



JOURNALISM & COMMUNICATION 21世纪新闻传播学系列教材配套辅导

夏晓鸣 方迎丰 主编

# 传播学教程

(第二版)

## 辅导与习题集

21世纪新闻传播学系列教材配套辅导

# 传播学教程

(第二版)

## 辅导与习题集

主 编 夏晓鸣 方迎丰

参 编 (以姓氏笔画为序)

丁美方 王 娟 叶 可

余思慧 陈潇雨 鄢 睿



西南交通大学出版社

[Http://press.sejtu.edu.cn](http://press.sejtu.edu.cn)

---

图书在版编目(CIP)数据

传播学教程(第二版)辅导与习题集/夏晓鸣,方  
迎丰主编. —成都:西南交通大学出版社, 2013. 9  
21世纪新闻传播学系列教材配套辅导  
ISBN 978-7-5643-2642-5

I. ①传… II. ①夏…②方… III. ①传播学-高等  
学校-教学参考资料 IV. ①G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第208986号

---

21世纪新闻传播学系列教材配套辅导  
传播学教程(第二版)辅导与习题集

主编 夏晓鸣 方迎丰

责任编辑	邹蕊
特邀编辑	胡程利
封面设计	上艺设计
出版发行	西南交通大学出版社 (四川省成都市金牛区交大路146号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	<a href="http://press.swjtu.edu.cn">http://press.swjtu.edu.cn</a>
印 刷	武汉武铁印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	14.25
字 数	393千字
版 次	2013年9月第1版
印 次	2013年9月第1次
书 号	ISBN 978-7-5643-2642-5
定 价	34.00元

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

## 前 言

自1978年较大规模地引进西方传播学以来,我国研究者出版了不少传播学教材,在这些教材中,郭庆光教授所著的《传播学教程》因其内容全面、论述深刻,被很多高校选作教材并被指定为传播学专业考研参考书。该书为“教育部‘十一五’国家级重点教材”、“21世纪新闻传播学系列教材”,其第二版由中国人民大学出版社2011年出版。

为了帮助考研学生更好地掌握《传播学教程(第二版)》中所介绍和阐述的知识与理论,使考研复习事半功倍,我们编写了这本辅导书。本书按照原教材章节的顺序分为十五章,每章再分“本章要点”、“本章精讲”、“历年真题”、“典型题精练”和“典型题精练答案”五个部分。

“本章要点”以表格形式精要地列出本章的考点,分“基本概念”和“基本原理”两个部分。

“本章精讲”是对考点的深入解析,分“一般识记”和“重点理解”两个部分。

“历年真题”从全国高等院校历年传播学研究生考试试题中筛选出各类有代表性的题目进行详解,其中包括名词解释、问答题和论述题。为了使考生掌握命题的规律,学会解题的方法,本书收集的题目较多、较全,特别是重点名校的考题,对考生会有更大的启迪。

“典型题精练”是为考生进行模拟实战准备的习题,考生独立完成之后,可以参考后面的“典型题精练答案”,以检测自己对本教材理论知识掌握的程度。

在本考研辅导书编写的过程中,参考了一些高等院校的传播学或新闻传播学考试试题,这里对出题教师一并表示感谢。

本书虽然是针对郭庆光的《传播学教程(第二版)》编写的,但考虑到有些高校传播学研究生考试指定了不同的参考书,所以本辅导书的内容在传播学的范围内对郭庆光教授的教材有所延展,所以也可以作为传播学其他指定教材的考研参考书。

编 者  
2013年6月

## 目 录

<b>第一章 传播学的对象和基本问题</b> .....	1
一、本章要点 .....	1
二、本章精讲 .....	1
(一)一般识记 .....	1
(二)重点理解 .....	3
三、历年真题 .....	6
四、典型题精练 .....	9
五、典型题精练答案 .....	9
<b>第二章 人类传播的历史与发展</b> .....	15
一、本章要点 .....	15
二、本章精讲 .....	15
(一)一般识记 .....	15
(二)重点理解 .....	17
三、历年真题 .....	19
四、典型题精练 .....	24
五、典型题精练答案 .....	24
<b>第三章 人类传播的符号和意义</b> .....	29
一、本章要点 .....	29
二、本章精讲 .....	29
(一)一般识记 .....	29
(二)重点理解 .....	31
三、历年真题 .....	32
四、典型题精练 .....	36
五、典型题精练答案 .....	36
<b>第四章 人类传播的过程与系统结构</b> .....	40
一、本章要点 .....	40
二、本章精讲 .....	40
(一)一般识记 .....	40
(二)重点理解 .....	41
三、历年真题 .....	45
四、典型题精练 .....	48
五、典型题精练答案 .....	49



<b>第五章 人内传播与人际传播</b> .....	54
一、本章要点 .....	54
二、本章精讲 .....	54
(一)一般识记 .....	54
(二)重点理解 .....	56
三、历年真题 .....	58
四、典型题精练 .....	60
五、典型题精练答案 .....	61
<b>第六章 群体传播、集合行为、组织传播</b> .....	64
一、本章要点 .....	64
二、本章精讲 .....	64
(一)一般识记 .....	64
(二)重点理解 .....	70
三、历年真题 .....	73
四、典型题精练 .....	77
五、典型题精练答案 .....	77
<b>第七章 大众传播</b> .....	80
一、本章要点 .....	80
二、本章精讲 .....	80
(一)一般识记 .....	80
(二)重点理解 .....	84
三、历年真题 .....	87
四、典型题精练 .....	91
五、典型题精练答案 .....	92
<b>第八章 媒介技术与媒介组织</b> .....	96
一、本章要点 .....	96
二、本章精讲 .....	96
(一)一般识记 .....	96
(二)重点理解 .....	100
三、历年真题 .....	101
四、典型题精练 .....	110
五、典型题精练答案 .....	111
<b>第九章 传播制度与媒介规范理论</b> .....	114
一、本章要点 .....	114
二、本章精讲 .....	114
(一)一般识记 .....	114
(二)重点理解 .....	117

三、历年真题	120
四、典型题精练	126
五、典型题精练答案	126
<b>第十章 社会转型与受众变迁</b>	<b>130</b>
一、本章要点	130
二、本章精讲	130
(一)一般识记	130
(二)重点理解	134
三、历年真题	135
四、典型题精练	141
五、典型题精练答案	141
<b>第十一章 传播效果研究</b>	<b>144</b>
一、本章要点	144
二、本章精讲	144
(一)一般识记	144
(二)重点理解	147
三、历年真题	149
四、典型题精练	157
五、典型题精练答案	157
<b>第十二章 几种主要的大众传播效果理论</b>	<b>160</b>
一、本章要点	160
二、本章精讲	160
(一)一般识记	160
(二)重点理解	166
三、历年真题	171
四、典型题精练	178
五、典型题精练答案	179
<b>第十三章 国际传播与全球传播</b>	<b>182</b>
一、本章要点	182
二、本章精讲	182
(一)一般识记	182
(二)重点理解	184
三、历年真题	186
四、典型题精练	192
五、典型题精练答案	192
<b>第十四章 传播学研究史和主要学派</b>	<b>196</b>
一、本章要点	196





二、本章精讲	196
(一)一般识记	196
(二)重点理解	198
三、历年真题	201
四、典型题精练	205
五、典型题精练答案	205
<b>第十五章 传播学调查研究方法</b>	<b>208</b>
一、本章要点	208
二、本章精讲	208
(一)一般识记	208
(二)重点理解	211
三、历年真题	213
四、典型题精练	217
五、典型题精练答案	218
<b>参考文献</b>	<b>220</b>



# 第一章 传播学的对象和基本问题

## 一 本章要点

基本概念	传播 信息 社会信息 共通的意义空间 系统 人内传播 人际传播 群体传播 组织传播 大众传播 传播障碍 传播隔阂 交往 物质生产 精神生产
基本原理	人类社会传播的基本特点 社会信息系统的特点 把马克思和恩格斯的“交往”理论视为唯物主义传播观的重要出发点的理由 马克思、恩格斯的精神交往理论和美国的行为主义传播学之间的区别 从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播 物质生产和物质交往与精神生产和精神交往的关系

## 二 本章精讲

本章的重点是对于基本知识点和重要考点的记忆和理解,包括传播的概念、信息的概念、共通的意义空间的含义、系统的概念、人内传播的概念、人际传播的概念、群体传播的概念、组织传播的概念、大众传播的概念、传播障碍的概念、传播隔阂的概念、社会信息与自然界其他信息的异同点、传播的基本特点、大众传播的特点、社会信息系统的特点和马克思、恩格斯的精神交往理论。

本章的难点是对马克思、恩格斯的精神交往理论的分析 and 理解,包括把马克思与恩格斯的“交往”理论视为唯物主义传播观的重要出发点,马克思和恩格斯的精神交往理论与美国的行为主义传播学之间的区别,从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播,物质生产和物质交往与精神生产和精神交往的关系。

### (一) 一般识记

#### 1. “传播”一词的起源

传播学中所使用的“传播”一词,是英语 communication 的对译词。这个词起源于拉丁语的 communicatio 和 communis,14 世纪在英语中写作 comynycacion,15 世纪以后逐渐演变成为现代词形,其含义不下十几种,包括“通信”、“会话”、“交流”、“交往”、“交通”、“参与”等。通过这些日常用语,我们基本上可以了解,传播一词主要指的是人类传递或交流信息、观点、感情或与此有关的交往活动。

#### 2. 传播的实质

从上述传播的早期定义和中国古代关于传播的说法中,我们可以看出,传播的实质是一种社会互动行为,人们通过传播保持着相互影响、相互作用关系。

#### 3. 信息的概念

(1) 信息科学认为,信息是物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式。

(2) 德国哲学家克劳斯指出,信息是由物理载体和意义构成的统一整体。

#### 4. 信息的分类

(1) 根据信息系统和作用机制的不同,有的学者把信息分为两大类:非人类信息和人类信息。

(2) 有的学者将信息分为三类:物理信息、生物信息和社会信息。

#### 5. 社会信息的概念

社会信息,指的是除人的生物和生理信息以外的、与人类的社会活动有关的一切信息。它是物质载体和精神内容的统一、主体与客体的统一、符号和意义的统一。

#### 6. 传播的定义

所谓传播,即社会信息的传递或社会信息系统的运行。

#### 7. 共通的意义空间

共通的意义空间,意味着传受双方必须对符号意义拥有共通的理解。在广义上,共通的意义空间包括:人们大体一致或相近的生活经验和文化背景。

#### 8. 传播学的研究对象

传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学。

#### 9. 系统的概念

所谓系统,指的是由相互联系、相互制约的若干部分结合在一起并且具有特定功能的有机整体。

#### 10. 社会传播的分类

传播学通常把社会传播区分为五种基本类型,即人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播。这五种不同的类型也是五种不同的传播系统,也称为信息系统。

#### 11. 人内传播的概念

人内传播是个人接受外部信息并在人体内部进行处理的活动,它是由相互联系、互相制约的各组成部分所构成,是执行个人信息处理功能的有机整体。人内传播是每个人的自我信息沟通,独自思考、内心冲突、自言自语、自我发泄等都属于此类。

#### 12. 人际传播的概念

人际传播,即面对面进行传播,它是由两个个体系统的相互连接所形成的新的信息系统,是在个人与个人之间进行的信息传递与交流。例如,面授机宜、促膝谈心等。

#### 13. 群体传播的概念

群体传播,指的是在某一群体范围内进行的信息传播活动。群体传播是一个很大的传播系统,这里不仅存在着许多个体系统的活动,这些个体系统的有机结合还产生了新的输出物——群体规范和群体价值。例如,家庭中的信息传播、朋友中的信息传播等。

#### 14. 组织传播的概念

组织是一个结构秩序较为严密的社会集合体。组织传播,指的是在有组织、有指挥中心的群体中进行的传播活动。例如,党员会议、教师会议、高层管理人员会议等。

#### 15. 大众传播的概念

大众传播是伴随着近现代印刷、电子传播技术的发展而产生的一种特殊的社会信息系统,它指的是通过现代化的大众传播媒介,面对极其广泛的受众所进行的公开信息传播。例如,中央电视台的新闻联播、人民日报的综合报道、新华网的时事评论等。

#### 16. 传播障碍的概念

传播障碍包括结构和功能障碍,如传播制度是否合理、传播渠道是否通畅、信息系统的各部分功能是否正常等。

### 17. 传播隔阂的概念

传播隔阂包括个人之间的隔阂、个人与群体的隔阂,成员与组织的隔阂,群体与群体、组织与组织、世代与世代、文化与文化之间的隔阂等。

传播隔阂既包括无意的误解,也包括有意的曲解。

### 18. 传播学的任务

传播学的任务:通过对社会信息系统及其各部分的结构、功能、过程以及互动关系的考察、探索,发现克服传播障碍和传播隔阂的科学方法,找到社会信息系统良性循环的机制,由此来推动社会的健全发展。

### 19. 从唯物史观出发,看待人类社会的传播活动的重要原则

- (1)在人类交往的大系统中把握传播;
- (2)从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播;
- (3)研究传播学,为中国的社会发展服务。

### 20. 交往的概念

- (1)交往指的是以物为媒介的人与人的交往关系;
- (2)交往同时也指以“语言”为媒介的人与人的精神交往关系;
- (3)交往是一个体现人的总体活动之关系性的概括性范畴。

### 21. 人类的生产活动的分类

马克思、恩格斯在《德意志意识形态》中指出,人类的生产活动可以分为两类:一类是物质生产;一类是精神生产。

### 22. 物质生产的概念

物质生产,即生产必需的物质生活资料的生产,与此相应的是人与人之间的物质交往活动。

### 23. 精神生产的概念

精神生产,即表现在某一民族的政治、法律、道德、宗教、形而上学等的语言中的生产,与此相应的则是人与人之间的精神交往。

## (二)重点理解

### 1. 社会信息与自然界其他信息的异同点

相同点:社会信息与其他信息的共同点在于它们共同的物质属性,社会信息和其他信息都是以质、能波动的形式表现出来的。

不同点:①社会信息及其传播又有其他信息所不具备的特殊性质,就是它伴随着人的精神活动。  
②社会信息的传播,具有与其他自然信息不同的特殊规律。

### 2. 人类社会传播的基本特点

- (1)社会传播是一种信息共享活动;
- (2)社会传播是在一定的社会关系中进行的,又是一定社会关系的体现;
- (3)从传播的社会关系性而言,它又是一种双向的社会互动行为;
- (4)传播成立的重要前提之一,是传受双方必须要有共通的意义空间;
- (5)传播是一种行为,也是一种过程,也是一种系统。

### 3. 大众传播的特点

- (1)大众传播是专业传播机构从事的有组织的传播活动;
- (2)大众传播的传播对象是广泛而分散的、不定量多数的一般社会成员;
- (3)大众传播是采用现代化技术手段大量生产、复制和传播信息;

- (4) 大众传播的内容是公开的,有别于私下或者内部传播活动;
  - (5) 大众传播也有反馈机制,但是这种反馈是迟延的,受众对传播过程缺乏即时的干预能力。
- 总之,大众传播既是社会互动系统,也是极其重要的社会管理和社会控制系统。

#### 4. 社会信息系统的特点

- (1) 社会信息系统是一个开放性系统;
- (2) 社会信息系统是由各种子系统相互连结、相互交织而构成的一个整体;
- (3) 社会信息系统是一个具有双重偶然性的系统;
- (4) 社会信息系统是一个自我创造、自我完善的系统。

#### 5. 交往和生产的关系

马克思和恩格斯是把交往作为与生产力和分工同等重要的范畴来看待的。

- (1) 交往和生产存在着密不可分的关系;
- (2) 没有生产,就不会有交往,没有交往,也就不会有生产;
- (3) 生产是以个人彼此之间的交往为前提的,这种交往的形式又是由生产决定的;
- (4) 生产是交往的基础,交往是实现生产的保障;
- (5) 生产和交往的发展程度,不仅决定着一个社会或者民族的内部结构,而且制约着他们的外部关系。

#### 6. 物质生产和精神生产的关系

马克思和恩格斯指出,人类的生产活动可以分为两类:物质生产和精神生产。物质生产和精神生产构成了人类生产活动的主体,而物质交往和精神交往则构成了人类交往活动的主体。

物质生产和精神生产既相互区别,又相互联系。物质生产是精神生产的基础,精神生产又推动着物质生产的发展,两者的辩证运动推动着人类生产活动的总体发展。

#### 7. 把马克思和恩格斯的“交往”理论视为唯物主义传播观的理由

(1) 首先是因为在马克思和恩格斯的“精神交往”概念与现代的“传播”概念之间,存在着密切的联系。在马克思和恩格斯那里,精神交往指的是以“语言”为媒介的人与人之间的社会关系,而在现代传播学当中,传播指的是以“信息”(广义上的语言)为媒介的人与人之间的社会关系,两者涉及的对象和范畴并没有多大的差异。

(2) 我国学者陈力丹在考察了马克思和恩格斯的原著后指出,事实上,马克思和恩格斯在论述精神交往之际,同时也大量使用了现代传播学的基本概念 communication,这个词在德文原文中写作 kommunikation。这说明,我们把精神交往理论看作马克思和恩格斯的传播观并不是一种牵强附会的理解。

(3) 我们不能孤立地考察传播,而应该把它放在人类生产和交往活动的总体(社会大系统)中加以考察;我们也不能够抽象地考察人与人之间的信息互动,而应该把它放在具体条件下,放在与其他社会因素的普遍联系和相互作用关系中加以考察,这是马克思、恩格斯的物质生产和精神交往理论给予我们的重要启发,也是我们考察社会信息系统及其运行规律的基本出发点。

#### 8. 马克思、恩格斯的精神交往理论和美国的行为主义传播学之间的区别

(1) 在行为主义传播学那里,传播基本上作为孤立的精神或者心理现象来看待的,它们往往单纯地就信息研究信息、就传播研究传播。而马克思主义精神交往理论则不同,它要求把精神交往放在人类社会交往的大系统中加以考察。不但要研究人的精神活动本身,而且要研究精神活动与物质活动的关系、物质生产和物质交往的关系,这有助于我们从更广阔的视野来考察人类社会的传播活动和传播关系。

(2)马克思和恩格斯认为,精神交往是与精神生产相联系的,离开了精神生产,也就谈不上精神交往。精神生产既然属于一种生产,必然也存在着生产力和生产关系的辩证运动,因此,人类精神交往关系也是与一定阶段上的精神生产力发展水平以及精神生产资料的占有方式密切相关的。从这个观点出发来观察人类的传播活动,我们首先不能不考察精神生产力的水平对社会传播发达程度的制约;其次,我们也不能不考察人们在精神生产过程中的地位以及精神生产资料的占有方式对传播关系的制约作用。美国的行为主义传播学有意无意地回避这些重大问题,因此,不能够从根本上揭示人与人之间的传播关系的本质。

(3)从马克思主义观点来看,精神生产既然是一种生产,就必然有它的产品。精神生产的产品在现代社会更多地表述为信息,从事精神产品生产的行业叫做信息产业。信息既然是产品,也必然凝结着人的劳动,有其价值和使用价值,这是信息产品与其他物质产品的共性。但是,信息又有与物质产品不同的个性,这就是一般物质产品的消费是其本身,而信息的消费则是其精神内容。物质产品的消费大多是一次性的,而信息的消费则一般是多次性的。精神内容的生产与一定的思想、观念、意识、道德、政治、法律、宗教和意识形态相联系,这是马克思主义的一个基本观点。美国行为主义传播学虽然不否认信息中包含着思想、观念和价值倾向,然而,他们却不想从信息的生产过程和生产结构中去寻找这些倾向产生的原因。

### 9. 从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播

(1)马克思、恩格斯对于物质生产和精神生产关系的论述,对于我们有着重要启示,研究现代信息社会,绝不能够忽视精神生产资料的占有方式和社会制度对信息生产和信息传播的制约作用。这是一个非常重要的问题,忽略了这一点,我们就不能够认识为什么在不同性质社会制度下,信息生产和信息传播活动会存在本质的区别。

(2)马克思主义的精神交往理论并不取代传播学,但是它为传播学提供了科学的传播观。这种传播观就是,我们既不能够忽视物质生产和物质交往的基础作用,也不能够无视作为精神生产和精神交往的信息生产与传播的特殊规律。仅仅强调前者,会导致一种简单的“经济基础还原论”;仅仅强调后者,也只能够使传播学成为一种“头重脚轻”的理论,这也是欧洲批判学派的一些学者面临的困境。只有从普遍联系和相互作用的系统观点出发,我们才能够对人类社会的信生产与传播作出科学的阐述,才能够科学地把握传播学。

### 10. 物质生产和物质交往与精神生产和精神交往的关系

(1)一定的精神生产和精神交往与一定的物质生产和物质交往相适应,这是唯物史观的一个重要前提,也是历史唯物论传播观的一个重要方面。这里包含了以下几个要点:

- 第一,人类的精神生产和精神交往起源于物质生产和物质交往活动;
- 第二,物质生产力的发展水平对精神生产和精神交往起着重要的制约作用;
- 第三,精神生产和精神交往的关系反映着物质生产和物质交往的关系。

(2)马克思、恩格斯的精神交往理论告诉我们,一定的精神生产和精神交往与一定的物质生产和物质交往相适应,这两者并不是简单的物质决定精神的关系,而是一种辩证的相互作用关系。辩证的相互作用,意味着精神生产和精神交往除了受到物质生产和物质交往制约的一面以外,还有其独立性和能动性的一面。这主要表现在:

- 第一,精神生产和精神交往的发展,反过来也推动着物质生产和物质交往的发展;
- 第二,在物质生产达到一定的发达程度之际,精神生产的状态如何将会成为制约社会发展的主要矛盾;
- 第三,精神生产和精神交往既然与物质生产和物质交往相区别,就意味着它具有与物质生产和

物质交往不同的特殊规律。

### 三 历年真题

#### (一) 名词解释

##### 1. 传播(南京师范大学,2008年)

#### 【参考答案】

传播学中,不同学者对于传播(communication)一词有着不同的定义。大体而言,可以分为两种:第一种定义把传播看成是一个过程,在这个过程中,A送给B一个讯息,并对其产生一定的效果;第二种定义则将传播看作一种意义的协商与交换过程,通过这个过程,讯息、文化、人以及“真实”之间发生互动,从而使意义得以形成或者使理解得以完成。归纳而言,所谓传播就是社会信息的流动以及社会信息系统的运行,它既是一种社会化的行为,又是一种人际间的关系。

##### 2. 大众传播(复旦大学,2011年)

#### 【参考答案】

大众传播(mass communication)是一个过程,在这个过程中,职业传播者利用机械媒介广泛、迅速、连续不断地发出讯息,其目的就是使为数众多、成分复杂的受众分享传播者所要表达的含义,并且试图以各种方式影响他们。

##### 3. 社会信息系统的“双重偶然性”(武汉理工大学,2007年)

#### 【参考答案】

信息系统的“双重偶然性”是由德国社会传播学家鲁曼提出的概念,指的是传播的双方都存在着不确定性,因此,通过传播所作出的选择有受到拒绝的可能。双重偶然性是人类社会信息系统所特有的属性,这与它是以人为主体的活动有关。社会信息系统的“双重偶然性”的存在说明,社会信息系统是一个多变量的系统,这些变量如果处理不当,便会引起传播障碍和传播隔阂。

##### 4. 传播学(北京师范大学,2009年)

#### 【参考答案】

传播学的研究对象是社会信息系统本身,传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学。

##### 5. 组织传播(暨南大学,2007年)

#### 【参考答案】

组织是一个结构秩序较为严密的社会集合体。组织传播,指的是在有组织、有指挥中心的群体中进行的传播活动。例如,党员会议、教师会议、高层管理人员会议等。

##### 6. 信息(北京师范大学,2012年)

#### 【参考答案】

(1)信息科学认为,信息是物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式。信息既不是物质,也不是能量,它在物质运动过程中所起的作用是表述它所属的物质系统,在同其他任何物质系统全面相互作用(或者联系)的过程中,以质、能波动的形式所呈现的结构、状态和历史。这就是最广义的信息概念。

(2)德国哲学家克劳斯指出,信息是由物理载体和意义构成的统一整体。社会信息及其传播又有其他信息所不具备的特殊性质,这就是它伴随着人的精神活动。第一,它不单纯地表现为人的生理层次上的作用和反作用,而且伴随着人复杂的精神和心理活动,伴随着人的态度、感情、价值和意识形态;第二,即便是作为社会信息的物质载体——符号系统本身,也是人与物质劳动密切相关的精神劳动的创造物。



因此,我们把社会信息看作是物质载体和精神内容的统一,主体和客体的统一,符号和意义的统一。

## (二) 简 答

1. 结合你读过的著作,谈谈社会学与传播学的关系。(北京师范大学,2007年)

### 【参考答案】

(1)从传播学起源来看:大众传播学从诞生伊始就与社会学有着密不可分的联系。最早从事大众传播研究的米德、库利、杜威和帕克是四位社会学家。他们发现大众媒介的功能极其重要,于是开创了作为一个研究领域的美国传播研究。

(2)从大众传播学的研究对象来看:社会学的研究对象主要是处在社会环境中的个人以及人与人之间的关系。而大众传播学中的主要研究对象之一“受众”也是深受社会环境影响的。在对大众传播受众的研究中,有一些学者从社会学的角度出发,认为受众与其整体社会环境密不可分,受众在信息传播发生之前和之中都会受到各种社会因素的影响。

(3)从大众传播学的研究方法来看:大众传播学与社会学在研究方法上是相通的。两大学科的研究性质都可分为探索性研究、描述性研究和解释性研究;也同时都注重定性研究与定量研究的结合。从具体方法上来说,大众传播学研究中所运用的主要方法如抽样调查法、问卷调查法、控制实验法也是社会学研究中的最主要方法。

2. 马克思的“交往”概念与现代的“传播”概念有着什么样的联系?(深圳大学,2007年)

### 【参考答案】

(1)马克思的“交往”指以“语言”为媒介的人与人之间的社会关系,而现代传播学当中,传播指的是以“信息”(广义上的语言)为媒介的人与人之间的社会关系,两者涉及的对象和范畴没有多大差异。

(2)我国学者陈力丹在考察了马克思和恩格斯原著后指出,事实上,马克思和恩格斯在论述精神交往之际,同时也大量使用现代传播学的基础概念 communication,这说明,我们把精神交往论看做是马克思和恩格斯的传播观并不是一种牵强附会的理解。

(3)我们不能孤立地考察传播,而是应该把它放在人类生产和交往的总体(社会大系统)中加以考察;我们也不能抽象地考察人与人之间的信息互动,而应该把它放在具体条件下,放在与其他社会因素的普遍联系和相互作用关系中加以考察。这是马克思和恩格斯的物质生产和精神交往理论给予我们得重要启发,也是我们考察社会信息系统及其运行规律的基本出发点。

## (三) 论 述

1. 传播学是一门社会科学,在实证范式中,

(1)你认为,传播学应该回答“是什么”和“为什么”,还是“应该如何”的问题?

(2)传播学是否应该对价值观作判断?

(3)你认为传播学研究与研究问题之间是什么关系?(北京大学,2009年)

### 【参考答案】

(1)社会研究有三个层次,第一个层次是回答“是什么”,也就是把现象描述出来;第二个层次是回答“为什么”,即对现象进行解释,挖掘现象背后的原因;而“应该如何”则涉及价值判断,解释理想的状态应该呈现的样子。而作为一门社会科学的传播学,就是要基于并用实证主义的方法进行理论研究。主要是对传播学的本质特征和运作及效果进行陈述。通过对大众媒介和媒介影响进行系统和客观的观测,这些陈述和假设得到检测。如解释电视和攻击行为的因果关联的研究。所以说,传播学在实证范式下主要是回答“是什么”和“为什么”的问题,而很少涉及“应该如何”的问题。



(2) 实证主义者主张自然科学的“价值中立”原则,认为研究的目的在于判断好坏和善恶,而在于判断真假和是否。因此研究者必须采取客观的态度,排除个人的价值观和主观偏好。而人文主义者反对“价值中立”原则,认为社会研究应当像人文科学(如哲学、美学、伦理学)那样为人类提供规范和价值观。

(3) 确定研究方向并进行文献检阅之后,研究者必须以一种可检验的假设或研究问题的方式对面临的问题进行陈述。研究问题是关于某件事情的某些方面的一个正式问题;它不限于研究变量之间的关系。当研究者对研究的问题的性质不是很清楚时,采用研究问题就比较合适。传播学研究就是从研究问题出发开始进行研究,并且整个研究都是围绕着研究问题而进行收集整理资料的,而且根据不同用研究问题选择适合的研究方法。

2. 结合目前我国媒介改革的现实,谈谈你对传播学本土化与国际化的看法。(中国传媒大学,2006年)

### 【参考答案】

解决本土研究与国际学术之间的争议是发展传播研究的核心问题。方法是,把提问加以理论化,它的国际相关性就会加强,较易为人所理解和接受。要使提问的意义更能超越地方背景的限制,在国际学术找到对应的位置。对本土问题的研究成果进行理论化的提升处理,本土传播研究才可以跟世界学术对话、竞争、互补和融合。

对于理论的总结,比较好的方式就是开展比较研究,通过比较,可以对理论的条件性或有更充分的了解,甚至发展出自身的概念体系。

在本土化的视野中,我们对西方传播学的态度一直是比较暧昧的。至今仍未摆脱从近代以来所形成的学术倾向,在具体的研究中,或是对西方传播学照单全收,或是所谓“中学为体,西学为用”,只是这体用之分到现在未有明确。

具体来说,本土化和国际化两种趋势,必然会发生碰撞、冲突,最后走向融合。在这一过程中,湖南师范大学教授田中阳指出,应该特别注意把握三个问题:第一,主体性问题。既不要一概拒绝,将国际化当作西化来处理;也不要一味投怀送抱,惟“外国的月亮圆”。第二,传统与现代的关系。中国固有的优秀成果应该保留,同时要与时俱进,吸纳一切有益的学术资源。第三,创造性转换的问题。即时空两个维度——历史转换(古今之间)和地域转换(中西之间)。

恰如所谓“师夷长技以制夷”一样,我们的态度应该是开放的、积极的,同时又不忘自己的任务,所以,比较务实的做法是:本土化基本上还需要在继续接纳西方学术思想的基础上进行。但同时必须保持时刻的反省,重视对自己的问题意识、方法论立场、文化观点以及实践态度的关注。一句话,要有独立性和主体性,保持一种批判性警觉。

3. 结合实际探讨你对市场引导下的传播业发展的利弊观。(湖南大学,2010年)

### 【参考答案】

(1) 在传播业中引入市场机制,就意味着必须让市场成为传播业资源配置的主导机制,包括设备资源、节目资源、人才资源、资本资源等方面。必须充分发挥市场的优势,促进传播资源的合理配置,促进原有的不合理的传播体制的变革,形成高效和富有竞争力的传播业新格局。

(2) 引入市场机制,在以下几方面对传播业的健康发展有利:一是市场机制能够促进我国原有的不合理的传播体制的变革。市场的作用在于能够改变不合理的资源配置格局,充分发挥各种资源的作用,壮大产业实力,提高产业效率和竞争力。这在一定程度上,能够改变以往计划经济体制下,传播业资源分散、水平低下、整体实力微弱的局面。二是能够促进传播业更好地满足日益丰富和多元化的市场需求。需求是产业发展的动力。只有在市场机制下,传播业才能从根本上树立起受众意

识,充分考虑受众的需求和意见,提高服务质量,改善传播效率和信息产品质量,以丰富、精制和多元的信息产品来满足受众的需求。三是信息产品的极大丰富,能够有效地促进社会的文明与民主进程。传播业作为社会信息产品的枢纽,是文化发展的关键产业。市场引导下的传播业,资本渠道和节目内容多元化,传统的权威传播话语得到了一定程度的消解,这有利于社会多元利益的表达,有利于社会利益冲突的对话与调节。

(3)市场也有其不足之处,主要表现在:一是容易导致消费主义话语盛行,对社会文化发展造成不利影响。传媒的巨大影响正在于其对社会意识的强烈渗透。市场主导下的传播业,如果不强化产业的社会责任意识 and 从业者的职业道德意识建设,很容易导致极端的功利行为,不顾道德和社会责任,唯利是图,其结果必然是低级趣味泛滥,社会文化严重倒退。二是市场有先天的集中趋势,这是竞争机制的必然产物。在市场机制主导下,传播业也必然倾向于资源的日趋集中,其结果是少数人控制信息流动和文化产业,从而控制舆论和社会意识形态,维护其集团利益。这种状况是不利于公共利益和民主发展的,必须借助于体制手段来予以克服。

#### 四 典型题精练

COMMUNICATION

1. 为什么说“信息是物理载体和意义构成的统一整体”?
2. 传播是在一定社会关系中进行的,又是一定社会关系的体现,如何理解这个观点?
3. 如何理解社会传播的系统性?
4. 如何理解社会信息系统的“双重偶然性”?
5. 传播学和大众传播学有何联系和区别?
6. 传播学和新闻学有何区别和联系?
7. 传播的定义大致分为哪几种类型?
8. 试述我国开展传播学研究的成绩、原则和未来的前景。
9. 简述传播与现代社会的互动关系。
10. 传播学的研究对象可以分为哪些层次?
11. 传播的早期定义有哪些?
12. 中国古代关于传播的说法有哪些?
13. 如何理解传播的定义?
14. 谈谈社会传播的五种基本类型及它们之间的异同点。
15. 传播障碍和传播隔阂的存在对社会的影响有哪些?
16. 学习传播学的意义是什么?
17. 为什么说学好传播学必须从辩证唯物论和历史唯物论的立场出发?
18. 马克思、恩格斯对于物质生产和精神生产关系的论述中指出的两个历史唯物主义观点是什么?
19. 建设有中国特色的社会主义传播学需要坚持的原则有哪些?

#### 五 典型题精练答案

COMMUNICATION

1. 德国哲学家克劳斯指出:“纯粹从物理学角度而言,信息就是按照一定方式排列的信号序列,但是仅此一点尚不足以构成一个定义,毋宁说,信息必须有一定的意义。”由此可见,信息是由物理载体和意义构成的统一整体。

信息科学认为,信息是物质的普遍属性,是一种客观存在的物质运动形式。信息既不是物质,也