

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

传播学基础

>>>

主 编 / 侯 健

Chuanboxue
Jichu



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

传播学基础

>>> 主 编 / 侯 健

Chuanboxue
Jichu



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学基础 / 侯健主编. —北京: 北京师范大学出版社,
2010.6

新闻采编与制作专业教材

ISBN 978-7-303-11090-2

I. ①传… II. ①侯… III. ①传播学—高等学校: 技术
学校—教材 IV. ① G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 104883 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京东方圣雅印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm × 230 mm

印 张: 13.75

字 数: 240 千字

版 次: 2010 年 7 月第 1 版

印 次: 2010 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 22.00 元

策划编辑: 郑 宜 责任编辑: 郑 宜

美术编辑: 高 霞 装帧设计: 李景东

责任校对: 李 菡 责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会 新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

编审委员会名单

- | | |
|-------|----------------------------|
| 王建国 | 主任委员、广播电影电视管理干部学院副院长、教授 |
| 陈信凌 | 副主任委员、南昌大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 陈 龙 | 副主任委员、苏州大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 毕一鸣 | 委员、南京大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 布和温都苏 | 委员、呼和浩特民族学院副院长、教授 |
| 董广安 | 委员、郑州大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 高晓虹 | 委员、中国传媒大学电视与新闻学院院长、教授 |
| 蒋贻杰 | 委员、广西职业技术学院文化传播系主任、教授 |
| 梁小庆 | 委员、中央广播电视大学音像出版社社长、教授 |
| 刘民朝 | 委员、中央电视台科技专题部主任、高级编辑 |
| 王诗文 | 委员、安徽广播影视职业技术学院院长、教授 |
| 谢晓晶 | 委员、北京电影学院副院长、教授 |
| 张瑞麟 | 委员、中央广播电视大学图书馆馆长、教授 |
| 郭卫东 | 秘书长、广播电影电视管理干部学院教务处处长、副教授 |
| 覃晓燕 | 秘书、广播电影电视管理干部学院高教研究室主任、副教授 |

本书编写委员会

- | | | |
|-----|-----|-----|
| 总主编 | 陈信凌 | 郭卫东 |
| 主 编 | 侯 健 | |

总 序

21 世纪,人类社会进入了信息时代与知识经济时代。在这个飞速发展的时代里,经济全球化与文化多元化已经成为不可阻挡的历史潮流。随之而来的是跨文化传播在全球的迅速兴起,而影视艺术作为当今世界影响力最大的艺术创造和文化传播方式之一,在跨文化传播中具有最广泛的观众群和覆盖面。

随着广播影视事业在全国的迅速发展和产业属性的显现,对广播影视人才的需求量也越来越大。近年来,我国广播影视类专业高等教育取得了长足的发展,为广播影视系统输送了大量的人才,随着广播影视行业的迅猛发展,社会对广播影视类人才提出了更高的要求。进一步深化人才培养模式、课程体系和教学内容的改革,提高办学质量,培养更多的适应新世纪需要的、具有创新能力的广播影视高素质人才,是广播影视教育的当务之急。

作为广播影视教育的重要环节,教材建设肩负着重要的使命,新的形势要求教材建设适应新的教学要求。高职高专教材应针对高职高专学生的自身特点,按照国家高职高专教育的特点和人才培养目标,以应用性职业岗位需求为中心,以素质教育、创新教育为基础,以学生能力培养、技能实训为本位,使职业资格认证培训内容和教材内容有机衔接,全面构建适应 21 世纪人才培养需求的高职高专广播影视类专业教材体系。广播影视类专业教学指导委员会组织编写的“十一五”规划教材,主要包括影视动画、影视广告、新闻采编与制作、主持与播音、电视节目制作、摄影摄像技术等专业系列教材。本系列教材的出版,必将对高职高专广播影视类专业的人才培养和教育教学改革工作起到积极的推动作用。

本系列教材的出版,得到了教育部高等教育司领导、国家广播电影电视总局人事教育司领导及行业专家的大力支持,得到了国内众多同类院校的大力协助,在此对他们表示衷心的感谢!同时,我们也希望广大师生和读者给我们提出宝贵意见,使教材更加完善。

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会主任委员

王建国 教授

序

随着信息技术的高速发展，传播学的理论和应用价值逐渐在广播电视、新闻、广告、公共关系、出版等实践领域凸现出来。时至今日，无论是行业界还是教育界，人们越来越认识到学习传播学的重要性。在响应教育部关于“进一步深化人才培养模式、课程体系和教学内容的改革，提高办学质量，造就更多的适应新世纪需要的具有创新能力的广播影视高素质人才”号召的背景下，《传播学基础》这部书应运而生。

本书本着理论够用、关照实践的宗旨，从传播学的基本问题入手，以传播过程的基本要素为线索，立足大众传播，围绕传播者、受众、传播媒介、传播内容及传播效果展开，结合传播学现有的主要理论，密切联系实践，兼顾当今传播学研究的热点问题，通过大量丰富的案例力求使学生能够掌握理论、指导实践。

在本书的编写过程中，所有参与组织、编写的成员都付出了极大的努力，但是鉴于编者的水平，书中难免会有不完善、不成熟之处，诚挚地欢迎从事传播学教育、研究、实践的专家同行给予批评指正。

编者

目 录

第一章 传播及传播学的基本问题	(1)
第一节 传播的含义及类型	(1)
第二节 人类传播活动的演进	(7)
第三节 传播学的基本问题	(14)
第二章 传播的过程	(18)
第一节 传播的基本过程	(18)
第二节 传播过程模式	(21)
第三节 控制论传播过程	(27)
第三章 人内传播与人际传播	(36)
第一节 人内传播	(36)
第二节 人际传播	(42)
第四章 群体传播和组织传播	(47)
第一节 群体传播	(47)
第二节 组织传播	(52)
第五章 大众传播	(60)
第一节 大众传播的定义和特点	(60)
第二节 大众传播的产生与发展	(63)
第三节 与大众传播相关的几种传播活动	(68)
第四节 大众传播的功能	(74)
第五节 大众传播的社会影响	(80)
第六章 传播者与传播控制	(84)
第一节 传播者的制度环境	(85)
第二节 传播的社会控制	(91)
第七章 大众传播的内容	(99)
第一节 大众传播的内容及类别	(99)
第二节 内容的传播手段	(103)
第三节 大众传播内容的生产流程	(105)

第八章 传播媒介	(111)
第一节 传播媒介概述	(111)
第二节 传播媒介的理论	(113)
第三节 传播媒介的类型和特点	(119)
第四节 新媒介与媒介融合	(129)
第五节 媒介组织	(132)
第九章 大众传播中的受众	(134)
第一节 受众	(134)
第二节 受众的主体地位	(139)
第三节 受众调查	(148)
第十章 传播效果研究	(155)
第一节 传播效果的含义	(156)
第二节 传播效果研究的历史与发展	(162)
第三节 几种主要的效果研究理论	(171)
第十一章 传播学的研究方法	(187)
第十二章 传播学的奠基人、开创者及主要流派	(198)
第一节 传播学的奠基人及开创者	(198)
第二节 传播学的主要流派	(202)
参考文献	(208)
后 记	(210)

第一章 传播及传播学的基本问题

本章要点：

传播是宇宙中的一种普遍现象。与动物传播等不同的是，人类传播是自然界和社会长期发展的结果，其过程是人类不断扩展自身传播能力、不断发现和创新媒介、不断使信息传播系统趋于完善的历史。回望人类文明历程，我们可以发现传播媒介发展的动力不仅来自于单纯的科技，更来自于深层次的文化种类。所以，我们只有把传播置于人类自身发展的进程当中，考察媒介的发展轨迹和各种传播类型特征才有意义。本章重点，一是在解释“传播是什么”的基础上，分析传播与符号、信息的关系，并从信息传递角度逐一介绍传播的四种类型，即自我传播、人际传播、组织(群体)传播和大众传播；二是根据媒介产生和发展的历史脉络，概述人类传播由古至今的几个发展阶段：口头传播时代、文字传播时代、印刷传播时代、电子传播时代和新媒体传播时代，以此来说明人类传播活动日益频繁、范围不断扩张、影响不断增强的张力。

传播是宇宙中的一种普遍现象，广泛存在于人类社会及自然界中。结绳记事，占卜祭祀，鸟雀呼晴，蜜蜂舞蹈，四季更迭。正是通过这样或那样的“传播”，万物才会相互发生联系，大千世界才会色彩斑斓、奥妙无穷并充满生机。随着工具的使用，人类传播得以从自然传播现象和动物传播行为中分离出来，人类才能摆脱蒙昧而成为万物灵长。传播，已成为人类生存的一种基本方式，就如生命的机体离不开水和空气一样。我们只有明确了什么是人类的传播，了解了人类传播的发展历程，才能明白传播对于人类的意义，也因此才能更好地理解人类自身。

第一节 传播的含义及类型

作为 20 世纪 30 年代跨学科研究的产物，传播学是研究人类一切传播行为和传播过程发生、发展的规律以及传播与人和社会的关系的学问，是研究社会信息系统及其运行规律的科学。什么是传播，传播的类型有哪些，其发展的历程如何，这是本章探讨的主要内容。

一、传播的含义

(一)“传播”与“Communication”的语义分析

“传播”一词，有着悠久的历史。据著名新闻学者方汉奇先生考证，“传播”一词最早见于1400年前《北史·突厥传》中的“传播中外，咸使知闻”一语。但现代意义上的“传播学”一词却是20世纪70年代末、80年代初才传入中国的舶来品，以至1983年厦门大学于国内首次以“传播”命名院系时，不少国内的学者竟误以为是筹办“船舶系”。

至于英语中与传播相对的是“Communication”一词，则源自拉丁语的Communicatus和Communis。按照《牛津高级词典》的解释，Communication包含了多种含义：表达、交流、交际、传递、通信、联络、信息等。可见，Communication远比“传播”一词要丰富得多，它涵盖了诸多与传播相关的领域，广泛地诠释了传播的意义，并强调了传播过程中双向、交互的关系。

在我国，Communication很早便被引入通信领域，被作为一种与国际接轨的通信语汇使用。之后，Communication又逐渐向传播领域靠近，并成为传播概念的英译。从现阶段传媒与通信领域的交汇融合来看，社会中多个与传播相关的领域在Communication的诠释下势必走向融合。

(二)传播的定义

正因为传播内涵的丰富性，到目前为止，传播学界尚未形成对传播的统一定义，各种诠释可谓“五花八门”，莫衷一是。其实，这些定义彼此并不冲突，区别只在于各自对其不同源起的反映。溯本追源，传播学起源于20世纪10年代至20年代，到了40年代至50年代才形成一门独立的学科，并最早诞生于美国。虽然传播学作为一门学科相对来说还很年轻，但是因其在发展过程中历经社会学、心理学、政治学、新闻学等诸多学科的学者的共同努力，从而在一开始就是以一种基础性的社会学理论姿态出现，这从众多传播学者对“传播”所下的定义中可见一斑。

传播是对一组告知性的符号，进行统一化的处理过程，让其成为一个统一的东西。我们在传播的过程中，是努力想同谁建立“共同”的东西，即我们努力想“共享”信息、思想或态度。^①

传播就是某个人传递刺激以影响另一些人的行为的过程。——霍夫兰（影响说）

^① Wilbur Lang Schramm, 《Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human》, 1973, 第45页。

传播即用言语交流思想。——格伯纳(互动说)

所谓传播,即通过大众传播和人际传播的主要媒介……所进行的符号的传递。——贝雷尔森(符号说)

不难看出,在西方传播学者对传播所作的几类具有代表性的定义中,“共享”说强调的是传者和受者对信息的分享;“影响”说强调传播是传者对受者施加影响的行为;“互动”说强调传播是互相来往、双向交往的一种活动;而“符号”说则强调传播是符号的流动。

同样,传播学进入中国后,国内不少学者因为各自领域的不同而对传播定义有着不同的阐释。

从最一般的意义说,传播是社会信息的传递;传播表现为传播者、传播渠道、受者之间的一系列传播关系;传播是由传播关系组成的动态的有结构的信息传递过程;传播是社会性行动,传播关系反映社会关系的特点。——沙莲香

传播是信息的双向流通过程,包括人际传播与大众传播两大类型。——李彬
传播,即传受信息的行为或过程。——张国良

然而,不管各学者的研究领域如何不同,他们对“传播”的阐释如何多义,“信息”和“符号”总是定义“传播”无法绕过的两座山峰。

1. 信息

著名的应用数学家诺伯特·维纳曾对“信息”下过一个“著名”的定义:“信息就是信息,不是物质也不是能量。不承认这一点的唯物论,在今天就不能存在下去。”这句话深刻揭示了信息的重要地位,但是,这句话却让人无从明白,究竟什么是信息。信息在英语中对应的词是 information,中文的意思有音讯、通讯、通知、情报等。由此看来,信息可以说是一切讯号、知识的总称。信息科学认为,信息是物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式,它与物质、能量并称人类生存环境的三大构成要素。

在汉语中,“信息”是个古老的词汇,它最早见于南唐诗人李中的《暮春怀故人》——“梦断美人沉消息,目穿长路倚楼台”。但是,它被人们广泛运用,却是近几十年的事。20世纪40年代末,美国数学家香农发表了《通信的数学理论》和《在噪声中的通信》两篇著名论文,提出信息熵的数学公式,从量的方面描述了信息的传输和提取,创立了信息论。于是信息论首先在通信工程中得到广泛应用,为信息科学的研究奠定了初步的基础。

信息科学对于传播学最重要的贡献是提出了“信息”的概念。它告诉我们,人与人之间社会互动行为的介质,既不单单是意义也不单单是符号,而是意义和符号、精神内容和物质载体的统一体,这个统一体就是我们生活中无时无刻不在的

信息。因为，意义离开符号便不能得到表达，而符号离开意义则成为一些莫名其妙的物质，两者中任何一方单独存在都会显得毫无“意义”。例如我们用“：-）”表示微笑传达友好，不仅是因为这个讯号以可视的形式作用于我们的感觉系统，而且也是因为我们赋予了它某种态度和情感。因此，从传播学的角度来定义，所谓信息就是借助传播媒介实现传递和扩散的符号（物质载体）和意义（精神内容）。

生活中，信息如空气一样，无处不在。但是，信息却并非空气那样不可捉摸，它有着种种可以理解的特征：

（1）事实性。任何信息都是对某一事物的客观反映，离开了事物本身也即事实，信息也就失去了意义。

（2）传递性。信息作为事物运动状态的情况，只有经过传递、交流，才能为人们所感知和接收，才能转化为知识并发挥作用。

（3）抽象性。信息作为物质存在和运动的反映，有着物质的属性，是一种客观存在；但它又不同于物质，是一种非实体的抽象内容。正因为这样，信息才可以浓缩、积累与传承。

（4）系统性。在信息的流动过程中，信息的表现形式有着统一的规定。同时，事物的各种信息之间又是相互关联的，通过一定的法则，可对各种信息进行系统的分析。

（5）存储型。信息虽不是物质，却比一般物质更适合长期存储，如通过人的记忆，或通过各种物质载体进行记录并保存。也正因为如此，人类的文明得以传承。

（6）共享性。所谓共享是指信息的传播可以使信息被大众接收、占有和享用，而其本身的“质量”和“效用”却并不会因此受到影响。

总之，有了信息这个概念，对传播者和受者能够产生某种影响或社会互动的介质就有了准确的描述，而信息的传递也囊括了人类一切传播活动的目的和过程。

2. 符号

美国哲学家莫里斯曾说过：“人是突出的应用符号的动物，人以外的动物诚然能对作为别的事物的符号的某些事物作出反应，但是，这样的符号却并没有达到人类的言语、艺术、检验方法、医学诊断和信号工具所有的那种复杂性和精致性。人类文明是依赖于符号和符号系统的，并且人类的心灵是和符号的作用不能分离的——即使我们不可以把心灵和这样的作用等同起来。”^①毫无疑问，在莫氏

① [美]万德勒著，陈嘉映译，《哲学中的语言学》，北京，华夏出版社，2008年，第1版，第50页。

看来,符号是人类传播活动必备的核心因素和最重要的工具。但什么是符号?简单地说,符号就是信息的表现物,它是指代一定意义的意象,可以是图形图像、文字组合,也可以是声音信号、建筑造型,甚至可以是一种思想文化、一个时事人物。如果说意义是信息的精神内容,那么符号就是信息的外在形式或者物质载体。而符号学则是研究符号传意的人文科学,例如各种文字符、密码、古文明记号、手语,等等。可是,由于符号学涵盖的范围过于广泛,其在西方世界的人文科学中一度未被重视。

现代符号学的源头是20世纪初瑞士语言学泰斗索绪尔的教学讲稿——《普通语言学教程》。在该书中,索绪尔将符号分成“意符”和“意指”(意符是符号的语音形象;意指是符号的意义概念部分)两个互不从属的部分,这不但真正确立了符号学的基本理论,而且影响了后来的一大批法国结构主义学者。之后,索绪尔又将符号分为语言符号和非语言符号。语言符号作为人类社会最重要的符号系统,其重要性不言而喻,关于语言传播,稍后章节另有论述。我们不妨先将目光投向“非语言符号”。所谓非语言符号,顾名思义,是指除语言之外的其他所有传递信息的符号。虽然语言是人类最重要的符号系统,但是语言符号不能替代其他符号。因此,除却语言符号外,其他的符号就用非语言符号来表示、补充和承载。非语言符号的类型虽然很多,但总的来看,用“体语”、“视觉性非语言符号”、“听觉性非语言符号”便能概括。非语言符号在日常传播过程中,尤其是在人际交往中,扮演着重要的角色,美国学者伯德惠斯特尔就曾经说过“有65%的社会含义是通过非语言符号传递的”。下面,我们就来看看非语言符号是如何进行“传播”的。

(1)体语。体语是通过人的举止、表情和装束来表情达意、传播信息的非语言符号,也称“身体语言”、“行为语言”和“态势语”。体语主要包括表情与眼神、姿态动作、触摸行为。

生活是个大舞台,人人都是好演员。“才下眉头,却上心头”,是千般忧愁;“执手相看泪眼,竟无语凝噎”,更是离恨万种……中国古代文学中,这样的诗词俯拾即是,这从另外一个角度印证了表情、眼神与人物内心情感活动之间的关联。

姿态动作。用肢体动作来表情达意,在传播活动中司空见惯,如点头肯定、摇头否定、鼓掌欢迎、挥手告别等。

触摸行为。触摸作为传播的一种象征性手段,可以用来表述和说明相互作用的性质。如握手时,长者、领导、女士先伸手;委屈时,小孩投入父母的怀抱以寻求安慰。

(2)视觉性非语言符号。视觉性非语言符号包括图像符号和目视符号。图像

符号包括活动图像、整体图像和图画等多种形式。这类传播符号是形象的、直观的、易被人们感知和理解的。如电影、电视等大众传播媒介作为一种符号系统，其运动的画面利用光、影、色、构图以及画面的组接、转换等元素来传递信息。目视符号是介于抽象语言符号和物件符号之间的一种图像符号。如各类“图解”、“地图”，以及表征产品的“商标”、象征国家的“国徽”等。

(3)听觉性非语言符号。听觉性非语言符号包括两类，即类语言和其他声音符号。类语言是人类发出的没有固定意义的声音，它是一种类似语言的符号，包括辅助语言和功能发声。所谓辅助语言就是辅助人类口头语言的声音要素系统，包括音调、音量和音速。广播节目中的主持人，语音语调的变化，传达着不同的信息。所谓功能性语言主要指人发出哭、笑、叹息等口头语的声音；而其他声音符号，则有鼓声、口哨、汽笛、乐声等。特定时期、特定情况下，听觉性非语言符号有着特定的传播意义，如在我们所熟知的“四面楚歌”、“草木皆兵”等历史故事中，乐声的“攻心战”要胜过千军万马。

符号学对传播学的影响是巨大的。就如实用主义及符号学创始人之一的皮尔士所论述的，“直接传播某种观念的唯一手段是像。即使传播最简单的观念也必须使用像。因此，一切观点都必须包含像或像的集合，或者说是由表明意义的符号所构成。”符号学先驱们之所以用此定义来解释人类的一切传播活动和传播现象，是因为传播活动中的确流动着各种各样的符号。不过，需要指出的是，引起人与人之间互动的不仅是符号，更是符号所承载的“意义”。

从以上诸种定义可以得知，传播实际上就是信息借助一定的媒介所完成的流动过程。表现在社会生活领域中即为某种事物的传递与散播。简而言之，传播就是信息的传递与交流；具体述之，传播就是一种信息的共享、一种双向的社会互动，并借助于一定的传播媒介存在，并反映着一定的社会关系。

二、传播的类型

如前所述，传播的内涵是十分丰富的，其外延之广几乎无所不包。因此，不同的分类标准下，传播的类型也各不相同。但从信息传递这个角度来说，目前国内传播学界比较认可传统的四分法，即将传播分为：自我传播（内向传播）、人际传播、组织（群体）传播和大众传播。

（一）自我传播（内向传播）

自我传播指的是个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动，其特点是“主我”与“客我”之间的信息交流。如自言自语、思想斗争、沉思默想、自我克制、自我反省、自我鼓励等。自我传播基本上属于心理学研究的范畴，其传播效果的好坏直接影响着个人与外界的交流。

(二) 人际传播

人际传播有广义和狭义之分。广义的人际传播指的是除自我传播外的一切人类传播活动。狭义的即我们现在所指的人际传播,是个人与个人之间的信息传播活动,其特点是信息的双向性强。如面对面的交谈、讨论,借助传播媒介进行的间接传播(邮件、电报、电话、网络)等。

(三) 组织(群体)传播

组织传播指的是有组织的在群体内部或组织机构内部及外部进行的信息传播。这里所说的组织一般指的是正式组织。组织传播多见于各类社会组织的实践活动中,比如我们所熟知的美国大选时的竞选团体方案、各种企业的文化宣传、学校里的班级管理等等。

群体传播主要是指群体内部或外部的信息传播活动。群体传播在形成群体意识和群体结构方面起着重要的作用,而这种意识和结构一旦形成,又反过来成为群体活动的框架,对个人的态度和行为产生制约,以保障群体的共同性。因此,群体传播可以说是群体生存和发展的一条基本生命线。

(四) 大众传播

大众传播顾名思义就是通过报纸、杂志、书籍、电影、广播、电视等大众传播工具向广大受众传递信息的过程。和其他传播类型相比,大众传播具备传播者、信息、大众传播工具和受众四要素。20世纪以来,随着各种电子媒介的诞生和发展,以及信息的高速化、多样化,大众传播业已成为普遍的社会现象。我们甚至可以说大众传播推动了社会环境和文化环境的演变,它已经成为我们生活的一部分。

第二节 人类传播活动的演进

自从有了人类的诞生,便有了生生不息的传播活动。在语言产生之前,人类的祖先经历了一个漫长的原始传播时代,传播史学者称之为前语言传播时代。在这个时期,拟态与手势语是把特定信息传递给受众的最实用、最有效的方式。如狩猎过程中,当一个原始人遇到野牛群时,他会立即跑到同部落的人都能看见他的高地上,两手举起遮体的东西,举到头顶,然后再慢慢放下,反复不已,以此动员部落成员围猎。这种在狩猎中形成的手势往往能表现动物最显著的特征。如高举双手,食指伸直,表示所见野兽是有一对大角的大捻角羚;中指弯曲,其余四指伸展,大家明白这是发现了长颈鹿;发现鸵鸟则斜举手臂……而在此后漫长的相互交往和群体生活中,原始人类又学会了把声音同它所代表的事物分离开来,并且学会了用语言符号(声音)来代表具体事物和抽象意义。人类终于进入到

语言传播时代。

语言的产生，标志着人类从动物传播到人类传播的重大飞跃。人类语言所具有的能动性和创造性是有别于动物界信号系统最根本的特征，所以说语言的产生是真正意义上人类传播的开端。从语言的产生到今天的信息社会，人类传播经历了一个漫长的发展过程。根据媒介产生和发展的历史脉络，我们把人类的传播活动分为以下几个发展阶段：口头传播时代、文字传播时代、印刷传播时代、电子传播时代和新媒体传播时代，以此来说明人类传播活动日益频繁、范围不断扩大、影响不断增强的张力。

一、口头传播时代

以语言为载体的口头传播是人类传播活动的第一个发展阶段，是伴随着人开口说话而开始的。据考古发现，在人类漫长的进化史上，最先出现的尼安德特人在没有天灾人祸的情况下竟奇怪地灭绝了，而后起的克罗马农人却成了人类最直接的祖先。一个十分有力的推论是：前者没有语言，而后者创造了语言。语言拯救和帮助了克罗马农人，人类也从此脱离了动物的信号传播藩篱，踏上了人类的语言传播大道。就此，苏联著名心理学家巴甫洛夫说道，没有东西比语言更能使我们成为人类。“因为语言是思想的手段，正如簿记是商业的手段一样。它把思想记录下来和固定下来，使得思想能发展成为越来越复杂的观念。”有了语言，人类个体的经验才得以交流、共享，知识才能代代传承。更重要的是，语言还从行为到心理彻底地改变了人类，使人类能在与其他物种的竞争中立于不败之地，大大加速了进化过程。

那么，语言是怎样产生的呢？鉴于声音语言是一种转瞬即逝的事物，没有任何可考的证据，所以，各种推测精彩纷呈。如：

“汪汪”理论认为，语言是通过模仿狗叫、雷鸣等自然的声音而形成的；

“感叹”理论认为，讲话是由偶然地表达感情或感觉而产生的；

“唱歌”理论认为，语言是从传播感情或欢庆事件的原始歌声中演化而来的；

“劳动口号”理论认为，语言是在从事某项群体性的重体力劳动时为协调动作，发出声音而形成的。

在众多的推测中，恩格斯的“语言起源于共同劳动”说无疑更具有说服力——“劳动的发展必然促使社会成员更紧密地互相结合起来，因为它使互相支持和共同协作的场合增多了，并且使每个人都清楚地意识到这种共同协作的好处。一句话，这些正在生成的人，已经达到彼此间不得不说些什么的地步了。”^①恩格斯认

① 恩格斯，《自然辩证法》，北京，人民出版社，1971年版，第151～152页。

为，由劳动过程中相互协作而产生的对语言的需要，促进了早期人类发音器官的发达，经过漫长的进化和发展，终于出现了分音节的语言。而在这个过程中，抽象能力和推理能力的发展，又反作用于劳动和语言，为这二者的进一步发展不断提供新的推动力。

和语言产生的过程一样，语言产生后的发展也经历了一个漫长的过程，并伴随着人类对周围世界认识的深化而不断完善。同时，口语也大大增强了人类的思维能力，使人类作为一个物种得到跨越式的进化。互动性强、简捷生动、传播易控制，这些优点使得口语直至今天仍旧是人类最基本、最常用的传播手段。不过，尽管口头传播有种种好处，但作为声音符号，口语却有其明显的局限性——转瞬即逝性使得信息的传播只能在可听的近距离、小范围内进行，信息保存性差，并且易受语境限制。说到这里，我们不妨看个小故事：公元前490年，波斯发动了对希腊的侵略战争。雅典军队在马拉松平原与波斯军队展开决战，最终以少胜多，打败了波斯侵略军。为了将胜利的消息告诉雅典城的居民，兵士菲力比第斯奉命跑回雅典，以便同胞们能早一点分享胜利的喜悦。忍受着饥渴伤痛，菲力比第斯一刻不停地跑了42公里零195米，就在他到达目的地并向同胞们高喊“欢呼吧，我们胜利了”的刹那，他年轻的生命也永远定格在了这个瞬间。由此可知，语言的产生和使用并不能满足人们异时异地传递信息的需要。于是，人类便不断地发明和采用一些体外化媒介，例如用约定的实物来传递和交流信息。于是，新的信息承载媒介便应运而生。

二、文字传播时代

文字是人类传播史上的第二个重大的里程碑。距今五六千年前，象形文字、甲骨文字和钟鼎文字等相继产生，使人类的信息传播革命第一次突破时间、空间的限制，得以广泛流传和长期保存。

台湾诗人席慕容有这样一首诗——《结绳记事》：

有些心情，一如那远古的初民
 绳结一个又一个的好好系起
 这样就可以
 独自在暗夜的洞穴里
 反复触摸 回溯
 那些对我曾经非常重要的线索
