

大众传播 模式论

著者 / 英 丹尼斯·麦奎尔

瑞典 斯文·温德尔

译者 / 祝建华 武伟

● 上海译文出版社

Denis McQuail and Sven Windahl
**COMMUNICATION MODELS FOR THE STUDY
OF MASS COMMUNICATION**

Longman Inc., New York, 1981
根据纽约朗曼出版公司 1981 年版译出

大众传播模式论

〔英〕丹尼斯·麦奎尔 著
〔瑞典〕斯文·温德尔
祝建华 武 伟 译

上海译文出版社出版、发行

上海延安中路 955 弄 14 号

全国新华书店经销

上海新华印刷厂印刷

开本 850×1160 1/32 印张 4.875 插页 2 字数 99,000

1987 年 2 月第 1 版 1987 年 2 月第 1 次印刷

印数：000,001—50,000 册

书号：7188·44 定价：1.50 元

译者的话

当代世界传播学大师、传播学创始人之一威尔伯·施拉姆，曾把传播研究比喻为一块未经开垦的“绿洲”，吸引着各个学科的无数学者来此辛勤耕耘。

随着社会的进步和科学技术的发展，始终与人类相伴的传播活动，已渗入社会的每一个角落和人类的每一项活动，成为粘聚社会的一股无形的力量。人们每天的社会活动，实际上都是产生、发送、接收信息和对各种信息作出反应的活动。信息的无所不在，使得传播亦无所不在。纷繁复杂的传播现象，构成了人世间多少个不解之谜！信息怎么样变成为讯息？是些什么样的人在发送讯息？他们发送哪些讯息？从发送到接收讯息要经过什么样的渠道和环节？人们真是那么容易受到大众传播工具的影响吗？受到影响的受众又会作出什么样的反应？这些反应对一个社会的政治、经济、文化将产生什么样的影响……对于这些问题，理论工作者必须去描述、解释，而实际工作者则又必须了解它们。于是，不同学科的人们纷纷从各自的角度对它们进行研究。本世纪三、四十年代，传播学研究领域开始形成。美国的政治学家哈罗德·拉斯韦尔，美籍德国心理学家库

尔特·卢因，美籍奥地利社会学家保罗·拉查斯费尔德和美国实验心理学家卡尔·霍夫兰成了这一研究领域的四大先驱。

顾名思义，传播学研究的是社会的传播现象。就目前的传播学研究成果而言，这一现象已被划分为人的内向传播（又称人的体内传播）、人际传播、组织传播和大众传播四大领域。由于现代大众传播事业的飞速发展，大众媒介在执行传播的环境监测、管理、指导和教育以及娱乐等四项功能方面起到了极大的作用，对信息的共享、共同意识的建立、社会价值的传递、大众文化的形成和改变等等具有重要的意义。因此，大众传播也就成为当代传播学研究中最为重要的领域，成为人们破解社会传播秘密的一个主要途径。

本书即是以大众传播作为主要研究对象的著作。主要作者丹尼斯·麦奎尔是英国著名社会学家，现任荷兰阿姆斯特丹大学教授。麦奎尔不仅是英国采用社会学方法研究传播现象的代表人物，而且对传播学理论本身的产生和发展也极为熟悉。他在本书中对几十年来传播学理论的发展作了简要的回顾，但又没有受历史的局限而仅致力于简单的文字陈述。作者的苦心所在，是通过大

量的文献绘制出几十种图像模式，使读者对几十年来传播学在各个阶段的理论成就及其发展原因有个清楚的了解。正是作者的这种努力，使本书在浩如烟海的传播学著作中独具特色，成为倍受传播学研究人员及一般读者欢迎的著作。

采用图像模式对传播现象进行描述和解释，是传播研究的一大特色。模式，是对现实事件的内在机制以及事件之间关系的直观和简洁的描述。模式具有结构性和功能性两种类型，它是理论的一种简化形式，具有构造、解释、启发、预测等多种功能，可以向人们提供某一事件的整体形象和明确信息。本书中的图像模式，大多为功能性模式。作者认为，作为思想的辅助工具，这种模式特别适用于传播研究领域。因为传播在社会关系内部虽然无法窥见，并且没有明确或永久的形式，但传播行为在某一特定的关系结构中采取的却是可以预见或重复出现的形式。功能性的图像模式可以为人们勾划出一些线条来表示我们已知存在而又无法看到的联系，可以显示这种联系的结构、强度、方向和局部解剖图，使已知的要素及关系尽可能固定化。当然，模式也不可能包罗万象，尽善尽美，它不可避免地具有不完整、偏于简单以及含

有某些未经阐明的假设等缺陷。因此，本书作者在介绍各种模式之前，论述了模式在研究中运用的利弊；在介绍过程当中，又评述了每一种模式的优劣，反复提醒人们要针对自己的目的去选择正确的模式，并鼓励人们在研究运用现有的模式过程中不断地改造、完善甚或更新它们。

鉴于传播学被介绍到国内的历史很短，本书所介绍的许多传播研究模式，对我国广大读者来说，还是既陌生又新鲜的。但是随着我国全面改革的深入和传播事业的相应发展，人们已经发现传播研究对社会信息资源的开发利用、对社会信息交流工程的设计和建设等事业所具有的实际意义，因而更为迫切地需要进一步认识传播现象，改革传播现状，充分地利用信息资源和传播媒介。为此，我们向读者推荐这本著作，目的当然不会是引导人们去生搬硬套，而是希望由此启发中国的学术界去丰富、完善传播学的理论框架，发现并建立适合中国社会体制的传播模式；并且希望帮助广大读者进一步认识传播学在实际生活中的应用价值，吸引更多的人们来开发传播研究这块肥沃的“绿洲”。

作为传播学的初学者，我们试译了这本著作。

其中第一、二、三章由祝建华译，四、五、六章由武伟译。限于水平，误译之处，敬请广大读者不吝指正。

译 者

一九八六年九月

于复旦大学

目次

1 导言 1

- 1.1 范围和目的 1
 - 1.2 模式的运用与误用 2
 - 1.3 定义与术语 5
 - 1.4 早期的传播模式与大众传播研究 8
 - 1.5 基本数学模式的阐述 9
 - 1.6 从传播到大众传播 10
 - 1.7 传播模式和传播研究的发展 11
 - 1.8 未来的发展 12
-

2 基本模式 16

- 2.1 拉斯韦尔公式 16
- 2.2 香农—韦弗模式、奥古德—施拉姆模式与丹
斯模式 19
- 2.3 格伯纳的传播总模式 26
- 2.4 纽科姆的 ABX 模式及其它“平衡”模式和互向
模式 31
- 2.5 韦斯特利—麦克莱恩的传播研究概念模式 37

2.6	施拉姆的大众传播模式	45
2.7	赖利夫妇：大众传播的社会学观点	47
2.8	马莱茨克的大众传播过程模式	50

3 个人影响、扩散和大众传播对个体的影响 59

3.1	刺激—反应模式及其修正	59
3.2	康斯托克的电视对个体行为之影响的心理学 模式	62
3.3	卡茨—拉查斯费尔德的大众传播和个人影响 两级传播模式	68
3.4	罗杰斯—休梅克的创新扩散模式	72
3.5	新闻扩散：J曲线模式	77

4 大众传播对文化与社会的影响 82

4.1	间接效果与长期效果的模式	82
4.2	议题设置	84
4.3	鲍尔-罗克希与德福勒的大众传播效果依赖 模式	88
4.4	沉默的螺旋模式	92

4.5 作为效果的“信息沟”95

5 受众中心模式 102

5.1 使用与满足模式102

5.2 使用与效果模式110

5.3 信息寻求模式114

6 大众媒介的体系、制作、选择与流动 119

6.1 比较媒介体系：自由市场模式及其替代物119

6.2 媒介组织：大众传播者与公众的关系126

6.3 吉伯与约翰逊的信源—记者关系模式131

6.4 怀特的守门人模式134

6.5 麦克内利的新闻流动模式136

6.6 巴斯内部新闻流动的“双重行动模式”138

6.7 盖尔顿与鲁奇的选择性守门模式140



导言

1.1 范围和目的

本书有双重目的：其一，试图用简明、易懂的方式，汇集并介绍一批模式。这些模式研制出来是用于描述或解释传播过程，尤其是大众传播过程的。其二，旨在阐述一些关于大众传播过程的主要学说。这些学说是在过去三十年的大众传播研究中形成的。因此，本书系历史回顾形式，尽管我们并没有出于纯粹的历史原因而收入任何一个模式。虽然我们在这种独特的形式中，不可能期望提供这个研究领域的完整无缺的历史纪录，但是我们希望至少能够展示出其中最重要的发展情况。这一想法使我们在某些章节中推出我们自己的模式，以反映出重要的理论观念的发展或者相对新兴的研究领域。

叙述大众传播学说发展历史的方式有好几种，而我们选择的是一种传统的方式，即把大众传播视为一种普遍现象的特殊形态，在其中，发送者、讯息和接收者等要素具有独特的

性质与意义。我们打算从任何传播关系所涉及的一些非常简化和一般的形式出发，进而探讨大众传播的效果和主要参与者之间、这些参与者与社会之间的关系，以说明这些意义。

为了集中讨论大众传播问题，我们不得不略去在研究人际和人的内向传播(或称人的体内传播)中，以及在研究团体和组织内部的传播结构与信息流动中出现的有趣进展。然而，我们自己是将大众传播视为一种同其它各种传播网络及传播过程共长并相互作用的过程。尽管传播研究领域中出现了各种看来在理论、方法与目标上互不相同的学派，我们还是不在各种“传播系统”的实体之间划分截然明确的界线。我们期望在今后，目前这些界线会变得不象今天那样明确，而且传播技术的发展和传播的新的需求将产生不同的传播结构、关系和可能效果。

当代大众传播学的研究者们一般对建立传播模式的活动并不十分注意。鉴于这种情况，有人可能会提出问题：为什么我们还要采取这种不合潮流的做法？我们将在以后的章节中阐述这种做法的一般优缺点，但我们首先要作出的答复，是我们坚信模式的启迪价值，对于我们来说，着重实质性的经验主义的研究与用图像方式表述各种假说、结论和理论的愿望，这两者并不矛盾。

1.2 模式的运用与误用

从上述目的出发，我们将模式看作是用图像形式对某一事项或实体进行的一种有意简化的描述。一个模式试图表

明任何结构或过程的主要组成部分以及这些部分之间的相互关系。多伊奇在 1966 年的著作中曾论述过在社会科学中模式的主要优点：首先是模式具有构造功能，能揭示各系统之间的次序及其相互关系，能使我们对事物有一个很难从其它方法中获得的整体的形象。在这一方面，模式能为各种不同的特殊状态提供一个一般的图景。其次是模式具有解释功能，它能用简洁的方式提供如果改用其它方法则可能相当复杂或含糊的信息。由于模式能引导学生或研究者关注某一过程或系统的核心环节，这又使模式具有启发功能。再次是模式有可能对事件的进程或者结果进行预测。至少，它能够作为估算各种不同结局可能发生的概率提供基本依据，研究者因而可以据此建立其假说。有些模式仅仅试图描述某种现象的结构，从这个意义上说，可以把一台收音机的线路图称为“结构性模式”，而另一些模式（我们称之为“功能性模式”）则从能量、力量及其方向等角度来描述各系统，描述各部分之间的关系和相互影响。

本书叙述的模式，主要是后一种类型的模式。理由很简单，因为一切传播在某种程度上都是动态的，都包含了某些过程或变动的要素。尽管如此，有些模式仍十分简单，并没有表现出运行时那些连结各要素的力量。虽然一般说来，模式有采用单纯的文字叙述、图像描述、数学公式等几种形式，但我们则仅介绍兼为词语与图像的模式。

反对使用模式的人们一直认为，模式会使其设计者和使用者的视野局限在相当狭小的范围内，从而越来越倾向于防御而非抨击。这种倾向可能会阻碍某一科学的发展。但在传播研究领域中，这种情况不大可能发生。在该领域中，旧的

模式很快被淘汰或修正。另一个类似的风险在于，一种模式，甚至是一些更新过的模式，也可能使某些关于一种模式的构成或运行中的过程的假设（这些假设开始时是有问题的，但却是基本的）永恒化。在传播学领域中，一个例子就是人们倾向于把传播说成是一种由“发送者”试图有意识地去影响“接收者”的单向过程。这种说法往往否认了大多数传播过程的循环性、协商性和开放性。

我们至少必须记住，在使用模式时（即使是出于启发性的目的）存在着某些风险。模式不可避免地具有不完整、过分简单以及含有某些未被阐明的假设等缺陷。适用于一切目的和一切分析层次的模式无疑是不存在的。重要的是要针对自己的目的去选择正确的模式。本书的目的之一，是部分地通过介绍传播研究中使用模式的实例，对各种模式的特定目的和层次略作说明。读者应该注意针对各种场合或事例检验模式的可能性，同时应注意采用某种模式，使之适合于某种用途的可能性。本书中的模式并非尽善尽美，并不是不可能用其它略有差别的形式或公式来表述。显然，任何人可以就传播过程的某一侧面来设计他自己的模式，我们希望本书能激励大众传播的研究者把这一过程作为阐发理论的一种工具。

我们认为模式主要是思想的辅助工具，特别适用于传播研究。为什么模式如此适用，其原因难以直示，但我们可以从以下事实中看出：传播是社会关系内部的一种粘聚力，它同时又是无法窥见的，或者没有明确和永久的形式。传播行为在某一特定的关系结构中采取的是可预见的或重复出现的形式，并且对这一结构具有不易观察到的影响。因此，模式的引人之处在于能够“画”一些“线条”来表示我们已知确实存在但

无法看到的联系，并能用其它的手段来显示关系的结构、局部解剖图、强度和方向。因此传播学中的课题，大部分只可用抽象的词语叙述来处理，模式至少有助于研究者用图像形式使某些因素“固定化”，不管还可能存在着多大的抽象因素。

1.3 定义与术语

本书的中心概念是传播。前人已用多种方法对传播下过定义，但是我们无意、也不必限于其中某一定义，因为我们提到的那些研究者对这个概念有不同的看法。然而，以下几例使我们多少能了解到传播所包含的多种意义：

传播是个人或团体主要通过符号向其他个人或团体传递信息、观念、态度或情感（参见 S·A·西奥多森和 A·G·西奥多森，1969 年）。

从最普遍意义上说，传播是一个系统（信源），通过操纵可选择的符号去影响另一系统（信宿），这些符号能够通过连接它们的信道得到传播（参见奥斯特古德等人，1957 年）。

传播可定义为“通过讯息进行的社会的相互作用”（参见 G·格伯纳，1967 年）。

由此可知，最普遍意义上的传播是由以下几个因素构成的：发送者、传递渠道、讯息、接收者、发送者与接收者之间的关

系、效果、传播发生的场合以及“讯息”涉及的一系列事件。“传播”或“接收”有时(但不是经常)是具有某种意图或目的的。传播可以是以下诸种行为中的一种或全部:对别人的行为;与别人之间的相互作用,以及对别人行为的反应。

有时,模式的设计者指明两个附加过程:在模式的发送者一端加上“编码过程”,在接收者一端加上“译码过程”。编码指的是将讯息转化成一种适宜于传递工具和预期的接收者的语言或代码。译码指的是将转化后的讯息还原,以得出其含义。例如在两人的对话中,编码功能由发音器官执行,而如果是非语言形式的传播,则由肌肉作出可能的姿势,等等。在这种对话场合,译码功能是由听觉和视觉所完成的。在大众传播中,编码则指传递信号所必需的技术转化,也指按照既定程序和对受众经验的期望,对言语、照片和图表进行系统的选择。

在许多模式中使用了“反馈”这个概念。一般说来,反馈指的是传播者获知关于其预期的接收者是否和如何真正接受了讯息的过程。传播者获得的这种信息有助于其修正当前和未来的传播行为。在面对面的传播环境中,反馈可以采取提问、要求重复某些事情、姿势、反应等等形式。在大众传播中,这些形式的反馈主要为下列方式所替代:受众研究、发行量、收视收听率、试演、受众来信和来电等等。但是,也可采用直接从上司、同事、朋友以及其它个人接触中获得反馈的方式。

我们已经看到,传播学中的许多基本术语在用于大众传播领域时,具有不同的含义,因此我们有必要了解后者的特性。一个常被引用的大众传播的定义是:

大众传播由一些机构和技术所构成，专业化群体凭借这些机构和技术，通过技术手段（如报刊、广播、电影等等）向为数众多、各不相同而又分布广泛的受众传播符号的内容。（参见杰诺维茨，1968年）

这个定义揭示了我们需要加以考虑的大部分变化问题和附加问题。大众传播中的“发送者”始终是一个有组织的群体的一部分，也常常是一个除传播以外还有其它多种功能的机构的成员。“接收者”始终是某些个人，但经常会被发送组织看作是一个具有某种普遍特性的群体或集体。传递渠道不再是由社会关系、表达工具和感受器官所组成，而是包括大规模的、以先进技术为基础的分发设备和分发系统。这些系统仍然含有社会因素，因为它们依赖于法规、习俗和期望。大众传播中的讯息并不是一个独特的和短暂的现象，而是一种可以大量生产并不断复制、常常是十分复杂的符号结构物。

大众传播中具有特别重要意义的是：一切传播的公众性与开放性；接近“发送”设施的有限性与有控性；发送者与接收者之间关系的非人格性；发送者与接收者之间关系的不平衡性；发送者与接收者之间制度化安排的介入。事实上，普遍统一的大众传播过程是不存在的，现实的多样性在一定程度上说明了可能出现的模式的多样性，从而表明其全体或局部。