



传播学概论

〔美〕威尔伯·施拉姆 威廉·波特著

传播学概论

【美】 威尔伯·施拉姆 威廉·波特著
陈 亮 周立方 李 启 译

新 华 出 版 社

Men, Women, Messages, and Media:

Understanding Human Communication

by

Wilbur Schramm and William E. Porter

* * *

(This book was originally published in 1973

under the title: Men, Messages, and Media:

A Look at Human Communication, by Wilbur Schramm,

HARPER & ROW, PUBLISHERS, New York

1982.

本书根据美国纽约哈珀和罗出版社一九八二年版译

传播学概论

[美] 威尔伯·施拉姆 威廉·波特著

陈亮 周立方 李启译

*

新华出版社出版

新华书店重庆发行所发行

重庆新华印刷厂印刷

*

850×1188毫米 32开本 10.375印张 235,000字

1984年9月第一版 1984年9月重庆第一次印刷

印数: 1—7,600册

统一书号: 7203·070 定价: 1.20元

译者前言

传播学是一门新兴的边缘学科，是近四十年来随着美国的新闻广播，特别是电视事业的迅速发展而诞生和发展起来的。美国的新闻和广播事业早已具有相当规模，第二次世界大战后新出现的电视，是首先在美国得到发展和普及的。美国在一九五〇年开始发展彩色电视，一九六二年首先利用通讯卫星进行电视转播，拥有电视机的家庭在五十年代急剧增加，到五十年代末期已达到约占总户数的95%。每个成年人平均每天收看电视三小时，家庭妇女、老年人和儿童每天看电视的时间更多，看电视成为美国人日常生活的一部分。电视机的普及和电视业的发展，导致出现了一些新情况和一系列新问题：电视同广播电台、报刊之间、各个电视公司之间为争取传播对象和商业广告发生了剧烈竞争；电视成为宣传美国生活方式、道德规范和价值观念的重要工具，成为宣传美国政府的国内外政策和资产阶级政党竞选的重要工具，也成为进行教育和传播科技文化知识的有力工具；电视促成了电视节目和广告制作等新行业的产生和发展；电视节目对儿童、青少年的影响引起了社会的关注。于是，电视、广播和报刊这些新闻媒介的特性、发展前途和社会功能，各种新闻媒介的相互关系，它们的传播对象的组成，传播如何产生效果和产生了怎样的效果等问题，都成了研究的课题。总之，电视这个传播速度快、范围

广和时刻影响亿万观众的新型电子视听媒介的出现，推动了电视业以及广播、新闻事业的发展，推动了这些大众传播媒介和大众传播的研究，导致了大众传播学和传播学的产生和发展。美国传播学者威廉·艾林在《大众传播研究》一书中曾作了这样的概括：“广告商和舆论测验者都对大众传播媒介的传播对象的组成与反应感到兴趣，前者是要判定新闻媒介对消费者购买行为的影响，后者要判定新闻媒介对于选民的投票决定的影响。因为对大众传播媒介感兴趣的人甚为广泛，如市场研究人员、社会学家、心理学家、新闻教育家、民意测验者，以及广告、广播电视、杂志和报纸的从业人员，所有这些方面的人，都把他们的调查研究叫做大众传播研究。如果不是较为确切也是较为方便，于是大众传播媒介这个相当长的名词，很快就在学者、研究人员、实际工作者以及普通人中间流行起来了。”“大众传播研究是时代的产物，是以科学分析为特点的二十世纪前半期的产物，由于把科学实验的调查研究方法广泛应用于前人所未曾探索的自然、生物和社会现象，这就产生了大众传播研究。”

传播学所研究的，除大众传播之外，还有团体间传播、个人间传播，以至语言、文字、传播的起源，传播的模式，传播过程及其各个环节，传播对象的组成和传播效果等。在传播学研究和发展过程中，既吸收了美国学者在新闻学、政治学方面的研究成果，也吸收了心理学、社会学以及自然科学中的信息论、控制论和系统论的一些概念和成果，因此被称为是一门边缘学科。现在，西欧各国、澳大利亚和日本，还有许多第三世界国家继美国之后，采用“传播事业”这个新名词，作为新闻出版、广播、电视和电影及有关的行业的统称，并大力发展传播学研究和教学。传播学中既有属于资产阶级意识形态或只是适用于资本主义社会的内容，

也有反映一般规律和在应用技术及方法上的可取之点。我们对西方传播学不能盲目地全盘照搬，也不宜一概排斥，应当采取实事求是的科学态度，在马克思列宁主义、毛泽东思想的指导下，对之进行系统了解和分析研究。

本书原名直译为《男人、女人、讯息和媒介——人类传播概论》，是威尔伯·施拉姆对他在一九七三年出版的《人、讯息和媒介——人类传播一瞥》一书，同威廉·波特合作的修订本，于一九八二年出版。施拉姆是美国著名的传播学者，被誉为传播学的奠基人，曾在美国伊利诺斯大学传播中心、斯坦福大学传播研究所、夏威夷东西方传播研究所主持研究工作和任教，他著有《传播学论文集》、《大众传播的过程与效果》、《大众媒介和国家发展》等书。收集在《报刊的四种理论》一书中他的文章：《报纸的苏联共产主义理论》，更详尽地反映了作者在新闻学理论方面的资产阶级观点。但作者在本书中论及大众传播媒介（主要是电视的节目）的社会影响时，也认为商业化的大众传播媒介，产生了无法控制的社会影响，又难以充分发挥其教育和促进国家发展的作用。

本书按原著全文译出，以便读者对西方传播学有完整的了解和进行分析研究，仅略去各章后面所附思考题及英文参考书目。对书中可能为我国读者不大熟悉的人物和事实，在译文中加进简单的解释性字句，少数重要的另加译者注。传播学还是近两三年才在国内一些刊物上有所介绍，有些英文名词在传播学中赋予了新的含义，译法也不完全一致，因此在原著前增加了一篇传播学名词介绍。本书由陈亮、周立方、李启各译五章，并互相校阅。李启最后校勘了全书，写了译者前言和传播学名词介绍。译文和前言、名词介绍中谬误之处，敬希指正。

译者 一九八三年十月

传播学名词介绍

传播学给一些旧有名词赋予了新的含意，要有新的译名，现在新闻学刊物上使用的译名不一。译者在翻译这些名词时，参考并尽可能采用较为通用的译名，对个别名词采用了新译名。对传播学中引自电学、自动控制、心理学等学科的名词，沿用了国内通用的译名。现对本书中使用较多的一些名词作简单介绍：

传播、传播学 (communication) 原意为通讯、传达、交换(意见)、交流、交通等等。传播学是在近四十多年来报刊、广播、电视等事业大发展的背景下发展起来的，它所研究的主要问题是与大众传播媒介有关的问题，是信息的点到面的传播中的问题，故译为传播、传播学。用于个人间或两方面交换意见时，则译为交流。传播学研究的是人与人的关系，以及与他们所属的集团、组织和社会的关系；研究人们之间的分享信息的关系：谋术信息、劝说、指导、娱乐；研究他们怎样相互影响；受影响；告知他人和被他人告知；教别人和受别人教；娱乐他人和享受到娱乐。

人类传播 (human communication) 是指两个人或两个以上的人之间的一种分享信息的关系，其目的是谋求信息、劝说、指导(教育)、娱乐。人类传播的方式有面对面的传播，或通过书信、文电进行的传播，还有使用机械媒介，如电话进行的传播。

人类传播部分靠语言进行，部分靠非语言符号，如手势、表情、姿态等进行。

大众传播 (mass communication) 是指职业传播者使用机械媒介(如印刷报刊的印刷机，播送广播、电视的电讯机械)广泛、迅速和连续地传播信息，以期在大量的、各种各样的传播对象中唤起传播者预期的意念，试图在各方面影响传播对象的一个过程。

大众媒介或大众传播媒介 (mass media of communication) 媒介一词现在用的 media是这个英文字复数的单数，单数为 medium。大众传播媒介是在二十年代广播电台出现后才有的一个名词，指的是在传播途径上有用以复制和传播信息符号的机械和有编辑人员的报刊、电台之类的传播组织居间的传播渠道，具体分为印刷媒介(报纸、杂志和书籍)和电子媒介(电影、广播和战后出现的电视)。传播学集中研究的报纸、杂志、广播、电视这四者，有时称之为新闻媒介(news media)。

传播对象(受传者) (audience) 原来仅指观众和听众，在传播学中包括了读者，成为对观众、听众和读者这三者的统称，有译为“受众”、“受传者”的。用“传播对象”含意较明白易懂。

把关人 (gate keeper) 这个词照字面直译为“看门人”或“守门员”。传播学把在信息传播途径上工作的新闻记者、编辑、节目制作人员都称为把关人，他们对信息进行选择、决定取舍、决定突出处理及删节哪些信息或其中的某些方面，决定了向传播对象提供哪些信息，并试图通过这些信息造成某种印象，其含意已超出通常的“看门人”的作用，因此用了这个译名。

信息 (information) 意为消息、情报、知识、资料、数据等。传播学中使用的这个词，概括了上述的这些含意。本书作

者认为信息在当前同自然资源、能源、军事力量一样，是一个国家的国力的重要组成部分。这个译名最初用于关于自动控制的文章中，现已广泛使用。传播学者和信息理论的学者一样，认为信息可以用来减少或消除一种情况的不确定性的事物。

讯息 (message) 原意为消息、音讯、文电、文告等等。传播学中的讯息，由一组信息符号组成，传达一个具体的内容。在传播过程中，发送者发出讯息，接收者对这个讯息进行处理，并作出反应。

符号 (sign) 人类传播活动的要素。声音、语言、文字、图画、手势、姿态、表情等都是符号。符号在发出以后就离开传播的双方而独立存在。符号在甲方代表某一含意，在为乙方收到时，在乙方脑中也会代表这个含意。

非语言符号 (non-verbal sign) 指语言、文字、图画以外的可以通过视觉、听觉、触觉、嗅觉感觉到的姿势、音容、笑貌、气味、颜色等概念的总称。它可以加强、扩大语言符号传播的信息，也可以否定语言符号传播的信息。

代码 (code) 原意为电码、密码、代码、法规、法典、规约等。传播学认为语言就是人类根据经验抽象创造的代码。由一组四个数字组成的中文电码，也是一种代码。在传播过程中，发送者把要传播的信息制成代码，接收者把代码译出还原为信息。

渠道 (channel) 原意为航道、水道、途径、渠道、波道、通路等。在电视上译为频道。传播学中的渠道，即进行传播时通过的某种媒介和个人间面对面的交流。

反馈 (feedback) 本来是电子工程学上的名词，指发出去的电波的回流。在人类传播中，指接受者对传播者发出的讯息的反应。传播者可以根据反馈检验传播的效果，并据此采取进一步的

行动。

前馈(feedforward) 作者在本书第十四章中首次使用了这个词，指的是在经济和社会发展中使用大众媒介时，事先通过调查研究等方式了解传播对象的需要，以改进传播节目的制作，增强传播效果。

传播产业、媒介产业 (communication industry, media industry) 美国把从事报纸、杂志、书籍、广播、电视、电影这六种大众媒介产业，统称为传播产业或媒介产业。这种说法已为世界上相当多的国家所采用。本书第八章还提出了**知识产业 (knowledge industry)**这个词，指的是除传播行业及有关的支援行业之外，还包括电话、电报、邮政、卫星系统等信息传递机构，广告、发行与推销的经济支援机构，法律顾问、宣传与公共关系、财务会计等行政支援机构，工会与职业协会、人员培训等机构，数据收集研究机构和学校、图书馆等教育机构等。

序 言

本书是威尔伯·施拉姆所著在一九七三年出版的《人、讯息和媒介——人类传播一瞥》一书的修订本。这本新版是由两位作者共同撰写的，采用略有不同的书名，以反映过去十年中社会规范的变化。修订本的用语参照了这些新的规范。

初版以及修订本的设想，都是试图向读者介绍传播过程。传播过程这个词涉及各种各样的行为，从开汽车人看见漆有“停”字的标志时作出的反应到《纽约时报》的一条新闻，以至计算机科学家指示一部机器怎样改正自己的错误，都属于传播过程。

这不是通常探讨传播学所用的方式。在第一次世界大战以前，有些大学早就设立了“新闻系”和“讲演系”。它们本来都是研究表达的——一种是如何把文章写好的艺术，另一种是怎样使讲演产生效果的艺术。人们的求知欲使这两个系不可避免地朝不同的方向发展。新闻学的教师们开始分析杂志和报纸，后来分析广播，从而形成了他们所教授的行业；讲演系的教师们则开始研讨公众讲演心理学方面的一类问题。最后，两个系的教师（还有心理学，社会学、政治学、语言学和其他领域的学者们）都对传播的效果以及系统地分析人们在进行交流时发生的情况产生了兴趣。

随着这些研究方式的发展，它们势必要相互交错；学者们便开始设想有一门新的学科。但引导学生们进入这个领域的教学工

作,基本上仍然分为两种。新闻院校和科系的学习,一般是先在详细介绍各种主要媒介的基础上对大众传播媒介作一番全面的纵览,然后才是关于新闻写作和编辑的基础课程。传统的讲演系通常采取与之相反的程序,从掌握对公众讲演的基本技巧开始,然后在课程中进入对结构、讲解和说服力等因素的分析。

这样的安排是好的,是起作用的。它们对早期的专业人员——就是想在以写作为基础的领域(如新闻报道)或是在以口头文字为基础的领域(如广播)中工作的学生——特别起作用。

然而,不管客观环境或设备带来怎样的变化,一个单一的行为仍然是所有这类研究的基础。本书的初版,曾试图从新的综合的角度来陈述这点,介绍作为人类生活和社会一部分的大众传播,反映出这个领域的现代知识,并无须具备社会科学或研究方法的高深知识就能看懂。这部新版本沿用了初版的同样格式并作了修订,以反映有关知识的发展和讲授初版时的经验。例如,论述语言性质的头几章已作了修改,以反映关于语言起源的理论的现状。关于大众媒介的部分,并不企图对这些了不起的社会机构的深广度和各个方面一一进行描述,而是集中于我们认为是对媒介的初步研究的一些最重要的部分——如传播对象的组成,他们受电视和印刷品的影响的性质,还有新闻的加工,对此给予特别突出的处理。对大众媒介的社会控制的实质性论述作了充实,并增加了最新的内容。

但是,最重大的修改是关于传播效果的部分。本书对有关传播效果的各种主要理论作了评述,并介绍了它们的历史发展的前前后后。

最后一章是关于明天的传播,它展示着一个新的时代,一个适应计算机、录音机、个人化和相互作用的广播,以及存储和交

换信息的新系统的时代。十分清楚的是，我们现在正处于这样一个时代的开头几年里。一些历史学家已经称之为“信息时代”，另一些则认为是“信息革命”。较之可能发生的事，名称还是次要的。新的传播技术——最突出的是计算机，通讯卫星和微型电子仪器——预示着将极大地增加传播的流量和力量。的确，计算机可能成为本世纪剩下的年代里伟大的传播机器，因为它是唯一能够处理可能流动的信息潮流的机器。可能正是它具有处理大量信息、将信息进行分类和储存备用的能力，将被证明是可以同自然资源、工业发展和军事力量相比拟的国家实力的一个源泉。我们以论述这种激动人心的发展对我们大家意味着什么的新的一章来结束本书。

最后，本书是对原来由威尔伯·施拉姆在没有合作者时的著作的修订。在原书中，多处叙述用了第一人称。本版保持了这种风格，因此，在以后的章节中出现“我”这种说法时，指的是威尔伯·施拉姆。

我们深深感谢那些由于他们的建议导致在第二版中作了修改的人们，但不能逐一列举他们的姓名。在提出建议者中，有保罗·拉扎斯费尔德，哈罗德·拉斯韦尔，伊锡尔·德·索拉·普尔，丹尼尔·勒纳，伊莱休·卡茨，亚历克斯·埃德尔斯坦，杰拉尔德·克兰，史蒂文·查菲，唐纳德·罗伯茨，当然还有哈珀·罗出版公司的职员。对那些写信和同我们谈到他们关于初版的体会的学生，我们都深为感激。是他们和其他的人的帮助，使我们能把第二版写得较好一些。

威尔伯·施拉姆
威廉·波特

目 录

序 言

第一章 传播是怎样发展的·····	(1)
“传播”的含义·····	(2)
传播的开端·····	(5)
语言的产生·····	(7)
文字的产生·····	(10)
大众媒介的产生·····	(14)
第二章 传播起什么作用·····	(20)
人类传播——三位心理学家的看法·····	(25)
传播的社会功能·····	(31)
小结：传播对人类的功能·····	(38)
第三章 传播过程·····	(40)
信息的性质·····	(41)
传播关系·····	(45)
传播关系的双向性质·····	(48)
传播契约·····	(49)
传播行为·····	(54)
电路和行为·····	(58)
小结：传播怎样起作用·····	(62)
第四章 传播符号·····	(65)

符号的性质	(67)
非语言符号的性质	(74)
第五章 传播代码	(86)
语言符号和代码及沃夫—萨皮尔假设	(89)
语言的若干问题	(94)
第六章 传播途径：谁同谁谈话	(104)
广角镜	(106)
传播途径的几种型式	(108)
为什么要这些途径	(111)
有关选择的公式包含什么内容?	(116)
第七章 传播媒介：大众与个人的	(121)
渠道的朴素心理学	(123)
两级传播论	(130)
麦克卢汉学说	(135)
结论	(141)
第八章 大众媒介的深广度	(143)
大众媒介的结构与功能	(146)
媒介的财源	(149)
媒介的延伸：知识产业	(155)
第九章 发送者、接收者与挑选过程	(160)
新闻的选择	(161)
大众传播的传播对象	(166)
生活中的特定方式	(166)
趣味的表现形态	(171)
教育与媒介的利用情况	(174)
第十章 社会控制与大众传播	(179)

有关控制的实际问题	(189)
社会控制的某些其他侧面	(195)
第十一章 传播怎样产生效果(一)	(198)
第十二章 传播怎样产生效果(二)	(219)
亚里斯多德模式	(219)
卡特赖特模式	(221)
霍夫兰学说	(225)
一种信息模式	(241)
对分析传播效果的各种学说的概括	(245)
第十三章 大众媒介的潜在效果	(248)
个人时间的使用	(248)
知识	(255)
社会化	(261)
第十四章 大众媒介较少潜在的效果	(267)
舆论	(267)
媒介人物	(268)
媒介事件	(272)
媒介议程安排	(275)
广告	(279)
对经济和社会发展的作用	(287)
第十五章 信息革命	(292)
新时代的标志	(294)
过载的安排	(299)
问题的社会方面的延伸	(305)
计算机的特殊重要性	(309)

第一章 传播是怎样发展的

当我在写这几行字的时候，把视线从纸上移开，抬头就可以看见夏威夷那犬牙交错郁郁葱葱的群山。如果向水天相接的海岸线望去，可以看到可能是第一批岛民登岸的地方。他们从石器时代走出来，在一千二百年前乘着用最简陋的工具制作的独木舟到达这里。他们从东南亚出发，带着信奉的神、孩子和食物，在浩瀚的大洋上，从一个岛屿飘泊到另一个岛屿，以我们今天无法想象的生存能力与风、水和泥土的自然环境相适应，似乎经历了令人难以置信的五千年漫长岁月的旅程于一千二百年前来到夏威夷。他们在这个熔岩的岛上登陆，撒下他们的种子，播下他们的文化，把这块土地归为己有。

那些最初的夏威夷人已经是灵巧的传播者。他们能够看懂天空中和海浪中的信息，利用这种信息来航海。他们已有发展得很好的语言，虽然能在图画和雕刻中记录下来某些信息，但实际上还不能把语言写下来。不过，他们利用口语作为有力的工具，用口说的语言建立了一个有效的政府和美满的家庭生活。他们令人不可思议地表达了微妙的想法和关系。他们说服别人跟他们航海到很远的地方去，在别人沮丧气馁的时刻消除别人的疑虑。他们带着