

## 林之达：传播学散论（一）

作者：林之达

### 传播学引进中值得注意的几个问题

自七十年代末传播学开始介绍到我国以来，通过一批热心传播学的先进之士的不懈努力，使传播学的主要内容为我国新闻界所了解、熟悉。随着改革开放的深入进行，随着现代信息技术的飞速发展，传播学的引进对我国经济与社会发展所起的巨大促进作用，将日益显示出来。

为了提高传播学的引进效益，有必要注意以下几个问题。

#### 一、注意国外传播学中非科学的成份

在国外众多的传播学著作中，闪光的思想，新颖的见解，尤其是先进的务实的研究方法比比皆是。从总体上看，国外的传播学是一门很有实用价值的科学。因此，我们需要它、欢迎它、引进它。然而，金无足赤，在一些国外传播学著作中还存在着一些非科学的成份。

就分类而言，国外一些传播学著作把传播分为语言传播、非语言传播、内向传播、人际传播、群体传播、组织传播、文字传播、大众传播、音像传播。

从科学的分类方法看，上述分类犯了“子项兼容”的错误。报纸传播既是文字传播又是大众传播；人际传播、语言传播、文字传播、大众传播之间，我中有你，你中有我，相互交混。产生这种“子项兼容”错误的原因在于分类方法不科学，即在同一级分类中使用的标准不统一：语言传播、文字传播、音像传播是按信息载体的不同来分类的；人际传播、群体传播、组织传播是按传播者、受传者的数量和构成来分类的；大众传播与非大众传播是按是否使用电子、印刷等先进媒介及受众是否很多来分类的。

上述分类引起了传播学理论上的混乱：

其一，在以韦尔伯·施拉姆为代表的绝大多数传播学家那里，传播是人与人之间的一种社会活动，而在“内向传播”论者那里，则变成了人脑与其它器官（主要是感觉器官和运动器官）的生理活动，变成了心理过程中不同环节、不同阶段之间的意识活动。把人的外在信息传播活动与内在心理活动的生理机制拉扯在一起相提并论的结果，混淆了传播学的研究内容和心理学的研究内容。

其二，科学分类的主要目的在于揭示各子类或某一子类的特殊矛盾所决定的个性。由上述分出的各传播子类相互交叉，使揭示各子类个性的研究如理乱麻，难于条分缕析。

以上是以传播的划分为例，说明国外传播学中某些非科学的成份值得注意。下面，再以传播的定义说明这个问题。

西方不少传播学家比较轻视传播的定义，主要表现在两方面：一是不把它放在眼里。有一本被称为国外传播学集大成的《传播学概论》在题为“传播的含义”这一节<sup>①</sup>里，用散文的笔调，跳跃性地拉扯了一些人和事，闲谈了一些传播与人、与社区、与社会的关系以及传播的作用，但并没有把传播的含义交待得清清楚楚，更没有给传播下定义；二是在给传播下定义时不注意使用科学的定义方法，遵守科学的定义规则。例如：

卡尔·霍夫兰认为，传播“是某个人（传播者）传递刺激（通常是语言的）以影响另一些人（接受者）行为的过程”。

也许是受了行为主义S→R（即刺激→行为）思维模式的影响，在“言必称刺激”的时尚左右下，卡尔·霍夫兰也用“刺激”代替“信息”。这种代替，乍一看，似乎有道理，但用科学的定义规则去衡量就会发现：

第一，它没有准确地揭示出传播的特有属性。传播是一个过程，但它与一般的过程相比，其本质特点在于它是一个信息过程而不是一个刺激过程。第二，传播者通过信息作用，不仅影响受传者的行为，有时还影响其心理（思想、感情、态度等）。总之，这一定义的“种差”（属概念“过程”与种概念“传播”之差）没有找准。而且，由于“刺激”的外延比“信息”的外延大得多，因而，这一定义的定义项的外延大于被定义项，这就违反了科学的定义规则。

在西方传播学著作中，象这类定义的外延与被定义项的外延不全同，又未揭示出传播本质特性的传播定义还相当多。还有一类传播定义的问题出在传播的属概念上。如：“传播是一个有机体对于某种刺激的各不相同的反应”。史蒂文斯在这个定义中把“反应”作为传播最临近的属概念是极不恰当的。“反应”与“传播”两个概念的关系是全异关系；“反应”是指人在受到外界刺激后生理、心理或行为发生的变化，与传播所指的“信息”从甲传到乙的内涵毫不相同，如果硬把二者拉扯在一起，就会把某人的脚被开水烫着（刺激）后，下意识的一跳（反应）也叫传播。

可见，西方有些传播学家在给传播下定义时缺乏认真、严肃的态度，很少去推敲这个定义的合理性、科学性，更谈不上用科学的方法去给传播下一个确切的定义了。

从以上事实可以看出，在西方传播学著作中，的确还存在着非科学的成份。这些非科学成份涉及传播学的基础理论，是造成传播学理论混乱，影响传播科学体系严密性的不可忽视的因素。因此，应当引起注意。

## 二、注意国外传播学界轻视基础理论的倾向

上述实例在说明西方传播学著作存在着非科学成份的同时，也说明对传播学基础理论的轻视。在西方众多传播学家中，还难找到一位特别强调基础理论研究的人，还难找到一本传播学基础理论的力作。这里的传播学基础理论研究主要指两个方面：一是关于传播学的研究对象、目的、任务、内容、体系结构或理论框架的研究；二是传播学的哲学水平上的方法论研究和运用。

由于对传播学的对象既没有进行纵向的系统的历史考察，从其历史积淀中提炼出特殊的本质属性，又没有进行横向的比较研究，把传播同新闻、教育、宣传、刺激、反应、过程等等相混淆的概念区别开来，总之，没有通过纵向的历史考察和横向的比较研究，揭示出传播不与其它概念相混的独特的外延和内涵，并在此基础上对传播学的研究对象进行认真细致的科学界定，致使传播学的研究对象模糊、含混、极不确定，因而，也就无法把传播学的研究目的、任务、内容、体系结构拿来一一与其它相关学科进行横向比较研究，无法弄清楚它们之间的异同和联系，无法从质的规定性上与其它相关学科的研究目的、任务、内容、体系结构区别开来，导致传播学界有人牵强附会地提出一个“内向传播”，越俎代庖，把人家生理学、心理学的研究内容揽过来。传播学不搞神经生理研究，揽过来的活又干不了。一门学科分不清份内份外事，是这门学科幼稚、糊涂的表现，也是这门学科基础理论研究薄弱的证据。

下面着重谈第二个方面即轻视传播学的哲学水平上的方法论研究和运用。

我们之所以在“方法论”前面加上“哲学水平上的”这个定语，是因为，任何一门学科的方法论大都有三个层次：哲学水平上的、基础学科水平和专业水平上的方法论研究和运用，对于基础学科水平和专业水平上的方法论西方传播学界不是轻视而是很重视的。他们轻视的只是哲学水平上的方法论。由于国外传播学家不能站在哲学的理论高度，运用存在于一切事物并贯穿于一切过程始终的最普遍的规律来研究对象，来把握对象的全局与局部、共性与个性的关系，来理清对象的内在和外在的最一般的联系，总之，由于不能从总体上把握研究对象，也就有意或无意地用片面的、孤立的、静止的形而上学观点去考察研究对象，结果瞎子摸象，各执一词；只见树木，不见森林；不辨纲目，理不出头绪。下面，我们以西方传播学者研究传播功能的状况为例，来看他们由于缺乏哲学水平上的方法论指导而走入的误区：

第一，他们把传播的基本功能与每一外延的功能混为一谈。每一类传播既有其独特的功能，又有与其它一切种类的传播共有的功能。我们一提传播的功能，首先要在思想上明确：是指所有各类传播的共有功能还是指某一类传播的功能，或者说是指传播的某一外延的独特功能？如是指后者，就应在“传播的功能”前面加上一个定语，说明是哪一类传播的功能；如果不加定语，而是指所有各类传播功能的总和，那么，任何传播学家，无论他有多大的能力也无法把全人类的所有传播活动的所有功能或传播的所有外延的菜单述完备。如是前者，那就是指传播的基本功能，即所有各类传播的共有功能。传播的基本功能是由传播的所有外延的共性所决定的。传播的所有外延的共同点就在于都是信息过程。维持人类的生存和发展是信息过程的基本功能，亦即是传播的基本功能，是传播的全部外延的共性。只不过，在不同的外延身上，这种共性是直接还是间接地表现以及表现的形式、程度是不尽相同的。各个外延除了以不同的方式、不同程度地显示这一共性外，还表现出各自的特殊功能。

总之，在人类传播活动千差万别的条件下，我们谈传播的功能时，不能把传播的基本功能与某一类传播的功能混为一谈，否则，就不可能正确地揭示传播功能。可是，当西方传播学家在口头谈或笔端写传播的功能时，他们思想上实际指的是某一具体的传播的特殊功能。例如，威廉·斯蒂芬森的“游戏开心”论和查尔斯·赖特的“娱乐”论，都不是传播的基本功能，甚至不是某一类、某一具体传播的特定功能，某一类传播（例如电视传播）在此时传播了“开心”的信息，它具有“娱乐”功能，在彼时，它传播了“悲哀”的信息，能说它又具有

“悲痛”的功能吗？同理，哈罗德·拉斯韦尔的“环境监测、社会联络、社会遗产代代相传”的功能，梅尔文·德弗德的“表达团体规范”的功能，都不是传播的所有外延共有的功能，只是其中某一类或某一大类的功能。招牌是“全局”、是“共性”，而内容却是“局部”、是“个性”，必然引起一些不必要的理论分歧和争论，白白浪费时间和精力。

第二，他们把传播的功能和传播媒介的功能混为一谈。正像血液循环的功能与血管的功能不完全是一回事一样，传播的功能和传播媒介的功能是有区别的。传播的功能是过程的功能，而媒介的功能是过程中一个环节的功能。过程的功能是过程赖以进行的所有要素合同作用的结果，而过程中某一环节的功能只是这一环节单独作用的结果。传播的功能是包括传播者职能、信息内容的性质和价值、媒介的效率、信息作用于受传者的实际效果，以及传播赖以进行的社会制度、文化背景、民族习俗等等的合同作用的综合指针。西方传播学家在论述传播功能时并没有把二者区分开来。保罗·拉扎斯菲尔德在“大众媒介的某些社会功能”的标题下，却把只能由传播过程中的各要素合同作用才可能产生的“授予社会地位”、“促进社会准则的实行”、“麻醉精神”的功能误认为是大众媒介这一环节的功能<sup>②</sup>；而哈罗德·拉斯韦尔，在“社会传播的结构和功能”标题却把本来属于大众媒介的“使社会各个部分为适应环境而建立相互关系”这项功能小帽戴到了传播的大脑袋上<sup>③</sup>。韦尔伯·施拉姆把二者混和起来，将其它传播学家的传播功能论混和起来煮成一锅粥<sup>④</sup>。总之，就目前所见到所有论述传播功能的西方传播学著作，还没有人把二者从严格的科学意义上区分开来，而不把二者区别开来，混在一起，就不可能客观地准确地揭示传播功能。

西方传播学界为什么产生轻视传播学基础理论的倾向呢？

这是由于传播学一开始就是为了解决实际问题而产生、发展起来的。在这一重在务实的发展过程中便渐渐滋长了一种偏颇、片面的价值取向：传播学研究要解决实际问题、要有经济效益才是起了正道，研究那些抽象的基础理论有何用？

总之，西方传播学由于“热衷于实际”而轻视基础理论特别是轻视哲学水平上的方法论的指导作用，在一些问题的研究中不知不觉受到形而上学思维方式的左右，孤立地考察对象，结果，坠入烟海，不得要领。这种倾向值得我们注意。

### 三、注意五W传播模式的束缚

除了上述历史环境的原因外，西方传播学界轻视基础理论研究还与哈罗德·拉斯韦尔的5W传播模式有关。

1932年哈罗德·拉斯韦尔提出并经过16年的修正、补充而形成的：“谁，说了什么，通过什么渠道，对谁说的，产生了什么效果”这个5W模式简要扼要地勾画出了传播的基本过程，抓住了传播的基本要素，使传播学者把注意力集中到最核心的问题上，因此，这个5W传播模式在传播学界产生了巨大的深刻的影响，以至形成了相应的五项专门研究：传播者研究，信息研究，媒介研究，受传者研究，效果研究。

近半个世纪以来，传播学家在以上五个专门研究领域取得了巨大的成果。然而，随着传播学研究的拓展与深化，5W传播模式日益显示出它的局限性：

第一，它在不少传播学者头脑中浇铸了一个僵化的思维定势：一提传播学研究些什么内容，就只在这五个项目上打转转，难于跳出这个框框去想一想，还有哪些很重要的传播问题需要研究，于是，诸如传播学基础理论这类重要问题就被放到考察的视野之外了。

第二，当传播学者在研究实践中碰到一些不能回避而又超过这五个领域的问题时，只好勉强把它放到五个框架中的某一框架上。

可见，曾经起过积极指导作用的5W传播模式已越来越不适应日益拓展和深化的传播学研究的需要了。传播学研究的历史进程向我们提供了构建新的理论框架的任务。

一门科学的理论框架或体系结构主要由这门科学的研究对象的内部结构及与之有关的事物的联系网络所决定。

照一般观念，传播学的研究对象当然是传播。而从严谨的科学意义上看，并不这样简单，因为传播一般指传播活动，而传播活动总是表现为一个有始有终的过程。因此，传播、传播活动、传播过程，一般说来是对同一事物的不同称谓，可以相互代替。但是，一进入科学研究领域，这三个概念就不能随便替换了。因为，传播过程强调了组成传播的各种活动之间存在着严密的逻辑程序。这样，“研究传播过程”就不能用“研究传播”来代替，因为前者更具有严格的科学性，而后者给形而上学方法留下了空隙，它可以孤立地片面地来考察组成传播的任一活动，而“研究传播过程”意味着，对于组成传播的任一活动的考察都必须把它放到传播过程的一定阶段上，放到一定的逻辑链上，放到众多因果联系的交叉点上进行考察。因此，传播学首先研究的对象应当是“传播过程”。

之二，一切科学为了提高研究效率，除了从科学学中去了解一般研究过程的科学性外，都不能不研究它自身



独特的研究过程的合理性问题。也就是说，不能不把自身的研究过程包括进研究对象中去。因此，传播学除了以作为客体的整个传播过程为研究对象外，还应以作为主体的自身研究过程为研究对象。不过一门科学的性质、特点、结构、内容主要由作为客体的研究对象所决定。传播学家应把百分之九十以上的精力集中在作为客体的对象的研究上，只把少许精力用在作为主体的自身研究过程的研究上，而且，一般是用在课题进行初期的开题论证、研究决策、实施计划的优化及编制上。

之三，无论是传播过程或是传播学研究过程，其长短、曲直程度还要受到各种因素的影响，因此，传播学不能不研究影响两过程的各种因素。

这样，作为客体的传播过程和作为主体的传播学研究过程以及影响这两过程的因素群，就构成传播学的研究对象，就构成了传播学理论框架的三根支柱。传播学的研究内容就是以这三根支柱为坐标轴的坐标集合。

研究两过程各自的各个环节及其逻辑顺序，研究两过程各自的各个环节之间的内在联系，研究两过程中两个相应环节（如传播目的与传播学研究目的，传播决策与传播学研究决策等等）之间的内在联系，研究两过程与传播者所从属的母系统之间的外部联系，研究两过程各层次的各个环节与传播目的、传播学研究目的内在联系，研究两过程中各自的各个环节及其逻辑顺序与所有内在联系、外在联系之间的相关性……然后根据各研究课题各自的意义和相互间的逻辑关系，根据每一课题的成果是否对其他课题的研究有指导意义及指导其它课题的多少，根据每一课题与传播实践关系密切程度，对所有课题进行分类、概括、归纳、综合而得出传播学在这一历史发展阶段应当研究的基本内容：

（一）传播学基础理论研究。包括传播的内涵、外延和功能研究，传播学的对象、目的、任务研究，传播学的方法论研究，传播学的理论框架、内容研究，传播史与传播学说史研究。

（二）传播要素研究。包括传播者研究，受传者研究，信息或传播内容研究，传播媒介研究。

（三）传播过程研究。包括传播模式研究，传播的信息过程研究，传播的社会作用过程研究。

（四）传播结构研究。包括传播的体制结构研究，传播的信息网络研究。

（五）传播形式研究。包括口头传播研究（直接口头传播研究、间接口头传播研究），直观传播研究，文字传播研究，综合传播研究。

（六）传播环境研究。包括传播宏观环境（社会制度、文化背景、民族习俗等）研究，传播的微观环境（传播场地的音响、照明、气氛等）研究，传播的心理环境研究。

（七）传播效果研究。包括传播的心理效应研究，传播的舆论效果研究，传播的综合效果（经济、文化、伦理、世风以及正效果与负效果、现实效果与潜在效果、宏观效果与微观效果等等）研究。

（八）传播决策研究。包括传播战略研究，传播策略研究，传播方式、方法研究，传播技巧研究。

（九）传播法规研究。包括国外传播法规研究，我国传播法规研究。

（十）西方传播学的评价与借鉴研究。包括西方传播学的评价研究，西方传播学的借鉴与建立适合中国国情的传播学研究。

以上仅仅是针对五W传播模式影响下形成的五项专题研究的局限性，根据传播学研究对象的内部结构及与之有关事物的联系网络，提出一些研究领域的思路，至于这些思路是否正确，还有待传播学研究实践的检验、修正和补充。

#### 结束语

在引进传播学时，需要用科学的眼光来审视它，既要看到它在总体上是一门很有价值的科学，还应看到其中非科学的成份。这些非科学成份牵涉到传播学的基础理论，不可轻视。

传播学研究现在已进到了建立与先进的大众传播媒介相适应的现代传播科学大厦的新阶段。这一阶段，不能不加强传播学基础理论的研究。

我国对传播学的引进，正好处在世界传播学由初级阶段向现代化新阶段转变的历史关头。能否较快地、顺利地实现这一转变，关键在于是否重视、加强传播学基础理论研究。如果我们在这最重要的历史关头，充分利用国外传播学在初级阶段取得的成果，认认真真地进行传播学基础理论研究，为我国传播学奠定扎实牢固的基础，灌足强有力的发展后劲，在此基础上大力开展应用开发研究，那么，起步较晚的我国传播学，不是没有走在世界传播学前列的可能。

注 释：

① 威尔伯·施拉姆 威廉·波特：《传播学概论》，新华出版社1984年版，第2—5页。

②、③ 《传播学》（简介），人民日报出版社1983年版，第163—168页、第186页。

④ 威尔伯·施拉姆 威廉·波特：《传播学概论》，新华出版社1984年版，第33、34、38页。

来源: 作者  
阅读: 2148 次  
日期: 2006-03-10

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体: 大 中 小 】

上一篇: “民族志”之于传播研究的实践话语  
下一篇: 话说“拉出去游街”

>> 相关文章

- 雅格布森“主导”理论与中国新闻娱乐化
- 中国传媒双重属性的再认识
- 论新闻价值与人本价值——从媒体对汶川地震的采访报道所想到
- 媒体代行公民表达权的前提
- 英雄神话的现代复现——论典型人物报道的叙事结构
- 新闻媒体功能性重构的思考
- 改革创新, 着力提高舆论引导能力
- 复杂“三联”的“简单主义”

发表评论



- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评:

字数0

用户名:  密码: