



圣才[®]考研网

www.100exam.com

【圣才考研】—考研考博专业课辅导中国第一品牌

国内外经典教材辅导系列·传播类

郭庆光 《传播学教程》

（第2版）

笔记和课后习题（含考研真题）详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

赠 140元大礼包

100元网授班 + 20元真题模考 + 20元圣才学习卡

详情登录：圣才考研网首页的【购书大礼包专区】，刮开本书所贴防伪标的密码享受购书大礼包增值服务。

特别推荐：郭庆光《传播学教程》名师讲堂[高清视频]

中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

教·育·出·版·中·心

国内外经典教材辅导系列·传播类

郭庆光《传播学教程》(第2版)
笔记和课后习题(含考研真题)详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《传播学教程》(第2版,郭庆光著,中国人民大学出版社)的学习辅导书。本书遵循第2版的章目编排,共分为15章,每章由四部分组成:第一部分为复习笔记,总结本章的重难点内容;第二部分是课(章)后习题详解,对该教材的所有习题都进行了详细的分析和解答;第三部分为考研真题与典型题,精选了部分名校近年的考研真题和典型习题,并按概念题、简答题、论述题等形式进行了整理;第四部分为考研真题与典型题详解,对第三部分的所有考研真题与典型题进行了详细的解答。

圣才考研网(www.100exam.com)提供郭庆光《传播学教程》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析【视频图书】(详细介绍参见本书书前彩页)。随书赠送大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。本书及郭庆光《传播学教程》网授精讲班、经典教材与考研真题解析【视频图书】特别适用于参加研究生入学考试指定考研参考书目为郭庆光著的《传播学教程》的考生,也可供各大院校学习新闻传播学的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

郭庆光《传播学教程》(第2版)笔记和课后习题
(含考研真题)详解/圣才考研网主编. —北京:中国石化出版社, 2012. 7
国内外经典教材辅导系列
ISBN 978-7-5114-1642-1

I. ①郭… II. ①圣… III. ①传播学-高等学校-教学参考资料 IV. ①G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第136392号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街58号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com

北京后沙峪印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092毫米16开本18.75印张4彩插448千字

2012年7月第1版 2012年7月第1次印刷

定价:48.00元

《国内外经典教材辅导系列·传播类》

编 委 会

主编：圣才考研网(www.100exam.com)

编委：肖 娟 娄旭海 陈 芳 李小青 李国明
张小娟 孙清清 李 桐 王晓敏 万剑平
陈梅慧 徐汉芳 刘云峰 胡 雅 为文杰
李 亮 潘世宏 黄 帆 李文龙 王 慧

序 言

国内外经典教材辅导系列是一套全面解析当前国内外各大院校权威教科书的辅导资料。我国各大院校一般都把国内外通用的权威教科书作为本科生和研究生学习专业课程的参考教材，这些教材甚至被很多考试(特别是硕士和博士研究生入学考试)和培训项目作为指定参考书。这些国内外优秀教材的内容一般都有一定的广度和深度，但其课(章)后习题一般没有答案或者答案简单，这给广大读者学习专业教材带来了一定的困难。为了帮助读者更好地学习专业课，我们有针对性地编著了一套适用于国内外教材的复习资料，整理了各章的笔记和课(章)后习题，精选了部分名校近年的考研真题，并提供了详细的参考答案。

郭庆光主编的《传播学教程》是我国高校采用较多的传播学权威教材之一。作为该教材的学习辅导书，本书具有以下几个方面的特点：

1. 整理名校笔记，浓缩内容精华。本书每章的复习笔记均对该章的重难点进行了整理，并参考了国内名校名师讲授该教材的课堂笔记。因此，本书的内容几乎浓缩了该教材的所有知识精华。

2. 解析课后习题，提供详尽答案。本书参考大量传播学相关资料对该教材的课(章)后习题进行了详细的分析和解答，并对相关重要知识点进行了延伸和归纳。

3. 精选考研真题，补充典型题。为了强化对重要知识点的理解，本书精选了部分名校近年的新闻传播学考研(博)真题和相关典型习题，这些学校均以该教材作为考研(博)参考教材。所选考研(博)真题基本涵盖了每章的考点和难点，特别注重理论联系实际，凸显当前热点。

与本书相配套，圣才考研网提供郭庆光《传播学教程》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析【视频图书】(详细介绍参见本书书前彩页)。

要深深牢记：考研不同一般考试，概念题(名词解释)要当作简答题来回答，简答题要当作论述题来解答，而论述题的答案要像是论文，多答不扣分。有的论述题的答案简直就是份优秀的论文(其实很多考研真题就是选自一篇专题论文，完全需要当作论文来回答)！

圣才考研网(www.100exam.com)是圣才学习网旗下的考研考博专业网站，提供全国所有院校各个专业的考研考博辅导班【保过班、一对一辅导、网授班、题库、光盘、图书(含网络学习版)等】、新闻传播类国内外经典教材名师讲堂、考研题库(在线考试)、全套资料(历年真题及答案、笔记讲义等)、考研教辅图书等。购书享受大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。

考研辅导：www.100exam.com(圣才考研网)

新闻考试：www.100xuexi.com(圣才学习网)

圣才学习网编辑部

目 录

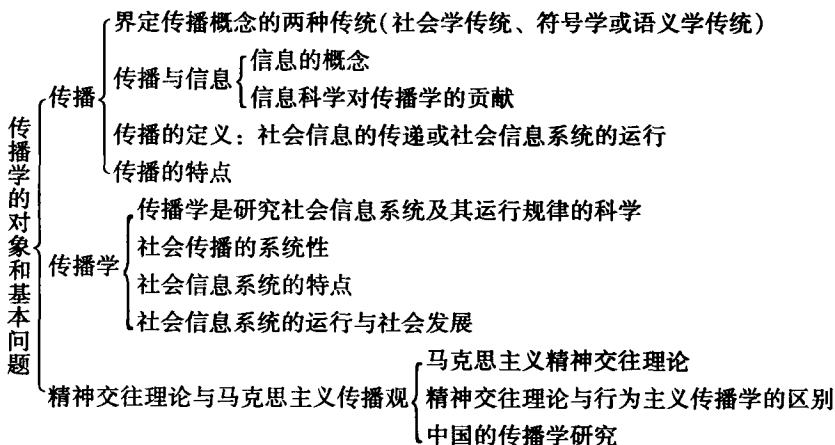
第一章 传播学的对象和基本问题	(1)
1.1 复习笔记	(1)
1.2 课后习题详解	(5)
1.3 考研真题与典型题	(10)
1.4 考研真题与典型题详解	(10)
第二章 人类传播的历史与发展	(15)
2.1 复习笔记	(15)
2.2 课后习题详解	(18)
2.3 考研真题与典型题	(24)
2.4 考研真题与典型题详解	(24)
第三章 人类传播的符号和意义	(27)
3.1 复习笔记	(27)
3.2 课后习题详解	(30)
3.3 考研真题与典型题	(36)
3.4 考研真题与典型题详解	(37)
第四章 人类传播的过程与系统结构	(40)
4.1 复习笔记	(40)
4.2 课后习题详解	(45)
4.3 考研真题与典型题	(49)
4.4 考研真题与典型题详解	(49)
第五章 人内传播与人际传播	(55)
5.1 复习笔记	(55)
5.2 课后习题详解	(60)
5.3 考研真题与典型题	(65)
5.4 考研真题与典型题详解	(66)
第六章 群体传播、集合行为、组织传播	(71)
6.1 复习笔记	(71)
6.2 课后习题详解	(77)
6.3 考研真题与典型题	(84)
6.4 考研真题与典型题详解	(84)
第七章 大众传播	(88)
7.1 复习笔记	(88)
7.2 课后习题详解	(93)
7.3 考研真题与典型题	(101)
7.4 考研真题与典型题详解	(102)

第八章 媒介技术与媒介组织	(112)
8.1 复习笔记	(112)
8.2 课后习题详解	(117)
8.3 考研真题与典型题	(127)
8.4 考研真题与典型题详解	(128)
第九章 传播制度与媒介规范理论	(140)
9.1 复习笔记	(140)
9.2 课后习题详解	(143)
9.3 考研真题与典型题	(150)
9.4 考研真题与典型题详解	(150)
第十章 社会转型与受众变迁	(159)
10.1 复习笔记	(159)
10.2 课后习题详解	(164)
10.3 考研真题与典型题	(175)
10.4 考研真题与典型题详解	(176)
第十一章 传播效果研究	(183)
11.1 复习笔记	(183)
11.2 课后习题详解	(189)
11.3 考研真题与典型题	(199)
11.4 考研真题与典型题详解	(200)
第十二章 几种主要的大众传播效果理论	(210)
12.1 复习笔记	(210)
12.2 课后习题详解	(219)
12.3 考研真题与典型题	(232)
12.4 考研真题与典型题详解	(233)
第十三章 国际传播与全球传播	(241)
13.1 复习笔记	(241)
13.2 课后习题详解	(244)
13.3 考研真题与典型题	(249)
13.4 考研真题与典型题详解	(250)
第十四章 传播学研究史和主要学派	(256)
14.1 复习笔记	(256)
14.2 课后习题详解	(261)
14.3 考研真题与典型题	(269)
14.4 考研真题与典型题详解	(270)
第十五章 传播学调查研究方法	(280)
15.1 复习笔记	(280)
15.2 课后习题详解	(285)
15.3 考研真题与典型题	(290)
15.4 考研真题与典型题详解	(290)

第一章 传播学的对象和基本问题

1.1 复习笔记

【知识框架】



【重点难点归纳】

一、传播

1. 定义

(1) 国外学者对传播的定义

①库利(社会学角度): 传播指的是人与人关系赖以成立和发展的机制——包括一切精神象征及其在空间中得到传递、在时间上得到保存的手段。它包括表情、态度和动作、声调、语言、文章、印刷品、铁路、电报、电话以及人类征服空间和时间的其他任何最新成果。

②皮尔士(符号学或语义学角度): 传播即观念或意义(精神内容)的传递过程。

③施拉姆: 传播至少有三个要素——信源、讯息和信宿。

④阿耶尔: 传播在广义上指的是信息的传递, 它不仅包括接触新闻, 而且包括表达感情、期待、命令、愿望或其他任何什么。

⑤戈德的“共享说”: 传播就是变独有为共有的过程。

⑥格伯纳的“互动关系说”: 传播可以定义为通过讯息进行的社会的相互作用。

⑦贝雷尔森和塞纳的“符号说”: 运用符号——词语、画片、数字、图表等传递信息、思想、感情、技术等。这种传递的行动或过程通常称为传播。

⑧霍夫兰的“目的、影响、反应说”: 传播是某个人(传播者)传递刺激(通常是语言的)以影响另一些人(接受者)行为的过程。

(2) 国内主要学者对传播的定义

①郭庆光(本书观点): 传播是指社会信息的传递或社会信息系统的运行。

②邵培仁: 传播是人类通过符号和媒介交流信息以期发生相应变化的活动。

③胡正荣：传播是信息的流动过程。传播包含两个要素——信息(传播的材料)、流动。

④张国良：传播即传受信息的行为(或过程)。

2. 人类社会传播的基本特点

(1) 社会传播是一种信息共享活动。

(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。

(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。

(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。

(5) 传播是一种行为，是一种过程，也是一种系统。

二、传播与信息

1. 信息的定义

信息是物质的普遍属性，是一种客观存在的物质运动形式。

2. 信息的功能

反映事物的内部属性、状态、结构、相互联系以及与外部环境的互动关系，减少事物的不确定性。

3. 信息的分类

(1) 两分法：非人类信息和人类信息。

(2) 三分法：物理信息、生物信息和社会信息。

4. 社会信息

(1) 社会信息的定义

社会信息是指人类社会在生产和交往活动中所交流或交换的信息。即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。

(2) 社会信息与自然界其他信息的联系和区别

①联系

作为信息的一种类型，社会信息也是以质、能、波动的形式表现出来。精神内容的载体都表现为一定的物质讯号，作用于人的感觉系统并引起反馈。即社会信息也具有物质属性(至少就精神内容与载体的不可分离性而言)。

②区别(社会信息的特点)

a. 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。

b. 社会信息的物质载体(符号系统)本身，是与物质劳动密切相关的精神劳动的创造物。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。

(3) 社会信息的本质

信息是由物理载体和意义构成的统一整体。

5. 信息科学对传播学的贡献

(1) 把信息的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。

(2) 拓宽了传播学的视野，使它能够将人类社会的传播活动放在更大的系统和环境中加以考察，有助于探索人类社会传播的一般规律和特殊规律。

三、传播学——研究社会信息系统及其运行规律的科学

1. 社会传播的系统性

社会传播是在一定的信息系统中进行的，这些系统称为社会信息系统。社会传播的五种

基本形态——人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播，都是不同类型的社会信息系统，它们具有不同的结构和特点，具有不同的运动规律，执行不同的社会功能。

(1)人内传播。指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。

(2)人际传播。指个人与个人之间的信息传递，它是由两个个体系统的相互连结所形成的新的信息系统。

(3)群体传播。指自然发生的社会群体，如家庭、亲友、社交圈、阶层、世代等更大的系统内的信息传递。其重要功能之一是帮助个人实现社会化。

(4)组织传播。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。

(5)大众传播。

①大众传播的特点：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量生产、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，但这种反馈一般是滞后的，受众对传播过程缺乏即时的干预能力。

②大众传播的作用：a. 大众传播是人们获得外界信息的主要来源；b. 大众传播是实现国家和社会目标的重要手段；c. 大众传播是社会上各利益集团争取和维护自身利益的工具；d. 大众传播是社会文化和娱乐的提供者。

2. 社会信息系统的特点

(1)社会信息系统是一个开放性系统。

(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。

(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：由德国社会传播学家鲁曼提出，是指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，因为它以人为主体的，人类的活动既受到生物运动规律的制约，又受到精神和心理的运动规律的制约，使得社会信息系统成为多变量的系统，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。

3. 社会信息系统的运行与社会发展

(1)传播障碍。包括结构与功能障碍，如制度是否合理、传播渠道是否畅通、信息系统各部分功能是否正常等。

(2)传播隔阂。由于社会信息系统存在众多变量，系统更复杂，更具有不确定性，加之系统的参与者具有特定的价值观、利益、意识形态和文化特写，因此产生了传播上无意的误解或有意的曲解，即传播隔阂。传播隔阂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、文化与文化的隔阂等。

4. 传播学的任务

传播学必须通过对社会信息系统系统及其各部分的结构、功能、过程以及互动关系的考察，探索、发现和克服传播障碍和传播隔阂的科学方法，找到社会信息系统良性循环的机制，由此来推动社会的健全发展。

5. 传播学的学科性质

(1)作为社会科学，传播学研究的焦点始终是人，以及人在社会信息系统中的主体活

动。传播学也探讨信息技术，但它并不从事纯粹的技术开发，技术开发属于信息工学的领域。传播学所关注的是信息技术发展的社会影响问题。

(2)作为应用科学，传播学应该为发现和解决社会传播实践中的问题提供科学合理的方法。在这个方面，传播学的价值就在于它引导人们从信息系统的角度考虑问题。

四、精神交往理论与马克思主义传播观

1. 在人类交往活动的大系统中把握传播

(1)马克思、恩格斯的精神交往理论

马克思、恩格斯在《德意志意识形态》等著作中提出了精神交往理论，他们认为，人类的总体活动可以分为两类，一类是生产，一类是交往。交往是一个体现人的总体活动关系性的概括性范畴，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。交往与生产密不可分。

人类的生产活动可以分为两类：一类是物质生产，即生产必需的物质生活资料的生产，与此相应的是人与人之间的物质交往活动；一类是精神生产，即表现在某一民族的政治、法律、道德、宗教、形而上学等的语言中的生产，与此相应的则是人与人之间的精神交往。物质生产和精神生产构成了人类生产活动的总体，而物质交往和精神交往则构成了人类交往活动的总体。物质交往与精神交往既相互区别，又相互联系，两者的辩证运动推动着人类交往活动的总体发展。

可以用图1-1对马克思和恩格斯的交往理论做一个简要概括。

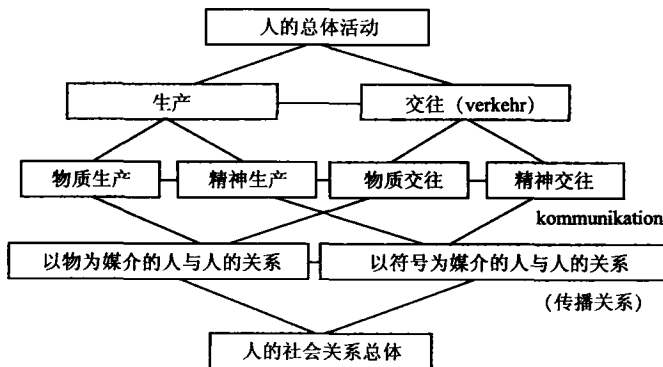


图 1-1 马克思和恩格斯的交往理论示意图

(2)马克思、恩格斯关于物质交往和精神交往的理论为确立科学的唯物主义传播观提供了重要的出发点，理由如下：

①在马克思和恩格斯的“精神交往”概念与现代的“传播”概念之间，存在着密切的联系。

②以马克思和恩格斯的精神交往理论作为理解人类传播现象的基本出发点，可以克服既往传播学研究，特别是行为主义传播学研究视野的局限性。

③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，首先要考察精神生产力的水平对社会传播发达程度的制约，其次要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。

④从马克思主义观点来看，精神生产既然是一种生产，就必然有它的产品。精神生产的

产品在现代社会更多地表述为信息，从事精神产品生产的行业称为信息产业、文化产业或内容产业。信息产品与物质产品的不同点是：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)。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。

(3) 马克思、恩格斯精神交往理论的启示

不能孤立地考察传播，而应该把它放在人类生产和交往活动的总体(社会大系统)中加以考察；不能抽象地考察人与人之间的信息互动，而应该把它放在具体条件下，放在与其他社会因素的普遍联系和相互作用关系中加以考察。

2. 从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播

(1) 物质交往和精神交往的辩证关系

①一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。

- a. 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。
- b. 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。
- c. 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。

②精神生产和精神交往与物质生产和物质交往是一种辩证的相互作用关系。精神生产和精神交往除了受到物质生产和物质交往的制约以外，还具有其独立性和能动性的一面。

- a. 精神生产和精神交往的发展，反过来也推动着物质生产和物质交往的发展。
- b. 在物质生产达到一定的发达程度之际，精神生产的状态如何将会成为制约社会发展的主要矛盾。
- c. 精神生产和精神交往具有自身的特殊运动规律。

(2) 马克思主义传播观

既不能忽视物质生产和物质交往的基础作用，也不能无视作为精神生产和精神交往的信息生产与传播的特殊规律。仅强调前者，会导致一种简单的“经济基础还原论”；仅强调后者，也只能使传播学成为一种“头重脚轻”的理论，这也是欧洲政治经济学派以及文化研究的一些学者面临的困境。只有从普遍联系和相互作用的系统观点出发，才能对人类社会的信
息生产与传播做出科学的阐释。

3. 建设有中国特色的社会主义传播学

(1) 正确处理“批判”和“借鉴”的关系。

(2) 实现传播学的本土化和中国化。

(3) 研究传播学，要从为我国社会主义物质文明、精神文明与和谐社会建设服务这一基本宗旨出发。

1.2 课后习题详解

1. 为什么说“信息是物理载体和意义构成的统一整体”？

答：“信息是物理载体和意义构成的统一整体”是德国哲学家克劳斯提出的观点，它概括了社会信息的本质。社会信息是指人类社会在生产和交往活动中所交流或交换的信息，即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。

(1) 社会信息具有物理载体

作为信息的一种类型，社会信息也是以质、能波动的形式表现出来的。这就是说，精神

内容的载体，无论是语言、文字、图片、影像，还是声调、表情、动作(广义上的符号)等，都表现为一定的物质讯号，这些讯号以可视、可听、可感的形式作用于人的感觉系统，经神经系统传递到大脑得到处理并引起反馈。因此，社会信息也具有物质属性。

(2) 社会信息具有精神内容

社会信息及其传播又有其他信息所不具备的特殊性质，这就是它伴随着人的精神活动。自然信息的传播通常表现为一定的物理或生物条件的作用和反作用，满足了一定的条件，必然会引起相应的反应，而社会信息则不同：

①它并不单纯地表现为人的生理层次上的作用和反作用，而且伴随着人复杂的精神和心理活动，伴随着人的态度、感情、价值和意识形态。

②即便是作为社会信息的物质载体——符号系统本身，也是人的与物质劳动密切相关的精神劳动的创造物，人对符号意义的赋予和解读，与人的社会属性是分不开的。

在这个意义上，可以把社会信息看做是物质载体和精神内容的统一，主体和客体的统一，符号和意义的统一。即社会信息是物理载体和意义构成的统一整体。

2. 什么是传播？它的基本特点是什么？

答：传播是指社会信息的传递和社会信息系统的运行。把握这个定义要注意以下几个方面，这些方面同时也是人类社会传播的基本特点。

(1) 社会传播是一种信息共享活动

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，社会传播具有交流、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

社会关系是人类传播的一个本质属性。传播产生于一定的社会关系，同时也是—定社会关系的体现，传受双方表述的内容和采用的姿态、措辞等，无不反映着各自的社会角色和地位。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，任何一种传播都必然是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

共同的意义空间，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。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) 社会传播具有行为性、过程性和系统性

将传播理解为“行为”的时候，是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；当把传播解释为“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；当把传播视为“系统”的时候，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其所引起的总体发展变化。

3. 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。如何理解这个观点？

答：“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”是社会传播的基本特点，理解这一观点是理解传播的前提。传播即社会信息的传递和社会信息系统的运行。

(1) 传播是在一定社会关系中进行的

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。”社区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。人类传播是社会得以形成的工具，它只能产生于一定的社会关系之中。没有社会关系也就不会有人类的传播活动。

(2) 传播是一定社会关系的体现

传播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，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。

4. 如何理解社会传播的系统性？

答：系统科学认为，世界上一切的事物无不处于一定的系统之中。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有机整体。

人类社会的传播，同样也具有普遍的系统性。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。这五种类型既相互区别，具有独自的形态、结构和功能特点，又作为社会传播总系统的有机组成部分相互衔接和交织，其总体运行构成了社会传播系统的大运行。

(1) 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接所形成的新的信息系统。在这个系统里，人们通过信息的接受，保持着相互影响、相互作用的关系。

(3) 群体传播是更大的系统。这里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。

(4) 组织传播是一个结构秩序十分严密的社会集合体。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传播系统。

(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。大众传播是指通过现代化的大众传播媒介，面对极其广泛的受众所进行的公开的信息传播。

综上所述，任何传播活动都是在一定的信息系统中进行的，传播的系统性是普遍存在的。

5. 社会信息系统的特点是什么？

答：社会信息系统是社会的一个基本系统，对社会的环境适应过程具有重要的意义。它既有其他一般系统所具有的共性，又有一般系统所不具有的特殊性。其特点主要有：

(1) 社会信息系统是一个开放性系统

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。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。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。

(3) 社会信息系统是一个具有双重偶然性的系统

双重偶然性是德国社会传播学家鲁曼提出的概念，是指传播的双方都存在着不确定性，因此，通过传播所作出的选择有受到拒绝的可能性。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

能够通过人的主体活动实现自身调节和发展。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。人作为社会的主体，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。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。

6. 如何理解社会信息系统中的“双重偶然性”？

答：“双重偶然性”(double contingency)是由德国社会传播学家鲁曼提出的一个概念，它是指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。

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、化学或生物的条件，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动规律的制约。这样，影响社会信息系统运动及其结果的变量就更多、更复杂。

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。

7. 什么是“传播隔阂”？

答：(1)传播隔阂是指由于社会信息系统的复杂性、不确定性以及系统的参与者具有不同的价值观、利益、意识形态和文化背景，而产生的传播上的无意误解或有意曲解。它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。

(2)传播隔阂的存在是社会信息系统的一个必然现象，但其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。传播学的价值就在于引导人们从信息系统的角度考虑问题，进而分析和解决信息系统中的传播隔阂。

8. 为什么说马克思和恩格斯的“交往”理论是唯物论传播观的出发点？

答：(1)马克思、恩格斯在《德意志意识形态》等著作中提出了精神交往理论，他们认为，人类的总体活动可以分为两类，一类是生产，一类是交往。交往是指一个体现人的总体活动关系性的概括性范畴，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既相互区别，又相互联系，两者的辩证运动推动着人类交往活动的总体发展。

(2)马克思、恩格斯关于物质交往和精神交往的理论为确立科学的唯物主义传播观提供了重要的出发点，理由如下：

①马克思和恩格斯的“精神交往”概念与现代的“传播”概念之间存在着密切的联系。在马克思和恩格斯那里，精神交往是指以“语言”为媒介的人与人的社会关系，而在现代传播学当中，传播是指以“信息”（广义上的语言）为媒介的人与人的社会关系，两者涉及的对象和范畴并没有多大差异。

②以马克思和恩格斯的精神交往理论作为理解人类传播现象的基本出发点，可以克服既往传播学研究，特别是行为主义传播学研究视野的局限性。行为主义传播学基本上将传播作为孤立的精神或心理现象来看待，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、物质生产和物质交往的关系，这有助于从更广阔的视野来观察人类社会的传播活动和传播关系。

③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，必然也存在着生产力和生产关系的辩证运动。因此，精神交往关系也是与一定阶段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，首先要考察精神生产力的水平对社会传播发达程度的制约；其次要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。行为主义传播学有意无意地回避这些重大问题，因而不能从根本上揭示人与人之间的传播关系的本质。

④从马克思主义观点来看，精神生产既然是一种生产，就必然有它的产品。精神生产的产品在现代社会更多地表述为信息，从事精神产品生产的行业称为信息产业、文化产业或内容产业。信息既然是产品，也必然凝结着人的劳动，有其价值和使用价值，这是信息产品和其他物质产品的共性。但是，信息又有与物质产品不同的个性，一般物质产品消费的是其本身，而信息消费的则是其精神内容（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。

综上所述，不能孤立、抽象地考察传播，而应将传播放在人类生产和交往活动的总体（社会大系统）中加以考察；把人与人之间的信息互动放在具体条件下、放在与其他社会因素的普遍联系和相互作用关系中加以考察，这是马克思、恩格斯的精神交往理论带来的重要启发，也是考察社会信息系统及其运行规律的基本出发点。

9. 试述精神生产和精神交往与物质生产和物质交往的辩证关系。

答：物质生产、物质交往与精神生产、精神交往的辩证关系中包含以下两个基本观点：

（1）精神生产和精神交往与物质生产和物质交往相适应

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。这里包含了以下几个要点：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；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；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。

（2）精神生产和精神交往对物质生产和物质交往具有能动的反作用

马克思和恩格斯的精神交往理论还说明，精神生产和精神交往与物质生产和物质交往并不是简单的物质决定精神的关系，而是一种辩证的相互作用关系。辩证的相互作用，意味着精神生产和精神交往除了受到物质生产和物质交往制约的一面以外，还有其独立性和能动性的一面。这主要表现在：①精神生产和精神交往的发展，反过来也推动着物质生产和物质交

往的发展；②在物质生产达到一定的发达程度之际，精神生产的状态如何将会成为制约社会发展的主要矛盾；③精神生产和精神交往既然与物质生产和物质交往相区别，就意味着它具有与物质生产和物质交往不同的自身的特殊运动规律。在考察现代社会的信息生产和传播之际，在考虑到它与物质生产和物质交往关系的同时，也必须重视它作为人类精神和心理互动的复杂性和特殊性。

10. 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？

答：马克思主义精神交往理论与行为主义传播学的本质区别在于看待研究对象的眼光和视角不同。

在行为主义传播学那里，传播基本上是被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、物质生产和物质交往的关系，所观察的视野更加宽阔。

1.3 考研真题与典型题

1.3.1 概念题

1. 传播学(北师大2007、2003研；华东师大2007研)
2. 传播(华农2011研；辽宁大学2008研)
3. 信息(复旦大学2005研；厦门大学2002研)
4. 马克思主义精神交往论(北大2001研)
5. 社会信息系统的“双重偶然性”(北邮2009研)

1.3.2 简答题

1. 社会学家马克斯·韦伯指出“人是悬在由他自己所编制的意义之网之中的动物”，请谈谈这句话对传播学的意义。(北大2011研)
2. 简述宣传与传播的异同。(人大2003研)

1.3.3 论述题

1. 论中国传播学研究的本土化。(北邮2009研；浙大2005、2003研)
2. 试述我国开展传播学研究的成就、原则和前景。(武汉理工2007研)

1.4 考研真题与典型题详解

1.4.1 概念题

1. 传播学(北师大2007、2003研；华东师大2007研)

答：传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学，其研究对象是社会信息系统本身。传播学的研究任务是通过对社会信息系统及其各部分的结构、功能、过程以及互动关系的考察，探索、发现和克服传播障碍和传播隔阂的科学方法，找到社会信息系统良性循环的机制，由此来推动社会的健全发展。作为一门独立的学科，传播学形成于20世纪初至40年代的美国，它是一个多学科交叉的领域，它的发展从新闻学、社会学、心理学、政治学、信息论、系统论、控制论等诸多学科中汲取了丰富的营养。

2. 传播(华农2011研；辽宁大学2008研)

答：传播是指社会信息的传递和社会信息系统的运行。把握这个定义要注意以下几个方