

夸世纪传播研究丛书

The title is centered within three concentric red circles. The circles are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The text is in a bold, black, sans-serif font.

传播学导论

邵培仁 著

浙江大学出版社

跨世纪传播研究丛书

传播学导论

邵培仁 著

浙江大学出版社

内容提要

本书立足 20 世纪,面向 21 世纪。作者从阐释传播学的基本概念下笔,以传播过程为经,以传播要素为纬,经纬结合,中外并举,全景式地展示了传播学的学科概貌、历史源流、发展趋势以及世界各国的研究现状,系统地分析了传播的性质、功能、原则、模式和传播者、守门人、信息、符号、媒介、受众及传播谋略、技巧效果等基本问题。全书视野开阔,观点新颖,内容翔实,文笔流畅。

跨世纪传播研究丛书

传播学导论

邵培仁 著

责任编辑 傅百荣

* * *

浙江大学出版社出版

(杭州玉古路 20 号 邮政编码 310027)

浙江大学出版社电脑排版中心排版

杭州金融管理干部学院印刷厂印刷

浙江省新华书店发行

* * *

850×1168 32 开 12.75 印张 343 千字

1997 年 1 月第 1 版 1997 年 1 月第 1 次印刷

印数 0001—5000

ISBN 7-308-01851-2/C · 139 定价:13.00 元

目 录

第一章 传播学的立体透视	1
第一节 传播学的研究对象	1
第二节 传播学的研究体系	9
第三节 传播学的研究任务	16
第四节 传播学的研究方法	22
第二章 传播学的历史、现状与趋势	34
第一节 传播学的渊源与孕育	34
第二节 传播学的产生与确立	49
第三节 传播学的流传与现状	55
第四节 传播学的发展趋势	64
第三章 传播的多维观照	70
第一节 人类传播的革命	70
第二节 人类传播的模式	82
第三节 传播的基本性质	99
第四节 传播的主要类型	101
第五节 传播的三类功能	108
第六节 传播的原则体系	120

第四章 传播者:角色与控制分析	128
第一节 传播者的特点:权利与责任	128
第二节 传播者的传播致效因素	137
第三节 媒介组织:守门人与守门行为	145
√ 第四节 传播制度分析与思考	157
第五章 信息:传播的内容分析	167
第一节 信息研究的历程和现状	167
第二节 信息的传播学透视	173
第三节 大众传播中的信息阐述	176
第四节 信息爆炸与知识匮乏	182
第五节 信息污染与信息侵略	188
第六章 符号:信息的代码分析	196
第一节 符号与传播研究	196
第二节 符号的特性与功能	201
第三节 符号类别与传播方式	212
第七章 媒介:传播的载体分析	223
第一节 对媒介的解释与认识	223
第二节 人类传播的五大媒介	232
第三节 媒介理论的介绍与评析	240
第八章 传播的谋略	265
第一节 传播谋略:智慧的抗衡与较量	266
第二节 传播谋略的运筹与决断	269
第三节 古今传播谋略精典	273

第九章 传播的技巧	281
第一节 传播技巧:内容的美化与包装	281
第二节 传播技巧的掌握与运用.....	284
第三节 中外传播技巧集粹.....	287
第十章 受众:传播的受体分析	308
第一节 受众:既非“上帝”亦非“靶子”	308
第二节 受众研究的理论.....	318
第三节 受众的心理分析.....	323
第四节 受众的选择机制.....	336
第五节 反馈:受众的意见信息	342
第六节 意见领袖:一群特殊受众	350
第十一章 传播效果分析	357
第一节 传播效果研究的轨迹与理论.....	357
第二节 传播效果研究的新视野.....	378
第三节 传播效果的形成研究.....	383
第四节 传播效果的评估.....	387
参考书目	392
人类传播的纪元及大事年表	394
人名英汉对照表	399
后 记	402

第一章 传播学的立体透视

任何一门科学的产生、进步和发展,都有赖于对它的研究对象、体系和任务的正确认识与深刻理解。

作为一门新兴学科,传播学是耸立的多门学科汇合交叉地带的一座富有特色的现代摩天大楼,其建筑装饰材料分别采自心理学、社会学、政治学、人类学、新闻学等许多学科。因此,它既带有多门相关学科的“遗传因子”,反映了各种知识交叉、融汇、整合的轨迹,又饱含着强烈的“后来居上”的超越意识,表现了作为专门学科所独有的新颖的理论体系和建构思想。

第一节 传播学的研究对象

要建立传播学,就必须先明确它的研究对象。我们“不能期望一个研究人员能够合理地进入一个完全没有加以明确、没有界限的学科领域。”^①因为,没有一个明确的大致的界限,传播学就会失去其应有的个性、地位和独立性。传播学的研究对象可以在传播概念的考察、传播观念的阐述和传播学科特点的描述中得到指认和确立。

一、传播:古老概念的现代争执

“传播”,是一个古老的概念,又是一个最新的话题。

① [英]亚历克斯·英克尔斯:《社会学是什么》,北京:中国社会科学出版社,1981.1

在中国古代,“传”、“播”与“布”、“流”、“宣”、“扬”诸字,在用于描述人类信息交流的现象时,其义位相同而义象各异:“传”示纵横地传播,“播”示广泛地传播,“布”示伸展地传播,“流”示连续地传播,“宣”示庄重地传播,“扬”示宏大地传播(黄金贵,1994)。就“传”与“播”两字举例来说,“传”,《墨子·所染》:“此王君者所染当,故霸诸侯,功名传于后世。”此义象为纵向传播;《礼记·祭统》:“有善而弗知,不明也。知而弗传,不仁也。”此义象为横向传播。“播”,《国语·晋语三》:“夫人美于中,必播于外”。《文心雕龙·檄移》:“明白之文,或称露布,播诸视听也。”其义象为传布和散布。将这两个字合成“传播”,最早见于《北史·突厥传》一书:“宜传播天下,咸使知闻。”此义象为长久广泛地宣布传扬,已与今义相近。

在英文中,传播——“Communication”与社区——“Community”的拉丁语语源同是 Communis。共同的词根表明了两者的历史关系:传播与社区相辅相成,没有传播,就不会有社区;同样,没有社区,也不会有传播。使人类有别于其他动物社会的主要区别是人类传播的特定特性(施拉姆,1984)。《哥伦比亚百科全书》在解释传播时则注意对传送的内容加以区分:传播是“思想及讯息的传送,有别于货物和旅客的运输,传播最基本的形式是透过影像和声音交流。”《牛津大辞典》的解释又进一层:传播是“借助语言、文字或影像来分享、传递或交换观念和知识等信息。”美国社会学家查尔斯·库利早在1909年的《社会组织》一文中就从沟通与交流的义象论述了传播的概念:“所谓传播是人际关系借以成立的基础,又是它得以发展的机理。就是说,它是精神现象转换为符号并在一定的距离空间得到传送和经过一定的时间得到保存的手段。”

但是,当传播被作为一个研究的主题,特别是传播学成为一门独立的学科之后,有关传播的定义,就一直争执不休,莫衷一是,几乎每一位传播学家都试图从自己以为正确的角度对“传播”一词作出科学的解释与界定,以充分揭示其内涵和意蕴。早在1970年,美国传播学家丹斯教授就对“传播”的定义进行过统计,结果已有98种各不相同

的定义。自那以后,每年仍有一些新的定义相继问世。“每一位传播学家都有一个属于自己的传播定义”的事实,充分反映了研究者在具体操作中因时因地而异、因事因文而异的特点。如今有关传播的定义已达130多种,一一列举和讨论这些五花八门的定义,一定让人厌烦。不过对最重要的定义进行排队分类,以弄清有哪些代表性的观点以及它们的基本区别是什么,仍然是十分必要的。对于传播的定义,我们将其分为五类:

1. “共享”说。这类定义源于拉丁文的 *Communicare* 的意思:“使共同”。亚历山大·戈德的定义即是:传播“就是使原为一个人或数人所有的化为两个或更多人所共有的过程”(1959)。威尔伯·施拉姆的定义更进一步:“我们可以给传播下一个简单的定义,它即是对一组告知性符号采取同一意向”(1971)。定义强调了传播者与接受者对符号的共有性和共享性,但没有明确指出:传受两者要“分享的是其含义,而非符号。”因为,“同一个符号对两个人可能有完全不同的含义,或者对一个人有意义,对另一个人却毫无意义。”(赛弗林和坦卡德,1985)所以,传播“乃是设法建立共同性,也就是设法共同享有一则消息、一个观念,或者一种态度。”(徐佳士,1987)但是,在一些特定的社会条件下,要共享信息也是很难的。

2. “影响”说。美国传播学者霍夫兰、贾尼斯和凯利的定义为:传播是指“某个人(传播者)传递刺激(通常是语言的)以影响另一些人(接受者)行为的过程”(1953)。奥斯古德等人认为:“传播就是一个系统(信源),通过操纵可选择的符号去影响另一个系统(信宿)”(1957)。沃伦·韦弗说:传播是“一个心灵影响另一个心灵的全部程序”(1949)。定义强调了传播者传递信息的目的性和影响性,把传者目的的实现和受者行为的改变看作是一切传播的基本特征,并据此检测传播活动进行了没有和进行得怎样,而忽视了人类传播活动中还有一些信息(如“公鸡下蛋”、“心脏在右”、“猫长翅膀”等消息)并非向人们有目的地施加影响的事实。当然,这类定义也有它的长处,比如用它来指导和评估政治传播和经济传播等具有明显劝服性的传

播活动,就有一定的实用价值和可操作性。

3. “反应”说。这类定义吸收了心理学中刺激—反应论的观点,其含义极为广泛和模糊。史蒂文斯的定义是:传播“是一个有机体对于某种刺激的各不相同的反应”(1966)。理兹的看法是:“一个来源通过对讯息(不管是语文或非语文、记号或符号)的传达,能使接受者引起反应的过程”(1974)。定义在强调传播的广泛性和受者反应的必然性的同时,抛弃了传播的社会性和受者的能动性,而有的定义甚至混淆了人类传播与动物传播、传播学与心理学、生物学之间的界限与区别,使传播学成了一门无所不包的百科全书。

4. “互动”说。“互动,甚至在生物的层次上,也是一种传播;不然,共同行动就无法产生。”(G. H. 米德,1963)G. 格伯纳后来进一步解释道:所谓传播,就是“通过讯息进行的社会的相互作用”(1967)。瓦茨罗维克等人也认为:“在互动的情境中,有讯息价值的所有活动都是传播”(1967)。这些定义借用社会学术语,强调了传播者与受传者之间通过信息传播相互作用、相互影响的双向性和互动性。但是,人类传播毕竟不是一种简单意义上的一来一往的讯息互动,而是一种复杂的多向的有目的、合需求的信息交流与沟通。同时,随着信息传播的持续进行每个参与交流的人所拥有的信息非但不会减少,也不限于对等交换,而且会一起增加、共同累积。

5. “过程”说。希伯特(1974)认为:“传播的确可视为一个过程,过程就是一系列的活动及运行永远向着一个特定的目标在行动。传播不是一个被时间和空间所固定的静止的实体。传播是一个恒动的过程用以运送意义,传递社会价值,并分享经验。”彼德·桑德曼等人在《媒介:美国大众传播解析》(1976)一书中的看法与此相近:“大众传播就是通过某种媒介向许多人传递信息、思想和观念的过程。”德弗勒和丹尼斯在《大众传播通论》(1989)一书中定义更全面些:“大众传播是一个过程,在这个过程中,职业传播者利用机械媒介广泛、迅速、连续不断地发出讯息,目的是使人数众多、成分复杂的受众分享传播者要表达的含义,并试图以各种方式影响他们。”定义强调了信

息由传播者经媒介流向受传者这一过程的完整性和连续性,它要求传播有始有终,而且传播的效果最终能够显示出来。如果传播缺乏基本要素或者传播中断、阻塞,就不能构成传播的过程和发挥传播的特有功能。这似乎是一种渐趋成熟的定义。它既标明了信息传播的轨迹,也指定了传播研究的要素,已被不少中国传播学者所采用和接受,但它仍有“模糊”、“宽泛”和难以把握的缺陷。

我们认为,想给传播下一个统一的定义是徒劳无益的。对于上述几类定义,我们指出了各自的不足和缺点,也许是一种苛刻的要求,因为有的并非科学定义、有意定义,而是操作定义、无意定义;有的只是特定时代和传播阶段的定义,而时代和传播手段却在不断发展。因而它们往往有时有用,有时无用;在某个操作层面有用,在另一情况下无用。对此,德弗勒和丹尼斯指出:“科学是实现理解、前进和纠正错误的利刃,不过,这一切通常是在过去经验教训的指导下进行的。”^①因此,作为一种科学的研究态度,我们理应抛弃前人的错误和缺点,而不能用操作性、随意性的传播定义来“指示”科学的传播学研究,也不能在没有对传播取得明确认识的情况下而贸然进入它的研究领域。

依据我们对传播学研究对象、理论体系的理解,参考上述各种观点,我们把传播的定义概括为:传播是人类借助符号和媒介交流信息、沟通思想感情,以期发生相应变化的活动。对于这个定义,应从以下几个方面来理解:

首先,传播是人类的活动。人是传播的主体和轴心。人既是信息的传播者,又是信息的接受者;既是行为的施控者,又是行为的受控者;既是产生传播的原因,又是导致传播的结果。对此,施拉姆和波特论述道:“人类传播是人做的某种事。它本身是没有生命的。它本身没有什么不可思议的,除非是传播关系中的人使之成为不可思议。讯

① [美]德弗勒和丹尼斯:《大众传播通论》,北京:华夏出版社,1989. 406

息本身并无含义,除非是人使之有含义。”^①传播与人如影相随,不可分开。传播学不是百科全书。它不能像查斯(1954)那样,将自然的传播和动物的传播等非人类传播现象都纳入自己的研究领域,尽管它们在气象和动物学家的笔下是那样的生动形象、趣味盎然,因为我们认定查斯无法弄清自然传播的目的与过程、传者与受者,也无法破译动物传播的语言与含义、动机与心理。

其次,传播是信息的交流和思想感情的沟通。在信息传播过程中,传播者不是简单地输出信息,还应含有复杂的双向交流,受传者也不是被动地接受信息,还应包括主动地反馈信息。信息、思想、感情等作为传播的内容,就像没有货物即无需搬运和运输一样,没有它即没有传播。所以,传播的过程既是人与人之间信息交流、思想沟通的过程,也是人与人之间相互影响、相互制约、交替作用的过程。

再次,传播离不开符号和媒介。媒介负载符号,符号负载信息。换句话说,符号就是信息的具体袒露,而媒介又是符号的物化形式。没有听觉符号、视觉符号和视听符号,信息内容就无所依附;同样,没有报纸、杂志等印刷媒介和广播、电视等电子媒介以及其他物质载体(如空气等),符号就无法进入人的听觉、视觉等感觉器官。所以,符号与媒体之于传播,犹如桨之于舟,轮之于车,它是一切传播活动赖以实现的中介。

最后,传播的目的是希望能发生相应的变化。不论是传播信息还是接受信息,每一个参与活动的人,都是有意图、有目的和有自觉性的动机的,而不管他是否意识到。只要人在传播中发生了相应的变化,那么至少可以说明三点:传者送出了信息,受者收到了信息,并且产生了传播效果。这种“相应的变化”,不专指态度与行为的改变,还包括情报资料的获得、知识的增加、见闻的扩大、感情的沟通、精神的愉悦、情况的了解、事实的澄清等等。总之,人不会无缘无故地传播信息,也不会莫名其妙地接受信息。如果不存在哪怕是微小的进入传播

① [美]施拉姆、波特,《传播学概论》,北京:新华出版社,1984.4

过程的动机和进行双向影响的机会,传受双方要想进行真正有效的信息传播是非常困难的。

二、对传播学的认识与阐释

在明确了传播的概念之后,我们有必要进行聚焦,讨论什么叫传播学以及它的对象是什么。但是,这要先从传播研究“有没有”成为一门科学、“有无必要”建成一门学科的争论说起。

被誉为传播学鼻祖的施拉姆在1963年曾宣称:传播研究“还没有”成为一门学科,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——也许是唯一的——根本社会过程。”各门传统学科的专家学者在探讨本门学科的问题时,“有许多人路过(这里),但很少人逗留”。此时,传播研究“还没有”成为一门学科,并不是“不可能”、“不需要”或今后也“不会”成为一门学科;此时“很少人逗留”,也不意味着今后无人安营扎寨作长期研究。过了12年,德弗勒(1975)宣称:传播研究已经蔚然成为一门全面而独立的学科,其正统地位不假外求,就像初期的经济学、社会学、心理学、人类学,一旦羽翼丰满便要自立门户,抛弃武断的哲学的全称命题。许多著名学府不仅广招传播学硕士生,更成立了传播学博士班,以培养新一代的传播学者。

面对传播“已经”成为一门独立学科的现实,又有学者提出它是否“必须”成为一门独立的学科?英国戈尔丁和墨多克(1987)坚持认为:传播媒介作为上层建筑,没有多大自立性,只要对社会学有透彻了解,作为社会现象的传播问题就会迎刃而解。因此,没有必要建立一套独有的传播理论,重要的是要有一套更完善的社会理论来指导传播研究。

美国明尼苏达大学李金铨教授在驳斥这一观点的同时,也看到了传播学的劣势和它应该努力的方向,他认为:传播研究“应该有它的自立性,有它的规律,建立传播理论不但可能,而且必须。但传播媒介必须同更高的社经文化系统保持动态的互动,所以它一方面不可能成为高于一切学科的驾驭准则,另一方面却必须反映社经文化的

过程,这样才是一个合理而切实的研究取向。以前,传播研究都是从其他老资格学科‘接枝’过来;现在,我们仍得借用它们的概念和方法,虽然我们已经有了有一部分自己的‘语言’,这种借用是绝不可避免的,而且只要汰弃糟粕存其精华,对传播研究是有益无害的。我们希望将来传播研究发展出一些概念,能对其他社会科学的领域有反哺之报,彼此互通声气,这才是健康的通路。”^①

我们认为,传播学能不能成为一门独立自主的学科,不是靠争论,而是靠传播学自身特性。传播学的自身特性主要表现在三个方面:

首先,传播学有自己的研究对象。其对象就是人类传播的现象。“科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此,对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究,就构成某一门科学的对象。”^②传播被余也鲁(1983)看作是与吃、穿、住、行相并列的人类生活中的五大现象之一。因此,传播学研究对象——人类传播的现象——所“具有的特殊矛盾性”,是它本身所特有的,既不与其他学科混淆和冲突,也是其他任何学科所无法替代的。人类传播现象既包括传播活动现象,也包括传播意识现象、传播关系现象和传播规范现象。

其次,传播学有自己的研究宗旨。其宗旨就是从人类社会的普遍联系中,从人类传播的内在机制和外在联系以及各种传播因素之间的相互关系中,探索和揭示人类传播的本质和规律。

第三、传播学有着鲜明的学科特点。其特点主要有:(1)整体性。传播学所要研究的不只是支撑传播活动的几种要素(如传播者、信息、媒介、受传者)和一些单纯的传播现象,而是一个有机的相互联系的整体系统;也不只局限于某一社会制度下的传播活动和某类传播现象(如人际传播或大众传播),而是面向世界、面向未来、针对并包

① 李金铨,大众传播理论,台北:三民书局,1983.14~17

② 毛泽东选集(四卷本),北京:人民出版社,1967.284

括人类传播的全部现象。(2)互动性。整体是互动因素的聚合与归并,互动是整体形态的链条与部件。互动不是单向和单方面的,而是双向和双方面的。传播学要研究的正是传播活动各种因素之间永不停止的相互影响、相互作用、相互制约的复杂情状与动态关系。(3)开放性。传播学所面对的不只是个别的传播活动现象,而是从一定的角度、窗口研究和审视整个世界,即它向自己要解决的那个任务的所有现象开放,以便弄清它与政治、经济、文化等的互动关系。(4)综合性。传播学在分析传播现象、探讨传播规律时,不会局限于只使用和吸收一两种方法、手段和相关学科知识,总是综合运用、借鉴多种方法、多种手段和多种知识对研究对象作多变量、多层面的立体观照与分析,以查明它们的内部机制和外在联系。(5)发展性。既然传播活动从古至今绵延不绝、生生不息、不断发展,那么传播学者也应该以发展的眼光来看待和分析研究对象,关注传播技术、传播手段和传播活动的变化和发展,进而推动传播学驶向良性发展的轨道。

至此,回答什么叫传播学,已经水到渠成、瓜熟蒂落。传播学就是以动态的整体的人类传播活动现象为研究对象,以及用开放的发展的观念综合地研究人类传播活动的本质和规律的科学。

第二节 传播学的研究体系

真正的科学都是有体系的。传播学是否有自己独立的研究体系或整体构想,这也是评判它能否作为一门独立的学科而存在和是否已经走向成熟的一个重要标志。

传播学研究体系是一种对研究对象作直观的简洁的有序的映现和说明,也是一种从特定角度提出问题、分析问题、解决问题的思想方法。我们将依据整体互动论的传播思想从三个方面来论述这一问题。

一、传播学与其他学科的关系

传播学研究体系的构建可以首先从它与其他相关学科的关系上找到依据和坐标。因为,传播学的建立,同众多相关学科对它的哺育和催动是分不开的。

(一) 传播学与宣传学

传播学与宣传学这两者之间有着某种“血缘”关系。这种“血缘”关系,曾导致一些学者得出“传播学就是宣传学”的结论。其实,这两者是有区别的,不可以混为一谈。传播学是将人类社会中一切信息传播现象都作为自己的研究对象,其中自然也包括宣传现象;而宣传学只把具有政治性、阶级性、观念性的传播现象看作是自己的研究对象。传播学能够从更高的层次、更广的视野来揭示一般信息传播的本质和规律,从而可以更正确地指导包括宣传活动在内的一切传播活动;而宣传学只能从它自身的角度和层面来分析宣传现象、揭示宣传规律,进而指导自己的传播活动,并且只能从某些方面深化和丰富传播学的内容,而不能简单地用来指导一般的传播活动。

(二) 传播学与新闻学

威尔伯·施拉姆在1982年访问中国期间曾说过:“传播学就是大众传播学,而大众传播学就是广义新闻学。”这一观点曾产生过广泛影响。这两者在其演进过程中的确有过密切的“血缘”关系,而新闻学对传播学的诞生也确实起过催产的作用,但它们之间既非“母子关系”,亦非“父子关系”,新闻学至多只是个“助产士”的角色。一般认为:新闻学是报刊新闻时代的产物,偏重于业务研究;传播学是电子新闻时代的产物,侧重于理论研究。新闻学以古老的“报学”研究为基础,偏重于微观研究、局部研究和单向研究;传播学以新兴学科的知识为基础,侧重于宏观研究、整体研究和双向研究。用传播学的眼光审视新闻学犹如“坐山观虎”,而用新闻学的眼光观照传播学就好似“坐井观天”。前者站高看远,视野开阔;后者就事论事,视野狭窄。

(三) 传播学与社会学

在西方,人们曾将传播学看作是社会学的分支学科。我们知道:社会学是以人类社会行为和社会关系为研究对象,范围较广泛;传播学着重研究人类的传播意识、传播行为、传播关系等现象,对象较集中。传播学在形成中吸取、借用了社会学的一些知识和方法(如调查方法、统计方法),但也从其他许多新兴学科中吸取养料。如今,社会学和其他学科也开始用传播学的成果来丰富自己的研究内容。这种研究范围的部分重叠和研究成果的相互借鉴是完全正常的,也是应该的,但它们终究是具有各自特性的、相互独立的学科。

✓(四) 传播学与心理学

在传播学的形成过程中,心理学曾经助一臂之力。心理学是通过挖掘心理现象发生的内在动力和情感因素充实传播学研究的内容的,从而使偏重于宏观研究和过程研究的传播学能够从微观研究和心理研究方面得到取长补短,显得更具活力。传播作为一种最富有人性的社会活动,也为心理学研究增添了新的研究内容和活动空间,而传播活动中的传播者、守门人、中介者、受传者的心理现象及其分析也是人们想了解的,这就使得心理学研究更具有现实感和实用性。

(五) 传播学与历史学

如果说传播学可以借助社会学来考察现实的传播活动和分析同期各种传播现象之间的相互关系,可以借助心理学来透视人类的传播心理、剖析信息传播致效的心理原因,那么也可以借助历史学来研究已过去的传播活动,探寻传播现象发生的先后次序和历史因素,从而使传播学能够“论从史出”,使传播者能够“以史为鉴”。此外,传播学还常应用符号学、语义学、接受学、演讲学等各种相关学科的知识,来不断丰富和完善自己的研究内容和研究体系。

由上可知,在传播学的四周,有众多的学科尤其是新兴学科在支持它、丰富它,就像众多的根须和血管一样源源不断地向它输送着新鲜的养料和血液。这给传播学创造了兼收并蓄、融汇综合的机会,也给传播学提供了确定对象、构筑体系、明确坐标的重要参照系。