

传播学原理

申凡 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

传播学原理

申 凡 主编

华中科技大学出版社
中国·武汉

内 容 提 要

传播学是利用多学科理论研究人类传播行为的学说,它以人类交流活动及交流者和交流的内容、技术、社会环境为研究对象,使之成为现代人必需的一种基本知识。特别是信息社会里,大众传播、组织传播、人际传播、人内传播已经与各行各业结合在一起,对传播要义的把握能力决定着传播的成败与效果的大小。本书以新的体例,从传播总体论、系统论、主体论、客体论、媒介论、效果论、社会论、方法论等诸方面,全面阐述传播的理论、方法与模式,通俗易懂,可以更好地帮助读者学习传播学的基本知识与主要理论。

图书在版编目(CIP)数据

传播学原理/申 凡 主编. —武汉:华中科技大学出版社,2012. 2

ISBN 978-7-5609-7551-1

I. 传… II. 申… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 255463 号

传播学原理

申 凡 主编

责任编辑:刘 亭

责任校对:周 娟

封面设计:阮志翔

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:仙桃市新华印务有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:19.5

字 数:392千字

版 次:2012年2月第1版第1次印刷

定 价:32.80元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前 言

自从人类进入信息时代以来,我们从来没有像今天这样,每天不能不与他人打交道;从来没有像今天这样,每天不能不借助报纸、广播、电视来了解这个世界;从来没有像今天这样,每时每刻都离不开互联网,通过互联网与外界联系……

现代社会是一个由交往编织的社会,被信息浸润的社会,被大众媒介连接的社会。在今天,人与人的沟通,人与机构的沟通,人与社会的沟通,都被“传播”贯穿。传播是人类之间的信息传递。它像社会的神经系统,把个人与他人、个人与外部环境组成各种各样的关系,开展各种各样的活动;传播又是社会整合的平台,有此,才有了各种社会组织、社会活动,才有了社会结构及其演变。

而传播学就是研究沟通的学问,它给了人们一套怎样交往、说话,并界定人们关系的行事规则;传播学也是解读信息与媒介的学问,它可以为人们提供一套选择社会信息、解读媒介行为的原则与框架,指导人们的“信息化生存”与“媒介化生存”。

传播学要解决的是人类以什么样的行为、方式进行信息联系,以及为什么会有如此这般的行为、方式的问题。其实,在社会科学中有一些学科也曾介入了人类联系的问题。比如社会学研究人类联系中的关系及其形成的格局,心理学的交往理论研究人类联系中心理层面的问题,语言学研究人类联系中的符码规则,信息学科研究的重点是人类联系的内容,通信技术、印刷技术等研究的是人类联系的技术与设备,等等。传播学则综合了这些研究的内容,从总体上把握人类的联系,并着重研究信息联系的行为与方式。

传播学的研究对象是人类的交流,包括交流者和交流的内容、形式、手段、技术及社会环境。

传播学的研究范围包括信息传播者、信息接受者、传播的形式、传播的内容、传播的过程、传播与社会的互动、传播的媒介、传播的历史等。

今天,现代信息网络左右着整个世界,它把个人与世界捆成一个不可分割的整体,把各个地区、国家与整个世界捆成一个不可分割的系统。当代传播媒介的沟通已经使千里万里之遥、远在异域他乡的人们在“地球村”中“鸡犬之声”相闻,使用大众传播媒介的习惯也早已成为人们日常生活的一部分。正因为这样,世界上多数国家已经接受了“大传播”这样一个观念,这就是凡是涉及人的交流、沟通的工作、活动,都是广义的传播。搞广告的是从事传播工作,搞艺术的是从事传播工作,搞通信的是从事传播工作,搞电影的是从事传播工作,搞公关、宣传、新闻等的也是从事传播工作。在这样的形势下,“传播的知识”就成了当代人必须具备的一种基本

知识。

产生于20世纪40年代的传播学,已经走过了半个多世纪的路程。60多年来,它先是从北美创立,而后发展到欧洲,再扩展到世界各地。吸收了多个学科的营养,发展壮大自己,融合了许多学科,也影响了许多学科。特别是当大众传播媒介已经成为这个世界影响政治、经济、文化的无形之手,媒介平台已经成为整合社会资源的一种力量;而新兴的网络媒介又长江后浪推前浪地,几乎要把整个世界搬到互联网上的时候,社会上的人们、各种组织机构、各个学科对传播的重视、对传播学的重视,又被提到了更高的程度。

传播学是一门新兴的学科,它的理论尚有很大的发展空间;它的研究方兴未艾,也有许多工作要做。而本书就是要把已有的传播学理论与相关的知识介绍给读者,以帮助大家应用它去认识信息时代的种种传播现象与传播关系。

本书的体例考虑到了传播学体系的特点,分八个部分展开:第一章“传播总体论”从总体上看待传播,主要介绍什么是传播,传播学的来源,传播学的流派。第二章“传播系统论”用系统论的观点看待传播,介绍了传播过程与传播系统、传播模式,分析了传播的主要类型。第三章“传播主体论”从“人”这个传播主体的角度讨论问题,分别探讨了传播者与受众在传播过程中的地位、行为特点,以及相关的研究理论。第四章“传播客体论”从传播的对象这个客体的角度看待传播,探讨了内容传播中的信息、符号、意义生成与解读,以及相应的理论。第五章“传播效果论”从传播效果的角度,介绍了传播效果研究发展的历史,以及各个阶段的效果理论。第六章“传播媒介论”从传播载体的角度,介绍了媒介史与各类媒介的特征,以及各种媒介理论。第七章“传播社会论”从传播与社会的关系角度,讨论了传播的功能,大众传播与社会控制,传播与文化的关系。第八章“传播研究方法论”从学科方法论的角度,重点介绍了抽样调查法、内容分析法和控制试验法。

本书大纲由申凡主持讨论、拟订。各章写作的分工是:申凡负责第一章,鲍立泉负责第二章,苏征负责第三章,周婷婷负责第四章,范龙负责第五章,陈少华负责第六章,徐明华、方艳、全燕负责第七章,余红负责第八章。

本书在编写过程中借鉴了我国传播研究学者们的著作、论文,吸收了学界同行们的相关成果,在这里谨表谢意。

本书如有疏漏和不当之处,恳请学界同行和读者批评指正。

作者

2011年夏于喻园

目 录

第一章 传播总体论	(1)
第一节 什么是传播.....	(1)
第二节 传播学的来源.....	(5)
第三节 传播学的流派.....	(19)
第二章 传播系统论	(32)
第一节 传播过程与传播系统.....	(32)
第二节 内向传播.....	(40)
第三节 与内向传播相关的理论.....	(42)
第四节 人际传播.....	(45)
第五节 群体传播.....	(48)
第六节 组织传播.....	(53)
第七节 大众传播.....	(57)
第八节 融合传播模式.....	(65)
第三章 传播主体论	(75)
第一节 传播者分析.....	(75)
第二节 受众分析.....	(90)
第四章 传播客体论	(114)
第一节 信息与符号.....	(114)
第二节 语言符号与非语言符号.....	(121)
第三节 符号互动与意义交换.....	(131)
第四节 内容影响受众的若干理论.....	(140)
第五章 传播效果论	(150)
第一节 传播效果研究.....	(150)
第二节 早期的强大效果论.....	(152)
第三节 传播的有限效果理论.....	(156)
第四节 传播的适度效果理论.....	(162)
第五节 传播的新强效力论.....	(170)
第六节 传播效果的其他理论与研究的新方向.....	(175)
第六章 传播媒介论	(181)
第一节 传播媒介发展的历史.....	(181)
第二节 传播媒介的特征及分类.....	(189)

第三节	传播媒介技术·····	(194)
第四节	当代主要大众传播媒介·····	(202)
第五节	主要传播媒介理论·····	(209)
第七章	传播社会论·····	(222)
第一节	传播的功能·····	(222)
第二节	大众传播与社会控制·····	(234)
第三节	传播与文化·····	(246)
第八章	传播研究方法论·····	(258)
第一节	抽样调查法·····	(258)
第二节	内容分析法·····	(280)
第三节	控制实验法·····	(291)
参考文献	·····	(303)

第一章 传播总体论

第一节 什么是传播

一个人走在路上,遇见了熟人打招呼,这是传播;一个人给他的朋友写信、打电话,这是传播;一个人上网收发信息,这也是传播;一个人在报刊上发表文章,这还是传播……对于人来说,传播和人的活动如影随形,无处不在。它是人类的本能,是人类招呼同伴、协同动作、建立关系的基本手段,因而它的产生与人类的诞生几乎同步。在人类的活动中,每个人所有的行为都和传播有关,人们也会习惯地使用它,但是我们要给传播下个定义,却是颇费周章的事。

在传播学的研究中,学界对传播定义的研究有一个发展的过程。本节我们就从“传播”这个词的来源,看它的原义;了解传播学研究的历史,看学者们给它下过哪些定义;最后再讨论如何给它下个学科性的定义。我们可以把以上分别叫做原义层面的研究、功用层面定义的研究、学科层面的定义研究。

一、“传播”一词的原义

传播学对我们来说是舶来品,因而我们必须从它的外文原义入手,研究其含义。

传播学产生于美国,“传播”的英文单词是 communication。这个词是抽象名词,同其他同类字眼一样,有多种含义:①给予或传递的行为、行动;②被传递的事实或情报、信件笔记或其他书面消息;③个人交往;④共同参与;⑤人与人或地点与地点之间的通路,传达消息、命令的系统,从事通信工作的人员,传送消息的媒介;⑥思想、意见交流中互通意思的过程;⑦共济会分会的会议;⑧讲话、书写或书画、戏剧表达和交流思想的艺术;⑨通信。可见这是一个多义词,这个词包含有“传播”、“传达”、“传递”、“沟通”、“通信”、“交流”、“交换”、“交通”、“交际”等多种意思。

我们再来看看中文中“传播”的含义。在中国文字里,“传播”一词使用的历史十分悠久,《北史·突厥传》中有“宜传播天下,咸使知闻”的句子,这里“传播”一词的意义已与现代汉语中“广泛散布”的意义十分相近了。但是在古代更多的是“传”

和“播”两个字的单独使用。“传”在汉语中有“传布、流传”、“传送、传递”等意思，多表示纵向的传递，如《礼记·祭统》：“有善而弗知，不明也；知而弗传，不仁也。”^①而“播”在汉语中的原始意义是“撒、布种”等，使用更广泛的是“传扬”的意思，如《后汉书·袁绍传》中有“播名海内”^②的句子，所以“播”本身暗含有扩张、张扬之意，有一个“一”对“多”的数量指示。

我国很多学者对 communication 和“传播”两词的异同进行过比较，认为两者有相同的部分，也有不同的部分。总体来说，中文中的“传播”一词不能涵盖英文 communication 的全部意义。学者们在传播学的学术研究中也发现了两个词内涵不完全一致。比如说汉语中“传播”的概念要求交流信息时有两个以上的个体，这就否定了“自我传播”，而英文 communication 则包括这个意义，因而它更宽泛一些。

由于中西文化的差异，中文里还没有一个词是可以和 communication 完全对应的，因而很多学者认为对于大众传媒的“传”来说，译为“传播”是合适的；而对于其他类型的“传”，译为“沟通”似乎更恰当。正因为这样，早期有的港台传播学书籍把 communication 译为“传通”，而把传播学就叫做“传学”。但是，相对来说，在传播学研究的意义上，“传播”是最接近 communication 的比较好的一个词，所以自从我国内地最早的翻译者将 communication 译成“传播”以来，这个词便逐渐得到了大家的认同。在使用中，大家也取其“沟通”、“交流”的意义，并注意回避它不太符合 communication 原义的理解，或者说“传播”一词在传播学中已是大家确认其含义的一个学术词语了。

这些可以说是对“传播”原义层面的理解与研究。

二、“传播”功用层面的定义

传播学的产生同许多学科一样，是先有个别的一个个单项研究，或者是分散的局部研究，到了一定时候才有了归纳性的系统的学科性研究，因而早期的研究者总是从自己的具体研究出发，给传播下过种种定义。

对于在多学科背景下发展起来的传播研究，早期介入的社会学家、心理学家、政治学家、新闻学家做了大量的研究工作，产生了许多令人瞩目的研究成果。这些研究者在论证自己的研究时，纷纷对“传播”进行描述，并下了各自的定义。由于他们的学科背景不同，各自从自己的学科出发来研究，因而他们研究中的定义往往带有本学科的特征，这些定义有百种之多。由于这些定义不是从传播学学科角度进行全面研究的归纳，可以说这些定义有些各取所需的意味，所以我们可以把这些叫

①② 《辞海》，上海辞书出版社，1980年版缩印本，第214、711页。

做传播功用层面的定义。

传播功用层面的定义主要有四种类型。

1. 传播影响说(或劝服说)

持这种观点的学者认为传播是传播者有意识地影响他人的劝服行为。如霍夫兰等人认为传播就是“某个人传递刺激以影响另一些人行为的过程”^①。奥古德等人认为“从最普遍的意义上说,传播是一个系统(信源),通过操纵可选择的符号去影响另一系统(信宿)”^②。

“影响说”很多是从政治学、宣传学(特别是战争宣传)的视角来研究传播问题的。比如其代表人物霍夫兰在第二次世界大战期间为美军做战时心理研究,战后一直主持“劝服传播与态度改变”的项目研究。

这些定义强调了传播者传递信息的目的性和影响性,把传播目的的实现和受者行为的改变看做是一切传播的基本特征。美国传播学者沃纳丁·赛弗林、小詹姆斯·W.坦卡特指出,从传播者的角度来看这一类定义是很有用的,可以据此检验是否有传播行为。但是,它不能概括所有的传播,因为有的传播不一定要影响别人的。另外,有些信息的传播也并非人们有目的地施加影响的活动。

2. 传播反应说(或刺激说)

持这类观点的学者认为受传者(也叫受者、受众)遇到外界刺激,必然会作出相应的反应,这就是传播。如S.S.史蒂文斯认为传播就是“一个有机体对于某种刺激的各不相同的反应”^③。

这种定义是从心理学的视角所做的研究,借鉴了心理学中生物的刺激—反应论的观点。研究时,持这种观点的学者意识到了传播中受传者的感知与接受行为的作用,一定程度上突破了“传播”单纯从传者立场出发的不足,同时把传播对象的外延扩大到了“有机体”。但是这类定义在强调传播的广泛性和受者反应的必然性的同时,抛弃了传播的社会性和受传者的能动性;并且也容易使传播无所不包,混淆人类传播与动物传播的界限,不能把传播学与心理学、生物学区别开来。

3. 传播互动说

持这种观点的学者认为,传播是传者与受者在这一行为中互相影响的过程。如鲁士奇认为“传播是把互不关联的事物联系起来的过程”^④。格伯纳认为“传播

①③ 沃纳丁·赛弗林等:《传播学的起源、研究与应用》,福建人民出版社,1985年版,第6、7页。

② 斯文·温德尔、丹尼斯·麦奎尔:《大众传播模式论》,上海译文出版社,1987年版,第5页。

④ 周晓明:《人类交流与传播》,上海文艺出版社,1990年版,第5页。

可以定义为通过讯息进行的社会的相互作用”^①。

这种定义是从社会心理学角度来研究传播的,代表人物米德就是一位社会心理学家。这种研究强调了传者与受传者之间通过信息传播相互作用、相互影响的双向性,这比单纯从传者或受传者角度进行的研究要全面一些。但是人类传播毕竟不是一种简单意义上的一来一往的信息互动,而是一种复杂的多向的信息交流与沟通。传播学需要研究信息交流中是如何互动的,才会更有意义。

4. 传播共享说

持这种观点的学者认为传播是传受双方对信息的共同分享,信息是双向交流的。如亚历山大·戈德认为:“它(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。”^②

这种定义是从考察 communication 的语源入手的,从而强调其“使共同”、“共享”的意义。到了传播学家施拉姆那里,他指出,“社会是各种关系的总和,在这些关系中,某些信息是共享的”。传播“即是对一组告知性符号采取同一意向”^③。

这种定义从政治学、新闻学角度研究传播,定义强调了传者与受传者对符号的共有性和共享性,但没明确指出:传受两者要“分享的是含义,而非符号”。因为同一个符号对两个人可能有完全不同的含义,或者对一个人有意义,对另一个却毫无意义。这种研究的初衷是好的,但是在很多情况下,传播达不到共享的目的。

以上种种定义,都是不同学科的学者从自己的研究出发,阐发自己对传播的理解,这些定义在解释他们的相关研究时可能是适用的,也有一定的解释力,但不是站在传播学学科立场上的科学总结,不是科学的定义。

三、“传播”学科层面的定义

对于传播定义的讨论,关系到学科的建设问题。近些年来,随着传播学的发展及其影响的扩大,有越来越多的学者离开原先个人介入传播学研究的学科立场,以构建传播学的目光来给传播学下定义。虽然目前尚没有一个统一的说法,但是通过这些研究,学者们越来越多地认识到了传播的本质特性,认识到了传播的主要构成因素。因而在这些年的研究中,共识越来越多。在研究传播的定义上也有了一些倾向性的意见,这些倾向性的意见主要强调这样几点:

- ① 传播是一种活动,或是一种行为、过程;
- ② 传播是与信息相关的行为;

① 丹尼斯·麦奎尔等:《大众传播模式论》,上海译文出版社,1987年版,第5页。

②③ 沃纳丁·赛弗林等:《传播学的起源、研究与应用》,福建人民出版社,1985年版,第6、6页。

- ③ 传播是一种交流、交换、沟通；
- ④ 传播(研究的)是人类的行为；
- ⑤ 传播是人类借助符号的区别于动物的活动。

给传播下定义,可以从社会系统视角考虑,也可以从个体视角考虑,还可以从信息系统视角考虑。我们的研究倾向于后者,正因为这样,我们可以把学者们有共识的这点归纳起来,给传播下一个这样的定义:传播是人类借助符号交流信息的活动。

第二节 传播学的来源

人是社会性的群居动物。正是传播这种人类的本能,让人与人有了联系。有联系的人们组成了群体,这样人类才有了自己的社会。

在漫长的人类进化史中,人类的传播是个不断发展的过程。传播学家威尔伯·施拉姆在论述传播的历史时,着重分析了语言的产生、文字的产生、大众媒介的产生三个阶段人类传播的演进。可以说,正是在这一过程中,人类的传播经历了由低级到高级的发展过程。

尽管人类传播的历史与人类存在的历史一样悠久,并且两者都在同步发展,但是人类对传播的全面认识是一个先慢后快的发展过程:开始是不自觉地应用传播,后来认识到了它对他人影响;接着是,发现了传播影响舆论的威力;再后来又认识到传播能影响社会群体,乃至影响一个国家政治决策的分量。从认识层次来说也有个逐步提高的过程:先是个体本能地应用传播,无意识的传播技能的经验积累;然后是群体的注意,有意识地对传播技术进行总结;最后是全社会的关注,并在社会分工下对传播进行研究。到了近代,工业社会特定环境的迫切需要,现代技术与知识形成的土壤,形成了使这种研究跨入新的阶段的条件,从而产生它的专门学科——传播学。

一、古代传播研究的萌芽

人类的一切知识都源于生活。比如人有吃饭的生活需要,于是就开始了捕捉猎物、下河摸鱼、采集植物果实等种种活动,这就使人们逐渐有了对打猎、捕鱼养鱼、农业种植的经验,随着时间的推移,人类社会也就开始了对这些方面的研究。在这个基础上再发展,就产生了关于畜牧业、渔业、农业的学说。

交流与沟通,是人类从诞生之日起便须臾不可或缺的一种活动。没有这种活动,人类便会孤立无援,就无法抵御狼虫虎豹的侵袭,便无法适应自然界严寒酷暑

与灾害不断的恶劣环境。从这种需要出发,人们必须沟通、必须交流,不得不抱成团,联结成群体,一起与自然界抗争,从而共谋生存。在这种传播活动过程中,人类创造出了各种各样的交流方式、交流手段与门类众多的交流符号,如叫声、手势、表情以及后来发明的言语、图画,最后产生了文字,并且还出现了许多承载这些符号的传播工具。于是,关注这些交流,总结人类早期传播活动的研究也就悄然展开了。

1. 自古以来人们就意识到传播的巨大作用

从远古时期语言产生以来,人们就会用语言、歌声与别人交流,用表情、身体语言向他人表达自己的态度、情感,用手势、目光传递自己的意见……可以说,正是这种传播活动使人类有了群居的特点。随着生产的发展,人类活动与交流的范围逐步扩大,人们开始发明图画、文字以突破传播中的时空局限。威尔伯·施拉姆在其《传播学概论》中讲述这一段历史时说,法国南部、撒哈拉沙漠深处和澳大利亚土著人都有通过画画将信息传播给他人的记录;古代的埃及和克里特人通过像图画一样的象形字与他人、与社会沟通……这种传播手段的产生使人类进行传播活动时对即时性的依赖减少了,即不一定要传者与受者同时到场,传播可以做到时空分离,传播的范围也有了极大的扩展,每次传播可以持续的时间更长了。这就为人类走出原始群体,建立广泛而持久的社会联系,并进一步建立社会提供了基本的沟通条件。

但是,在原始社会里,由于人类还处于蒙昧时期,认识水平低下,研究问题的基本知识还不具备,所以人们只会本能地进行传播,也习惯地运用了不少传播手段,却无法研究它。

进入文明社会以后,一方面第二次社会大分工中脑体劳动的分离,使社会有专人去研究语言、文学、历史、哲学、政治、军事,等等,使传播所涉及的许多方面有了新的知识,也有了专门的研究人员。另一方面,随着国家的出现,集团的争斗,阶级的对立,国家之间的斗争日益激烈,这种政治斗争、军事斗争、国家间的斗争使用了大量的传播手段,有的甚至把传播变成了一种艺术,从而把传播的运用推进到了一个新的阶段,传播对社会的影响力也日益凸现出来了。人与人之间的关系也比蒙昧时代复杂了许多,所谓“人心不古”的叹息正是这种状况的写照,因此这个时代的人们充分见识了传播的魅力。比如:中国古代典籍记载的《触龙说赵太后》的故事,就表现了传播可以使人改变态度,甚至可以用此类方法影响和控制别人;春秋战国时的纵横家如晏子、苏秦、张仪等人,或讲合纵,或说连横,别国竟然会听他们的,会朝秦暮楚,这就是利用传播使国家改变态度,影响国家的行为,甚至是控制和利用这些国家的典型例子;而楚汉之争中的四面楚歌的传播,淝水之战中的谣言传播,又可以动摇军心,瓦解军队的斗志,以致摧毁这支军队……社会发展到这个时期,传播可以呼风唤雨,传播可以撒豆成兵。于是,日益领教传播厉害的人们便有了

“人言可畏”、“唇枪舌剑”、“舆论杀人”等种种令人畏惧的说法。

2. 古代对传播的侧面研究

一个社会中,当大家都关注某一方面的时候,就会有人去琢磨、研究这一方面。传播也是这样,当全社会都意识到它的巨大作用时,自然就会有一些政治家、军事家、教育家从自己感兴趣的方面来讨论它,并开始总结这一方面的方法与技巧,以适应社会教育发展和集团、国家斗争的需要。尽管由于各方面条件的限制,当时的研究还仅仅是从一些侧面切入的初步性的探索,但是这已在人类认识传播的历史长河中向前跨进了一大步。

语言方面的研究——这是对口头传播方面人类沟通的一种总结。比如,中国古代教育家孔子说:“《志》有之:‘言以足志,文以足言。’不言,谁知其志?言之无文,行而不远。晋为伯,郑人陈,非文辞不为功。慎辞也!”^①孔子许多类似的论述不仅阐述了言语对内向传播的作用,而且论述了应该怎样说话的问题,像谈话应当有文采,应当言行一致等。再比如“何谓知言”?孟子就曾说:“诋辞知其所蔽,淫辞知其所陷,邪辞知其所离,遁辞知其所穷。”^②从而分析了偏颇的言辞、过分的言辞、邪恶的言辞、躲闪的言辞各自的问题。而欧洲早在古希腊时代就出现了修辞学,亚里士多德就提出了对话的三个要素——说话者、话题、听者,研究了在特定场合有效说服别人的方法,直到今天他的研究仍然对传播有重要意义。

写作方面的研究——这是重在总结文字传播中内容的选择,表达顺序的安排,词语的组合技巧等。这是比口头传播提高了一个档次的研究,比如:曹丕的《典论·论文》就研究了各种问题的特点,文与气的关系等;陆机的《文赋》对写作的构思、布局、体裁、风格、独创性等进行了系统性的研究;刘勰的《文心雕龙》研究了写作的基本原则,内容与形式的关系,写作的方法,作品的风格,等等。这方面的研究在古代中国与外国的论著中可谓汗牛充栋、数不胜数。

军事计谋方面的研究——这是以利用对方的弱点,有针对性地开展相应的活动以战胜对方为目的的传播行为。这种传播或是以诱骗对方为目标,或是以压抑对手的情绪、士气为目的,甚至是以控制对方的行动为出发点,往往是军事行动的辅助手段。比如《孙子兵法》中关于利用传播大肆攻心方面的内容很多,像“三军可夺气,将军可夺心”^③;《三国志》讲到战斗也有“攻心为上,攻城为下;心战为上,兵战为下”^④的说法。

① 《左传·襄公二十五年》。

② 《孟子·公孙丑上》。

③ 《孙子·军事》。

④ 《三国志·蜀志·马谡传》。

政治活动中传播手段的研究——这是政治家功利性很强的一种斗争手段或宣传手法。比如：王安石的“自古驱民在信诚，一言为重百金轻”^①；而《史记》中的“众口铄金，积毁销骨”^②则是政治宣传与舆论威力的总结；韩非子更是把传播作为计谋来研究，他在《说难》中提出“在之所说之心，可以吾说当之”，即是要针对听者的心理于恰当的时机去说服。

古代这些涉及传播的各方面的研究，用今天的观点来看，包含了人类早期传播研究中的许多重要思想的萌芽，涉及了传播的特性、功能、要素、技巧、途径、心理，等等。然而，这些研究对传播来说又是肤浅的、片段的。这主要是因为人的行为涉及十分复杂的心理活动，一切都与人的大脑这个“黑箱”有关。古代，在以经验知识为主体的知识水平制约下，以及比较原始的技术条件限制下，是不可能对人的行为研究出什么深刻的理论来的。于是，人们叹息“人心难测”，这足以表明古代研究的无能为力。

二、近代传播研究的背景

经过将近 2000 年的发展，人类的科学技术登上了一个个新的高峰，人类认识世界的水平也迈过了一个个新的起点。到了近代，当传播的话题重新成为社会议论的焦点时，人们的研究能力与古代早已不可同日而语了。近代以来人类社会发生了巨大的变化，产业革命促进人类向工业化社会过渡，科学技术的飞速发展使通信、印刷、摄影、无线电、电影等技术的发明与推广的速度日益加快，传播技术日益应用到人们的工作与生活中，社会科学在研究人的心理、行为方面的能力也大为提高，特别是在世界重大事件的发生与演变中，传播的作用更加引人注目，这样的背景与条件促进了传播学的诞生。

1. 科学的背景

18 世纪中期开始在西方发生的工业革命，对人类社会产生了极其深远的影响，新能源、新机器奇迹般地改变了人类的生活。19 世纪 70 年代开始的以电力应用为标志的第二次技术革命影响更大，这次革命不是直接源于生产实践，而是源于科学实验。由于科学技术获得了极大的进步，因而整个 19 世纪被誉为“科学世纪”。这个时期，许多新技术、新发明不断地涌现，人文社会科学也有了较快的发展。特别是在 19 世纪后期至 20 世纪中叶，一大批新的学科出现了，一个个具有创新思想的人文科学的研究者出现了，其中不少学科的研究内容与传播现象密切相

① 王安石：《商鞅》。

② 《史记·张仪列传》。

关,比如社会学、心理学、新闻学、符号学、语言学、政治学、信息科学、文化人类学等学科就有一大批这样的成果。这些学科与古代研究同类问题的有关学科相比,其研究方法更加科学,研究手段更加现代化,这就把人类对传播的认识推向了一个新的高点。

这里,我们简单列举几个学科的研究内容。

社会学的研究——19世纪中期产生的以研究人类社会共同生活为目的的社会学,在第一次世界大战后由综合社会学逐渐演变成为一个专门性的独立学科。第二次世界大战后,在实用主义哲学的指导下,美国社会学界开始注重对各类社会问题的调查与研究,使研究的领域不断扩大,研究的方法和手段也日趋现代化。这个时候,他们的研究已涉及了许多有关传播的课题。比如帕克的《群体与公众》探讨的就是研究大众媒介的作用以及塑造民意的过程。

政治学的研究——在这个时期使用了许多新的方法,出现了不少新成果。比如1922年美国著名专栏作家李普曼出版了他的名著《舆论学》一书,从政治学的角度研究了传播与舆论的问题。1927年美国政治学家拉斯韦尔出版了专著《世界大战时期的宣传技术》,提出了宣传分析的基本方法,他的研究引发了社会各界对这一问题的广泛兴趣,不少社会科学家紧随其后展开研究,出版了一批研究宣传问题的论著。

心理学的研究——这个时期实验心理学有了长足的进步,产生了许多新的理论,在研究能力上已经具备了各种条件与技术,可以用许多手段去测量人的心理活动、研究人的行为。苏联心理学家巴甫洛夫20世纪初开始进行有关条件反射的研究。1923年他公布了研究报告,陆续发表了《条件反射》、《大脑两半球机能讲义》等专著和论文,对学术界产生了巨大影响。1913年美国心理学家华生的《行为主义者眼光中的心理学》提出了行为主义心理学的原理和论点,从此以行为为研究对象的行为主义心理学就诞生了。奥地利心理学家弗洛伊德的精神分析学的建立,为分析潜意识提供了理论,他的《团体心理和自我分析》对后人研究传播有直接的影响。

社会心理学的研究——19世纪中叶从民族心理学、群众心理学、本能心理学中孕育出的社会心理学,到20世纪20年代进入了自己学科的确立阶段。这个时期社会心理学的研究已经从描述转变为实验,从定性转为定量,从理论转向应用。其中的学习理论、模仿理论、知觉与认知理论等,都研究了许多传播现象,而这些原理日后也成了传播学使用的一些基础理论。

文化人类学的研究——以研究人类社会文化异同为主要目标的文化人类学,起源于17世纪的欧洲,19世纪末和20世纪初产生了不少新的成果。到了20世纪20年代,兴起了一个“传播主义文化学”流派,其立场是重视作为文化发展的外在的契机,即研究各民族之间的文化因素的借用和传播,文化的整合等,这也就成

了文化传播研究的开端。

……

仅仅从这几个学科的发展与研究中,我们已能窥视近代社会科学的新发展,以及它们多方位涉入传播研究的态势。

2. 社会形势的背景

20世纪初社会形势的变化也把传播的问题十分醒目地推到了全社会的面前。

1917年俄国的十月社会主义革命使西方世界大为震惊,他们不仅对这种人类历史上从未出现过的苏维埃政权根本不理解,而且更难以理解的是为什么工人、士兵以世所罕见的热情投身于这场革命。西方人士主观地认为,布尔什维克的胜利是赤色宣传的胜利,是“赤化”的结果。

1918年第一次世界大战的最后阶段,协约国在战场上节节胜利的同时发起了对同盟国的宣传战,这对瓦解同盟国军队的士气有一定的作用。特别是美国总统威尔逊提出的“十四点”计划,在促使德军投降中有一定的影响。战后,不可一世的德国极右分子不愿意承认战败的事实,于是就编出了一派谎言,宣称德军不是被战场上的战斗打败的,而是协约国的宣传战骗取了德军的投降。这个时期,不少德国人的文章、著作中都以这种口径夸大宣传战的影响,而西方也有不少人迎合这种说法。

20世纪二三十年代,意大利法西斯上台执政,德国纳粹掌握政权。其中引人注目的是他们上台前都充分利用大众传播媒介进行了疯狂的宣传。比如墨索里尼本人就曾当过新闻记者,十分注重对大众传播的利用。希特勒更是大肆宣传种族主义理论,特别是他们的广播宣传起到了蛊惑人心的作用。这些宣传确实在这两个国家造成了一些青年人的狂热。西方政治家在研究这两个法西斯政权建立的时候,不强调它们产生的社会历史原因,却十分极端地认为这也是宣传威力无穷的结果,一时间,这种说法成为了西方十分流行的一种论调。

20世纪初期,世界范围内的广告事业发展很快,厂家、商家、广告经营者持续不断地利用报纸、广播等大众传播媒介开展推销活动。特别是美国产生了一种新兴职业——公共关系咨询,这一新的传播职业的出现催生了一大批公关公司、公关代理人。这些人从扩展自己的业务出发,不断吹嘘广告的作用,极力夸大公共关系宣传的效果,从而由商界刮起了一股鼓吹“宣传万能”的旋风,出现了“宣传就可以成功”的神话。

本来这些社会变化与重大事件的发生十分引人注目,并且又都与大众传播有关,使公众增加了对大众传播的神秘感。而此时的某些名人、要人、学者又片面地下了一个“传播威力无比”的结论,再加上商家为了自己的利益,不遗余力、神乎其神地吹嘘宣传的功效,于是“传播”、“宣传”在人们的眼中就变得神秘莫测,甚至令