



主 编 丁柏铨  
副主编 杜骏飞

# CHINA DAILY

PRICE: 1 Yuan Vol. 23 No. 7500

THURSDAY, JANUARY 2, 2003

中国日报



The one-year-old cup may be a source of excitement for Europeans, but some Italians are finding that it also brings disaster.

Page 4, 11



Sizzling Serrano Williams serves up a second Heineken Cup victory.

Page 7



China's first ever Olympic torch relay in the United States, the most expressive act.

Page 9



900-810-4... www.cn.ch...

## Annual FDI to hit US\$100b

China replaced US as 2002 top foreign direct investment recipient

By Zi Xu

China's economy continued to attract foreign investment in 2002, with the country replacing the United States as the world's largest recipient of foreign direct investment (FDI) for the year, according to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). The report, released in Geneva, shows that China's FDI inflows reached 68.5 billion US dollars in 2002, up from 58.1 billion in 2001. The US, which had been the top recipient for 11 years, saw its FDI inflows fall to 57.1 billion in 2002. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China.

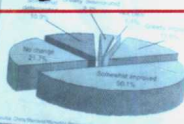


段京肃 著

A striking New Year's scene

# 传播学基础理论

China's economy continued to attract foreign investment in 2002, with the country replacing the United States as the world's largest recipient of foreign direct investment (FDI) for the year, according to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). The report, released in Geneva, shows that China's FDI inflows reached 68.5 billion US dollars in 2002, up from 58.1 billion in 2001. The US, which had been the top recipient for 11 years, saw its FDI inflows fall to 57.1 billion in 2002. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China.



China's economy continued to attract foreign investment in 2002, with the country replacing the United States as the world's largest recipient of foreign direct investment (FDI) for the year, according to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). The report, released in Geneva, shows that China's FDI inflows reached 68.5 billion US dollars in 2002, up from 58.1 billion in 2001. The US, which had been the top recipient for 11 years, saw its FDI inflows fall to 57.1 billion in 2002. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China.

China's economy continued to attract foreign investment in 2002, with the country replacing the United States as the world's largest recipient of foreign direct investment (FDI) for the year, according to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). The report, released in Geneva, shows that China's FDI inflows reached 68.5 billion US dollars in 2002, up from 58.1 billion in 2001. The US, which had been the top recipient for 11 years, saw its FDI inflows fall to 57.1 billion in 2002. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China.

China's economy continued to attract foreign investment in 2002, with the country replacing the United States as the world's largest recipient of foreign direct investment (FDI) for the year, according to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). The report, released in Geneva, shows that China's FDI inflows reached 68.5 billion US dollars in 2002, up from 58.1 billion in 2001. The US, which had been the top recipient for 11 years, saw its FDI inflows fall to 57.1 billion in 2002. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China. The report also shows that China's FDI inflows as a percentage of GDP rose from 4.1% in 2001 to 4.5% in 2002. This was due to a combination of factors, including a decline in FDI inflows to the US and a rise in FDI inflows to China.

# 传播学基础理论

段京肃 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学基础理论/段京肃著. - 北京: 新华出版社, 2003.6

(新闻传播学前沿丛书)

ISBN 7-5011-6181-X

I. 传… II. 段… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 037395 号

## 传播学基础理论

段京肃 著

新华出版社出版发行

(北京石景山京原路8号 邮编: 100043)

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

850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 14.5 印张 357 千字

2003 年 7 月第一版 2003 年 7 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6181-X/G·2254 定价: 26.00 元

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

## 总 序

作为一种古老而又崭新的知识系统，新闻传播学研究在近100年间得到了飞速的发展。尽管新闻学与传播学存在着学科属性上的差异，但它们在知识上同步增长的关连性仍然极为显著，这即是它们在全球范围内通常被指称为同一学科的原因。

在中国，自1834年《东西洋考每月统记传》发表《新闻纸略论》以来，新闻学研究即开始了它漫长而曲折的历程：最初的学科启蒙，马列思想的传播，苏联研究模式的盛行，“文革”，“文革”后的恢复，西方学说的介绍和学术研究的中国本土化。至于传播学，尽管自20世纪50年代“Mass Communication”的概念即已被引入国内，但真正意义上的探索传播学理论，则仍然迟至“文革”后才得以开始。

约20年来，中国的新闻传播学研究——包括实务研究、理论研究及方法论的探讨，包括介绍西方学说与自我学术发明，包括报刊研究、电子媒体研究与新媒体研究，包括分项课题与跨学科、边缘学科课题……均已取得了可观的成绩。但显而易见的是，学科发展的速度，仍然远远跟不上新闻传播实践与新闻传播学教育事业发展的一日千里。其中，最为典型的表征即是：对大量国内外前沿性知识课题始终缺乏某些必要的知识整理与学术建构。这种现状，无论是对于当代新闻传播学人才的培养，还是对于学科本身的成长，都是一种不应有的缺憾与妨害。

本着上述观念，本丛书在此着力推出一系列有关新闻传播学的前沿性课题成果，力求在理论的“出新、补缺、深化、整合”上下功夫，为学界及广大新闻传播学读者着意营造新意迭出的学术氛围，并殷切期待着学者专家们的批评指正。

《新闻传播学前沿丛书》编委会

2001年10月于南京大学

# 目 录

|                               |         |
|-------------------------------|---------|
| 总序 .....                      | ( 1 )   |
| 前言 .....                      | ( 1 )   |
| 第一章 历史发展过程中的传播 .....          | ( 5 )   |
| 第一节 什么是传播 .....               | ( 7 )   |
| 第二节 传播的产生和发展 .....            | ( 15 )  |
| 第三节 不同历史时代传播的特点 .....         | ( 39 )  |
| 第二章 现实社会生活中的传播 .....          | ( 51 )  |
| 第一节 传播的性质和传播活动的基本过程 .....     | ( 51 )  |
| 第二节 传播活动的基本类型 .....           | ( 62 )  |
| 第三节 传播的社会功能 .....             | ( 82 )  |
| 第三章 传播事业的发展与控制 .....          | ( 90 )  |
| 第一节 传播事业的形成与发展 .....          | ( 91 )  |
| 第二节 传播的控制研究 .....             | ( 95 )  |
| 第三节 传播事业的政府控制 .....           | ( 100 ) |
| 第四节 传播事业的经济控制 .....           | ( 105 ) |
| 第五节 传播事业的社会控制 .....           | ( 110 ) |
| 第四章 传播活动的行为主体 (一) ——传播者 ..... | ( 114 ) |
| 第一节 传播者的地位及其产生、发展 .....       | ( 116 ) |
| 第二节 传播者的工作内容 .....            | ( 126 ) |
| 第三节 传播者的权利和社会责任 .....         | ( 132 ) |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| <b>第五章 传播活动的行为主体（二）——受众</b> | (138) |
| 第一节 受众在传播活动中的位置与作用          | (138) |
| 第二节 受众的分类及其特点               | (145) |
| 第三节 受众的权利和对传播的要求            | (151) |
| 第四节 受众对传播活动的主动控制            | (160) |
| 第五节 受众对传播过程的被动控制            | (166) |
| 第六节 受众的培养与改造                | (169) |
| <b>第六章 传播的文本研究（内容研究）</b>    | (172) |
| 第一节 对“信息”的基本认识              | (174) |
| 第二节 信息的分类与特点                | (179) |
| 第三节 信息文本制作和传播中的有关问题         | (186) |
| 第四节 信息文本的表达形式——符号           | (196) |
| <b>第七章 传播媒介</b>             | (212) |
| 第一节 传播媒介与社会发展               | (213) |
| 第二节 媒介的分类及其特点               | (223) |
| 第三节 传播活动中的媒介调度及媒介对传播活动的控制作用 | (227) |
| 第四节 新媒介的出现及其对社会的冲击          | (235) |
| 第五节 麦克卢汉的媒介研究               | (242) |
| <b>第八章 传播效果研究</b>           | (249) |
| 第一节 传播效果研究的主要内容             | (251) |
| 第二节 影响传播效果的主要因素             | (255) |
| 第三节 传播学效果研究的主要观点            | (268) |
| 第四节 议程设置理论                  | (272) |
| 第五节 知识沟理论                   | (281) |
| 第六节 “沉默的螺旋”理论               | (289) |
| 第七节 培养分析理论                  | (294) |
| 第八节 媒介霸权理论和电视暴力理论           | (301) |

## 目 录

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| <b>第九章 传播环境与传播资源</b> .....  | (303) |
| 第一节 环境在传播中的作用 .....         | (303) |
| 第二节 传播活动中对环境的利用与改造 .....    | (313) |
| 第三节 国家传播资源与传播主权 .....       | (327) |
| 第四节 发展传播学——关于世界信息传播新秩序 ..   | (329) |
| <b>第十章 信息传播的方法与技巧</b> ..... | (342) |
| 第一节 传播方法和技巧的作用 .....        | (342) |
| 第二节 基本的传播方法 .....           | (346) |
| 第三节 传播活动中方法与技巧的运用 .....     | (353) |
| <b>第十一章 传播学及其研究方法</b> ..... | (363) |
| 第一节 传播学诞生的社会条件 .....        | (364) |
| 第二节 传播学的发展及其理论的分支 .....     | (377) |
| 第三节 传播学研究的方法简介 .....        | (391) |
| <b>第十二章 中国传播理论的研究</b> ..... | (394) |
| 第一节 中华民族对世界传播事业发展的贡献 .....  | (396) |
| 第二节 中国古代传播理论的一些代表性观点 .....  | (413) |
| 第三节 中国共产党新闻传播理论的主要观点 .....  | (420) |
| 第四节 现阶段传播体制和传播观念的变化 .....   | (428) |
| 第五节 中国传播学建设的基本构想 .....      | (439) |
| <b>后记</b> .....             | (449) |



## 前 言

八年前当我写作第一本传播学教材《基础传播学》的时候，已经觉得人类传播事业的发展速度太快了，快得令人难以置信。进入 20 世纪以后短短的几十年时间，传播媒介和传播技术与方式的变化超越了以往的几千年，给人类认识世界、改造世界带来了前所未有的方便，当时以为传播事业的发展似乎已经到了它的极点和尽头。然而，仅仅几年时间，科学技术的力量又一次让我们感到了认识的滞后，以新媒体为核心的传播事业的新成果和新变化将人类的信息传播手段和传播能力再次推向新的高峰，人们传统的传播理念面临着挑战。“社会能否掌握技术，特别是每个历史时期里具有策略决定性的技术，相当程度地塑造了社会的命运，”<sup>①</sup>目前正在渗透到社会生活的各个方面的新媒体技术正是当今社会的“具有策略决定性的技术”，它改变着我们的生存方式，也改变着人类传播事业的面貌和传播的理念。探求建立在全新传播活动基础上的未来人类传播事业的发展规律，是传播科学的新内容。

自从国家有关方面将传播科学正式列入社会科学的学科目录，并将传播学与新闻学并列提升为一级学科以来，我国的传播

---

① [美] 曼纽尔·卡斯特：《网络社会的崛起》中译本，夏铸九等译，社会科学文献出版社，2001 年版，第 8 页。

学研究获得了合法的地位，人们对传播学的各种非议和否定性的声音逐步减弱了，传播学的研究如火如荼地开展起来。十几年前在我国的书店里和图书馆里难觅一本传播学著作的情形已经成为过去。据有关人士统计的数据，自1981年我国出版第一本传播学著作起，传播学著作的出版一直呈增加的趋势，其中1990年—1993年和1997年至今是两次出版的高潮。截止2001年，我国出版的自著和翻译的传播学著作已经有265种。<sup>①</sup> 值得一提的是从1999年以后，由华夏出版社、中央编译出版社、商务印书馆、南京大学出版社、中国社会科学出版社等分别组织出版的一批有较高质量的传播学系列译著的面世，对提高我国传播学研究的水准，扩大传播学研究的规模，规范传播学研究的范畴和方法，都发挥了积极作用。<sup>②</sup> 还有新华出版社、中国人民大学出版社、北京广播学院出版社等组织出版了一批我国学者自著的传播学类著作，全面地展示了我国传播学研究在新时期的成果和特色，对提高我国传播学研究在世界传播学界的地位也起了积极作用。更令人注目的是，我国传播学的研究同国外学术界和港澳台地区学术界的交流日益频繁，一批有留学背景的学者正在成为我国传播学研究的领军人物。我国学者2002年第一次以正式代表的身份出席了国际传播学会年会，以专题报告小组的形式进行了论文交流。在国内，由中国社会科学院新闻传播研究所等单位合办的传播学学术研讨会已经举办了七届。2002年6月，中国高校传播学会在上海正式成立，宣告我国传播学研究有了全国性的学术组

---

① 参见“传播学论坛”网站。

② 它们分别是：华夏出版社的《高校经典教材译丛·传播学》，商务印书馆的《文化和传播译丛》，中央编译出版社的《大众文化研究译丛》，南京大学出版社的《当代学术棱镜译丛》，中国社会科学出版社的《传播与文化译丛》。

织。所有这些都向我们展示了我国传播学研究可喜的态势和良好的前景。

在传播学的高层次人才培养方面我国也取得了初步的成果。1996年我国有了第一批传播学的硕士和博士授权点,目前传播学博士培养单位有5个,硕士培养单位有十余个,高学历的传播学人才培养进入了规范化、规模化的时期。每年有数十篇的硕士、博士论文问世,迄今为止已经有数量可观的传播学硕士、博士活跃在我国传播学研究的舞台上。

在丰富多彩的传播实践领域中,传播学的研究和成果被越来越多的人所认可、接受。在以新闻传播为核心的大众传播领域,在为经济建设做出显著成绩的广告、公共关系等领域,传播学都表现出了强大的生命力。关注传播学,自愿接受和学习传播学的人也越来越多,甚至有人明确提出了建设有中国特色的传播学体系的设想。传播学的理论正在向社会生活的政治、经济、文化等各个领域渗透。在新闻传播和整个大众传播事业以外的许多的生产和经营活动中,人们在有意识地借鉴和运用传播学的研究成果,并取得了实际的效果。一些著名的传播学的学者和专家们成了国家机关、经济管理部门和众多企事业单位的座上宾。就在我写下这一段文字的前不久,国内出版了著名的传播学者埃弗雷特·M·罗杰斯的著名的著作《创新的扩散》的第四版的中译本,出版社在对这本书的推介词中特别突出地强调,这是“公务员和公共政策制定者的必备参考”书籍,它将告诉人们“创新的概念和构想怎样真正实现”。<sup>①</sup> 在一些书店里,这本书甚至没有出现在新闻传播类图书或社会学类图书的柜台而被摆放在经济管理类或公务员专用图书的柜台上。确实,在目前的时代,作为执政

---

<sup>①</sup> 参见埃弗雷特·M·罗杰斯:《创新的扩散》(第3版)中译本,中央编译出版社,2002年版。

者、决策者的国家公务员们，如果缺乏传播沟通的意识，缺乏“创新扩散”的意识，缺乏与以新闻传播媒介为主的大众传播事业打交道的知识和本领，就很难为自己开辟一个实现决策的良好环境，甚至根本无法正常地开展工作。在社会生活的其它领域中也存在类似问题。传播学的基本知识和理论已经成为我国公民文化素质构成要素中的重要内容。在目前这个“世界多极化”和“经济全球化”<sup>①</sup>的时代，高效、及时、充分的内外沟通已经成为全体社会成员重要的工作和生活内容之一，它为传播科学在我国的发展和壮大提供了坚实的社会基础。

当然，我们不能夸大传播学的历史作用，传播学也确实不是万能的。但作为人类认识和改造世界过程中重要的手段工具，对传播媒介的科学认识，对传播规律的科学研究，对传播方式的有效掌握，是十分必要的。愿阅读本书的读者能通过我粗浅的描述，对传播学产生一点兴趣。如果大家因此而在自己的生活和工作中有意识地运用和推广了传播学的基本知识，那将是十分令人高兴的。

---

<sup>①</sup> 参见江泽民《全面建设小康社会，开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》（2002年11月8日），人民出版社，2002年版，第42页。

## 第一章 历史发展过程中的传播

我们是传播的动物，传播渗透到我们所做的一切事情中。它是形成人类关系的材料。

传播是社会得以形成的工具。

——威尔伯·施拉姆<sup>①</sup>

什么是传播？

传播是新生儿的第一声啼哭，他（她）在向社会宣布自己的诞生；

传播是天安门广场庄严的升旗仪式，它表达了一个国家的尊严和主权；

传播是小学教师在课台上的故事，它把知识的种子撒向众多幼小的心灵；

传播是外交部发言人的记者招待会，它为中国和世界架起沟通的桥梁；

传播是每晚 19 点的《新闻联播》，它为千千万万的观众提供国内外风云变幻的最新情况；

传播是电脑键盘上飞快跳动的手指，它在数不清的陌生人之

---

<sup>①</sup> [美] 威尔伯·施拉姆：《传播学概论》中译本，陈亮等译，新华出版社，1984 年版，第 20 页、第 2 页。

间建立了熟悉甚至亲密的联系；

传播是农民田野里的庄稼，传播是工厂流水线上的产品，传播是战士雄健的步伐；

传播是母亲留在游子衣服上密密的针角，传播是父亲额头细细的皱纹，传播是孩子给父母的亲吻……

在人类社会发展的每一个时期，一代又一代的人们无一不是处在传播活动的包围之中，也无一不是凭借了传播的活动在维系自己的生存和进步。

人类生活在一个由信息和信息传播媒介构建的世界中。古今中外，信息的获取、加工处理、传播、储存都是人类社会最重要的活动之一。从原始人类发出第一个有意义的音节，到目前我们每一个人几乎都成为通过人造地球卫星和互联网络等最尖端的科学技术手段所连接的现代化信息传播网络中的一个“节点”，漫长的历史发展过程中，人类一刻也没有停止过信息的传播和对传播活动规律的探索。在不同的历史发展阶段，人类都将当时所能提供的最先进的技术和设备投入了信息传播的过程和信息传播媒介的建设中，同人类所使用的其它主要生产工具一样，传播媒介也成为人类社会不同阶段的标志。人类文明的进步水平同信息传播能力的提高、同传播媒介的发展状况密切相关。“传播系统是整个社会系统发生变化的晴雨表和推进器”<sup>①</sup>，社会的全面发展促进了传播事业的进步，而传播事业的进步特别是传播媒介的进步，又增加了人类对客观世界的认识、适应、把握和创造的能力。冯天喻等认为，“文化的实质性含义是‘人类化’，是人类价值观念在社会实践过程中的对象化，是人类创造的文化价值，经由符号这一介质在传播中的实现过程，而这种实现过程包括外

---

<sup>①</sup> [美] 勒纳：《传播体系与社会体系》，引自张国良主编《20世纪传播学经典文本》，复旦大学出版社，2003年版，第317页。

## 第一章 历史发展过程中的传播

在的文化产品的创制和人自身心智的塑造。”<sup>①</sup> 信息传播和信息传播媒介在人类文化发展中的作用是毋庸置疑的和不可替代的。

尽管传播活动在人类社会发展中具有无比重要的作用和意义，尽管每一个正常人一生中都在进行着从不停歇的信息传播活动，但从理性上如何认识和把握传播活动与传播媒介，却不是人人可以做到的。生活中的许多现象都是这样有趣，越是熟悉的、人人都无法离开的事物，反而越是人们所不了解的。“传的活动像空气，无所不在；也像空气，太普遍反未能有意识地觉得它的重要。中国人是一个非常懂得传的民族，可能觉得传的行为太容易，又十分普遍，因而一直没有把‘传’当成人生一大需要来看待。”<sup>②</sup> 研究传播学，同样从我们最熟悉而显得陌生的传播现象入手。

### 第一节 什么是传播

“传播”一词我们并不陌生，据有关学者和专家的考证，在我国汉民族语言中至少在 1400 年前就已经使用了。始见于《北史·突厥传》中的“传播中外，咸使知闻”一语。<sup>③</sup> 在元代人所撰写的史书中也有用到“传播”一词的，如《宋史·贺铸传》中有“所为词章，往往传播在人口。”在更多的时候，我国古代汉

---

① 冯天喻等著：《中华文化史》，上海人民出版社，1990 年版，第 26 页。

② 余也鲁：《中国文化与传统中传的理论实际的探索》，引自戴尔伯·施拉姆《传媒信息与人——传学概论》代序。本书中文译述本，海天书楼 1983 年修订再版。

③ 方汉奇：《中国近代传播思想的衍变》，载《新闻与传播研究》第一卷第一期（1994-1）第 79 页。

语言中是“传”与“播”二词分用的，二词近义，但又有区别。

传，按权威工具书中的解释，大致有如下的意思：传授。《论语·学而》中的“传不习乎”和唐代韩愈的名句“师者，所以传道授业解惑也”中所用的“传”就是此意，是指某种精神、抽象物如知识、经验等的传授；转达，递送。如《孟子·公孙丑》中的“速于置邮而传命”，指的是某种物质或带有物质性的东西的递送、转交；传扬，流传。《礼记·祭统》中有“知而弗传，不仁也”，是指某种思想、意见由主体向外的一种较大范围的散布；传闻，传说。《荀子·非相》中有“其所见焉，犹可欺也，而况于千世之传也”，指的是一种在民间的长期传说；延续，继承。如《史记·秦始皇本记》中有“人人自安乐，无战之患，传之万世”，指的是按原样一代一代地继承下去；表达，流露。《抱朴子·行品》中有“而口不传心，笔不尽意”，是说外在的信息不足以表现内心的真实感情或感受。

播，在权威工具书中解释的主要意思有：下种，撒种。《说文·手部》中有“播，种也”，是往地里下种的意思；传布，传扬。《书·盘庚上》中有“王播告之，不匿厥指”，是通告天下的意思；分散。《书·禹贡》中有“又北播为九河，同为逆河，入于海”，是将某种东西分散于不同的地方的意思；流荡，迁徙。《正字通·手部》中有“播，亡逃也”，是人自某处逃往其他地方的意思。<sup>①</sup>

由以上的材料可以看出，在我国古代的语言中，传和播这两个词的主要意思是特定的主体将自己所拥有的某种具象的或抽象的东西向外输送出去，让别人接受。是一种“授”与“被授”的行为，一方是主动的，另一方是被动的。而在英语中，Communication 一词的意思同古代汉语中的传与播并不完全对应。辞书中

---

<sup>①</sup> 关于传、播二字的解释，参见《辞海》《汉语大字典》等工具书。



对 Communication 的解释是“通信”、“交流”，具体地说是“与……通信”或“与……交流”的意思。它强调的是参与双方对某种东西（信息）的共同拥有和分享。经过比较可以知道，汉语中的“传播”更接近于“宣传”、“教导”、“教化”等意思，对行为的目的与效果的要求较为明显、直接；而英文中的 Communication 更接近于参与双方之间的交流、交换，强调互相之间的沟通、分享，对行为的过程和动态的要求更加明显。汉语中的“传播”所指称的行为带有明显的单向性，而英语中的 Communication 所指称的行为则带有明显的双向性。

传播学由西方进入中国之初，港台地区的一些学者为英文中传播学的核心词汇 Communication 在汉语中找到了一个对应的词汇“传播”，并逐步约定俗成为大家所接受，沿用至今。其实“在 Communication 这一术语‘洋为中用’过程中存在着较为严重的误译、误解和误用现象”，“汉语‘传播’一词的外延要大于英语 Communication 作为传播学专业术语时的外延，汉语‘传播’一词只是英语 Communication 一词的约定俗成的对应译名，而不是内涵和外延完全相同的对等译名。”<sup>①</sup> 在大陆引进、研究传播学的初期，学者们对 Communication 一词的译法也不尽相同，交流、沟通、通信等译法都曾经有过。如中国对外翻译出版公司出版的联合国教科文组织“国际交流委员会”的最后报告《多种声音，一个世界》中，就大量地使用了“交流”的译法。知识出版社 1989 年还出版过唐·库什曼的著作《人际沟通论》，在本书的《译者后记》中也专门讲到了对 Communication 的翻译问题。但终因“传播”使用已久，并符合中国人的语言习惯，后来就统一到“传播”。当然，这个词的实际含义也在不断地向英文中的本

---

<sup>①</sup> 宋昭勋：《传播学理论译介和研究中 Communication 一词的误译、误解及误用》，见“媒体研究”网站。