

传播学基础

CHUANBOXUE JICHU

主编 王学亮 副主编 薛金强



中央广播电视大学出版社

传播学基础

主 编 王学亮
副主编 薛金强

中央广播电视大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学基础/王学亮主编. —北京:中央广播电视大学出版社, 2000.7

ISBN 7-304-01705-8

I. 传… II. 王… III. 传播学—专业学校—教材
IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 66562 号

版权所有, 翻印必究。

传播学基础

主 编 王学亮

副主编 薛金强

出版·发行/中央广播电视大学出版社

经销/新华书店北京发行所

印刷/北京首师大印刷厂

开本/850×1168 1/32 印张/8.5 字数/204 千字

版本/2000 年 5 月第 1 版 2000 年 7 月第 1 次印刷

印数/0001—2000

社址/北京市复兴门内大街 160 号 邮编/100031

电话/66419791 68519502 (本书如有缺页或倒装, 本社负责退换)

书号: ISBN 7-304-01705-8/G·446

定价: 13.00 元

中国传播研究的回顾与展望(代序)

由宁夏广播电视大学王学亮副教授、宁夏大学中文系新闻专业薛金强讲师等中青年学者撰写的《传播学基础》付梓出版了。这是传播学在我国普及 20 年后,进入新世纪、新千年,学科发展、后继有人的可喜现象。

传播学起源于新闻业、信息业高度发达的美国,是新闻学、社会学、政治学和心理学等多学科交叉的产物。它肇始于 20 世纪 20 年代,初步成形于 40 年代,六七十年代渐成体系并迅速发展,进而普及到世界许多国家。据统计,仅至 90 年代初,美国即有各种传播学院、系 2 000 多所,每年授予学士学位 50 000 多人,硕士学位 4 000 多人,博士学位 250 多人,成为一门显学。传播学是何时介绍到中国来的?据说,早在五六十年代中国人民大学新闻系即作过零星的介绍。改革开放之初的 1978 年,上海复旦大学新闻系在其内部创办的《外国新闻事业资料》中,以“公众传播”的名字对传播学作过译介。但是,真正将传播学作为一门学科对待并正式介绍到中国来,是在 1980 年初。

1982 年 11 月,由中国社会科学院新闻研究所发起,有上海复旦大学、中国人民大学、厦门大学新闻系和《新闻战线》等新闻研究、教学、实践单位 20 余人参加的传播学研讨会在北京召开。笔者作为这次会议的参加者之一和与会者一起,对西方传播学的来龙去脉、主要内容及其优缺点进行了认真讨论,一致确定了对西方传播学的 16 字方针:“系统了解、认真研究、批判吸收、自主创造”,

是为第一次全国传播学研讨会。

此次研讨会过后,中国人民大学新闻系张隆栋教授、上海复旦大学新闻系郑北渭教授分别在新闻期刊上发表了系统介绍西方传播学的文章。为了适应社会各界、特别是我国新闻研究、教学和实践对于系统了解西方传播学的需要,中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室组织编写了《传播学(简介)》一书,并由人民日报出版社于1983年9月出版。该书分介绍性文章、书介、译文和资料等四个部分,比较系统地、简明扼要地介绍了西方传播学。这是我国(大陆)正式出版的第一部传播学著作。

此后,各种传播学的译著纷纷问世,大量的传播学论文、译文和文章发表各类新闻或其他社会科学学术期刊上。自1993年厦门第三次全国传播学研讨会起,由中国社会科学院新闻研究所(自1997年起正式改名为新闻与传播研究所)同相关新闻院、系(所)联合发起召开的全国性传播学研讨会已逐步稳定为每两年一次。会议的规模一次比一次扩大,与会的学者和论文一次比一次增多,问题讨论一次比一次深入。越来越多的工作在新闻一线的总编、编辑、记者们也加入到传播学研讨的行列中来,加快了传播学与新闻实践相结合的步伐。在1997年杭州召开的第五次全国传播学研讨会上,还首次实现了中国大陆、台湾、香港传播学者欢聚一堂、共同研讨的可喜局面。本世纪最后一次即第六次全国传播学研讨会于1999年在上海召开。

在这短短不足20年的时间里,我国传播学的普及、教育与研究工作同社会主义现代化建设和改革开放事业一道,取得了长足的进步。传播学中的一些科学概念,如传播媒介、大众传媒等,已广泛普及,不仅为专业工作者和党政重要文件所经常使用,而且已经家喻户晓、耳熟能详。传播学中的一些科学观念和方法,如关于受众本位、受众第一的观念和关于受众调查、内容分析等定量分析

的方法,已经为我国的电视、报纸和广播等新闻、大众传播机构所广泛接受和经常采用,为客观、准确地了解受众、分析受众、认识受众、服务受众,发挥了不可或缺的作用。传播学中的一些科学理论,如关于将新闻和大众传播过程,看作是一个从传播者经过信息、媒介到达受众,从而产生一定效果的多要素、多环节过程的理论,关于各种传播效果及其研究的理论等,已经为我国新闻和大众传播媒介改进传播质量、提高传播效果,更好地发挥党和政府、人民喉舌的作用,推进新闻改革,做出了贡献。一大批传播学著作和论文已经问世。仅全国性的、系统性的传播学研讨会至今已召开了六次,且一次比一次规模大、水平高。一批传播院、系已经建立和发展起来。一代中青年传播学者正在成长。

但是,我国传播学研究这些年取得的成绩,同我国新闻和大众传播在高速发展中面临的亟待解决的各种纷繁复杂的理论和实践问题相比,同我国社会主义现代化建设中迫切需要解决的各种传播问题相比,同我国在新世纪、新千年面向世界、面向未来、跻身于世界民族之林面临的重大国际、国内传播任务相比,都是微不足道的。我国传播研究从总体上说还处于缺乏系统研究、深入研究、创新研究的阶段。

因此,在新世纪里,我国的传播研究还须总体规划、协同作战、加倍努力。从目前来看,在新世纪里,我国的传播学研究至少要着重抓好以下几方面的工作:

第一,要进一步抓好传播学基本概念、基本理论、基本规律的基础研究,为传播学在新世纪的发展进而为我国社会主义现代化建设做出更大的贡献,奠定坚实的基础。传播在当今社会的政治、经济、文化、生活发展中越来越处于无处不在、无时不有、不可或缺的重要地位,在信息社会、网络时代里,研究传播更显重要。然而,西方的传播学至今还只是建立了一个大体的框架,对于传播学的

一些基本概念的界定还不甚准确、清晰,对于传播学的基本理论的阐述还很不完备,对于传播基本规律的研究更是不甚了了。在我国近年来对其作了一些必要的但又是不甚完整的译介以后,一些基本概念和理论更是杂义丛生,亟待经过深入研究和探讨做出澄清和厘定。例如,现在日常广泛使用而又极其混乱的“媒介”、“传媒”、“媒体”和“传播”、“交流”、“沟通”等词汇,即涉及到传播学的基本概念,其各自准确的内涵和外延是什么、相互的区别和联系是什么?关于受众的基本理论是什么?关于媒介的基本理论是什么?人类传播的基本规律是什么?大众传播的基本规律是什么?等,都需要我们组织力量、协同努力,为尽快完善和发展传播学的基础理论做好坚实的工作。

第二,要进一步做好国外传播学代表性著作、论文的系统翻译、评介工作,全面了解和批判吸收国外传播研究的成果。近十多年来,我国对国外特别是西方传播学的著作和论文作了一些译介,产生了一些积极作用,但是客观地说,这些译介的随意性较大,而且很零碎,真正的代表性论著不多,有的翻译水平也不尽如人意。应该说,这些年我们的很多(除了极少数能直接阅读外文原著的学者外)传播学研究,都是在这些支离破碎的二手、三手材料基础上进行的。这种状况急需改变。

一是要系统地译介国外传播学的经典性、代表性论著;二是要系统地译介传播学批判学派的代表论著;三是要系统地译介传播学的最新成果和前沿成果。截至世纪末止,我们对国外传播学的译介基本停留在80年代甚至此前的水平。这是远远不能适应实际需要的。我们要组织力量对90年代以来美国等西方国家学者对传播研究的反思与展望等论著,新媒介、新技术等论著,网络传播、电脑辅助新闻学等最新论著进行跟踪翻译,保持国内对世界最新学术趋势的基本同步。只有全面了解和及时掌握国际传播学的

发展,才能适应新世纪我国面向世界、面向未来的需要。

第三,传播研究要系统、全面。由于特定的历史原因,我国的传播研究基本上集中于大众传播研究,这在一定的历史时期内是必要的,也是可以理解的。但是我们不能长期将传播研究囿于一隅,尽管是很重要的一隅。我们应该开展传播领域的全面研究。

大众传播在一段时间内仍将是我国传播研究的重点。尽管在国际上特别是在西方发达国家中,大众传播近年来总体上是走下坡路,但是在我国这样一个发展中的大国,报纸、广播电视等大众传播正处在繁荣兴旺的上升时期,而且大众传播的这一繁荣兴旺趋势很可能仍将持续一段时间。在这一背景下,研究大众传播面临的种种挑战,研究大众传播的体制和规律,研究大众传播与国家现代化的关系等,仍将是我国传播研究的重大课题。

与此同时,我们还要开展传播学的重要分支如人际传播、组织传播和跨文化传播等领域的研究。在全球一网和信息全球化的背景下,人间直接面对面交流的空间有可能急剧减小,这是一方面;另一方面,经济全球化和国际间旅游的勃兴,有可能使跨文化人际交往将空前发展。正因为如此,人际传播和人际交往的重要性有可能更显突出。开展人际传播的系统研究已当其时。

组织传播与公共关系是传播学中几乎重叠的两个重要领域。它们之间的主要差别之一就是公共关系的主要原则既可以适用于组织机构也可适用于个人,而组织传播学则主要适用于组织机构。在新世纪里,我国要真正跻身于世界经济大国的行列,就必须创建出若干世界级的名牌企业。要做到这一点,除了实行经济体制改革、建立现代企业制度外,还离不开高水平的公共关系和组织传播。在信息社会和网络时代,组织机构的内部网络和外部国际互联网络将使其对内、对外的交流发生重大变化,组织传播和公共关系的研究将显得十分迫切。

网络传播将很快成为我们生产、工作和生活的基本条件,并将根本改变传播新闻与大众传播的面貌。网络传播研究将成为我们亟待研究和建立的传播学新领域。新型的网络传播学将逐步取代传播的大众传播学。

第五,要加强对国际传播的研究,为新世纪在世界上树立中国和中华民族的崭新形象,创造良好的国际舆论环境做出贡献。在新世纪中,国际传播和跨文化传播将比军事斗争、经济竞争更具潜移默化的影响力。良好的国际传播将有助于推动和促进各国人民和政府之间的相互了解,化解矛盾和冲突;而拙劣的国际传播会恶化各国人民和政府之间的相互关系,激化矛盾与冲突。因此,我们要花大力气了解和研究国际传播和国际传媒,特别是目前主导国际信息流通和国际舆论的国际传播,根据国际传播和跨文化传播的特点和规律,制订正确的国际传播战略,创造良好的国际舆论环境。

我们要通过长期的认真研究、批判吸收和自主创造,在解决我国传播实践重大实践问题的过程中,发现和提出一些重大的、经得起考验的传播学或大众传播学理论,在此基础上逐步形成有中国特色的完整的传播学理论体系。



2000年4月18日

目 录

第一章 绪论

- 第一节 传播学的产生 1
- 第二节 传播学研究对象及理论体系 11
- 第三节 学习传播学的意义和态度 18

第二章 传播

- 第一节 传播的基本概念及构成要素 23
- 第二节 传播的历史演变及其特征 31
- 第三节 传播的类型及功能 45

第三章 传播者

- 第一节 传播者类型、任务、权利 61
- 第二节 大众传播者基本素质及社会责任 78

第四章 传播内容——信息

- 第一节 信息的定义和性质 83
- 第二节 信息的特点和作用 88
- 第三节 噪音、信息污染及信息饱和 95
- 第四节 信息论、信息革命与信息社会 99

第五章 受传者

第一节 受传者的目的、权利	106
第二节 受传者类型、构成及心理特征	117
第三节 受传者研究理论	129

第六章 传播媒介与符号

第一节 传播媒介	136
第二节 符号	149
第三节 语言符号	154
第四节 非语言符号	159

第七章 传播过程与传播模式

第一节 传播过程	170
第二节 传播模式	182

第八章 传播效果

第一节 传播效果研究理论	195
第二节 传播效果的内涵及类型	198
第三节 影响传播效果的主要因素	204
第四节 提高传播效果的途径	218

第九章 传播与广告

第一节 广告传播的产生与发展	228
第二节 广告传播的特征和作用	235
第三节 广告传播策略技巧	245

主要参考书目

后记

第一章 绪 论

第一节 传播学的产生

什么是传播学？顾名思义，就是研究传播的一门学问。人类的传播现象和人类的历史一样古老悠久。当原始人类最早懂得用抚摸表示问候、安慰，用眼神、姿势传情达意，用声音高低、长短传递各种消息，用篝火、舞蹈、音乐表达喜庆欢乐时，他们实际上已经懂得了什么是传播。从人类诞生之日起，传播就如影随形地相伴着人类从远古走到今天。与此同时，人类对传播的关注、探索的脚步一刻也没有停止过。但令人遗憾的是，对传播现象进行系统研究并形成一门科学——传播学，却是姗姗来迟，一直到 20 世纪 40 年代才问世，它是一门十分年轻的新兴学科。德国著名心理学家艾宾浩斯 [Hermann Ebbinghaus] 在叙述心理学时说：心理学是一门“虽有漫长过去，但仅有短暂历史”的科学。^①我们也可以这样讲，传播虽有漫长的过去，但传播学仅有短暂的历史。

^① 波林：《实验心理学史》上册，11 页，商务印书馆，1982。

一、传播研究

如前所说，传播是与人类历史同步的古老现象，但研究这一现象的学科却是年轻的。那么，它究竟诞生于何时？又是如何诞生的呢？在回答这一问题之前，我们首先要了解与传播学有密切联系的传播研究。

什么是传播研究呢？从广义的角度看，人类对一切传播现象的关注和探索，都可称为传播研究。从这个意义上讲，自从人类有了传播也就有了传播研究，它的历史源远流长。

（一）关于传播的认识和研究

传播与人类一起诞生和发展，和人类生存进步有着十分密切的关系。因此，人类的先民们很早就注意到传播的存在和作用，对此曾进行了长期不懈地探索、研究，用他们的聪明和智慧，创造出令人瞩目的奇迹。

1. 传播思想、观念逐渐形成并日益成熟

关于对传播现象、事件的研究，最早可以追溯到古希腊时期。当时以及以后很长时间内，许多学科的研究者对本学科范围内的传播现象都有过精辟的论述。如哲学对“灵魂”的探讨，神学对“启示”的解释，关于知识发生的学说等。在古希腊时期，由于没有书籍、报刊，面对面的人际传播是最为常见的传播形式，人与人的对话则是最主要的传播方式。亚里士多德 [Aristoteles] 在其著名的《修辞学》中讲：“修辞学可以分为三个部分，这是由听者的三种性质决定的。在对话的三个要素——即说话者、话题、听者——中，决定对话目的和对象的要素，是听者。”在这里，亚里士多德提出了构成对话的三个要素，揭示了各要素的特征及相互联系，以人际传播的说服为重点，以听者为中心，建立起他的修辞学体系。他认为：“修辞学是敦促对话中

对方决断的一种手段。因此，说话者不仅要明确自己所说的内容，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。”^① 亚里士多德是从修辞学角度讨论对话的，但从中可以看到，他已涉及到传播学的主要问题，如传播者、内容、受传者及传播效果等，他无疑是最早重视并研究传播问题的人。此后，有许多哲学家、思想家都从各自的研究领域对传播有过精辟的论述，体现出丰富的传播思想。在我国古代对传播现象、传播问题的研究尤为重视，先哲们关于传播特性、功能、原则、技巧等都有十分具体、深刻的阐述。中国传播“止于至善”的价值取向的追求，“东方智慧”的传播理念，神韵独特的传播媒体，博大精深的传播思想体系，在人类传播史上独树一帜，大放异彩。

2. 传播媒介、符号的不断改进、革新

人类自走出森林，人猿相别，最初是借助于手势、动作、物体以及功能性发声进行信息交流、沟通。经过相当漫长的历史过程，人类终于创造了有别于动物的独特的符号体系——口头语言，这是人类传播史上的一座里程碑。文字的产生、印刷术的发明、电子媒介的运用，这一个个的变革、创新，都凝聚了人类的聪明智慧和伟大创造力，它极大地推动着人类历史的进步，也推动着人类传播的历史的演进。

3. 传播技巧、方法研究的推陈出新、层出不穷

在古今中外汗牛充栋的各类文献典籍及大量的歌谣、民谚、俗语中，随处散见人类关于传播技巧、方法的奇思妙想。我国的《论语》、《孟子》等诸多经史子集，都有许多关于传播问题的精辟论述，材料之浩瀚，见解之独到，哲理之深刻，令今人叹服不

^① 沙莲香等：《传播学——以人为主体的图像世界之谜》，33页，中国人民大学出版社，1990。

已。中国传播理论研究大部分是奠基在先哲们的社会经验上，对传播问题的洞见常常是历久弥新。正如美国传播学奠基人威尔伯·施拉姆 [Wilbur Schramm] 讲的那样：“我们在西方文化背景中学习科学方法与理论的人，看见中国长春的文化，和她悠久的传播艺术传统，总免不了肃然起敬。我们常想，中国人那种深邃的智慧和洞达，要是有一天能用来帮助西方人了解自己的工艺智识，增进我们在实验方面的体会，该是多么好的事。许多人已注意到现代中国人在传播的学问上认识的深刻与精到，不但反映了悠久的历史传统，且常能推陈出新”。^①

（二）传播研究与传播学

传播研究和传播学之间既有着十分密切的联系，但又有着根本的区别。

1. 传播研究不等于传播学

从构成独立学科的标准来衡量，传播研究不具备一般学科的自觉性、科学性、系统性。具体地讲，传播研究没有明确的自觉意识，始终局限于某些具体问题，缺乏一般学科的系统性和完整性；传播研究失之零散、随意，也夹杂着一些不科学成分，因此又缺乏一般学科的科学性。传播研究范围狭窄，没有实现从“特殊”到“一般”的飞跃。总之，传播研究仅仅局限于对一般传播现象问题的关注、认识与探索，不是也不可能成为一门科学。究其原因，一方面，人类当时的认识能力低下，难以对传播现象给以科学的把握、总结；另一方面，传播在当时社会中的地位和作用显得还不够突出。

2. 传播研究是传播学产生的基础

^① 余也鲁译述：《传播概论：媒介、信息与人》，6页，香港，海天书楼，1997。

虽然传播研究不等于传播学，但无可否认，传播研究为传播学产生奠定了坚实的基础。如前所述，在传播学产生之前，人类在传播领域研究中取得了优异的成果，积累了丰富的经验，它为传播学产生提供了极为珍贵的财富，有力地促进了传播学的产生和发展。威尔伯·施拉姆认为，传播研究“还没有”成为一门科学，但它却是研究人类行为最为繁忙的交叉路口，因为“传播是一个——也许是惟一的——根本社会全过程。”各门传统学科的专家学者们在探讨本学科问题时，“有许多人路过（这里），但很少有人逗留，”因为，此时传播研究“还没有”成为一门科学，但这并不是说“不可能”、“不需要”或今后也“不会”成为一门科学。此时“很少有人逗留，”也不意味着今后无人安营扎寨，作长期研究。^①以我国为例，源远流长的五千年历史，绵延不断的华夏文明，独特丰富的传播研究成果，为构建传播学提供了取之不尽用之不竭的宝贵资源。同时，传播研究的不断深入，为传播学的形成奠定了坚实的基础，有力地促进了传播学的诞生。

综上所述，从传播研究到传播学的产生，其间经历了漫长的历史过程，到了20世纪40年代，作为一门独立的学科——传播学应运而生了。

二、传播学的产生

传播学孕育于20世纪20、30年代，产生于40年代的美国。

（一）传播学产生的条件

传播学的孕育和产生不是偶然的，它是受多方面因素影响和制约的。从传播学在美国孕育、产生的情形来看，它是人类社会进步，科学技术的发展，以及社会、政治、经济、文化需要的必

^① 邵培仁：《传播学导论》，7页，浙江大学出版社，1997。

然结果。

1. 社会进步的需要

人类社会的不断进步为传播学的产生提供了可能。一方面，人类文明进程的不断推进，人类自身的认识能力得到空前提高，对物质世界、精神世界的把握、理解越来越深入，以至于相继出现了大量的新理论、新学说。在这一背景之下，人们对传播现象的全面掌握、科学认识，终于成为可能。另一方面，随着工业化进程的加速发展，传播现象十分引人注目，传播活动日益频繁化和复杂化。尤其是传播活动在社会生活中的地位显得越来越重要，其作用和影响也越来越大，引起了全社会对传播现象的高度重视，传播学在这一背景下形成是势在必然的。

2. 科学技术发展的需要

科学技术的进步与发展，为传播学产生奠定了坚实的物质基础。19世纪下半叶到20世纪初，是人类科学技术发展最辉煌的时期。电的发明，蒸气机的使用，电话、电报、电影、电视机、电子计算机的相继问世，直接导致了人类传播媒介技术、传播手段的突飞猛进的发展。以美国为例，第二次世界大战前后的社会经济、科学技术有了较大发展，传播媒介不断革新，书籍、报刊印刷发行规模不断扩大，广播、电报、电影、电视等媒介相继问世；尤其是电子媒介的迅速发展，直接影响到社会生活的各个领域，随之也带来了一系列社会问题，诸如媒介与社会、大众媒介与国家发展等。因此，研究传播尤其是大众传播中的各种问题就显得十分紧迫，这无疑加快了传播学产生的步伐。

3. 商业竞争的需要

商业竞争为传播学的产生提供了社会需求背景。传播学的产生直接适应了商业竞争的需要。20世纪初，由于工业化进程的加快，传播在商业竞争中的作用、影响极为明显，引起了社会各