

明天传播学丛书

传播学通论

戴元光 金冠军 主编

长江中下游防汛形势十分严峻
数百万军民奋力确保干堤安全

三万将士紧急驰援灾区

新民晚报

几朵“金花”捷足

高科技产业

上海交通大学出版社

明天传播学丛书

传播学通论

戴元光 金冠军 主编

上海交通大学出版社

内 容 提 要

传播学的发展令人始料不及,就如同传播媒体的发展令人始料不及一样。20 世纪 80 年代初,传播学才走上中国大学的讲台,经过 20 年,传播学在传播技术的推动下,已成为大学中最受欢迎的课程之一。

本书内容主要包括:传播学的产生与确立,传播原理,传播的类型,传播自由与控制,传播的结构与模式,传播者,受传者,传播学的信息理论,传播学的符号理论,传播媒介,媒介研究,传播的效果,传播学研究方法论和传播学的定量研究方法等。

图书在版编目(CIP)数据

传播学通论/戴元光,金冠军主编. —上海:上海交通大学出版社,2000

(明天传播学丛书)

ISBN 7-313-02450-9

I. 传… II. ①戴…②金… III. 传播学
IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 25703 号

传 播 学 通 论

戴元光 金冠军 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

上海交通大学印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:890mm×1240mm 1/32 印张:15 字数:429 千字

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数:1~3050

ISBN 7-313-02450-9/G·347 定价:27.00 元

版权所有 侵权必究

2/05

明天传播学丛书编委会

学术顾问 甘惜分 丁淦林

主 编 金冠军 戴元光

编 委 (以姓氏笔画为序)

丁柏铨 刘卫东 刘建明 陈力丹

陈先元 张天蔚 张咏华 邵培仁

单 波 郑 涵 金冠军 郁金豹

钟德津 郭镇之 顾孝华 黄 炜

崔保国 童 兵 董天策 戴元光

本书撰稿人员(以姓氏笔画为序)

边 琪 沈 荟 郑 涵 金冠军
杨绪忠 赵士林 顾孝华 徐梅香
戴元光

序

虽然人类的传播活动同人类历史一样悠久,虽然人类对自己的传播行为的研究从人类有传播活动开始就未停止过,虽然人类对自己的传播行为的认识仍然是肤浅的,但中国人对传播的探索 and 认识也许是最早和最深刻的,正如传播学大师宣伟伯教授描绘的:我们在西方的文化背景中学习科学研究方法与理论的人,看见中国长春的文化,和她悠久的传的艺术传统,总免不了会肃然起敬。我们常想,中国人那种深邃的智慧与洞达,要是有一天能用来帮助西方人多了解自己的工艺知识,增进我们在实验方面的体会,该是多么好的事。许多人已注意到现代中国人在传的学问上认识的深刻与精到,不但反映了悠长的历史传统,且常能推陈出新。

著名传播学者、传播学中国化的强力推动者余也鲁教授也深刻地指出:一个有如此丰富的文化背景的民族,一直没有人在传的理论与实际的研究方面下功夫,实在教人诧异。也许像我刚刚说过的,传的行为太普遍,反而没有引起大家的注意。近20年来,由于通讯与交通工具的发达,人际与国际接触频度的大幅度倍升,再加上现代传播工具的深入家庭,传的活动所形成的问题,以及更多与更频繁的传的需要,促成了现代对这种基本活动本身的注意,开始有了从不同角度与不同侧重点来进行传的研究。

这套丛书是又一次探索,是从哲学、心理学、文化学、经济

学、社会学等方面对传播学进行的综合探索,以找寻到一个出发点,一个研究的方向与范畴。

明天传播学丛书编委会

2000年5月

自序

传播学的发展是令人始料不及的,就如同传播媒体的发展令人始料不及一样。20 世纪 80 年代初,传播学才走上中国大学的讲台,经过 20 年,传播学在传播技术的推动下,已成为大学中最受欢迎的课程之一。当年,宣伟伯教授带着他的《报刊的四种理论》一书在北京、上海等地介绍传播学时,人们还在为“mass communication”的译法而争论,今天,中国已经有了传播学硕士点、博士点和博士后流动站,介绍传播学的书从《传播学简介》、《传播学百题问答》到第一部传播学专著兼教材《传播学原理与应用》,现在已出版各种传播学专著、译著百余部。眼见传播学在中国的迅速生长,不由得令人深感欣慰,倍受鼓舞。

自然也有不满意的地方。传播学在中国的发展一波三折,传播学的中国化研究在余也鲁教授的推动下虽有进展,但更多的目光是投向国外的,尤其是传播与国家发展的研究没有得到应有的重视,对传播所带来的大量社会问题缺少关注,青少年对文化的“移情”令人担忧。我们可能面临反价值、反文化的严重问题。

本书是为大学生写的教科书,因此尽可能全面系统地介绍传播学的有关知识,但也是有详有略,因为这本书是《明天传播学》丛书的一本,写作时不要“占地”太多。

总之,我们相信,“我们除了可以在中国的泥土上学习与实验这些(西方)理论外,以中国人的智慧,应该可以从中国的历史中找寻到许多传的理论与实际,用来充实、光大今天传学的领域”。



戴元光，中国江苏人，少年从农，青年从戎、从医、从教，学医、学文、学工，皆无成就。先后在兰州大学、复旦大学、夏威夷大学学习，主持过国家、省部级多项大型研究，著有《传播学原理与应用》（主编）、《现代宣传学概论》（主编）、《撞击下的浮躁与选择——当代中国西北人的文化价值观》（主编）、《传播学笔记》、《传播道德论》、《大众传播学的定量研究方法》和论文数十篇。



金冠军，1983年毕业于复旦大学分校中文系。1982年以来先后执教于上海大学文学院和影视艺术技术学院，从事文化管理、媒介管理方面的教学与科研。多次主持国家教委上海市社科项目，主编了《中外文艺经营管理的理论与实践》、《影视艺术技术丛书》等书籍，主要著作是《市场经济与文化管理》。现任上海大学影视艺术技术学院常务副院长、副教授、硕士生导师。

目 录

第一章 总论	1
第一节 传播与生俱来	1
第二节 传播学是 20 世纪兴起的交叉学科	4
第三节 我国的传播学研究	7
第四节 我国传播学研究的定位与取向	12
第二章 传播学的产生与确立	16
第一节 传播学产生的社会基础	17
第二节 传播学兴起的学术基础	22
第三节 传播学的基本确立	28
第三章 传播原理	40
第一节 传播的发生	40
第二节 传播的过程	42
第三节 传播的功能	46
第四节 传播的类型	62
第四章 传播的类型	85
第一节 新闻传播	85
第二节 政治传播	94
第三节 经济传播	102
第四节 教育传播	108
第五节 艺术传播	118
第六节 文化传播	125

第五章 传播的自由与控制	136
第一节 传播自由的基本概念.....	136
第二节 传播控制.....	145
第三节 传播侵权.....	149
第四节 西方的报刊理论.....	153
第六章 传播的结构与模式	161
第一节 传播的社会结构.....	161
第二节 传播模式.....	165
第三节 传播的社会控制.....	191
第七章 传播者	213
第一节 传播者的类型和特征.....	213
第二节 传播者的权利与义务.....	219
第八章 受传者	226
第一节 受众的特征和选择.....	226
第二节 受众对传播的反应及其原因.....	233
第九章 传播学的信息理论	242
第一节 信息的特点与分类.....	242
第二节 信息的获得与传播.....	254
第三节 信息的污染与饱和.....	264
第十章 传播学的符号理论	271
第一节 语言学理论.....	271
第二节 语言与传播.....	278
第三节 非语言传播.....	286

第十一章 传播媒介	300
第一节 口语传播阶段的语言媒介.....	300
第二节 文字传播阶段的印刷媒介.....	304
第三节 电子传播阶段的广播、电视和电影	313
第四节 网络传播阶段的多媒体技术.....	322
第十二章 媒介研究	328
第一节 媒介理论.....	328
第二节 媒介文化.....	335
第三节 媒介的市场化与通俗化.....	341
第十三章 传播的效果(上)	350
第一节 传播效果研究的学术传统.....	350
第二节 传播效果研究的发展阶段.....	354
第三节 传播效果研究的经典成果.....	363
第十四章 传播的效果(下)	392
第一节 态度改变的早期研究之一(学习论).....	392
第二节 态度改变的早期研究之二(一致论).....	400
第三节 态度改变之深入研究.....	405
第十五章 传播学研究方法论	410
第一节 哲学方法.....	410
第二节 人文科学方法.....	415
第三节 现代科学方法.....	420
第十六章 传播学的定量研究方法(上)	429
第一节 定量研究的特点.....	430
第二节 经验社会学对定量研究的影响.....	433

第三节	统计数学在定量研究中的应用·····	439
第四节	心理学对定量研究的渗透·····	441
第十七章	传播学的定量研究方法(下)·····	444
第一节	定量研究的设计·····	444
第二节	实地调查·····	447
第三节	内容分析·····	455
第四节	控制实验·····	459
第五节	个案研究·····	464

第一章 总 论

传播学作为舶来品,登陆我国已经近 20 年了。20 年前,我们对传播学所知甚少,今天,我们已经对传播学的许多理论问题展开深入的讨论。1988 年,大陆第一部传播学专著兼教材《传播学原理与应用》(戴元光、龚炜、邵培仁著,兰州大学出版社,1988)问世至今,大陆已出版了各种专著、译著百余部。尤其是传播学已被国家列为二级学科,传播学教育有了博士、硕士点。传播学研究发展如此之快,让人好不激动。但又感到很难满意,首先传播学研究始终没有摆脱极端思想的阴霾;其次,20 年来传播学研究没有深入下去,研究队伍较为分散。在新世纪来临之际,在传播学这块土地上耕耘了多年的学者有必要收获已经成熟的果实,开始新的追求。

第一节 传播与生俱来

传播行为是人类与生俱来的。没有不传播的人,没有人不传播。人每天都在传播中,以各种方式传播信息,接受各种信息,虽然人们对此没有足够的认识,但人始终依赖传播而生存,“就如同人不能离开水、阳光和空气”。

“传播”一词是英文“Communication”的汉译,英文“Communication”则来源于拉丁语“Communis”,具有“公共”、“社区”的意思,经过约定俗成,演变成今天的“传播”、“传递”、“沟通”的意思。

关于“传播”一词的定义众说纷纭。大体上有:

1. 共享说 持这种观点的人认为英文“Communication”来源于拉丁语“Communicare”,有“共享”的意思,因为传播信息的过程就是分享信息的过程。美国学者亚历山大·戈德在他的《传播的定义》中说,“它(指传播)就是使原为一个人或数人所独有的化为两个或更多人所共有

的过程”。宣伟伯说,传播“是对一组告知性符号采取同一意向”。

这一解释是以信息的理解、接受、共鸣为前提的,认为传播就是信息共享的过程。但问题就出来了,人类传播是借助“符号”传播信息,人们共享的不是“符号”,而是“符号”所代表的“意义”;同一组符号对不同的人具有不同的意义;把共享作为传播的定义也不准确,因为许多传播是无法达到“共享”的,是否还叫传播?

2. 劝服说 持这种观点的人认为,传播是有目的的行为,突出了传播的功利性。美国学者霍夫兰、欧文·贾米斯、哈罗德·凯利认为传播是“某个人(传播者)传递刺激(通常是语言的)以影响另一些人(受传者)行为的过程”。美国学者戴维·伯罗也持这种观点,他认为,所有传播行为都旨在以特定人物(或一群众)引出特定的反应。美国学者沃伦·韦弗说传播是一个心灵影响另一个心灵的全部程序。贝罗德也认为,我们在传播方面的基本目的是成为有影响的人,去影响其他人;影响我们周围的物质环境以及影响我们自己,总之要成为一个具有决断力的人,在决断事情时要有一票。简言之,传播是影响——有意识地去影响。中国社会科学院新闻传播研究所喻权域研究员认为:“任何人每天都要宣传”,“对别人讲话,就是宣传”。

传播一定会影响他人。“劝服说”、“影响说”和“宣传说”从这一观点出发,突出强调了传播者的主观动机,并以此理解传播行为。从传播效果出发,这样定义传播虽有可取之处,但其局限性再也明显不过了。首先,在传播过程中,影响是互相的。就是说,传播的角色关系会发生变化,传播者和受传者有时是互相转换的,传播者在影响他人的同时,也在受他人(受传者)影响。此外,传播有时只是一种目标模糊的行为,并非具目的性,无意对别人“宣传”,只是一般事实的传递。而“宣传”是目的明确、指向明确的行为,与一般理解的传播有一定的区别。

3. 反应说 美国学者 S·S·史蒂文斯认为传播是一个有机体对于某种刺激的各不相同的反应。这种理解含义过于宽泛。因为刺激反应不仅是人类的传播行为,动物、植物都有刺激反应问题。传播学无法涵盖生物学、植物学等。

其他关于传播的解释还很多,如交流说,了解说,互动说,联系说,

刺激说,等等。

人们对传播有上百种解释,各执一词。但万变不离其宗,各种不同理解在本质上还是有联系的。首先都肯定传播是人的基本行为,人每天都在传播,传播的内容是信息;其次是肯定了传播的基本条件,那就是传播者、信息、受传者。分歧主要是集中在对传播功能的理解上,政治家强调“宣传”和“劝说”,他们都把传播作为宣传手段,主观目的强,意在通过传播影响人,改变人;心理学家强调传播是一个心理过程,是影响人的心理的;文化人类学家强调的是人需要娱乐和文化沟通。总之,各种解释都具有合理的成分,但又有某种局限性。

从历史和现实角度考察,传播是人类与生俱来的行为,人类生来就具传播的能力,传播是人类生存的基础和首要条件。那么,传播的定义是什么呢?传播是信息在时间和空间的移动和变化。这个定义可以从三个方面去认识:

1. 传播的信息性质 传播什么,当然是信息,没有信息,当然无传播可言;信息是流动的,没有不带传播特性的信息。可以说,信息是传播的前提,传播是信息流动的基础。信息传播不仅存在于人类社会,也存在于自然界,包括生物界和非生物界。

2. 信息的可流动性和可测度 信息的传播过程如何证明?就是测量。用人文的方法和物理的方法都可以测度信息的传播过程。没有传播,信息便是静止的;信息不流动,传播便不能成立。信息的流动有时是明显的,如江泽民访问美国,朱镕基访问日本等;有时是隐晦的,如人的主我(I)与客我(Me)的传播。新闻信息传播可以用计量方法测量,内向传播可以用物理学与心理学方法测量。任何人无法否定人的内向传播。四川省社会科学院新闻研究所林之达研究员在《传播学基础理论研究》一书中承认人存在“内向传播”,但反对把它作为传播学研究课题,因为据林之达先生说,研究内向传播是“越俎代庖,搞重复劳动,模糊了传播学与其他学科的界限;造成了传播学与其他学科在研究对象及范围上的混乱”,“重复了心理学特别是生理心理学研究者的劳动。”对此我们不敢恭维。须知,传播学发生的一个重要基础是心理学的渗透,并且从不同角度,特别是从不同学科研究传播是传播学的学科