

第一章 传播概述

考点一：传播的含义

1、传播的含义：是研究人类社会传播现象和传播活动规律的学科。

2、传播的特性

传播的特性	
形态多样性	根据使用符号的不同，传播有各种形态或类型：口语传播、文字传播、图像传播等。
时空遍布性	传播是一种无时不有，无处不在的活动。
行为伴随性	精神活动和物质活动都是传播，一是这些行为的进行和完成，都离不开传播；二是这些行为本身就是传播，即它们总是携带、发散着某种信息。
极端重要性	这既是传播的特性之一，又是传播的本质。从本质上看，传播是人类赖以生存和发展的基本或基础性行为之一。

3、传播与 COMMUNICATION

传播与 COMMUNICATION 的异同：

- (1) 相同：两者均含“传达”及“传染”之意。
- (2) 相异：后者含“运输”及“交流”之意，而前者不含。

4、传播的定义：

- (1) “共享”说：强调传播是传者与受者对信息的分享。
- (2) “影响”说：强调传播是传者意图对受者施加影响、改变对方（认知、态度或行为）的过程。
- (3) “仪式”说：强调传播是传者与受者之间开展的仪式。
- (4) “符号”说：强调传播是符号的流动。

5、“信息”视野中的“传播”

信息的定义	事物（物质和能量）的存在方式（运动状态）以及对这种方式（状态）的直接间接的表述。
信息与传播的关系	1、与“信息”形影相随的“传播”，同样遍布整个自然界。 2、“传播”同样可分为“物理传播”、“生物传播”和“人类传播”。 3、传播学的研究对象，并不是广义的“传播”，而只是其中一部分，即“人类传播”。 4、“传播”的定义应作两个层面的分析：广义——系统传受信息的行为；狭义——人传受信息的行为。

考点二：传播的类型

传播的类型	
两种分类方法	二分法：分为 亲身传播 和 大众传播 四分法：分为 自我传播 、 人际传播 、 组织（团体）传播 和 大众传播
自我传播	从规模看，是最小的一种传播。
人际传播	即个人与个人之间的传播活动。
组织传播	组织是指为达成特定目标而建立明确程序、发生协调行动的群体。
大众传播	1、大众传播的内涵：从受者角度看包括一些像读报纸、杂志、书籍等的行为。 2、大众传播的定义：传统表述为职业化的传播机构利用机械化、电子化的技术手段向不特定的多数人传送信息的行为或过程。 3、传播规模与手段的关系： （1）从手段来看，自我传播、人际传播、组织传播都频繁地使用亲身传播手段，此外，组织传播往往还部分地使用大众传播手段。 （2）从传播的规模和性质看，人际传播、组织传播和大众传播属社会传播，而自我传播属非社会传播。 （3）传播学的研究对象，理应是社会传播。
各类传播的特点	1、周期：即传播的节奏和频率。大众传播最有规律，组织传播有一定规律，人际传播最没有规律。 2、角色：即在传播过程中扮演的是“传者”还是“受者”。人际传播的传者和受者，可随时交替。组织传播传者和受者有规定。大众传播的传者和受者也固定，机会完全不均等。 3、反馈：即信息的流动是单向还是双向。人际传播反馈容易，组织传播反馈较难，大众传播反馈更难。 4、信息：即表达是否规范。人际传播的表达最不规范，组织传播表达有所规范，大众传播表达最为规范。

考点三：传播的结构

传播的结构		
结构（过程）研究的意义	1、结构：即构成一个事物整体的各个要素及其相互关系。 2、传播的“三要素”说： 传者、受者、信息内容 。	
传播的基本模式	线性模式	1、 拉斯韦尔的 5W 模式 ： （1）首次较为详细、科学地分解了传播的结构和过程。 （2）率先明确界定了传播学的研究领域。 2、 申农——韦弗的通信模式 ： 信源——发射器——信道——接收器——信宿
	控制论模式	1、 德弗勒的控制论模式 ：加入并突出了“反馈”的机能。 2、 竹内郁郎的“传播单位”的模式 ：六要素为发信方、符号化方、受信方、符号化解方、讯息（或信息）、媒介（或渠道）。 3、 丹思的“螺旋形上升”模式的不足 ： （1）容易使人产生一种错觉，以为各个“传播单位”之间的传、受机会均等，实际并非如此。 （2）循环性的表述，也容易引起误解。 （3）未能清楚地显示传播结构、过程与社会结构、过程的紧密联系。
	社会系统模式	1、 赖利夫妇的社会系统模式 ： 三个相互关联的概念：一是“ 基本群体 ”，也叫“初级群体”“首属群体”；二是“ 更大的社会结构 ”，指关系比较松散的“次属群体”；三是“ 社会总系统 ”，指民族、国家乃至世界等“隶属群体”。 2、 马莱茨克的大众传播过程模式 ：是对前人成果取长补短，并经过周密思考、精心设计出来的。传者受个人层面、组织层面、社会层面的制约和影响。

考点四：传播的功能

传播的功能	
基本功能	“二功能说”、“三功能说”和“四功能说”
传播的 工具性 和 消遣性	1、工具性传播（实用性传播）：父母催孩子起床、主妇叫家人用餐等 2、消遣性传播（娱乐性传播）：成人给孩子讲故事、妻子与丈夫说闲话等
传播功能的三个层次	个人层次：从工具性传播角度看，传播的主要作用是了解环境劳动，学习社会规范和各种知识；从消遣性传播角度看，是调节个人身心。 组织层次：从工具性传播角度看，主要作用是为决策提供依据，协调组织成员思想和行动；从消遣性传播角度看，是调节组织成员的情绪。 社会层次：从工具性传播角度看，主要作用是监测环境，协调社会各个部分的关系，传承社会文化遗产；从消遣性传播角度看，是提供娱乐或调节社会大众的情绪。
传播的四大功能	监测环境：用“新闻”不断地向整个社会及时报告环境的变动。 协调社会各个部分：以“宣传”聚合社会各种团体和各个成员对环境采取一致的、有效的行动。 传承社会遗产：通过“教育”使社会规范和知识等精神遗产代代相传。 调节身心：借助“娱乐”使整个社会获得休息以保持活力。
传播功能的 相对性 和 双向性	在传播实践中，应全面看待、灵活处理信息内容和功能的关系；同时其作用和功能也是双向、交互的。
传播的正功能和负功能	1、正功能： （1）授予地位——无论个人、组织、事件，一旦被媒体传颂，即名扬天下。 （2）促进社会规范的实行——凡违背社会规范。且坚持不改的“越轨”行为，一旦被媒体曝光，则可望迅速、有效地得到制止。 2、负功能： 麻醉精神——与大众传播媒介的接触，耗费了现代人的大量时间，使他们越来越疏于行动，沾沾自喜地以为自己再参与社会实践过程。
	“两个环境”理论 ：李普曼认为我们人类生活在两个环境里，即现实环境和虚拟环境。
	“托马斯公理”和“自我达成的预言” ：说明传播的正功能和负功能是共生共栖的。

第二章 传播学简史

考点一：世界传播学沿革

世界传播学沿革	
传播学的欧洲起源	1、达尔文的 进化论 的影响： (1) 在系统论述 辩证唯物主义 方面，直接影响了 卡尔·马克思 。 (2) 芝加哥学派重要人物 库里和帕克 将达尔文主义某些概念引入 社会学领域 。 (3) 推动了 非语言传播研究 的开展。 (4) 进化论的许多重要 概念和机制 现在仍 被使用 。
	2、 弗洛伊德的精神分析理论 的影响： (1) 假定 人类行为 的解释 存在于个体中 。 (2) 影响了 学习理论 。 (3) 对 拉斯韦尔有关政治领袖的精神分析研究 产生了影响。
	3、马克思主义与批判学派的影响： (1) 可看作是 传播经验学派 的思想的一个来源。 (2) 批判学派注重大众媒介的 所有权和控制 问题。 (3) 对于社会贫困、劣势和微弱部分地强调，对非批判学者而言，能产生提高其相应意识的影响。
	4、其他传播学思想的欧洲先驱： 涂尔干、塔尔德 等。
传播学的美国实践	1、学科背景： 布莱尔 推动新闻学成为一个合法的大学学科。
	2、媒介背景：最早、最迫切感受到传播技术与媒介内容的关系、传播媒介对社会与人的影响、社会对传播媒介的影响和控制、传统媒介与新兴媒介的关系等一干问题。
	3、传播学的诞生： 施拉姆 在 20 世纪 40 年代将前人从政治学、社会心理学、实验心理学等角度对大众传播的研究，集合为一门新的学科——传播学。
传播学的形成与发展	1、传播学的奠基人：拉斯韦尔与 5W 模式 ，即一个传播过程包含了 谁 (Who) 、 说什么 (says What) 、 通过什么渠道 (in which Channel) 、 对谁说 (to Whom) 、 产生什么效果 (with What effect) 5 大要素。
	2、 勒温 与“ 把关人 ”理论：即传播的内容有无效果，或能否被受众接受，既取决于传者，又取决于处在两者之间的那个守门人。
	3、 霍夫兰 与 劝服研究 ：态度在解释行为变化方面很有价值。
	4、 拉扎斯菲尔德 与“ 两级传播 ”理论：即大众传播只有通过“意见领袖”的中介才能产生影响。拉扎斯菲尔德被称为“ 工具制作者 ”。
	5、 李普曼 与《 舆论学 》：书中提出了“议程设置”的早期思想；提出了“虚拟环境”和“刻板印象”两个概念。
	1、传播学的经验学派：

传播学的主要流派

经验学派指的是主要以经验性方法来考察社会现象的社会科学流派，它与主要以思辨性方法来考察社会现象的流派相区别。通常指称以美国学者为代表的主流传播学派，他们多采用经验的、以定量和统计为主的实证研究方法。

(1) 经验学派的内涵及其局限性

经验性方法论有三个基本前提：①普遍存在的社会现象具有**自身的客观性**，这些客观性可通过一定的科学方法加以揭示；②人类有能力开发或设计出揭示**社会现象客观性的科学方法**；③任何关于社会现象的**理论和假设**，都能**通过一定的科学方法**得到**证明或否定**。

局限性：

首先，面对纷繁复杂的人类社会和个体行为，可供观察、测量的经验性**材料有限**，尤其是人类的精神活动，不可能只依靠简单的数据和定量材料进行分析。

其次，在多数情况下，经验学派的数据、资料收集，**主要依靠问卷调查和控制实验**。

再次，有些经验性研究主要依赖于**个人或小组层面的经验材料**，只适用于研究社会微观现象，难以有效地把握宏观社会问题。

复次，经验学派更关注媒体对于受众成员的影响和效果，沿着探讨传播效果的方向，有意无意地**忽视和回避了传播学研究的许多重大课题**。

最后，经验性研究方法标榜的“**纯客观**”态度，在实际操作过程中**很难做到**。

(2) 美国的经验学派：

在美国，传播学经验学派的思想发端于 20 世纪初期。芝加哥学派构筑了后来以媒介效果为重点的大众传播研究的模型。传播学的先驱，杜威、库利、帕克、米德四人被传播学界熟知，他们同时也是芝加哥学派极具影响力的成员。

2、传播学的批判学派：

(1) 批判学派具有以下特点：

①他们都对现存的**资本主义制度持批判和否定的态度**；

②他们更多地将**传播理论和社会理论**结合在一起，着重考察与社会结构和意识形态相关的宏观问题；

③批判学派的方法论以**思辨**为主，**反对实证主义态度**。

(2) 批判学派中的主要流派

①**传播政治经济学学派**

②**文化研究学派**

③**意识形态霸权理论学派**

对比

差异 学派	经验学派	批判学派
论证方法	演绎	归纳
研究重点	寻找变量间的因果关系研究重点	整体地理解行为模式
研究环境	研究者控制的环境	自然环境
研究设计	静止的设计	灵活变化的设计
研究方法	更多使用定量方法	更多使用定性方法

	与工具的关系	研究者与研究工具分离	研究者本人就是研究工具
	与情境的关系	脱离情境的概括化	受到情境的约束而发现结果
	研究目的	目的在于解释、预测、控制	目的在于理解社会变迁

考点二：中国传播学历程

1、中国传播学发展的四个阶段

中国传播学发展的四个阶段	
萌芽阶段	代表有张隆栋的《报刊的四种理论》
兴起阶段	三个重要学术事件： 第一次受众调查 ； 施拉姆访华 ； 第一次西方传播学座谈会 。
发展阶段	开始注重实际运用以及传播学本土化问题： 受众领域的进展；传播学本土化的探索；传播学批判学派的研究
确立阶段	传播学进入快速发展通道，主要体现在： 研究成果（传播学的译著、专著、教材大量出版）；专业课程（各地高校纷纷开设相关课程）；研究团体与专业性会议（成立了“中国传播学会”）。

2、传播学科分支及其研究成果

传播学科分支及其研究成果	
大众传播研究	借助西方传播理论和方法，运用 统计概率 、 样本抽样 和 问卷调查 等定量和定性相结合的方法，开展受众调查。
人际传播研究	焦点集中在 人际传播的技巧 、 人际传播与语言传播 、 人际传播与社会心理 等方面。
组织传播研究	研究范围极其广泛，包括电子媒介的沟通与技术；困境、挑战、变革和创新；领导权力与政治冲突；情感生活；组织气候和文化；认同；多样性和多元化；组织形式，应用性；全球化；女性主义公众传播与资讯流动；社会化和其他。
跨文化传播研究	不仅关注 跨文化传播中的沟通（语言与技巧）与理解（传播效果） ，也关注 如何扩大中国文化在国际上的影响力与吸引力，增进中国与世界上更多国家的互动与理解 。
新媒体传播	其范围大致包括网络舆情或网络舆论；公民媒体；社会化媒体；新媒体与社会交往；新媒体与公民社会、手机媒体、新媒体产业；网络文化；网络传播治理；新旧媒体融合、网络传播的社会影响力、微博、博客、网络群体事件等。

3、中国传播学研究现状

中国传播学研究现状	
研究焦点	“经典学说” 是对基础理论的观照， “学科发展” 关系到学科自身的前途，那么， “新媒体” 和 “传媒经济” 可谓两大新兴的研究领域。
存在问题	1、从研究层次看，总体仍停留在 介绍层面 。 2、从研究话题看， 长期分散 。

获取完整资料 请下载 APP 或关注公众号



扫码下载 app



扫码关注公众号

希赛网