

知 识 传 播 学

倪延年 著

南京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

知识传播学 / 倪延年主编. —南京: 南京师范大学出版社, 1999. 12

ISBN 7 - 81047 - 453 - 7/G · 273

I. 知... II. 倪... III. 知识 - 传播学 IV. G302

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 12976 号

南京师范大学出版社出版发行

(江苏省南京市宁海路 122 号 邮编 210097)

江苏省新华书店经销

印刷厂印刷

*

开本 850 × 1168 1/32 印张 12. 125 字数 304 千

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

印数 1 - 3000

定价 18.00 元

(南京师大版图书若有印、装错误可向承印厂退换)

目 录

序	倪波 (1)
前言	(1)
绪论 知识传播研究与知识经济社会	(7)
第一节 知识传播的内涵与外延	(7)
第二节 知识经济与知识经济社会	(14)
第三节 知识传播与知识经济社会的关系	(22)
第一章 知识的范畴和属性	(27)
第一节 知识的范畴	(27)
第二节 知识的属性	(32)
第二章 知识的类型和功能	(43)
第一节 知识的类型	(43)
第二节 知识的功能	(54)

第三章 知识传播历史论	(63)
第一节 知识传播活动的起源	(63)
第二节 知识传播活动的发展	(67)
第三节 知识传播活动的现状及趋势	(80)
第四章 知识传播要素论	(87)
第一节 知识传播活动的构成要素分析	(87)
第二节 知识传播各要素的性质及特点	(93)
第三节 知识传播过程中各要素的相互关系	(106)
第五章 知识传播体系论	(109)
第一节 知识传播体系及其内部结构	(109)
第二节 知识传播体系的基本特征	(117)
第三节 知识传播体系的内部关系	(125)
第六章 知识传播过程论	(132)
第一节 知识传播过程的运行程序	(132)
第二节 知识传播过程的运行模式	(138)
第三节 知识传播过程的基本特征	(152)
第七章 知识传播组织论	(159)
第一节 组织在知识传播研究中的涵义	(159)
第二节 知识传播组织的主要内容	(166)
第三节 知识传播组织的基本原则	(177)
第八章 知识传播控制论	(183)
第一节 知识传播控制的动因分析	(183)
第二节 知识传播控制的内容和形式	(193)

第三节	知识传播控制的基本规律	(207)
第九章	知识传播媒介论	(214)
第一节	知识传播媒介的发展历程简述	(214)
第二节	知识传播媒介的类型研究	(223)
第三节	各类型知识传播媒介的基本特点	(230)
第十章	知识传播功能论	(238)
第一节	知识传播的表象功能	(238)
第二节	知识传播的价值功能	(250)
第三节	知识传播的社会功能	(256)
第十一章	知识传播环境论	(269)
第一节	知识传播环境的意义和特征	(269)
第二节	知识传播环境的内涵	(275)
第三节	知识传播环境与知识传播的关系	(284)
第十二章	知识传播方法论	(294)
第一节	知识传播方法的意义和特点	(294)
第二节	知识传播方法的类型	(300)
第三节	知识传播方法的选择和应用	(313)
第十三章	知识传播学的意义、起因及研究对象	(320)
第一节	知识传播学的意义和特点	(320)
第二节	知识传播学产生的社会背景	(325)
第三节	知识传播学的研究对象	(330)

第十四章 知识传播学的研究内容、研究方法及相关学科.....	
.....	(334)
第一节 知识传播学的研究内容	(334)
第二节 知识传播学的研究方法	(343)
第三节 知识传播学的相关学科	(348)
第十五章 知识传播学研究的社会功能	(356)
第一节 总结知识传播活动规律的功能	(356)
第二节 指导知识传播活动实践的功能	(364)
本书参考引用文献目录(专著部分)	(370)
后记	(374)

序

盼望已久的有关专论知识传播的论著终于问世了！这种喜悦心情，尤其是在世纪之交知识经济已在我国初显端倪之时，作为一个曾致力于“信息传播原理”研究而如今已一无精力、二无能力的老人，确系难于言表。

知识是人类巨大的精神财富。一切知识都来源于实践，又需通过实践来检验。只有正确地反映事物，经得起实践的检验，才是可靠的、有用的知识。

知识(Knowledge)，是人们通过各种社会实践对自然现象与规律及社会现象与规律的认识和描述，亦即是对客观事物及其运动过程和规律的认识与描述。当然，知识是指那些已被人们所理解和认识并经过大脑重新组织和系列化的那部分而言；对于那些一时尚未被人们所认识的部分，正是人们在通过多种实践中努力探索的对象，而暂时还不能将它们划归为知识的范畴。坦率地说，尽管人类已经掌握了大量而丰富的知识，但这所有的一切，对于广袤的宇宙、五彩缤纷的自然界、多姿多彩的人类社会、协调有序的人体结构……来说，只不过是沧海一粟而已。人类的认识与实践还任重道远。知识贵在积累，知识更贵在创新。物质世界是运动着的，人们的认识也是永无止境的。从已知出发，不断地去探索未知，这是知识积淀和发展的普遍形式。

至于“传播”(Communication)一词，也并非全是舶来品。《论语·子张》：“君子之道，孰先传焉？”中之“传”，可作“传授”解。直接使用“传播”一词，至迟见于唐代李延寿所撰《北史·突厥

传》：‘宣传播天下，咸使知闻。’“传”，在我国古代文献中却有多解。例如《孟子·公孙丑上》：“速于置邮而传命”，作“转达”、“传递”解；《孟子·梁惠王下》：“齐宣王问曰：‘汤放桀，武王伐纣，有诸？’孟子对曰：‘于传有之。’”，作“书传”、“记载”、“表现”解；《抱朴子·行品》：“而口不传心，笔不尽意”，作“宣扬”解；《礼·祭统》：“有善而弗知，不时也。知而弗传，不仁也”，作“流布”解。“传播”者，关键在“传”，其核心在于“对知识资源的开发利用”。这也正是知识传播学研究的出发点与归宿。

知识只有在传播中，才能实现其真正价值。这样既可以有利于提高全民族的文化素质，又可以使科学真正为人民群众所掌握；既可以使知识世代相传，又可以使知识迅速传开去；既可以使知识不断深化，也可以使知识逐步完善；既有利于与迷信、愚昧、非科学作斗争，又有利于知识的真正发展；既有利于东西方学术交流，又有利于各种学术观点碰撞、兼容、吸纳；既有利于知识推动社会进步，又有利于社会引导知识工程的健康发展。知识传播有着极其宽广的舞台与阵地，而且伴随着知识的发展、科技的昌盛、经济的繁荣、政治的优越，其传播渠道将会越来越宽广。诸如，人际传播、组织传播、大众传播、文化传播、教育传播、学术交流、科学普及、网上传播，等等。

我认识倪延年同志已有十七八年了，记得是在赵国璋先生引荐之下认识的，自那以后我们已成为忘年之交。倪延年 1953 年 11 月出生于江苏省金坛市，金坛华罗庚中学毕业，1977 年考入南京师范学院中文系。1982 年 2 月他大学毕业后留校在图书馆工作，先后任部主任、业务和科研秘书、图书馆学专业继续教育专职教师。1996 年调校党委办公室任副主任，兼文检课教学等。由于他的工作与科研突出，于 1992 年 12 月被评为副研究馆员，1996 年 12 月破格晋升为研究馆员。我们在交谈中，他才思敏捷并有许多真知灼见。他对工作与事业十分执着与投入。迄今为止他已公

开出版专著 7 部、发表论文 60 多篇,研究方向较集中于期刊管理诸领域。主要著作有《中国现代报刊发展史》(1993 年南京大学出版社)、《图书馆期刊管理规范化研究》(1994 年南京出版社)、《学校图书馆系统管理学概论》(1995 年国际新闻出版中心)、《文献检索课教学研究手册》(1996 年海洋出版社)、《图书馆期刊管理概论》(1998 年南京师范大学图书情报专业教材)等。

本书成稿后,特邀我作序。我有幸作为第一个读者认真拜读。本书计分三大部分:一是知识研究,主要探讨知识的性质、类型、范畴和功能等问题。二是知识传播研究,主要探讨知识传播的历史、构成要素、基本过程、运作体系、组织形态、社会控制、媒介、环境以及方法等问题。三是知识传播学研究,主要探讨知识传播学研究的历史、定义、研究对象、研究内容、研究方法以及研究知识传播学的社会功能等问题。读后颇感耳目一新。我本想利用暑假再好好推敲一番,可惜身不由己。连日来先后被投入华江饭店、三姑宾馆、金宇饭店、长乐大厦、美术大楼、信德大厦等处,参加各类活动,难以有时间如愿。但是应人之请,不敢食言,灯下举笔,遂成此序。相信读者在读过本书之后,会有惊喜发现和公正评说。

倪 波*

1999 年 8 月 9 日

书于南京信德大厦

* 倪波先生系国家特殊津贴获得者,国务院学科评议组成员,南京大学信息管理系教授、科技情报学博士研究生导师

前 言

自 80 年代以来 ,西方传播学理论逐渐传入我国。当时主要应用于对新闻传播的研究。随着传播学研究的不断深入和拓展 ,一些传播学的分支学科迅速发展起来 :大众传播学和人际传播学等分支学科研究的论著不断问世 ,新闻传播学、舆论传播学、广告传播学、文艺传播学、科技传播学、教育传播学、文化传播学等分支学科或已有专著问世 ,或已有专题论文呼吁尽快建立 ,而且大多数都已被列入了新兴学科方面工具书的专门词条。近一阶段 ,由于工作、学习及研究的需要 ,我比较系统地查检了近 20 年来关于传播学研究的专著和论文 ,较系统地阅读了一些关于传播学和传播学分支学科的研究专著。通过学习和思考 ,我认识到 :人类社会的一部分成员之所以接受另一部分成员向他们传播的知识信息 ,究其原因 ,无非是他们对传播的知识信息感兴趣。而再深究下去我们又可以发现 :那部分社会成员所传播的知识信息之所以使他们感兴趣的根本动因 ,主要有两个 :一是那部分社会成员所传播的知识信息 ,是他们原来不知道的或知之不全的 ,使他们有一种新颖感。他们接受了这些知识信息 ,或可以补充原来知识拥有的不足 ,或可以修正原有知识拥有中的差错。总之 ,可以完善他们的知识构成 ,提高其知识拥有的水平和层次。另一个动因是尽管他们的知识拥有已经达到了一定

水平,但因为所传播的知识信息可以增加他们对社会生活的了解,增加他们对社会事物现状、发展及变化情况的信息拥有量,使他们有一种新鲜感。在这个意义上,我们可以把人类社会传播的信息内容大致划分为知识性信息和新闻性信息两大类。前者可以使信息传播接受者增加知识,提高其知识拥有水平,而后者则在信息传播接受者原有知识水平的基础上,增加了解事物发展、变化的信息量,拓展其知识视野,而主要功能不在于提高知识水平。按照这个分类标准,无论是文化传播、教育传播,还是科技传播、文艺传播,在很大意义上都是以知识信息传播为核心的,而广告传播、舆论传播及新闻传播等则都是以新闻信息传播为核心的。当然,这两者之间由于传播内容的多层次性、传播方式的互用性以及不同层次受传者对所传播信息理解程度的差异性等原因,即使是知识信息传播,对其中一部分社会成员也具有新闻效应(使他们在新的知识领域里大开眼界),同样,即使是新闻信息传播,也可能对其中一部分社会成员产生知识传播效应(他们在以接受新闻信息为主要目的的过程中,无意地接受到了以往不拥有的知识信息),在这方面,科技新闻报道的知识传播效应更加明显。

二

1982年2月,我在南京师范学院(现南京师范大学)中文系毕业后分配到学校图书馆工作。由于是新来乍到,所以对图书馆工作的内涵、价值及作用都知之甚少。有老同志告诉我,不要小看图书馆工作,它在学校的教书育人事业中具有十分重要且无法取代的作用。国外教育界把大学的图书馆和教师、实验室并列称为大学的三大支柱之一。究其根本,因为大学图书馆工作人员所从事的一切工作,都是围绕更好地向读者传播知识,最大限度地方便读者利用图书馆文献传播的知识这一中心运行的,尤其是图书馆的

读者服务(包括文献外借、文献阅览、文献信息开发服务及用户教育等),更加明显地表现为图书馆工作人员以馆藏文献为媒介,向读者直接传播适合其需要的知识信息。通过读者对这些知识信息的利用,促进其教学、科研或管理工作并取得成效,进而实现那些文献内容的生产创作者、文献实体的生产制作者、社会文献流通的发行营销者以及图书馆工作人员(文献知识传播服务者)自身的劳动价值。简而言之,图书馆工作在本质上就是以馆藏文献为媒介,向读者进行知识传播的活动。又因为图书馆工作价值的实现,主要是通过满足读者的知识需要,读者利用所传播的知识信息后取得教学、科研及管理工作的成果的形式间接地表现出来的,所以它更加需要我们具备“在他人取得成功的喜悦中发现自己的劳动价值”的奉献精神。这位老同志的话一直深深地印在我的脑海里。

在图书馆工作的15年间,我结合教学及科研工作的需要,利用业余时间进行了一些学术研究,先后出版或印行过10多种专著、教材或讲义,发表了60多篇专业文章。这些文章或专著、教材讲义,分别探讨过期刊学理论、图书馆期刊管理、期刊发展史、图书馆管理理论及图书馆期刊管理规范化等问题。假如按照传播学的观点认识,这些内容都是已经属于知识传播及其管理的研究范畴。所有这些,现在也都已经成为我目前研究的基础。

三

江泽民同志指出:“当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国际竞争日趋激烈。”这一论断,不仅是对当前国际科技、经济发展新情况的精辟概括,而且是对未来世界发展趋势的远见卓识。联合国经济合作与发展组织(OECD)在1996年发表的《以知识为基础的经济》的报告中认为:知识经济是建立在知识和

信息的生产、分配和使用之上的经济。所谓知识和信息的生产、分配和使用,用我们当前比较通俗的说法,就是知识的创新、知识的传播和知识成果的转化。我们可以这样认为,在向知识经济社会演进的过程中,假如缺少了知识传播这一环节,知识经济的运行机制和体制是很难建立起来的。由此可见,知识的传播在知识经济的演进和发展的过程中所具有的重要地位和作用。事实也是这样,人们创造出来的知识成果,在被人们应用到创造社会财富的活动中之前,还仅仅是潜在的生产力。假如一直停留在书本或论文中,停留在实验报告中,停留在知识拥有者的头脑中,而不是迅速传播到需要这些知识的社会成员或需要这些知识作为推动力的社会实践中去,那么,再高水平的知识成果也无法实现其本有的价值,这些知识也等于没有创造出来。而这种情况一旦改变,知识成果一旦能迅速传播到教学、生产、科研的第一线,传播到需要这些知识的社会成员及其社会实践中,知识成果就可以立即转化为现实的生产力,产生价值巨大的社会财富,这是有些经济发展迅速的国家的成功经验。而在我国,据有关文献报道,知识成果的现实转化率不到20%。这里面固然有多种原因,但也不可否认,与知识传播的状况存在密切的关系。诸如:我国现有知识传播体制和运行机制中存在的条块分割、封闭操作导致知识传播渠道不畅,知识拥有者的知识生产—传播—转化—实现价值的意识淡薄,知识传播社会环境因素的制约,知识传播媒体生产和普及水平较低,社会知识传播体系的不健全且各自为政,知识传播过程中因各种原因存在的知识封锁或知识传播失控状态,知识传播组织的不完善以及缺乏对知识传播活动功能的科学客观评价等,而这些又正是知识传播学所要研究的基本内容。

四

知识传播学是以人类社会特有的社会活动——知识传播活动为研究对象,探究人类社会知识传播活动的内在规律,进而指导、规范人类知识传播活动,提高人类知识传播活动效能的一门综合性学科。知识传播是一部分社会成员在特定的社会环境中,借助特定的知识传播媒介,向另一部分社会成员传播特定的知识信息,并期待收到预期的传播效果的社会活动过程。作为知识传播者,要完成其知识传播行为,必须有特定的知识传播内容、明确的传播目的、既定的传播对象,并选择适当的传播媒介,创造最佳的传播环境,进而才有可能获得最佳的传播效果。

基于这样的认识,本书在内容结构上分为三个板块。其中第一个板块是对所传播的内容——知识的研究。因为知识既是传播活动产生效果的意义内核,也是知识传播活动产生和存在的前提。没有知识,当然就不会有知识传播活动;而没有知识传播活动,也就更谈不上有知识传播学。第二个板块是知识传播活动的研究。构成知识传播活动的要素众多,每一个要素都有可能提高或降低知识传播活动的效果。因此,对这些构成知识传播过程要素的研究,理应成为知识传播研究的主体内容。不研究知识传播活动,不探究知识传播活动的内在规律,知识传播学就如无源之水,无本之木。在这个板块里,我们着重研究了知识传播的历史,知识传播的要素,知识传播的过程,知识传播的组织,知识传播的控制,知识传播的媒体,知识传播的功能,知识传播的环境以及知识传播的方法等问题。试图通过对上述问题的研究和探讨,基本弄清知识传播活动诸多现象中存在的一些内在规律,为构建知识传播学体系的框架提供知识材料。第三个板块是对知识传播学理论的初步探讨,主要探讨了知识传播学的意义、研究对象、研究内容、研究方法

以及研究知识传播学的社会功能等问题。由于知识传播学还处在初创阶段,并且如同世界所有事物都处于不断发展和变化的过程中一样,所以对知识传播学的探讨也只能是初步的,一些问题还有待于进一步的研究和探讨。

英国哲学家弗兰西斯·培根早就指出“知识就是力量”,美国著名的未来学家、风行于世界的《大趋势》一书的著者约翰·奈斯比特则进一步指出:“知识是我们经济社会的驱动力。”我国东南大学经济学教授李廉水先生在其新著《知识经济究竟是什么》中认为:在知识经济时代,科学系统特别是大学,是教育和培训的中心力量,科学系统在知识传播方面起着决定性的作用,特别是对科学家和工程师的教育和训练,对知识的传播作用更为明显。知识经济的标志之一,是承认知识的扩散与知识的生产同等重要,这使得“知识传播网络”和“国家创新体系”更加受到重视。这两者所形成的结构,支撑着经济活动中的知识生产和利用,并在两者之间起着联系作用。它们对于推动国家的知识创新和扩散活动,对于吸收新技术并将其运用于生产过程和产品开发过程中去,是极为重要的。

江泽民同志洞察世界政治、经济的发展趋势,高瞻远瞩地指出:“我们要跟上世界科技进步的步伐,必须千方百计地加快知识创新,加快高新技术产业化。”知识创新获得了含有高新技术内涵的知识成果,只有传播到需要知识成果的生产第一线,才能实现高新技术的产业化,才能使潜在的生产力转化为现实的生产力。从这一点讲,加强对知识传播活动及其规律的研究,就不仅有其独特的理论意义,而且更具有直接、巨大的现实意义。如何探寻更为有效的知识传播方式和途径,如何使知识传播活动取得更大更好的传播效果,如何使知识传播这一社会活动在知识经济的发展过程中发挥更大的推动作用,这是在走向知识经济的社会条件下,知识传播的研究者和实践者应当努力探求的问题,也是社会和历史赋

予理论工作者的重大使命。作为草创之作的本书,只是对知识传播学这一学科的初步探索和思考,其中难免有欠缺之处,恳请学术界前辈和同人指教。我将以此为新的起点,继续学习、继续请教、继续思考、继续探索,以求在现有基础上有新的认识和进步。

绪论 知识传播研究与知识经济社会

作为本书的绪论,主要讨论三个问题,即知识传播及其研究的内涵和外延、知识经济与知识经济社会、知识传播在知识经济社会中的地位和作用。旨在通过上述三个问题的讨论,阐述知识传播研究的社会政治经济文化背景、知识传播和知识经济社会的涵义及内在联系、产生知识传播学的学术知识营养来源,为正文各部分的展开提供舞台和基础。

第一节 知识传播的内涵与外延

如前所述,知识传播是一部分社会成员在特定的社会环境中,借助特定的知识传播媒介,向另一部分社会成员传播特定的知识信息,并期待收到预期的传播效果的社会活动过程。

一、知识传播的内涵

所谓“内涵”,是指一个概念所反映的事物的本质属性的总和,也就是概念的内容。^①根据这一界定,我们认为作为社会活动的知识传播,是一个完整的社会活动过程。在这一完整的社会活动过程中,至少必须包含知识传播者、知识传播媒介、知识传播内容、知识传播对象和知识传播行为等要素,才能构成基本的、理论

^① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典(修订本). 商务印书馆,1996.