

组织会不顾阻止... 劫机... 的恐怖袭击... 因是, 美国情报机构从恐怖... 明, 本·拉丹的手下... 场的安检处进入美国... 员称, 他们在“基地”组织的... 改装后可隐藏小型武器的便... 相机和便携式收录机), ... 以往行动特征—— “返回犯罪现场” ... 告说, 劫机可能在全球若干... 括美国东部、英国、意大利... 官员告诉本栏记者, 在他们...

◎ 李彬 / 著

传播学引论

C H U A N B O X U E Y I N L U N

(增补版)



新 华 出 版 社

传播学引论

(增补版)

李 彬 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学引论 (增补版) / 李彬著. —北京: 新华出版社, 2003. 8
ISBN 7-5011-6296-4

I. 传… II. 李… III. 传播学—高等学校—教材 IV. G206
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 066853 号

传播学引论 (增补版)

李彬 著

*

新华出版社出版发行
(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://xhcbbs.126.com>

中国新闻书店 (010)63072012

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

880 毫米 × 1230 毫米 32 开本 14.75 印张 350 千字

2003 年 8 月第二版 2003 年 8 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6296-4/G·2293 定价: 25.00 元

若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: (010) 65895562 65897685

第一版序

项德生

经过十余年的交流、消化和创造，传播学作为一门独立的学科，已被我国新闻界所接受，被我国民族文化所认同了。

只要是揭示某类事物深层本质和某种领域基本规律的学问，哪怕一开始还显粗糙，哪怕刚一诞生难免带有某种东方文化或西方文化的独特色彩，但它终究要日渐精细，一步步跨越国界，被世界各民族所共享。产生于西方的传播学，是有它的科学内涵的，无论是它贯穿的科学方法论，还是它所贡奉的众多科学结论，都有很强的普适性。大家都承认，信息论是通行于世界的地地道道的科学了，而信息论的奠基作——《通信的数学理论》，在传播学里被称为《传播的数学理论》，也被尊为传播学的奠基之作。仅这一点便可说明，传播学的历史起点和逻辑起点，与现代科学是相近相像的。当然，“舶来品”是需要介绍才有销路的，传播学需要经由中国人的研究和宣传，才能真正“拿过来”为我所用。十余年间，国内已形成虽不算浩大但却初具规模的传播学研究队伍和教学队伍，涌现出一批虽非壮观但也可观的研究成果。这支队伍是年轻有为的队伍，李彬同志不愧是其中的一员；这些成果堪称开拓性的著述，李彬的《传播学引论》，是问世较晚却饶有特色的一部。

毋庸讳言，传播学因为并非纯粹的自然科学，总是带有某种意识形态色彩，美国的传统学派如此，欧洲的批判学派也不例外。这就注定了，西方传播学在世界观和方法论上，在诸多研究结论中，总有其不尽科学的成份，总会有与马克思主义精神实质相逆反的内容。这是不足为奇的现象，不能成为把传播学视为“资产阶级货

色”而弃之门外的理由。但是，在研究和介绍的过程中，坚持马克思主义的指导方针，坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的方法论原则，坚持对传播学已有成果全面而具体的分析，坚持立足于本国国情的消化和创新，都是必不可少的。“述而不作”，照搬照抄，是不可取的。李彬同志的《传播学引论》，的确是创造性的研究成果。在成书之前，其中的一些章节作为论文发表在期刊上，受到学术界的重视，一再被转载摘登。可以说，《传播学引论》是一部信息密度很大的著作，其中不乏独创性见解，行文中又常常妙语连珠。人们常说，“文如其人”并非普遍性法则，但在李彬“文人”相符得没有什么折扣了。思路开放而又严谨，思维敏捷而又准确，表达流畅而又简洁，写作与讲课都没有什么多余的话，这是听过他的课和读过他的文章的人的共同感受。这样的思维特征，使他在科学研究中稳健深沉，受益匪浅。

传播学还是一门非常年轻的学科，传到中国才刚过十年，我们对它的研究——包括李彬所做的努力，都仅仅是一个起端，不尽如人意之处在所难免。在本世纪末至下世纪初，传播学在我国可望有个大的发展，像李彬他们这批跨世纪的人才，是有用武之地，可以大有作为的，现有的不足一定会在不久的将来健全起来。

1993年6月于郑州大学

目 录

第一版序	项德生 (1)
导言	(1)
第一节 人类传播的历史与发展	(1)
一、口语传播时代	(2)
二、文字传播时代	(5)
三、印刷传播时代	(8)
四、电子传播时代	(12)
第二节 传播与传播学	(15)
一、传播与信息	(15)
二、信息社会	(19)
三、传播学的性质与对象	(23)
第三节 传播学研究的演化	(24)
一、三大来源	(24)
二、四大先驱与施拉姆	(29)
三、两大学派	(39)
第四节 精神交往论	(44)
一、交往与传播	(45)
二、物质交往与精神交往	(48)

第一讲 概论

第一章 传播学的孕育	(55)
第一节 传播及传播学	(55)

第二节 孕育传播学的外部条件	(62)
第三节 信息论·控制论·系统论	(65)
第四节 传播学“四大先驱”	(70)
一、政治学家拉斯韦尔(1902~1978)	(70)
二、心理学家卢因(1880~1947)	(74)
三、社会学家拉扎斯菲尔德(1901~1976)	(79)
四、社会心理学家霍夫兰(1912~1961)	(82)
第二章 传播学的创立与发展	(87)
第一节 传播学集大成者——施拉姆(1907~1987)	(87)
第二节 传播学的发展	(94)

第二讲 人际传播

第三章 符号——传播的基因	(105)
第一节 语言符号	(105)
一、语言与文字	(105)
二、语义与传播	(109)
1. 柯日布斯基及其普通语义学	(109)
2. 语言的陷阱	(110)
3. 语言失当	(114)
第二节 非语言符号	(117)
一、体语	(118)
1. 动作	(118)
2. 姿势	(119)
3. 类语言	(120)
4. 体语与语言	(120)
二、视觉性非语言符号	(121)
三、听觉性非语言符号	(122)
四、语言符号和非语言符号的功能	(123)

第四章 符号互动	(127)
第一节 编码与译码	(127)
第二节 左右认知的主观机制	(131)
一、影响感知的因素	(131)
1. 类似与相近 (resemblance and proximity)	(132)
2. 完形趋向 (good form)	(133)
3. 残缺闭合 (closure)	(134)
4. 共同命运 (common fate)	(134)
二、制约理解的因素	(135)
1. 心理预设	(135)
2. 文化背景	(137)
3. 动机	(138)
4. 情绪	(139)
5. 态度	(140)
第三节 选择性定律	(141)
一、选择性接触	(142)
二、选择性理解	(143)
三、选择性记忆	(145)
第四节 人际传播	(146)
第五节 人际影响与媒介效应	(149)
一、两级传播论	(150)
二、创新扩散论	(154)

第三讲 大众传播

第五章 控制分析：谁一说什么	(163)
第一节 大众传播概览	(164)
第二节 把关人与把关	(167)
一、卢因的把关概念	(167)

二、怀特的把关研究	(169)
三、麦克内利的把关模式	(170)
四、巴斯的“双重行动模式”	(172)
第三节 深层的控制	(174)
一、布里德与潜网	(174)
二、四大控制观念及体制	(175)
三、批判学派的控制观	(178)
第六章 媒介分析：经何渠道	(181)
第一节 媒介及其比较研究	(181)
第二节 斯蒂芬森的游戏论	(185)
第三节 媒介的社会功能	(187)
一、拉斯韦尔的正面论述	(187)
二、拉扎斯菲尔德的负面分析	(189)
第四节 议程安排	(194)
一、议程安排的构想	(194)
二、议程安排的研究	(195)
第五节 媒介的隐性功能	(198)
一、隐性功能与显性功能	(198)
二、身外世界与脑海图景	(199)
三、媒介环境	(202)
四、媒介环境的意义	(205)
第六节 麦克卢汉的“奇谈怪论”	(207)
一、麦克卢汉的媒介“三论”	(208)
二、媒介即讯息：传播学的斯芬克司之谜	(212)
三、汉斯立克：道破谜底的俄狄普斯？	(215)
第七章 受众分析	(221)
第一节 中弹即倒的受众	(222)
一、大众社会与乌合之众	(222)

二、魔弹与靶子	(225)
第二节 联合御敌的受众	(227)
第三节 使用与满足论	(231)
一、固执的受众 (obstinate audience)	(231)
二、“自助餐厅” (cafeteria)	(233)
三、矫枉未免过正	(235)
第八章 效果分析 (上): 劝服艺术	(238)
第一节 霍夫兰与耶鲁研究	(239)
第二节 从传播来源看劝服	(242)
一、传播来源的可信度	(242)
二、传播来源的知名度	(245)
三、传播来源的动机	(246)
第三节 从传播方式看劝服	(247)
一、一面之词与两面之词	(248)
二、先说后说孰更有利	(249)
三、结论是由传者给出, 还是由受众得出	(250)
四、理智型劝服与情感型劝服	(252)
第四节 从传播对象看劝服	(253)
一、听从性 (persuasibility)	(253)
二、恐惧诉求 (fear appeal)	(254)
三、接种免疫论 (inoculation theory)	(256)
第九章 效果分析 (下): 态度改变	(259)
第一节 平衡论与和谐论	(260)
一、海德的平衡论	(260)
二、奥斯古德和塔南鲍姆的和谐论	(263)
第二节 均衡论与 ABX 模式	(266)
一、纽科姆的 ABX 模式	(266)
二、韦斯特利—麦克莱恩的 ABX 模式	(268)

第三节 认知不协调论	(272)
一、认知与认知不协调	(272)
二、重建协调与态度变化	(273)
1. 自我辩解	(274)
2. 态度改变	(275)
第四节 群体压力与从众	(277)
一、从众现象	(277)
二、阿西的从众研究	(280)
三、从众与态度改变	(283)

第四讲 批判学派

第十章 批判学派(上):鸟瞰	(289)
第一节 理解批判学派的三个层面	(290)
一、两种人生哲学	(290)
二、两种现代思潮	(292)
三、两种学术判断	(295)
第二节 批判学派的三路研究	(297)
一、传播政治经济学 (political economy of communication)	(297)
二、文化研究 (cultural study)	(299)
三、文化帝国主义 (cultural imperialism)	(302)
第三节 批判学派在中国	(305)
第十一章 批判学派(下):透视	(308)
第一节 历史素描	(308)
一、孕育时期(20世纪30年代—20世纪60年代)	(308)
1. 法兰克福学派	(309)
2. 传统理论与批判理论	(312)
二、勃兴时期(20世纪60年代以来)	(315)

第二节 政治·经济·文化·····	(318)
一、传播与意识形态·····	(319)
二、传播与垄断控制·····	(323)
三、传播与大众文化·····	(325)
第三节 差异与比较·····	(330)
一、概述·····	(331)
二、立场：“肯定”VS“否定”·····	(334)
三、方法：“实证”VS“思辨”·····	(336)
第十二章 批判视野中的全球化与大众传播·····	(341)
第一节 何谓全球化·····	(342)
第二节 “依附理论”·····	(348)
第三节 “东方学”·····	(358)
第四节 “全球混乱理论”·····	(369)
第五节 现代性与传播·····	(378)
第六节 文化帝国主义·····	(389)
第七节 反驳与质疑·····	(400)
第八节 未完结的结语·····	(410)
附录：	
传播学研究及其中国化	
——谈传播学在中国的三个阶段、三个流派	
及三个面向·····	(417)
当下的批判与批判精神	
——“国际关系与文化传播”国际研讨会演讲稿·····	(423)
媒介狂欢时代的先知·····	(428)
美国传播学研究方法综述····· 祝建华	(432)
第一版后记·····	(451)
增补版后记·····	(453)

导 言

什么是传播学？传播学的学科性质、研究对象、基本理论是什么？传播学要解决什么问题？学习传播学有什么意义？相信这些问题，是每个初学者都会遇到的，这篇导言即针对这些疑惑，逐一进行解说，算是为本书正文提供一个导读。

这篇导言讨论的内容，涉及这么几个方面。一是历史线索的勾勒，如人类传播活动的演化，传播工具也就是本学科所说的“媒介”的进步，以及传播研究逐渐形成一门当代显学的过程等等。理清了这条线索，对传播学是怎么一回事，它是怎么来的，是干什么的，就有了一个比较清晰的整体框架。二是基本概念的辨析，这些概念虽然寥寥无几，而且乍一看也平淡无奇，但它们却构成了本学科巍峨大厦的基石，如信息、传播、媒介、信息社会、大众传播等。传播学的一切探讨、一切理论、一切功用，说到底都落脚在这些基本概念上，所以把握它们至关重要。三是传播研究的概述，包括传播学以及大众传播学的研究对象与领域，不同的研究学派及其特征，科学的指导思想即马克思主义传播观等。总之，把这些问题搞清楚了，将有助于理解后面章节的内容。

第一节 人类传播的历史与发展

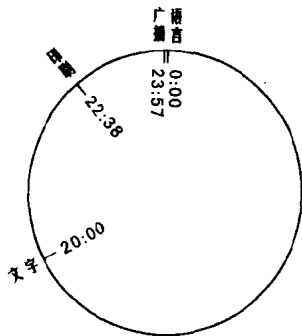
我国清代大儒章学诚，在其历史哲学的巨著《文史通议》里开篇就写下一句名言——“六经皆史”，意思是所有的学问都是历史。

为什么呢？道理很简单，因为人类的一切活动都是在前后相继的时间上展开的，传播活动以及对传播活动所做的理论研究自然也不例外。甚至可以这么说，传播学乃是人类传播活动演进到一定历史阶段的产物。所以，让我们先从人类传播活动的历史讲起。

就其本质而言，人类传播活动是个社会信息流动的过程。如同物质的流动一样，社会信息的流动也得借助一定的方式如演讲，通过一定的渠道如网络，这一方式和渠道在传播学里称为媒介。媒介就是传播活动赖以进行的方式方法或工具手段，任何传播都离不开媒介，同样任何媒介也都服务于传播。由此说来，人类传播活动的发展历史，其实也是传播媒介的演进历史。正是依据媒介的发生发展与变化变革，我们把迄今为止的人类传播活动划分成四个历史阶段，一是口语传播时代，二是文字传播时代，三是印刷传播时代，四是电子传播时代。

一、口语传播时代

口语是人类传播所用的第一个媒介，口语传播时代也就成为人类传播历史上的第一个发展阶段。这个阶段大致是从人类摆脱“与狼共舞”的状态而组成社会开始，一直到文字的出现。简单地说，就是从人类开口说话到用手写字这样一个漫长时期。F·威廉斯(F. Williams)在其《传播革命》一书里绘制了一个传播史表盘，直观地显示了这个时期在人类传播历史上所占的时间比例：



这个表盘上的 24 小时,代表着西方晚期智人即克罗马农人以来的 360 个世纪,故被称为“一天等于 360 个世纪”。在这个象征性折射着人类传播活动历史全程的时间表盘上,从 00:00 的语言产生直到 20:00 的文字出现,都属于我们所说的口语传播时代,差不多占了这一天的 5/6。其余的 4 个小时里,文字传播时代约占 2 个半小时,即从 20:00 到 22:38 印刷的问世;印刷传播时代只有不足 1 个半小时,即从 22:38 到 23:57;至于我们现在所处的电子传播时代,则仅限于最后的 3 分钟。口语传播时代的漫长,由此可见一斑。

按照这个传播史表盘,人类的语言出现在 3 万 6 千年前。而事实上,对人类何时开口说话这个问题,学术界并没有一个明确的答案,而且看起来也不可能有什么明确的答案。就像德国哲学家伽达默尔所精辟比喻的那样,追问语言起源于何时,无异于追问儿童何时首次认出自己的母亲。而亚里士多德的描述,更有助于我们理解这一点。他说,语言产生的时间可用一支军队逃跑的情形来说明。起初他们由于恐慌而逃跑,后来不知是谁停下来看看敌人是否还在紧追不舍,最后发现危险解除全军终于都停了下来。这里,我们不能说全军是在某个士兵停步时停住的,同样不能说是由于另一个或一些士兵的停步而停住的。那么,这支军队究竟何时停住的呢?语言何时产生的问题与此类似。我们不能说语言是在某个人开口说话时产生的,它也不是由于另一个或一些人开口说话时产生的。

关于语言的产生,至今人们能够比较确定的只有一点,那就是语言的出现与社会的形成是同步发生的。因为所谓社会,无非就是人与人组成的共同体或联合体,其中第一位的事情就是彼此间的交往,也就是信息的传播。没有交往,没有传播,这个共同体就无法存在,更无法运行。对此,联合国教科文组织探讨国际传播的著名报告《多种声音,一个世界》里也曾论述道:

这种个人与个人之间的交流(即传播——引者注)时刻发生、延续不断,其重要性是无与伦比的,在一个小小的社会单位范围内尤其如此。在过去,这种交流无疑有助

于加强互相之间的友爱合作关系，以抗衡由于受制于外来势力而形成的分散局面。不管怎样，它总是起着一种社会化的作用：鼓励人们工作、协调群体生活、团结一致来和大自然作斗争，并促进作出集体性的决定。它今天仍然是人类交流中无以取代的一个方面。^①

控制论的创始人维纳则把人类的传播活动形象地比作“社会这个建筑物得以粘合在一起的混凝土”^②，这个比喻更是生动地揭示了人类传播与人类社会这种血肉相连的关系。

前面说过，人与人之间的交流活动得借助一定的工具与手段，得通过一定的方式和方法——也就是所谓的媒介，而对人类传播活动来说，最便利、最通用的媒介自然是语言即口语了。用列宁的话说，语言是“人类最重要的交际工具”。这种重要性即使在通信卫星上天网络媒介入户的今天，也不曾有丝毫的减弱，对此我们只需设想一下电视里的人都不说话会成什么样就清楚了。口语不仅是最初始的媒介、最重要的媒介，而且也是最基本的媒介。也就是说只有口语是独立的、自主的，其他任何媒介——无论是古代的烽火还是当代的网络，都无不以口语为基础，都是口语媒介的变形与延伸。举例来说，文字仿佛是一个自成一体的媒介，但实际上文字不过是口语的代表，是代表口语在表达，人们总是先有要说的什么话，然后才能写下来。美国语言学家萨丕尔曾用过一个比喻，比较恰当地阐明了语言与文字的相互关系。他说，语言是货真价实的商品，而文字只是便利商品买卖和流通的货币。所以，正如亚里士多德所概括的，人实际上是有语言的生物，人之所以为人首先就在于他能开口说话。

① 联合国教科文组织国际交流问题研究委员会：《多种声音，一个世界》，北京，中国对外翻译出版公司，1981年，第6页。

② [美] N·维纳：《人有人的用处——控制论和社会》，陈部译，北京，商务印书馆，1978年，第17页。

不过,语言或口语的重要性虽然无与伦比,但其局限性也是显而易见的。由于口语只能直接依靠人体自身的发声功能,于是人类的传播活动便在空间距离上受到限制;而由于口语随说随逝,除了依靠人们的记忆就再也无迹可求,于是人类的传播活动又在时间距离上受到限制。在一个小国寡民的时代,在一个生活原始的社会,这些限制并不构成什么障碍。而随着人类文明的日趋发展,以及由此导致的社会信息系统的日趋复杂,仅仅依靠口语媒介已经越来越不适应交往的现实需要,于是一种新的媒介就应运而生了,这就是文字。

二、文字传播时代

文字是人类传播史上的第二座里程碑,它标志着人类传播活动进入了第二个阶段。这个阶段从文字的发明延续到印刷的兴起。

文字是继语言之后的第二种媒介,它的发明即使传播活动又使人类社会发生了意义重大的突破。如果说语言的出现,使我们的祖先最终实现了从动物到人类的转变;那么文字的发明,就使人类社会得以实现从原始到文明的飞跃。没有语言,“人类”就只能生活在动物世界;没有文字,社会就只能停留在原始水平。一句话,语言是人类的证明,文字是文明的标志。英国历史学家杰弗里·巴勒克拉夫,在其主编的《泰晤士世界历史地图集》里写道:

公元前 3000 年左右的文字发明,是文明发展中的根本性的重大事件。它使人们能够把行政文献保存下来,把消息传递到遥远的地方,也就使中央政府能够把大量的人口组织起来,它还提供了记载知识并使之世代相传的手段。^①

从传播的角度看,文字媒介的显著功能有两点,这就是使信息在空间上传之广远和在时间上传之久远,从而弥补了口语媒介的两

^① [英] 杰弗里·巴勒克拉夫主编:《泰晤士世界历史地图集》,中文版编辑邓蜀生,北京,三联书店,1985年,第53页。