



中国认知传播学会出品

Renzhi Chuanboxue Luncong

认知传播学论丛

第二辑

林克勤 严功军◎主编

四川人民出版社



中国认知传播学会出品

Renzhi Chuanboxue Luncong

认知传播学论丛

第二辑

林克勤 严功军◎主编



四川大学出版社

责任编辑:敬铃凌
责任校对:余 川
封面设计:阿 林
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

认知传播学论丛. 第二辑 / 林克勤, 严功军主编.
—成都: 四川大学出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-5614-9592-6

I. ①认… II. ①林… ②严… III. ①传播学—文集
IV. ①G206-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 134363 号

书名 认知传播学论丛 第二辑

主 编	林克勤 严功军
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-9592-6
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170 mm×240 mm
印 张	16.25
字 数	342 千字
版 次	2016 年 6 月第 1 版
印 次	2016 年 6 月第 1 次印刷
定 价	49.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
◆网址:<http://www.scupress.net>

代序

加强认知传播学研究 促进数媒时代的知识生产与文化创新

陈汝东*

学术和文化是人类的永恒话题，是社会的灵魂和发展动力，也是我们赖以生存的方式之一。其丰富的内涵、瑰丽的色彩使我们的生活拥有无限的魅力和光彩。由林克勤、严功军教授主编的《认知传播学论丛》第二辑的出版，塑造了一片新文化大观，使我们分享了认知传播学会的学术成果，意义深远。借此机会，我想谈谈学术形态的演化及其历史走向、媒介发展与文化知识创新等问题，与大家分享对学术化生存的感悟。

媒介文明是国家文化建构的重要途径

当今世界格局风云变幻。经济崛起后，中国正在从人力和商品输出走向资本和文化乃至价值输出，正在谋划全球战

* 作者简介：陈汝东，北京大学教授、博导，日本早稻田大学政治经济学术院交换研究员，兼任全球修辞学会、全球传媒伦理与法制联合会、媒介文明研究会、全球话语学会等学会的会长，研究领域主要为修辞学、话语学、传播学等。

略，成为全球话语体系建构的引领者。与此同时，各种学术思想、文化思潮此起彼伏。全球传播时空上的同步化也在加快。文化和文明间的碰撞、冲突与融合愈发剧烈。丰富多彩的生活、沸腾的舆论漩涡、形形色色的利益诱惑，正在对知识创新和文化生产形成深刻而长久的影响。这促使我们不得不思考当下的学术生态、知识形态及其创新和传承问题，思考学科布局与国家战略问题。

媒介不仅是文化和文明的载体，也是文明的重要组成部分。中国的历史可以说是一部媒介发展史，华夏文明的兴衰始终伴随着媒介文明的兴衰。当今日新月异的数字媒介技术带来的不仅是强劲的文明发展动力，同时也有文明的迷茫乃至迷失。媒介异化了主体，也异化了文明。既有的社会阶层开始分化，传统的媒介秩序被颠覆，媒介文化和媒介文明面临新的挑战。虚拟空间和现实空间格局的变幻、媒介秩序的错乱、公共价值的迷茫、思想观念的多元、文化的碎片化和沙漠化等，不仅是目前媒介生态所面临的挑战，也是认知传播学亟待研究的重要课题。

这促使我们重新思考经济高速发展中的国家媒介秩序和媒介文明的重构问题，思考人类文明发展的方向，探讨我国国家价值的建构与输出战略，研究我国现实空间和虚拟空间拓展的双重战略。探索文化与知识创新，恢复异化的媒介，重构媒介秩序，完善媒介制度，建构媒介文明，显得尤为迫切。

认知传播学的重要课题：知识生产与消费的新方式

媒介是文明的载体、标志和形态，也是知识的载体和形态。人类的媒介进程，既是文明演进的历程，也是人类知识生产方式和消费方式的发展历程。媒介技术和形态的变化，改变并决定着知识的生产者、拥有者，同时也决定着知识的形态以及传播方式。媒介贯穿和见证了人类知识的生产和演化历程。媒介文明研究，应重视媒介与知识的生产过程、传播

过程、消费方式之间的关系，探讨媒介革新与人类知识演进过程、社会进步和文明发展之间的共变关系，探讨各种媒介时代知识的生产主体、生产过程、获取和分配制度，探讨知识的媒介化和媒介的知识化规律。这不仅是媒介文明研究的重要课题，也是认知传播学研究的重点之一。

数字媒介技术的发展和普及，消解了人类知识生产方式、消费方式的垄断时代，进入一种“泛知识化时代”。人人都可以成为知识的生产者、传播者。作为知识传播和生产的重要媒介，大学面临知识泛化、同质化的挑战。传统的知识生产者、垄断者与消费者的地位正在发生逆转。知识进入廉价时代，传统的知识及其垄断者的尊严与高贵地位正在遭受强烈的冲击。网络时代知识生产和消费面临危机。“刷屏一代”正在迫使大学忙于反转课堂。如何反转，反转到哪里去？这不仅是一个知识教授问题，也是一种媒介文明和知识认知问题。人文社科领域的学者，特别是传播学学者，应当仁不让，奋力开拓，面对知识的泛化、同质化、廉价化等问题提出对策。

因此，探讨认知传播学的发展，拥有长远的战略思维非常重要。认知传播学的建构应纳入传播学学科理论创新范畴，应融入国家文化发展战略，参与国家话语体系、全球话语体系的建构，实现学科融合；应具有国际视野，融入学科交融、内外联通的洪流；应密切关注媒介生态，关注学术生态，应从个体学术、群体学术、行政学术、政治学术走向国家学术、公共学术和协作学术，实现学术生态、学者生态的历史转向。如此，才能实现单一学科空间的多维拓展。

公共化、协作化是学术生态的历史走向

那么，如何推动国家学术、公共学术、协作学术的发展呢？这需要改变一些现状，需要构建学术共同体，使学术成为人类公器。因此，学科之间要来往，要交流、交融，要破除藩篱，互联互通，融会贯通，要攀高创新。各个大学的学者要来

往，要形成合力。全国乃至全球学者，也要走到一起，促成共同的价值追求，追求知识和真理，追求文化和友谊。因此，我们倡导学科、学者、学术团体等进行广泛的交流与合作。

全球修辞学会是一个开放的世界性学术共同体，学会成立八年来先后召开了数十次学术会议，出版了多种丛刊和著作，汇聚了数十个国家和地区的数百名学者，建构了许多专业分会。认知传播学会就是其中之一。在近日于徐州、绍兴召开的“第三届国际语言传播学前沿论坛和媒介秩序与媒介文明研讨会”上，与会学者又倡议成立了全球话语学会、媒介文明研究会等新分会，与江苏师范大学、越秀外国语学院等联合建立了“国家话语战略研究院”和“媒介文明战略研究院”。这既彰显了学术的无限魅力，也反映了学术共同体的蓬勃生机！

学会的发展产生了广泛的国际影响。近来，我会成为联合国教科文组织下属的“国际现代语言文学会联盟”的正式成员。“中国知网”等数据公司也与我会签订了合作协议，收录我会的会议论文集以及学术通讯等研究成果，并建立了专门的数据库和信息发布平台。这使我会同仁的学术成果在第一时间得到传播，将对我会的学术发展产生积极的促动作用。

认知传播学会是一个具有前瞻性的跨学科平台，发展势头好，潜力大，成效显著，学会同仁们为国家的传播学事业做出了积极贡献。期待分会同仁们继续披荆斩棘，开疆拓土，奋发有为，在传媒认知规律、知识生产与消费、人工智能等研究领域，为国家文化创新及其全球传播提供新的思想理论支撑，做出积极贡献。以欧阳宏生、王寅、邵培仁、周洪铎、林克勤等为代表的一大批学者，在该领域做了开拓性探索。他们的新成果已汇集在由四川大学出版社出版的《认知传播学论丛》第二辑中。相信《认知传播学论丛》第二辑的出版，将为中国传播学理论的开拓、建构和发展创造出新的学术气象！

目录

CONTENTS

融合视野中认知传播的创新与建构

——专访中国认知传播学会会长、四川大学欧阳宏生教授

..... 欧阳宏生 刘 俊 1

欧阳宏生教授之于认知传播学 / 1

学科地位：三重背景奠定认知传播坚实根基 / 2

学科框架：三维视野塑造认知传播研究空间 / 6

学科范式：二元路径洞悉认知传播内在规律 / 8

触碰隐匿之声：舆情认知、大数据治理及其经验反思..... 邵培仁 王 昀 12

一、舆情认知的方法流变与大数据转向 / 13

二、大数据环境下舆情认知的基本面向 / 14

三、大数据治理：舆情认知的经验反思 / 17

基于建设性后现代哲学视野下的认知传播学初探

——体认语义的建构与实践..... 王 寅 23

一、西方哲学发展简史：四个转向 / 23

二、客观主义传播论：再现事实 / 24

三、激进后现代传播论：过度自由 / 27

四、基于认知语言学的反思：体认原则和认知传播学 / 30

五、结语 / 35

认知传播学研究对象探析·····	周鸿铎	38
一、认知传播学形成的背景 / 39		
二、认知传播学的五个“是什么？” / 41		
三、认知传播学及研究对象的确认 / 44		
在场的嬗变：从透明传播到体认传播		
——后大众传播时代的理念拷问·····	林克勤	48
一、大众传播时代与客观主义新闻传播学的滥觞 / 48		
二、“透明传播观”及其代表人物 / 50		
三、后大众传播时代传播理念的嬗变：体认传播观的提出 / 51		
四、体认传播观与透明传播观之比较分析 / 53		
五、结论 / 55		
媒介融合时代的跨界传播及其影响研究·····	严功军	58
一、跨界传播的外延与内涵变化 / 59		
二、跨界传播建构后现代媒介社会 / 60		
三、跨界传播的影响分析 / 62		
四、结语：理性认识与科学抉择 / 64		
名人与普通人涉性报道的媒体考量·····	展 江	67
案例一：明尼苏达州小镇的同性性侵案 / 68		
案例二：网眼时代NBA巨星涉嫌强奸案 / 69		
超市小报《环球》的头版 / 71		
网眼时代的知情同意与谨慎公开 / 72		
《印中搜闻》		
——孔子思想传入美国的重要原始渠道·····	张 涛	75
《印中搜闻》孔子观的渊源 / 76		
《印中搜闻》里的孔子 / 80		
《印中搜闻》孔子观的美国之行 / 84		
结束语 / 86		
日本国家认知传播现象分析·····	张伟雄	91
一、引言 / 91		

二、当今日本政府与民间的话语传播现象 / 92	
二、话语特色分析 / 95	
三、日本传统的话法与近代话语修辞的建构 / 98	
四、结语 / 99	
央视数据新闻的创新与实践·····	吴克宇 102
一、数据新闻的产生和发展 / 102	
二、央视数据新闻在主题报道中的创新实践 / 103	
三、数据新闻的生产规律及专业需求 / 105	
北京奥运会开幕式：视觉传播的巅峰之作·····	王 甫 108
一、完形理论与视觉奇迹的震撼 / 110	
二、心理期待与视觉悬念的张力 / 112	
三、光与影放大的视觉说服力 / 115	
“互联网+”的信息论评析·····	李文明 吕福玉 120
一、“互联网+”的语义与源流 / 122	
二、“互联网+”重塑“资源三角形” / 126	
三、“互联网+”打造信息物理分享经济 / 131	
四、“互联网+”激活大数据与云计算 / 137	
五、“互联网+”创造知识与智能新范式 / 142	
理论支撑与方法运用：对中国国家形象研究现状的量化考察 ·····	彭增军 曾 苑 郑 佩 150
理论与方法：对媒体中国形象研究的量化考察 / 150	
一、文献综述 / 151	
二、研究方法 / 153	
三、研究结果 / 154	
四、讨论 / 157	
框架理论视域下互联网圈子的传播结构认知·····	朱 天 张 诚 166
一、认知架构的学理阐释 / 167	
二、互联网圈子认知架构的建构路径 / 170	
三、互联网圈子认知架构的作用规律 / 172	

打开传播学革新之门：后现代哲学视域下的认知传播学·····	梁湘梓	178
一、哲学的后现代转向 / 179		
二、经典传播学的哲学根源 / 181		
三、基于后现代哲学的革新：认知传播学 / 182		
四、结语 / 185		
多重视域下认知传播学本质特性初探·····	姜 海	187
一、以正之名：认清认知传播学本质特性之必要性 / 188		
二、溯本之源：认知传播学本质特性之六面性 / 189		
三、呈现之维：本质特性对于认知传播学的五意性 / 195		
结语 / 198		
新常态下的中国国家话语·····	林克勤 吕承昭	200
一、关于“新常态”的几种解读 / 201		
二、“新常态”在中国国家话语体系中的初步表征 / 204		
三、新常态思维下的中国国家话语体系建构 / 206		
四、小结 / 208		
效果研究的新范式：认知传播学		
——“后媒介”视阈下的学科构建·····	朱婧雯	211
一、媒介环境学派的框架继承与超越 / 212		
二、“后”电视视阈下的研究领域 / 215		
三、研究范式的路径变迁与多元演绎 / 217		
认知传播视阈下的电视批评观·····	战 迪	222
一、作为电视批评新范式的认知传播 / 223		
二、范式转型与批评领域的开拓 / 225		
三、批评方法与路径的迁移 / 227		
四、余论 / 229		
认知传播视域下的电视内容生产·····	王江蓬	230
一、认知传播与电视内容生产 / 231		
二、认知传播对电视内容生产的影响 / 233		
三、认知传播视域下电视内容生产的文化坚守 / 237		

加快认知传播学科的理论建设

——中国认知传播学会第二届学术年会综述····· 熊国荣 239

认知传播：深化学科建构与研究实务

——中国认知传播学会第三届学术年会暨国际认知传播论坛综述
····· 朱婧雯 244

融合视野中认知传播的创新与建构

——专访中国认知传播学会会长、四川大学欧阳宏生教授

欧阳宏生 刘 俊*

摘要：跨学科研究是理论创新的重要路径，结合当下传媒领域的多元化发展趋势，以融合的思路开拓传播学研究视野成为必然。本文从三重背景的根基认识认知传播学研究的学科地位，从三维视野的研究空间认识认知传播的学科框架，从二元路径的内在规律认识认知传播学科的学科范式，进一步探寻认知与传播之间的互动机制，以求得理想的传播研究效果。

关键词：认知传播 多元创新 学科建构

欧阳宏生教授之于认知传播学

欧阳宏生教授是我国广播电视领域颇具盛名的学者，多年来为中国广播电视理论研究和学科建设做出了突出贡献。他于20世纪80年代在我国较早把社会学、心理学、系统科学等其他人文社科成果应用于传媒研究，拓宽了新闻传播的研究路子；90年代中期作为学术带头人同其他学者一道创建了一套具有中国特色

* 作者简介：欧阳宏生，四川大学国家二级教授、博导、新闻传播研究所所长，主要从事广播电视、认知传播等方面的研究。刘俊，中国传媒大学《现代传播》编辑部编辑，主要从事影视文化方面的研究。

的社会主义电视传播理论；21世纪初出版了系列电视批评著作，开拓了一门新学科——电视批评学。2001年，欧阳宏生教授获得“全国首届‘十佳’广播电视理论工作者”称号。他关于广播电视基础理论、纪录片、电视文化、传媒经营等方面的著述具有创新性意义。

2014年4月，首届认知传播高端论坛暨中国认知传播学会成立大会召开，来自北京大学、中国人民大学、复旦大学、上海交通大学、四川大学、四川外国语大学、中央电视台等30多家高校及媒体的60多位专家学者，就认知传播的一系列理论问题进行了研讨。在会上，欧阳宏生教授被推举为学会会长。2015年中国认知传播学会第二届学术年会的成功举办，进一步明确了认知传播的研究对象、范围和方法等。从广播电视研究到认知传播研究，这是一个学术转型。对于这一点，欧阳教授认为，结合当下传媒领域的多元发展趋势，以融合的思路开拓传播学研究视野，从认知心理的角度切入传播效用分析，进一步探寻受众与传播之间的互动机制，可以收到理想的传播研究效果。近年来，欧阳教授在梳理认知传播学研究背景与框架内容、研究范式的基础上，试图建构认知传播学研究的理论体系，为这一新兴学科的后续发展夯实根基。为了更好地发展这门学科，我们专门采访了欧阳教授，请他就认知传播，融合视野中多元传播的创新研究与学科建构谈谈看法。

学科地位：三重背景奠定认知传播坚实根基

刘俊（以下简称刘）：欧阳老师，您一直强调一个学人要有宽阔的学术视野，直到最近看到您的一系列关于认知传播的学术论文，我才真正理解宽阔学术视野对传媒研究的重要意义。谈到认知传播的研究，我想先请您谈谈认知传播这一学科研究的目的和意义。

欧阳教授：传播学作为一门学科的确立始于20世纪30年代，得益于学者们跨学科的融合研究。作为一门具备“交叉”基因的学科，传播学在早期，尤其是电子媒介初兴之时的研究内容相对多元且成果颇丰。总体来说，传播学的研究历经众多学者的建构形成了传播效果研究、传播机制研究、传播主体研究、传播介质研究等几大方面。其中，作为认知传播学的发轫传播效果研究，为传播学的地位建构贡献了巨大的力量。然而，近期传播学的研究却走向了一种偏狭的境地——一方面是研究的成果难以超越传统研究，导致现今的传播学研究始终处于停滞不

前或者进步细微的阶段；另一方面，传播学学科本身由于跨学科、交叉研究的学科背景遭遇合法性和合理性危机使得传播学学科陷入了“失根”的真空状态，缺乏边界的传播学研究使得研究成果零散化、琐碎化，从而失去了一脉相承的研究体系，学科趋向变得模糊不清。然而，危机也意味着机遇。随着时代的进步以及新兴媒介形式的出现，传播学研究在技术革新的支撑下不断生发出全新的未知领域，传播效果，尤其是传播行为与受众之间的微妙关系成为传播学，尤其是传播效果研究的核心增值点，这一领域的研究凭借较强的现实结合性与应用转化性而成为传播学最具生机活力的研究。而受众对于传播的认知是检验传播效果，乃至反作用于传播机制的关键点。因此，将认知系统作为传播研究在现代社会的切入点、构建认知传播研究的全方位生长体系，不仅是弥补传播学理论根基薄弱的一次尝试，也是填补传播学这一领域的研究空白、挖掘传播学研究蓝海的重大机遇。

刘：欧阳教授，您在学会成立致辞中明确提出要建立认知传播学这门科学，那么这门学科的产生有何客观的背景条件？

欧阳教授：认知传播学学科的成立是适时的，之所以适时基于三个客观背景条件：

第一，从时代背景来看，当前在媒介技术引领下的各种新兴媒介层出不穷，媒介形式所带来的信息传递构成了传播学全新且极具前途的研究领域。更为重要的是，构架于媒介技术基础上的媒介本身以及媒介作为中介载体实现传播流程两大体系共同作用于整个社会环境生态，使得除却媒介传播之外的信息传递，如基于语言的人际沟通等传播形式同样在发生潜在的变革。认知传播学的研究不仅致力于新兴媒介形态所带来的讯息传播格局的研究，而且还涵盖了除媒介讯息传播之外的其他传播形式的格局研究，因此，认知传播学学科就是顺应当下传播走向“大传播”时代学术研究与时俱进的变革产物。

第二，从人文背景来看，随着我国人民物质生活水平的提升，人们对于精神生活以及个体情感、价值认同的诉求转而成为首要关注点。传播，包括媒介承载的信息传播和非媒介的信息传播都离不开人的参与，而且人的价值和身份必然要依靠传播才能得以实现，人对于外界信息的认识、加工到态度变化、行动的整套认知流程，贯穿了人与传播环境生态互动的全程，而且还是最基础的组成部分。因此，认知传播学旨在探索人作为主体在传播过程中的编码解码、态度认识、行为导向，这一系列的认知流程可以为传播学研究提供更为本质的解析和规律。

第三,从学科背景来看,传播学研究无论在国外还是国内都面临身份和地位的质疑危机,作为一门因融合而诞生的交叉学科,传播学在当今学科门类日益丰富、学科边界逐渐清晰的发展趋势下,遭遇了身份的合法性评判危机。正是在这样的学科背景之下,认知心理学作为一种新的研究视角、工具乃至对于传播学而言尤其是传播效果研究而言的崭新领域,对于重塑传播学研究、挖掘传播机制的内在规律和本质属性,具有颠覆性的意义。

刘:如此来看,认知传播学会的成立可谓适逢其时。在此之前,我对于认知的了解更多来自国外的一些著作,尤其是对于认知心理学的研究,国内相对较少。那么作为认知传播学这门学科的建设者,您觉得这门学科的成立是否是对国外相关学科的一种借鉴?

欧阳教授:正如你所说,认知传播的相关研究确实起源于国外,但是认知传播学这样的学科称谓是具有中国特色的。如果说借鉴的话,由于西方在认知传播相关研究领域起步较早,而且已经具备了一定的理论基础,因此我国的认知传播学研究必然要借助于西方已有的研究成果的支持。尽管全球化步伐缩小了研究的国别差异,但是结合我国国情和民情进行认知传播学的研究仍然是有益而且是必需的。

刘:对,中西方之间在政治、经济、文化和社会发展形态等多方面的差异在短时间内是绝不会消除的,也就是说我们需要有针对性地吸收借鉴西方的研究成果,那么您能具体说说西方在认知传播领域的有关研究成果吗?

欧阳教授:西方至今尚没有出现以认知传播学命名的专门化研究,但是与认知传播相关的研究可以追溯到传播学诞生初期,甚至可以说传播学的诞生就是以探寻认知为目的的。下面我分三个阶段谈谈西方认知传播相关研究的发展,尤其是前两个阶段的研究在国外,特别是在美国的研究中已经初具规模但是还没有形成一定的体系,而是散见于各个阶段、学派的研究成果之中。

首先,与认知相关的传播研究在国外的诞生可以追溯到传播学诞生初期的传播学效果研究阶段。尽管当时还没有提出“认知”这样的学术概念,但其实早期的“魔弹论”“皮下注射论”,以及后来得到修正的“有限效果论”“选择性理论”,以及霍夫兰围绕第二次世界大战主持的“劝服效果研究”等在传播学历史上具有关键地位的研究已经带有“认知传播”的基因。著名的广播节目剧《外星人大战地球》带来的轰动效应印证了受众广播、电视信息接收过程中的被动性,也就是从解码到态度改变以及采取相应行动这一认知流程被全盘挖掘。然而,随

着电子媒介的普及及其神秘性的衰退，人们逐渐由被动接收转为理性的选择性接收，“有限效果理论”“选择性接触理论”“使用与满足理论”等研究成果从认知的角度来说就是一种认知行为的有限发生。从这个意义上来说，认知传播研究在传播学诞生之始就已经具备了一种研究的趋势，而且产生了丰富的研究成果，这些成果为如今的认知传播研究奠定了坚实的基础。

其次，认知传播相关研究的第二阶段要追溯到以英尼斯、麦克卢汉、梅罗维茨等人开创的媒介环境学派的研究。师承英尼斯的麦克卢汉提出了具有划时代意义的“媒介即讯息”理念，将传播学研究提升到一个全新的发展阶段——将媒介及媒介技术本身作为研究对象来研究，而其后的梅罗维茨借鉴戈夫曼的剧场理论将传播学研究引申至媒介与社会环境之间的互动机制。在媒介环境学派的研究中，其中有一个核心领域就是研究传播主体——人的认知心理与传播、环境三者之间的作用与反作用机制。这是认知概念最早出现于传播学研究领域的标志，在今天看来，为认知传播学研究的领域拓展与视野开拓做出了巨大贡献。媒介环境学派的研究之后，传播学研究都不再忽视作为传播主体的人在传播行为以及借助传播工具实现的社会环境影响与反向的作用机制中的作用，将环境纳入传播学研究的主体视野。

第三阶段也就是如今的认知传播学研究阶段。目前，国外的认知传播研究领域较为宽泛，既有从宏观意义上关注社会规则借助传播对人施加的潜在影响，也包括了以微观意义上借助科学仪器进行量化研究和人文意义上的定性研究为支撑的认知机制内在规律的探索，并且都取得了一定的成果。遗憾的是，至今西方的研究中并没有将认知传播学作为一个专门学科进行界定。

刘：我国的认知传播及其相关研究在20世纪90年代就有所发展，如果将其与西方的研究进行对比的话，可以归之于哪一个阶段呢？

欧阳教授：我国的相关研究最早始于刘晓红发表的《试论心理学在传播学研究中的作用》。在这篇文章中，作者首次从心理学的视角梳理了传播学传统理论的建构逻辑，为传播学的研究提供了一种全新的视角。此后，1990年彭聃龄在《认知心理学》一书中梳理了认知心理学的发展脉络，在前人的研究基础上进一步发掘了心理学中的认知系统对于传播效果的工具意义。至此，以“认知”为研究视角切入传播学的研究开始逐步增多，2010年达到了井喷的状况且持续至今。这些研究都以受众认知作为效果研究的工具和切入点，从不同的传播形态中探寻各自的内在规律和机制。从世界范围看，这类研究隶属于认知传播研究的第三阶