

传播学 论文选萃II

《传播学论文选萃》编委会 编

南京师范大学出版社

传播学

第二卷 II

传播学



中国美术学院美术考级教材

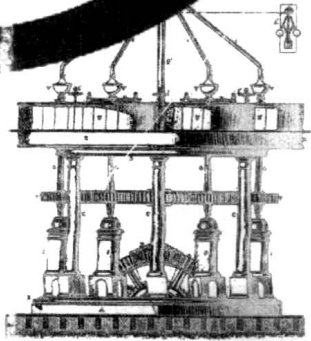
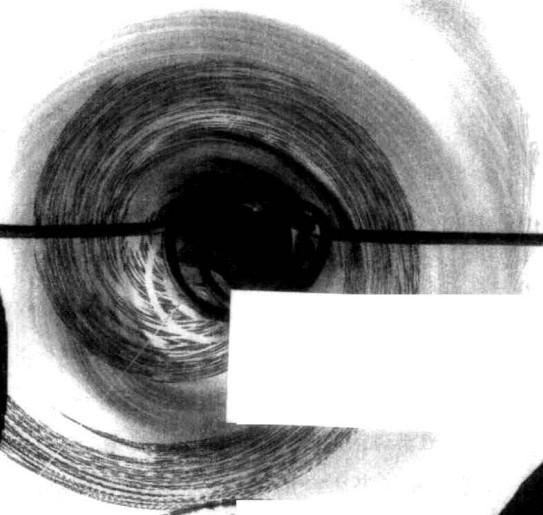
传播学

论文选萃 II

COMMUNICATION

《传播学论文选萃》编委会 编

传播学 广播电视传播研究 大
新媒 与网络传播研究 传播
传播学 广播电视传播研究
新媒 与网络传播研究
传播学 广播电视传播研究
新媒 与网络传播研究
传播学 广播电视传播研究
新媒 与网络传播研究
传播学 广播电视传播研究
新媒 与网络传播研究
传播学 广播电视传播研究
新媒 与网络传播研究



南京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学论文选萃/《传播学论文选萃》编委会编.
南京:南京师范大学出版社,2000.

ISBN 7-81047-482-0/G·286

I. 传... II. 传... III. 传播学-研究-文集
VI. G206-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 25062 号

南京师范大学出版社出版发行

(江苏省南京市宁海路 122 号 邮编 210097)

江苏省新华书店经销 江苏丹阳教育印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 44.875 字数 1126 千

2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

印数 1-2000

全套(共三册)定价:68.00 元

(南京师大版图书若有印、装错误可向承印厂退换)

出版前言

传播学走进中国,自1978年至今已有20年出头了。在新旧世纪之交,回顾过去、展望未来,整理已经取得的成果,明确传播学研究的未来方向,很有意义也很有必要。这20年来的传播学研究,有人划分为三个阶段,也有人划分为四个阶段,大体上经历了起步、发展、争异、地位确立等过程。传播学研究在我国很红火也很曲折,取得的成绩是很丰硕的。出版的传播学书籍已有近百本,发表的论文上千篇,召开的全国传播学研讨会已有六次。30多所院校开设了传播学课程。

这套《传播学论文选萃》,是南京师范大学出版研究所与南师大新闻传播研究所以及南师大新闻与传播学院共同合作开展传播学研究的阶段性成果。我们的传播学研究的展开,首先是对20年来我国传播学研究论文的整理和分析。在对20年来传播学论文成果全面统计和整理的基础上,我们选出了这套论文选萃。这套书的体例共分为三卷,第一卷,主要从学科体系发展上来划分,收录了传播学基础理论、学科体系、媒介研究、控制研究、受众研究、效果研究等方面的论文;第二卷,主要从专题研究角度上来划分,收录了新闻传播研究、广播电视研究、出版传播研究、网络传播研究等方面的论文,体现了我国在传播学研究方面的探索与开拓;第三卷,主要收录了第六次全国传播学研讨会的有关论文,这次世纪之交的传播学盛会既是对我国传播研究20年来的总结,又是对新世纪传播研究的未来展望。作为编者,我们本着尊重原意、文责自负的原则将其汇编成册,以不负众学者日夜之辛劳,也包含了尊重诸位知识产权及著作权之意。需说明的是,由于出版篇幅所限,我

们对一些论文进行了一些删减,尽管力求保持文章的原貌和观点的完整性,但难免有不当之处。还有许多优秀论文因篇幅所限未能收入论文集,无法尽美,深以为憾。在此,我们只能对作者表示歉意了。

在整理和回顾 20 年来我国传播学取得的成果时,我们深深地体会到,我国传播学研究虽然取得了许多成绩,但存在问题也不少。1982 年召开的第一次全国传播学研讨会,提出了我们对待西方传播学的“十六字方针”:“系统了解,分析研究,批判吸收,自主创新。”后两句话今天看来似乎说大了点,我们现在在“系统了解”方面也还没有能够完全做到。从总体上讲,我国传播学尚处在引进和介绍式研究阶段。我国翻译的西方传播学著作数量很少,且很不全面。我国学者现在出的传播学著作大都是在教材的基础上丰富、整理出版的,对于普及传播学知识很有意义,但超出教科书的研究专著比较罕见。传播学研究有不少是在浅层次上重复,原创性研究成果不多。我国新闻传播学研究对学术规范和研究方法不够重视,还不能与国际接轨。我国学者在传播学研究中总结的原理和方法被国外权威刊物或著作所引用几乎还没有看到。所有这些说明,我国传播学的发展正任重而道远。

传播学研究包括人际传播、组织传播、大众传播等多种层次,可是长期以来,我国传播学界翻译介绍和研究的内容均属大众传播范围,人际传播、组织传播的译著几乎没见到。从学派来讲,我国介绍的大量是美国的经验学派,而欧洲批判学派是传播学的一个极其重要的学派,它的某些观点更容易在中国引起共鸣。但是我们对它的译介很少,只有一些介绍文章。缺少这一大块,对于我们研究传播与政治、经济和社会发展,研究传播大众文化,研究国际传播等诸多重大课题,都会缺乏重要的理论支持和方法论的启示。

传播学研究在美国经历了从微观到宏观的过程。开始是研究

演讲和修辞的技巧,后来研究预测总统选举中选民投票的意向和
美国人对重大事件的意见,研究战争时期宣传的效果,到威尔伯·
施拉姆,才集前人研究成果之大成,出版了《传播学概论》的力作,
标志着传播学的创立。当然,这种从微观到宏观的过程是反复进
行的。西方科学界都重视原创性研究,而传播学研究必然是从微
观入手。我国传播学研究的路程则不同,是从引进开始的,首先是
从翻译介绍施拉姆的《传播学概论》、德弗勒等人的《大众传播通
论》等宏观著作开始的。我国已经出版的很多传播学著作也都是
概论性宏观著作。一些学者是在领会这些传播学著作原理和粗通
一些传播研究方法以后,才去着手进行带有原创性的研究的。所
以,是一种从宏观到微观的过程。鉴于我国出版的宏观性著作已
经不少,而微观的原创性研究由于种种条件限制一时难以有大的
发展,孙旭培先生曾提出加强中观研究。他指出:所谓中观研究,
就是要求以专著的形式,系统介绍西方传播学关于某一学术领域
的源流发展、基本内容,并结合中国的传播实际和研究成果进行分
析。当然,我国传播研究者要想对传播学作出真正的贡献,还在于
扎扎实实地进行原创性研究。所谓原创性研究,就是研究前人没
有研究过的课题,得出前人没有得出过的结论。原创性研究才是
真正意义上的科学研究,它能做到有所发现,有所创造。传播学中
那些里程碑性的成果,无不是原创性研究的硕果。

传播学研究讲究注重实证研究和讲求研究方法。十几年来,
实证研究在我国新闻传播学界从无到有,逐步有所发展。在科学
研究中,任何一个学者提出自认为有理由的观点,如果没有运用科
学的方法进行充分的论证,那仅仅是提出了假说。

在即将过去的一个世纪里,科学技术突飞猛进,计算机技术和
网络技术的发展给人类的生活带来了崭新的面貌,也改变了我们
的思维方式,并深刻地影响着文化的建构。作为人类信息交流重
要工具的传播媒体也在经历着一个从传统走向现代的不断嬗变

的过程。面对着新的传播技术,我们需要站在理性的、为人类幸福和社会进步着想的立场上,提出新的传播理念以适应时代的发展,使技术进步真正成为人类的福音,而不是给人类带来灾难。这也是所有传播学研究者的美好愿望。

20年来,我国的传播学研究虽也走过弯路,但取得的成绩是巨大的,今天正在走向成熟,尽管如此,我们还有很大的差距。我国传播研究,由于财力不足,在翻译引进和实证研究方面都受到很大限制,但是我们人力资源占有优势,我们有大量的新闻传播学术人才可以依靠,还有不少人文、社会科学人才可以借用,一些从事国际研究、文化研究的机构和学者现在也在进行传播研究,且成绩斐然。此外随着我国经济的蓬勃发展,研究经费特别是各种研究基金都在增加。很明显,有利条件在增多,不利条件在减少。过去,我国传播学研究者大多不重视读原著,而且由于研究经费有限,购买外文原著也是难事,至于从国外浩如烟海的传播学论文中挑选精品翻译发表也很少见。所以组织挑选和翻译若干外文传播学原著与我们开展探索性和开拓性研究,两者都是具有重要意义的。

传播学研究在中国还属于起步阶段,有许多课题和方法有待我们探索和开拓,没开垦的土地还多得很。各家发挥各自特长,可以沿着西方传播学研究的路子走,跟踪国际研究前沿开展自己的研究;也可以发挥中国特色,去挖掘中国传统文化中的传播宝藏;外语条件好的还可以在进行再创性研究的同时,多做些翻译介绍国外传播学著述的工作。众人拾柴火焰高,总之,谁的建树都是传播学园地上的收获。

这套传播学论文集的选编工作由于时间紧张,加上篇幅、经费等多方面原因,论文集中的错误和缺失在所难免,有待于以后进一步完善,敬请同行专家多多指教。

编者

1999年12月

目 录

新闻传播研究

- 新闻传播和传播效果琐议 苑子熙(3)
- 从组织传播彻底转变为大众传播
——关于新闻改革的一点思考 弭秀玲(12)
- 新闻学向传播学的历史性发展 明安香(19)
- 国际新闻传播中的国家形象问题 徐小鸽(24)
- 我国新闻传播负效果研究 胡 钰(43)
- 新闻学需要转向大众传播学 李良荣 李晓林(64)

广播电视传播研究

- 对电视传播特性的再思考 方颂先(75)
- 试论传播观念对电视新闻传播技术手段的依赖与超越
..... 陆 晔(81)
- 电视媒介与政治行为 任一鸣(86)
- 论国际电视传播的发展及我们的处境
..... 秦喻明 林国忠(94)

大众传播研究

冲突与合作

——认识大众媒介与社会关系形态的独特视角

- 王怡红(107)
- 80年代以来我国大众传播的基本走向 黄旦(119)
- 批判的大众传播理论
- 法兰克福学派大众传播思想研究..... 何言宏(129)
- 关于大众传播的议程设置功能..... 郭镇之(142)
- 关于大众传播消费的几个问题..... 周鸿铎(157)
- 回归人际性:大众传播的另一个视野 丁未(168)
- 大众传播媒介在现代舆论中的地位..... 陈力丹(179)

出版与文献传播研究

- 图书馆工作与信息传播学..... 曾芸(187)
- 论文献传播的类型..... 卿家康(193)
- 文献信息传播理论初探..... 黄宗忠(203)
- 文献信息传播及模式..... 方舟(218)
- 试论现代图书馆文化传播的增值效应..... 王姗姗(226)
- 论编辑在传播中的社会控制..... 赵志立(231)
- 论编辑学与出版学、传播学的关系 邵益文(241)

新媒介与网络传播研究

我们将化为“泡沫”

——信息高速公路将给传播业带来什么?

- 朱光烈(251)

| | |
|-----------------------|--------------|
| 卫星电视的影响与控制 | |
| ——一种跨文化传播研究····· | 胡正荣(267) |
| 网络传播学·理论框架与应用前景 | |
| ——电教理论基础研究之五·传播学 | |
| ····· | 包国庆 童培君(278) |
| 网络传播与立法控制····· | 刘云峰(291) |
| 互联网络成为大众传媒的社会环境····· | 吴廷俊(298) |
| 因特网与三大传播媒介:竞争、合作、共同发展 | |
| ····· | 刘 春(308) |

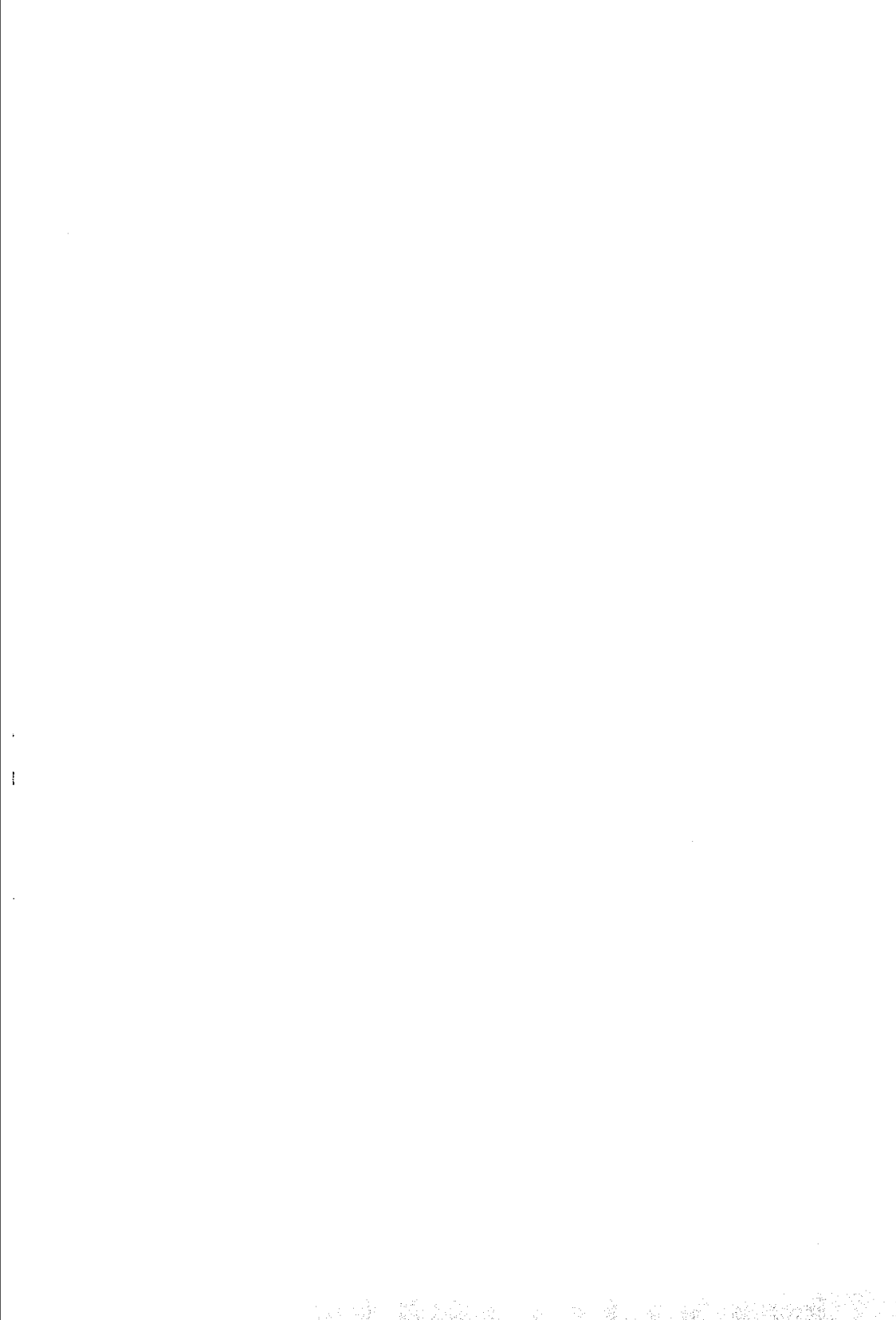
传播学本土化研究

| | |
|----------------------|----------|
| 论传播学的中国化····· | 戴元光(319) |
| 中国大陆传播研究的回顾与前瞻····· | 孙旭培(332) |
| 对中国大陆传播学研究的思考····· | 吴文虎(348) |
| 先秦诸子对传播功能的认识与应用····· | 何庆良(364) |
| 对我国传播学学科建设的几点意见····· | 陈力丹(376) |

其他传播专题研究

| | |
|----------------------|----------|
| 拉斯韦尔模式与广告传播····· | 朱月昌(387) |
| 公共关系传播论纲····· | 单振运(395) |
| 论人类传播史上的五次革命····· | 邵培仁(408) |
| 谈传播学的分支——跨文化交流学····· | 关世杰(419) |
| 论媒介生态 | |
| ——我国报业可持续发展战略的若干制约因素 | |
| ····· | 袁正义(429) |
| 信息时代的图书馆与文化传播····· | 朱伟华(436) |
| 后 记····· | (445) |

新闻传播研究



新闻传播和传播效果琐议

苑子熙

新闻的特性之一是传播的广泛性,所以,报纸、广播、电视这些传播工具,也叫做“大众传媒”。适应广大群众的需要,反映他们的愿望并为他们服务,是新闻改革的重要课题之一。

自然界和人类社会,许许多多千差万别的事物都是客观存在,新的变化也是层出不穷、累累万千的。不是所有这些事实和新的变化都是新闻,因为有的事实不见得是群众关心的,不一定都有报道的价值。只有那些既是多数人关心的,又有广泛传播价值的事实,而且公布于众才能构成新闻。严格说来,即使把有报道价值的事实写成新闻稿,如果束之高阁,弃之不用,不登报、不广播、不上电视,不和广大群众见面,实际上它还没有构成新闻。

一、新闻传播不以个人为对象

至于传播的范围多大、面积多广才算作新闻,不可以定一个绝对的框框。因为时代不同、地区人口密疏有差别,交通发达、社会进化有先后。从传播媒介来说,报纸、广播、电视有全国性的,也有地区性的,有范围大的,也有范围小的;有的小至对一个县区,有的大至面向全国与全世界。一般说来,在现代技术和现代社会条件下,所谓新闻,至少应限于正式的新闻传播机构所发布的信息。如

果把原始的个人对个人的口头传通的信息也列为当代新闻的范围,显然是不适宜、不确切的。

广泛传播的范围虽不好定框框,但是有一点应该肯定:就是新闻传播不应以特定的个人为对象,而是尽可能把广大的读者、听众、观众都作为对象。以特定范围为对象的报纸、广播、电视节目,是在这个“广泛”范围内的。新闻传播排除了以特定个人为对象的概念。虽然报纸、广播、电视的服务节目中,也有寻人启事一类的内容,但是,第一,它与新闻有区别,第二,它的对象仍然是在广泛的范围内要吸引更多更广的人收听与收看,就是面向多数人的,它不同于电话、电报等个人之间的传通。

虽然很多传播工具都是以一般读者、听众、观众为对象,但是实际上由于每种新闻工具的性质不同,它实际所获得的读者、听众多少也各有不同。它们都各有自己的读者群或听众圈。这种“群”和“圈”,受它的传播方针、内容、经济能力和设备功率的限制。所以只限于一种传播工具,绝不可能满足所有人的要求。因此,几乎所有的国家,都办有各种类型的传播机构,以供大众根据自己的需要予以选择。我国1982年2月的统计,有报纸570家,611种,其中有使用2到4种以上的文字发行的。广播电台106座,办有135套广播节目。电视台有38座。据1980年的不完整的统计,美国有日报1700余家,各种杂志和期刊4400多种,电视台1000多座,广播电台8000多座。60%的居民可以从6套以上的电视节目中选择。82%的居民可以从4套节目中选择。

一般说来,每个电台、电视台都应同时办好两种节目:以一般听众、观众为对象的节目和以特定听众、观众为对象的对象性节目。报纸版面,实际上也有一般和特定对象之分。不要以为,节目、版面是以一般听众或读者为对象,听众、读者就一定多,也不要以为特定对象的报纸、刊物、节目、版面,一般读者、听众就不感兴趣;反之,也一样。实际上有不少成年人,包括老年人,喜欢听少年

儿童广播节目和阅读青年报；妇女也不一定只喜欢看妇女杂志。据中央广播电台 1981 年第三季度的听众来信统计：三个月共来信 32 132 封。其中以一般听众为对象的节目——包括新闻、文艺、广告等节目，来信 13 284 封，占 41.34%；以特定听众为对象的节目，如“对农村广播”、“农业广播学校”、“英语教学”、“星星火炬”、“小喇叭”等，来信 12 669 封，占 39.43%。其他来信 6 179 封，占 19.23%。可见两种节目都有广泛的听众。就单个节目来说，来信最多的是“农业广播学校”，第二三位是“英语教学”和“对农村广播”。

不同性质的报纸，也各有不同的特定对象，有不同的编辑方针和不同的选稿标准，这是合理的、正确的。但是，聪明的编者也并不把自己束缚起来。《兰州青年报》登了这样一条消息：一位中学教师和一位博物馆的同志，两人合作研究发现长城西端在临洮，否定了多年来认为在岷县的说法。两位发现者并非青年人，内容也不是单对青年讲的。但是这种新闻给人以知识，所以青年报登载这条新闻是合理的。它对青年读者有益，对成年人也有益，从而扩大了读者面。

新闻传播对于听众、观众、读者（以下简称受传者）来说，越广泛效用越大。但是毕竟不可能做到每次新闻百分之百的人都能听到。因此，新闻节目重新广播一次，对于已经听过的人来说是旧闻，对第一次听到的人来说，仍然是新闻。所以每天的新闻广播不应该是一次。

报纸是给人看的，每天报道了什么，一般都能看到，即使不能逐篇逐件地看，从标题上也能了解登载了什么。所以，第二天没有“重登”的必要。如果查看报纸登过什么新闻，找到合订本就清楚了。即使这样，报纸新闻也有重新发表的时候，《人民日报》重新发表日本报纸发表过的日本侵略军“南京大屠杀”的新闻，就是一例。

广播中的新闻，只要当时没听到，事后想查找就困难了。因

此,广播的重要新闻,就有重播的必要。如果重播得当,不仅不使人厌烦,而且受欢迎。

当然,新闻毕竟不同于文艺。它的重播是为了加强传播消息的效果,不是像文艺那样供人欣赏。因此重播需要适当,在时间上不能距离事件发生时间太远。重播时最好做出新的处理,如增加一些新鲜的东西,或作些删节,使它的播出不同于前一次,使没听过的人感到是新消息,使听过的人也觉得有新内容或有别于前一次。这无疑是为了提高新闻节目的质量和效果。

二、传播效果的两价值观

传播广泛这个特性的作用,在于它影响新闻工作者不得不研究受传者的要求,不得不日益丰富它的报道内容、扩大报道范围,甚至不断扩大新闻本身的思想性、教育性、知识性、趣味性和艺术性。这是因为受传者尽管不同,传播媒介的特定对象尽管有异,但是他们对于提高自身的科学文化知识,丰富精神生活,陶冶思想感情,规范道德情操,都是共同需要的,有共同兴趣的。新闻工作者正在遵循这条规律尽力满足他们的要求。

但是,受传者的兴趣多种多样,必须具体分析,区别对待。在争取获得最佳效果的前提下,要提倡高尚健美的情趣。可以这样说,不重视研究读者、听众的兴趣与需要,就不能有目的地扩大传播的效果,不能发挥新闻广播应有的社会作用;但是不加分析地去迎合一部分人的趣味,真假、善恶、美丑以及高尚与庸俗同等对待,不仅不能扩大传播的效果、对社会起到良好的影响,相反会失掉那些厌恶有害信息的受传者,或给社会以不良的影响。西方资本主义国家的新闻、广播、电视的危机就在于此,我们应引以为戒。他们的新闻媒介之所以如此,是资本主义竞争的必然结果。我们在为人民服务、加强与群众联系的时候,要以共产主义的道德风尚作