

传播学

论文选萃 III

《传播学论文选萃》编委会 编

南京师范大学出版社

传播学

论文选粹

III

中国传媒大学 2007 年

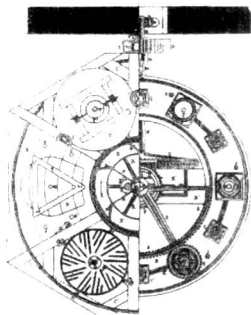
学

中国传媒大学出版社

传播学

论文选萃 III COMMUNICATION

《传播学论文选萃》编委会 编



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,2000.1

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很多成绩,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,自主创造。”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再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

群贤毕至 继往开来 ——第六次全国传播学研讨会开幕词

尹韵公

各位专家、各位学者、各位来宾：

一年一度秋风劲。在这秋实累累的美景良辰，第六次全国传播学研讨会于今天正式开幕了。

首先，请允许我代表中国社会科学院新闻与传播研究所、复旦大学新闻学院这两个主办单位，向参加研讨会的全体专家学者和来宾表示热烈的欢迎。

在本次研讨会的筹办过程中，复旦大学新闻学院的同志们付出了心血和汗水，克服了困难和障碍，使我们大家能够欢聚一堂，议论风生。在此，让我们所有的与会代表，向劳苦功高的东道主表示崇高的敬意和由衷的感谢！

每两年一次的全国传播学研讨会，既是对全国传播学研究水平和成果的阶段性的检阅，又是全国传播学学者专家相聚一起进行思想和观点交锋、交流、沟通的场所。这也应该说是一次难得的机会。的确，学术成果需要专门的“窗口”来集中展示，不展示就不清楚整体研究水平如何，别人做出了哪方面的成果，自己做出了哪方面的成绩，跟别人相比有哪些差距或优劣之处；学术交流也需要专门的场所来进行汇拢，只有大家聚在一起交流，才能产生争论和碰撞，进而产生火花和灵感，同时也清楚了同行的其他专家在做哪

方面的研究,在哪些问题上有所进展,在哪些方面有成熟或不成熟的新发现,等等。我热烈地期盼、也完全相信与会专家、学者能够珍惜和把握这个“窗口”和场所,表现个人才能,学习他人长处。用物理学的观点看,这么多的专家学者聚集一起,很容易形成“场”,场即产生能量,也就是我们常说的丰富养料。可以肯定,每一位与会专家学者通过这次会议的“场”,都能够按照各取所需的原则汲取营养丰富的养料,取长补短,拾遗填阙,以提升自己的研究能力和水平,完善自己的知识结构,获取推动自己步伐的精神动力,使自己的学术成果和整个传播学的研究层次再上一个台阶。

下面,我想就目前传播学的研究状况发表几点陋识之见,以求教于在座的各位学者和各位专家

第一,传播学的成就与忧虑。应该肯定,传播学自20年前引入中国大陆之后,这方面的研究工作确实取得了不小的业绩。然而,另一方面,我们又深感忧虑。因为从总体上看,传播学研究没有冲破20年前的“划地为牢”的范围,基本上仍然处于低水平的重复建设阶段。如果说,20年前传播学著作几乎等同于译作,还尚可原谅的话,那末,20年后的今天,我们仍在那里亦步亦趋地介绍西方的各种流派及其基本观点,仍在那里自命清高地玩弄各种符号或孤芳自赏地翻摆概念之类,以及故作深沉状而实则新瓶装旧酒的作业,都是需要摈弃的。我自任《新闻与传播研究》主编以来,读过不少有关传播学研究的来稿,发现其中大部分是翻炒冷饭,仍有一些概念、定义、观点上转来转去,也转不出什么新名堂;还有一些作者仗着外语好或曾出国留学,把“洋人”的东西翻译过来,再加上自己的一些东西,就变成所谓的学术论文了,这实际上是学术倒爷。在学术研究上,没有创新,等于没有活力,没有生命力。当然,我不是一般地反对在基本理论问题上进行探讨,而是强调在探讨的同时更要注重创新精神,拿出中国作风和中国气派,拿出自己的有价值的独立思考。老是围着“洋人”的圈圈转,是出不了自己东

西的,也是成不了气候的。这些年来,西方“制造”了一个又一个的概念和观点,为什么我们就不行呢?难道是我们无能吗?我敢说,谁也不愿意承认这一点。既然如此,那我们就大胆探索,勇于开拓,破除保守和僵化,创出有中国特色的传播学理论。

第二,传播学与中国化。任何外来文化,只有融入受传国的传统文化之中,才能保持新鲜和青春,才能继续发展和壮大。佛教植根于中国文化的历史,再生动不过地说明了这个问题。虽然传播学在中国已落地生根,但始终未能成树成林,在很大程度上,就是因为未能同中国的实际传播情况有机地结合起来。传播学来到中国,说明中国对传播学产生了需要。但这种需要能否化为学术之林中的一片亮色,还要看它融入中国文化的程度。应当坦率地承认,我们在这方面的努力是远远不够的。

运用传播学的基本立场、观点、方法,研究中国过去和现在的传播状况,从中得出富有创见的结论,这应当是一切研究中国传播学学者的历史使命。近30年来,大陆、台湾和香港的一些专家学者在探讨和研究中国古代传播现象方面,发表了一批有价值、有独立见解、有重大突破的专著和论文。然而,面对着壮观、巍峨的中国悠久文化的昆仑群峰,我们所做的一切,也仍然是不够的、渺小的,还需要继续付出更大的艰辛。

传播学是舶来品,因而不可避免地要烙印上西方的文明价值形态及其观念。这一点,在传播学中国化的进程中,尤其值得我们注意。不同文明,不同价值观念,在同一问题上,往往会产生不同的结论和看法。应该说,存在这种认识差异,完全属于正常现象,它可以通过沟通和交流来逐渐达成理解和共识,减少分歧。但是,有些认识差异,却是产生于不同意识形态的看法。譬如,西方传播学著作在谈到中国大陆的传播模式时,断定:中国大陆只有宣传,没有新闻;只强调灌输,不重视效果;只有自上而下,没有自下而上;传播流向是单向的,而不是双向的,因而缺乏互动,等等。依我

看,这些论点,都是不符合中国的实际传播状况的。究其根本原因,在于西方学者不完全或一点儿也不了解中国大陆的新闻传播体制特点。那么,中国大陆的新闻传播体制有哪些特点呢?

首先,群众办报路线。提出和实施群众办报路线,是中国共产党在新闻事业上的重大创举,也是对世界新闻传播事业的一大贡献。所谓群众办报,即指报纸的宗旨是为人民服务,为群众着想,让百姓阅读;报纸忠实地反映的呼声、意见、愿望和要求来自于群众,反过来又将这些反映落到实处,为人民群众服务。正如毛泽东说过的:“从群众中来,到群众中去”毫无疑问,把群众办报作为奋斗方向,肯定而且必须重视传播效果。中国共产党在夺得政权的1949年以前,论军事力量,不如国民党;论地盘大小,不如国民党;论控制的人口,不如国民党;论财力,不如国民党;论综合实力,更不如国民党。然而,中国共产党善于运用有限的传播手段,把自己的理念和价值观最大限度地向群众传播,同时又认真听取群众意见,积极反馈群众需求,及时调整传播策略,从而赢得了绝大多数受众的心灵回应。赢得了民心,就等于赢得了天下。由此可见,群众办报路线实际上就是上情下达和下情上达的双向传播和政治互动,而不是单一的灌输方式。无论是过去的夺取政权,还是今天的巩固政权,中国共产党都必须坚持群众办报,重视传播效果,因为这是中国共产党的生命所在和力量源泉。

其次,内参运行机制。许多海外人士看了中国的报纸后,均疑惑不解:中国媒体报喜多、报忧少,那末中国的最高领导层又是依据什么了解下情的呢?中国的决策机构又是根据什么制定政策的呢?这主要是他们不了解、也不知道中国新闻媒体内部都建立了一套内参运行机制。所谓内参运行机制,就是媒体设立群众工作部,其主要职责是收集和汇总来自社会各界人士来信,分析和研究其中有价值的信息,然后决定哪些可以公开见报,哪些应当内部刊登,哪些转给政府职能部门催办等等。与公开报刊不同,内参基

本上是报忧,以反映问题为主。中国最大的通讯社——新华通讯社还专门设有内参部,出版仅供县团级、省部级和党和国家领导人级参阅的多种内部刊物。可以说,中国“阴暗面”的80%以上都在内参上得到了反映。正是依赖于这种自下而上的内参运行机制,中国的各级政府能够充分地了解民情和社风,并据此制订各种政策。同时,内参运行机制还可以帮助各级政府把握和了解政策在贯彻执行中遇到哪些问题,怎样补充和修正等。这些信息的反馈,对国家机器的正常运转也是必不可少的。

以上是我归纳的中国大陆新闻传播体制的两大特点。因时间关系,不便展开讲,其实这里面可讲的东西还是很多的。有一些外国学者已经注意到了我国特有的内参机制,上海解放日报的一位同志告诉我,欧洲的一位传播学者前不久专门到他们报社的群工部调查研究,表现出浓厚的兴趣。我希望我们中国的传播学者多多地眼睛朝内,认真发掘和关注自身特点,提炼出有中国特色的传播学理论及其实践,把传播学本土化的倡导落到实处。

第三,学术规范问题。最近,学术规范的话题在社会科学界开始有了声音,我们新闻学界也发出了自己的呼唤。追求学术规范,我是赞成的,相信大家也是同意的,但是有些做法,我是不认同的。不同学术观点当然可以争鸣和商榷,但是,双方都要宽容大度,在讨论过程中,不要故意刺激对方,不要使用攻击性的语言,更不要借机泄私愤、图报复,否则,就会形成矛盾和记仇,或者已有的历史积怨也越闹越深。学术争论本身就是学术规范的一种表现,没有风度和气量的学术争论是不符合学术规范的原则的。

第四,传播学与网络发展。传播学可以被认为是一门新兴的学科,但还不是一门成熟的学科,至少目前还没有呈现出稳定的形态。我读研究生时,曾看过一本译著,大概叫《大众传播模式论》,我数了数,里面讲的大众传播模式竟有四十余种之多。我认为,任何一门成熟的学科,可以有几种不同的模式表现,但决不可能冒出

这么多,既然列出这么多的模式,也证明了大众传播学仍然处于成长的“青少年”时期。这是可悲的,又是可喜的。因为对中国学者来说,这一时期的存在,正好为我们的理论创新提供了相当大的发展空间。在这方面可能西方学者会领先我们一些年头,但我估计这个差距不是很大的,不会像在经济方面显现出的差距那样可怕。

当传播学正在向着成熟期迈进时,网络的阔步发展已闯入了我们的视野。对此,我们不得不思考:网络的发展对新闻学会带来什么联系和冲击?对传播学会带来什么影响和挑战?我们的研究方向和学术倾斜要不要实行战略转移?等等。这些新情况、新问题、新课题,已经不容推卸地站在了我们的面前。回避它是不现实的,只能说明我们更加愚蠢。然而,如果我们不加大追踪的研究力度,很有可能将被时代所抛弃。值得高兴的是,已经有越来越多的学者把精力的投资方向放在了网络发展的项目上。

拉拉杂杂,不成系统地讲了以上看法和意见,不一定对,失误之处,敬请诸位专家学者批评指正。最后,我要感谢大家的耐心。

谢谢!

1999年11月7日

走向 21 世纪的信息与传播:中国与世界 ——第六次全国传播学研讨会论文集

目 录

群贤毕至 继往开来

——第六次全国传播学研讨会开幕词 尹韵公(1)

新形势下对麦克卢汉媒介理论的再认识 张咏华(1)

文化转换:中国花木兰传说的迪斯尼化与全球化 陈韬文(12)

网络传播学刍议 明安香(28)

从“现代化”到“全球化”:“媒介帝国主义”理论的发展

及其意义 杨瑞明(40)

传播模式的理论价值与混沌 刘建明(51)

传播学与经济学合流以及通向未来的复杂之门 朱光烈(57)

论传播与人的反思性 吴予敏(64)

关于《焦点访谈》的“焦点访谈” 郭镇之(75)

新闻传播的符号系统与符号象征意义 吴文虎(91)

两级传播效果论 林之达(96)

符号学的方法对传播学的建构 李春利 周 军(112)

关于传播功能的若干思考 陈先元(118)

传播与人的自由 叶昌前(126)

媒介变革论 崔保国(132)

复旦传播学研究的过去、现在和未来	张国良(141)
中国传播学研究之我见	徐耀魁(149)
从参考书目看国外有关中国传播的研究	徐小鸽(160)
促进中国大陆传播理论与传媒实践的互动	
——对《新闻战线》、《中国记者》1989年~1999年	
征文的内容分析	廖圣清 张凯蒙(170)
春秋战国时期“士”在传播活动中的角色	刘国华(184)
从孔子的“仁”学思想看中国人际关系的本质特征	
.....	芮必峰(191)
试析中国传媒的渐进变革	陈怀林(201)
我国报业结构的演变及其社会原因	申 凡(213)
试论传播环境嬗变中的城市电视发展战略	孟 建(222)
对中国有线电视产业经营的几点思考	吴信训(236)
我国媒介管理运行体系研究	
——以广播电视为例	胡正荣(242)
媒体的狂欢	
——对台湾传媒生态的观察与思考	吕新雨(251)
试论目前我国新闻媒介的不正当竞争现象	
.....	杨立川 刘建勋(265)
大众传播媒介与自然人的法律关系	魏永征(272)
关于新闻纠纷的思考	刘慧同(282)
论新闻传媒与社会的互动关系	丁柏铨(287)
市场经济与传播主体的能动属性	项德生(299)
市场经济环境中的大众传播	段京肃(307)
传播学视野中的公共关系与传媒竞争	董天策(316)
创建名牌:强化传媒的新闻舆论监督	宋新桂(328)
乌鲁木齐地区第二次多民族受众调查	韩 强(336)

对新闻传播效果的多维观照·····	刘卫东(346)
新闻事件的传播透视	
——一则研究生教学案例的思考·····	陈卫星(360)
论客观报道与新闻宣传·····	戴元光(368)
谣言:概念与诞生·····	胡 钰(375)
对电视现场新闻的叙事分析和真实性的思考·····	李 岩(382)
新闻的“出新”与受众的“求新”·····	刘友林(392)
当代局部战争与新闻传播类型·····	展 江(396)
90年代国际传播学的发展及对中国传播学发展的启	
示(初稿)·····	关世杰(406)
全球化进程中中国媒介文化宿命论质疑·····	陈 龙(419)
中国大陆新媒体发展态势分析·····	熊澄宇(427)
从新闻提供者到公共论坛:《人民日报·网络版》个案	
分析·····	李 展(433)
因特网在对外传播中的应用	
——效果及趋势·····	郭 可(445)
网络传播的无序性及其对策·····	刘仁圣(452)
浅论因特网对新闻传播的影响·····	唐润华(456)
传播科技是传播发展的第一推动力·····	吴廷俊(465)
向着 21 世纪:论美国传播教育的发展、目标与结构的	
自我认识·····	王怡红(475)
美国新闻自由与新闻侵权·····	肖燕雄(488)
出售听众:美国商业音乐电台对流行文化的控制·····	陆 晔(494)
日本大众传播研究现状考察·····	刘林利 沈 莉(503)
后 记·····	编者(517)