



同等学力人员申请硕士学位全国统一考试辅导丛书
严格依照国务院学位委员会最新颁布的考试大纲编写

传播学学科 应试精要

李 旻 主编

权威考试信息荟萃
全真模拟试题详解



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>

G206
L272:1

同等学力人员申请硕士学位全国统一考试辅导丛书

严格依照国务院学位委员会最新颁布的考试大纲编写

传播学学科应试精要

李 旻 主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书根据国务院学位委员会最新颁布的《同等学力人员申请硕士学位新闻传播学学科综合水平全国统一考试大纲》编写而成。为了方便考生复习和减轻考生负担,本书严格遵照新大纲的命题规则和考试要求,从过去的新闻传播学科的固有体系中分离出来,把新闻学和传播学这两个独立考试的二级学科分编成书,旨在较短的时间内有效地帮助考生掌握本门考试所有的重点和难点内容,熟悉考试题型,培养应试技巧。本书共分五个部分,对传播学学科综合考试要求的五门课程都按章编写了复习提示、考点详解和模拟试题。其中考点详解里的所有解析题均来自国家考试题库,且最有可能在考试中出现。

本书适合于参加同等学力人员申请硕士学位传播学学科综合水平全国统一考试的人员阅读,也可以作为传播学专业博士或硕士研究生入学考试及职称考试的辅导用书,同时还可以作为高等院校的教学参考书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

传播学学科应试精要/李旻主编. —北京:电子工业出版社, 2004.3

(同等学力申请硕士学位全国统一考试辅导丛书)

ISBN 7-5053-8489-9

I. 传… II. 李… III. 传播学—研究生—统一考试—自学参考资料 IV. G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第005118号

责任编辑:徐云鹏 杨逢仪

印刷:北京天竺颖华印刷厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

北京市海淀区翠微东里甲2号 邮编:100036

经销:各地新华书店

开本:787×1092 1/16 印张:41.875 字数:1070千字

印次:2004年3月第1次印刷

定价:69.00元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换,若书店售缺,请与本社发行部联系。联系电话:(010) 68279077。质量投诉请发邮件至zltts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

前 言

考取“学科综合水平全国统一考试合格证书”，是以同等学力申请硕士学位人员及在校就读的学位生获得硕士学位的必要前提。同等学力人员申请硕士学位学科综合水平全国统一考试不仅涉及面广、覆盖内容多，而且具有一定的深度和难度。考生要想顺利通过考试，确非易事。尤其对于按研究生毕业同等学力申请硕士学位的人员更是难上加难。因为他们在学习研究生课程的同时，往往在单位还承担了大量的工作，学习时间常常难以保证。如果仅学习课本，不说在短期内难以得其要领，就是对考试内容的正确理解和把握也会困难重重，复习也就难以达到目的。有鉴于此，我们邀约北京大学、清华大学、中国人民大学、中国政法大学、北京师范大学、北京航空航天大学、北京科技大学、北京广播学院、中国新闻学院和中国社会科学院的有关专家、学者、教授、讲师和博士研究生组成了申硕统考命题研究组，在集体讨论和研究的基础上，共同编写了这套考试辅导丛书。

本丛书区别于教材和其他知识性读物。面向考试，面向考生是本丛书在体例设计和内容编排上的基本出发点。我们将本丛书的最主要读者群锁定为欲参加申请硕士学位学科综合水平全国统一考试的广大考生，以最大限度地帮助考生在有限的时间内取得最好的复习应试效果。

《传播学学科应试精要》根据国务院学位委员会办公室的最新权威信息，内容紧扣同等学力人员申请硕士学位传播学学科综合水平全国统一考试大纲，重点参考《考试大纲》规定的有关教材编写而成。旨在较短的时间内有效地帮助参加传播学学科综合水平全国统一考试的考生掌握本门考试所有的重点和难点内容，熟悉考试题型，培养应试技巧。需要特别说明的是：国务院学位办考虑到新闻传播学科涉及的知识体系庞大，课程繁多，考生负担太重，决定将本学科的综合考试内容按二级学科即新闻学科与传播学科分别命题。正是根据这一规定，我们特意将新闻学科和传播学科从过去的新闻传播学科的固有体系中分离出来，独立成书，以方便考生复习。全书对传播学学科综合水平考试要求必考的传播理论、中国新闻传播史、外国新闻传播史、广告学和公共关系学等五门课程都按章编写了复习提示、考点详解和模拟试题。复习提示简要介绍每章的重点、难点和考点。所谓考点，是指历届考试中出现过的问题和有可能成为考题的问题。考点详解是对每章考点的标准解答。模拟试题则按考试题型样式将每章的主要内容分解成全真模拟试题和标准答案。最重要的是：本书所有的考点解析题均来自国家考试题库，且最有可能在考试中出现，请考生务必认真对待。

本书的特色是：信息权威，基本上反映了传播学学科综合水平考试的出题原则和最新动向；内容全面，完全覆盖了考试范围内的所有内容，只要一书在手，不需要逐一钻研课本；重点突击，具有极强的考试针对性，能使考生在较短的时间内收到事半功倍的效果。

在本书编写过程中，我们参阅了大量的相关著作、教材、新闻报刊和时政资料，这里不一一列举，谨在此向这些作者、译者表示衷心的感谢。全书由北京大学李扬博士主编并统稿。参加本书编写工作的有：赵琳、方桐、王国坊、王丹、张音占、蒋涵涵、李严、李艳萍、李伶一、费侍瑶、柳吟、艾惟伟、宁可、刘杰汀、刘友全、叶绍东、叶迎春、江系源、陈广

柱、井宜春、谷明明、东方亮、刘倩、谈妹、沈亚洲。

著名新闻传播学者、北京新世纪新闻与舆论传播研究所所长曾宪教授审阅了书稿并提供了宝贵的修改意见，新华社新闻研究所、人民日报总编室、中央电视台新闻中心、中国人民大学新闻学院、北京广播学院图书馆等单位为本书提供了大量的相关信息和参考资料，这里一并深表谢意。由于水平所限，书中不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

目 录

第一部分 传播理论

第1章 绪论	2	第6章 大众传播	41
一、复习提示	2	一、复习提示	41
二、考点详解	2	二、考点详解	41
三、模拟试题	7	三、模拟试题	43
第2章 人类传播活动的历史与发展	15	第7章 传播制度与传播媒介	47
一、复习提示	15	一、复习提示	47
二、考点详解	15	二、考点详解	47
三、模拟试题	17	三、模拟试题	49
第3章 人类传播的符号和意义	20	第8章 大众传播的受众	56
一、复习提示	20	一、复习提示	56
二、考点详解	20	二、考点详解	56
三、模拟试题	22	三、模拟试题	58
第4章 人类传播的过程与系统结构	26	第9章 传播效果研究	63
一、复习提示	26	一、复习提示	63
二、考点详解	26	二、考点详解	63
三、模拟试题	27	三、模拟试题	67
第5章 人类传播的基本类型	31	第10章 国际传播与全球传播	73
一、复习提示	31	一、复习提示	73
二、考点详解	31	二、考点详解	73
三、模拟试题	36	三、模拟试题	75

第二部分 中国新闻传播史

第11章 中国古代的新闻传播	82	第12章 近代新闻传播事业的传入	90
一、复习提示	82	一、复习提示	90
二、考点详解	82	二、考点详解	90
三、模拟试题	85	三、模拟试题	95

第13章 民族近代新闻	三、模拟试题	180
传播事业的产生		103
一、复习提示		103
二、考点详解		103
三、模拟试题		109
第14章 清末民初新闻		
传播事业的发展		120
一、复习提示		120
二、考点详解		120
三、模拟试题		127
第15章 五四运动时期的		
新闻传播事业		142
一、复习提示		142
二、考点详解		142
三、模拟试题		146
第16章 大革命时期的新闻事业		152
一、复习提示		152
二、考点详解		152
三、模拟试题		154
第17章 十年内战时期的新闻事业		161
一、复习提示		161
二、考点详解		161
三、模拟试题		167
第18章 抗日战争时期的		
新闻传播事业		177
一、复习提示		177
二、考点详解		177
三、模拟试题		180
第19章 人民解放战争时期		
的新闻传播事业		187
一、复习提示		187
二、考点详解		187
三、模拟试题		190
第20章 中华人民共和国成立		
初期的新闻传播事业		196
一、复习提示		196
二、考点详解		196
三、模拟试题		199
第21章 全国建设社会主义时期和		
“文化大革命”时期的新闻		
传播事业		207
一、复习提示		207
二、考点详解		208
三、模拟试题		212
第22章 改革开放以来的		
新闻传播事业		218
一、复习提示		218
二、考点详解		218
三、模拟试题		222
第23章 台港澳新闻传播		
事业发展的历史		234
一、复习提示		234
二、考点详解		234
三、模拟试题		238
第三部分 外国新闻传播史		
第24章 总论		248
一、复习提示		248
二、考点详解		248
三、模拟试题		277
第25章 欧洲主要国家的		
新闻传播事业		296
一、复习提示		296
二、考点详解		297
三、模拟试题		308

第26章 美国与加拿大的 新闻传播事业	332	第29章 大洋洲与拉丁美洲主要 国家的新闻传播事业	375
一、复习提示	332	一、复习提示	375
二、考点详解	332	二、考点详解	375
三、模拟试题	342	三、模拟试题	378
第27章 亚洲主要国家的 新闻传播事业	352	第30章 Internet的兴起与应用	383
一、复习提示	352	一、复习提示	383
二、考点详解	353	二、考点详解	383
三、模拟试题	358	三、模拟试题	386
第28章 非洲主要国家的 新闻传播事业	368	第31章 关于世界新闻传播 新秩序的论争	392
一、复习提示	368	一、复习提示	392
二、考点详解	368	二、考点详解	392
三、模拟试题	371	三、模拟试题	395
第四部分 广告学			
第32章 广告概述	400	第35章 广告表现战略	441
一、复习提示	400	一、复习提示	441
二、考点详解	400	二、考点详解	441
三、模拟试题	403	三、模拟试题	456
第33章 广告策划	413	第36章 广告法规管理	472
一、复习提示	413	一、复习提示	472
二、考点详解	413	二、考点详解	473
三、模拟试题	418	三、模拟试题	481
第34章 广告媒体战略	423	第37章 广告调查与 广告效果测定	488
一、复习提示	423	一、复习提示	488
二、考点详解	423	二、考点详解	489
三、模拟试题	430	三、模拟试题	499

第五部分 公共关系学

第38章 公共关系的产生与发展 516

一、复习提示 516

二、考点详解 516

三、模拟试题 527

第39章 公共关系的职能、
功能、状态和模式 539

一、复习提示 539

二、考点详解 539

三、模拟试题 546

第40章 公共关系的工作主体、
工作对象和工作手段 563

一、复习提示 563

二、考点详解 564

三、模拟试题 574

第41章 几种基本的公共关系 591

一、复习提示 591

二、考点详解 591

三、模拟试题 605

第42章 公共关系的工作过程
和工作准则 621

一、复习提示 621

二、考点详解 621

三、模拟试题 629

第43章 公共关系工作者 647

一、复习提示 647

二、考点详解 647

三、模拟试题 652

附录一 关于命题规则的说明 659

附录二 传播学学科综合水
平全国统一考试样卷 660

第一部分 传播理论

命题规则与复习技巧

命题规则

传播理论是本学科的重点,在本学科综合考试中所占分数比例约为总分的30%。因为本部分内容比较适用主观题,所以本部分试题的难度系数在整个试卷中也最大,比其他科目试题的难度系数高出约0.5个百分点。新大纲对本部分总的考试要求是:考生要能够从辩证唯物论和历史唯物论立场出发来把握人类传播发生、发展和演化的历史与规律,系统掌握传播学的基本概念和理论体系,明确各种类型传播活动的形态、结构、机构与社会功能,灵活运用传播学知识考察、分析和解决信息时代的各种理论和现实课题。

新大纲对本部分的考查内容及其所占分数比例是这样规定的:传播理论的基本原理和基本知识点约占40%,运用相关理论对人类传播实际问题的分析和评价约占60%。其中,人类社会传播发生、发展和演化的历史与规律占15%,传播学的基本概念和理论体系约占25%,人类传播活动的不同形态、结构、机制与社会功能约占25%,传播制度与传播媒介约占20%,传播效果研究约占15%。

本部分应用的题型及其所占分数比例是:名词解释约1~2题,占3~6分;简答题约1~2题,占5~10分;论述题约1~2题,占10~20分。本部分试题的难易比例是:容易题约占20%,中等难度题约占30%,难度题约占50%。

复习技巧

在本部分,你只要能够把握住三个“点”,你的复习就能够收到曲径通幽之效:一是基本知识点。传播理论看似千头万绪,高深莫测,其实都是由一个个知识点构成的,你只要抓住其中的一个点并将其同问题有机地连结起来,你的答题思路就不会乱;二是理论要点。本部分虽然涉及的理论方家甚众,理论派别多多,有点令人眼花缭乱,但你却不必有无所适从之虑,而只需选择那些有代表性的理论及方家记忆,对复杂的理论也只要记其要点,然后根据要点临场发挥,你就能得高分,完全用不着去一一死记硬背,照单全收;三是问题切入点。理论是由问题构筑成的,寻找到问题的切入点,即问题的关键所在,你就可以根据自己平时的知识积累理所当然地回答得很好,并且这样答出的试题得分决不会太低,这是主观题的好处,也是同等学力人员的优势。

第1章 绪 论

一、复习提示

所谓传播,是指社会信息的传递或社会信息的运行。传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学。

复习本章,要求考生首先要了解传播学与信息科学之间的关系,它们是相互影响和相互渗透的;其次要了解传播学的研究领域是社会传播,熟悉并掌握社会传播的五种基本形态;再次要懂得学习传播学必须树立科学的传播观,了解并把握马克思恩格斯的精神交往理论;最后要了解世界传播学研究的主要学派,熟悉传播学的奠基人、学科开创者和主要学派,把握早期的学习思想源流。

二、考点详解

1. 简述社会传播的五种基本形态

传播学通常把社会传播区分为五种基本类型,即人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播。这五种不同的类型实际上也是五种不同的传播系统。

(1) 人内传播是个人接受外部信息并在人体内部进行处理的活动。人内传播具有典型的系统性,这主要表现在人体本身就是一个完整的信息系统,它既有接收装置(感官系统),又有传递装置(神经系统);既有处理装置(记忆、思维系统),又有输出装置(语言、动作、表情等)。人内传播正是由相互联系、相互制约的各组成部分所构成,执行个人信息处理功能的有机整体。

(2) 人际传播是由两个个体系统的相互连结所形成的新的信息系统。在这个系统里,人们通过信息的授受,保持着相互影响、相互作用的关系。

(3) 群体传播不仅存在着许多个体系统的活动,这些个体系统的有机结合还产生了新的输出物——群体规范和群体价值。群体信息系统的一个重要功能就是帮助个人实现社会化,不仅如此,在社会化过程基本完成之后,它依然对个人的社会态度和社会行为发挥着重要的制约作用。

(4) 组织传播是一种综合的信息管理系统。与自然发生的群体相比,组织是一个结构秩序更为严密的社会集合体。组织的特点是具有明确的组织目标,其结构和分工都是为有效地实现这一目标而设置的,因此组织本身就是一个执行特定功能的系统。

(5) 大众传播是伴随着近现代印刷、电子传播技术的发展而产生的一种特殊的社会信息系统。其特点主要体现在以下几个方面: A. 大众传播是专业传播机构从事的有组织的传播活动; B. 传播对象是广泛而分散的、不定量多数的一般社会成员; C. 采用现代化技术手段大生产、复制和传播信息; D. 传播内容是公开的,有别于私下或内部传播活动; E. 大

众传播也有反馈机制,但这种反馈是延迟的,受众对传播过程缺乏即时的干预能力。从大众传播信息系统的这些特点可以看出,大众传播既是社会互动系统,也是极其重要的社会管理和

社会控制系统。

2. 信息科学对传播学的贡献是什么

传播学与信息科学是相互影响和相互渗透的。信息科学对传播学的巨大贡献,一是把信息概念引进了传播学领域,提高了传播学理论表述的科学性和严谨性;二是拓宽了传播学的视野,使它能够把人类社会的传播活动放在更大的系统和环境中加以考察,这有助于探索人类社会传播的一般规律和特殊规律。

3. 简述布克里的环境适应五要素

一般社会系统理论的著名学者布克里指出,社会的环境适应过程需要五种要素:

- (1) 要有不断向社会系统内引进“复杂性”(多样性)的源泉。
- (2) 要有既保持系统内的“紧张”状态又不断满足社会成员要求的机制。
- (3) 要有将社会系统的各组成部分适当连结的双向传播网络。
- (4) 要有面对外部环境和内部状况的变化而进行自主决策的系统。
- (5) 要有保存并普及意义、象征和价值体系的有效机制。

4. 为什么说传播障碍和传播隔阂的存在是妨碍社会发展的重要因素

社会发展是建立在系统正常运行的基础之上的。政治系统的障碍会给社会带来政治动荡,经济系统的失调会引起经济危机,文化系统的紊乱会造成社会成员的思想、价值、规范和行为准则的混乱,影响正常的社会秩序,这些都是妨碍社会发展的因素。社会信息系统与上述系统重合、交织在一起,它的运行除了受到其他系统的影响和制约之外,其本身的状况如何也对其他系统乃至整个社会发生重大的影响。

这是因为,社会信息系统是一个存在着众多可变因素的系统,参与系统活动的个体或群体是伴随着丰富的精神和心理活动的主体,这个特点决定社会信息系统比一般物理或生物信息系统更复杂,更具有不确定性,也更容易产生传播障碍和传播隔阂。传播障碍包括结构与功能障碍,如传播制度是否合理、传播渠道是否畅通、信息系统的各部分的功能是否正常等等;传播隔阂则包括个人之间的隔阂,个人与群体的隔阂,成员与组织的隔阂,群体与群体、组织与组织、世代与世代、文化与文化之间的隔阂等等。由于社会信息系统的参与者——无论是个人、群体还是组织——都是具有特殊利益、价值、意识形态和文化背景的主体,这里的传播隔阂,既包括无意的误解,也包括有意的曲解。

传播障碍和传播隔阂的存在会造成社会成员的认知、判断、决策和行动的混乱,带来一系列的社会问题,这些问题如果不及时妥善地解决,必会影响社会的正常发展,严重的,甚至会造成社会混乱和国家解体。在这个方面,前苏联应该是一个令人深思的例子。我们并不把前苏联解体的原因完全归结于传播方面的问题,但传播系统的严重紊乱无疑加速了这个过程。

然而,传播障碍和传播隔阂的存在是社会信息系统的一个必然现象。换言之,社会信息系统与其他社会系统一样,永远处于平衡与不平衡、矛盾的存在与克服的辩证运动的过程当中。问题的关键在于,人类应该如何科学地把握这些矛盾,不断找到解决矛盾的有效方法,把人类社会的发展推向更高的阶段。

5. 为什么说学好传播学必须树立科学的传播观

学好传播学的一个重要前提,是必须从辩证唯物论和历史唯物论的立场出发,树立科学的传播观。这是因为:

(1) 在我国,传播学是从西方国家主要是美国引进的。美国的传播学研究对传播学的创立所做的贡献是巨大的,其中不乏值得借鉴的精华。但是,由于对行为主义和实证主义方法的崇尚,美国的传播学在许多场合把传播仅仅作为孤立的精神或心理现象加以考察,导致了他们的传播理论中也有不少唯心主义的糟粕。为了使传播学成为一门真正的科学,我们必须从唯物史观出发重新建构传播学理论体系。

(2) 传播学是以社会信息系统及其运行(即传播)为研究对象的学科,它属于一门社会科学。任何一门社会科学都离不开哲学世界观的指导,考察人类的传播活动,同样必须从科学的传播观出发。

(3) 我们研究传播学的重要目的之一,是为了探索社会信息系统良性运行的规律,理顺我国社会的传播结构和传播关系,为社会主义物质文明和精神文明建设服务,这也要求我们必须将唯物史观贯穿于传播学研究之中。

6. 马克思主义精神交往理论与行为主义传播学的本质区别是什么

在马克思、恩格斯的精神交往理论和西方尤其是美国的行为主义传播学之间,存在着本质的区别。这些区别表现在:

(1) 在行为主义传播学那里,传播基本上作为孤立的精神或心理现象来看待的,他们往往单纯地就信息研究信息、就传播研究传播,而马克思主义精神交往理论则不同,它要求把精神交往放在人类社会交往的大系统中加以考察,不但要研究人的精神活动本身,而且要研究精神活动与物质活动的关系、与物质生产和物质交往的关系,这有助于我们从更广阔的视野来观察人类社会的传播活动和传播关系。

(2) 马克思、恩格斯认为,精神交往是与精神生产相联系的,离开了精神生产,也就谈不上精神交往。精神生产既然属于一种生产,必须也存在着生产力和生产关系的辩证运动,因此,人们的精神交往关系也是与一定阶段上的精神生产力发展水平以及精神生产资料的占有方式密切相关的。从这个观点出发来观察人类的传播活动,我们首先不能不考察精神生产力的水平对社会传播发达程序的制约;其次,我们也不能不考察人们在精神生产过程中的地位以及精神生产资料的占有方式对传播关系的制约作用。美国的行为主义传播学有意无意地回避这些重大问题,因而不能从根本上提示人与人之间的传播关系的本质。

(3) 从马克思主义观点来看,信息也是一种产品,同其他物质产品一样,有其价值和使用价值。但是,信息又有与物质产品不同的个性,这就是一般物质产品的消费是其本身,而信息的消费则是其精神内容(意义)。物质产品的消费大多是一次性的,而信息产品的消费则一般是多次性的。精神内容的生产与一定的思想、观念、意识、道德、政治、法律、宗教和意识形态相联系,这是马克思主义的一个基本观点。美国行为主义传播学虽然不否认信息中包含着思想、观念和价值倾向,然而却不想从信息的生产过程和生产结构中去寻找这些倾向产生的原因。

7. 什么是传播?它的基本特点是什么

所谓传播,是指社会信息的传递或社会信息系统的运行。其基本特点有以下几个方面:

(1) 社会传播是一种信息共享活动。也就是说,它是一个将单个人或少数人所独有的

信息化为两个人或更多人所共有的过程。这里的共享概念意味着社会信息的传播具有交流、交换和扩散的性质。

(2) 社会传播是在一定社会关系中进行的, 又是一定社会关系的体现。施拉姆说: “传播一词和社区 (community) 一词有共同的词根, 这并非偶然。没有传播, 就不会有社区; 没有社区, 也不会有传播”。所谓社区也就是由地缘关系和社会关系构成的共同体。传播产生于一定的社会关系, 这种关系可能是纵向的, 也可能是横向的。它又是社会关系的体现, 传受双方表述的内容和采用的姿态、措辞等等, 无不反映着各自的社会角色和地位。社会关系是人类传播的一个本质属性, 通过传播, 人们保持既有的社会关系并建立新的社会关系。

(3) 从传播的社会关系性而言, 它又是一种双向的社会互动行为。这就是说, 信息的传递总是在传播者和传播对象之间进行的。在传播过程中, 传播行为的发起人——传播者通常处于主动地位, 但传播对象也不是单纯的被动角色, 他可以通过信息反馈来影响传播者。双向性有强弱之分, 但任何一种传播——无论其参与者是个人、群体还是组织——都必须是一种通过信息的授受和反馈而展开的社会互动行为。

(4) 传播成立的重要前提之一, 是传受双方必须要有共通的意义空间。信息的传播要经过符号的中介, 这意味着传播也是一个符号化和符号解读的过程。符号化即人们在进行传播之际, 将自己要表达的意思 (意义) 转换成语言、音声、文字或其他形式的符号; 而符号解读指的是信息接收者对传来的符号加以阐释、理解其意义的活动。反馈也包括在符号解读基础上的再次符号化活动。共通的意义空间, 意味着传受双方必须对符号意义拥有共通的理解, 否则传播过程本身就不能成立, 或传而不通, 或导致误解。在广义上, 共通的意义空间还包括人们大体一致或接近的生活经验和文化背景。

(5) 传播是一种行为, 是一种过程, 也是一种系统。行为、过程、系统是人们解释传播时的三个常用概念, 它们从不同角度概括了传播的另一些重要属性。当我们将传播理解为“行为”的时候, 我们把社会传播看做是以人为主体的活动, 在此基础上考察人的传播行为与其他社会行为的关系; 当我们将传播解释为“过程”的时候, 着眼于传播的动态和运动机制, 考察从信源到信宿的一系列环节和因素的相互作用和相互影响关系; 当我们将传播视为“系统”的时候, 我们是在更加综合的层面上考虑问题, 这就是把社会传播看做是一个复杂的“过程的集合体”, 不但考察某种具体的传播过程, 而且考察各种传播过程的相互作用及所引起的总体发展变化。

8. 社会信息系统的特点是什么

(1) 社会信息系统是一个开放性系统。我们知道, 社会信息系统的主要功能是保持社会内部的联系与协调, 收集、整理和传达系统内部和外部环境变化的信息, 由此保证社会的正常运行和发展。因此, 它必须对内形成有效的传播渠道, 对外伸出普遍的触角。开放性是社会信息系统执行其功能的一个重要前提。

(2) 社会信息系统是由各种子系统相互连结、相互交织而构成的整体。子系统如果根据信息类型加以分类, 可分为经济信息系统、政治信息系统、文化信息系统等等。如果根据传播类型分类, 则有个人信息系统、人际信息系统、群体信息系统、组织信息系统、大众信息系统等等。每个子系统既具有相对独立的结构和功能, 与其他子系统互为环境; 又与其他子系统相互交织、相互作用, 其总体运动形成了社会信息系统的大运行。传播学奠基人之一拉扎斯菲尔德发现, 大众传播过程中存在着人际传播的影响, 是人类的社会信息系统的交织

性的一个例证。

(3) 社会信息系统是一个具有双重偶然性(double contingency)的系统。双重偶然性是德国社会传播学家鲁曼提出的概念,指的是传播的双方都存在着不确定性,因此,通过传播所做出的选择有受到拒绝的可能性。双重偶然性是人类社会信息系统所特有的属性,这与它是以人为主体的活动有关。之所以这样说,是因为在自然界系统中,系统各部分、系统与系统间的联系和相互作用都是依据既定的条件进行的,满足了既定的物理、化学与生物的条件,便会引起预期的反应。而人类社会则不同,人类的活动不仅受到生物运动规律的制约,而且受到精神和心理的运行规律的制约,这样影响社会信息系统运行及其结果的变量就更多、更复杂。例如,假设A、B两个人(或群体)构成传播的双方,他们之间存在着ac、ad、bc、bd四种选择的可能性,如果A选择ac、B选择bd,那么A与B之间就会潜在着对立与矛盾。双重偶然性的存在说明,社会信息系统是一个多变量的系统,这些变量如果处理不当,便会引起传播障碍和传播隔阂。

(4) 社会信息系统是一个自我创造、自我完善的系统。我国社会学家李强指出:“社会系统是一个具有主动性、创造性和改造能力的活的机体。社会的主体——人,能够主动地发现社会自身以及社会与自然之间的不平衡,并主动地进行调整使之实现平衡”。作为社会系统之组成部分的社会信息系统也具有相同的性质。日本学者太田敏诚认为,社会信息系统的运行是一种以人为主体的“不断生产、传达、加工和储存信息的活动……而人的认知、记忆、学习、传播、推理都是具有可塑性的”。有了这种可塑性和创造性,人类就能不断发现和克服社会信息系统的障碍因素和传播隔阂,使之不断走向完善。

9. 为什么说一定的精神生产和精神交往与一定的物质生产和物质交往相适应是唯物史观的一个重要前提

一定的精神生产和精神交往与一定的物质生产和物质交往相适应,这是唯物史观的一个重要前提。这里包括了以下几个要点:

(1) 人类的精神生产和精神交往起源于物质生产和物质交往活动。正像马克思和恩格斯指出的:“一旦人开始生产自己的生活资料的时候,这一步是由他们的肉体组织所决定的,人本身就开始把自己和动物区别开来”。物质生产劳动既然创造了人本身,那么作为人的重要属性的精神活动也不外乎是物质生产劳动的产物。用这个观点来考察人类社会的信息活动,我们同样可以看到,信息生产和信息传播是建立在物质生产和物质交往的基础上的,信息生产和信息传播起源于人类的物质生产和物质交往的需要。不这样看问题,我们就容易陷入唯心论或本能论传播的困境。

(2) 物质生产力的发展水平对精神生产和精神交往起着重要的制约作用。这就是说,精神生产和精神交往的发展是以物质生产力的发展为基础的,没有物质生产的发展,也就不会有精神生产的发展。马克思、恩格斯把城乡的分离看做是物质劳动和精神劳动的“最大的一次分工”,而这种分工是物质生产力达到一定水平(物质生活资料有了一定节余)的结果。如果我们把近代工农业的分离看做是“第二次分工”,把信息产业的出现看做是“第三次分工”,那么我们会发现,这些分工也都是建立在物质生产力发展的基础之上的。美国著名未来学家丹尼尔·贝尔对“后工业社会”(信息社会)所做的分析,阿尔文·托夫勒对“信息时代”到来的预言,都未敢低估第一产业(农业)、第二产业(工业)发展的作用,因为信息社会并不是空中楼阁,它必须建立在农业社会和工业社会充分发展的基础之上,而人类

也毕竟不能靠“吃”信息维持生存,我们首先必须解决温饱问题。信息社会,只能是人类社会物质生产力高度发达的产物。

(3) 精神生产和精神交往关系反映着物质生产和物质交往关系。马克思和恩格斯认为,个人的真正的精神财富完全取决于他的现实关系的财富,而人们在精神生产和精神交往中的地位 and 作用也是他们在物质生产和物质交往中的地位 and 作用的体现。他们在论述阶级社会中的精神生产时明确指出:“统治阶级的思想在每一时代都是占统治地位的思想。这就是说,一个阶级是社会上占统治地位的物质力量,同时也是社会上占统治地位的精神力量。支配着物质生产资料的阶级,同时也支配着精神生产资料,因此,那些没有精神生产资料的人的思想,一般地是隶属于这个阶级的”。

马克思和恩格斯的这段论述,阐述了一个历史的真实。它也提醒我们,研究现代信息社会,决不能忽视精神生产资料的占有方式和社会制度对信息生产和信息传播的制约作用。这是一个非常重要的问题,忽略了这一点,我们就不能认识为什么在不同性质社会制度下,信息生产和信息传播活动会存在本质的区别。

三、模拟试题

(一) 名词解释

1. **系统**: 是指由相互联系、相互制约的若干部分结合在一起并且具有特定功能的事物的有机整体。
2. **双重偶然性**: 是德国社会传播学家鲁曼提出的概念,指的是传播的双方都存在着不确定性,因此,通过传播所做出的选择有受到拒绝的可能性。
3. **交往**: 是一个体现人的总体活动之关系性的范畴,它既包括以物为媒介的人与人之间的物质交往关系,也包括以“语言”为媒介的人与人之间的精神交往关系。物质交往与精神交往的辩证运动推动着人类交往活动的总体发展。
4. **经验学派**: 是主张从经验事实出发、运用经验性方法研究传播现象的方法。从广义上说,经验学派是指主要以经验性方法来考察社会现象的社会科学流派,它与主要以思辨性方法考察社会现象的流派相区别。在传播学中,经验学派尤其指以美国学者为代表的主流传播学。从后者而言,它既是一个方法论的概念,又在很大程度上代表了一定的社会观和传播观。
5. **经验性方法**: 是一种运用可观察、可测定、可量化的经验材料来对社会现象或社会行为进行实证考察的方法,它出现于19世纪后期,在现代社会科学中有着广泛的应用。
6. **信息**: 是物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式。信息既不是物质,也不是能量,它在物质运动过程中所起的作用是表述它所属的物质系统,在同其他任何物质系统全面相互作用(或联系)的过程中,以质、能波动的形式所呈现的结构、状态和历史。
7. **社会信息**: 是指除人的生物和生理信息以外的、与人类的社会活动有关的一切信息。
8. **传播**: 是指社会信息的传递或社会信息系统的运行。

9. **批判学派**：是在社会科学的法兰克福学派的影响下，以欧洲学者为主形成和发展起来的学派，是现代传播学研究中的两大学派之一，无论在方法论还是在学术立场上都与经验学派有着很大的区别。20世纪60年代至80年代，批判学派和经验学派之间的大辩论曾经是传播学研究瞩目的焦点。经过这场大辩论，双方在方法论上虽然有所接近，但在社会观和传播观上依然存在着根本的对立和分歧。

（二）简答题

1. 简述社会信息及其传播的共性和特性

信息可以分为物理信息、生物信息与社会信息。社会信息指的是除了人的生物或生理信息以外的，与人类的社会活动有关的一切信息。社会信息的传播称为社会传播。

社会信息与其他信息之间既有共性，也有特殊性。其共性是：社会信息也具有物质属性，其载体如语言、文字、图片、影像、声调、表情、动作等，都表现为一定的物质符号，以质、能波动的形式得到传递。其特殊性是：（1）社会信息及其传递并不单纯地表现为物理或生物条件的作用或反作用，而且伴随着人的精神和心理活动，伴随着人的态度、感情、价值和意识形态。（2）社会信息的物质载体（符号系统）本身，是人的与物质劳动密切相关的精神劳动的产物。因此，社会信息是物质载体与精神内容的统一、主体与客体的统一、符号与意义的统一。

2. 传播学形成于什么时期？有哪些因素推动了传播学的诞生

传播学形成于20世纪初至40年代的美国，它的形成是由许多因素促成的。第一，从传播媒介的发展情况来说，在这个时期的西方国家，大众报刊和电影已经高度普及，作为新的电子媒介的广播事业发展也十分迅速。媒介的增加和社会影响力不断扩大，使得许多社会科学家越来越关注信息与传播的问题，并开始从各自的学科背景出发来研究这些问题。第二，从历史和社会环境来说，这是一个世界范围的战争与革命的时代。在两次世界大战中，交战双方都利用各种传播媒介进行大规模的宣传，信息心理战在战争进程中发挥了前所未有的巨大影响。在俄国十月革命和东欧各国社会主义革命过程中，报刊宣传在动员和组织民众方面起到了重要的作用。所有这一切，都使得社会科学家对传播尤其是大众传播在战争和社会变革中的作用产生了强烈的关心，对宣传的研究成了这一时期的热点课题。第三，在这个时期，与传播学有着许多衔接点的一些社会科学，如新闻学、心理学、社会学、政治学、文化人类学等都已经有了充分发展，为传播学提供了理论和研究方法的基础。例如，俄国生物学家巴甫洛夫的条件反射理论、奥地利精神分析学家弗洛伊德的心理分析法以及初期的大众社会理论等等，都对早期的传播学研究产生过重要的影响。

传播学之所以诞生在美国，有两个直接的原因。一是美国是世界上传播事业最发达的国家，为媒介和传播研究提供了最合适的环境和社会条件；二是在1933年德国纳粹党执政后，大批欧洲学者为躲避法西斯迫害而逃亡到美国，推动了美国社会科学的发展和繁荣。许多著名的传播学家（如拉扎斯菲尔德、卢因等）本人就是流亡者，其他美国出生的学者也大多在欧洲接受过教育。因此，传播学虽然诞生在美国，但它在欧洲也有着深厚的学术思想根源。

1986年，美国传播学家E. M. 罗杰斯在《传播技术》一书中对传播学产生和发展的历史进行了总结，特别强调了十几位学者的重要贡献。