

传播法概论

夏晓鸣 马 卉 编著



武汉大学出版社

高等院校新闻传播学系列教材

传播法概论

夏晓鸣 马摇卉 编著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播法概论/夏晓鸣,马卉编著. —武汉:武汉大学出版社,2006.5
高等院校新闻传播学系列教材
ISBN 7-307-04958-9

I. 传… II. ①夏… ②马… III. 传播—法的理论—高等学校—教材 IV. D912.101

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 016834 号

责任编辑:高 路 责任校对:刘 欣 版式设计:支笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:武汉大学出版社印刷总厂

开本:720×1000 1/16 印张:17 字数:302千字

版次:2006年5月第1版 2006年5月第1次印刷

ISBN 7-307-04958-9/D·669 定价:24.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

第一章 传播法概述	1
第一节 传播	1
一、“传播”的词源与定义	1
二、传播活动	2
三、传播研究	7
第二节 传播法的渊源和概念	13
一、传播法渊源	13
二、传播法的概念	18
第三节 传播法律关系	19
一、概述	19
二、传播法律关系的基本原则	23
三、传播法律关系主体	24
四、传播法律关系客体	28
五、传播法律关系内容	30
第四节 传播传媒侵权	33
一、传媒侵权的概念及其构成	33
二、传媒侵权的法律特征	34
三、传媒侵权归责原则及其责任形式	36
四、传媒侵权责任赔偿损失的范围	40
第二章 传播法的历史发展	42
第一节 英美传播法发展状况	42
一、英国传播法初期的特点	42
二、英国传播法状况	43
三、美国传播法的原则和制度	46
四、美国传播法历程	49
第二节 大陆法系传播法发展状况	53

摇摇一、日本传播法的特点	53
摇摇二、日本传播法历程	54
摇摇三、德国传播法的特点	57
摇摇四、德国传播法历程	58
摇摇第三节摇中国传播法制的沿革	59
摇摇一、十一届三中全会以前的中国传播法制	59
摇摇二、十一届三中全会以后的中国传播法制	62
第三章摇传播机构的设定与布局规范	69
摇摇第一节摇印刷媒介	69
摇摇一、申请印刷媒介的创办和登记	69
摇摇二、印刷媒介的审批	72
摇摇三、印刷媒介的日常管理	73
摇摇第二节摇电子媒介	76
摇摇一、广播台、电视台的设立与审批	76
摇摇二、广播电视传输覆盖网的设立与审批	77
摇摇三、广播台、电视台的日常管理	78
摇摇第三节摇网络传播	80
摇摇一、网络传播机构设定及相关规范	80
摇摇二、我国网络立法体系	83
摇摇第四节摇广告管理	84
摇摇一、我国的广告管理机关、职能及其执法依据	84
摇摇二、广告经营的登记与审批	86
摇摇三、广告审查	89
摇摇四、对户外广告的管理	97
摇摇五、广告经营单位的年度检查制度	98
摇摇六、广告违法行为的法律责任	99
第四章摇传播行为的规范	103
摇摇第一节摇对传播主体权利义务的规范	103
摇摇一、传播者所享有的权利	103
摇摇二、传播者所应承担的义务	106
摇摇第二节摇对传播内容的规范	108
摇摇一、维护国家安全	108

摇摇二、维护社会秩序	112
摇摇三、维护民族团结	115
摇摇第三节 摇摇对境外广播电视节目的管理	116
摇摇一、对境外广播电视节目的认定	116
摇摇二、对境外广播电视节目的管理	116
第五章 摇摇传播法的实践	118
摇摇第一节 摇摇报纸期刊	118
摇摇一、侵犯隐私问题	118
摇摇二、侵犯名誉问题	122
摇摇三、消息来源真实性问题	131
摇摇四、媒体藐视法庭和消息来源保密问题	136
摇摇第二节 摇摇电视广播	141
摇摇一、媒体审判与裁判公正	141
摇摇二、电视广播中对著作权侵犯的案例	149
摇摇三、电视广播中的儿童节目	156
摇摇第三节 摇摇网络	160
摇摇一、网络传播中的暴力色情问题	160
摇摇二、网络传播中的知识产权保护问题	163
摇摇三、网络传播中的聊天账号、游戏账号被盗问题	166
摇摇第四节 摇摇电影	172
摇摇一、电影(电视)分级制在我国受到关注的原因	172
摇摇二、国外和中国香港地区的电影分级制度	173
摇摇三、我国电影审查标准	175
摇摇四、我国电影的分级制度	176
摇摇第五节 摇摇手机短信问题	178
摇摇一、手机短信中的色情及淫秽信息问题	179
摇摇二、通过短信非法传播广告或广告欺诈	183
摇摇三、短信版权受著作权法保护问题	187
摇摇四、短信侵犯名誉权和隐私权问题	189
附录一 摇摇中华人民共和国著作权法	191
附录二 摇摇中华人民共和国著作权法实施条例	203
附录三 摇摇出版管理条例	208

附录四 摇报纸管理暂行规定	220
附录五 摇期刊管理暂行规定	228
附录六 摇广播电视管理条例	234
附录七 摇互联网信息服务管理办法	241
附录八 摇互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定	245
附录九 摇互联网著作权行政保护办法	248
附录十 摇互联网等信息网络传播视听节目管理办法	251
附录十一 摇中华人民共和国广告法	255
附录十二 摇广告管理条例	262
后摇摇记	265

第一章 传播法概述

第一节 传播法概述

一、“传播”的词源与定义

传播法的规制对象是传播活动，所以研究传播法，必须先明确什么是传播。

据中国人民大学教授方汉奇考证，汉语中的“传播”一词最早见于1400年前的《北史·突厥传》，该书中有“传播中外，咸使知闻”一语，而该词在日常生活中的运用则相当广泛，如“传播花粉”、“传播迷信”、“传播进步思想”等。

1978年中国社会科学院语言研究所词典编辑室编写的《现代汉语词典》对“传播”一词的解释是“广泛散布”。

在英语中，与汉语“传播”最接近的词是 communication，它起源于拉丁语的 communis，该拉丁语含有“共有的”和“公共的”意思。英语单词 communication 除有“传达”的意思之外，还可以译作“交换”、“交流”、“交往”、“传染”、“交通”等，可见 communication 的词义比汉语“传播”一词原有的意思宽泛。

因为本书所说的“传播”是指称“传播学”中所研究的人类传播，所以本书“传播”一词的概念应该是“传播学”中所使用的“传播”一词的概念。它与汉语中原有的“传播”一词相比，增加了“交流”或“沟通”的意思，与英语 communication 一词所包含的全部意思相比，则没有“传染”和“交通”的意思。

对于“传播”，传播学者们下过上百种定义，代表性的有以下几种：

霍夫兰等人认为，传播是“某个人（传播者）传递刺激（通常是语言的）以影响另一些人（受传者）行为的过程”。露西和彼得森则认为“传播这一概念，包含人与人之间相互影响的全部过程”。以上两种定义虽然前者仅指单向

传递，后者说的是双向互动，但二者都强调传播的功利性，其不足是把传播仅仅局限于目的明确的劝服活动，而且前者只注重语言符号，后者则未提及任何传播符号。

霍本认为：“传播是以语言交换思想或观念。”这种定义包含了语言、思想和交换三个要素，注重的是内容的沟通，其不足是把传播的符号仅仅局限于语言，并且把单向的信息传递排除在传播之外。

戈德认为：“传播是变独有为共享的过程。”施拉姆说：“我们在传播的时候，是努力想同谁确立‘共同’的东西，即我们努力‘共享’信息、思想或态度。”他们的定义注重传播的结果，即一个人的思想或态度变成了与他人共有的思想或态度，其不足是把共享绝对化了。事实上，一个人的思想或观念有时候并不能与他人共享，比如在传播者和受传者使用的符号系统不同或生活经验不同的情况下。

贝雷尔森认为：“传播：以符号——词语、图片、数字、图表等，传递信息、思想、感情、技术等。这种传递行动或过程通常被称作传播。”这种定义包含了符号、信息和传递三个要素，注重的是信息借助符号的传递，即符号在信息传递过程中的重要作用。其不足是没有注意到传播中普遍存在的交流或互动现象。

归纳上述定义，吸收其长处，弥补其不足，可以将“传播”定义为：人们借助符号传递或交流信息的行为或过程。

二、传播活动

（一）传播活动的类型

传播学所研究的人类传播，一般可以按传播活动涉及层面的大小分为自我传播、人际传播、组织传播和大众传播。

1. 自我传播

指信息在人体内部的传播，它包括接收信息、处理信息和组织好将要反馈的信息。自我传播的一种特殊形式是人把自己作为认识对象所进行的自省或反思，作为认识主体的“我”与作为认识对象的“我”之间也存在着信息的沟通或对话。事实上，每一个人都在不断地接受来自外部的信息，并思考其与自身的关系，然后根据判断来采取改变自身或环境的行为，以达到自身与环境的协调与平衡。比如，一个老师在讲课时发现学生打瞌睡，他就会想：是自己讲课的内容或方法提不起学生的兴趣呢？还是学生昨天晚上玩得太晚了呢？在作出判断之后，他可能会改变自己讲课的内容或方法，也可能会批评学生不遵守作息制度和课堂纪律。

2. 人际传播

指人与人之间的信息传播，它既包括两个人之间面对面的交谈或借助个人性的传播工具（如电话、信函、手机、网络）进行的信息沟通，也包括多人聚集但没有组织参加的面对面的会话。

3. 组织传播

指组织内部成员之间和组织与外部公众之间进行的信息传递或交流。这里的组织指正式的社会组织，即人们为实现共同目标而组建的，分工明确，制度和纪律严明，具有统一指挥和管理系统的社会群体，如政党、政府、军队、企业、学校、工会等。组织内部的传播按传、受双方级别的异同来划分，有上下级之间的纵向传播和同级之间的横向传播。组织与外部公众之间发生的传播包括活动信息的输入和输出两个方面。信息输入是组织从外部收集、处理信息的活动，信息输出是组织对外的宣传活动，主要有广告、公关和组织识别系统宣传等。

4. 大众传播

指传媒组织借助机械性的传播工具，向不特定的多数人进行的大规模的信息传播活动。这里的机械性传播工具主要指广播、电视、报刊等。

在以上四种类型的传播行为或活动中，自我传播的范围只限于个人自身，不涉及他人，而且其内容很难被其他人所知晓，所以一般不被作为规范的对象，除非这种自我传播导致个人做出了有损社会的行为，我们不能判定一个人思想有罪，中国封建时代的“腹诽”可以说是一个例外。

自我传播属于非社会传播，人际传播、组织传播、大众传播都属于社会传播。由于社会传播会造成社会性的影响，所以成为法律或法规规范的对象。上述三种社会传播行为或活动，根据涉及人数和运用机械化、电子化媒介的由少到多来排序，依次是人际传播、组织传播、大众传播。人际传播只依靠自身的语言、表情和动作，在少数人之间传递信息；组织传播不仅依靠成员自身，也常常借助机械化、电子化的媒介向特定的较多的人传递信息；大众传播只运用机械化、电子化的媒介向不特定的多数人传递信息，因此上述三种传播中，人际传播影响最小，组织传播影响居中，大众传播影响最大。

大众传播是有组织、有目的、有计划的行为，它完全依赖先进的技术及设备，面向全社会广泛地传送大量的信息，其影响特别巨大，因而也就成为各国予以规范的最主要的传播类型。

（二）传播活动的历史

人类传播与人类社会是同步产生的，人类传播的历史与人类社会的历史一样源远流长。如果说人类的历史是一部生产工具的发展史，那么人类传播的历

史就是一部传播媒介发展史。一种重要的新媒介的产生，往往成为人类传播发展史上的阶段性的标志，它不仅改变了传播的方式或手段，提高了传播的水平，而且变革了传播的观念，同时也提出了传播规范的新问题。

人类传播的发展大约经历了口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播四个大的阶段，而电子传播阶段由于新媒介产生迅速，且影响巨大，所以又可以细分为一般电子媒介传播和网络传播两个小的阶段。为了突出新媒介对人类传播发展的影响，也为了便于对不同媒介传播的法律法规管理进行研究，下面将人类传播发展的历史合为五个阶段介绍。其中每一个阶段都以某种新的重要媒介被创造、应用为标志和起点，不过当人类传播进入一个新的阶段时，上一个阶段所普遍使用的媒介不是被新的媒介取代，而是与新的媒介一起继续被使用，比如，当今人类传播已经进入了网络传播阶段，而人类传播史上所使用过的口语、文字、报纸、杂志、广播、电视仍被同时使用。

1. 口语传播阶段

从人类开始用声音指称周围的事物到创造用于书写的文字，这个阶段是人类的口语传播阶段。

研究表明，人类在很早以前就已经会说有音节的语言。口语的产生是我们的祖先从动物性传播发展到人类的重要标志。口语传播灵活、方便，且能表达各种具体和抽象的事物，因而大大促进了人类社会的发展。然而作为传播媒介的口语，也有其局限性，从时间上看，它转瞬即逝，传达的信息难以保存；从空间上看，它传之不远，只能实现近距离的交流。在社会生活日趋复杂，环境空间逐步扩大的情况下，口语媒介就不能够满足人类传播的需要了。

在以口语为主的传播阶段，人类还发明和使用了一些自身以外的媒介，如鼓声、烟火、结绳和图形符号等。

2. 文字传播阶段

从人类开始使用文字到印刷术被发明出来，这个阶段是人类的文字传播阶段。

据多数学者推定，文字产生于公元前 3000 年左右，人类至今已有约 5000 年的文字传播历史。文字是人类创造的第一种重要的、人体自身之外的传播媒介，它弥补了口语媒介在传播时间和空间上的局限，它能保存信息，并且把信息传送到遥远的地方。

为了便于以文字为媒介的信息内容的传播，在这一阶段，我国先后创造了陶器、青铜器、甲骨、竹简、纸张等文字的载体。

3. 印刷传播阶段

从印刷术的发明到第一台实用电报机投入使用，这个阶段是人类的印刷传

播阶段。

在文字传播阶段，文字内容除刻、铸之外，主要是通过抄写在其载体上实现传播的。为了克服抄写费时、费力、成本高、效率低的缺点，我国宋代的毕昇于1045年发明了胶泥活字印刷术。元代的王桢用木料代替胶泥，使用木活字印刷。明代以后，我国又先后出现了锡活字、铜活字和铅活字。

中国的印刷术传入欧洲以后，德国的古登堡于1450年发明了合金活字排版印刷，同时将压葡萄、油料的螺旋压榨机改造成螺旋压印机。他对铸字材料、印刷油墨和压印方法的革新，使印刷的质量和速度大大提高。机械化、大批量的图文复制技术催生了印刷出版业和近代的报纸和杂志，而报纸、杂志作为人类印刷传播阶段最重要的媒介一直沿用至今，它们在传播人类文明和保存文化遗产等方面发挥了积极而重要的作用。

4. 一般电子媒介传播阶段

从使用电报及其后广播、电视技术的投入应用，到网络媒介的崛起，这个阶段是人类的一般电子媒介传播阶段。这里所谓的一般电子媒介是指除网络媒介以外的其他电子媒介。

电子媒介是运用电子技术传播和保存信息的物质、工具或载体，一般可分为有线和无线两大类，电报、电话、广播、电视等都有无线和有线两种。电子媒介最大的优点是能够实现信息的远距离快速传播，此外，它还使声音和影像的记录、复制和传播成为可能。

人类使用的第一种电子媒介是美国人莫尔斯于1837年实验成功的有线电报收发装置。随着陆地和海底电报线路的铺设和世界电报通信网络的形成，通讯社纷纷成立，它们利用电报传送新闻，使信息传播速度大大提高。但由于电报收发信息时需要先将文字译成电码，收到电码后又要将其译成文字，所以传播的速度还是受到了一定的影响。

1876年贝尔向美国政府申请了发明电话机的专利，并于次年成立贝尔电话公司，此后电话便在世界各国迅速普及。电话免除了编码、解码的复杂程序，实现了即时的双向交流。电话也被记者用来传送新闻，因而在大众传播中也起到了一定的作用。

电影诞生于1895年，这一年法国的卢米埃尔兄弟取得电影放映机发明专利，并在巴黎首次公开放映了几部影片。有声电影于1929年问世，彩色电影则经过从1896年到1950年的不断改进而臻于完善。在电视普及之前，电影曾经是使亿万人着迷的、影响巨大的文化传播媒介。电影产生的最重要的意义是使人类的传播活动进入了音像传播阶段。

1920年，美国威斯汀豪斯公司在匹兹堡建立KDKA广播电台，这是世界

上第一家正式取得营业执照的广播电台。几年后广播电台普及欧洲，并发展到亚、非、拉美等地区。通过广播传送信息，速度快，覆盖范围广，不受恶劣天气和地理条件的限制，而且受众收听方便，花费很少，所以广播成为一种最经济的大众传播媒介。

1936年，英国广播公司在伦敦市郊创建了世界上第一座电视台。随后前苏联、法国、美国、德国、意大利、日本等国家也相继建立电视台。1954年，美国率先播出彩色电视节目。1962年，美国电话电报公司首次将通信卫星用于转播电视节目，使无线电视传播跨越国界，走向全球，人类进入了信息的太空传播时代。电视除具有与广播相同的传播速度快、覆盖范围广的优点以外，它更具有广播所缺乏的视听结合的长处。电视清晰的图像、鲜明的色彩、活动的画面、逼真的声音给观众带来身临其境的感觉，使传播的信息更容易被接收，因此后来居上，成为影响力最大的大众传播媒介。

5. 网络传播阶段

网络媒介被称为继报刊、广播、电视之后的第四媒介，它是计算机技术、现代通信技术和多媒体技术相互结合的产物。从多媒体与网络技术被开发和应用之日起，人类便进入了网络传播阶段。

1946年，美国制造出世界上第一台电子计算机，其后经历了电子管计算机、晶体管计算机、小面积集成电路计算机、大规模集成电路计算机和超大规模集成电路计算机等几个发展阶段。计算机的发展根据不同的需要，呈巨型化和微型化两个趋势。计算机的功能也从原来的只能用于计算，到能够编辑、写作、绘图、管理档案、检索文件等。1977年美国 Apple 公司开始出售个人计算机，微型电脑迅速普及家庭，成为个人进行综合信息处理的媒介。

单个的计算机只是一种加工和处理数据的工具，只有运用传输技术把在地理上分散布置的多台独立的计算机相互连接起来才能实现硬件、程序、数据等资源的共享。计算机网络经历了从简单到高级，由一般信息共享到多媒体通信的发展过程。目前世界上最大的计算机网络是 Internet（因特网），它延伸到 180 多个国家和地区，是继报刊、广播、电视之后崛起的最具发展前途的新媒体。

Internet 的前身，是 1969 年美国国防部为建立一个军事指挥系统，将几个用于军事及研究的计算机主机连接而成的网络（名为 ARPANet）。任何一台计算机在本地接入该网络，就可以共享其中的资源。20 世纪 80 年代中期，美国国家基金委员会建立了一个名为 NFSNet 的网络，并使该网与 ARPANet 及其他一些网络连接，以利于大学和研究机构共享网络资源。20 世纪 90 年代，由于商业性网络的连接和大量商业性公司的进入，用户持续猛增，因特网得到了飞

速的发展。

光纤通信是使网络传播实现大容量、高速度的关键技术。20世纪60年代,一种理想的通信光源——激光被发现,1970年美国康宁玻璃公司又以石英为原料,研制出传输光波的理想导线——光纤,这时光纤通信便进入实用阶段。光纤通信系统比电通信系统经济,传输的信息量大、速率高、距离远、信号清晰,因而成为建设信息高速公路的基础。1991年,美国参议院通过了建设信息高速公路的法案,开始铺设光纤,建立以计算机网络、通信网络为基础,以光纤为骨干网,跨越北美的电子数据传输网。此后,各国纷纷制定本国的信息高速公路建设计划。信息高速公路是计算机网络发展的最新阶段。

多媒体技术与计算机网络通信结合,就形成了多媒体信息传播网络。多媒体技术指能让用户以交互方式将文本、图片、音频、动画、静态图像和动态视频等多种信息,经计算机获取、操作、编辑、存储等处理后,以单独或合成的形态表现出来的技术和方法。多媒体计算机是互联网络的一种终端,互联网络上的传输离不开多媒体系统的最终显示。

网络传播具有传统媒介不可比拟的优点,它集文字、图片、音响、影像于一身,信息容量大,传输速度快,覆盖地区广,而且可以双向互动,因而因特网已成为21世纪最有影响力的媒介。另一方面,第四媒介的崛起也带来了媒介管理的新课题,因为因特网的全球及时传播扫除了一切地域的障碍,使每一个人都能与他人进行完全自由的跨越时空的交流,所以对网络传播进行规范和控制就比较困难,而网络上的极端自由主义和极端利己主义将对整个社会造成不良的影响,因特网活动还有待进一步规范。

三、传播研究

(一) 传播学产生以前的传播研究

人类的传播活动与人类社会的历史一样源远流长,人们对客观存在着的传播现象的关注和探索也就差不多和人类社会的历史一样久远。

在对传播工具的研究方面,人类除创造了语言、文字外,我国早在西周时就注意到了鼓声和烽火在传递紧急军情上的作用,并将其用于边防报警。

春秋时代,官方就已经建立传递文书谍报的驿传通信系统。秦汉时设有车府,魏晋以后多称驾部,它们是朝廷驿传通信的管理机构。唐代诗人岑参在《过陇山途中呈宁文刺官》一诗中对驿传做过这样的描述:“一驿过一驿,驿骑如流星;平明发咸阳,暮及陇山头。”如遇到紧急文书,若干匹马接力,昼夜不停地奔赴目的地,其速度在当时是很可观的。

我国利用飞鸽传信的历史至少可以追溯到唐朝,据《唐国补史》记载:

“南海舶，外国船也，每岁至安南、广州……舶发之后，海路必养白鸽为信，舶没，则鸽数千里亦能归。”《宋朝事实类苑》中说：“蜀人以事至京师（今河南开封）者，以鸽寄书，不旬皆得还，及贾人舶行浮海，亦以鸽通讯。”

近现代的报刊、广播、电视、网络等都是人类不断研究传播工具的重要成果。

在传播技巧、传播道德方面，古代学者也偶有涉及，比如，古希腊的亚里士多德在《修辞学》中指出，“在对话的三个要素——说话者、话题、听者——中，决定对话目的和对象的要素是听者”，“说话者不仅要明确自己说话的内容，取得他人的信任，而且要让别人了解自己的人格，同时应该注意听者的内心”。

在中国，《论语·颜渊》记录了孔子所概括的传播原则：“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动。”荀子则总结了人际传播的技巧，他认为：“谈说之术，矜庄以莅之、端诚以处之、坚强以持之、譬称以喻之、分别以明之、欢欣芬芻以送之；宝之、珍之、贵之、神之；如是，则说常无不受。”

（二）传播学的产生与发展

作为一门独立学科的传播学产生于20世纪40年代的美国，电子媒介的应用、传播事业的发展和大众传播的研究，催生了这门新兴的学科。

美国在19世纪中叶，出版了世界上最早的大众化报纸；在20世纪20~30年代，又先后发明了广播和电视。第二次世界大战以后，依靠雄厚的经济实力和先进的科学技术，美国的大众传播事业迅速发展，报纸的发行量和电视的普及率均列世界前茅，《纽约时报》、《华盛顿邮报》、三大广播电视网等都成为世界顶尖级媒体。鉴于大众传播媒介对政治、经济、社会等方面的巨大影响，一些组织和研究者越来越重视对于大众传播媒介的研究。

这一时期，与传播学相关的一些社会学科（如新闻学、心理学、社会学）均取得了长足的进步，信息论、控制论、系统论也在这一时期产生，它们对传播学的形成也发挥了重要的影响。早期的传播学研究者都是从自己熟悉的学科切入传播学研究领域的。

在众多的大众传播学研究者中，保罗·拉扎斯菲尔德、库尔特·勒温、卡尔·霍夫兰、哈罗德·拉斯韦尔因成就卓著而被称为大众传播学的四大先驱，威尔伯·施拉姆则成为大众传播学研究的集大成者。

拉扎斯菲尔德是一位社会学家，他在哥伦比亚大学建立应用社会学研究所，以此为基地开展了广泛的传播学研究，并形成了传播学研究领域中的哥伦比亚学派。1940年，他在俄亥俄州伊里县，对美国总统选举中报纸、广播等大众传播媒介对选民的影响进行调查，并于1944年出版了调查报告，名为

《人民的选择》。在这本书中，他提出了著名的“两级传播”理论，认为大众传播不能无条件地左右人们的态度，“意见领袖”作为中介，影响了大众媒介作用的发挥。

勒温（又译卢因）曾任柏林大学社会心理学教授，他于1944年在麻省理工学院建立群体动力研究所，着重研究社会群体对个人的影响，他认为群体规范对个人的态度和行为具有制约作用，这就使得人们在考察媒介对个体的影响时，同时注意到该个体受到的所属群体的影响。勒温对传播学的最大贡献是提出了信息传播过程中“把关人”的概念，揭示了信息传播过程内在的控制机制。

霍夫兰是耶鲁大学实验心理学教授，第二次世界大战期间，应聘为美军进行作战心理研究，主要研究教育电影对提高士气的作用。战后，他回到耶鲁大学，继续进行传播效果研究，主持“关于传播与态度改变的耶鲁项目”，形成了传播学研究领域中的耶鲁学派。他于1949年出版《大众传播实验》，1953年出版《传播与说服》，对传播技巧进行了细致的研究和总结。

拉斯韦尔先后在芝加哥大学和耶鲁大学任教，他由研究政治传播进而研究整个人类传播，为传播学科的创建作出了重要的贡献。他于1927年出版《世界大战中的宣传技巧》一书，分析了第一次世界大战中的宣传策略与效果；1949年与人合著《宣传、传播和舆论》一书，该书首次使用“大众传播”这个概念；1948年发表《传播在社会中的结构和功能》一文，认为社会传播具有环境监控、社会协调、文化传承三种基本功能，指出传播的基本过程可以分为五个环节或包含五个要素，即“五W”：谁、说什么、通过什么渠道、对谁说、产生了什么效果，这五个要素也为传播学的研究划分出五个基本的领域，即控制研究、内容研究、媒介研究、受众研究和效果研究。

施拉姆先后做过美联社记者和衣阿华大学新闻学院主任，他于1934年在衣阿华大学建立衣阿华民意调查中心，1948年在伊利诺斯大学建立伊利诺斯传播研究所，1955年在斯坦福大学建立斯坦福大学传播研究所，1973年在夏威夷建立夏威夷传播学院，积极投身传播学学科建设。1949年和1954年，施拉姆主编的《大众传播学》和《大众传播的过程和效果》相继问世，这两本书汇集了前人研究的主要成果，属于最早一批传播学教材。1973年他出版《传播学概论》一书，力图以人、信息和媒介为主线来建构传播学的理论体系，他认为，美国大学“新闻系”和“演讲系”老师们的研究存在着相互交错的趋势，融合的结果是产生出一门涵盖了人际传播学和大众传播学等分支学科的“人类传播学”。

由于美国传播学者们的不懈努力，传播学的学科地位在20世纪50年代以

后逐步巩固。20世纪60年代传播学由美国传入其他发达国家，英国、法国、德国、意大利、前苏联、加拿大、澳大利亚、新西兰、日本等国家相继开展了传播学研究。20世纪70年代以后，传播学的影响波及发展中国家，我国也于1978年开始了传播学的介绍。联合国教科文组织自20世纪70年代以来越来越重视传播问题，设立了大众传播资料中心，成立了“国际交流问题研究委员会”，传播学研究已受到世界各国学者的广泛关注。

（三）传播学研究中与法律、法规相关的问题

1. 大众传播的政府控制

控制研究是传播学研究的五大领域之一。对传播的控制，包括社会制度对传媒机构及其活动的控制，以及传媒机构内部对信息生产与传播的制约两个部分。这里所谓“传播学研究中与法律、法规相关的问题”，仅指社会制度对大众传播控制中的政府控制部分，即没有涉及“社会制度”中的经济制度、思想文化制度等。

因为大众传播对社会影响巨大，所以任何一个时代、任何一个国家的政府都对它加以控制，只是控制的内容和程度有所不同而已。政府控制媒介的目的是为了保证媒介为国家制度、意识形态和国家目标服务。美国学者F. S. 席伯特认为，政府一般通过限制、管理、协助和参与四种方式实现对于大众传播的控制；“限制”就是禁止某些内容的传播，“管理”指依靠法律、法规和制度对大众传播进行行政和业务管理，“协助”指制定政策或采取措施推动传播媒介的发展，“参与”指政府直接经营传播媒介。政府对大众传播实施控制的具体形式主要有：对申请兴办大众传媒的组织或个人进行审查和批准；要求出版、刊播之前，将有关内容送传媒主管部门审查；对违法的传播内容和传播行为进行惩罚；对传媒组织征税；给传媒组织津贴等。

2. 媒介规范理论

席伯特和施拉姆等在《报刊的四种理论》中，把媒介规范理论归纳为集权主义理论、自由主义理论、社会责任理论和前苏联的共产主义媒介理论。英国学者D. 麦奎尔在上述四种媒介规范理论的基础上，又增加了民主参与的媒介理论和发展中国家的媒介理论。

我国学者郭庆光在《传播学教程》中则将媒介规范理论归纳为以下四种：集权主义制度下的媒介规范理论、资本主义制度下的媒介规范理论（包含自由主义媒介规范理论、社会责任媒介规范理论和民主参与媒介规范理论）、社会主义制度下的媒介规范理论和发展中国家的媒介规范理论。

（1）集权主义制度下的媒介规范理论

集权主义的媒介规范理论认为媒介应该服从当权者的意志，传播必须为统