

传播学 理论与实践

王淑娟 著

CHUANBOXUELILUNYUSHIJIAN

中国广播电视出版社

传播学理论与实践

王淑娟 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学理论与实践 / 王淑娟著. —北京: 中国广播电视出版社, 2005.9

ISBN 7-5043-4724-8

I. 传... II. 王... III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 086203 号

传播学理论与实践

作 者	王淑娟
责任编辑	王本玉
封面设计	郭运娟
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	保定地质勘察院美术胶印厂
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
字 数	213 (千) 字
印 张	9.125
版 次	2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5043-4724-8/G·1782
定 价	22.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)



作者简介

王淑娟，女，1969年生。现任广播电影电视管理干部学院教务处副处长，讲师。曾就读于中国传媒大学传播学研修班。历年来在国家级和省级报刊上发表专业论文十余篇。

前 言

传播学已经成为 21 世纪的“显学”，在诸多研究领域都可以找到传播学的影子。本书按照传播的 5 个流程：信源—传播者—传播媒介—传播对象—传播效果，系统地梳理了传播学研究的历史经典理论和新近传播学研究的一些发展。本书共分十章，详细地介绍了传播学的理论、观点和人物，这些都对传播学的发展产生了重要的影响，研究和了解传播学必须要学习这些传播学基础理论，才有可能在现在的传播环境中有所创新、有所突破。本书本着理论与实务相结合的原则，在对基础理论的介绍中，也穿插了我国传播实践中的一些案例对理论加以阐释，并在最后一章中对我国目前媒介产业的一些现状作了简单的梳理。

本书对传播效果的研究也作了大篇幅的介绍，在传播学经验学派研究中，传播效果研究无疑是重中之重。同时，传播效果研究对于我国目前的传播学发展和大众传播实践也具有重要意义。

虽然西方传播学的经验研究学派和批判学派在共同推动着传播学的发展，但是，在我国目前的传播理论和实践中，经验的、实证的研究还远远不足，而书中介绍的这些经典效果研究、受众研究成果，都是望其项背而追之的前辈成果。

当然，书中的主要篇幅是在介绍国外传播学的概况，特别是

2 传播学理论与实践

美国传播学的研究成果，国内的传播学研究尚处于起步发展阶段，还没有自成一家的传播学理论，我们期待着在不久的将来，国内传播学者提出的有重要影响力的传播理论、研究成果可以面世。而本书的任务则是将传播学的基础理论和知识传递开来，以便启发想象、指导实践、开创新成果。

本书在编写过程中参考了有关传播专业资料，借鉴了国外和国内著名学者的传播理论和传播实务研究的著作、著述，已在参考文献中一一列出，以供读者参考，在此向原作者一并表示诚挚的感谢。

本书可作为大专院校广播影视专业教材；也适合相关专业高、中等职业教育作为培训教材；同时，本书对广播影视研究机构、传播公司以及广大传播工作者等也具有参考价值。

由于作者水平有限，书中难免有不妥之处，欢迎读者批评指正。作者电子邮箱为：GGYWSJ@163.com。

作者 2005 年 7 月

目 录

第一章 传播学的确立	(1)
第一节 传播学的兴起.....	(1)
第二节 传播学的奠基者及创始人.....	(10)
第三节 传播学的研究方法.....	(24)
第二章 传播	(31)
第一节 传播的定义.....	(31)
第二节 传播的功能.....	(38)
第三节 传播的类型.....	(42)
第三章 信息与符号	(69)
第一节 传播与信息.....	(69)
第二节 传播与符号.....	(74)
第四章 传播过程与系统结构	(92)
第一节 传播过程的模式.....	(93)
第二节 社会传播的系统结构.....	(103)

2 传播学理论与实践

第五章 传播的控制	(109)
第一节 影响传播者的控制因素.....	(109)
第二节 传播者与把关.....	(113)
第三节 传播者的制度环境.....	(118)
第六章 媒介研究	(123)
第一节 媒介与大众传播媒介.....	(123)
第二节 媒介功能论.....	(146)
第三节 麦克卢汉学说.....	(157)
第四节 媒介组织.....	(163)
第七章 传播的出发点和归宿——受众分析	(179)
第一节 受众及“大众”.....	(180)
第二节 中弹即倒的受众.....	(185)
第三节 有限效果的受众.....	(189)
第四节 使用与满足的受众.....	(193)
第五节 受众的选择.....	(197)
第六节 受众和注意力经济.....	(203)
第八章 传播效果(上)	(209)
第一节 传播效果概念及涵义.....	(209)
第二节 传播来源与传播效果.....	(218)
第三节 传播方式与传播效果.....	(228)
第四节 传播对象与传播效果.....	(237)
第五节 传播效果的一致理论.....	(240)

第九章 传播效果(下)	(247)
第一节 议程设置理论	(247)
第二节 “沉默的螺旋”理论	(253)
第三节 媒介的培植理论	(256)
第四节 知识沟理论	(258)
第十章 媒介产业研究	(263)
第一节 全球媒介产业发展状况	(264)
第二节 我国广播电视产业现状与发展	(273)

第一章 传播学的确立

第一节 传播学的兴起

传播学形成于 19 世纪末，20 世纪 40 年代已初具规模，第二次世界大战后得到了迅速的发展。美国是传播学发展的基地，由美国向世界各国扩散。

一、欧洲起源

1. 传播思想的欧洲起源

值得一提的是，传播学（Communication）作为一门学科诞生于美国，但是传播作为一种思想观念却起源于欧洲。欧洲思想学者对传播问题的关注，最早可以上溯到古希腊哲人亚里士多德的“修辞学”。亚里士多德否定当时的“智者”派仅仅把修辞当作“说服的技巧”的观点。亚里士多德的《修辞学》中涉及了大量的传播学的规律性的东西，提出“修辞是一种在任何问题上找出可能的说服的方式的功能”。对传播学产生重要影响的解释学（hermeneutic）的词源即起源于此。

对传播问题的关注，如果是研究信息传递的学问，还可以追溯到古希腊神话中的赫尔墨斯（Hermes），这位专司是向人传递

诸神信息的信使。他不仅向人们宣布神的信息，而且还担任了一个解释者的角色，对神谕加一番注解和阐发，使诸神的意旨变得可知而有意义。除去人/神等级关系不说，实际上赫尔墨斯担任的是将一个群体的知识传播给另一个群体，这两个群体之间使用的是不同的语言。

柏拉图则在《理想国》中对传播的关系作了精彩的描述：人们挤住在一个洞穴里，以至于他们只能对着一面墙，而不是外部世界。在他们后面，明亮的火在燃烧。人们不时地在火前移动，他们的影子投射到洞壁上。观察者永远看不到这些人，只能从被他们摇曳的火光所照出的影子来认识他们。这是对人类传播中所发生的情况的极好比拟。一位参加者对另一个人的了解，绝不像那个人或他或者她自己的了解那样。这里不涉及到客观事实或真相^①。

2. 传播学的欧洲起源

另外，根据美国著名传播学者罗杰斯的观点，对传播学的起源也当回溯到欧洲。他从 19 世纪的三个欧洲大师——达尔文、弗洛伊德和马克思——理论思想入手，分析传播学的欧洲起源。他认为，传播学 1900 年以后在美国崛起，相当程度上受到进化论、精神分析理论和马克思主义这些欧洲理论的影响。其中，达尔文的进化论思想在 19 世纪 90 年代通过芝加哥学派的努力，被深深植入传播学的主流学派之中：现代传播的整体被当作社会进步的一种力量，也被当作恢复广泛的道义和政治的一种力量。弗洛伊德的精神分析理论对现代心理学有强烈的影响，对社会学、政治学和人类学也有重要的作用。它借助于批判学派、帕洛阿尔托学派和哈罗德·拉斯韦尔直接影响了传播学领域，并且借助于

① [美] 施拉姆等 (1984):《传播学概论》，新华出版社，第 46 页。

卡尔·霍夫兰间接地影响了这个领域。法兰克福学派将马克思主义和弗洛伊德理论结合起来,被列入批判的传播学理论的谱系之中。批判学派注重大众媒体的所有权和控制问题,这些问题在经验主义研究者的学术兴趣范围之外,后者沿着探讨传播效果的方向对待传播领域。对于传播学的发展历史来说,批判的传播学者和经验的传播学者之间的张力始终是一个富有成果的理智推动力^①。

二、传播学诞生于美国

传播学始发于美国,有其必然的原因。

1. 社会科学上的准备

20 世纪初期开始,经济学、社会学、政治学、心理学、语言学 and 人类学等学科领域在美国逐渐建立,为传播学的形成打下了坚实的基础。这也是美国的传播学以经验主义为主流的重要原因。

(1) 社会学背景

传播学的兴起,直接得益于两次世界大战。由于战争,当时一批社会学家开始关注战争中的宣传问题。其中尤其以后来成为传播学先驱人物之一的哈罗德·拉斯韦尔为代表,1927 年,拉斯韦尔出版了他的博士论文《世界大战时期的宣传技巧》;1946 年,史密斯和拉斯韦尔合著了《宣传、传播和舆论》一书;1948 年,拉斯韦尔发表了代表性论文《社会传播的结构与功能》。拉斯韦尔提出的传播的 5W 模式构建了传播学的研究框架,并在相当长一段时间内主导了传播学以效果研究为主导的研究方向。

^① [美] E·M·罗杰斯,殷晓蓉译(2002):《传播学史:一种传记的方法》,上海译文出版社,第 5 页。

战后，虽然拉斯韦尔等一批社会学家离开传播学，重返社会学研究领域，但是，对于宣传和传播效果的研究传统，一直延续下来，延伸到了诸如舆论和投票行为的研究等领域。在美国，初期的舆论调查是与了解选民的投票意向联系在一起的，从1924年选民意向调查到1932年的总统选举结果，从1935年盖洛普创建美国舆论研究所到罗斯福总统当选的正确预测，民意测验开始为美国政府所接受。在投票行为方面的研究当首推社会学家、传播学另一位先驱保罗·拉扎斯菲尔德。他用社会学方法对1940年的总统选举进行详细调查，1944年发表了《人民的选择》，提出了“意见领袖”和“两级传播”理论。

(2) 心理学背景

心理学特别是社会心理学的发展，对传播学的形成影响特别大。由于世界大战的爆发，使很多心理学家开始涉足关于影响战争宣传的心理研究，如当时著名的劝服研究和态度改变研究，就是运用社会心理学的理论和方法解决传播过程研究中的态度的形成与改变，意识在信息处理中的中介作用以及态度与行为的关系等问题。20世纪40年代初，以社会心理学家和传播学者卢因为代表，用大量实验证明，协调的人际关系和人际互动所造成的群体气氛，有利于工作效率的提高。同其他心理学家一样，卢因参与并领导了二次世界大战期间对军队士气问题的研究，提出了“把关人”的信息过渡作用理论。实验社会心理学家霍夫兰的态度改变理论在当时影响很大。1949年出版的他的《大众传播的实验》是当时传播效果研究的代表作。

(3) 传播学产生的两个学科渊源

20世纪三四十年代，也是信息理论和新闻学的兴起的时候。信息理论和新闻学是传播学产生的两个学科渊源。

信息理论对传播学的影响十分深远，主要表现在三论（信息

论、控制论和系统论)对传播学的影响上。

信息论最先由申农提出,他提出的通信模式(如图1-1所示)展示出了通信的过程及其内在要素和要素间的相互关系。

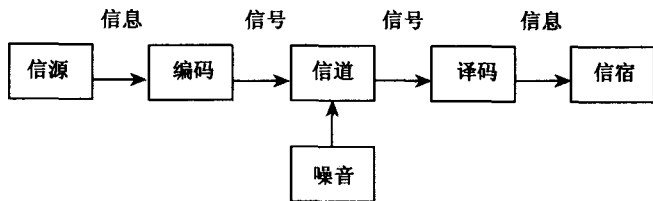


图 1-1 通信模式

传播学的创始人施拉姆 1954 年提出的一个传播模式(如图 1-2 所示),就是借鉴了申农的模式原理。

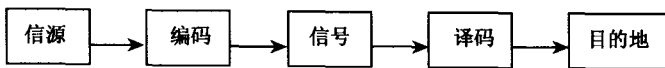


图 1-2 传播模式

早期的传播学研究借用了大量信息论的术语,如熵、编码、译码、信息等。特别是信息这个概念,对传播学的意义十分重要。另外,信息的传递过程和效果是早期传播学研究的重点。

控制论的核心观点是反馈,控制论的诞生对传播学研究的最大贡献就在于在传播过程的研究中,引入信息的反向传播即反馈这一过程,揭示了传播是信息的双向流通过程的特质。

系统论的基本思想是整体大于各个孤立部分的简单相加。系统论对传播学的影响,更多的是体现在方法论上。正是系统论的观点,将传播学置于更开阔的理论视野中,将社会学、政治学、经济学等学科纳入自身的理论背景体系。

综上所述,信息理论对传播学做出了巨大的贡献,主要表现在两个方面^①:

① 将信息的概念引入了传播学的领域,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,使它能够把人类社会的传播活动放在更大的系统和环境中加以考察,这有助于探索人类社会传播的一般规律和特殊规律。

纵观新闻学和传播学的发展,它们之间存在着纵向的传承演进,即“报学-新闻学-传播学”。这条学科的发展线索,同近代新闻事业的演进脉络完全吻合。近代新闻事业发端于16世纪中叶金属活字印刷术的发明,报业诞生,并产生了研究报纸及其实际操作的报学。19世纪后,大众化报纸的出现和通讯社的诞生,使报业演变成为新闻事业,报学也蜕变为新闻学,其研究领域大为拓展,而且由于得益于19世纪兴起的社会科学而更具科学性和学术性。20世纪以来,在电子媒介异军突起、席卷天下的强大冲击和强力带动下,新闻事业又转化为包括报刊、广播、电视、广告、公关、通讯社、出版社等的大众传播业。与此同时,新闻学也开始向传播学转化。而传播学由于借鉴了众多社会科学的理论、研究方法等,大大超越了新闻学单纯研究大众传播中的的某一个具体操作性环节的思路,从而将传播学拓展到从人际传播到大众传播,从经验的研究到批判的范畴等广阔的领域。但是,新闻学毕竟为大众传播学留下了一笔丰厚的思想理论,新闻学的许多学说、方法及论题不仅为大众传播学所继承,如新闻理论、新闻法制、新闻伦理、新闻思想、新闻历史方面的成果积累,而且更重要的还在于新闻学为大众传播学开辟了一方学术天

① 郭庆光(1999):《传播学教程》,中国人民大学出版社,第5页。

地或研究领域。

2. 政治经济方面的推动

传播学的产生与二战有很大的关系。二战期间，由于受到希特勒纳粹的迫害，大批学者流亡美国。传播学的四大先驱中，有两人，即库尔特·卢因和保罗·拉扎斯菲尔德就是因为受到纳粹的政治迫害，而流亡到美国的。这些学者在战争期间，与美国学者一起，从社会学、心理学、政治学等领域研究关于战争的宣传问题（对内宣传和对外宣传），其间产生大量的研究成果，为传播学打下了理论和研究范式等各个方面的基础。传播学的四大先驱以及传播学的集大成者施拉姆等人，就是因为在中青年时恰逢战争，并在战争中致力于为宣传服务的研究，从而分别从社会学、心理学、文学等领域进入了传播学研究领域。

另一个对传播学的诞生有着重大影响的是洛克菲勒基金会。该基金会在二战前就资助了一个传播研讨班，齐集了当时众多的社会科学家。美国参战以后，该研讨班就把讨论的重点放在对宣传的效果的研究。洛克菲勒基金会曾经对此专门作了一个论证报告。据该报告，基金会认为联邦政府应该“在即将到来的战争紧急状况下利用传播研究，利用对于传播所必需的各种复杂的研究，诸如内容分析、调查和专题小组研究”^①。也正是在这个研讨班上，哈罗德·拉斯韦尔提出了著名的5W模式，从而为传播学研究提供了框架。也是这种为政治服务的研究传统，使战后的很长一段时间内，传播学研究的功能体现在为公共决策提供服务的方面。

而经济上的推动，同样对传播学的诞生和发展起着至关重要

^① [美] E·M·罗杰斯著，殷晓蓉译（2002）：《传播学史：一种传记的方法》，上海译文出版社，第13页。

的作用。众所周知，美国是唯一在两次世界大战中没有摧毁经济发展反而大发战争财的国家。战后，美国的经济迅速增长，一跃而成为世界头号强国。经济的发展使得美国的自由市场竞争更加激烈，在这样的环境下，随着人类社会的信息交流、通讯传媒技术的发展，美国的大众传播业很快成为一个相对独立而完善的经济实体。经济和大众传播业的发展，为美国的传播学的兴起提供了肥沃的土壤，由于竞争激烈，媒介从业人员开始关注传播技巧、传播效果、传播对象特征和需求等问题，并出资进行了大量的研究。

三、传播学的理论框架

传播理论、传播模式和传播学研究方法，共同组成了传播学的体系。理论、模式、方法之间有着十分密切的关系：理论是对传播研究的概括，是传播规律的揭示；而方法是为理论服务的，大部分传播理论的产生都是以一定的传播学研究方法进行调查、实验、分析而来的；传播模式则是再现现实的一种理论性的简化形式，或者说是理论的一种简化表述方式。

1. 传播理论

任何对一种经验做出解释和阐释的尝试就是一种理论，学者的理论是以系统的观察为基础的。理论能帮我们认识到什么是重要的，什么是不重要的，能使我们预测将要发生的事情。不同的人对事物的看法各有不同，同样，不同的观点就会做出不同的解释，因此，存在诸多的传播理论也就不足为怪了。

在几十年的研究中，传播学吸收借鉴了社会学、心理学、社会心理学、政治学、文化人类学、信息科学等相关学科的大量理论与观点，形成了自己的理论体系。该体系主要分为两部分：一部分为一般理论，即介绍一般理论探索的过程与方法，从而形成