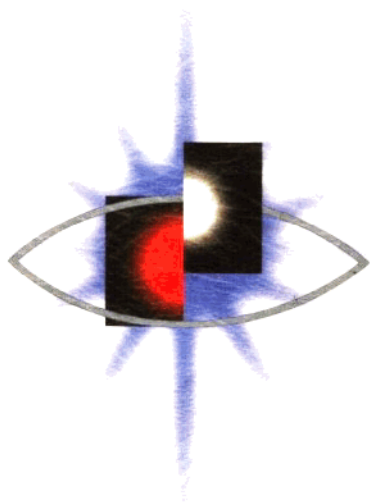


● 国家“九五”社科基金重点资助项目

戴元光

传播道德论



上海大学出版社

自序

作为具有社会责任感的人,面对越来越多的媒体轰炸,不能不思考许多问题。本书试图对我国传播道德建设的现状作一般性评价,指出我国传播事业发展所表现的许多令人担忧的问题,并从伦理和法理角度进行深层的分析。

传播是人类的基本行为,但是人们对传播的认识仍很朦胧。传播事业在本世纪的发展是人类始料不及的:从新闻传播的报纸媒体开始,短短几十年,相继出现了广播、电视、网络,尽管网络传播的发展在今天还只是雏形,但是传统的传播媒介加上网络传播,着实令人目不暇接,眼花缭乱。本文所关注的是,作为具社会责任感的人,面对传播——报纸、书刊、广播、电视、网络甚至街头书报摊、卡厅等传播场所及娱乐场的轰炸,所不能不考虑的问题。也许,我们是杞人忧天,但传播所带来的社会问题,恐怕是无人不捏一把汗的——只要你用心地关注一下。

在传播媒介的大合唱中,透过朦胧,我们确实可以窥出许多问题。本书透过朦胧,用辩证的、科学的方法对涉及传播道德的一些主要问题进行分析、阐释,对其中几个重大问题进行研究,并提出见解。本书的要旨是把传播道德与传播伦理学术研究的成果融为一体,以填补传播道德研究的空白。

(一)

在我国,“传播”这个词在 20 年前还是非常陌生的——传播活

动虽然是人类生活的重要内容。被媒介煽动起来的政治热情早淹没了独立的思考,使传播没有成为众人关注的对象。对于大部分人来说,读书、看报,是政治家和知识分子的事情,普通群众更多的是听广播,电视则是极少数人享用的奢侈品。现在,几乎家家有电视,坐在家里便知天下事,许多人还“上网”,知道了许多新名词:“上网”、“电视购物”、“电子邮件”。人们对现代媒介充满热情,以至于“书架越来越小,电视机越来越大”,进入了全新的生活空间。在这个空间里,地域造成的沟通障碍在很大程度上被减少,人与人,人与社会,社会各阶层形成了全新的交流与互动关系。

媒介越来越多,技术越来越发达,信息量越来越大,人们目不暇接,面临选择。在大众传播媒介发育还很幼稚的时代,媒介像“魔弹”,如文化大革命,报纸、广播就是党的化身;电视媒介发展后,人们不大迷信媒介了;改革开放后,对外交流频繁,人们对外部世界有了新的认识,对媒介传播的信息各取所需;在思想控制还较严格,政治多元还没有实现的时候,受众要么按照传播媒介的引导去行为,要么保持沉默,但群体压力使他们不能离经叛道;网络传播的发展,形成新的二元传播空间,人人都可能因此成为事实上的传播者,增加了社会参与的机会。当代传播因网络技术的发展而发生了根本性的变化,并且由于发展速度太快,影响太广泛,人们来不及作出反应或选择,或失去理性判断的时间,正面的、负面的信息都可能进入信息通道,传播道德问题就成为传播中的重要问题在许多方面表现出来。

传播道德作为伦理道德的一个分支,是研究传播中道德关系的学问,目的是建立良好的健全的传播道德秩序,形成较为完整的、公认的、相对稳定的道德理论体系,特别是现代社会传播的特点是电子传播媒介成为传播信息的主通道,传播道德运行机制的设计和建构必须体现这一特点。

现代传播把我们带入全新的生活空间,我们获得了传播的自

由,可是,传播能不能成为创造美好未来的“杠杆”?它带给人们的是福是祸?亦或是两者都有?这一切都取决于人们怎样科学、合理地使用。但人毕竟不都是“理性”的人,在我们对未来充满乐观的时候,我们也应有无法把握未来的思想准备。我们曾经对报纸、电视、广播及其他出版物的许多问题提出过许多批评和质疑,传播自由、版权、传播对青少年的影响,曾是我们严重关注的大问题,网络传播的发展与普及所遇到的问题恐怕更令我们头疼:网络的监督与检查制度、网络用户的低龄化、网络传播对儿童的影响、主流文化与主流意识形态、有障碍传播、民族文化遗产的保存等方面我们将争论不休。本书认为:

一、传播道德的理论就是新闻伦理、传播伦理。传播道德的理论关注的是传播道德问题引起的深层次的哲学问题,讨论的是传播道德的理论问题,如传播行为是什么?传播行为的基本准则,传播自由,权利和义务,平等、诚实与客观性,研究传播道德是通过实践的考察,来进行伦理的判断,以评价一种道德行为或道德立场,而这种道德判断和道德评价是“建立在合乎理性的道德原则及健全的经过细致推理的论据之上的”,是通过理性话语展示的可以辩护的道德原则。

二、职业道德是具体问题,如传播侵权、新闻传播职业规范,重点关怀的是具体的、可操作性的道德行为,如在传播活动中,哪些行为是合法的,哪些行为是不合法的或不道德的,网络时代的个人隐私问题,以及法律如何界定这些问题。深层的伦理学、传播道德是哲学层次,是智慧学,一般的道德研究,尤其是对传播道德这些基本问题的研究是解决具体的道德行为规范等技术性的现实问题,具有很强的可操作性。如今,传播侵权层出不穷,制黄贩黄和其他违法传播活动屡禁不止,特别是网络传播活动中的传播侵权和刑事犯罪行为正在危害社会,这些侵权和犯罪行为危害范围广,知识含量高,控制难度大,越来越引起社会的广泛注意。

三、传播与其他社会现象相交叉的问题是边缘问题。由于传播的现代化、立体化,传播活动影响到社会的各方面,特别是网络传播的出现,大大改变了人们的文化行为与生活行为,甚至改变了社会文化结构和传播结构。它可能带来的重大问题是主流意识与主流文化同媒介传达的、占主要传播通道的网络文化、通俗文化的冲突与对抗;新型的社会运行机制与传统的社会组织方式的冲突;大量的处于社会底层的社会成员同社会上流阶层或管理(统治)阶层的冲突与对抗;宗教间的冲突和宗教与社会的冲突;主流意识与舆论多元的冲突。这些冲突初期表现为文化上的冲突、传播上的冲突,并隐性地表现着,但随着问题的增加和积累,会逐步演变为显性的、表面的、直接的冲突。

四、传播道德是社会道德与伦理的一个有机的、也是较为特殊的组成部分,是传播活动中所表现的道德关系,也是传播道德主体自我道德需求和能力。传播道德主体是道德媒介的建设、经营管理与使用,并具相应道德需要和能力、道德义务和权利的法人或自然人。由于传播道德主体涉及众多的法人和自然人,他们的道德观念、权利和义务、传播道德需要与能力、传播行为等不尽相同,因此传播道德反应了传播活动中所涉及的自然人和法人的共同利益。每个法人和自然人既是传播者,又是受传者,任何法人或自然人都无法独立于其他法人或自然人而存在。鉴于此,传播道德是传播主体共同制定的,他们不仅拥有自己的道德权利、道德义务和道德行为,还应尊重其他法人、自然人的道德权利、道德义务和道德行为,并且相互沟通,彼此肯定,取长补短,不断完善传播道德关系。

(二)

探讨和研究传播道德不仅仅是寻求真理,探讨真理,更主要是寻求合理的、正当的传播行为和传播方式的基础,以建立适合这种

基础的法律原则。

且不去从哲学的深层次讨论传播道德问题,就一般层次的传播道德和社会规范问题而言,它与法律的原则与义务是有共同话语的,有些时候还是交叉的、纠缠的。但传播道德还包括了许多感情的部分,有时是超越法律的,有时“逍遥法外”,传播法规则是传播道德的一个反应,它是对道德行为的规范和认可。法律对传播道德行为的反应,常常是缓慢的、滞后的,缺乏预见性的。传播道德行为必须是在最大的可能情况下符合一般的法律原则,而传播法规也必须关注传播道德观念和行为的不断变化。今天,我们的法律对传播道德关注显然不够。可以说,我们的法律已远远滞后于传播的发展,滞后传播道德观念和行为的变化的。

现代传播道德是不同于传统的传播道德的,它的一个重要特点是信息社会性质,呈自主性、开放性和多元性。

从一般意义上讲,现代传播道德主体是具有传播权利和责任和义务的道德意识,依据传播的道德需要而从事传播的人。由于传播技术的发展,现代传播空间急骤扩大,层次增多,内容丰富,方式多样,人们通过媒体传播信息所引起的道德关系也因之变得非常复杂。在信息多元、传播多元的情况下,人们的道德需要、道德意识日益觉醒。例如,电子传播媒介为人们提供了全新的传播空间,满足了人们信息共享、资源共享的需要,但是利用电子传播媒介进行犯罪活动,传播侵权和其他不道德的传播行为损坏了人们的合法权益,威胁了正常的社会秩序,人们必然呼吁规范传播行为,实现责任、权利和义务的统一。这种传播道德意识的自我需要同传统的狭窄、淡漠的传播道德意识具有本质上的不同。

传播道德的开放性是现代传播道德的重要特征。从人类历史发展的进程看,社会总是不断地从封闭状态走向开放的状态,现代传播技术的发展则加速了这一进程。从传播渠道来说,在封建社会里传播媒介主要表现为统治阶级的工具,文字狱太严酷,广

大劳动人民实际上被剥夺了传播自由权,包括言论的自由和接收、采集信息的自由,社会处于封闭状态。近代社会,传播技术成为社会生产力的一部分,传播媒介的控制相对宽松,但世界信息传播并没有形成统一的市场,各国、各地区的经济活动,也包括信息传播活动呈相对独立性和自足性,使得传播观念,包括道德观念和道德行为表现出某种封闭性。而由于各国的相对独立,各国、各地区间的传播冲突,包括传播观念、传播道德、传播媒介及市场的冲突也较尖锐地表现出来。现代传播将世界变成“地球村”,消除了“这里”和“那里”的概念和界限。这一变化导致社会、经济、文化基础也发生变化,传播观念,包括传播道德当然也发生了变化,以适应社会的发展。这些变化要求道德主体认真地审视自己所认同的、遵循的道德规范,使自己的道德意识同世界道德意识保持一致,在同一道德文化语境内行为。

道德类型呈多元状态是文化多元的直接反应,而文化多元则是现代传播的直接结果。在传统社会里,生产力水平相对较低,物质产品不丰富,信息消费需求不高,与生产力水平相应的社会组织与管理忽视多元需要,实行单一模式的管理。现代社会信息成为资源,信息技术的广泛使用,鼓励多元,社会管理方式较为灵活。多元的、非统一的、不断民主化的社会管理方式,为人们多样化存在方式包括多样化的文化选择、道德选择,提供了社会基础和社会支持,人们已能够尽量多地得到精神文化价值的追求,包括理想、信仰、信念的多样化选择。

(三)

最近几年来,一些学者在各种场合下表示了对我国道德发展的担忧,认为当代道德滑坡了。在我写这些文字的时候,我的案头上摆着一本刚出版的书《反价值时代——对当代文学观念的价值解构》(周伦佑,四川人民出版社,1999)。谈的虽然是文学观念问

题,但文学观念的价值基础也有道德问题。也巧,这两年,我也在写一本《反文化的世纪》,就是讲知识精英主体价值意识的动摇,从文革中的知识无用、读书无用到改革开放中的文人下海,儒商,文凭热,学术剽窃……人们需要的是金钱,文化不过是一种“装置”。这种只注重外表的浮华与市场吸引力的文化价值观是人类文明的敌人。

道德的发展和成长是与社会发展息息相关的。社会现实是道德发展与成长的基础,道德是社会现实的反应。应当承认,旧价值体系的危机和解体是不可避免的,但新价值体系是什么呢?在价值真空的社会转型期(transformation),知识精英能否站在建构新价值体系的制高点?

传播道德只是社会道德的一个方面,或者是一个较显著的道德窗口,本书所涉及的问题不过是传播道德的几个主要层面。在这些方面的探讨,恐怕还有许多路要走。

戴元光

1999年3月于上海大学乐乎楼

目 录

第一章 总论——传播、传播学、传播道德	(1)
第一节 传播——人的本能.....	(1)
第二节 传播学——科学中的年轻王子	(35)
第三节 传播道德——传播者的职业灵魂	(70)
第二章 资产阶级传播道德观	
——从自由主义理论到社会责任理论	(81)
第一节 报刊自由主义理论	(81)
第二节 新报刊自由主义——社会责任论.....	(105)
第三节 资产阶级传播自由理论的困惑与传播道德 危机.....	(108)
第三章 马克思主义传播自由观	(113)
第一节 传播自由的一般内涵.....	(113)
第二节 马克思主义传播自由观.....	(119)
第四章 传播侵权	(127)
第一节 传播侵权的性质与特点.....	(128)
第二节 传播侵权的历史渊源.....	(130)
第三节 传播侵权的基本类型和责任.....	(135)
第五章 传播的社会批评	(153)
第一节 媒介批评是最根本的社会责任.....	(153)
第二节 媒介批评的现实意义.....	(164)
第六章 客观性报道	(177)
第一节 客观性原则的多种理解.....	(177)

第二节	客观性原则的提出及发展	(185)
第三节	宣传成为现代新闻的重要特色	(188)
第四节	客观性报道的本质	(192)
第七章	文化媒体化、大众化及媒体的反文化反伦理倾向	(196)
第一节	文化大众化是工业社会的产物	(198)
第二节	文化媒体化是世纪末的文化特征	(204)
第三节	文化媒体化和大众化的影响巨大	(209)
第四节	媒体的反文化反伦理倾向	(223)
第八章	传播与青少年教育	(231)
第一节	早期的研究	(231)
第二节	我国青少年对媒体的依赖及其行为	(240)
第九章	我国社会主义传播道德建设的思路	(245)
第一节	我国传播道德的传统理论与现代建设	(245)
第二节	以法律为依据,构建社会主义传播道德 体系	(262)
后 记		(266)

第一章

总论——传播、传播学、传播道德

毋须你承认,你每天都在传播,或者传播各种信息,或者接受各种信息。传播学是一般传播规律的总结,涉及许多理论问题。传播道德是传播活动中所涉及的传播观念、责任、伦理、传播法律等问题,是伦理道德的重要组成部分。要研究传播道德,首先得从传的理论与实践入手。

第一节 传播——人的本能

在所有学科中,都有传播学的位置。但它又是独立的一个。

传播是物质世界的普遍现象,没有不传播的世界。传播是人类世界存在的物质基础,维持着人们的生活,并活跃人们的生活。人们可能并不了解这一点,但有谁能说他不曾参与过传播,也未受过传播的影响呢?

传播既具自然属性,又具社会属性。海潮的起落,太阳的炎热,星辰的圆缺,冰雪的消融,都是在传播——暗示、渗透、转换、发展、消亡。

接吻、繁衍、决定、跑步、对话、观望、航标——这是人类的传播。

一、传播的发生与发展

要了解物质世界传播始于何时是十分困难的,至少目前的科学技术还不能达到。有人不承认生物世界之前的物质世界也存在传播,但按传播所具备的条件来说,这一点是毋庸置疑的。至于各种生物也能处理信息则是被科学所证明了的。在我们探讨传播道德的问题时,所涉及的传播只能限定在人的社会传播。

(一) 传播的发生

人类是会传播的动物,传播渗透在人类的一切活动中。至于人为什么要传播,人利用传播达到了什么目的,这是十分简单却又十分难回答的问题,就如同一个小孩,知道肚子饿,却又不能说明为什么饿一样。虽然人还不能完全说清传播究竟为人类帮了什么忙,但人类却从来没停止过传播。

站在人类历史的高度观察传播现象,我们会发现,人类对传播的需要是自发的,是无所不在的、必需的活动。我们可以设想一个没有传播的社会,或者只有一个人的世界,这里没有群体,没有大众,与一切人类社会是隔绝的,因此没有大众传播,也没有人际传播和组织传播,但他(她)无法不进行内向传播,即思考问题:对往事的追忆,对未来的幻想,对自然界的斗争——除非他(她)确实是一个白痴。因此,只要有人存在,就存在人的传播行为。

人类在传播方面具有独特的天赋。这也是人区别于动物、植物的主要标志——有目的地组织传播活动的的能力,并在生活和生产活动中改善、提高和发展这种能力。《圣经》里有关于巴比伦人造通天塔的故事,据说古代巴比伦国王召集 20 多万巴比伦人,花了 40 多年的时间建通天塔,当塔快要通天的时候,上帝为阻止这些不速之客,派了 70 名天使夺走了人们互相理解并共同使用的语言,然后把他们分割成小群,让每群人讲一种只有他们自己才能懂

得的语言,巴比伦人由于相互间无法沟通,不得不终止通天塔的建设。这个故事说明,传播是人类社会形成的工具。传播学奠基人、美国传播学家宣伟伯曾以狗为例,他说谁也不会怀疑狗具有传播能力,但狗不可能知道它的生和死,不会知道它生前有过狗,也不知道在它死后还会有狗。狗追小猎物时一定是为了某种目的,但从来不会认为哪一次追得最精彩,也不会总结某一次失败的原因。但人类能做到这一点,甚至最原始的人,都能做到。而且,人类一直在试图改变其对周围事物的信息的接收能力和传播能力,目的大概只是为了人类自身的生存。

(二) 传播的演变

人的传播能力的发展历程是艰难而漫长的。人类为了获得或传播信息,最初只是发出一些最简单的,来源于身体结构的声音、姿势和手势,后来才逐步创造出一套非口头式的经过一定范围约定俗成的信息传播手段:音乐、舞蹈、火光、炊烟、图形符号,包括像形符号和后来出现的表意符号。表意符号出现是人类传播史上的里程碑,因为表意符号能以抽象的概念来表达某一目的。当然,真正使人类传播发生根本性变化的是人类语言的产生,它不但扩大了人类传播内容的深度和广泛,使意义表达得更为详尽,并且成为人类继续生存的重要条件。

但是,语言的出现并不是说人类在传播手段上已经完美无缺。实际上,随着传播活动的日益频繁和生活内容的丰富以及生产发展的需要,人们逐渐发现它的局限性。此外,在地球上互不接触的各个领域之间的人,都在创造自己的语言,传播有别于其他领域和群体社会的经济、文化和道德。当人类生活逐步扩大时,语言的多种多样却使传播发生了很大的困难,虽然人类不是坦诚地承认,但这种困难,至今也未克服,并且是非常明显的。

文字的出现使传播发生了质的变化,它使人类的传播有可能跨越时空的限制,使最有价值的信息既可传到遥远的地方,又能保存很长

的时间。2000 多年前,中国就出现了第一部百科全书——《诗经》。书面文字促进了传播的发展,使得人类逐步社会化。除了社会成员的人际交流和公共交流外,还出现了专职的传播者或职业。

人类的文字传播经历了人类自己后来都不敢想像的漫长而缓慢的历程。但是人类还是设法传播。一个邮差,一条帆船,一只信鸽,可以把书写的信息带到遥远的地方。印刷术和电子媒介的出现,使人类得到进一步解放,传播又一次发生了质的变化。

近代传播的发展,首先应归功于印刷术的发明——虽然,人类早在几千年前就已在皮革、石头、木块、帛上刻记各种符号,但是原始的刻记所能达到的效果在今天看来是不值一提的,所谓“处则充栋宇,出则汗牛马”变成今天的书籍又能有多少呢?!印刷使书籍普遍被使用,大量的情报资料经过整理,能储存到体积很小的书籍中,并长期保存。中国在公元 1 世纪就开始广泛使用纸,早于阿拉伯国家 800 年,早于欧洲 1000 年,而印刷术在中国的出现则比西方早大约 600 年。

有了书籍,报纸便有了产生的土壤。虽然我国的报纸最早据说出现在唐朝,甚至有人认为比唐朝更早的汉朝便有了,但至多不过是手抄的,并且很难说就是报纸,有人认为那便是报纸的雏形,似乎不失为一种较能使人接受的观点。但从严格意义上说,报纸是资产阶级的同龄人,是资本主义的产物。即使那时的报纸也并不是能同今天相比的,内容主要是船期、商情以及为布教服务的,刊登社会新闻和政治新闻则要晚得多。但无论如何,报纸的出现使传播事业发生了很多变化,起码可以说,从那时起,传播不再是个人或统治阶级的事情了。而到了 19 世纪末 20 世纪初,传播业已令人惊喜了,新闻出版物已成为大众性刊物,具有了动员和教育的作用。当然,同时也被统治阶级作为维持统治和国家机器的工具。

电子传播工具——电报、电话、电影等传播工具的出现使传播

工具发生了革命,并同报刊一起进入社会成员家庭。到本世纪 20 年代之后,电子工具更进一步发展——电视、广播、互联网络等进入了传播领域。1840 年前后,美国人查尔斯·惠特斯特和塞缪尔·莫尔斯发明了电报;1876 年前后,美国人亚历山大·贝尔第一次使用有线电话通话;1895 年前后,俄国人马可尼和波波夫分别成功地使用无线电话发报机;1894 年第一部影片《火车进站》试映;1904 年,传真设备传送出去第一批图片;1906 年,美国人费森德尔通过无线电设备把人类的话音传播出去;1939 年,电视开始放送第一张图片;广播开始于本世纪 30 年代;1962 年,第一颗商业通讯卫星“震鸟号”发射成功。本世纪 50 年代,令人眼花缭乱的电视则把人类带进了一个崭新的世界。在今天看来,过去的 3000 年,人类传播的发展几乎是半停滞的,直至近代以来 150 年,传播才发生了根本的变化。近期的几十年,传播则进入了丰富多彩的时代,进入 70 年代以来,传播的发展几乎达到神奇的速度——同步卫星开始运转,登陆月球成功,使用光导纤维通讯,用电脑系统传播与控制信息,信息高速公路使地球变成“地球村”。而互联网的出现则使世界变了样;时间消灭了空间。

人类传播事业的迅速发展,使人类自己都难以置信。这种发展不仅仅表现在上述所涉及的技术上,同时还表现在人类传播的语言性质的根本改变。在人类社会初期,即在人类只能采集食物和狩猎以及从事简单的农业生产的阶段时,人类同时也从直接与大自然相联系和交流系统演进到模拟的传播系统;在工业时代,人类学会了用文字和数据传播信息;今天,人类已进入了信息的时代,随之而来的是迅速地从现在的模拟技术转换成各种形式的二进制语言,当然模拟语言不是消失,而是同新语言融汇在一起。

人类传播得到如此发展,虽然是人类始料不及的,但人类仍在不断地想方设法使传播进一步发展。人类传播的发展史表明,传播的发展一方面对技术的进步有较大的依赖性,另一方面也是由

于人类意识到社会、政治、经济、文化和精神方面的需要。这就是人类在整个历史进程中,一直设法改进传播技术、发展传播技术的原因!

二、传播的定义和特征

从传播被作为社会科学研究的重要内容起,人们都在试图对传播下一个能够被公认的定义,但由于传播的外延过大,以及价值观念和观察角度的不同,传播的定义仍是众说纷纭,各执一词。

(一) 对传播的各种各样的解释

1. 共享说

持这种理论的人认为传播的英文单词是 Communication,它来源于拉丁文 Communicare,具有“共享”的意思。因此,有人便认为传播就是共享信息的过程,这种定义是以理解、接受并发生共鸣为前提的。美国学者亚历山大·戈德在他的《传播的定义》中说:“它(传播)就是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”。宣伟伯说,我们可以给传播下一个简单的定义,它即是对一组告知性符号采取同一意向。

当然,传播者的目的是使除自身以外的受传者对信息的共同占有。可是实际上,只是共享某些符号是不能说明问题的,过于简单了。有时候同一组符号对传播者和受传者意义是完全不同的,或者对其中一些人有意义,而对另一些人则无意义。事实上,人们分享的是信息含义而不是符号,同时需要指出的是传播行为发生后,人们无法了解是否达到了共享的目的。如果以是否共享作为传播的定义,那就很难认定传播行为是否成立或进行。反之,没有共享是否就不是传播行为呢?

2. 劝服说

认为传播的定义是劝服,突出强调了传播是有目的的行为。美国学者霍夫兰、欧文·贾民斯、哈罗德·凯利认为传播是“某个人

(传播者)传递刺激(通常是语言的)以影响另一些人(受传者)行为的过程”。美国学者戴维·伯罗也持这种观点,他认为所有传播行为都旨在以特定人物(或一群众)引出特定的反应。美国学者沃伦·韦弗说传播是一个心灵影响另一个心灵的全部程序。贝罗德也认为,我们在传播方面的基本目的是成为有影响的人,去影响其他人,影响我们周围的物质环境以及影响我们自己,总之要成为一个具有决断的人,在决断事情时要有一票。简言之,我们传播是影响——有意识地去影响。

传播一定会影响人,“劝服说”从这一点出发,突出强调了传播者的主观动机,并以此解释传播的定义。从传播者出发,或从传播的效果出发,这种定义是有可取之处的。但局限性也很明显。如果传播者只考虑自己,而忽视受传播者一方,则有的传播可能要失败的。同时,传播者和受传播者的角色关系在传播过程中是会有变化的,并且是互相影响的。因此,把一切传播行为都看成是影响他人,并不符合实际传播行为。有些传播者并不是为了调整别人的行为或者影响别人,在人际传播中,人与人的交流,有时只是消遣和拉家常。正如新华社报道英·甘地夫人遇刺的消息仅仅是让人们了解发生的事实,并不含有改变人的行为的目的。

3. 反映说

美国学者S·S·史蒂文斯认为传播是一个有机体对于某种刺激的各不相同的反应。这种定义含义太广,以至于传播学都涵盖不了。例如,由于太阳的强烈照射,庄稼变枯萎;春雨湿润,大地变绿。由于某种刺激,生物本能和**非本能**、有意识或无意识地作出反应是层出不穷的。这么说来,传播学不是把生物学等也列入了自己的范畴?

除此以外,关于传播学的定义还很多,如:

美国学者约翰·B·霍本的交流说——传播即用言语交流思想;

美国学者马丁·P·安德森的了解说——传播是我们了解别