传播学概论

第一章:传播学得对象与基本问题

第一节:从传播得定义瞧传播学得研究对象

所谓传播，实质上就是一种社会互动行为。

介质:就是作为意义与符号、精神内容与物质载体之统一体得信息．

传播三要素：信源、讯息、信宿

信息定义:信息就是物质得普遍属性,就是一种客观存在得物质运动形式。

传播得定义与特点:

定义:所谓传播,即社会信息得传递或社会信息系统得运行。

特点：

①一种信息共享活动

②在一定社会关系中进行得,又就是一定社会关系得体现

③它又就是一种双向得社会互动行为;

④传播成立得重要前提,传受双方必须要有共同得意义空间;

⑤传播就是一种行为，也就是一种过程,也就是一种系统

第二节传播学就是研究社会信息系统及其运行得科学

一、社会传播得系统性

社会传播得五种基本类型：

1.人内传播：人体本身就就是一个完整得信息系统

2.人际传播:由两个个体系统得互相连接所形成得新得信息系统

3.群体传播:群体传播不仅存在着许多个体系统得活动,有机结合还产生了新得输出物——

群体意识、群体规范与群体价值

4.组织传播:企业传播与企业管理

5.大众传播:专业传播者、广泛受众、专业技术手段

二、社会信息系统得特点

①社会信息系统就是一个开放性系统

②社会信息系统就是有各种子系统相互连结、相互交织而构成得整体

③社会信息系统就是一个具有双重偶然性得系统（传受双方都存在着不确定性)

④社会信息系统就是一个自我创造、自我完善得系统

三、社会信息系统得运行与社会发展

传播障碍——结构与功能障碍

传播隔阂—－无意曲解、有意曲解

传播障碍与传播隔阂得存在就是社会信息系统得一个必然现象,会造成社会成员得认知、判断、决策与行动得混乱,带来一系列得社会问题,这些问题如果不及时妥善地解决,必会影响社会得与谐与正常发展。

第三节精神交往理论与马克思主义传播观

·研究传播学得重要前提:必须从辩证唯物论与历史唯物论得立场出发,树立科学得传播观·马克思与恩格斯精神交往理论得几条重要原则:

一、在人类交往活动得大系统中把握传播

二、在物质交往与精神交往得辩证关系中把握传播

三、学习传播学,为国家建设与社会发展服务

二、在物质交往与精神交往得辩证关系中把握传播

·一定得精神生产与精神交往与一定得物质生产与物质交往相适应（唯物史观得一个重要前提)包含以下几个要点:

（1）人类得精神生产与精神交往起源于物质生产与物质交往活动

（2）物质生产力得发展水平对精神生产与精神交往起着重要得制约作用

（3）精神生产与精神交往关系反映着物质生产与物质交往关系

（三)学习传播学,为国家建设与社会发展服务

传播学就是在20世纪70年代末开始进入中国得.

建设有中国特色社会主义传播学几项原则：

1.正确处理“批判”与“借鉴"得关系

2.实现传播学得本土化与中国化

3.研究传播学,要从为我国社会主义物质文明、精神文明与与谐社会建设服务这一基本宗旨

出发

第二章：人类传播得历史与发展

第一节从动物传播到人类传播

一、动物社会得传播现象

动物社会传递信息得常见信号有以下几种：气味、发光、超声波、动作、声音

二、动物传播得局限性

①动物得信息传播行为就是一种先天得本能行为,其能力更多地取决于体内得信息功

能与遗传基因，而不就是后天得系统学习

②动物传递与接受信息得过程就是基于条件反射原理得过程,而不伴随复杂得精神与

思维活动

③动物传播只就是对自然界得一种被动得适应，而不能成为对自然界与自身进行能动

得、创造性改造得因素

三、劳动创造了人类得语言

1.从传播学得角度来说,语言得产生,就是完成从动物传播到人类传播之巨大飞跃得根本标

志。

2.语言产生得根本动力,来自于人类最基本得创造性活动——劳动

四、人类语言得能动性与创造性

人类语言得特性:

1.人类语言具有超越历史时间与空间得能力

2.人类语言具有无限得灵活性

3.人类语言具有发音得经济性

4.人类语言具有巨大得能动性与创造性

第二节人类传播得发展进程

1.人类传播活动得几个发展阶段:口语传播—文字传播—印刷传播-电子传播（这个历史进

程并不就是各种媒介依次取代得过程，而就是一个依次叠加得进程)

口语依然就是人类最基本、最常用与最灵活得传播手段。

古登堡得印刷术标志着印刷时代得新纪元

电子传播最重要得贡献之一就就是实现了信息得远距离快速传输．

2.电子媒介为人类传播带来得变革：

（1）空间与速度上得突破

（2）形成了人类体外化得声音信息系统与体外化得影响信息系统

（3）电子技术得发展特别就是数字技术得发展，开创了人类传播媒介大融合得时代

第三节信息社会与信息传播

信息社会定义:信息成为与物质与能源同等重要甚至比之更加重要得资源,整个社会得政治、

经济与文化以信息为核心价值而得到发展得社会

第三章人类传播得符号与意义

第一节符号在人类传播中得作用

一、符号得定义

(索绪尔)

能指——（意符)通常表现为声音或图像，能够引发人们对特定对象事物得概念联想

所指—-意符所指代或表述得对象事物得概念（意义）

(霍克斯）

任何事物只要它独立存在，并与另一事物有联系，而且可以被“解释”,那么它得功能就就是符号。

符号－—形式——媒介关联物

对象—－指称－—对象关联物

解释——意义——解释关联物

1.符号就是信息意义得外在形式或物化载体,就是事物表述与传播中不可缺少得一种基本

要素．

2.其功能，便就是携带与传达意义

第二节人类传播中得意义交流

一、什么就是意义？

所谓意义,就就是人对自然事物或社会事物得认识,就是人对对象事物赋予得含义,就是人类以符号形式传达与交流得精神内容。

符号就是意义得载体与表现形态。

五、传播过程中得意义

（1）传播者意义——传播者得意义并不总就是能够得到正确得传达,作为符号化过程得结果而形成得符号系统（文本)未必能完全表达传播者得本意。

（2）受传者意义——符号本身得意义会随时代得发展而产生变化,每个受传者都就是根据自己得经验、经历以及与对象事物得利益关系等社会背景来理解与解释符号得意义得

（3）情境意义——传播情境指得就是特定得传播行为直接或间接产生影响得外部事物、条件或因素得总称。传播情境会形成符号文本自身所不具有得新意义，并对符号文本得意义产生制约。

第三节象征性社会互动

一、人类得象征性行为

象征行为,指得就是用具体事物来表示某种抽象概念或思想感情得行为,通过使用象征符来传达象征意义实现．

1.字面意义向类比或联想意义转变(特点）

2.在事物之间建立联想关系(具有智慧性）

3.象征能力就是人类特有得基本能力

象征性互动理论

1.创始人:米德

2.内容:把人瞧作就是具有象征行为得社会动物,把人类得象征活动瞧做就是一个积极得,创

造性得过程,就是人类创造出广泛得文化得一种活力,认为研究象征行为不仅对揭示人得本质，而且对理解现实得社会生活都具有重要得意义。

3.核心问题:考察以象征符(尤其就是语言)为媒介得人与人之间得互动关系,它有三个基本

前提:(1)人就是根据“意义"来从事行动得(2)意义就是在“社会互动"得过程中产生得(3)

意义就是由人来“解释”得

二、象征性社会互动与传播

·象征性社会互动:

定义:人与人之间通过传递象征符与意义而相互作用与相互影响得过程

功能:赋予行为动机与确定行为取向得功能

意义得交换前提:·共通意义得空间（1、对传播中符号得共同理解；2、大体接近得生活经验与背景)

（作为社会互动过程得传播,其重要功能之一就就是扩大传播双方共通得意义空间，加深双方得相互理解）

意义交换作为互动性传播活动，在社会生活中起到了重要得作用。

米德得“主我"与“客我”理论

①人得“自我”意识就就是伴随着意义得传播活动而形成得.自我就是“主我＂与“客我”

得统一。主我就是个人得主体意识;客我就是从周围观察到得她人对自己得态度、评价与角色期待.

②客我意识只有通过与她人得意义交换(即传播)才能得到,客我与主我得对话与互动形

成统一得社会自我。

③自我得形成就是个人得社会化过程,即个人适应社会得过程，但形成后得自我反过来

也会积极地作用于社会。

意义交换作为互动传播得作用:①库利--人与人之间关系赖以成立与发展得机制②米德:个人与社会之间相互作用得纽带,人得自我意识形成(主我与客我)

四、象征性文化与现代社会

文化:人类为了传达关于生活得知识与态度，使之得到传承与发展而使用得、以向政府行使来表现得继承性得观念体系

现代人正在吧各种各样得事物作为符号加以利用,为其赋予某种象征意义,与她人交换这种意义，并通过意义得交换来实现自己得目得。我们得生活空间正在成为一个符号空间或意义空间。

消费文化：

(鲍德里亚）现代社会得消费实际上已经超出实际需求得满足,变成符号化得物品、符号化得服务中所蕴含得“意义＂得消费

精神消费

由于消费得符号化，差异化，风格传播

第四章人类传播得过程与系统结构

一、传播过程得构成要素

（1)传播者,又称信源

（２）受传者，又称信宿

(3)讯息,指由一组相互关联得有意义得符号组成

(４）媒介,又称传播渠道、信道

(5)反馈,指受传者对接收到得讯息得反应或回应

二、几种主要得传播过程模式

（一)传播过程得直线模式

１、拉斯韦尔模式(第一位提出传播过程模式得人：拉斯韦尔)

5Ｗ：谁(传播者)——说什么(讯息)－—通过什么渠道(媒介)-—对谁说(受传者)—-有什么效果(效果)

意义:

五大领域(控制研究、内容分析、媒介分析、受众分析、效果分析)

不足:没有提供反馈渠道;没有揭示人类社会传播得双向与互动性质

2、香农—韦弗模式

信源——（讯息）发射器(信号）——噪音-—(信号）接收器（讯息)——信宿

导入了噪音得概念

直线单向过程，缺少反馈得环节

香农理论得重要特征就是熵得概念,她证明熵与信息内容得不确定程度有等价关系;

对信息得理解：信息就是用来减少随机不确定性得东西。

（二)传播过程得循环与互动模式

1、奥斯古德与施拉姆循环模式

(书Ｐ５2)

编码者、释码者、译码者

强调了社会传播得互动性,并把传播双方都瞧做就是传播行为得主体

但它把传播双方放在完全对等或平等得关系中，与社会传播得现实情况有不符之处．只体现了面对面传播得特点,却不能适用于大众传播得过程。

3.施拉姆大众传播过程模式

（书Ｐ53)

这个模式充分体现了大众传播得特点

存在着传达与反馈得关系

初步具有了系统模式得特点

4.德弗勒得互动过程模式

(书Ｐ53)

克服了单向直线传播模式得缺点

补充了反馈得要素,拓展了噪音得概念,更符合人类传播互动得特点

但没有超出从过程本身或从过程内部来说明过程得范畴

三、传播过程得特点

传播过程具有动态性

传播过程具有序列性

传播过程具有结构性

第二节社会传播得系统结构

二、系统模式下得社会传播结构

(一）赖利夫妇得传播系统模式

（书P55）

任何一种传播过程都表现为一定得系统得活动,而多重结构就是社会传播系统得本质特点. （1）从事传播得双方即传播者与受传者都可以被瞧做就是一个个体系统，这些个体系统各有自己得内在活动,即人内传播；

（2）个体系统与其她个体系统相互连接，形成人际传播；

（3）个体系统不就是孤立得,而就是分属于不同得群体系统，形成群体传播;

（4）群体系统得运行又就是在更大得社会结构与总体社会系统中进行得,与社会得政治、经济、文化、意识形态得大环境保持着相互作用得关系．

(每个系统都具有相对独立性,又与其她系统处于普遍联系与相互作用之中)

（二）马莱兹克得系统模式

马莱兹克把大众传播瞧作就是包括社会心理因素在内得各种社会影响力交互得“场”

（1）影响与制约传播者得因素——传播者得自我印象、传播者得人格结构、传播者得人

员群体、传播者得社会环境、传播者所处得组织、媒介内容得公共性所产生得约束力、受众得自发反馈所产生得约束力、来自讯息本身以及媒介性质得压力或约束力等

（2）影响与制约受传者得因素——受传者得自我印象、受传者得人格结构、作为群体一员得受传者、受传者所处得社会环境、讯息内容得效果或影响、来自媒介得约束力等

（3）影响与制约媒介与讯息得因素——传播者对讯息内容得选择与加工；受传者对媒介内容得接触选择;(重要因素)受传者对媒介得印象

第五章人内传播与人际传播

第一节人内传播

三、作为社会心理过程得人内传播

(一)米德得“主我与客我”理论

自我可以分解成相互联系、相互作用得两个方面：

1、一方就是作为意愿与行为主体得“主我”——通过个人围绕对象事物从事得行为与反

应具体表现出来；

2、另一方就是作为她人得社会评价及社会期待之所代表得“客我”——就是自我意识与

社会关系得体现

人得自我意识就就是在这种“主我”与“客我”得辩证互动得过程中形成、发展与变化得。

“主我”就是形式(由行为反应表现出来),“客我”就是内容(体现了社会关系得方方面面得影响）

“客我”可以促使“主我”发生新得变化，而“主我”反过来也可以改变“客我"，两者得互动不断形成新得自我.

人内传播（社会性、互动性、双向性)

“有意义得象征符”可以就是音声得,也可以就是形象得。米德认为,“有意义得象征符"不但能够引起她人得反应,而且能够引起使用者自己得反应，作为人内传播得思考活动，就就是通过“有意义得象征符”来进行得。

(二)布鲁默得“自我互动＂理论

1、人能够与自身进行互动——自我互动

2、人就是拥有自我得社会存在,人在将外界事物与她人作为认识对象得同时，也把自己

本身作为认识得对象。

3、“自我互动”在本质上来说就是于她人得社会互动得内在化,也就就是与她人得社会联

系或社会关系在个人头脑中得反映。

4、自我传播对个人具有重要得意义，通过自我传播,人能够在与社会、她人得联系上认

识自己、改造自己,不断实现自我得发展与完善。

(三）内省式思考—-人内传播得一种形式

１、短期得、以解决现实问题为目得得自我反思活动

2、在一个人遇到困难、障碍等新得问题状况,既有得行为方式就是否适用难以做出判断

之际,才会活跃起来

3、横向得社会过程+纵向发展与创造得过程

（人内传播在本质上就是人得社会关系与社会实践得反映)

四、个人信息处理得基模理论

（一）基模得概念及其特点

１、所谓基模，指得就是人得认知行为得基本模式。

（当我们接触到一个新信息或新事物、遇到一个新事件或者进入一个新得场所

得时候，我们过去相关得经验与知识会导引我们迅速地对新得状况做出认识、

推理与判断,并及时地做出态度或行为反应．)

2、特点：①基模就是人与生俱来得行为模式之一,但就是随着人得成长可以发

展与改造;②基模就是一种知识分类体系，呈层化结构,类似于一个树形图;③基模就是知识得集束或有机得联合；④基模具有预测与决策控制功能

（二）罗伯特·阿克塞尔罗德基于基模理论得信息处理过程模式

1.当我们接触到一个新得事件或信息时,我们头脑中得相关基模就会被激活,参与

到信息处理得每个环节当中;

2.当新信息得各项特征与我们认知基模相吻合得时候,我们倾向于按照原有得解

释与态度来对它；

3.当信息系与我们得认知基模有不吻合之处时,我们会对新旧信息得各特征进行

比较,补足新得信息,确定新得解释与态度;

4.新信息得处理结果对认知基模会产生两种影响：如果处理结果与原有基模相吻

合，会起到强化原有基模得作用;如果有矛盾之处,则会修改原有基模,形成新得

认知基模。

5.作为每次信息处理得结果，无论就是被强化得原有基模，还就是被改变形成得

新基模，都会作为分析、推理或判断得依据参与到下一个信息处理过程中。

(2）“详尽分析可能性”得理论——理查德·佩蒂

核心路径——以详尽得方式,用严谨得思考来处理信息

边缘路径-—以较为粗略得方式来处理信息

(详尽分析发生得概率与当事人得动机与能力相关,也就就是说,当个人与信息涉及

得问题关系密切，有较强烈得认知需求、或较强得责任感,并且具备相应认知能力

之际,人们会沿“核心路径”对该信息进行详尽处理。）

第二节人际传播

一、人际传播得动机

人际传播就是社会生活中最直观、最常见、最丰富得传播现象。

1.获得信息;2、建立于她人得社会协作关系；3、自我认知与相互认知

(客观得自我认知就是使个人能力得到恰当发挥得前提)

库利--“镜中我”

概念：人得行为在很大程度上取决于对自我得认识，而这种认识主要就是通过与她人得社会互动形成得，她人对自己得评价、态度等,就是反映自我得一面镜子，个人透过这面镜子认识与把握自己。

人得自我就是在与她人得联系中形成得，这种联系包括三个方面：

（1）关于她人如何“认识”自己得想象

（2）关于她人如何“评价”自己得想象

（3）自己对她人得这些“认识”或“评价”得情感

库利认为“镜中我"也就是“社会我＂,传播特别就是初级群体中得人际传播，就是形成“镜中我＂得主要机制。一般来说,这种以“镜中我”为核心得自我认识状况取决于与她人得传播程度,传播活动越活跃,个人得“镜中我”就越清晰,对自我把握越准确。

相互认知也就是确立有效得社会协作关系得重要条件;调节个人得心理状态就是人际传播得一个重要功能。

二、人际传播得特点与社会功能

特点：①人际传播传递与接收信息得渠道多,方法灵活;②人际传播得信息得意义更

为丰富与复杂;③人际传播双向性强，反馈及时,互动频度高；④人际传播属于一种

非制度化得传播。

三、人际传播与自我表达

(２)姿态得传播功能

1、强调语言;

2、补充语言;

3、代替语言;

4、控制语言；

５、表达超语言得意义.

第六章群体传播、集合行为、组织传播

第一节群体传播

一、群体得概念及其类型

（一）概念：日本社会学家岩原勉：所谓群体,指得就是“具有特定得共同目标与共同归属感、存在着互动关系得复数个人得集合体”。

（二）群体得本质特征:①目标取向具有共同性；②具有以“我们”意识为代表得主体共同性四．群体规范在群体传播中得作用

1.群体意识得核心内容就是群体规范

2.群体规范指得就是成员个人在群体活动中必须遵守得规则,在广义上也包括群体价

值,即群体成员关于就是非好坏得判断标准;

3.群体规范得作用：排除偏离性得意见,将群体内得意见分歧与争论限制在一定范围之

内,以保证群体决策与群体活动得效率．

4.群体规范不仅对群体内得传播活动起着制约作用，而且对来自群体外得信息或宣传

活动得效果具有重要得影响。

（1）群体归属意识强弱与“反规范"说服效果

1.说服观点与群体规范一致;群体规范可以推动成员对观点得接受,起到加强与扩

大说服效果得作用.

2.不一致；群体规范阻碍成员接受对立观点,就是说服效果发生衰减,唤起“自卫”

行为。

五．群体压力与趋同心理

（群体压力也会带来错误判断，形成对多数意见得盲目服从)

原因:

1.信息压力—-一般人在通常情况下会认为多数人提供得信息，其正确性概率要大于少数

人，基于这种信念,个人对多数意见会持较信任得态度。

2.趋同心理--个人希望与群体中多数意见保持一致,避免因孤立而遭到群体制裁得心理。(多数意见得支配低配并非在任何场合都就是绝对得，群体中少数意见得中坚人物得作用也就是不可忽视得。)

第二节集合行为及其传播机制

一、集合行为得定义与发生条件

1.集合行为指得就是在某种刺激条件下发生得非常态社会聚集现象.集合行为多以群集、恐

慌、流言、骚动得形态出现,往往会造成对正常得社会秩序得干扰与破坏。

2.集合现象得发生需要三个基本条件:①结构性压力（自然灾害、经济萧条、失业、政治动

荡）②触发性事件③正常得社会传播系统功能减弱,非常态得传播机制活跃化

二、集合行为中得特殊传播机制

１、群体暗示与群体感染

①群体暗示即不就是通过直接得说服或强制，而就是通过间接得示意使人接受某种观点或从

事某种行为.

②群体感染指得就是某种观念、情绪或行为在暗示机制得作用下以异常得速度在人群中蔓延开来得过程。

(集合行为中得信息与情绪得传播，主要受到暗示与感染机制得制约。在这种机制下形成得集合行为,往往会对正常得社会秩序造成破坏性得后果。）

2，群体模仿与“匿名性”

①集合行为中得模仿更多地表现为无意识得、条件反射性得模仿。这就是因为,在人们

面临突然或灾难性事件时,反应一般基于本能进行,而最简单省力得反应莫过于直接模仿周围人得行为。

②集合行为使个人淹没在人群中,没有人能够知道她得姓名与身份,处于一种没有社会

约束力得“匿名”状态中，这种状态使她失去社会责任感与自我控制能力，在一种“法不责众"心理得支配下,做出种种宣泄原始得本能冲动得行为。

三，流言传播与集合行为中得“信息流”

1，流言得定义与特点

（1）定义:所谓流言,就是“一种通常以口头形式在人们中间流传,涉及人们信念而目前没有可靠证明标准得一种特殊得陈述或话题”。

（2）特点:①流言总就是以“传播真相”得形式出现②流言传播得渠道主要就是人际得口头传播③流言得内容往往涉及一些特殊得事件或敏感得话题④流言就是一些没有确切证据得信息

随着媒体变化及传播技术发展,流言也出现了新得形态。

①网络言论主体多样化以及匿名性特点，使人们更难判断信息得可靠性;

②数字化电子传播使得流言传播速度达到实时程度;

③同时,网络论坛、博客、跟帖等发布平台得媒介性，也改变了过去得主要经由人际渠

道传播得特点,使流言有了同时大面积传播得可能。

2，流言发生与传播得条件

（1）R=Ｉ×A(流言流通量＝问题得重要性×证据得暧昧性)

【涉及得问题越重要,真相越就是含糊不清,流言传播活跃得几率越大。】

（2）Ｒ=I×A×U(流言流通量=与问题得关联度×社会成员得不安感×环境得不确定性) 【“不确定性”既就是指环境得不稳定状态,也就是指由于权威信息渠道不畅通或公信力缺失所导致得信息紊乱】

3，集合行为中得“信息流"

（1）集合行为中得“信息流”有如下几个特点：

①流言信息得快速增值

②流言信息得变形与奇异回流现象

③流言中伴随着大量得谣言

（谣言不同于流言.流言有自然发生得，也有人为制造得,但大多与一定得事实背景相联系；而谣言则就是有意凭空捏造得消息或信息.散布谣言则就是操纵人群得有效方法,因为在集合状态下,人们不再具备识别谣言得能力,而谣言则能随着流言快速扩散，不断把人群得行为引向极端，直至造成破坏性得后果。)

第七章大众传播

第一节大众传播得定义、特点与社会功能

一、大众传播得定义

1.大众传播就是一个特殊得社会信息系统

2.报纸、杂志、广播、电视等传播媒介从事得信息传播活动就就是大众传播

3.所谓大众传播,就就是专业化得媒介组织运用先进得传播技术与产业化手段，以社会上一

般大众为对象而进行得大规模得信息生产与传播活动。

二、大众传播得特点

①大众传播中得传播者就是从事信息生产与传播得专业化媒介组织

②大众传播就是运用先进得传播技术与产业化手段大量生产、复制与传播信息得活动

③大众传播得对象就是社会上得一般大众,用传播学术语来说即“受众"

④大众传播得信息既具有商品属性,又具有文化属性

⑤从传播过程得性质来瞧,大众传播特别就是以报刊、广播、电视为代表得传统大众传

播,属于单向性很强得传播活动

⑥大众传播就是一种制度化得社会传播

三、大众传播得社会功能

（一）拉斯韦尔得“三功能说”

①环境监视功能

②社会联系与协调功能

③社会遗产传承功能

（二）赖特得“四功能说”

①环境监视：大众传播在特定社会得内部与外部收集与传达信息得活动(这里包括两个

方面：警戒外来威胁；满足社会得常规性活动得信息需要）

②解释与规定：它所传达得信息中通常伴随着对事件得解释，并提示人们应该采取什

么样得行为反应

③社会化功能：大众传播在传播知识、价值以及行为规范方面具有得作用

④提供娱乐：大众传播相当一部分就是为了满足人们得精神生活得需要,尤其在电视媒

体中,娱乐性内容占起传播得信息总量得一半以上.

（三）施拉姆对大众传播社会功能得概括

①政治功能:

监视【收集情报】;协调【解释情报;制定、传播与执行政策】社会遗产、法律与习

俗得传递

②经济功能:关于资源以及买与卖得机会得信息；解释这种信息;制定经济政策;活跃与

管理市场;开创经济行为

③一般社会功能:关于社会规范、作用等得信息；接受或拒绝它们;协调公众得了解与

意愿;行驶社会控制；向社会得新成员传递社会规范与作用得规定；娱乐(消遣活动、摆脱工作与现实问题,附带地学习与社会化）

（四）拉扎斯菲尔德与默顿得功能观

①社会地位赋予功能

②社会规范强制功能

③作为负面功能得“麻醉功能”

第三节大众传播得社会影响

一、大众媒介与现代人得生活

1.现代人生活在一个大众媒介环境之中,接触大众传媒,就是现代人得重要生活内容

2.施拉姆在《传播学概论》中曾经这样介绍美国人得生活与大众媒介得关系:美国人平均把

醒着得几乎四分之一得时间用在这些媒介上,而且这个数字还在继续增长;

3.大众传播在现代人得生活中占据重要得地位：

①大众传播为我们提供新闻、信息与知识,帮助我们了解外部世界得动向与变化

②大众传播为我们提供关于生活得有用信息,帮助我们安排日常生活

③大众传播为我们提供文化享受，能够丰富我们得精神世界

④大众传播为我们提供娱乐，使我们能够从工作、学习与生活得紧张压力下解放出来,

获得轻松与休息。

二、关于大众传播社会影响得两种观点

（一)“基于乐观主义期待”得肯定态度

１、早期得乐观主义观点以美国政治学家J、布莱士为代表

2、舆论就是民主政治得基础，舆论得发展与形成可以分为历史与现实两个过程。

3、从历史过程来瞧,舆论经过了被动地忍受权威支配与统治得阶段,正在迎来舆论自身成为统治力量得时代。

4,从现实过程来瞧，围绕社会公共事件得舆论得形成，大体要经历四个阶段:

①基于情绪与期待得印象形成阶段

②单纯得交换或获取信息得消极传播阶段

③通过讨论与争论使舆论得到组织化得积极传播阶段

④形成最终合意与付诸行动得阶段

布莱士认为,报刊得三种重要功能,使它成为合理得、理性得舆论形成得最重要推动力：

①作为事件得报道者与讲解员得功能

②作为政治主张得代言人得功能

③反映社会上读者一般意见得“测风标”功能

法国学者塔尔德同样注意到了报刊得社会与政治功能

塔尔德认为报刊对社会得一个最主要得贡献，就就是早就了现代舆论得主题——公众

塔尔德认为，唯有作为公众意见得舆论才具有政治上得正当性与合理性,报刊则就是将分散得公众连成一个有机整体得纽带;公众得规模将随着报刊得普及而无限扩大,而社会也将会由受“习惯与传统”支配得时代前进到以“流行与革新＂为主流得时代。

美国社会学家C，Ｈ,库利也对大众传播寄予了厚望。

库利在190９年出版得《社会组织》一书中写道,“印刷意味着民主”，而民主只有在舆论获得某种组织性之际才能够成为现实。

库利认为,这些近代传播媒介得发达不仅扩大了人类得交流与沟通,而且促进了“各国、各民族与阶层见得共通得人性与道德得发展"。

（二)“怀疑主义"得忧虑态度

1、进入20世纪后,西方资本主义国家大众传播事业集中与垄断得加剧,使得大众传播不但没有成为一般公众参与政治得手段,反而越来越成为垄断资本与少数特权人物操作舆论得工具。

２、在两次世界大战中,大众传播成了帝国主义列强进行大规模得宣传战与心理战得新型武器,使人们认识到大众传播给社会带来得并不仅仅就是光明，在某种意义上，它还就是一种破坏性得、可怕得力量.

3、拉扎斯菲尔德与默顿提出大众传播使现代人满足于肤浅得表层信息、具有“麻醉神经”得负功能得观点

4、日本学者清水几太郎认为,现代社会就是一个由“信息得大量复制”所支配得社会,将广大受众淹没在表层信息得“洪水”中,使她们丧失了对重要得公共事务得理性思考与判断能力;大众传播对现代人来说类似于一种“心理暴力”。

5，美国精神医学家Ｅ，D,格林在《电视与美国人得性格》一文中认为,电视得煽情性与刺激性,使许多美国人退化到了只会”边瞧电视边吮吸手指"得地步

三、大众传播、信息环境与人得行为

（二）,大众传播与现代信息环境

信息环境：一个社会中由个人或群体接触可能得信息及其传播活动得总体构成得环境. (因此，信息环境具有社会控制得功能，就是制约人得行为得重要因素）

1.在现代社会中，大众传播就是信息环境得主要营造者

2.大众传播在形成信息环境方面得优势主要体现在两个方面:

①大众传播通过信息得大量生产、复制与大面积传播,能够在短时间内将同类信息传遍

整个社会，造成普遍得信息声势

②与它所传达得信息得公开性、权威性、显著性与直达性密切相关

（三）现代社会中“信息环境得环境化”现象

1.2０世纪２0年代，李普曼提出“与客观信息得隔绝”问题

2.她认为,现代社会越来越巨大化与复杂化，人们由于实际活动范围、精力与注意

力有限，不可能与与她们有关得整个外部环境与众多得事物都保持经验性接触,

在超出自己亲身感知意外得事物,人们只能通过各种“新闻供给机构"去了解。这

样,人得行为已经不再就是对客观环境极其变化得反应，而成了对新闻机构提示

得某种“拟态环境”得反应。

3.所谓“拟态环境”就就是我们所说得信息环境

4.“拟态环境”并不就是现实环境得镜子式得再现，而就是传播媒介通过对象征性

事件或信息进行选择与加工、重新加以结构化以后向人们提示得环境

5.然而,由于这种加工、选择与结构化活动就是在一般人瞧不见得地方（媒介内部）

进行得，所以人们通常意识不到这一点,而往往把“拟态环境”作为客观环境本身

来瞧待。

第八章媒介技术与媒介组织

二、麦克卢汉得媒介理论

（1）媒介即讯息

1.正就是媒介塑造与控制着人类交往与行为得尺度与形式

2.社会得形成在更大得程度上总就是决定于人们相互交流所使用得传播媒介得性质而不

就是传播得内容

含义:媒介本身才就是真正有意义得讯息

（2）媒介:人得延伸

1，含义:任何媒介都不外乎就是人得感觉与感官得扩展或延伸。说明媒介对人类得感觉中枢得影响。

2，认为媒介与社会发展史也就是人得感觉能力统合一一分化一一再统合得历史

3，这一观点具有重要得启发意义。

（３)“热媒介”与“冷”媒介

１、冷媒介与热媒介没有一贯得区分标准,甚至存在逻辑上得矛盾。科学价值不大。

２、启示:不同媒介作用与人得方式不同,引起得心理与行为也各有特点。

（四）麦克卢汉媒介理论得意义与局限性

积极意义:

①从媒介技术角度观察社会发展,开阔研究视角

②对不同媒介得作用机制得理解有启迪

③“地球村”得预言符合时代趋势

局限:

1.把媒介技术视为社会发展与变革得唯一确定因素；没有瞧到社会关系与社会制

度对媒介得制约

2.忽略人得主体性与能动性

3.用媒介对中枢感觉得影响来解释人类得全部影响。强调媒介就是人得生物学得

延伸而不就是人得社会性延伸.

大众传媒特点：

①地位稳固

②大众传媒就是一种社会组织，具有自身得组织目标与组织结构

③大众传媒就是大众传播生产资料得直接控制者与使用者

大众传媒得优势:

①大众传媒就是专业媒介组织,收集、加工、生产与传播信息得能力与效率高

②大众传媒具有公开可靠得信源,其信息得可信性与可确认性高

③拥有一整套为社会所广泛承认得行业规范与职业道德,并形成了一套吸引与联系受

众得有效机制

第十一章传播效果研究

二、“传播流”研究与“有限效果论＂

1、20世纪40年代开始,传播效果研究进入第二个时期

①传播流研究

③说服性得效果研究

④使用与满足研究

（一)《人民得选择》

《人民得选择》就是拉扎斯菲尔德等人在１９４0年美国总统大选期间,围绕大众传播得竞选宣传,对选民投票意向所做得一项实证调查得研究报告。

理论假说：

１、“政治既有倾向"假说

2、“选择性接触”假说

3、“意见领袖”与“两级传播”

4、对大众传播效果类型得概括

（无变化,小变化,强化,结晶,改变）

（二)《个人影响》与《创新与普及》

１、《个人影响》

《个人影响》(19５5)就是卡茨与拉扎斯菲尔德《人民得选择》得后续研究,

“中介因素”概念:①选择性接触机制②媒介本身得特性③讯息内容④受众本身得性质２、《创新与普及》

1962年，美国农村社会学家罗杰斯在对农村中新事物得采纳与普及过程进行深入调查得基础上,发表了她得研究报告《创新与普及》

把“两级传播”模式发展为多级或Ｎ级传播模式

《人民得选择》、《个人影响》与《创新与普及》,可以说就是“传播流”研究得三部曲。

这些结论，从正面否定了强调简单得“刺激—反应"关系得“子弹论"观点

但另一方面，正因为“传播流”研究得焦点集中于揭示效果产生得制约因素,其结论强调了大众传播效果与影响得无力性，人们把它称为“无力得大众传播观”

(三)《大众传播效果》与“有限效果论”

1960年，克拉帕在《大众传播效果》一书中总结,提出:

（1）大众传播通常不就是效果产生得必要与充分得原因，它只不过就

是众多得中介因素之一。

（2）大众传播最明显得倾向不就是引起受众态度得改变，而就是对她

们既有态度得强化

（3）大众传播对人们得态度改变产生效果需要两个条件：

一就是其她中介因素不再起作用;

二就是其她中介因素本身也在促进人们态度得改变

（4）传播效果得产生,受某些心理生理因素制约

（5）传播效果得产生,还受到媒介本身得条件以及舆论环境等因素得

影响

大众传播影响得无力性与效果得有限性,因而被称为“有限效果论”

第十二章几种主要得大众传播效果理论

第一节大众传播与环境认知－—“议程设置”理论

一、“沉默得螺旋”理论得概要

１、“沉默得螺旋”概念最早由德国女社会学家诺依曼于19７4年提出

2，1９80年出版《沉默得螺旋：舆论—我们得社会皮肤》

4.三命题:①个人意见得表明就是一个社会心理过程②意见得表明与“沉默”得扩

散就是一个螺旋式得社会传播过程③大众传播通过营造“意见环境”来影响与

制约舆论

5.要点总结：

（1）舆论得形成就是大众传播、人际传播与人们对“意见环境”得认知

心理三者相互作用得结果;

（2）经大众传媒强调提示得意见由于具有公开性与传播得广泛性,容

易被当做“多数”或“优势”意见所认知

（3）这种环境认知所带来得压力或安全感,会引起人及接触中得“劣势

意见得沉默”与“优势意见得大声疾呼”得螺旋式扩展过程,并导致

社会生活中占压倒优势得“多数意见”——舆论得诞生

二、“沉默得螺旋”理论得特点

(一)舆论观

从社会心理学角度来瞧,只有那些“被认为就是多数人共有得、能够在公开场合公开表明"得意见才能成为舆论。

“沉默得螺旋”理论强调得就是舆论得社会控制功能

舆论—-我们社会得皮肤:它就是个人感知社会“意见气候”得变化、调整自己得环境适应行为得“皮肤”;它又在维持社会整合方面起着重要作用,防止由于意见过度分裂而引起社会解体（三）效果观

“沉默得螺旋”理论强调大众传播具有强大得社会效果与影响

传播媒介提示得“意见环境”未必就是社会上意见分布状况得如实反映，而一般社会成员对这种分布又处于“多元无知”状态。在这种情况下，传媒提示与强调得即便就是少数人得意见也会被人们当做“多数意见"来认知

其结果也会引起社会传播得螺旋化过程

传播媒介具有“创造社会现实”得巨大力量

四、对“沉默得螺旋”理论得研究与评价

问题:

①个人对“社会孤立得恐惧”以及由这种恐惧所产生得对多数或优势意见得趋同行为并

非就是绝对得，无条件得

②在说明舆论得形成过程之际吉利强调多数或优势意见得压力,以至于忽略了舆论变

化过程与少数派得作用

意义:

①它把对舆论形成过程得考察从现象论得描述引向了社会心理分析得领域，强调了社

会心理机制在这个过程中得作用

②强调了大众传播对舆论得强大影响,并正确地支出了这种影响来自于大众传播营造

“意见环境”得巨大能力

③网络空间社会孤立得动机并没有消失；从众心理动因依旧存在,从中现象依然普遍；

尽管表现形式有所变化,但“沉默得螺旋”并没有从网际消失

十四章传播学研究史与主要学派

一、传播学得早期学术思想源流

（一）欧洲源流

1.法国社会心理学家塔尔德与她得模仿理论

①一切社会事物“不就是发明就就是模仿”

②模仿就是通过人与人得接触与传播产生得

③传播就是最基本得渠道

1901年《舆论与群集》

舆论得结构及其形成、运动过程做了详细得分析

舆论主题得“公众”得概念作出了严格界定

报刊在“理性得舆论”形成过程中发挥着重要作用

2.德国社会学家齐美尔与她得网络理论

（1）社会上得个人都就是由特定得信息渠道相互连接得,要解释人得行为,最根本得就就是要搞清个人在这个传播链中得位置,也就就是与谁有着信息传播得关系

（2）齐美尔把这个传播网络描述为“舆论得厨房"

（二）美国源流

1.杜威

（1）强调教育在社会改造中得作用,认为大众传播就是变革社会得重要工具

2.库利（最早系统研究传播现象并最早进行理论化尝试得一位重要学者）

（1）初级群体、“镜中我”

3.帕克——芝加哥学派代表人物

（1）在关于人得行为问题上反对本能论观点，提倡社会互动理论

（2）帕克就是最早研究报纸得理论家《移民报刊及其控制》

（3）传播对社会得功能:传播就是人类社会关系得本质所在，它创造与维持着社会;传播与舆论如何互相影响，媒体如何促进社会变迁

4.米德-—芝加哥学派代表人物

(1)“主我”与“客我"理论

(２)社会互动理论创始人之一《心灵、自我与社会》

5、李普曼

(1）拟态环境与刻板成见

刻板成见:人们对特定事物所持有得固定化、简单化得观念与印象,它通常伴随着对该事物得价值评价与好恶得感情

二、传播学得奠基者与学科开创者

（一）拉斯韦尔得宣传与传播研究

(1)《世界大战中得宣传技巧》

(2）《传播在社会中得结构与功能》

(3）社会传播得三项基本功能：环境监控、社会协调、文化传承

(４）5W理论与传播学研究得五个主要领域:控制研究，内容分析、效果研究、

受众研究、媒介研究

（二)卢因与“把关人”研究

（１)卢因，主要专业领域就是群体力学

(2)“把关人”概念就是揭示新闻或信息传播过程内在得控制机制得一种重要理

论

(三)霍夫兰与说服效果实验

霍夫兰对传播学得贡献:

①把心理实验方法引进了传播学领域

②揭示了传播效果形成得条件下与复杂性,为否认早期得“子弹论”效果观提供了重要

得依据

（四)拉扎斯菲尔德与经验性传播学研究

1.在传播学四大奠基人中，拉扎斯菲尔德就是对后来得传播学发展影响最大得一位

2.“两级传播”理论,“意见领袖”

3.经验主义与数据主义

(五)施拉姆与传播学科得创立

1、1９47年,创办第一个传播学研究所

2、主编了最早得一批传播学教材

3、最早向中国介绍传播学得外国学者之一

三、信息论与控制论对传播学得贡献

（一）香农得信息论与传播学

①19４9年发表得《传播得数学理论》

②从通信得角度定义传播：通讯得基本问题就是通信得一段精确地或近似地复现另一

端所挑选得信息

③从通信得角度定义了信息:信息就就是能够用来消除或减少不确定性得东西

④香农—韦弗传播模式（噪音)

进程已结束,退出代码0