

传播效果研究与学习理论关系之解读

王光荣 梁敏学

(兰州大学教育学院, 兰州 730000)

摘 要: 传播效果是传播学研究的一个重要领域,传播学自诞生之日起便深受心理学的影响,因此传播效果研究自然也烙上了心理学的印记;作为传播学重要基础学科之一的心理学,目前已具备多种研究方法和相对完善的研究体系;由于研究对象的交叉,心理学中有关学习的理论与传播效果研究之间关系十分密切,所以,心理学有望从研究内容和研究方法两方面为我国传播学研究提供新的视角,使我国传播学研究早日突破重复和模仿欧美的桎梏,创造独立的研究体系。

关键词: 传播效果;传播学;学习理论;心理学

传播效果是传播学研究的一个重要领域,具体指“受传者接受信息刺激后所产生的不同程度的反应,在思想、感情、态度和行为各方面发生的某种变化”(周庆山,2004,第193页)。在心理学中,“学习”一般定义为“个体在一定情境下由于反复地经验而产生的行为或行为潜能的比较持久的变化”(彭聃龄,2004,第472页),即学习者在学习材料的影响下发生了心理或者行为的变化。分析两者的概念,不难发现传播效果理论和学习理论都关注人对信息的接收和信息对人的影响,两者存在不可分割的关系。众所周知,历史上众多心理学流派都对“学习”进行了研究,并提出了不同的理论。同样,在不同历史时期,传播效果理论也不断发展变化。因此,通过对两者发展历史的对比解读,可以发现其内在联系。

在西方传播学研究中,主要存在以美国为中心的经验学派和以西欧为代表的批判学派。美国初期的传播效果研究以定性研究为基础。比如两次世界大战期间的传播效果研究主要依靠观察法和访谈法,这些研究方法存在明显缺陷,如操作难度大、对研究者要求高、结论易受研究者主观因素的影响、外在效度低等,随着研究的深入,这种简单的研究方式逐渐难以满足研究需要。在此背景下,定量研究开始走进研究者的视野,并逐渐在美国的传播学研究中取得优势地位。美国经验学派发展的同时,欧洲的批判学派也开始了初期的探索,并长期以经验学派反对者的身份而存在。两个派别由于指导思想的不同而争论不断,这些争论极大地促进了传播学研究的发展。20世纪70年代以后,历史主义和人文主义开始复兴,实证性的研究遇到了难以克服的问题,由此导致经验学派和批判学派开始融合。目前传播效果研究也呈现定量研究的数据分析与定性研究的深度分析相结合的趋势。

传播学于20世纪80年代传入我国内地,传播效果研究也随之发展。我国的传播学研究主要受美国的影响,在研究方法上倾向于实证性研究,这与我国的人文研究传统相距甚远。