

第一章 导论

第一节 传播学的起源与形成

一、发展历程

- 早期的传播研究

- 1900-1930年代：演讲学与新闻学的发展

- 1940-1950年代：跨学科的成长

- 1960年代：整合

- 1970-1980年代早期：成长和专门化

- 1980年代晚期和1990年代：信息时代

- 21世纪：

二、学科的形成与主要原因

- 媒介的社会影响

- 社会科学的发展

三、奠基人和集大成者

- 拉斯韦尔（1902-1977）——美国政治学家



- 贡献：
 - a.提出了传播学的5W模式；
 - b.倡导并亲身实践“内容分析法”。

- 卢因，又译勒温（1890-1947）——美籍德国人，社会心理学家。



- 贡献：a. 首创了“场论”和“群体动力论”；
b. 提出“把关人”概念。

- 拉扎斯费尔德（1901-1976）——美籍奥地利人，社会学家。



- （图左，右为斯坦福）
- 贡献：a. 提出“二级传播理论”，破除“魔弹论”；
b. 倡导、确立了“实地调查法”。

- 霍夫兰（1912-1961）——美国实验心理学家。



- 贡献：a. 形成传播学的耶鲁学派；
b. 创立“控制实验法”。

- 施拉姆（1907-1988）——美国传播学的集大成者。



第二节 传播学的流派与研究对象

一、传播学的研究传统

- 符号学传统
- 现象学传统
- 控制论传统
- 社会心理学传统
- 社会文化传统
- 批判传统
- 修辞学传统

二、传统学派与批判学派

- 传统学派（经验学派）：
- 定量调查和实证分析
- 重视大众传播的效果，忽视大众传播发生的广泛文化背景

- 批判学派：
- 更接近哲学思维，强调传播发生的广泛社会结构，重视谁是传播系统的控制者。
- 文化研究致力于研究大众媒介创造的象征环境，研究大众媒介在文化和社会中所起的作用。

三、人际传播研究与大众传播研究

- 大众传播研究的目标：
- 解释大众传播的效果
- 解释人们用大众传播来做什么
- 解释用大众媒介学习的机制
- 解释大众媒介在形成人们价值观和观点方面所起的作用

- 大众传播学的研究取向：
- 结构分析
- 行为分析
- 文化分析

- 大众传播研究发生的变化：
- 更强调对大众传播的使用
- 向认知科学或信息处理思路的转变
自变量由说服变量向话语和构造等概念转变，因变量由态度转向重构。
- 媒介环境变化引起的理论性问题

- 媒介环境：
- 大众传播为社会提供做出决策的途径，为社会提供认识自身的集体声音，是传达社会价值观的主要方式。
- 新的媒介环境。

- 人际传播研究：
- 研究重点放在“情谊”与“讯息”两个概念上。
- 研究将继续朝科技、文化以及生物三个方向发展，也会继续它的实用性，将人际传播的知识应用到实际生活上。

- 人际传播研究的主要理论与课题：
- 讯息方面的课题
- 传播人心智特质的相关理论
- 情谊发展的相关理论
- 传播者与受者彼此互动的相关理论

第三节 传播学在中国

一、发展历程

- 1978-1981: 传播学基本概念的传播与普及；
- 1982-1985: 对传播基本态度的确立；
- 1986-1989: 传播学研究的深入与曲折；

- 1990-1992: 传播学研究走出低谷；
- 1993-1998: 传播学学科地位的确立；
- 1999-2002: 高校主导地位的确立；
- 2002以来: 新的历史阶段；

二、取得的主要成果

三、面临的主要问题

四、发展趋势

第四节 学习传播学的意义

一、人类的生存与发展

二、社会的整合与国家的发展

三、媒介的健康发展

四、受众的媒介素养

五、传播学研究的国际化与本土化