




新闻学系列教材

普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材

传播学教程

COURSE OF
COMMUNICATION

主编 赵建国

 郑州大学出版社




新闻学系列教材
普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材

传播学教程

COURSE OF
COMMUNICATION

主编 赵建国

 郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学教程/赵建国主编. —郑州:郑州大学出版社,2008.2
(普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材)
ISBN 978-7-81106-762-0

I. 传… II. 赵… III. 传播学-高等学校-教材
IV. G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第003455号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路40号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南新丰印刷有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:17.5

字数:352千字

版次:2008年2月第1版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印次:2008年2月第1次印刷

书号:ISBN 978-7-81106-762-0 定价:32.00元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换

专 家 指 导 委 员 会 名 单

● 主 任 童 兵 罗以澄

● 副主任 董广安 白 贵 陈培爱 张 昆

● 委 员 (以姓氏笔画为序)

方晓红 白润生 刘卫东 李建伟 吴 建

吴文虎 吴予敏 吴高福 杨尚鸿 姜智彬

笏必峰 商娜红 董天策 樊传果

编 写 委 员 会 名 单

- 主 任 童 兵 复旦大学新闻学院
- 副主任 董广安 郑州大学新闻与传播学院
- 白 贵 河北大学新闻传播学院
- 杨海军 河南大学新闻与传播学院
- 姜智彬 上海外国语大学新闻传播学院
- 赵丽芳 中央民族大学文学与新闻传播学院
- 樊传果 徐州师范大学信息传播学院
- 黎明洁 广西大学文化与传播学院
- 祝玉华 河南工业大学新闻与传播学院
- 邓相超 山东建筑大学艺术学院
- 委 员 刘笑盈 中国传媒大学国际传播学院
- 杨尚鸿 重庆大学人文艺术学院
- 周 怡 山东大学威海分校新闻传播学院
- 袁川峰 内蒙古科技大学文学院
- 张帅旗 中州大学文化与传播学院
- 高长方 中原工学院人文与社会科学学院
- 王小燕 周口师范学院中文系
- 于正凯 洛阳师范学院文学院
- 王建伟 郑州轻工业学院艺术设计学院
- 王鲁昌 河南财经学院文化传播系
- 米格智 河南师范大学文学院
- 袁爱中 西藏民族学院新闻传播学院
- 禹建强 北京师范大学文学院
- 张诗蒂 西南政法大学新闻传播学院

刘志杰 焦作大学人文学院
王丽萍 郑州大学升达经贸管理学院
邵延鹏 山东轻工业学院艺术设计学院
查灿长 青岛大学文学院
齐爱军 烟台大学人文学院
刘卫东 天津师范大学新闻传播学院
赵国正 湛江海洋大学
何德珍 桂林工学院人文社会科学系
张静民 广州大学新闻与传播学院
马学清 北方民族大学文史学院
裴晓军 陕西师范大学新闻与传播学院
杨 琪 重庆师范大学影视传媒学院
杨剑峰 洛阳新艺影艺学院
周振华 江苏城市职业学院
邓 涛 湖北教育学院中文系
吴 辉 湖州师范学院人文学院
谢 珊 福建农林大学园林、艺术(合署)学院
姜 力 北京电视台
韩 砺 河南电视台
何 丽 郑州电视台

作者名单

- **主 编** 赵建国 河南大学新闻与传播学院

- **副主编** 袁爱中 西藏民族学院新闻传播学院

- **编 委**

林 阳	美国俄亥俄州爱克伦大学传播学系
陈 超	河南大学新闻与传播学院
王继发	河南工业大学新闻与传播学院
职秀梅	郑州轻工业学院艺术设计学院
赵 翔	河南大学新闻与传播学院
黄 源	美国俄亥俄州爱克伦大学传播学系

内 容 提 要

本教材主要由三大部分内容组成:概论、大众传播、传播学史与传播学研究方法。第一篇概论介绍了传播学的基础:信息、符号、传播过程与传播类型。第二篇大众传播是本教材的主体内容,分为控制研究、内容分析、媒介研究、受众研究和效果研究。第三篇传播学史与传播学研究方法介绍了传播学发展简史和传播学研究方法以及美国传播学发展现状。本教材重视传播学基础知识和基本理论,同时反映了传播学的新近进展;兼顾理论与实用;结构清晰,文字简练。教材编写者有丰富的教学经验,本书适宜作为高校新闻学、传播学类专业教材,普通读者也可作为传媒素养教育的基本读物来读。

编 写 说 明

国务院学位委员会于1997年颁布研究生专业目录,新闻学由过去的二级学科调升为一级学科,列为“新闻传播学”,下设新闻学和传播学两个二级学科。这标志着经过近20年的努力,我国新闻教育水平和新闻学学科建设水平总体上有了重大提高,也预示着新闻学和传播学学科建设在21世纪将有更大的发展。最近十多年,伴随着社会的日益信息化、现代化、城市化和传播的全球化,新闻传播行业在社会上的地位和作用越来越引人注目,各种形式、水平、层次的新闻传播媒介不断涌现,新闻传播学成为显学,新闻教育遍地开花,大批考生蜂拥报考,高校新闻专业的本科生、研究生、博士生逐年增多,新闻传播教育正迎来一个大发展时期,这也相应地对新闻传播学的教学水平和教材建设提出了更高的要求。

然而,大规模的学科扩张带来的是总体办学质量的下降;仓促上马的学科建设,在传统单一的培养模式下,逐渐偏离了新闻传播学科本身对人才“有思想、有深度、有广度”的要求,不能适应全球化传播大环境下的人才需要;新闻学院“从学校到学校”的硕士、博士师资居多,绝大部分教师缺乏媒体一线的实践经验,学院派的教学方式与新闻行业重视实践能力的现实需求脱节;大批跟风的院系没能找到适合自己的人才培养模式、办学理念及办学思路,导致毕业生就业缺乏竞争力。

尤其是教材方面,最近十多年,随着新闻教育的不断发展和新闻学研究的不断深入,许多高校都开始编写出版成套的新闻传播学教材,一些教材以其宏阔的视野、良好的理论架构和贴近现实的态度而得到认可和喜爱,惠及无数学子。但与此同时,这些已经出版的教材仍有一些不足,主要表现为以下几点:一是理论体系不够统一,同样的概念在不同的教材中出现不同的表述;二

是引进版教材本土化不够成功,不符合中国新闻传播业的实际需要;三是部分教材内容比较陈旧,不能切合目前飞速发展的传播现实;四是这些教材大多是作者个人教学心得与成果的总结,缺少各个院校之间的通力合作和取长补短,从而在普适性方面有所缺憾。

新闻教育界的老前辈方汉奇先生说过,一般说来,新闻教育质量的高低,起决定作用的主要是两个因素:一个是师资,一个是教材。两者之间,教材的作用更大。

为了更好地协调高校新闻与传播学科的发展,促进各高校之间在新闻与传播学科建设、师资队伍建设和教材建设、实践(实验)教学等方面的互相学习与交流,郑州大学出版社与郑州大学新闻与传播学院、河南大学新闻与传播学院精心策划了这套高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材的编写方案,并于2006年9月召开了全国高校新闻传播学院院(系)领导联谊会暨普通高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材编写启动会议。会上由主办方发起,全国40余所高校联合成立全国高校新闻传播学院院(系)负责人联谊会。郑州大学新闻与传播学院当选全国高校新闻与传播学院院(系)领导联谊会理事长单位,负责召集并主持理事会和会员大会,联谊会的成立为全国高校新闻传播学科之间的学习交流,搭建和提供一个平台。2006年底郑州大学出版社召开主编会,各位主编提交编写大纲,经编委会审定,确定各书主编、副主编和参编人员。该套教材的编写工作自此拉开序幕。

本套教材以国家教育部最新颁布的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍》为依据选题,涵盖新闻学、传播学两个学科,共分新闻学专业组、广告学专业组、广播电视新闻学专业组三大类。按照“成熟一批、出版一批”的原则,在“十一五”期间陆续出版。本套教材与以往教材相比,彰显了四方面的特点:

一是权威性。本套教材由我国新闻学领军人物童兵教授任编委会主任,国家教育部专家指导委员会主要成员负责审稿把关,编写人员既有来自全国40多所高等院校教学经验丰富、科研成果丰硕的资深教师,也有海外工作和学习经历的归国学子,融合南北新闻教育、具备深厚理论基础的本土博士,还有来自媒体

一线,具有丰富实践经验的年轻一代。相信这些优秀编者的加盟,将为我们展现全球传播时代的开阔视野,架构新闻传播理论的更合理体系,打造国内目前该学科最权威、最全面的课程用书提供可靠保证。

二是普适性。本套教材克服了目前教材内容陈旧、理论体系不统一、引进版教材本地化不足等缺点,广泛吸收各高校教师的教学成果,充分体现各个层次的学科发展现状,适应各个层次学生与相关行业人士的学习使用。

三是前沿性。本套教材充分汲取当前国内外新闻传播学最新研究成果,以最现代的技术形态、最权威的学术论点以及最先进的理论构建教材内容。

四是实用性。本套教材贴近各高校新闻传播教学的实践,切合中国新闻传播业的实际需要,把握业内脉搏,提供最新最具代表性的案例分析,极具实用价值。除纸质内容外,还注重立体开发,对案例性较强的内容,配有多媒体课件和光盘,以便于教师教学使用。同时,考虑到该学科实践性强的特点,特设生动的模拟情景训练,开创教材理论与实践相结合的先河,也充分体现了该教材鲜明的实用性。

当然,由于各方面局限,这套教材也不可能做到尽善尽美,但我们的期望是,为新闻传播学科优化专业课程设置,规范人才培养模式,梳理办学理念、办学思路,增强毕业生就业竞争力提供典范式的平台;为普通高等教育新闻传播学类专业编著最新、最全面、最系统的“十一五”规划教材;为中国新闻传播学建设的春天增添一抹绿色,做出一点贡献。

郑州大学出版社的领导和员工为本套教材的出版付出了辛勤劳动,尤其是杨秦予副总编从选题调研、资料收集到参编院校联系、编写方案制订以及筹划相关会议等都亲历亲为,作了大量卓有成效的工作,在此谨表感谢。

高等教育新闻传播学类“十一五”规划教材编写委员会

2007年4月

前 言

传播学概论是新闻学、传播学类专业学生的专业课或专业基础课,同时它也是高校所有专业学生开展传媒素养教育的基本内容。编写一本好的传播学教材就成为许多从事传播学教育的教师之共同愿望。

本教材的编写原则是稳定性与最新进展并重。稳定性是为了尽量把传播学最基本、最重要的东西纳入教材中,以便学生通过本教材的学习打好传播学的基础;最新进展则尽可能把别人与编者自己新近的研究成果吸收进来,力争使本教材带有一定的学术性,这样既有助于把初学者带入传播学的前沿,已有传播学基础的读者也可以从中得到研究启发。

因此,本教材的特征在于,融进了学界的最新研究进展和我们自己的最新研究成果。媒体与新闻传播的真实性(尤其是其中谈到的电视媒体的“全信息”特征);控制的实质是对传播内容的控制;为什么对传播中暴力和性内容控制乏力;大众媒体“五功能说”;“拟态环境”与人类的认识和实践活动等都是编者的研究心得。传受错位关系下的传播内容、公众传媒素养(包括视觉素养)教育、注意力经济与影响力经济等也是现有教材没有的内容。此外,美国阿克伦大学传播学院副教授林阳博士等专门为本教材撰写了“传播学在美国的现状:学会机构、学科教育和学术研究”,为我们了解传播学发源地美国的传播学学会机构、学科教育和学术研究现状提供了第一手资料。

书后列出的参考文献是本教材参考与引用较多的那部分,而且在教材中多注明了出处,但也有一些地方为行文方便未注明出处,特在此说明并向原书作者表示感谢。

本教材编写分工如下:王继发(1章和2章),陈超、赵建国(3章和5章),赵建国、陈超(4章),赵建国、赵翔(6章),袁爱中、赵翔(7章和8章),职秀梅(9章和10章),林阳、黄源(11章)。主

编赵建国负责全书的大纲框架、统稿和增删,赵翔在书稿交出版社之前对全书做了校对。

郑州大学出版社杨秦予副总编一直关心着本书的编写,责任编辑白金玉先生为本书付出了劳作,在此表示感谢。

赵建国

2007年11月8日

目 录

001	第 1 篇 概论	
003	1 传播与信息、符号	
004	1.1 传播活动与信息	
004	1.1.1 信息的定义	
006	1.1.2 信息社会与信息爆炸	
012	1.2 信息传播符号及其功能	
012	1.2.1 符号的定义	
013	1.2.2 符号的分类	
017	1.2.3 符号的基本功能	
018	1.3 传播中的意义交流	
018	1.3.1 意义的定义	
019	1.3.2 编码与译码	
022	1.3.3 共通的意义空间	
025	2 传播过程与传播类型	
026	2.1 传播过程模式	
026	2.1.1 传播过程的直线模式	
030	2.1.2 传播过程的循环和互动模式	
032	2.1.3 韦斯特利—麦克莱恩的 ABX 模式	
035	2.2 传播类型	
036	2.2.1 传播的六种类型	
049	2.2.2 六种传播类型的联系与区别	
059	第 2 篇 大众传播	
061	3 控制研究:传播者	
062	3.1 控制观念与控制体制	
062	3.1.1 与控制研究相关的几个概念	
063	3.1.2 控制观念与控制体制	
066	3.1.3 传播制度对社会制度的能动作用	
067	3.2 宏观控制	
067	3.2.1 政治权利控制	
070	3.2.2 经济控制	

- 070 3.2.3 受众监督控制
- 072 3.2.4 文化控制
- 072 3.3 微观控制
- 072 3.3.1 把关和把关人
- 073 3.3.2 影响把关的因素
- 075 3.3.3 大众传媒的把关标准
- 075 3.3.4 把关过程及其实质
- 077 4 内容分析
- 078 4.1 控制的实质
- 078 4.1.1 对传播内容的控制
- 079 4.1.2 内容分析:重要性、原则
- 080 4.2 传受错位关系下的传播内容
- 080 4.2.1 传受错位存在的客观性和必要性
- 081 4.2.2 错位关系下传播内容的设置
- 082 4.3 传播中的暴力内容
- 083 4.3.1 媒体传播中的暴力与现实中的暴力
- 085 4.3.2 传播中的暴力内容与暴力犯罪
- 086 4.3.3 有关电视暴力对人们行为可能带来的效果假说
- 086 4.3.4 对传播中暴力内容的控制
- 087 4.3.5 对媒体传播中的暴力和性内容控制乏力的原因
- 089 5 媒介研究
- 090 5.1 媒介及其比较研究
- 090 5.1.1 关于媒介的概念
- 090 5.1.2 电视与其他媒介的比较
- 092 5.1.3 媒体与新闻传播的真实性
- 095 5.2 大众媒介的社会功能
- 095 5.2.1 从“三功能说”、“四功能说”到“五功能说”
- 097 5.2.2 大众媒介的正面功能和负面功能
- 100 5.2.3 大众媒介的显性功能和隐性功能
- 111 5.3 媒介理论
- 112 5.3.1 麦克卢汉的媒介理论
- 118 5.3.2 梅罗维茨的媒介理论
- 119 5.4 媒介组织
- 120 5.4.1 媒介组织的内部关系
- 120 5.4.2 媒介组织的外部关系

- 121 5.4.3 大众传播媒介组织目标与制约因素
- 122 5.5 媒介的经营理念
- 123 5.5.1 注意力经济
- 124 5.5.2 影响力经济
- 128 6 受众研究
- 129 6.1 受众和受众的地位
- 129 6.1.1 大众·大众文化·受众
- 129 6.1.2 受众能否成为“上帝”
- 131 6.1.3 关于“受众即市场”
- 131 6.1.4 网络时代受众地位和作用的变化
- 132 6.2 受众的基本权利
- 132 6.2.1 传播权
- 132 6.2.2 知晓权
- 132 6.2.3 传媒接近权
- 132 6.2.4 隐私权
- 133 6.3 “使用与满足”理论
- 133 6.3.1 “使用与满足”的有关研究
- 134 6.3.2 “使用与满足”理论概说
- 135 6.4 公众传媒素养教育
- 135 6.4.1 传媒素养教育的缘起、现状和意义
- 135 6.4.2 传媒素养教育的含义、内容及对象
- 139 7 效果研究
- 140 7.1 大众传播社会效果的三个层面和多种分类
- 140 7.1.1 大众传播社会效果的三个层面及多种表现形态
- 142 7.1.2 大众传播社会效果的多种分类
- 142 7.2 传播效果研究的发展阶段
- 143 7.2.1 超强效果论——“子弹理论”
- 144 7.2.2 有限效果论
- 146 7.2.3 适度效果论
- 147 7.2.4 强大效果论
- 149 7.2.5 谈判效果论
- 150 7.2.6 小结
- 151 7.3 传播致效因素研究
- 151 7.3.1 传播主体与传播效果
- 156 7.3.2 传播技巧与传播效果

- 162 7.3.3 传播对象与传播效果
- 164 7.3.4 传播效果与心理
- 171 8 宏观效果研究
- 172 8.1 议程设置功能理论
- 173 8.1.1 媒介议程设置功能理论的提出
- 173 8.1.2 议程设置功能理论的主要内容
- 174 8.1.3 议程设置功能理论的意义与局限
- 175 8.2 “沉默的螺旋”
- 175 8.2.1 沉默的螺旋理论的提出及主要内容
- 178 8.2.2 对沉默的螺旋理论的评价
- 180 8.3 培养理论
- 180 8.3.1 培养理论的主要观点
- 182 8.3.2 对培养理论的评价
- 183 8.4 知识沟理论
- 184 8.4.1 知识沟理论的主要内容
- 187 8.4.2 知识沟理论的意义及应用
- 191 第3篇 传播学史与传播学研究方法
- 193 9 传播学简史与主要流派
- 194 9.1 传播学发展简史及现状
- 194 9.1.1 传播学发展简史
- 200 9.1.2 信息论、控制论对传播学的贡献
- 202 9.1.3 传播学发展现状
- 204 9.2 传播学在中国
- 204 9.2.1 传播学在中国的传播和发展概况
- 205 9.2.2 学习、借鉴西方传播学经典
- 206 9.2.3 传播学学习、研究的人数
- 206 9.2.4 存在的问题与新的趋势
- 207 9.3 传播学主要流派及其代表人物
- 207 9.3.1 经验学派及其代表人物
- 209 9.3.2 批判学派及其代表人物
- 213 10 传播学研究方法
- 214 10.1 传播学研究方法的特征与意义
- 214 10.1.1 传播学研究方法的特征
- 214 10.1.2 传播学研究方法的意义