

MASS COMMUNICATION

传播学

● 李 苓 / 编著

理论与实务

COMMUNICATION

四川人民出版社

● 李 苓 / 编著

传播学 理论与实务

四川人民出版社
2002年·成都

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学：理论与实务/李苓编著. —成都：四川人民出版社，2002.9

ISBN 7-220-06138-2

I. 传… II. 李… III. 传播学—高等学校—教材 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 063793 号

CHUANBOXUE: LILUN YU SHIWU

传播学：理论与实务

李 苓 编著

责任编辑
封面设计
技术设计

王定宇 杨东力
解建华
杨 潮

出版发行
网 址

四川人民出版社 (成都盐道街 3 号)
<http://www.booksss.com>
E-mail: scrmcbef@mail.sc.cninfo.net

防盗版举报电话

(028) 86679239

印 刷

成都金龙印务有限责任公司

开 本

850mm × 1168mm 1/32

印 张

15

插 页

4

字 数

337 千

版 次

2002 年 9 月第 1 版

印 次

2002 年 9 月第 1 次印刷

印 数

1—3000 册

书 号

ISBN 7-220-06138-2/G·1219

定 价

25.00 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题，请与工厂联系调换



目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 传播与传播学	(2)
第二节 传播的层次	(15)
第三节 传播理论的类型	(19)
第四节 传播学奠基人及其贡献	(26)
第五节 理论模式	(30)
第二章 研究方法	(38)
第一节 求知方式与社会科学	(38)
第二节 社会研究方法	(46)
第三节 传播学的研究方法	(50)
第三章 系统理论	(63)
第一节 系统论及其相关理论	(64)
第二节 控制论及其相关理论	(73)
第三节 信息论及其相关理论	(81)
第四节 系统理论与传播研究	(89)





第五节 小结	(95)
第四章 传播的社会功能	(99)
第一节 传播功能研究的基础理论	(99)
第二节 大众传播的社会功能	(108)
第三节 大众传播的正功能与负功能	(111)
第五章 传播的控制研究	(117)
第一节 概念与内涵	(117)
第二节 把关与施控	(121)
第三节 受控的现实描述	(127)
第四节 受控的理论分析	(140)
第六章 信息的交流与符号理论	(147)
第一节 信息的内涵与特征	(147)
第二节 符号与语言理论	(156)
第三节 传播的语境	(175)
第七章 传播媒介及相关理论	(183)
第一节 媒介的概念	(183)
第二节 麦克卢汉的理论	(188)
第三节 符号学视野中的媒介内容与结构	(200)
第四节 受众与媒体	(206)
第八章 受众研究 (上)	(213)
第一节 一般概念	(213)
第二节 主要理论及观点	(220)
第三节 受众调查	(227)
第九章 受众研究 (下)	(247)





第一节	受众的需求·····	(247)
第二节	受众从传媒获得满足的社会与心理根源 ·····	(256)
第三节	受众的兴趣研究·····	(265)
第十章	传播效果研究(上)·····	(279)
第一节	传播效果研究的内容·····	(280)
第二节	相对独立的研究课题·····	(287)
第三节	传播效果研究的发展阶段·····	(294)
第十一章	传播效果研究(下)·····	(312)
第一节	议程设置研究·····	(312)
第二节	沉默的螺旋理论·····	(326)
第三节	“知识沟”理论·····	(341)
第四节	传播效果研究的新课题·····	(348)
第十二章	传播专题研究·····	(362)
第一节	大众传媒中的编辑角色·····	(362)
第二节	香港报业的经营体制及生存环境研究 ·····	(378)
第三节	成都报业群体的生存环境与体制创新·····	(386)
第十三章	传播学中的批判学派·····	(420)
第一节	批判学派的意识形态背景·····	(420)
第二节	法兰克福学派·····	(432)
第三节	哈贝马斯的大众传播思想·····	(437)
附 录	·····	(450)
	互联网信息服务管理办法·····	(450)





世界知识产权组织版权条约·····	(455)
互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定·····	(463)
互联网电子公告服务管理规定·····	(467)
主要参考文献·····	(472)





第一章



导 论

传播是人类的日常行为和易得的交流工具，它无处不在，无时不有，就像人类必需的阳光和空气。有人说，传播的历史就是人类的年龄。但是几千年来，人类除了使用它，很少有人去问传播是什么？

传播是什么呢？它的本质、特征、功能、规律、与个体与群体与社会的关系是什么呢？上个世纪初开始有人提出了这些问题，并且试图解答这些问题。人类能够以自觉的姿态去探究曾经那么习以为常——甚至不以为然的東西，一定离不开一个特定的时代和这个时代所赋予人类的某些特定的意义。那会是一种存在的新范式吗？它是为人类带来更多的福音？还是使人类面临更大的焦虑和对客观世界越来越普遍的疏离？总之，人们开始研究传播，开始分析因传播而互动的人、媒体和社会。

探究的目光或来自于政治学、舆论学、社会学、心理学、人类学，或来自于工程学、统计学等等。研究者们从各自的学科出发，不约而同地、稍前随后地专注于人类的传播行为及其可能的结果。有一天，他们汇集到了一个“十字路口”，创立





了一个被理论界称之为传播学的新兴学科。

第一节 传播与传播学

一、什么是传播

界定“传播”的内涵与外延是一件困难的事情。因为“传播”一词译自英语 communication，源自拉丁语 communis。它是一个多义词，有传播、交流、沟通、交往、传染、交通等义。学者们在什么样的范围内确定研究对象，从哪些角度去分析传播功能，从什么层面揭示传播行为及过程的本质特征等等，均直接与不同的理论探索相关。因此，关于传播的定义，我们所采取的基本立场，就是视定义为灵活使用的工具。

（一）三种代表性观点^①

西奥多·克莱文杰（Theodore Clevenger）指出：“从学术或科学的角度对传播下定义方面遇到的困扰不解的问题来自这一事实，即动词‘传播’（to communicate）在普通词汇中沿用已久，因此很难把它作为科学用语使用。”^②正因为对传播要给出一个单一的定义十分困难，所以，研究者们认为探讨这一词语中包含的各种意义更为有益。

弗兰克·丹斯（Flank Dance）是帮助我们透过现象看本质

① [美] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，陈德民、叶晓辉、廖文艳译，中国社会科学出版社1999年版，第9～13页。

② Theodore Clevenger, Jr., “Can One Not Communicate? A Conflict of Models”, *Communication Studies* 42 (1991), P351.



的人。他提出了把传播和其他事物区分开来的几个基本因素。他找到了三个“关键的概念差异”，定义正是在这几个基本方面发生了区别。

第一个区别是观察水平或抽象性。有的定义较广，具有包容性；有的则具有约束性。例如，视传播为“把生命世界不相连的部分联系起来的”过程的定义是相当概括的。另一方面，传播是“通过电话、电报、无线电、通讯员等手段传送信息、命令等的手段”的定义就具有约束性。^①

第二个区别是目的性。丹斯认为，有的定义只包括有目的的信息传送和接收，其他的则无此限制。他给出了一个包含有目的的定义：“在这些情景中信息提供者抱着影响后者行为的意图向接收者传输信息。”^② 而一个不将目的作为要求的定义是这样的：“这是一个把为一人或某人所垄断的变成为两人或更多的人共知的过程。”^③

第三个方面是规范性判断。丹斯明确指出：有的定义包括对成功或准确性的陈述；其他定义则不包含这类对精确性的隐含判断。例如，下面的定义就假设传播必然是有结果的：“传播是对一个思想或想法的口头交换。”^④ 这一定义包含的假设是一个思想或想法成功地得到了交流。另一些定义则未对结果的

① *The American College Dictionary* (New York: Random House, 1964), P244.

② Gerald R. Miller, "On Defining Communication: Another Stab", *Journal of Communication* 16 (1966), P92.

③ Alex Code, "What is Communication?" *Journal of Communication* 9 (1959), P5.

④ John B. Hoben, "English Communication at Colgate ReExamined", *Journal of Communication* 4 (1954), P77.





成功与否做出判断。比如，“传播[是]信息的传递。”^①这里信息得到了传递，但它不一定被接收或被理解。

20世纪90年代初，迈克尔·莫特利（Michael Motley）、彼得·安德森（Peter Andersen）等人对传播定义问题也展开了有趣的辩论。他们根据信息提供者的意图和接受者的知觉设计出九类人们可能产生的传播行为（见图1-1）。

信息接受者行为	信息提供者行为		
	无意行为 (症状)	有目的的行为	
		非言语	言语
未接收	1A 非知觉的症状性行为	2A 非知觉非言语信息	3A 非知觉言语信息
偶然接收	1B 偶然知觉的症状	2B 偶然接收的非言语信息	3B 偶然接收的言语信息
予以注意	1C 注意到症状	2C 注意到非言语信息	3C 注意到言论信息

图1-1 与传播相关的行为

然后他们开始辩论：（1）传播必须有目的吗？（2）传播必须被接收吗？图中的纵栏由信息提供者的有意和无意的行为组成，横栏则表示信息提供者的行为是否被接受。

在图1-1中，第一纵栏表示信息提供者的行为是无意的。这些行为具症状性，因为它们可以被视为信息提供者某种状态的迹象，如疲劳、紧张或愤怒。第二纵栏为有意传达给另一人的非言语行为，如向朋友招手，或是你不知道问题的答案而耸耸肩。第三纵栏包括有目的的言语或语言行为，如谈话、演讲

^① Bernard Berelson and Gary Steiner, *Human Behavior* (New York: Harcourt, Brace, and World, 1964), P254.





或写信。

图 1-1 中的横栏表示接受者三种不同的状态。第一种是“未接收”，意为无人看到信息提供者的行动或听到信息。有多少次你打着呵欠，甚至说，“我累了”，但是并没有谁在你身边看到或听到。第二栏表示的是偶然的接收，这时有人听见了什么，但并未有意识地给予注意。比如，你在图书馆可能会对一位朋友说，“我累了”，你的朋友日不离书地对你回应式地点点头，但她实质上并未给予注意。第三栏表示对信息提供者的行为给予有意识的注意。

现在辩论者归纳出了九种可能被视为传播的行为：

1A. 未被知觉的症状性行为——你打呵欠，但没有人看到。（多数人同意这不是传播。至少它不是人际传播，不过有人可能会把它称之为个人自我传播。）

1B. 偶然知觉的症状——你打呵欠，你的朋友后来意识到你很疲劳，尽管她当时并未注意。

1C. 症状为人所注意——你打呵欠，你的朋友说道：“我陪你出去走走吧。”

2A. 未被接收的非言语信息——你向朋友招手，但她没看见。

2B. 偶然的非言语信息——你的朋友后来说道：“很抱歉我没和你打招呼，不过当时我正在想什么事，直到过了拐角我才意识到是你在对我招手。”

2C. 非言语信息为人所注意——你向朋友招手，她也向你招手。

3A. 未被接收的言语信息——你给朋友寄了一封信，但信在途中丢失。





3B. 偶然的言语信息——你训斥孩子把房间弄得一塌糊涂，尽管她知道你是在说她，但她心不在焉。

3C. 言语信息为人所注意——你向一群人发表演讲，他们很迫切地想听你的演说。

迈克尔·莫特利认为，传播定义应限于有目的地传给他人并为他们接收的信息。^① 彼德·安德森则认为传播应包括所有以任何方式都对接收者有意义的行为，无论它是否具有目的。^② 最后，克莱文杰（Clevenger）提出，“传播行为”应包括有目的的传送和接收的行为，只有有目的的传递并且被接收的信息才可算作传播。

（二）四种定义类型^③

据学界前辈统计，已有的传播定义约有 120 余种。如果从规范性和约束性角度出发，我们可以将定义大致归纳为如下四种类型。

1. 共享说。强调“传者”与“受传者”对信息的分享。代表人物是美国著名传播学家威尔伯·施拉姆。他指出：“我们在传播时，努力想同谁确立‘共同’的东西。即我们努力想共享信息、思想或态度。”

张国良认为，事实上，“共享”现象不但是传播实践中的一种主观愿望，在多数情况下，也是客观结果。换言之，“共享”信息既是传播的出发点，也是其归宿。当甲向乙传递某一信息后，一般而言，该信息就自然地由甲的“独享”变成了甲

① Motley, "On Whether One Can (Not) Communicate"; "Communication as Interaction"; "How One May Not Communicate."

② Andersen, "When One Can Not Communicate."

③ 张国良：《传播学原理》，复旦大学出版社 2000 年版，第 3~5 页。





与乙的“共享”。所谓“心有灵犀一点通”，即是对信息“共享”中最佳状态的描述。

然而，“共享”说却没有（无法）概括如下传播现象：

(1) 拒斥：甲发出信息，乙拒绝接受。如敌对双方。

(2) 不通：因符号体系不相同等理由，乙无法“解读”（破译）甲传递的信息。如不同语种间的交流。

(3) 误解：因“传者”与“受传者”之间表现力和理解力的差异而使乙未能领悟甲的真意。尤其是在甲有意采用“旁敲侧击”、“避实就虚”的策略性表达时出现的曲解现象。误解的消除，需要特定的“传受”关系来破译表达中的游戏。

(4) 独处：在自我传播状态中，传者与受传者同为一入。传者拒绝与他人分享信息，包括他用出声（自言自语）或不出声（思考、内心冲突、暗自伤神、窃喜）的方式所流露的心理活动。

因此，“共享”说虽指出了传播的一些规律，但作为定义是不全面的。

2. 交流说。强调传播是“用语言交流思想或观念的活动”。^① 代表人物为美国学者霍本。

“交流”说与“共享”说都关注到传播中的信息分享现象，但前者关注的范围是传播活动的“过程”，后者则以传播的“结果”作为研究重点。同时，人们还发现，虽然传播中的“交流”情况是常见的，但在“拒斥”和“传而不通”状态下，“交流”的过程是无法实现的。而且，传播工具也并非惟语言一种符号体系，还大量使用着非语言和类语言系统。

① 戴元光等：《传播学原理与应用》，兰州大学出版社1988年版，第35页。



可见，“交流”说也不是一个理想的定义。

3. 影响（劝服）说。强调传播是传者欲对受传者施加影响的行为。代表人物是美国学者 J. 露西和 G. 彼德森。他们认为：“传播这一概念，包含人与人之间相互影响的全部过程。”

该观点的长处是：正确指出了现实生活中存在着大量带有功利性、目的性的传播活动。其不足是：将劝服性当作一切传播活动的表征。

4. 符号说。又称“信息说”。强调传播是符号（信息）的流动。代表人物是美国学者 B. 贝雷尔森。他认为：“传播，即以符号（词语、图片、数字、图表等）传递信息、思想、感情、技术等等之活动或过程。”

上述各学说从不同侧面揭示出传播活动的一些重要的本质特征和部分规律，但都有不完整或以偏概全的错误。多数学者所认同的定义是：传播是人类交流信息的一种社会性行为，是人与人之间，人与他们所属的群体、组织和社会之间，通过有意义的符号所进行的信息传递、接受与反馈的行为总称。^①

在传播定义问题上，美国传播学者丹斯曾总结道：“我们对‘传播’概念的期望实在是太高了。”他提出用概念的族系代之。本书以后各章引介的理论从整体来看，便代表了对这一概念族系的各个成员进行专题研究的努力。

二、什么是传播学

传播学是研究人类一切传播行为和传播过程发生、发展的规律以及传播与人和社会的关系的学问。简言之，是研究人类

① 吴文虎：《传播学概论》，中国新闻出版社 1988 年版，第 1~3 页。





如何运用符号进行社会信息交流的学科。又称为传学、传意学。^①

传播学的研究内容主要包括以下几个方面：

1. 传播现象的产生和发展历史研究

主要涉及人类传播历史阶段的划分、早期的传播研究活动及其代表人物。关于人类传播发展阶段划分及其特征的辨识，本书比较认同加拿大学者英尼斯和麦克卢汉的观点。他们从经济学、历史学、文化人类学的角度出发，将人类传播史分为三个主要时期：（1）口头传播时期，也称为“部落文化”时期。这一阶段的传播活动的特征是，个体的各种感觉器官可以同时受到外部讯息的刺激，并处于和谐状态，个体的演讲才能是确定其社会地位的重要因素。（2）文字印刷传播时期，即“脱离部落文化”时期。随着文字的出现，人的视觉功能不断被扩展和加强，而其他感觉功能被忽略和削弱。在这一阶段，由于文字表达的线性特征，而使人类逐渐形成了一行一行按顺序去阅读、思考的习惯，和使用一种线性的、因果关系的特殊推理方法来组织视觉经验，于是，抽象思维得到了发展，尤其当印刷技术普及以后，各民族的方言得以规范化，并使人们形成对抽象民族的忠诚，而促成国家的概念取代城邦的概念。于是传播活动突破了以前的时空限制，但口传时期的“现场”参与性和感觉的平衡性也被打破了。（3）电子传播时期，亦叫作“重归部落文化”时期。在这一时期，电子媒体的传播速度和传播方式使人们的“感官重新得以均衡地体验部落文化社会中村庄式的接触交流”；而传播技术本身，实现着“所有团体成员和谐

^① 吴文虎：《传播学概论》，中国新闻出版社1988年版，第1~3页。





相处的部落关系的复归”，人们的交流时空距离被骤然缩短，整个世界似乎微缩成了地球村（global village）。^① 根据英尼斯和麦克卢汉的理论，我们可以看到，不同时期的传播行为及其特征与某一时代的政治、经济、文化等社会形态的密切关系。

传播研究的历史我们仍然可以追溯到古代，甚至更远。但可察的文献经典当推亚里士多德的《修辞学》。他对口头传播的三个基本要素（谈话者、主题、听话者）的研究，不仅是口头传播时代的重要研究成果，还是今天传播学的理论基础和核心内容。

2. 理论模式研究

传播学研究者们从不同角度研究传播现象，提出各种传播模式，以解释信息传播的机制和传播本质，分析传播心理和传播过程中人的大脑神经功能，预测未来资讯的形式和结构。这些模式既有以文字表示，也有以图形或数学模式表示。比如美国著名政治家哈罗德·拉斯韦尔 1948 年提出的“5W 模式”；工程学家申农和韦弗 1949 年提出的“线性模式”；德福勒 1966 年提出的“社会系统模式”；施拉姆 1954 年提出的“循环模式”；以及 20 世纪 70 年代以后提出的“议程设置功能模式”、“沉默的螺旋模式”、“知识的模式”等等。

3. 传播内容研究

主要研究和评估所传信息的结构和意义，分析语言特点和价值，语言在传播中的作用，语言符号与所指对象之间的关系，语言对人们处理信息的影响。在这方面研究作出重要贡献

^① 张咏华：《传播媒介与有关理论》，载《传播学概论》，吴文虎主编，武汉大学出版社 2000 年版，第 193 页。

