

# 主体、表征、交互： 人类信息传播的认知动力机制考察

李茂华

(成都大学中国-东盟艺术学院影视与动画学院, 四川成都 610106)

**摘要:**在经典传播学研究中,“传播”被赋予多重内涵。其中,“主体”“表征”“关系”是三个关键词。从认知传播的视角对这三个关键词进行考察可以发现:人内传播是其他类型传播的前提和基础。人类传播活动的本质力量是具有认知能力的主体,称为认知主体;表征构成人类传播活动的认知中介;脑和身体是意识产生的物理基础,脑—身体—环境三者耦合的动力系统是意识产生的动力机制。正是脑—身体—环境之间的交互运动,使人涌现了“意识”,而“意识”的产生才使人类的信息传播活动成为可能。当前的认知传播研究,还需要向更深入和更宽广的方向展开。

**关键词:**主体;表征;交互;认知传播;人内传播

**中图分类号:** G206

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-8418 (2022) 02-0025-07

20世纪中后期,认知科学兴起并迅速成为显学。认知科学是“关于智能实体与它们的环境相互作用的原理的研究”<sup>[1]</sup>,其研究成果揭示了人脑及心智的工作机制。这为处于迷茫期的经典传播学研究提供了新的研究视野与切入点,促成了21世纪传播学研究的认知转向。

在经典传播学研究中,“传播”被赋予多重内涵,但其核心要素集中在以下几个方面:传播是观念(意义或信息)的传递;传播具有社会关系性;传播借助“像”(符号)得到传达;传播是共享;传播是说服;传播是一种系统。传播过程被概括为由传播者、受传者、讯息、媒介、反馈等要素构成的流程及相互关系的机制和系统。在认知科学兴起之前,人脑及心智的工作机制无法得到理解与阐释,传播学研究偏向于“外视域”(即人与人、信息、媒介、环境等外部要素的关系域)的研究,而忽视“内视域”(即人脑、心智与各传播要素交互影响的关系域)的研究,作为主体的“人”对传播的影响无法得到透彻的理解。“认知传播学以人为主体,以信息为工具,以传播介质为桥梁,探究人的认知行为与传播现象、要素之间的互动关系,考察人的心智与大脑处理机制对信息传播的影响,从而使人的主体性地位在传播学研究中得到突出。”<sup>[2]</sup>本文在认知传播学的视野下,以认知哲学、认知心理学、认知神经科学、社会学、传播学等研究成果为基础,以认知为视角,在传播关系域中,对传播的核心要素——“主体”(包含传播者与受传者)、“表征”(信息的构成)、“关系”(传播要素的关联)等进行再审视,在“内视域”中探究人脑、身体与外部环境和信息生成之间的关系,以厘清人的认知机制与传播之间的联系。

## 一、认知主体:人类传播活动的本质力量

在经典传播学范式中,“传播者”被视为传播活动的起点,这起源于美国学者哈罗德·拉斯韦尔

**基金项目:**国家社会科学基金项目(西部项目)“大数据时代新闻认知传播研究”(17XXW007);成都大学中国-东盟艺术学院学科科研重大成果资助项目。

**作者简介:**李茂华,女,副教授,博士。

(Harold Lasswell) 的“5W”模式。拉斯韦尔是第一位提出传播过程模式的学者，他的“5W”模式被认为开启并引领了传播学研究的五大领域。拉斯韦尔提出 5W 模式之时，传播学尚未完成体系化工作，传播学学科还未成立，拉斯韦尔的 5W 模式被认为厘清了人类传播的构成要素与流程，成为传播学过程研究的范式之一，并以之为基础展开了控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析和效果分析。拉斯韦尔模式所奠定的这一传播过程模式，虽然抓住了人类传播活动的几大主要构成性要素，使人类传播活动第一次得以系统化和动态化地呈现，但其中隐含的机械化方法论也带来之后传播学研究范式和框架的固化，即将传播看成是从一端到另一端的线性的传播过程，而没有看到人的意识在传播全过程中所起的作用，人类传播的本质力量被掩盖。

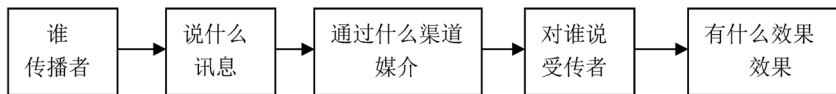


图 1 拉斯韦尔的传播过程模式

沿着拉斯韦尔的传播过程模式，奥古斯德（Osdood）和施拉姆（Chramm）提出了循环模式，将传者和受者都视为传播主体，这无疑突破了拉斯韦尔的传受主体二分化的藩篱，看到了传播过程中传播者和受传者在对信息的接收、理解、再传播过程中功能上的一致性。赖利（Riley）夫妇的系统传播模式，则将人类传播放在一个更大的社会大系统中进行观察，看到个人与他人、群体、组织、环境等要素之间的相互影响和相互作用。此后，人类的传播活动在整个社会大系统中的运行得到多层面、多角度的深度阐发，人一讯息—社会之间的互动关系成为传播学研究的重点。在此基础上，传播学者将人类传播活动进一步分为并列的五大类型：人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播，不同类型界分明晰，具有各自的内涵、外延与相应的研究范畴。这种划分方法在 20 世纪 90 年代受到一些学者的质疑。质疑的主要焦点在于“人内传播”是否能与其他传播类型并列的问题。林之达认为：“这种划分，由于使用了不同的标准而犯了‘子项相容’的逻辑错误。”“因为，任何传播都必须把传播内容或者转换成相应的声音信号通过对象的听觉器官作用于其大脑，或者转换成光信号通过对象的视觉器官作用于其大脑，或者将表征传播内容的词的符号（文字）转换成光信号通过对象的视觉器官作用于其大脑，或将传播内容转换成两种以上的信号通过两种以上的感觉器官作用于其大脑。因此，传播科学从这四类传播中揭示出的特点、规律，可被任何传播活动者用来进行旨在提高传播效果的策划……。”<sup>[3]</sup>

林之达“任何传播内容都必须转化为人的感官可感知的信号（表征）作用于人的大脑”的观点揭示出人类传播活动的认知本质，对之前传播过程、传播类型的研究有一个纠偏的作用。但在当时，尽管认知心理学、认知神经科学的研究已取得一定的成果，但“人的心智究竟是如何产生的”仍然是个未解之谜，其成果还不足以促成传播学研究的认知转向。林之达认为：“传播学界当务之急还是集中力量研究社会传播，……即使有必要研究‘内向传播’，从研究策略上考虑，也宜先借鉴认知心理学家在人体内信息过程方面的研究成果。”<sup>[3]</sup>

认知心理学家试图揭示人的心智工作之谜。1868 年，荷兰心理学家弗朗西斯科·唐德斯（Franciscus Donders）的系列实验拉开了认知心理学研究的序幕。美国心理学家威廉·詹姆斯（William James）于 1890 年出版了《心理学原理》。在这本书中，他提到了思维、意识、注意、记忆、感觉、想象和推理等与认知有关的观点。1938 年，美国学者爱德华·托曼（Edward Chace Tolman）在迷宫实验中提出了“认知地图”的概念。1956 年，达特茅斯会议提出了人工智能概念，同年召开了麻省理工学院信息理论研讨会，这两次会议的召开标志着认知科学的诞生。1967 年，乌尔里克·奈塞尔（Ulrich Neisser）出版了《认知心理学》一书，“强调利用信息加工的方法研究心智”，这标志着认知心理学的正式诞生。

认知心理学经过系列实验认为，心智构建并控制着个体的心理能力（如知觉、注意和记忆等），同时心智还能构建个体对世界的表征，使我们的人体机能得以运转。<sup>[4]</sup>

19世纪，脑科学与认知神经科学的发展，揭开了大脑的组织构成及其与心智产生的关联。大脑中的神经元以及不同的脑区具有表征外部刺激并做出反应的功能，脑与身体共同构成了心智产生的物理基础。当外部刺激引起人的感官注意，经感受器进入人体后，会被知觉系统加工，知觉加工受主体状态（需要、动机、经验、记忆、情绪等）的影响，在此阶段会有知识的参与，经知觉加工后的刺激再输出时具有新质特征。这一体内传播过程，是提升人类传播活动传播效果的关键环节，是其他传播活动的前提和基础。

在当前的脑科学、认知心理学、认知神经科学研究的基础上，我们更深入地理解了人的心智对传播效果的影响。首先，注意机制控制着传播内容的到达性。我们处在一个信息极度发达的社会，而与此相对的是人的注意力的稀缺，如果我们生产的信息不能引起主体的注意，那么将无法进入体内感知系统进行认知加工，传播活动即终止。而研究证明，“人体的信息视觉处理首先是从二维的图像阵列中获取最基本的图像特征，如色彩、亮度、纹理和分布等。人体感官最容易对色彩鲜艳、高亮度、运动状态等信息首先产生注意”。<sup>[2]</sup> 这些研究成果给了我们提升注意力效果的启示。其次，知觉加工影响传播内容的接收与理解。知觉首先依据整体性原则对进入人体内部的信息进行识别，也就是说我们仅窥知信息的部分成分就能反应出该信息，但很多时候我们在识别信息时调动了经验、情境以及反馈信号等。信息越符合我们的经验，我们对其越容易识别；信息处于一定的情境中，我们更容易识别；我们的知识及期望的反馈信号会影响我们对信息的处理。这给我们的启示是：我们的传播内容，在最大程度上符合受众的经验以及知识结构的情况下，能够获得最大的传播效果；在配合一定情境传播的情况下，更容易被识别。由此，基于受众的经验不同、知识结构不同，我们可以更精准地设计分众传播策略，同时结合受众感觉处理的特征，对传播形式及内容进行优化；传播内容的设计更多以情境传播为主，避免空洞的说教。当然，知觉加工还受到个体需要、动机、情绪的影响。越是为受众所需，其接收信息的动机就越强，进行知觉加工的效果就越好。在知觉加工过程中，正情绪的接受效果更好，负情绪反之。再次，记忆影响传播效果。“记忆是指在初始信息不再呈现的情况下，保持、提取或使用这些信息的加工过程。”<sup>[4] (148)</sup> 记忆分短时记忆和长时记忆。“长时记忆包括情景记忆——有关特定经历的记忆；语义记忆——对事实的记忆；以及程序性记忆——对于如何做事情的记忆。”<sup>[4] (192)</sup> 情景记忆会带领我们以想象的方式重回过去某个场景，搭建现在和过去之间的联结。语义记忆偏重于语词、概念、命题等知识。程序记忆涉及技能。记忆对传播效果无疑具有重大影响，当我们的传播内容激起受众某个记忆情景时，无疑会激发他的相关情绪情感，再次给予他对该信息的理解；知识类节目会激发受众的语义记忆，越符合记忆内容，收到的传播效果越好；程序记忆对传播者的技能有影响。

心智对传播效果的影响无疑是重要而有力的。人际传播、组织传播、群体传播、大众传播等其他传播活动，都要以人内传播为基础，“人内传播”与其他传播类型并不构成并列，而是其他传播活动的前提和基础，它伴随着这些传播过程的始终。只有具有认知能力的主体（人），才是传播活动的本质力量。

## 二、表征：人类传播活动的认知中介

传播从本质上说，是具有认知功能的个体在与外部环境不断地互动、交流过程中出现的信息的流动，它既包括个体的自我传播，也包括个体与外在环境互涉的体外传播。无论是何种类型的传播，表征都是传播得以进行的中介。

大脑具有对世界进行表征的能力。认知心理学认为：“个体所觉察到的每一件事物，都是在大脑中

被表征的。”<sup>[4](46)</sup> 比如我们能够看到一棵树，是因为这棵树的反射光线进入了我们的视觉器官，并使树的影像会聚在我们的视网膜上，而这棵会聚在我们视网膜上的“树”并不是树的本身，而是“树”的表征。也就是说，我们所认识的这个世界，是这个世界经由我们的感知觉系统，在我们大脑中形成的“表征”，而并非这个世界本身。由此，我们对这个世界的认知，都建立在对“表征”的认知和处理上。

格拉斯（Snodgrass）将“表征”看作是“信息记载或表达的方式”“表征代表着相应的信息。”<sup>[5]</sup> 鉴于表征在人体内部和外部“记载与表达信息方式”的不一致，我们分体内系统和体外系统两个部分来分析“表征”。

在体内传播系统，表征是外部世界的信息经由人体感官系统在人脑中的映射，这种映射借助神经元活动得到实现。当外部刺激进入感官，会激活特定的神经元（通常是一群神经元），这些神经元通过放电实现对该刺激的表征。如“树”的表征，是借助了视觉神经元——视网膜而得以实现。当人在客观环境中遭遇不同的信息刺激，就会激活不同的神经元放电，从而引起人们对这些信息刺激作出反应。因此，表征是人与这个世界建立认知联系的中介，是人的认识产生的来源之一，它依附于人脑这个器官，并指导人从事信息实践活动。

在体内传播系统中，表征一方面作为外部世界信息（可能是客观的，也可能是主观的）在头脑中的映射，另一方面也是大脑对其进行知觉加工的客体。当外部信息进入人的感官阈限后，经过感知觉形成表征，这些表征会在知觉过程中遭遇编码、转换等加工处理，部分表征会以多种形式储存在知识结构块中，形成记忆，当新的信息进入人脑，表征会被提取以和新信息进行比对，从而完成对新信息的认知加工，还有部分表征会以新信息的方式通过人的感官系统并借助语言等符号输出人体。

表征的形成源自人的实践。人通过劳动、学习、交往、思考等多种实践活动，在不断地接触新信息与交流新信息的过程中，建立起心智对世界的表征系统，这套表征系统以记忆的方式被储存，并在人的一切活动中起作用。以人类传播活动而论，世界在人脑中建立了一套表征系统，形成人对世界的认知，为了便于人类传播思想、促进发展，人类发明了语言、文字、图片、影像等符号系统，以将认知客观化与对象化，从而创设了一套体外表征系统。体外表征与体内表征并非一一对应，如“树”，作为客观存在物的“树”在大脑中形成“树”的表征，而人类为了表达对“树”的认知，创设了多种表征形式：有视觉形式，如绘画、照片中的“树”；有概念形式，如词典中“树”的解释；还有文字、声音、影像等形式，无论哪一种表征形式，都会引起大脑内部相应区域的神经元放电，从而激活对“树”的识别和阐释。因此，传播过程是世界（信息）以光、电、声音等信号进入人体感知系统，在神经元活动的作用下，以表征形式进入体内传播，在知觉系统加工下，一部分信息被抛弃，一部分被存储为知识，一部分形成新的信息再经感官输出体内系统，从而开启体外传播。体外传播再借助人类创设的一套体外表征系统，将人对世界的认知（思想、知识等）通过体外表征系统进行传播，促进人们思想的形成或改变，从而认识和改造世界。表征构成人类传播活动的认知中介。

人类的体外表征系统丰富而复杂。马尔（David Marr）在《视觉》一书中，把表征看成“一种能把某些实体或某类信息表达清楚的形式化系统，以及说明该系统如何行使其职能的若干规则。”<sup>[5](8)</sup> 按照这种理解，表征具有两种意义：一是描绘、说明对象，使之唤起人们头脑中的印象；二是表征的方式，即用何种方式去唤起。前面提到的“树”的表征，用图片、用文字、用影像，分别是不同的表征方式，但是同样能唤起人们对树的印象或阐释。实际上，体内表征，也是以不同的方式在存储，有形象化的、有概念化的、有命题式的，还有其他抽象形式，在体外表征的询唤下，其形象或意义才得以迅速彰显。人类在历史进程中，在不断地交流、对话、实践的过程中，其表征体系也在不断地演进，先后形成完备的语言符号体系、文字符号体系、影像符号体系等，成为人类交流思想、认知世界的具有社会规约



性的工具；同时，人类创造的绘画、雕塑、建筑、园林、音乐等艺术，乃至人类实践活动的其他对象物，都在自己的体系内，构成人类思想的某种表征。

发生认识学认为，心智的产生是脑—身体—环境三者耦合的动力系统的有机产物，表征作为心智产生过程中的一个环节，也是在这三者相互耦合的动力系统的作用力下产生的。我们对体内表征的考察，在某种程度上部分回应了“脑”“身体”在心智产生中的作用，部分回答了胡塞尔（Husserl）无法解释的意识产生及涌现问题，但环境对表征形成的作用还需要进一步的考察。

表征作为人类传播活动的认知中介，是认知客体（对象）的代表和指示物，正因为如此，认知主体（人）才可以通过表征（符号）实现对客体的主观化把握，从而实现客—主关系向主—主关系的转换。比如“树”，如果没有表征的存在，认知主体与树的关系，将表现为“身体”的认知主体与“树”的客观存在体之间的关系，主体必须面对客观存在的“树”才能产生认知；当“树”的表征产生，主体对“树”的把握在某些情况下可以相对脱离主体的身体活动与树的“存在”，而在观念中进行认知把握，正是这种观念化的把握的可能，才产生了人与人、人与组织、人与大众之间的思想交流，从而促进了人类社会的发展。因此，我们对表征的理解，不能仅将其视为“客—主”关系结构中的存在，而应进入到“主—主”关系结构域中进行考察，表征无论是作为描述性的指示物或代表，还是作为唤起认知的方式与工具，它都是在多极主体中被建构的。表征的意义一旦在多极主体中形成通约性，就会以知识结构块的方式储存，并先在地支配认知主体的思维方式、认知模式与实践方式。当然，表征所包含的意义，也并非一成不变，它在主体的多极交往活动中，也呈现出流变的特征，这也是“主—主”关系域张力的表现之一，同时，也是人类传播活动生生不息、动态发展的特征之一。

### 三、交互：人类传播活动的认知动力机制

在经典传播学研究视域中，“传播”包含了以下内涵：传播具有社会关系性；传播是共享；传播是说服；传播是一种系统。这种“外视域”视角，更多是将人放在外部社会环境中进行考察，而忽略了人的“认知”对传播所起的作用。传播者作为传播的起点，他所传播的“讯息”是如何涌现的？信息从接收到输出体内的过程中，有无发生变化？不同的受传者对信息的接受程度为何有区别，是什么在影响受传者对信息的认知、态度和行为？

关于“心智的涌现”问题，早期哲学已经开始探讨，最早可追溯到笛卡尔（Descartes）。笛卡尔认为：心灵与身体是两种独立的实体。他承认心灵与身体有交互作用，但坚持认为心灵实体不能还原为物质实体。现象学家胡塞尔（Husserl）将“存在看作是意识的相关项（Correlatum），看作是合乎意识的‘被意指之物’”“研究的方向必须朝向一种对意识的科学本质认识，朝向意识本身在其所有可区分的形态中按其本质之所‘是’的东西，但同时也朝向意识所‘意指’的东西，以及朝向那些各种不同的方式，意识便以这些方式，……意指着对象之物，并且有可能将它‘表明’为‘有效’‘现实’的存在之物。”<sup>[6]</sup>在胡塞尔看来，存在与意识相关，是意识的“意指之物”，研究应该朝向“意识”“意识的意指”以及二者的中介“这些方式”。胡塞尔的观点后来在认知神经科学家的实验中得到某种程度的证实，但“意识”存在在哪里，以何形态存在，“这些方式”又是什么，它如何使“意指对象”得到“表明”，也就是“意识”的存在及其涌现问题，胡塞尔也无法很好地解释。梅洛-庞蒂（Merleau-Ponty）引入了“身体”概念，认为“我们认知结果的意义……与我们实现认知活动的基本的身体图式、行为结构和生理神经结构有关。”<sup>[7]</sup>这成为具身认知论的哲学基础。20世纪，建立在狭义相对论和量子力学基础上的新物理主义肯定了“身体”对认识的介入。但也有知识论者认为物理方式无法解释人类的独特意识经验。那么，人的意识及意识经验到底是如何产生的，人的身体的物理结构和人的意识及意识经验，又是否影响了，或者在何种程度上以何种方式在影响人的态度和行为？

19 世纪末期，一些心理学家开始尝试研究心智，成为认知心理学的先驱。1868 年，荷兰心理学家唐德斯（Franciscus Donders）的“反应时”实验，揭示了通过行为反应推测心智的方法。<sup>[4](5)</sup> 1885 年，艾宾浩斯（Hermann Ebbinghaus）发表《论记忆》，认为“记忆”也可以用来描述心智的某种属性——保持心智的能力。<sup>[3](8)</sup> 之后，随着认知心理学研究的推进，认知科学研究历经了符号主义、联结主义等发展阶段后，第二代认知科学提出具身的认知观。1991 年，具身认知观的代表人物瓦雷拉（Varela）、汤普森（E. Thompson）和罗施（E. Rosch）首次将“生成”（enactment, bringing forth）概念引入认知科学，“提出生成认知研究的三个主题：（1）具身性：人类的心智不是局限在头脑中，而是扩展到整个生命机体和生命机体赖以生存的环境；（2）涌现：有机体的认知是脑—身体—环境互惠作用的动力自组织的涌现；（3）内我—他者的共同决定：个体的心智不是孤立地出现的，它不但嵌入在生物环境中，而且嵌入在人际的情境（interpersonalcontext）中。”<sup>[8]</sup> 20 世纪晚期，认知神经科学家们利用事件相关电位（ERP）、正电子发射断层扫描（PET）、功能性磁共振成像（fMRI）、高速计算机和强大的电子显微镜等高科技工具，对大脑内部的神经机制进行了扫描，大脑的功能及运作机制以及心智的产生原理开始在一定程度上得到科学的阐发。认知神经科学经过实验证实：构成大脑的物理结构与认知的产生密切相关。如基底神经元、丘脑底核、黑质以及皮质、丘脑协同合作，共同调节运动控制功能（包括躯体运动和眼球运动）以及某些认知功能。<sup>[9]</sup> 下丘脑会参与到一些情绪过程中并控制与其底部相连的垂体。<sup>[9](70)</sup>

上述研究无疑在一定程度上揭示了“心智”产生的基本条件：脑、身体的物理性存在，以及脑—身体—环境三者耦合的动力系统，这个“动力系统”的存在，是人体信息摄入、加工、处理、传播的奥秘所在。脑组织构成了信息摄入、加工、处理、传播的物理基础；身体作为丰富而真实的环境中的身体而介入认知系统；人的认知产生于环境与脑、身体的交互，并与人自身的生存、发展紧密相关。处于环境中的脑与身体的交互，使人产生了意识（基于物理系统的脑内世界模型<sup>[10]</sup>），而“意识”的涌现，才使人类的信息传播活动成为可能。

关于人类认知传播的动力模式，如图 2 所示。

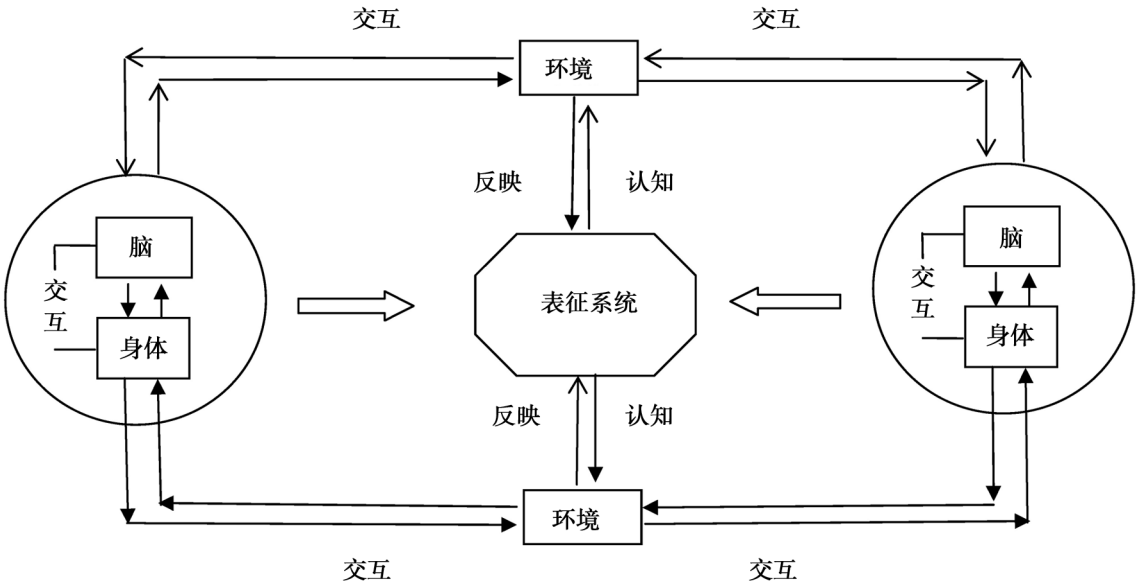


图 2 人类认知传播动力模式图

由此再回到“人内传播”的概念，“人内传播”并非是一个封闭的自循环系统，而是作为生命有机体的人在与自身及外部环境不断地互动、交流过程中实现的信息的传播过程，它在生生不息地、动态

地、不断地自我创生着。这正是人类意识产生、生产信息、传播，再作用于自身及社会的内在不竭的动力源泉。

## 四、余 论

20 世纪末期，传播学者对传播学研究日益走向僵化的质疑，对应该更多地关注“社会传播”而暂缓研究“内在传播”的呼吁，在认知科学已经发展到第二代具身—嵌入式认知、延展认知、生成认知的当下，在脑科学、人工智能、认知神经科学、认知哲学已取得诸多成果之时，可以进行重新的思考和辩论了。我们也看到，自 2004 年以来，中国的认知传播研究已迈入理论自觉期，相关的研究成果不断增多，尤其是在 2010 年以后，以成都大学传媒研究院欧阳宏生教授为代表所做的“认知传播学学科体系建构”工作，和以北京师范大学喻国明教授为代表所开展的“认知神经传播学”研究，均取得了一系列成果。2014 年，中国认知传播学研究会成立，并每年召开年会，共同就认知传播相关问题展开研讨，由此带动一大批相关领域的专家、学者投入认知传播的研究，这是一个向好的趋势。

但同时，我们也看到，当前的认知传播研究还需要更深入、更广泛地展开：一是认知传播本质内涵的研究进展缓慢。当前的认知神经科学、认知心理学虽部分揭示了大脑和心智的工作机制，但能对人类传播活动构成理论和实验支撑的成果还不多，认知传播研究迫切需要建立自己的方法论，利用先进的技术和相关工具，去开展人类传播的认知研究，揭示主体的需要、动机、经验、情绪、知识、记忆等心理状态与身体状态在传播中的活动机制，揭示传播的内在动力机制，以更好地实现传播效果。二是认知传播的外部关系研究可以更广泛地展开。在跨学科的视野融合下，认知哲学与传播学、认知符号学与传播学、认知语言学与传播学、影视学与认知传播学等在学科跨界中将会开拓出一片新的学术蓝海。本文对传播内涵中的“主体”“表征”“交互”三个关键词从认知视角进行再考察，揭示出人类信息传播认知动力机制的三个要素（脑—身体；脑—身体—环境的交互；表征）。正是脑—身体—环境三者耦合的动力系统促使意识形成，进而使人类信息传播得以开始，具有认知能力的主体（人），才是人类传播活动的本质力量。这只是认知传播本质内涵研究的一个小尝试。

## 参考文献：

- [1] 熊哲宏. 认知科学导论 [M]. 武汉：华中师范大学出版社，2002：22.
- [2] 李茂华，欧阳宏生. 接受主体的认知传播机制考察 [J]. 现代传播，2017（11）：18-23.
- [3] 林之达. 传播学的一些基本问题论纲 [A]. 传播·社会·发展——全国第四次传播学研讨会论文集 [C]. 成都：成都科技大学出版社，1996：103-106.
- [4] [美] E. Bruce Goldstein. 认知心理学 心智、研究与你的生活 [M]. 张明，译. 北京：中国轻工业出版社，2017：24.
- [5] 彭聃龄，张必隐. 认知心理学 [M]. 杭州：浙江教育出版社，2004：8.
- [6] 胡塞尔. 哲学作为严格的科学 [M]. 北京：商务印书馆，2010：17.
- [7] 李恒威，肖家燕. 认知的具身观 [J]. 自然辩证法通讯，2006（1）：29-34.
- [8] 刘大椿. 分殊科学哲学史 [M]. 北京：中央编译出版社，2017：209.
- [9] [美] 葛詹尼加. 认知神经科学 关于心智的生物学 [M]. 北京：中国轻工业出版社，2011：68.
- [10] 方圆. “脑内世界模型”：脑科学基础上的“意识”问题哲学解说 [J]. 华侨大学学报，2018（5）：22-30.

[责任编辑：谢薇娜]