



全国高等教育自学考试

传播学概论自学辅导

组编/全国高等教育自学考试指导委员会
主编/吴文虎

武汉大学出版社

全国高等教育自学考试

传播学概论自学辅导

全国高等教育自学考试指导委员会组编

主编 吴文虎

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学概论自学辅导/全国高等教育自学考试指导委员会组编;吴文虎主编. —武汉:武汉大学出版社, 2002. 8

全国高等教育自学考试

ISBN 7-307-03650-9

I. 传… II. ①全… ②吴… III. 传播学—高等教育—自学考试—自学参考资料 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 040354 号

责任编辑:陶佳珞

责任校对:程小宜

版式设计:支 笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:武汉第二印刷厂

开本: 880×1230 1/32 印张: 8 字数: 227 千字

版次: 2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-03650-9/G · 581 定价: 11.00 元

版权所有,不得翻印;所购教材,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

本书是与全国高等教育自学考试指定教材《传播学概论》配套的自学辅导书。接着,还即将出版一本同步练习册。

我们这样做的目的,是为了向参加全国高等教育自学考试的广大考生提供一套与教材内容紧密结合的、真正起到指导作用的参考书籍,而不致受到其他所谓“过关教练”之类书籍的误导。因此,本辅导书的内容严格按照指定教材《传播学概论》和《传播学概论自学考试大纲》编写,力求做到准确清晰,理顺教材脉络;通俗明白,切合考生的实际需要,着眼于帮助考生认真复习,在理解和掌握本教材内容的基础上顺利通过自学考试。

本书的编辑与出版,得到了全国自学考试办公室文科处的大力支持和武汉大学出版社的积极协助。

本书主编仍由《传播学概论》主编吴文虎教授担任,主编与该教材部分作者、在高等院校主讲过“传播学概论”课程的教师一起组成编写组,共同负责编写工作。

《传播学概论自学辅导》编写组

2002年4月

目 录

I 概 述	1
II 分章节辅导	18
第一章 导论	18
第二章 传播学的兴起与学术源流	33
第三章 有关传播过程的理论和传播模式	47
第四章 传播学研究方法	63
第五章 传播的社会功能	83
第六章 传播的控制研究	100
第七章 内容分析和信息交流	119
第八章 传播媒介与有关理论	139
第九章 受传者研究	159
第十章 传播效果研究(上)	177
第十一章 传播效果研究(下)	200
第十二章 传播学的批判学派	217
第十三章 高新科技对传播的影响	233
后 记	250

I 概 述

传播学概论是新闻学科各专业的基础理论课之一，也是新闻学、广告学专业自学考试（本科段）的必设课程和公共关系专业的推荐课程。

这本自学辅导书，是由全国高等教育自学考试办公室聘请和组织有关专家和讲授过这门课程的高等院校教师根据指定教材的内容编写的。编写的目的，是为了向全国攻读新闻学类各专业（本科段）的广大自学者，尽可能提供更多的翔实可靠的学习传播学概论的有效信息和切实可行的帮助，便于大家在学习过程中，较快地进入学习状态，减少学习中遇到的困难，逐步理解和掌握本课程的内容，从而达到学习的目标并顺利通过考试。

要学好这门课程，首先要有一个比较全面的认识。

一、传播学概论课程的性质

第一，传播学概论是一门基础理论课程。

传播学概论既不同于新闻学专业开设的新闻写作、新闻采访、报纸编辑、广告设计基础、公共关系事务等应用性业务课程，也有别于中国新闻史、外国新闻史、中外广告史等课程。在新闻类专业学科体系中，传播学概论作为一门专业理论课程，有其独特的地位。它与新闻理论既有联系又有区别，而且在当前世界上许多国家重视高等教育的传播学学科建设的情况下，本课程的设置更有其重要的意义。

设置本课程的目的，是为了使已经进入新闻学类本科段的自学应考者，以马克思主义的基本观点，正确分析和掌握与新闻学、广

告学、公共关系学等有直接联系的传播学原理和基本理论，并对学习其他新闻类专业课程起到参照和借鉴作用。

具体说来，传播学概论课程强调在总体理论的框架之下，从不同角度提出和研讨经过科学研究与实践检验而得出的各种具体传播理论，并分析与此相关的各种传播模式、传播功能和研究方法等。所以，它不像新闻业务类课程那样，要着重了解和掌握在新闻传播理论指导下有关的具体操作方法、操作规程和技术；也不像新闻历史类课程那样，强调通过对新闻业的产生、成长和发展过程的描述和分析，总结出经验教训并以史为鉴。对这一点，传播学的自学者或初学者应当有一个明确的认识。

传播学概论作为一门理论课程，必然具有强烈的理论色彩并以理论阐述为主。那么，什么是理论和传播学理论呢？一般地说，理论是科学研究的内容，也是它的产物。正如伟大的科学家爱因斯坦所说的：“全部的科学无非是思考的结晶。”经过检验和证实的正确理论，将指导我们有效地从事有关的工作和活动，将使我们预见某些事件的发展和结果。传播学理论同样如此。传播学是在 20 世纪以来大众传播活动的丰富实践的基础上，经过来自不同学科的许多学者的科学研究而取得的重要成果。今天，传播学已在社会科学中确立了它的显要地位。因此，传播学概论不是一门应用型的课程，也不是一门学习传播技巧、技术的课程，而是一门阐述、解释、分析各种传播理论的基础课程。对此，我们应当充分重视理论对实践的指导作用，处理好理论与实际、学与术的关系，掌握学习方法，真正把传播理论学到手。

第二，传播学概论是一门由西方引进并经我国学者不断吸收和消化的有关传播理论的课程。

一方面，传播学概论集中体现了西方学者多年来探讨传播理论的研究成果；另一方面，也反映了我国学者对传播理论的认识和见解。因此，这门课程既和西方的传播学有着直接的联系，又和我国的国情有着紧密的关系，从基本观点以至具体分析都和西方学者的见解有着许多不同之处。正因为这样，我们十分强调学习和研究传播学都要以马克思主义作为指针，要坚持马克思主义的立场、观点

和方法，在系统了解来自西方的传播学的前提下，对传播理论做到去芜存菁、去伪存真，分别予以批判地吸收或扬弃，从而逐步建立起有中国特色的传播学理论。当然，对广大自学者来说，现阶段的首要任务是在以往学习马克思主义理论的基础上，努力学好这本经过认真研究和严格筛选而编写出的《传播学概论》。

第三，传播学是一门多科性、集纳型的综合学科。

所谓“多科性”，是指传播理论是从人文科学特别是从社会科学对传播现象的研究中产生和发展起来的。传播学吸收了人文科学和社会科学中许多学科的有关研究成果，其中包括哲学、语言学、新闻学、心理学、社会学、社会心理学、政治学、符号学等；还有被称为“三论”的信息论、控制论、系统论，都对传播理论的探索和形成有着不同程度的影响。

所谓“集纳型”，是指传播学有其自身的理论构架，它的理论成果虽然来自不同学科的理论所得，但不是互不关联的理论上的混合物，而是有着严密的逻辑关系与逻辑序列的理论组合。换句话说，传播学是一个整体，它的理论观点是统一的、互相关联的。这种性质决定了传播学研究的开放性、持续性和动态性，对传播实践也就更具有指导意义。而《传播学概论》这部教材也因其具有以上的性质，在内容组织上更加重视理论观点、科学方法和科学态度的结合。不要求自学者掌握面面俱到的知识，而要求掌握各种传播理论的有机联系及其基本观点。

总之，传播学概论课程的教学要求，在于引导自学者以马克思主义的基本观点，了解、分析和掌握传播学及其重要分支理论之一的大众传播学。通过学习，对传播学的基本概念、主要理论和模式，对有关传播控制、传播内容、传播渠道、受众和传播效果的研究，对大众传媒传递信息的基本过程和特点，对大众传播的功能和结构，以及传播学的研究方法等，有一个大致的轮廓的认识，在此基础上去芜存菁，为我所用，以开拓者的热情投入到我国传播学的研究行列和实际工作中去，促进我国新闻传播和大众传播事业的发展。

二、传播学概论课程的特点

《传播学概论》是一本指引自学者入门的教科书，在课程内容上有以下特点：

1. 强调传播学的整体性和系统性

传播学包括基本理论、基本知识和基本方法三大部分。传播学分为传统学派和批判学派两大学派，本课程主要论述主流学派即传统学派的理论成果。本课程涉及传播学基本理论和大众传播的各个方面，知识范围广泛。各章之间既有联系又有很大区别，有的还有相对独立性。因此，本课程既有一个完整的理论框架即结构系统，在理论框架内部又有层次不同的各种具体理论观点。

具体地说，这个理论框架是：从导论和考察传播学的兴起及其学术源流开始，阐述人类传播活动产生和发展的一般规律，然后分别论述传播模式、传播学研究方法和传播功能。以后，再阐述它的核心部分，即控制分析、内容分析、受众分析、媒介分析和传播效果研究等主要理论研究课题。为了突出传播学的发展趋势，还对批判学派和高新科技对传播的影响专门展开论述。本教材的各个章节正是按照以上的总体思路和逻辑顺序进行编写的。还要指出的是，各个组成部分都有着各自不同的具体理论和理论观点，但又有着内在的密切联系。

2. 强调理论的多样性及其与模式、研究方法的关系

总的说来，传播理论相当丰富，内容涉及面广，但又不是驳杂和重复的。一方面，传播理论分别属于上述传播学中的不同核心，只要抓住核心内容这条主线，是完全可以分辨清楚和一一予以理解的；另一方面，这些理论往往体现为各种传播模式，并且是通过不同的研究方法而产生和形成的。

为此，我们还要认识到，理论模式化是传播学的一大特点。书中列举的各种模式有助于自学者更好地认识相关的理论，理解和掌

握这些模式也是学习传播学的有效途径之一。例如，美国传播学家拉斯韦尔提出的“5W”传播模式，既是传播学的一个基本模式，又在模式中把传播过程划分为五个要素，即传播者、传播内容、传播渠道、接受者和传播效果，从而引导许多学者对这五要素分别予以深入探讨并寻求其中的相互关系。如果自学者能够认真学习“5W”传播模式，就可以由此及彼地了解传播学研究的主要脉络，并能较快地领会传播学的核心内容。

同时，应当指出的是，研究方法在传播学的形成和发展中起到了重大作用。这类研究方法的共同特点是同属于实验型的定量分析方法，即“实证方法”。比如，拉扎斯菲尔德提出的有限效果论和两级传播模式，采用的是实地调查方法（即本书中的抽样调查法和问卷调查法）；霍夫兰提出的态度改变理论，采用的是心理学的控制实验方法。有鉴于此，本课程要求自学者结合实例，了解这些研究方法的要素和操作过程。

3. 强调理论联系实际

本课程阐述的内容主要来自西方学者对传播实践的深入研究，同时结合我国学者对传播实践所作的有关分析与不同见解。由此可见，传播理论并非无源之水、无本之木，而是深深地扎根于传播实践之中的。传播学者发现和提出传播理论的目的，全在于指导和应用于具体的传播实践活动。我们研究如何批判地吸收西方传播学中的有用成分并应用于我国，也就是要解决传播学本土化的问题。因此，本课程在内容上结合理论分析列举了大量案例，以便使自学者加深对传播理论的认识和领悟。自学者应当运用所学的传播学理论，初步分析新闻传播、大众文化和高新科技传播等社会现象，得出有益的见解。只有在学习中紧密联系传播实际，特别是我国新闻传播与大众传播活动的实际情况，才能学好传播学概论这门课程。

三、传播学概论课程的地位和作用

传播学概论是新闻学专业（本科段）的骨干课程之一。新闻学

专业的课程大体上可以分为理论、历史和实务三大部分，而传播学概论属于其中的基础理论课程之一。它对培养和提高从事新闻工作和大众传播工作的专业人才，有着不可替代的重要作用；同时，本课程的内容对实际的新闻活动和大众传播活动也有着现实的指导意义。

在我们所处的时代里，大众传播已经像浮雕一般凸显在社会生活之中，它的地位举足轻重，作用也日益显著。信息传播是启动社会进步和经济发展的原动力之一，而且已经成为信息时代和知识经济时代的一个亮点。当我们把视线伸向世界和我国的传播活动时，便可以清晰地觉察到：在报刊、广播、电视、电影、图书及 CD、VCD、DVD 等传媒上，不论是有关经济、政治、文化、科技等各种社会现象的反映与传播，还是国内外重大事件的报道，乃至绚丽多姿的音乐、舞蹈、戏剧、曲艺等广播影视节目和春节文艺晚会的播出，都会引起广大受众的强烈关注、思索和评论。不论过去、现在还是未来，大众传播对社会生活的影响是巨大和深远的。可以说，丰富的传播实践，为传播学的出现提供了肥沃的土壤，客观上催生了有着坚实的社会科学理论基础的传播学。既然如此，作为攻读新闻学专业本科段的自学者来说，就要积极认真地去学习它、了解它、认识它和研究它。传播学概论就是这样一门理论课程，它既可以为众多自学者研讨传播学理论释疑解惑，又可以为广大新闻与传媒工作者提供理论上的许多指导意见。

早在 20 世纪 80 年代前后，传播学概论开始纳入我国高等院校新闻系的本科课程之中。现在，大多数设有新闻传播院、系、专业的高等院校都已开设了这一课程。1996 年，国家学位委员会正式把新闻传播学定为一级学科，下设新闻学与传播学并列的两个二级学科。这一重要举措，不仅说明了这是为了与国际新闻教育接轨，把传播学提升到应有的学科地位，而且，更重要的是，这样可以使传播学教学和原有的新闻学教学结合起来，更有利于培养新一代的从事新闻与传播工作的专业人才。事实表明，许多毕业于新闻类专业本科段的学生，他们在掌握传播理论和新闻理论之后，能够做到学以致用，有效地指导和推动了自身工作的开拓和发展。

四、学习传播学概论课程的方法

1. 态 度

树立正确的学习态度，是学好这门课程的重要前提。这种学习的基本态度，正如1982年在北京召开的全国第一次传播学讨论会上所概括的，对来自西方的传播学要“系统了解，分析研究，批判吸收，自主创造”。对自学者来说，就是要在学习的过程中，始终坚持以马克思主义理论为指针，独立思考，认真钻研。对西方的传播理论，既要有比较全面、系统的了解，由表及里，逐步深化，不能满足于一知半解，又要具有分析和鉴别能力，努力做到去伪存真、去粗取精。对西方的传播理论既不能照抄照搬，全盘接受，也不能不分良莠，一概否定。此外，还要联系我国大众传播事业的实际情况，对传播学的理论成果和研究方法，予以检验和运用。

在学习态度上，还要强调知难而进。以往有些自学者反映：“传播学不好学，自己看书不容易看懂。”有的说：“许多都是国外的传播理论，很难掌握。”这些认识，的确在一定程度上反映了自学者在学习过程中遇到的具体困难。但如果不改变这种看法，便会在学习中望而却步，裹足不前，或浅尝辄止，半途而废。我们并不否定，学习理论比起学习业务或操作方法要难一些，但也不是无法掌握和学不到手的。因此，当自学者明确了学习目的，认识到传播学的重要地位和作用以后，更应当抱着知难而进的态度。有了正确的态度，看书一遍看不懂，就下决心多看几遍；国外的理论不容易明白，就反复推敲它的意思。只要下工夫，以顽强的毅力和饱满的热情去刻苦攻读，经过坚持不懈的努力，就会最终取得学习上的收获。

2. 方 法

学习和掌握传播学理论，要有科学的合理可行的学习方法，才能做到事半功倍，取得良好的学习效果。

总的说来,学习和掌握理论,有一个从感性认识到理性认识的思维过程。而且,认识不可能一次性地飞跃完成,而是要经过实践——认识——再实践——再认识的反复过程才能逐步完成。正如毛泽东同志所指出的:“感觉到了的东西,我们不能立刻理解它,只有理解了的东西才能更深刻地感觉它。感觉只解决现象问题,理论才解决本质问题。这些问题的解决,一刻也不能离开实践。”学习传播学,同样不能停留在对传播现象的感性认识阶段,而要充分把握研究对象,对具有普遍意义的理论观点进行分析,从而领悟和接受,也就是要通过逻辑思维即抽象思维的方法达到理性认识的更高阶段。比如,有些人觉得某部电视剧好看,另一部电视剧不好看,这只是一种感性认识,是一种直觉的反映。它虽然有一定的认识价值,但这只能说是认识的初始阶段,很难据此断定这种认识正确与否。不过,如果我们能够结合所学的传播学理论作进一步思考,由表及里地分析该电视剧的内容和表现形式,以及它和电视观众接受程度的关系等,就能够比较准确地找出该电视剧之所以受到欢迎或遭到冷落的各种因素。可见,只有通过对传播现象的分析,才能将对传播过程的理解从感性认识提升到理性认识的阶段,也才能透过现象真正把握和理解事物的本质。

具体地说,在学习传播学概论课程中,自学者必定要经过从感性认识到理性认识这样一个思维过程,只不过由于教材中已经有了现成的一系列传播理论,不需要先从感性认识入手,而是先学习这些理论,初步掌握这些理论的一般内容,然后再紧密联系实际情况去加深理解,深入思考,进一步掌握这些理论的真正含义。

3. 要 领

学习要领是掌握学习方法的具体环节和关键所在。能否掌握学习要领,与自学成效的高低有着密切的关系。

① 从一般通读到仔细阅读

开始学习时,可以先将《传播学概论》和自学辅导书分别通读一遍。通读全书不能要求太高,只是求其大概,有一个初步印象即可。然后再进行“细读”,即依照课程进度,按章节同时并进地学

习这两本书。阅读时不要贪多求快，而要仔细琢磨、认真思考，直到真正领悟其基本原理、基本理论和基本知识为止。在学习中应以阅读《传播学概论》为主，并参照自学辅导书的有关内容深入理解。如果必要，也可以做些阅读笔记。

传播学概论是一门理论性很强的课程，因此，在学习之初就要先了解传播学的理论框架。而了解理论框架的重要途径之一，就是要认真阅读教材的目录和书中的自学考试大纲。

② 认真阅读教材目录

教材中各章节的安排和标题，都是按理论框架的整体思路提出的教学内容的核心和重点。编排顺序的先后，体现了编著者的总体思路的发展和教学的具体要求。而篇幅大小、或繁或简，都和内容的重要、次重要或一般程度有关。所以，在学习步骤上，阅读教材之前应当先阅读教材目录，弄清楚全书共有多少章，每一章的基本结构是什么，各节的主要内容是什么，有哪些理论要点，它们之间的来龙去脉如何，各章节教学内容在整个教材中所占的地位和比重又如何，等等。总之，要做到心中有数，胸有全局。

③ 对照考试大纲钻研教材

《传播学概论自学考试大纲》是编写这门课程的教材和自学辅导书的依据，也是个人自学、社会助学和国家考试命题的依据。如果自学者能够认真地把“大纲”和教材内容逐一对照起来仔细阅读的话，就可以整理出一个清晰的头绪来，便于按部就班地学习下去。具体地说，在阅读教材的同时，要弄清楚考试大纲中规定的“课程性质与设置目的”和“考试内容和考核目标”。然后，再结合学习“大纲”中阐明的每一章的学习目的与具体要求，以及其中每一节的主要内容，并注意每一章有多少知识点，考核要求是什么，“识记”、“领会”、“应用”的要点是什么等。这样，就可以做到纲举目张，从全局到重点再到一般，把阅读、理解和复习、应试有机地结合起来。

④ 掌握好基本概念

任何一门学科，都有各自不同的基本概念，这是掌握这门学科的基础，也是进入这门学科的一把“钥匙”。传播学作为一门新兴

的社会学科，同样有其独特的基本概念。传播学的基本概念，就是有关传播现象、传播活动、传播行为、传播手段和传播方式等的各种定义，它们都有确定的内涵和外延。自学者要予以认真领会和牢固掌握，并注意区分相近的概念以及它们之间的联系与不同之处。为了方便学习起见，本辅导书的每一章都有“基本概念简释”这一节，希望大家认真阅读。

⑤深入理解和掌握基本理论

由于传播学理论包含了从社会学、心理学等不同的学术视角提出的一系列理论观点，因而涉及到其他有关学科的各种理论，自然是比较难以掌握的。据此，自学者在掌握传播学的基本概念之后，要进一步深入到各种传播理论之中，努力把握住这些理论的要点和精华所在。

现在，我们试以《传播学概论》第十章为例，讨论如何理解和掌握传播学基本理论的问题：

第十章和第十一章都集中论述了“传播效果研究”这一核心内容，而第十章可说是有关传播效果研究的总论。它着重阐明了三个问题，即第一、二、三节标题所指明的：“传播效果研究的基本课题”、“传播效果研究的历史与发展”和“传播效果的产生过程和制约因素”。这里，我们先探讨第一个问题（即第一节）。

第一节有三个段落。其中第二个段落“传播效果研究的类型及研究课题”是这一节的重点。因为从理论角度来看，它阐述了如何深入展开传播效果研究的基本理论问题，正是需要详细加以分析之处。而第一个段落涉及传播效果的含义，属于前面已经谈到的要掌握的基本概念的内容，因而不是重点所在。第三个段落是传播效果的理论与实践的意义，尽管应该认真阅读，但不是探讨基本理论的核心内容，所以也不是本节的重点。

在“传播效果研究的类型及研究课题”这个重点中，一是提出传播效果的各种分类，着重分析了美国学者戈尔丁提出的效果分类标准；二是以传播效果为中心，探讨了它和传播主体、传播内容、讯息载体、传播技巧和传播对象之间的关系和由此形成的五个不同的研究取向。前者并不难理解，值得注意的是后者，对这五个研究

取向一定要认真思考和领悟，因为它是和第三节的内容直接相关和互相呼应的。也就是说，如果掌握了这个重点，也就能够比较容易地理解第三节的内容。

第二节是“传播效果研究的历史与发展”。要注意的是，这一节在表述方法上是按历史顺序纵向展开的，不同于其他章节。它根据传播效果研究的历史演变过程，先后分析了各个时期有关传播效果研究的五种主要理论观点及理论研究趋向，即：“魔弹论”；传播流程研究和“有限效果论”；“说服力传播”的效果研究；“使用与满足”研究；20世纪70年代以来的宏观效果理论。这五种理论反映了传播效果研究的发展过程，也是自学者必须牢固掌握的重要内容。至于“20世纪70年代以来的宏观效果理论”，因为还要在第十一章中详细展开论述，所以在这一节中只作简单概述。但如果领会了这段概述，也就能够更好地理解下一章的内容。

第三节是“传播效果的产生过程和制约因素”。这一节内容较多，也比较难以掌握。但是，一来由于它在第一节的重点中已经有所提及，二来本节一开头就提出了美国学者克拉帕的有关模式，而这个模式既表现了传播效果的产生过程，也反映了传播效果受到制约的各种因素。有了这两点指引，相信自学者可以深入了解本节的内容。正如教材中所说的：本节是“根据克拉帕的这一模式，从传播主体、传播技巧和受众三个方面对效果形成过程以及一些主要研究成果作一个概括的分析”。以下三个方面可以看作是本节展开的三条主线：

主线1，传播效果和传播主体。它们之间的关系十分密切。其中提到的“把关”研究、信源的可信性效果、“休眠效果”（即睡眠者效果）三项理论成果都同这一论题有关。

主线2，传播效果和传播技巧。它集中探讨后者如何有效地产生预期的传播效果，讨论了“内容提示法”、“说理法”、“诉求法”等五项有关传播技巧的研究成果。要注意的是，教材上提到的具体案例是为了让自学者了解这些研究成果是怎样产生的，但不是应该牢记的要点。大家要记住的是这些理论成果的内容。

主线3，传播效果和传播对象。传播对象的各种属性也会对传

播效果产生影响。它论述了三项有关的研究成果，即：意见领袖的作用；群体归属与群体规范的影响；受传者个性的影响。

这样，一旦自学者抓住了以上主线，理解了各项理论研究成果的要点，也就能较好地掌握这一章的基本内容。

如果自学者能够这样去掌握学习要领的话，那么，也就能将所有的传播学理论都较为牢固地学到手了。

4. 学习中应注意的问题

① 处理好重点和一般的关系

重点和一般是相对而言的。学习重点，是我们要下工夫、花力气去掌握和理解的主要内容。而对一般的内容，也要予以适当关注，不能忽视。就传播学概论这门课程来说，所谓重点，是指在总体理论框架下，它所阐述的基本概念、基本理论、基本模式、研究方法和传播过程的各个环节。这些重点，也就是在教材和自学辅导书中一再强调和详尽阐述的主要章节和主要内容。如果我们在学习中抓不住重点，就会感到茫无头绪，甚至会“抓了芝麻，丢了西瓜”。不过，如果自学者在没有全面学习教材的情况下孤立地去抓重点，就会走上猜题押题的歧途，到头来也是得不偿失的。因此，应当在全面系统地学习的基础上去掌握重点，有目的地深入学习重点章节，并密切关注其他内容。

② 处理好基础知识和应用能力的关系

传播学概论虽然是一门基础理论课程，不涉及具体的传播技术、传播技巧等内容，但是，传播理论的作用和意义，全在于能否指导传播实践并应用于传播实践之中。否则，为理论而学习理论，就会陷入口头上的空谈和故弄玄虚，对传播事业和传播工作不会带来任何益处。因此，对自学者来说，在学习传播学理论的过程中，要时刻注意联系实际，努力培养和提高自己对传播实践的观察、分析与辨别能力。有条件的话，还应当在自己从事的传播工作岗位上，结合传播活动对有关的传播理论予以检验、分析和借鉴，以解决实际问题。以学为用，以用促学，就能学得更多、更快、更牢固。