

简明大众传播学

苏炜 [著]

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

简明大众传播学/苏炜著. - 北京:中国经济出版社,2002.8
ISBN 7-5017-5697-X

I. 简… II. 苏… III. 大众传播-传播学-高等学校-教材
IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 062732 号

责任编辑:高焕之

封面设计:高书精

简明大众传播学

苏炜 著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

邮政编码:100037

新华书店经销

人民文学印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32 印张:11.125 字数:271千字

2003年8月第2版 2003年8月第2次印刷

ISBN 7-5017-5697-X/G·1130

定价:16.50元

前 言

大众传播学是一门新型的现代边缘科学。其学科体系宏大,学术内容丰富,理论性极强。

大众传播活动真正起源于15世纪中叶。人们对其进行专门研究并建立起大众传播学是20世纪中叶的事。在短短的五百年的时间里,人类依赖大众传播彻底改变了自己的生活面貌。政治走向民主,经济全球流通,文化高度发达,教育大面积普及。大众传播给人类文明带来的深刻变化,吸引了众多学者将自己的学术研究与大众传播联系在一起。诞生于20世纪三、四十年代的“5W模式”、“有限效果论”、“休眠效应”、“团体动力学”、“信息论”等传播研究理论都是各类社会科学学者们对大众传播研究的成果。他们结合现代信息环境和传播媒介发展的现实对大众传播活动展开研究,奠定了传播学的理论基础。这些理论建立在大量的科学实验和资料分析基础之上,并深刻揭示了现代传播媒介的本质,具有很强的实验性、学术性和技术性。由于现代传播学的理论基础产生于西方资本主义社会的土壤,所以给我们今天理解和认识这些传播理论增加了一定的难度。特别是进入20世纪后半期,当传播学发展到系统研究阶段后,它大量地融合了社会学、社会心理学、语言学、符号学、结构学、系统论、控制论、信息论、政治学、数学、机械学、电信理论等一系列科学领域的现代研究成果,使现代大众传播进入了技术化和社会化研究的时代,所以给我们学习传播学和理解传播理论增添了更新的内容和更大的难度。

我国大规模开展大众传播学研究是在上个世纪80年代后期。当时的大众传播研究是以引进西方传播研究理论为主,在借鉴传播

研究成果的基础上结合我国的传播实际逐步建立起有中国特色的大众传播学。目前这个工作仍未完成。这使想真正了解大众传播理论的人们仍然以学习西方传播理论为主,加之目前大众传播事业一日千里,飞速发展,研究理论总也赶不上大众传播活动的发展和更新。信息多媒体技术和计算机网络技术使传播现实更呈现出立体型和多元化的复杂局面。这种客观现实对传播研究提出了新的课题,也为我们认识和理解传播理论提出了新的挑战。

基于以上原因,为了帮助广大大众传播学的初学者领会大众传播理论的实质,同时也为配合学员在学习过程中抓住重点、理解难点、掌握要点,我们针对《大众传播论》一书编写了这本《简明大众传播学》,便于大家能深入浅出地理解和学习大众传播科学。本书最大的特点是通俗、简约和浅显。它将晦涩的大众传播理论通俗化,使繁琐而复杂的传播理论实验过程简单化,特别是将深刻揭示人类生活本质的深奥理论,用浅显的文字表达出来,旨在帮助初学者能宏观地把握大众传播理论庞大的结构体系。

为了配合大家对传播理论知识的把握和学习,我们为每一章内容列出了学习重点并配有专门的习题,以此来巩固学习内容。

由于所有的理论学习都是为实践服务的,同时实践材料又能帮助学习者透彻地理解理论内涵。为此,我们在本书的后面专门安排了一些有关传播学的学习资料。为的是能使学员深化理论学习,将所学知识应用到实践中去分析传播现象。这一部分资料都是典型的传播内容,很值得一读,利用它来分析传播理论和现象很有益处。

总之,大众传播理论为我们的传播实践活动提供了科学的理论指导,了解它能使我们今后所从事的大众传播活动更有自觉性和科学性。在当今以信息传播为社会活动核心的信息社会里,每一个人都应当拥有大众传播学的起码知识,以使我们的传播活动更有效。

作者

2002年6月

目 录

前言

第一章 传播的基本含义	(1)
学习重点	(2)
思考与练习	(20)
第二章 传播的基本原理	(29)
学习重点	(30)
思考与练习	(84)
第三章 传播的发展演变	(99)
学习重点	(100)
思考与练习	(106)
第四章 传播的基本类别	(113)
学习重点	(114)
思考与练习	(129)
第五章 传播的社会地位	(135)
学习重点	(136)
思考与练习	(140)

第六章 传播与传播学	(143)
学习重点.....	(144)
思考与练习.....	(154)
第七章 大众传播概述	(159)
学习重点.....	(160)
思考与练习.....	(175)
第八章 大众传播主体	(180)
学习重点.....	(181)
思考与练习.....	(187)
第九章 大众传播客体	(190)
学习重点.....	(191)
思考与练习.....	(197)
第十章 大众传播内容	(201)
学习重点.....	(202)
思考与练习.....	(207)
第十一章 大众传播媒介	(210)
学习重点.....	(211)
思考与练习.....	(218)
第十二章 大众传播效果	(223)
学习重点.....	(224)
思考与练习.....	(236)

目 录

第十三章 大众传播现状·····	(243)
学习重点·····	(244)
思考与练习·····	(251)
第十四章 大众传播学的未来发展趋势·····	(256)
学习重点·····	(257)
思考与练习·····	(260)
第十五章 大众传播研究概述·····	(262)
学习重点·····	(263)
思考与练习·····	(268)
第十六章 大众传播研究方法·····	(272)
学习重点·····	(273)
思考与练习·····	(279)
大众传播学习资料(一)·····	(284)
大众传播学习资料(二)·····	(335)
后记·····	(348)

第一章

传播的基本含义

在这一章内容中,主要分析传播与联系、传播与存在、传播与社会的各种关系,并进一步论述了传播的性质。这些内容是认识传播的出发点。

学习重点

第一节 传播与联系

传播是一种社会现象,但是它却连接着人类赖以生存的两大世界范畴,即主观世界和客观世界。它具有物质和精神的双重属性,是主客观两大存在在人类生活中的有机统一,而人的活动是以社会形态借助联系而完成的。

一、传播的概念

人与传播联系在一起。

“传播”一词在 1400 年前就出现了。“传播”这一概念,但从它的发展和应用历程看,这一词语有一个概念意义逐步扩大的过程,由最初的传递和播种最终合成新的意义,旨在将其义扩大到精神和思想的主观领域。也就是说由一个对客观现象概括的词义引申扩展到形象地指代人的精神交流。

我们这里所理解的“传播”是其内涵相当明确的一个意义部分,即人类精神内容的交流。

“传播”的定义:传播即信息拥有者向信息的接受者通过一定的手段和方式传输信息内容的过程。

“信息”即传播的内容,它可以是对一切事物的表述,任何的意义都可以构成信息,既可以是自然界的事物,也可以是人的事物,它包含着人的主观意识范畴的内容。包括我们对信息最熟悉,最一般的了解,也就是所谓消息、意见、观念、知识、资料、数据等。

信息拥有者可以理解成传播者,而信息接受者相应地也就可

称为被传播者,或者叫受传者。

信息的传播者和受传者在传递信息内容的过程中,都有主动和被动之分,甚至会出现单向、双向和多向传输的不同事实。

传播者个体和受传者个体两个单独的方面,这一传输就是双向互动的;如果是三方以上,或是更多的传受者的共聚交流,即以这种互为传递和反馈,再传递和再反馈的交流就是多向的、复杂的相互“回流”过程。

传者和受者通过传播信息作用后,这种作用实现了效应,就会出现信息“共享”。

任何传播活动旨在输送信息,信息内容是目的,传播只是手段。

对于传播定义的理解,历来存在着各种各样的倾向和观点,它们都从不同角度解释了传播的某些特性:

专门致力于传播研究的韦尔伯·施拉姆说过:“我们在传播的时候,是努力想同谁确立共同的东西,即我们努力想共享信息、思想或态度。”他强调了“传播”的“共享”结果。

亚历山大·戈德也认为:传播是使一个人或数个人所独有的信息,化为两个或更多人所共有的过程。

美国传播学者J·霍本认为:“传播即用语言来交流思想”。

传播学奠基人之一卡尔·霍夫兰就认为:传播是某个人传递刺激以影响另一些人行为的过程。

两位美国学者J·霍西和G·彼得森也认为:“传播这一概念,包含人与人之间相互影响的全部过程。”

美国传播学家贝雷尔森就提到:所谓传播即通过大众传播和人际传播的主要媒介所进行的符号的传送。

二、传播与信息的关系

传播是信息的流动,信息为传播的内容,二者相辅相成,互为存在的前提。离开了传播就无法显现或获知信息,离开了信息内容,传播行为也就不可思议,因为不存在没有传输内容的传播行为,也就是说世界上没有不“传播”的信息,也同样没有无“信息”的“传播”。作为内容的信息和作为形式的传播过程二者融为一体,密不可分。凡是有信息存在的地方,就一定存在相应的传播活动;有传播活动的存在,也就一定有信息的传递。

信息是事物存在和发展变化的基本形式的显现。为事物物质和能量运动方式的直接或间接的表述形式。无论在自然界还是人类社会,信息传递无时不在,无处不在。

信息论认为,我们一切的存在都是以信息的方式来呈现。所以,给信息下一个定义:信息即物质存在的基本形态的表述形式。

凡是我们的看得见,摸得着,感觉到的一切事物,甚至于包括只存在于主观意识中的想象和推理的结果,都可以用“信息”的方式加以表达。

传播可分为自然传播和社会传播;也可以划分为物理传播和生物传播,在生物传播中又包含着人类传播。

信息的角度理解传播,会出现两种不同的理解范围。广义的传播指包括各种类型传播在内的大范围内的传播,其中既有自然传播,又有社会传播,后者就是人类传播。广义传播中有物理传播,也有生物传播,也有人类传播。狭义的宣传专指人类传播,也就是局限在社会传播范围内的人的传受信息的行为。可见狭义的宣传包含在广义的传播范围中。我们的传播,即社会传播(人类传播)。

传播和信息二者本身就是同一事物的关系,其中一个不存在,

另一个随之消亡。

传播对我们的生存意味着它是决定我们生存的最本质的因素之一,传播与信息的关系围绕三个核心方面:

(1)信息是物质基本存在方式的表述,传播是这种表述实现的具体形式。

(2)信息是传播的内容和目的,传播是信息的载体和运动。

(3)信息和传播相伴相生,相辅相成,世界没有无信息之处,世界也没有无传播处。

三、联系的含义

物质之间的存在形式是联系,联系不断地发生、变化,形成了物质的运动形态。没有事物间的联系就没有一切。

事物的联系和作用就是以信息传递形态揭示出来的,也就是传播形态。宇宙世界的各种各样的关系,都是相互联系的产物。

联系的定义就是事物的本质存在状态。

事物的联系转变为意识状态的信息储入人的大脑当中后,人与人在精神领域发生了信息联系,这种联系就是传播。

传播由单向变为双向和多向,也就有了人类的交流。

四、传播与联系的关系

世界是相互联系的,联系表现出了各种自然现象和社会现象。一切精神成果都是传播的功劳。马克思主义认为信息(思想、观念、意识)的产生与交流,是人们物质关系的产物。

人的精神生活是人的主观意识对客观世界的反映。客观世界的各种内在联系和外部依存都可以在人的思想中得到反映,并以信息的形式加以储存,并以传播的方式将其表达出来。我们对生活规律的揭示事实上就是对客观和主观世界内在联系的揭示,我

们称之为科学。对这种内在规律的表达和对一系列内部联系的揭示,只能借助于传播形式。传播是联系反映的唯一通道,科学必须依赖传播才能存在。

传播与联系的内在关系:

(1)联系是事物的存在状态,传播是这一状态的表达形式。前者是内容,后者是形式,二者相辅相成,互为依存条件。

(2)联系反映事物的本质,传播反映联系的本质,联系决定传播,传播使人对联系的认识更精确。不断提高对联系的认识又推进了传播的发展和完善,因此联系和传播总是互相促进,不断上升。

(3)事物的联系是纷繁复杂的,因此传播的种类和内容也是多种多样的。事物的联系被不断地揭示,传播的内容会无限地扩展下去。

(4)事物之间的联系是相对的,有宏观的联系也有微观的联系,传播的形式和内容也是相对的,有单纯的,有复杂的,有总体的,也有局部的。

(5)对事物内部联系规律的揭示为科学,而对反映这种联系的规律被称为传播学。

传播学是对传播内在联系规律的揭示,传播学是众多科学门类的的一个分支。

(6)事物的各种联系对于人类而言分为两个领域,即物质世界的联系和人的精神世界的联系。

传播是用物质形式来反映人的主观精神内容——即信息符号,而信息又是对客观规律的反映。传播跨越物质和意识两个领域,是人类所面对的物质世界和精神世界的桥梁,它用物质符号反映精神内容,而精神内容又揭示物质联系。

第二节 传播与存在

一、传播与存在的关系

存在为事物持续地占据着时间和空间。即实际上现有,尚没有消失的事物及表现状态。指不依赖人的意识,按自然规律和方式运动,并不以人的意识为转移的客观世界,即物质。

物质决定意识,不是意识决定物质。意识本身也是物质运动的产物。

传播作为一种中间环节,它既不纯粹是客观物质世界范畴内的部分,也不完全是精神世界的内容。它具有双重性。在表现形式上它是物质的。作为“人的思维”是纯粹的精神内容。传播在出发点和目的是精神领域内的。传播作为十分特殊的现象具有主观和客观的双重属性。

传播与存在的关系既不是鲜明的主客观对立的关系,也不是互为因果的承接关系,传播是一种特殊的中介范畴,具有中介性和双重性。

传播与存在的关系为:

(1)存在是包含物质和物质生成、变化状态的范畴,当然也包含传播本身在内。

(2)传播是对存在的反映,但这种反映跨越两个境界,一方面传播的内容是主观世界对现实存在的表达;另一方面传播的手段和工具是物质的,传播具有双重属性。

(3)传播本身作为一种事物,也是存在的组成部分,称为传播存在。

(4)存在决定传播但传播对存在的影响也是巨大的。传播在人的主观思想的支配下,会直接作用于客观存在,将存在的形态进行本质的改变。

二、传播的存在方式

人类已经经历了三次信息革命,以电子技术的应用为标志的第三次信息革命,将全球联系在了一起,传统的哲学,在现代传播学的冲击下,进入了现代哲学的新格局,用新兴的信息论,控制论,系统论来解释世界。这“三论”是传播发展的产物。

“三论”相继出现在 20 世纪中叶,是信息科学的基础。

信息论的创始人克农德·香农在 1948 年提出了信息论的观点,1949 年在他与数学家韦弗出版的《传播的数学原理》中系统地阐述了自己关于信息的认识,被传播学历史奉为奠基之作。他们提出了一个传播过程的典型模式——信息论模式。这是香农和韦弗对人类传播的最大贡献,对传播学研究产生了深远的影响。

控制论的创始人是著名的传播学家,威纳,他在研究的基础上形成的控制论思想,1948 年他关于“控制论”理论的代表作《控制论》出版,1950 年又专门研究出版了社会研究领域的《人有人的用处——控制论与社会》。他从人类社会中的生存状态,解释了事物运动的实质。研究信息的传送和转换规律的信息论,是研究自动机器与生物体中控制与传播的共同原理的控制论基础。

系统论是在运筹学基础上产生的有机运动理论。系统论的基本思想即 $A + B$ 并不简单地等于 $A + B$,而形成一个新的内容 C ,其中 C 代表的内容可能大于 $A + B$,也可能小于 $A + B$ 。亚里士多德概括过:整体大于各个孤立部分之和。系统的能量是综合的,是各个孤立部分通过排列组合规律而共同焕发出的新的合力,这种合力是各因素综合作用的结果,其影响力可能超过原来各个组成

部分分离状态下产生能量的单纯相加,也可能不及这种简单相加之和。系统论要求将传播活动置于整个社会信息的大系统进行考察。

(一)传播的信息存在

传播作为一种普遍现象是因为物质是以联系的存在状态所决定的。自然的现象和人类传播一样,都是事物共同存在,相互联系的反映。传播内容都为信息。存在于这两个领域内的信息形式显然是不相同的,前者称之为自在信息(自发信息);后者为人为信息(自觉信息)。

自发信息是随意的,是发生在偶然联系事物间的必然规律的显现,是不以人的意志为转移的。

自觉信息则是受人的意志所控制,进行选择传达的结果。

在这两种信息间还有一种是自然界的自发信息对人的作用。

人类之间的信息交流是利用中介符号,而自发信息对人的信息传递使用的是事物本身。把这种作用于人的自然原始信息称之为信号。

信息是一个核心概念,它属于内容方面的范畴。传播是一种基本现象,对于人类而言,它是一种行为,也是一种活动,但在本质的方面,它是信息的流动,流动是形式,信息是主体。传播是一种信息存在。

关于信息的称谓很多,有资讯,有情报,有资料等。信息显示事物的存在状态和变化趋势,既是传播的起点,也是传播的终点。

(二)传播的客观存在

传播的客观存在是指传播形式,它就是传播的物质属性。

在人类传播领域,只包含人类传播,称之为社会传播,一般简称传播。

社会传播既指个人与个人之间的信息交流和精神交往活动,