终将因为缺乏现实支撑而充满沦为空中楼阁的危险。正是在这样的传播研究环境下，传播学科的研究显得十分迷茫。一方面，传统的传播研究建立在不甚牢固的理论基础之上，亦即传播学科本身的身份界定模糊，核心研究范式尚不明确；另一方面，传统的研究领域正在被逐步填充，时代的进步引导整个社会不断变革的步伐，创新性研究以及更加贴合当今社会的现实性研究尚未被开拓。2008年，美国著名传播学学术

研究期刊《传播学季刊》以“交叉口”为主题再次就传播学学科合法性出路问题发动探讨（陈蕾，2011），“交叉”二字给传播学学科研究带来了全新的思考。

“交叉”不仅仅意味着传播与其他内容的相加或者并和，更预示着传播学的发展有必要建立在其他学科的内容之上，毕竟，传播作为一种超脱人类存在的现象，运用之广、价值之贵自不必说。因此，将传播与人类其他的学科研究融会贯通，让传播来解释其他研究现象或者利用其他现象的规律来阐释和改造传播，将给传播学的学科建构带来更加广阔的天地，也将为传播内涵和外延的挖掘带来更加深刻的思考。

传播的“交叉口”在哪里呢？诸如音乐传播、符号传播等交叉类的研究固然新颖独特，但是始终没有形成一定的体系，而缺乏体系的研究，终将沦为散兵游勇，最终难逃销声匿迹的命运。纵观当下以传播学为主体的交叉研究，其核心都建立在认知的基础上，例如音乐传播，如果没有人对于音乐超越于一般声音的认知体验，则音乐无法摆脱一般声音的局限，自然就无从达到传播的目的。可见，无论音乐传播、符号传播，都是建立在人对于对象所拥有的一种内在心理或外在学习的认知基础上完成的信息传达过程。因此，将认知传播作为一门专门的科学进行研究，不仅有利于梳理当下的交叉研究，拓宽研究领域；而且能够实现交叉的深度开拓，在宽的前提下向“深”迈进。

2. 交叉价值彰显学科实力

认知传播学学科的建立不仅仅遵循传播学学科发展的自然逻辑、顺应了当前社会变革发展的潮流，从变革中捕捉最新的动态及时创新理论传统，而且更加超越了理论研究的范畴，将研究建立于明确的价值需求之上，从而将研究的宗旨贯穿始终、一脉相承，避免了零散化、缺乏深度的研究缺陷。认知传播学的研究宗旨既有高屋建瓴式的宏观指向，又有蚍蜉撼树的细微洞察，在屈伸之间，认知学与传播学的交叉价值得到最大化呈现。

首先，认知传播学挖掘新时代传播学学科研究的蓝海。传播学研究经历了效果研究、本体研究、文化研究等几个阶段，拥有了浩瀚的研究成果。诸如早期的拉斯韦尔建立了传播的5W过程模式，中期的二级传播模式、有限效果研究，以及后期出现的批判传播研究、更具现实针对性的实证经验研究等，都为传播学学科体系的建立以及不断的适应性发展做出了贡献，但另一方面这些理论都被深深地打上了时代烙印，无法满足作为一门科学的传播学同其他学科一样面临着的学

科界定和体系完善的合法与合理性要求。著名学术期刊《传播学季刊》在1983和1993年两次直面传播学内部矛盾和学科建构以及传播学发展出路的问题，在传播学学术研究领域引起了巨大震动。直到2008年，该学刊终于以“交叉口”作为回答这一问题的最佳答案，为传播学学科发展指明了方向。“交叉”，由此成为新时代传播学研究的热门。正是在这样的研究背景之下，传播学的交叉之路在国内外学者共同努力之下自然而然地朝着认知的方向转移。心理因素、符号因素等对于传播带来的影响不容忽视，因此，认知传播学的研究既是顺应时代应运而生的必然趋势，同时，作为一门新兴学科，认知传播学更需要跳出传统的传播理论，以全新的视角和思路将时代现状融入研究之中，从问题出发寻求解决之道并上升为认知传播学的理论基础，这便是认知传播学建立的终极意义和主旨所在。

其次，认知传播学满足理论引领实践的价值需求。任何一门学科的研究价值都在于能够从杂乱无章的现实问题中挖掘根源，继而探寻解决问题的方法，最终上升为具备普适性、有足够高度视野的理论。认知传播学学科建立的前提正是当下传播环境的改变乃至重构，在全媒体的传播背景之下，传播从传到受的实现过程都逐渐转向了高度的受众化，无论是基于内容价值的认知还是利益需求的满足，传播日益走向了一种更加现实、目的性更强、用户体验备受关注的时代。而传播价值最大化的实现并不能仅仅依赖于流行、抑或受众导引，而是要从本源上进行传播价值的思索，将传播现象分解为符号阐释或者受众认知机制，更加细化地找寻优质传播的规律，在上升为理论原理之后实现移植应用，最终提升传播效果。由此，复杂的传播环境更加需要从本源上肃清问题的根源，而认知正是传播且不论何种介质的传播环境下无论传者抑或受者双方都必然面临的最基础的问题。从认知机制的层面探求传播问题，既能把握问题本源，又能找到普适性的解决方案，从而为现实传播问题的解决带来极具针对性的优化方案。

再次，认知传播学实现技术支撑下的应用优化。依托于科学技术的进步，当今时代变革的步伐不断加快。认知传播学的研究既包括在科技变革引领下新兴传播环境中出现的问题，又包括了利用新兴科技作为研究工具，将传播问题更加细化、更加从人类隐秘的内在情感心绪机制中寻求答案。

第一，传媒技术的变革引领认知传播学的研究细分。多屏时代最大的特征即在于传播介质的多元化以及传播介质本身所具备的要素性内容。正如传播学者麦克卢汉所言：“媒介即讯息”（范龙，2008），这在多屏时代得到了更加鲜明的印证。传统三大媒体——报纸、广播、电视和新兴自媒体——网络、手机、电

子阅读器等各自向着更具特性化的专一方向发展,呈现出了别具一格的多元传播形态。认知传播学的研究则是在以往传播学研究的基础上根据科技发展所带来的媒介细化进行更加细致、更加基础的应用研究。第二,辅助先进科学仪器洞悉内在认知传播规律。人脑的工作机制异常复杂,直接关系到人心理情绪的变动和行为方式的外显。认知传播学的研究主旨之一即是利用已有或者创新的认知研究成果探析传播行为的发生和产生的效果,从而为优化传播行为带来直接或间接的效益。在这样的研究宗旨下,认知的相关研究作为一种工具,服务并指导传播行为,体现出了认知研究极其重要的工具特性。如果利用科学技术辅助认知研究,就能够使得人类内在的头脑、心理、情绪等变化得到外显,给以认知为工具的传播行为研究带来可供实证支撑乃至数据支持的可靠证明。

二、认知传播学研究现状与文献分析

任何一门学科的形成都必然要经历无数深思与探索的漫长阶段,认知传播学是一门新兴的跨学科,从其初具脉络到形成一定的研究体系并且具备学科价值,仍然经历了众多国内外学者共同在相关研究领域的精耕与细作。以中国人民大学于2010年12月举办的“传播学与认知科学国际学术研讨会”(赵晋、李彪等,2011)和2014年4月于四川外国语大学举办的“全国首届认知传播研究高峰论坛暨认知传播学研究会成立大会”(段弘,2014)作为中国认知传播学学科建立的两大标志性事件,是对以往相对零散的研究的梳理、归拢,廓清了认知传播学这一具有创新意义、跨学科价值和学术前瞻性的学科体系。然而不可否认的,是国外在认知传播领域的研究更早于国内研究,并且在研究的多样性上,也成为了国内认知传播研究的领航者与引路人。因此,认知传播学学科现状离不开国外相关文献的支撑,而对于国内认知传播研究的脉络梳理则作为今后认知传播学在国内的独立发展与进深的积淀。

1. 萌芽:探寻认知与传播的交叉点

国外学者是认知与传播的相关研究的启航者。*Communication and Social Cognition: Theories and Methods* (David R. Roskos-Ewoldsen, Jennifer L. Monahan, 1982)是国际上最早将认知作为研究视角,对传播行为和传播现象进行分析研究的典范,“promoting communication to social cognition researchers”,为传播和

心理学研究奠定了交汇点。*Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation* (Sonia Livingstone, 1998), 将电视中的肥皂剧作为研究重点, 分析了人们沉浸其中的种种交互关系, 将社会心理与其他相关因素作为评价标准, 具有认知传播学在针对性研究上的开拓意义。*Cognitive Systems* (James W. Chesebro, Dale A. Bertelsen, 1998) 又将融合视角延伸到了媒介技术领域, 将媒介本身作为意义产生的活跃因素来考量传播、认知、社会结构三者之间的动态关系。这三本著作作为国外认知传播研究的开山之作, 从融合点的发现到研究价值的细化再到更加宏观的价值研究, 既拓展了研究的广度、区分了研究的维度, 又为后来的相关研究铺垫了坚实的基础。

而在国内, 认知传播的研究在此阶段仍旧处于发轫期, 对于认知的研究还建立于心理学的泛化机制之上, 因此, 这一阶段的研究以刘晓红发表的《试论心理学在传播学研究中的作用》(刘晓红, 1996) 作为率先将心理学与传播进行较为系统梳理的早期成果, 将著名的传播学理论与心理学的渊源一一进行梳理, 发现传播学中诸多的经典研究理论, 尤其是传播效果研究, 都无法无视心理学理论的存在, 而心理学理论中又要以社会认知和心理认知两大研究机制作为阐释传播现象的基本规律为重。“……当研究的关注点在施拉姆所称的‘黑匣子’时, 心理学开始起作用, 即研究对媒介信息处理的心里机制问题。”(刘晓红, 1996) 传播说到底就是一种心理机制的外在延续和扩大持续的影响力, 研究传播的本质离不开心理机制。而“特定性质和结构的媒介内容和受众特定的认知结构相互作用, 决定了受众最终从媒介讯息中所获得的意义”(刘晓红, 1996), 奠定了认知在传播学研究中与媒介内容相当甚至更为深刻的研究价值, 将心理学与传播的交叉细化为具体的认知反映, 在社会认知与心理认知的相互作用下为传播行为以及传播效果进行颇具说服力的注解。可以说, 《试论心理学在传播学研究中的作用》拉开了从心理学角度梳理传播现象的序幕, 开辟了一个全新的视角来看待和探索传播行为。但是在文章末尾, 作者以“时机尚未成熟”(刘晓红, 1996) 来总结构建体统传播心理学的尝试, 可见当时仅仅从较大范畴的心理学角度来梳理传播理论, 尚未真正锁定认知作为传播学核心。

2. 发展: 开拓认知与传播交叉领域

经历了前期的铺垫, 认知与传播的融合成为了新的研究热点, 在新千年的欧美研究者中形成了一定的自觉, 在这十年间涌现出的大量认知传播研究极大地推