

大眾傳播學叢書

正印書局

中國 傳播理論

關紹箕 著



中國傳播理論

中國 傳播理論

中國傳媒大學
中國社會科學院



大眾傳播學叢書

中國 傳播理論

關紹箕 著



中國傳播理論／關紹箕著．---臺初版．---臺北
市：正中，民83
面； 公分．---(大眾傳播學叢書)
ISBN 957-09-0935-8 (平裝)

1 傳播—哲學，原理—中國
541.8301

83007726

中國傳播理論《大眾傳播學叢書》

著 者：關紹箕
發行人：武奎煜
出版發行：正中書局
台北門市：台北市衡陽路20號
台北電話：(02) 3822815·3821496
郵政劃撥：0009914-5
FAX NO：(02) 382-2805
台中門市：台中市雙十路二段62號
台中電話：(04) 2381945·2381946
FAX NO：(04) 238-1943
出版日期：中華民國八十三年九月臺初版
版權所有：翻印必究
新聞局出版事業登記證：
局版臺業字第〇一九九號(9400)
分類號碼：541.00.004(版)(2,000)(4.50)澤
ISBN 957-09-0935-8

定 價：二二五元

海外分局
香港：集成圖書公司
地址：香港九龍油蔴地北海街七號
電話：3-886172-4·FAX NO 3-886174
日本：海風書店
地址：東京都千代田區神田神保町一丁目五六番地
電話：(03) 32914344 FAX NO·(03) 291-4345
泰國：集成圖書公司
地址：曼谷耀華力路233號
電話：2226573 FAX NO:2235483
美國：華強圖書公司
地址：41-35,Kissena Boulevard,Flushing,
N.Y.11355 U.S.A.
電話：(718) 7628889 FAX NO:(718) 762-8889
歐洲：英華圖書公司
地址：14, Gerrard Street, London, W1 England
電話：(071) 439-8825 FAX NO.(071) 4391183

自序

十年前，我就讀政大新聞研究所博士班時，曾經立下弘願：要好好整理中國固有的傳播理論。然而，中國傳播理論散在典籍，材料浩瀚，恐非一人一時所能勝任。因此，我只得從先秦非語文記號思想著手，把博士論文作為治學的一個起點。

博士班畢業後，本想找一份可以全心全力做研究的工作；但事與願違，找到的工作總是佔去太多的治學時間，而且身患胃疾，常有力不從心之感。雖然如此，我卻從未放棄整理中國傳播理論的夢想。

一般說來，撰寫學術著作至少要有兩個基本條件：一是時間，一是毅力。

為了讓自己保留較多的時間治學，這些年來，一切不必要的應酬和活動，我都予以「婉拒」，甚至連電話也經常在「故障」中。至於周末與周日假期，更是常被我挪來泛覽古籍。整個人的心靈可說已進入「閉關」狀態，而唯有如此，方能煉出上好的「丹藥」來。

在毅力方面，由於建構中國傳播理論是一樁極為艱辛的學術工程，有好幾次我都想放棄這個枯燥

的工作；可是，每當完成一章，又覺得欣喜若狂，不忍罷手。最後，還是逼迫自己，突破層層難關，了卻了多年的心願。

當然，一本學術著作的完成，絕非一個人的功勞。本書之能夠順利與讀者見面，一方面要感謝東吳大學中文系師長奠下了我的國學基礎，政大新聞研究所師長紮下了我在傳播理論與研究方法上的根基；另一方面則要感謝海峽兩岸的「漢學家」在整理注釋古籍方面所作的努力，以及在中國邏輯、美學、修辭、文學、心理、新聞思想等方面所出版的專著。沒有他們撒下的種子，就不可能有今天這個果實。

十年，就學術生涯而言，還不能算是「皓首窮經」的長期浸淫。因此，本書雖然三易其稿，也只能算是一塊「粗磚」，希望藉此能引出更多的「美玉」來。

最後，我要感謝正中書局、輔大文學院師友以及許許多多和我一起參與討論的研究生。因為，他們都是本書的催生者。

一九九三年中華文化復興節

於輔大文學院研究室

目錄

自序

緒論 1

第一篇 語文傳播理論

第一章 語用理論／26

第一節 語言是人的獨有特徵

第二節 語文的起源

第三節 語文的學習

第四節 語文的功用

第二章 語意理論／48

第一節 符號與指調對象

第二節 意義應否形成共識？

第三節 意義與符號孰重？

第四節 符號傳達意義的限度

第五節 意義的理解基礎

第六節 文字意義的領會方法

第三章 辯論理論／68

第一節 辯論的起因

第二節 辯論的作用、方法與守則

第三節 辯論的等級、價值與弊害

第四節 辯者的類型

第五節 辯論有無結果？

第六節 辯與訥之比較

第四章 說服理論／90

第一節 說服的作用

第二節 影響說服的主要因素

第三節 進言與聽言的相對關係

第五章 修辭理論／120

第一節 修辭的對象

第二節 修辭的重要性

第三節 修辭的心理效果

第四節 語文應否雕飾？

第二篇 傳播規範理論

第一章 一般規範理論／142

第一節 言行貌規範

第二節 言行規範

第三節 言貌規範

第二章 語言規範理論／158

第一節 慎言的原因

第二節 慎言的準則

第三章 行貌規範理論／180

第一節 行止規範

第二節 容貌規範

第三篇 人際觀察理論

第一章 一般觀察理論／188

第一節 觀察通則

第二節 多面觀察

第三節 察言觀色

第四節 察言觀行

第五節 察色觀行

第二章 察言與察聲理論／210

第一節 察言

第二節 察聲

第三章 觀色與觀行理論／220

第一節 觀色

第二節 觀行

第四篇 人際關係理論

第一章 一般關係理論／234

第一節 五倫關係

第二節 四倫關係

第三節 三倫關係

第四節 二倫關係

第二章 家庭關係理論／248

第一節 家庭總關係

第二節 夫婦關係

第三節 父子關係

第四節 兄弟關係

第三章 君臣關係理論／266

第一節 對等關係

第二節 非對等關係

第四章 朋友關係理論／282

第一節 互動模式

第二節 交往類型

第三節 關係轉變

第四節 知心與表白

第五節 人際衝突

第六節 交友之道

第五篇 民意與報業理論

第一章 民意理論／312

第一節 民意與天意

第二節 民意與政權

第三節 民意與政績

第四節 民意與自由

第五節 民意與民智

第六節 民意與豪傑

第七節 民意與多數

第二章 報業理論／340

第一節 報業功能

第二節 報業地位

第三節 報業道德

結論 359

緒

論

「傳播理論」是當前各大學傳播系所的共同必修課程，其重要性猶如文學系所的「文學理論」，社會學系所的「社會學理論」，而國際傳播協會(International Communication Association)在出版數種傳播學術期刊後，又於一九九一年二月正式創辦「傳播理論」(Communication Theory)期刊，更凸顯了這門學術的日益成熟。

美國傳播學者謝里諾(Kenneth K. Sereno)與莫坦森(C. David Mortensen)在一九七〇年時指出：

在過去二十年來的科學著述中，「傳播理論」一詞的意義經歷了重大的嬗變。

當一九四九年，商農(Claude E. Shannon)與魏佛(Warren Weaver)的力著「傳播的數學理論」(The Mathematical Theory of Communication)問世的那幾年間，科學家一致認為傳播理論是精確如數學般的理論。

在一九五〇年代初期，傳播理論被看成是狹義而專門性又很高的資訊理論(information theory)的同義字。在本質上，資訊理論家的目標是在測量像電話與無線電這些電訊系統所播送訊息中的資訊數量。

而後，有許多學者想將資訊理論應用到心理學上，他們通常是以「傳播理論」這樣的題目從事研究。正如我們可能料想到的，用研究像電話這種毫無選擇意志的系統所發展出來的方法，

是無法去確定它在研究人類這種有高度選擇意志特性的資訊播送與接收上，會有什麼特別的成效的。

雖然如此，將資訊理論中的觀念應用到心理學上，卻有助於強調一門以行為取向的綜合傳播理論的必要性(a behaviorally oriented, synthetic theory of human communication)。

因此，時至今日，無數的書籍、科學期刊、專業協會與學術課程，都把「傳播理論」一詞，看成是一門研究人類傳播過程，科際性極高而又有行為取向的領域。①

然而，從一九八〇年代迄今，傳播理論由於受到歐洲批判理論和文化研究等等新思潮的衝擊，四十年前以行為取向的「舊典範」或「主流典範」(Dominant Paradigm)又轉變為以文學、美學、哲學為主的「人文取向」。②

一、傳播理論的定義與範疇

了解「傳播理論」的起源與演進之後，我們緊接著要問：什麼是「傳播理論」？而要界定「傳播理論」之前，我們又必須先了解「傳播」與「理論」二詞的定義。

根據美國傳播學者鄧斯(Frank E.X. Dance)與拉森(Carl E. Larson)的統計，「傳播」(communication)有一百二十六個定義。他們檢視一百二十六個定義後，下了個結論：

雖然有關傳播的許多定義都很分歧，但至少有一個層面是大多數學者比較無異議的。那就是：大多數的學者都把傳播看成是一種過程（process）。③

筆者綜合各家的看法後，也為「傳播」下了個定義：

「傳播」乃是動物——尤其是人類，在既定的時空環境下，運用符號表達情意的發收過程。④
現分別解釋如下：

動物也有傳播行為，因此，傳播的主體不應該只限於人類。

既定的時空表示傳播現象或活動不可能在「真空」中發生。換言之，傳播是脫離不了「古今中外」的。

符號包括語言、文字、聲調、表情、動作、服飾、器物等等「事物」。沒有符號，就不可能有傳播活動。

表達情意涵蓋了傳播的意圖，動機或目的。

發收過程代表傳播活動不是「一個人」的事，它有傳播對象，而訊息的發生與接受則是一個連續不斷的動態現象。

「理論」（Theory）一詞的定義也很複雜。社會科學家心目中的「理論」，至少應該具備下列四個必要條件：