

communication) 有很多定义。我们26种。当我们看到中文“传播”这个词时，我们可能会理解为信息从A到B，而传播学则把传播理解为 semiotic communication，可不是这样，而是双向的信息交流，即对话；还有，就是对传播内容的意义共享，双向、共享，这才是我们所说的“传播”。人类的生活和繁衍永远不可能与信息的传播脱离。因此，美国传播学者韦乐群·施拉姆说：我们是传播的物种。传播是形成人类关系的纽带。独处一个人时，我们不可能进行传播；交流，这是自我传播；人与人相处时，这是人际传播；身处某组织、某社会层面时，这是组织传播、社会层面传播。电视和广播是大众传播，这是大众传播。信息传播是传播学研究的对象。



传播学入门

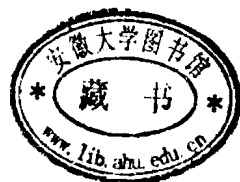
CHUANBOXUE RUMEN

陈力丹 陈俊妮 著

人民日报出版社

传播学入门

陈力丹 陈俊妮 著



人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学入门/陈力丹,陈俊妮著.—北京:人民日报出版社,2011.12
ISBN 978-7-5115-0691-7

I. ①传… II. ①陈… ②陈… III. ①传播学—基本知识
IV. ①G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第220657号

书 名:传播学入门
作 者:陈力丹 陈俊妮

出 版 人:董 伟
责任编辑:梁雪云 程文静
封面设计:春天书装工作室

出版发行:人民日报出版社
社 址:北京金台西路2号
邮政编码:100733
发行热线:(010) 65369527 65369512 65369509 65369510
邮购热线:(010) 65369530
编辑热线:(010) 65369514 65369523
网 址:www.peopledailypress.com
经 销:新华书店
印 刷:北京中新伟业印刷有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16
字 数:160千字
印 张:12.75
版 次:2011年12月第1版 2011年12月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5115-0691-7
定 价:29.00元

写在前面 ◀

我们是自觉传播的动物

“传播”(communication)有很多定义,有人曾经搜集了126种。当我们看到中文“传播”这个词时,可能会理解为信息从A传到B。而传播学所说的communication,可不是这样,而是双向的信息传播,即对话;还有,就是对传播内容的意义共享。双向、共享,这才是我们所说的“传播”。人类的生存和繁衍永远不可能与信息的传播脱离。因此,美国传播学者韦尔伯·施拉姆说:我们是传播的动物。

传播是形成人类关系的纽带。一个人独处时,我们要跟自己交流,这是自我传播;人与人相处时,我们要跟对方交流,这是人际传播;身处某一组织,要跟组织其他成员交流和代表组织与其他组织成员交流,这是组织传播;社会层面我们知道的信息,大部分来自报纸、广播、电视和网络,这些媒体向我们告知信息,这是大众传播;如果你遇到老外,一些意思总是说不清楚,那是因为你们处于跨文化传播的境地。只要有各种人

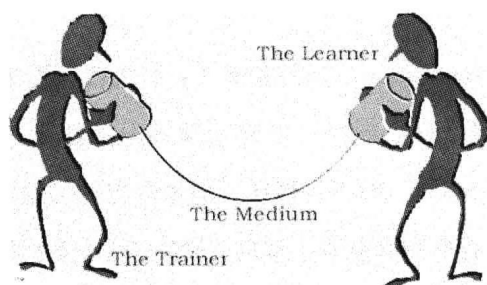


生活中的传播

的关系，就有传播。

传播渗透到我们所做的一切事情中。一个人冥想时，两个人谈话时，三个人成行时，一帮人一起谋划时……睡觉时，在咖啡馆时，参加会议时，打球时，看电视时……似乎找不到有哪一件事情我们不是在传播，只是对谁传播、传播什么、如何传播、为何传播的区别而已。

传播是流经人类全部历史的水流。从史前壁画，到纸莎草、泥板和古埃及象形文字，再到纸张和印刷术，直至今天的网络，传播载体的革新从未中断过。因此我们知道曾经有过的人和事，我们今天所经历的也将为我们的后代所熟知。



传播媒介

传播不断延伸我们的感觉和我们的信息渠道。我们知道自己在想什么，在做什么，别人在做什么，在想什么，世界在做什么，在想什么，同时我们也让别人、让世界知道我们在想什么，在做什么。有了传播，不再有天涯海角，也不会有死胡同，因为地球真的是圆的。

第一章 与自己对话——自我传播..... 1

第一节 认识自我 / 3

一、“我”可以分为“主我”和“宾我” / 4

二、“镜中我”与“社会我” / 7

三、“骗得了别人骗不了自己” / 11

第二节 我们通过什么自我传播 / 14

一、感觉、知觉与情绪 / 14

二、自言自语 / 19

三、梦：无意识的自我对话 / 22

第三节 没有记忆便没有自我传播 / 26

一、自我感觉与记忆 / 26

二、失忆：我是谁？ / 29

第四节 如何与自己相遇 / 32

一、依然故我 / 32

二、看见自己 / 35

第二章 人与人交流——人际传播..... 39

第一节 我们通过人际传播获取意义 / 41

一、人际传播交流的是什么? / 41

二、解读意义 / 43

第二节 人际传播中的语言与副语言 / 48

一、用身体交谈 / 48

二、倾听 / 51

三、学会说话和用词 / 54

第三节 我们不能没有人际传播 / 58

一、人天生是社会动物 / 58

二、人需要包容、支配与情感 / 60

三、人际传播也可能出自利益的需要 / 63

第四节 支配人际传播的社会关系 / 65

一、有了“关系”才有交流 / 65

二、角色扮演 / 67

三、“装相”与“本相” / 71

四、说话,更要对话 / 73

第三章 我们在同一条船上——组织传播..... 77

第一节 组织与我们 / 79

一、我们总得存在于某些组织中 / 80

二、组织的体制决定组织的基本理念 / 82

第二节 组织内传播 / 85

一、组织内传播的三类途径 / 85

二、组织内传播的四种模型 / 87

三、群体思维 / 90

四、群体压力 / 93	
第三节 面对组织内的意见冲突 / 97	
一、双赢或零和 / 97	
二、沟通 / 99	
第四节 组织外传播 / 103	
一、组织间传播 / 103	
二、组织形象传播 / 104	
三、组织的危机传播 / 106	
第五节 组织文化 / 110	
一、长期浸润的组织文化 / 110	
二、组织文化的拼图 / 112	
 第四章 “点”对“面”的传播——大众传播 117	
第一节 我们生活在大众传播造就的环境里 / 119	
一、从大众传播走过来 / 119	
二、“鱼是否知道自己是湿的？” / 123	
三、传媒世界≠现实世界 / 125	
第二节 大众传播的社会功能 / 128	
一、传媒提供娱乐，但不是游戏机 / 128	
二、传媒——我们每天监测环境的雷达 / 130	
三、传媒编织关系之网 / 132	
四、无形的文化传承者 / 134	
第三节 大众传播如何影响我们的思想 / 135	
一、传播的五W线性模式 / 136	
二、传播的循环互动过程 / 137	
三、关于传播效果的几个理论假设 / 138	

第四节	作为受众的我们 / 141	
一、受众选择信息和自行解释 / 141		
二、具有权利意识的受众——公众（public） / 144		
三、传媒眼里的大众——市场 / 146		
四、传媒广告的受众——消费者 / 149		
五、受众终结了吗？ / 152		
第五章	与陌生人说话——跨文化传播	155
第一节	从文化到跨文化 / 157	
一、文化即我们的生活方式 / 157		
二、现代社会到处都有跨文化交流 / 160		
第二节	了解自身文化与他者的智慧 / 164	
一、了解自己的文化 / 164		
二、发现陌生人的智慧 / 166		
三、为什么不能和睦相处？ / 170		
四、尊重他人的文化 / 175		
第三节	学会跨文化传播 / 178	
一、试着观察一种文化：以印度为例 / 178		
二、跨文化传播中的语境差异 / 181		
三、“穿别人的鞋走两个月” / 184		
四、应对跨文化冲突 / 185		
第四节	跨文化交流面临的尴尬 / 189	
结束语	做有素养的传播者	193

第一章

与自己对话——自我传播

我脱离自己已经这么远
已经不会再谈论关于自己的一切
已经不会了描述自己的感觉
当我被雨水浇湿
踏上被太阳灼干的草地
已经不能找到自我
不会描述这个人物
不会叫他的名字
不能保证
他还存在

——雷沙德·卡普钦斯基（Ryszard Kapuscinski, 1932-2007）^①

^① 波兰记者、作家和诗人。一生著述 20 余部，足迹遍及 100 多个国家和地区。多次感染登革热和其他传染病而大难不死。亲身见证 27 场革命，被关押 40 余次，四度被判死刑。代表作《与希罗多德一起履行》。

第一节 认识自我

认识自我，就是认识自己，这一点究竟有多重要呢？

法国文艺复兴时期的著名随笔作家蒙田（Michel Eyquem de Montaigne，又译蒙台涅）说，世界上最重要的事情就是认识自我。在哲学家看来，好像没有比认识自我更重要的了，他们把认识自我看作是哲学探究的最高目标，在各种不同哲学流派之间的一切争论中，即使是最极端的怀疑论思想家，也从不否认认识自我的可能性和必要性。



我不知道我是谁

认识自我，换一个角度即是自我传播，是当前的“我”与过去的“我”之间的交流。其实我在跟他人开口、碰面之前，已经在心底与自己交流了无数趟，我是谁，我该说什么、怎么说等等，虽然只有自己听得到、看得到，参与的只有自己，观众也只有自己。

为什么我们有时候会生自己的气？会恨自己不争气？会讨厌自己？或者会像古希腊神话中的水仙花自恋？为什么会梦到自己喜欢的那个人？——这一些仿佛只有自己才能读懂的内心活动，就是自己在跟自己对话。如果我们用心去看自己，就像我们去观察自然界里昙花怎样在夜间静悄悄地绽开、日全食发生的时候天空是怎样悄然黑暗一样，我们会发现原来自己的内心交流是如此的丰富。

我们见过冰封的河流，其实在厚厚的冰层下，还有流动的河水，可是表面看起来似乎什么都凝固了，只有凿开冰面，才能知道下面的世界。自己跟自己对话就像冰层下流动的河水，只有打开内心，才能看到这个世界的活动。

一、“我”可以分为“主我”和“宾我”

金庸的武侠小说《射雕英雄传》中有这样一段：号称西毒的欧阳锋练就蛤蟆功，战无不胜，非常狂妄，但是他神志却不那么清醒，常常不知道自己是谁。于是在二次华山论剑中，黄蓉问他：“谁说你是天下第一？有一个你就打不过。”欧阳锋大怒，连问是谁。黄蓉便道：“他名叫欧阳锋。”欧阳锋不觉迟疑，不禁又问。黄蓉又说：“不错，你武功是好，却打不过欧阳锋。”欧阳锋心中愈是糊涂，只觉“欧阳锋”这名字好熟，定是自己最亲近的人，可是自己是谁呢？黄蓉冷笑道：“你就是你，你自己却不知道，怎来问我？”欧阳锋心中一寒，便神魂颠倒，狼狈而去。

欧阳锋的糊涂，在于他不知道“欧阳锋”这个名字是一个符号，这个符号就代表这个会蛤蟆功、号称西毒的自己。

电视连续剧《武林外传》中也有一段与自我有关的情节：

大盗姬无命要杀秀才。

秀 才：慢着，杀我可以，但得先说明白了，我到底是死在谁的手里。

姬无命：废话，我呀！

秀 才：“我”，是谁？

姬无命：我怎么知道你是谁呀。

秀 才：问题来了吧？

姬无命：你什么意思啊？

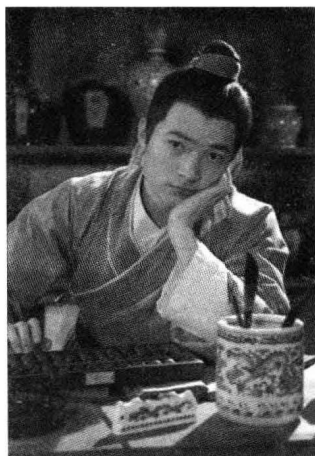
秀才：这得从人和宇宙的关系开始讲起了，在你身上长久以来，一直就有一个问题在缠绕着你……

姬无命：什么问题呀？

秀才：“我”，是谁？

姬无命：这个我已经知道啦。

秀才：不，你不知道，你知道吗，你是谁，姬无命吗？不！这只是个名字，一个代号，你可以叫姬无命，我也可以叫姬无命，他们都可以，把这个代号拿掉之后呢，你又是谁？



电视剧中的吕秀才

姬无命：我不知道，我也不用知道。

秀才：好好，那你再回答我另一个问题，“我”是谁？

姬无命：这个问题已经问过了。

秀才：不，我刚才问的是本我，现在问的是自我。

姬无命：这有什么区别吗？

秀才：举个例子，当我用我这个代号来进行对话的同时，你的代号也是我，这意味着什么呢，这是否意味着，你就是我，而我也就是你？

姬无命：这这、这个问题没什么意义嘛。

秀才：那就问几个有意义的，我生从何来，死往何处，我为何要出现在这个世界上，我的出现对这个世界来说意味着什么，是世界选择了我，还是我选择了世界？

姬无命：够了！

秀才：我和宇宙之间有必然的联系吗？宇宙是否有尽头？时间是否有长短？过去的时间在哪里消失？未来的时间又在何处停止？我在这一

刻提出的问题，还是你刚才听到的问题？

姬无命：我杀了你！

秀 才：是谁杀了我，而我又杀了谁！

姬无命：是我杀了我！

秀 才：回答正确，动手吧！

姬无命：啊！！（自杀）

我们不是失去心智的欧阳锋，也不是被秀才绕进去的姬无命。所以我们要比他们懂得更多才可以。

“主我”和“宾我”，听起来像是两个我。没错，我不仅仅是“我”。

通俗来说，“主我”是行动的那个我，微笑、哭泣、跺脚、呵斥，乃至杀人，这些都是“主我”在执行。而“宾我”是别人眼里的那个我，我觉得在别人眼里这时候我应该微笑、哭泣、跺脚、呵斥，乃至杀人，这些想法都是“宾我”在做。

所以，“主我”和“宾我”是有分工的，一个主外，一个主内。很难说谁一定操控着谁。大多数时候，“宾我”躲在“主我”后面，进行着垂帘听政。看起来事情都是“主我”在做，可是“主我”是听了“宾我”的建议。这时候“宾我”很低调，“主我”很配合，想什么就说什么，想什么就做什么，这是比较顺心的时候。

可是有时候，“主我”做的并不是“宾我”期望的，比如舍不得暗恋的人离开，可是又不愿意让旁人觉得自己没骨气，这时候“主我”不知道是该拉着对方的手还是冷冷地说再见。怎么做都不是“宾我”满意的。再比如，在大街上碰见讨厌的熟人，“主我”会下意识堆出笑脸，但却可能会让“宾我”很生气，“宾我”会让人以为自己是个虚伪的人。——因为类似的事情，我们常常很生自己的气。

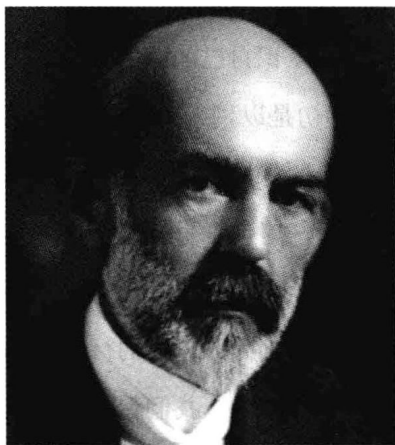
当“宾我”告诉“主我”：这个人是个讨厌的人，应该不理睬，甚至联想到之前曾经发生的一件可气的事情的时候；当“宾我”因为主我居然露出笑容这个会让人误以为虚伪的动作而生“主我”气（即生自己气）的时候，自我传播已经开始。

所以，自我传播并没有看起来那么神秘，它就是发生在我们每个人头脑中的一种信息交流活动，只不过在这个传播过程中，传播信息的主体和接收信息的客体都是一个人：在作为意愿和行为主体的“主我”和作为他人的社会评价和社会期待的代表的“宾我”之间进行的信息交流。

二、“镜中我”与“社会我”

上面刚讲到我有“主我”和“宾我”，这会儿又是“镜中我”和“社会我”，难道“我”就像千手观音一样，可以派生出无数个我来么？

“镜中我”（the looking-glass self）作为一种社会心理学的理论，是由美国社会心理学家查尔斯·库利（Charles Horton Cooley, 1864-1929）^①创建的。



查尔斯·库利

让我们从一个笑话开始：有个人打算到邻居家借把斧子。到了门口，突然犹豫邻居会不会借他，因为上次邻居找他借锤子时他没有借，邻居肯定认为他是小气鬼。心想，“真是，就为了一把锤子就不愿意借我斧子！”

^① 美国早期著名的社会学家和社会心理学家，传播学家。1890年进入密歇根大学主修政治经济学和社会学，1894年获得经济学和社会学博士学位。在密歇根大学任教。

越想越气，他最后敲开邻居的大门，气鼓鼓地对开门的邻居嚷道：“留着你的斧子好了，小气鬼！”

笑话里的人觉得自己被邻居认为是个小气鬼。“小气鬼”就是“镜中我”：“我想象中你的眼里我是什么人，我就是什么人。”

每个人都分为“镜中我”和“社会我”。

思考一下我们出门前习惯照镜子是为了什么？——为了从镜子里知道我们的头发是否梳整齐、牙齿是否刷干净了、防晒霜是否抹均匀了、衣扣是否都扣对了等。我们看到镜子中的这个人没有问题了，才会放心出门，这面镜子，是实实在在的一面镜子。

我们所说的“镜中我”里的镜子，并不是实实在在的镜子，而是一个比喻，指除我之外的其他人。也就是说，我们所有人加起来，都是某一个人认识自己的镜子；人们彼此都是一面镜子，映照对方。马克思说：“人起初是以别人来反映自己的。名叫彼得的人把自己当作人，只是由于他把名叫保罗的人看作是和自己相同的。”“他自己的感性，只有通过另一个人，才对他本身说来是人的感性。”^①

我们用这面镜子照什么？或者说，我们想从这面镜子里看到什么？——别人对自己的行为的感觉和意见。我们想知道在别人的眼里我是个什么样的人，我们看到的是自我，但是这个自我什么样，并不是自己直接判断的，而是经由别人的反应得出来的。

这个“自我”来自以下三个阶段：

- ◇ 自己的行为给别人造成印象的知觉（即“别人注意到我的行为”）；
- ◇ 别人对自己行为评价的知觉（即“别人是这么认为我的……”）；

^① 《马克思恩格斯全集》23卷67页，42卷129页，人民出版社1972、1982年版。