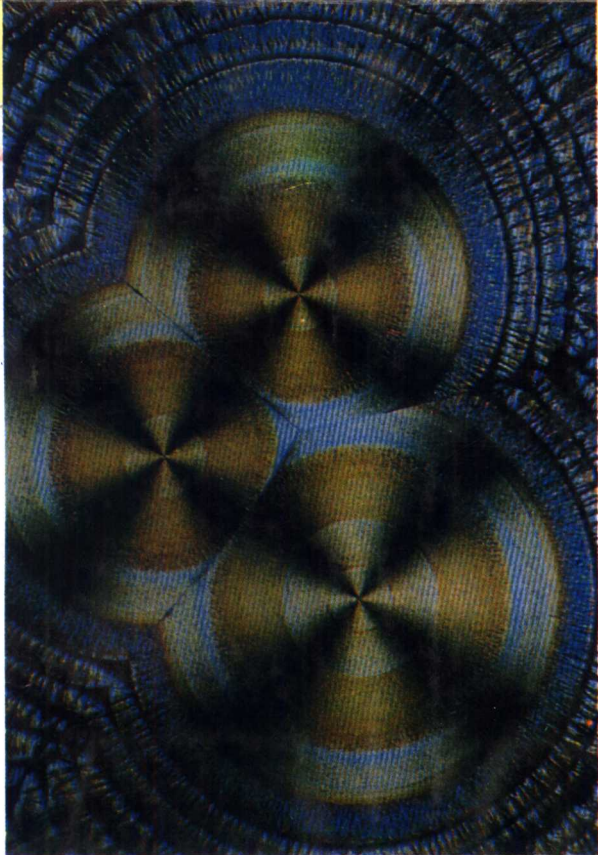




基础传播学

JICHU CHUANBOXUE

段京肃 罗 锐

兰州大学出版社

基础传播学

段京肃 罗 锐

兰州大学出版社

兰州大学出版社出版发行

兰州市天水路 216 号 电话:8617156 邮编:730000

兰州大学出版社激光照排中心排版

武威市印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张:13.875

1996 年 4 月第 1 版 1996 年 4 月第 1 次印刷

字数:347 千字 印数:1—8000 册

ISBN7-311-00919-7/G·331 定价:14.80 元

致力于传播学研究中国化的新作

(序 言)

童 兵

12年前，我在人民大学新闻系助教班上讲授《新闻事业概论》。在这个班上，我认识了兰州大学新闻系段京肃兄。今年五月中旬，回母校复旦新闻学院参加迎接21世纪新闻业务学术讨论会，又恰与京肃兄合住一室。他提交讨论会的一篇论及信息高速公路与新闻信息传播的论文，选题和笔力给我留下深刻印象，我曾建议他将稿子投交《现代传播》发表。越一月，在神农架松柏镇参加国家教委召集的全国新闻学专业教学内容和课程体系改革研讨会，不期见到兰州大学新闻传播系主任刘树田教授。刘学长告及京肃兄新近完成大作《基础传播学》，并嘱我为之作序。京肃文如其人，他的文品、治学，同他作为西北汉子特有的憨厚、热烈、执著极为吻合，素为我所敬重，加上五月聚会之谊，学长嘱托之威，我自然不敢推辞。

归京之后，多次研读京肃兄的文稿，回味《基础传播学》的章节目录——据我的经验，一本书的章节目录，往往是该书最为简洁的理论框架和逻辑体系。我发现，《基础传播学》没有枉费京肃十余年潜心研究的心血，确是一本很有特点的传播学力作，其中最为可贵的，是他对于传播学研究中国化的不懈努力。

1983年9月，人民日报出版社出版了由中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室主编的《传播学（简介）》。编著者在前言所说的一段话，颇能概括当时我国学人对传播学的基本态度：

我国在实行对外开放政策后，学术界对西方研究传播学的情

况，开始有所接触。但是，迄今我们所获得的关于传播学的材料，大多是点滴零星的。除个别大学新闻系教授之外，在我国对西方传播学有所了解和研究的人，可说寥寥无几。在宣传、新闻、出版、教育、文化等部门，传播学的问题尚未引起人们的注意。

在我国对传播学已有初步了解的人们中，对传播学可否作为研究人类传播现象和传播规律的一门学问而存在、产生于美国的传播学是否适宜于介绍到中国来、西方传播学的基本理论的科学性如何、它有哪些研究方法和研究成果可以借鉴等一系列问题上，存在着一些不尽相同的看法。

12年过去了。今天，传播学在中国的境遇有了根本的改变。国人不再视“传播”为“资产阶级黑货”；党政一系列重要文件中一再出现“新闻传播”、“信息传播”等“新名词”；不少新闻院校更名为新闻传播院校；连社会科学院新闻所也将改称传播研究所。中国学人已经接近走完对西方传播学在中国大陆的推介、消化、整理的路程，一些先行者开始结合中国的传播实际，创立有中国特色的传播学理论体系。京肃的这本新作，即为其中一篇代表作。

现代传播学的故乡在西方。传播学研究中国化的口号，是由台港学人首先提出来的。70年代以来，台港不少学子远涉重洋赴英美研读西方传播学，深感其学问之科学，其研究方法于我之有用，但又以为其结合东方实际太少，无论是它的研究内容，还是它的研究方法与表述形式，要想适用于中华民族，都大有改革图新，完成中国化改造的必要。而我们自古代起就有不少同传播学接近的文化积累，亟待发掘整理。近十几年里，他们为之付出了艰苦的努力，有的学者奔波于两岸三地，呼吁与组织走中国化研究之路。

大陆学者在实现“传播学研究中国化”进程中，默默地然而又是顽强地做了不少卓有成效难能可贵的工作。其之所以卓有成效，是学人们经过近几年的努力，从浩如烟海的古籍中挖掘出大

量古代学人进行传播技巧研究的文献，摸索出若干适用于中国现代政治经济模式的研究方法，初步建构具有中国特色的传播学理论框架；其之所以难能可贵，一是在拜金主义狂潮冲击下他们不为所动，“独立讲坛”，埋首学问；二是在时左时右的政治思潮压力下，他们咬住真理不放松，执著于自己的研究与探索。

京肃在祖国大西北安心于教学科研，12年磨一书，令人可敬。他的书在实现传播学研究中国化方面所做的努力，尤其值得赞扬。这本新作的一些章节，如：中华民族对世界传播事业的贡献及中国传统文化中的传播理论；中共新闻传播理论主要观点；新形势对中国传播体制和观念的冲击，为他书少见。他关于建立中国传播学体系应该注意的几点意见，也言有所指，至诚至深，如：中国传播学的建设要立足中国国情，充分考察中国的传播环境和传播活动规律；坚持马克思主义的立场观点，广泛借鉴现代科学理论和方法；传播学研究要向专门化方向发展，形成一支专业研究队伍，保证传播研究的连续性并不断提高研究水平；创造宽松的学术研究环境，真正把学术研究和政治问题的界限区分开来，不要动辄给研究现代社会科学的人扣上不恰当的大帽子；要加强对传统文化中传播实践经验的总结和研究，尽可能地吸收其中的合理成分，充分体现传播学体系中的中国特色和民族特色。据此，我将京肃的书称之为致力于传播学研究中国化的一本新作，当不为过。

应该指出，传播学研究在中国还不普遍。在不少学校，传播学还没有成为新闻传播专业的骨干课程。但是，经过十几年风风雨雨，这门从西方引进的新课已在大学讲坛扎根，这是十分可喜的。这是中国高校实行改革开放的一个成果。在我国不多的专门从事传播学研究的人员中，高校主讲传播学的教员人数最多且最有研究实力。目前我国设立新闻传播专业的院校已达66所之多，普遍开设传播学课程，按每个专业有两人讲授传播学计，这支队

伍当不少于100人，以全国12亿人口，全国千余所高校论，100人自然不算多。但经过十几年洗礼筛选成长起来的这百人，多数正年富力强，思想解放，具有极强的开拓精神和研究实力，令人看重。他们是实现传播学研究中国化的希望所在。读京肃这本新作文稿的同时，我又收到杭州大学新闻与传播学院黄旦兄的新作《新闻传播学》，邵培仁兄的《新闻传播学》以及前几年出版的《艺术传播学》、《传播社会学》，郑州大学新闻系李彬兄的《传播学引论》，便是一个很好的佐证。我们的社会——我们的党，我们的政府，我们的教委，他们所在的学校和院系，我们的年长的和年轻的老师们，都有责任理解、爱护、支持他们，使他们的研究能在更好的条件下更自由更有效地展开。

马克思说过，“在科学上面没有平坦的大道，只有不畏劳苦沿着陡峭山路攀登的人，才有希望达到光辉的顶点。”期盼京肃兄等传播学研究的主力军，能在传播学研究中国化的历程中，贡献更多更好的作品。

1995年7月11日

于北京塔院迎春园

前 言

80年代以前,在中国大陆没几个人知道“传播学”为何物。而只经过短短十几年的引进、介绍,在90年代中期的今天,“传播学”在我国新闻学、广告学、公共关系学等学科的教学和社会实践领域中,已经奠定了自己牢固的地位。在很多高等学校的相关专业中,“传播学”已经被列为专业基础课,甚至是骨干基础课。有的学校已经培养出了传播学方向的硕士研究生,并已经有人在攻读传播学方向的博士学位。十几年来,还有不少的中青年学子远渡重洋在异国他乡修读传播学,有些人已经学成回国。在教学领域、科学研究领域和各类传播实践领域中,传播学的研究和运用越来越受到人们的青睐。甚至已经有学者明确地提出了建立有中国特色传播学体系的设想。在最新的国家社会科学基金项目分类中,传播学已经单列,并有了许多的分支研究方向。每年都有一批传播学理论和实践的成果公之于众。在港、台和国外的许多传播学研究场合,中国的传播学者和传播学研究成果所占的位置也越来越引人注目。

在学科内部,传统的新闻学也展开了包容传播学的翅膀,并在同国外学术界的交往中给予传播学以足够的重视。虽然我们 cannot 断言传播学能象在国外那样取新闻学而代之,但传播学的进入确实给我们改造和发展新闻学带来了一条新的思路。

人类的历史是交往沟通的历史,交往沟通的结果是民族、国家的共存共荣,是人类改造世界能力的大提高。在即将来临的21世纪中,交往和沟通的作用、方式都会有进一步的变化与发展,以

研究交往沟通为己任的传播学正当大显身手。

我们无意夸大传播学的历史作用，事实上传播学也不是万能的。但科学地认识传播现象，有效地掌握传播规律，自如地运用传播技巧和传播方法，都应当是现代人全面素质不可或缺的一个方面。

愿阅读本书的各位读者能通过我们粗浅的描述，对传播学产生一点兴趣。如果进而能在各种各样的传播活动中对大家有一点帮助，更是我们所期望的。

目 录

致力于传播学研究中国化的新作（序言）	童兵
前言	(1)
第一章 传播学的产生与发展	(1)
第一节 传播学的由来	(2)
第二节 传播学研究的奠基人	(13)
第三节 传播学的理论分支及传播学在全世界范围内的发 展	(23)
第四节 我国现阶段研究传播学的必要性和可能性	(36)
第二章 传播（上）	(43)
第一节 什么是传播	(44)
第二节 传播的产生与发展	(49)
第三节 不同历史时代传播活动的特点	(72)
第三章 传播（下）	(81)
第一节 传播的性质与传播活动的过程	(81)
第二节 传播活动的基本分类	(88)
第三节 传播的社会功能与作用	(104)
第四节 传播活动的基本环节及传播过程中所涉及的主 要因素	(116)
第四章 传播活动的行为主体（一）——传播者	(121)
第一节 传播者及其类型	(122)
第二节 传播者的任务	(136)
第三节 传播者的权利和社会责任	(143)

第四节	传播事业和传播行为的控制·····	(148)
第五章	传播活动的行为主体 (二) —— 受传者·····	(162)
第一节	受传者在传播活动中的位置与作用·····	(162)
第二节	受传者的分类及其特点·····	(166)
第三节	受传者的权利和参与传播的目的·····	(173)
第四节	受传者对传播活动的主动控制·····	(181)
第五节	受传者对传播过程的被动控制·····	(189)
第六节	对受传者的培养与改造·····	(197)
第六章	传播内容研究·····	(200)
第一节	对信息的基本认识·····	(200)
第二节	信息的分类与特点·····	(206)
第三节	信息传播中的有关问题·····	(215)
第四节	内容的载体——符号·····	(226)
第五节	语言符号·····	(232)
第六节	副语言符号·····	(241)
第七章	传播媒介·····	(247)
第一节	传播媒介的社会地位与作用·····	(247)
第二节	传播媒介的分类及其特点·····	(253)
第三节	传播活动中的媒介调度及媒介对传播活动的控制·····	(258)
第四节	传播媒介的发展及其对社会可能产生的冲击·····	(265)
第五节	麦克卢汉等人的媒介研究·····	(275)
第八章	传播效果·····	(280)
第一节	西方传播效果研究的主要观点·····	(281)
第二节	影响传播效果的因素·····	(287)
第三节	反馈·····	(304)
第九章	传播环境与传播制度·····	(308)

第一节	环境在传播中的作用·····	(308)
第二节	传播活动中对环境的利用与改造·····	(317)
第三节	不同传播制度下传播活动的特征·····	(327)
第四节	发展传播学·····	(331)
第十章	传播方法与传播技巧·····	(340)
第一节	传播方法、技巧的作用和运用技巧的要求·····	(341)
第二节	传播方法技巧在内容方面的体现·····	(344)
第三节	传播方法和技巧在形式上的体现·····	(352)
第十一章	传播学研究方法·····	(371)
第一节	实地调查法·····	(373)
第二节	内容分析法·····	(385)
第三节	控制实验法·····	(388)
第十二章	中国传播理论的研究与传播学体系的建立·····	(392)
第一节	中华民族对世界传播事业的贡献及中国传统文 化中的传播理论观点·····	(393)
第二节	中国共产党新闻传播理论主要观点·····	(404)
第三节	新形势对中国传播体制和观念的冲击·····	(410)
第四节	中国传播学体系的基本构想·····	(418)
后记 ·····		(428)

第一章 传播学的产生与发展

“传播”一词在中国古已有之，但将它同“学”联系在一起却是近十几年的事。西方人提出并研究了几十年的传播学对于在建设现代化社会大路上疾行的中国人不免有几分陌生。到现在恐怕还没有多少人注意到它的传入和研究，更少有人注意到它将在未来社会中要发挥的作用。近年来人们津津乐道的“信息高速公路”的出现，更为传播学的发展开辟了良好的前景。其实，“传播”和“传播学”离我们并不遥远，它同我们每一个人的劳动、生活都紧密地联系在一起。无论承认与否，谁也无法摆脱“传播”。

天安门广场上，国家主席正在举行仪式，欢迎来访的外国国家元首。国歌高奏，礼炮齐鸣，两国国旗迎风飘扬。这是“传播”；

小学校里，年轻的女教师正在给天真活泼的孩子们讲“司马光打破缸”，勇敢、机智的种子洒向幼小心灵。这也是“传播”；

太空中飞行的航天器中，“太空人”正在用现代化通讯设备同地面控制中心讲话，这还是“传播”；

花团锦簇的公园里，一双情侣正依偎在垂柳的阴影中喃喃细语，年轻的脸上荡漾着幸福的微笑，路过的游人投下羡慕的目光，这同样是“传播”；

书架四立的斗室里，作家一会儿苦思冥想，一会奋笔疾书，一个个鲜明的艺术形象跃然纸上，写作者不停地与书中人物交谈，为他们而喜、怒、哀、乐。这又是一种“传播”；

.....

传播，它早已渗透到了人类生活的每一个角落、每一个环节。它给我们带来欢乐，也带来忧愁；它使人类进步、社会繁荣，但也可能造成巨大破坏。几千年来人们一直在注意它、研究它、使用它，但对它一直缺乏系统的研究和了解。

到底什么是“传播”，这成了人人都知道而似乎人人又都说不清楚的问题。在一些工业发达国家，特别是老牌资本主义国家，“传播”的研究已成为一门专门的学问——传播学，出版了数以万计的著作，建立了数以百计的研究机构，涉猎传播学的学生可一直攻读到博士学位。这一门中国人感到陌生的学问都研究些什么呢？

本书欲同您一道步入“传播”的王国，领略“传播学”的风采，一起寻找一个关于“传播”的满意答案。

第一节 传播学的由来

传播学是在第二次世界大战前后形成的一门以研究人类传播现象为主的综合性交叉学科。它赖以形成的基本条件是资本主义经济基础和社会文化基础。所以，人们认为传播学是一门年轻的学科，是资本主义社会进入高度社会化时代的产物。

但传播学并没有隔断同人类历代的思想文化渊源和学术渊源。无论中外，在古老的历史发展阶段中，先行的哲人们对传播这种复杂的社会现象早已予以必要的关注，并有一些高水平的研究成果。

一、中外历史上关于“传播”的认识和研究

古希腊著名哲学家亚里斯多德在他所撰写的名著《修辞学》中，就提出了语言传播的五点要领：（1）说话的人；（2）所说的

话；(3)听话的人；(4)场合；(5)效果。^①这一关于语言传播的系统研究成果竟和2000多年以后现代传播学家关于传播过程的模式研究惊人地相似。在古罗马，人们常常将那些能说会道，具有较高演讲、说服能力的人看作是有水平的人。恺撒大帝为弥补自己在这方面的不足，专门组织了一批人代替自己进行演讲宣传。古埃及的法老和祭司致力于创办司书学校、图书馆，注意系统地向人们进行信息和知识的传播，确立了社会传播的一种积极形式。

中国历史上，也有过关于传播的许多研究，并有闪光的思想。

《尚书·舜典》中有这一段记载：“帝曰：龙，朕疾谗说殄行，震惊朕师。命汝作纳言，夙夜出纳朕命，惟允！”译成白话文，大致意思是：“龙，我最痛恨说坏话和做坏事，这会惊扰我的百姓。我命令你做纳言官，早晚发布我的命令，收集对我的意见。”这反映出了古人对传播的认识。他们感到了传播活动在安定社会、稳定人心方面的巨大作用，以致于设立了“纳言”的职位从事专门的传播工作。

在《国语·周语上》中所记载的有名的《召公谏（厉王）弥谤》的历史故事，也反映了古人对传播的社会作用以及保证各级传播渠道畅通的重要性的认识。其中写道：“防民之口，胜于防川。川壅而溃，伤人必多，民亦如之。是故为川者决之使导，为民者宣之使言。……夫民虑之于心而宣之于口，成而行之，故可壅也？若壅其口，其与能几何？”这是对各级管理者的一种忠告，也反映了民众的传播活动将会发生的重大社会作用。

在《左传·襄公三十一年》中记载的《郑子产不毁乡校》的故事，不但说了正确引导传播活动的重要性，还指出了提供良好议论、传播环境的意义。当时的“乡校”已成为各种社会信息交汇、整理加工、重新发布的一种场合，子产将乡校作为自己明得

^① 见《中国大百科全书·新闻出版卷》第67页。

失的地方，不能不说他对来自民间的议论十分重视，也意识到了环境宽松对正常传播活动的重要性。

正是在这类众多实践、总结的基础上，在春秋战国时期，诸子学说中就已形成了较完整的信息传播观点：“信”——传播活动要取信于人；“实”——传播内容要真实，忌讲空话假话；譬——传播活动要注意方式，举例以使人明白，以浅入深，以浅喻深。这里对传播活动从内容到形式都提出了精炼而又深刻的要求，是我们至今仍应遵守的一些基本准则。

春秋战国以后，历代关于传播的实践活动和理论总结更加丰富多样，在此不一一论及。

但无论是中国还是外国，古人虽进行了大量的传播实践活动，其理论的研究和归纳却一直是不系统的，只有点滴经验的总结。以至于我们看不到一本古人撰写的关于宣传、新闻、传播的理论专著，只能从散见于各种典籍的论述中去寻找、归纳。有些成功的经验和优秀的成果可能永远也看不到了。形成这种情况的原因，主要是由于社会经济基础发展的水平、尤其是生产力水平的低下，还没有对高效、科学的传播活动提出较高的要求，同时科技手段的落后也决定了传播手段的落后，传播活动在人类生活中还没有被摆上重要的日程。人们在忙于其他社会活动的同时，忽略了对须臾也不曾离开的传播活动的系统研究。

当时间步入 20 世纪之后，这种情况才开始发生了根本性的变化。

二、现代传播学在美国的诞生

现代传播学形成于美国，时间是在第二次世界大战前后，其中有深刻的原因。

1. 现代科学技术的发达，促进了以大众传播媒介为代表的传播手段的整体进步。在报业已经很发达、并形成了系统的报学理

论之后，层出不穷的新媒介、机构和新的传播方式对社会生活形成极大冲击，人们不得不面对现实，思考新现象、新问题。

美国在资本主义国家中虽不是资格最老的，但其发展速度却是最快的。到19世纪末叶时，相对而言，其生产方式和生产力水平在资本主义国家中位居前列，科学技术也在全世界处于一流水平。先进的科学技术和物质设备手段同传统的传播媒介相结合，在美国最早普及了新型的传播媒介。

1896年，爱迪生在纽约第一次为美国公众放映电影，将一种全新的信息传播媒介推到了公众面前，令许多人大吃一惊。进入20世纪后，电影在美国迅速发展并普及，仅在纽约一个城市中每周就有100万人去影院。到1914年，美国全国每周有4000万人看电影，电影正式成为人们生活中最受欢迎的媒介，“是电影的开创者们做梦也不敢想的。”^①美国电影制造业的中心好莱坞正式形成，它也成为对人们极富吸引力的信息制造发布机构，众多的艺术家、传播技术专家云集于此，艺术作品这种特殊的信息载体也进入了大工业化的生产阶段。

与此同时，另外两种更受欢迎、影响将更大的传播媒介也在悄悄地孕育。早在1844年5月24日，塞缪尔·莫尔斯就通过架设在华盛顿特区和马里兰州的巴尔的摩之间20英里长的铜线，发出了“上帝创造了什么”这几个富于戏剧性的字，正式拉开了人类远距离同步传播信息的序幕。1906年，科学家费森顿利用马可尼发明的无线电信号发报机建成了一个传送音乐和人的声音的系统，使人们远距离同时通话成为可能。1920年11月2日第一家专门化的广播电台KDKA（匹兹堡西屋电器公司广播电台）开始播音。尽管这时的无线电广播很不正规，但还是引起了人们的兴趣和热情。到20年代中期，无线电收音机的销售量已达到百万台。

^① 德弗勒、丹尼斯：《大众传播通论》，华夏出版社出版。