

大众传播学诸论

编著：陈龙武·游仲勋

（主审）

游国恩·游书·游国恩

新华出版社



大众传播学诸论

〔美〕梅尔文·德弗勒 著
桑德拉·鲍尔—洛基奇 译
杜力平 校
柯 雄 校

新 华 出 版 社

大 众 传 播 学 诸 论

Theories of Mass Communication

by Melvin L. DeFleur and Sandra Ball-Rokeach

根据朗曼出版公司1989年第5版译出

本书版权系由美国新闻署提供

大众传播学诸论

〔美〕梅尔文·德弗勒 著
桑德拉·鲍尔-洛基奇

杜力平 译 柯雄 校

*

新华出版社出版发行

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开本 12.75印张 插页5张 287,000字

1990年9月第一版 1990年9月北京第一次印刷

印数：1—1,000册

ISBN7-3011-0754-8/G·217 定价：8.80元（精）

出版前言

美国的德弗勒教授和鲍尔—洛基奇教授合著的《大众传播学诸论》，是一部系统介绍和论述美国大众传播学诸种理论的学术著作，在美国传播学界颇受欢迎，至1989年已发行第五版。

在这本书中，作者首先回顾了从远古时代迄至今天的人类传播史，以及报纸、电影、无线电广播和电视这几种现代大众传播媒介的诞生与发展经过，从中可以看出美国的传播业是怎样由美国的社会文化条件所形成的。在本书第二部分，作者以美国社会为背景，综合了西方社会学、心理学和传播学者的研究成果，分析了探讨大众传播效果问题的多种理论，并联系美国生活中最常见的商品广告、政治竞选、社会募捐和娱乐节目的实际情况，阐述了利用媒介进行“说服”的几种策略。最后，作者通过“媒介系统依赖论”分析了媒介系统与其他社会系统之间的相互依赖关系，以及电脑、有线电视、卫星、双向电视和视屏信息等新传播技术的发展前景。

本书的两位作者，纽约锡拉丘兹大学教授德弗勒和南加利福尼亚大学教授鲍尔—洛基奇，都是美国的著名传播学家，各有多年

种著述。本书中谈到的某些理论，就是他们自己提出的。当然，本书阐述的一些理论不可能不带有历史唯心主义的偏见。本书对人类和人类文明的起源的叙述也是不完整的。

我们对西方的新闻学观点已不生疏，但像本书这样比较系统地阐述美国大众传播学理论，尚不多见，故全文译出，供读者研究参考。

序 言

《大众传播学诸论》第五版修订之处颇多。讨论多种媒介历史发展状况的各章与前几版大体相同，其余章节却要么作了重大修改，要么是完全新添的。

作者提供了若干完全新颖的理论观点作为框架，来解释传播对个人、社会及文化的影响。例如，第一章包括了人类传播的一种过渡理论，以试图缩小研究人类传播总体过程与研究大众传播具体过程这两者之间的距离。这一理论集中探讨了人们及社会在采用了全新的传播形式后发生的广泛变化。随后各章也包括了一些新的观点。

第二、三、四章提供了有关采纳、推广和使用各种传统媒介的最新数据。此外，还增加了新型媒介（如电缆电视和录像机）的起源和发展情况的介绍。这些新型媒介现已成为我们媒介系统中的重要组成部分。

第五章集中讨论了作为社会系统的大众媒介，把它们的结构和功能与第一章中提到的理论观点相联系，展示了大众传播和目前在美国使用的若干种媒介已构成一个深深制度化的体系，它与

整个美国社会紧密结合。该章的分析还特别说明了为什么这些媒介在近期的未来不大可能中止它们生产通俗文化的做法，而是将继续侧重较低水准的内容。

第六章与前几版相比较有所改动。它为理解媒介所产生的社会类型和理解为什么早期对媒介的影响和效果的解释趋于某一特定方向，提供了重要的背景。“大众”社会的观念仍在有关媒介的思索中起一定作用，但从这类思考所引伸出的早期理论观点现今已不大有用了。尽管如此，这一章仍为理解大众传播理论的发展提供了一个重要起点，因为它既发生于基本社会科学，亦发生于传播学科本身。

第七章从新的角度观察了三个重要的概念：（1）由于早期心理学注重后天的学习而产生了对个人差异的研究；（2）社会学对现代工业城市多元社会成分的研究使人们认识到各种人的社会特征差别；（3）社会关系的影响在有关大众传播过程本身的早期研究中已显而易见。这三个概念——个人差异，社会分化和社会关系——对理解大众传播的短期选择性影响，仍然起着重要作用。

第八章注重于大众传播在长期社会化过程中的作用。在讨论心理学模仿理论时，观察了大众传播如何通过媒介的表述而成为人们学习行为方式的源泉。人们可以采用媒介展现的行为方式作为应付各自环境的手段。这一章还展示了一个新的理论观念——社会期待论，它强调了大众传播作为有关社会规范、角色、等级和社会控制的信息来源的重要性。正是媒介内容的这些心理学和社会学方面构成了大众传播的间接社会化功能的核心。

第九章提出了一个有关意义构成的新颖看法，表明虽然社会意义构成对许多媒介学者来说还是较新的注意焦点，但它是西方

知识界最早关注的问题之一。自柏拉图至今，哲学家、理论家和不同领域的研究人员都在探索这方面的问题，如现实的性质是什么，我们如何认识现实，我们对客观世界的主观概念如何影响我们的行为。为理解媒介在个人及公认的意义社会构成中所起的作用，涌现了一些理论，如今这些理论已进入大众传播学研究的前列。

第十章把第七、八、九章提出的理论观点结合起来，考察了基本理论在制定应用策略来改变传播对象的行为方面所起的作用。这是传播学研究中了解得最少的问题之一，而且也许是大众媒介范围内最难看懂的问题之一。广告、政治竞选和公共说服活动每天费用浩大。然而，学术研究和传播理论在预测某种说服策略能否成功这一点上，迄今没有形成什么可靠的指针。相对来说，它仍是一个尚未探明的研究领域。

第十一章是新添的一章，介绍了所谓媒介系统依赖论。它阐述了这一生态学理论的基本概念、论点和假设，指出其根源在于第一章中表达的基本理论范例。在控制个人、群体、组织和社会为达到各自目标所需要的信息资源方面，媒介系统具有作为信息系统的特殊性质，这方面的研讨为考虑媒介效果的宏观和微观过程奠定了基础。至关重要，它显示了为什么媒介控制的信息资源在现代社会的所有各层次形成了依赖关系，这种关系说明了媒介系统在组织个人、群体和社会生活中的中心作用。这一论述使媒介系统依赖论超越了作为媒介效果理论的应用范围；而成为一种大众传播学理论。它使我们懂得为什么大众传播在这个复杂的并且不断变化的现代世界中，对于我们和我们的社会为理解、行动直至娱乐而进行的奋斗来说，是如此不可或缺。如果我们设想一下，某天早晨醒来发现，由于某种神秘原因，媒介消失了，我们

和我们的社会将会面临着在没有大众传播的情况下怎样组织日常生活（且不说生存）的问题，我们也许就可以悟出这一理论在某种意义上所寻求的认识。

第十二章必然是新的一章，因为它涉及传播技术的一些较为重要的发展，这些发展已经并且将继续改变大众传播的性质。这一章研讨了电子计算机、电缆电视和交往性传播技术目前和未来的含义，考察了将这些技术运用于媒介系统的各种成功的和不成功的尝试，包括直播卫星系统，电话或电视交往系统及视屏信息。这一章还讨论了在迅速变化的信息服务性经济的背景下观察新兴媒介系统的重要性，以及这种种发展是如何迫使当今占支配地位的大众传播系统去适应不断变化的环境以保证自身的生存。这一讨论把我们带回了大众传播的发展史，使我们意识到老的媒介系统，如同现今的系统，何以不仅需要改变它们的技术，而且还需要改变它们在组织个人和社会生活中的大众传播作用。

桑德拉·鲍尔—洛基奇

梅尔文·德弗勒

于加利福尼亚州洛杉矶市

纽约州锡拉丘兹市

目 录

序言·····	(1)
第一部分 大众传播的起源·····	(1)
第一章 人类传播的发展阶段·····	(3)
开端·····	(4)
过渡理论·····	(7)
符号和信号时代·····	(12)
说话和语言时代·····	(16)
文字时代·····	(19)
印刷时代·····	(23)
大众传播时代·····	(28)
估价大众传播的性质及影响·····	(29)
中心问题·····	(31)
社会学范例：社会组织·····	(32)
心理学范例：个人·····	(42)
注解·····	(48)
第二章 大众报纸的出现·····	(53)

媒介发展的周期性方式·····	(55)
大众报纸·····	(56)
先驱报纸·····	(57)
美洲殖民地报纸·····	(58)
人人看的报纸·····	(59)
快速扩散时期·····	(62)
社会及机械技术的进化·····	(62)
报纸普及的高峰期·····	(63)
冲突和报纸的变化·····	(64)
黄色新闻·····	(64)
社会控制系统的出现·····	(66)
大众报纸的未来·····	(66)
注解·····	(70)
第三章 电影的发展 ·····	(72)
技术进步·····	(73)
投影及暗箱·····	(74)
连续动作幻觉·····	(77)
摄取暗箱成像·····	(79)
电影成为现实·····	(84)
社会进化: 电影成为大众媒介·····	(85)
初期电影的内容及观众·····	(86)
镍币影院时代·····	(87)
成熟电影·····	(88)
量变方式·····	(90)
注解·····	(95)
第四章 广播媒介的建立 ·····	(97)

电讯的进化	(97)
扩大传播需求	(98)
电学的科学进步	(100)
电报	(103)
无线电报	(105)
从无线电报到无线电话	(107)
传送人声	(107)
私有制和赢利动机	(109)
无线电音乐箱	(110)
控制问题	(111)
开始定时广播	(112)
干扰和经费问题	(114)
电台商业化	(118)
无线电的黄金时代	(120)
电视业的发展	(124)
电视机作为地位象征	(125)
增长障碍	(126)
电视得到迅速采纳	(127)
电缆电视的到来	(128)
录相机	(132)
综述	(137)
注解	(138)
第五章 大众媒介成为社会系统	(139)
美国社会中的媒介稳定性	(142)
具有长期历史的问题	(143)
功能分析的基点	(146)

媒介系统的结构和功能	(148)
低级趣味内容的重复现象	(149)
系统的成分及范围	(150)
外界条件	(154)
保持系统稳定	(155)
注解	(159)
第二部分 大众传播的效果	(161)
第六章 大众社会及魔弹理论	(163)
进化论范例和大众社会的概念	(166)
孔德的集体有机体观念	(166)
斯宾塞的有机体比拟	(169)
特尼斯的社会契约理论	(171)
涂尔干对分工的剖析	(174)
大众社会理论的出现	(177)
大众社会和魔弹论	(179)
战时宣传以及对媒介效力的信念	(179)
魔弹结论的假设基础	(183)
注解	(185)
第七章 影响不一理论	(188)
个人差异论	(192)
个人差异原因：是学习还是遗传	(192)
心理图像和市场分割	(200)
社会分化论	(202)
社会分化的意义	(203)
现代社会的社会分化	(205)
社会学实验性研究的兴起	(206)

亚文化	(207)
使用和满足的观念	(209)
“人口分布特征”成为市场分割基础	(210)
基础研究和应用研究的联系	(210)
大众传播过程中的有选择性的影响	(211)
社会关系论	(212)
两级传播及影响论	(215)
创新采纳论	(216)
影响不一理论的现实意义	(218)
注解	(222)
第八章 社会化和间接影响理论	(227)
短期角度与长期角度	(228)
范例的局限	(228)
方法的局限	(229)
媒介作为社会化动因	(233)
社会化的性质	(233)
社会化和个人	(234)
社会化和社会	(237)
模仿论	(238)
社会或观察学习论	(239)
模仿过程	(243)
社会期待论	(246)
社会组织论	(247)
媒介描述作为社会期待的来源	(251)
注解	(255)
第九章 大众传播和意义构成	(257)

过渡时代寻求原理	(259)
古老的问题：我们如何认识现实？	(263)
概念：知识的基础	(265)
常规：传播的根据	(267)
行为：认识现实的结果	(271)
对认识原理的漫长求索	(272)
现代答案：社会构成论	(279)
语言学：通过语言认识现实	(280)
人类学：意义构成过程中的文化相对性	(282)
社会学：象征性相互作用和现实概念	(283)
社会心理学：现实意义的先验图式	(287)
大众传播和媒介转述的现实的的影响	(290)
报刊的意义构成功能	(292)
培养论	(295)
报界的议程安排功能	(297)
媒介的言谈和语言功能	(298)
注解	(302)
第十章 几种理论性的说服策略	(306)
心理能动策略	(309)
认识因素和行为	(310)
修正认识因素以影响行为	(312)
社会文化策略	(315)
社会期待和行为	(315)
修正社会期待以影响行为	(318)
意义构成策略	(324)
意义构成和行为	(325)

修正意义以影响行为	(326)
注解	(329)
第三部分 现代社会中的媒介	(331)
第十一章 媒介系统依赖论	(333)
媒介效果理论的根源	(335)
媒介依赖关系的概念化	(339)
媒介依赖关系的双向性质	(341)
个人与媒介系统的依赖关系	(342)
基本范例与媒介系统依赖论	(347)
认识论范例的贡献	(348)
象征性相互作用论范例的贡献	(352)
冲突论及结构功能论范例的贡献	(356)
媒介依赖关系变化的说明	(359)
进化论范例的贡献	(360)
变化的波纹效果	(361)
媒介和社会	(363)
注解	(365)
第十二章 新兴媒介系统	(367)
电子计算机的影响	(368)
个人计算机	(369)
服务性经济中的计算机	(371)
计算机和大众媒介	(375)
基本有线电视	(376)
卫星传送的有线电视	(377)
直播卫星系统	(380)
交往性传播系统	(382)

电话基础之上的系统	(382)
电视基础之上的交往性媒介	(383)
交往性视屏信息	(386)
交往技术向媒介系统转化	(389)
注解	(394)