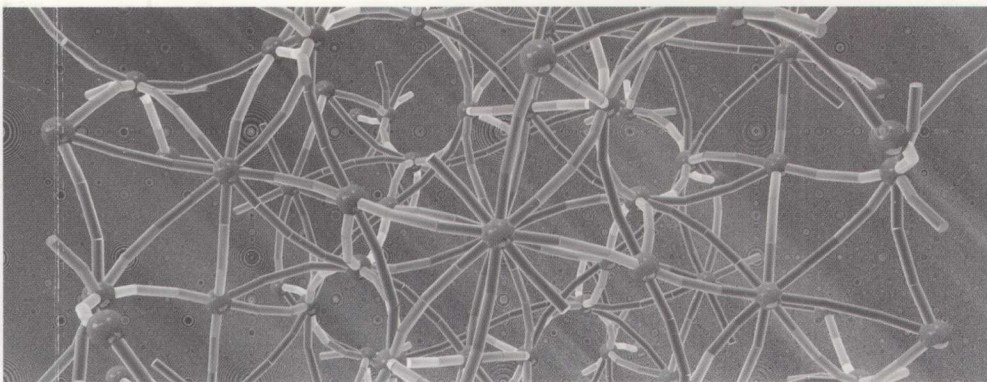


La pensée communicationnelle

汉译精品

思想人文



传播思想

【法】贝尔纳·米耶热 著 陈蕴敏 译

凤凰出版传媒集团 江苏人民出版社

by Bernard Miège

汉译精品·思想人文

传播思想

La pensée communicationnelle

【法】贝尔纳·米耶热 著 陈蕴敏 译

Bernard Miège

图书在版编目(CIP)数据

传播思想/(法)米耶热著;陈蕴敏译. —南京:江苏
人民出版社,2008.8

(汉译精品. 思想人文)

ISBN 978-7-214-04980-3

I. 传… II. ①米… ②陈… III. 传播学—研究 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 019713 号

- 书 名 传播思想
著 者 [法]贝尔纳·米耶热
译 者 陈蕴敏
责任编辑 周晓阳
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 邮编:210009)
网 址 <http://www.book-wind.com>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京中央路 165 号 邮编:210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 者 江苏新华印刷厂
开 本 960×1304 毫米 1/32
印 张 4
字 数 100 千字
版 次 2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-214-04980-3
定 价 10.00 元
(江苏人民出版社图书凡印装错误可向本社调换)

《传播思想》中文版序言

传播,或更恰当地说信息—传播的命运令人惊奇。上个世纪中叶稍早时候,它出现在美国;之后逐渐地传到发达国家,首先是欧洲;接下来它蔓延到世界上的大多数地区,包括最为贫穷的国家中的某些;它超越了政治制度(尤其是近十五年来),它继续表现出不明确的、多样的、多义的甚至是混乱的特征。传播被应用于各种经济活动的管理、政治生活和更为广泛的几乎所有的社会及文化活动中;它在各处引发着可观察到的技术的扩张(信息传播技术是现代化的一个首要媒介);越来越多的大学、继续教育和中等教育开设了关于传播的教学活动;传播带来了某些新的职业——报刊和书籍(当然也在世界性的互联网上)对这些新职业的描述面貌各异。传播的研究取向因此必定是多种多样的;在日常交流中,在对各种认知进行比较时,包括从事这一行业的人在内,人们经常会感到惊奇。

作为一个约三分之一世纪以来一直工作于高校的专家,即使我察觉到对信息传播现象的理解有某种的进步,这种混乱还是持续着。如今,在各处人们依赖于或开始依赖于那些更为可靠的知识,这些知识由高校的研究中心或是专门机构加以说明澄清。人们越来越少地将传播归结为某种精神状态、某些专门技术或是某些个体固有的禀赋。人们仍然将它看成在各种情况下都可以或多或少地加以使用的秘诀,但是人们越来越少地相信那些精神领袖,后者随时准备着提供各种消除危机、社会生活或工作生活中的种种冲突的灵丹妙药。但是,传播的确总

是招致各种面向未来的、带有预言性质和乐观的社会言论。去除掉它对未来的许诺,它仍然是具有诱惑力的。如果说它赢得了越来越多的信徒,那经常是因为人们将希望寄托于它那些被一致认可的、易操作的抱负之上。在这一意义上,传播相当容易地与所有权威话语和建立在社会行动理性基础上的各种话语对着干。

这是否意味着传播不等同于或无法接近某种建立在推理基础之上的理解(*une compréhension raisonnée*)呢?在这一点上,各种不和谐音持续存在着,有时这些不和谐音在世界范围内得到重视,并强烈地受到文化体系和当时的哲学—社会立场的影响,同时也决定于各种社会经济结构和权力关系。因此,坚持这种观点并认为对于接近知识来说它过于不明确、模糊甚至是晦涩的将是错误的。并且,这是经典思想体系的拥护者们,例如那些仅仅在“人文”科学体系(*les systèmes des humanités*)之内进行自我认知的人,经常犯的一个错误。实际上,必须看到的是从今以后深刻影响传播的一系列特征,这些特征在近几十年来,尤其是90年代以来已经显现出来,列举如下:

- 传播史,不仅仅是传播方式的历史,开始为人们所了解;它的出现终究是新近的事(稍早于20世纪中叶),仅仅在上个世纪末它才得以加速发展;最后,如果我们能够在更早时候——19世纪初——找到一些踪迹,那么这也不过是些开端,是些雏形。必须承认这样的事实:在人类历史层面上,传播是一种相对新的功能,它取得自主地位时间很短,这很可能是它遭到不理解和否认的原因。

- 它是由相互充分竞争的各种理论构成的,至少这些理论并不总是互补的,有时被认为是不一致的。初看起来,它的知识、方法和组织上的建构并不一致甚至是不协调得令人惊奇,但是细看之下我们将不会感到吃惊:相当多的其他社会领域,例如经济,处于类似的状况之中,这并没有妨碍它们作为一个领域而得到人们的认可。一个统一理论的观点不仅是虚幻的,它毫无疑问也构成一个在社会关系上可争议的甚至是霸权主义的或绝对主义的设想。

作为社会(在它的各个不同方面)管理的方式,传播以不同的形式发展(有组织的社会行动,同样也包括新旧媒介),它不停地变得多样化甚至复杂化,这是今天相关的职业专业化现象增多的来源,这些专业化现象的增多又带来了实施传播活动的职业组织的增多。在相当多国家,传播仅仅等同于若干大众媒介、广告(同样也是大众的)、公共关系和舆论研究的时代已经远去了。所有社会领域都在不同程度上被涉及到,如今传播已经知道谨慎行事,其目标可以是有选择性的。

- 因此,也鉴于传播涉及种种越来越重要的社会关键问题,它带来了相当多的学术甚至是科学研究活动。在各种社会的、政治的、经济的和新闻的话语中,属于不同人文社会科学领域的研究成果相互对立,这些研究成果建立在各种既定的研究方法的基础之上(如调查研究或者话语分析),使人们能够更新可以观察到的和有效(在采用的各自的范围之内)的各种趋势。

- 最后,严格地说,它并不构成(社会生活中的)一个部门或一个系列(从经济的观点看),它倾向于横向地渗入社会的所有成分之中,伴随着这些成分的运行,当然也改变着它们的进展。但是如果将它看作是外在于社会生活的,那就错了。它越来越深地扎根于社会之中,以至于试图评估——就像人们曾经试图做的并且仍然在这里那里进行着的尝试——它对社会的影响或冲击是徒劳的。必须承认这一点,传播的这种机械的、单向度的观点如此地意味深长,它仍然处在各个职业领域的支配之下,必须将这一观点看成是类似于不合逻辑的。

这些特征已经得到了证实,尤其是从 90 年代初以来。尽管世界性的交流在加强,对传播的各种构想还未变得接近。我们甚至可以承认说分歧在加强。思考传播现象的各种北美方式(它们中的大部分)与欧洲方式(同样是它们中的大部分)有着相当明显的差别;在世界的其他地方开始出现不同的研究取向和声音。这一点尤其是在国际性组织对某些重要的世界性问题的讨论中表现出来:(所谓的)信息社会问题和文化多样性问题。但是这并不引发对传播的一般进展的质疑。为什么?当然是因为传播的进

展与全球化有着密切的同时是非机械的联系。但是这同时也是因为一种传播思想已经渐渐地形成并趋于得到相当广泛的承认。

明确地说,以一种概括的方式来呈现传播思想的轮廓及其突出方面正是本书的目标。我并不对今后的发展进行预测,请仅仅允许我强调传播思想的这一主要特征:这一独特的思想来源于相互竞争的、旨在认识传播现象本身的不同理论的贡献,同样,它也来源于各种职业领域的设想,在这些领域传播思想得到应用,也带来种种有组织的社会行动。就这点而言,传播思想作为一种共同语言而发挥了作用,但没有出现任何一种强制的统一理论。因此,传播思想既是概念化操作的产物,又是专门技术和采取(多种多样)传播行动的人们积累起来的经验的成果。它因而是充满悖论的,这一悖论正是本书的中心。

1995年首次出版以来,本书经历了数次的再版和翻译,2005年它经历了一次重要的改写。本书的写作对象是针对硕士阶段的大学生,不仅仅是为了帮助他们理解各种理论,更重要的是理解这些理论与职业活动和传播“技术化”(la technologisation de la communication)之间的关系。本书也吸引了更高阶段的和那些刚刚开始大学学习的学生,某些职业人士和专业人员也在阅读它。我很高兴现在中国的读者也能够看到这本书。在中国越来越多的人密切关注着传播问题,并且期待着来自外部的种种研究取向:我知道这一点不仅仅是因为一些中国学生正在法国的大学求学,而且是因为我在中国授过课、做过讲座,我观察到了那种知识上的强烈的好奇心。

在结束这篇序言时,我不能不感到遗憾的是在这本概要性的小书中,我仅仅是概述了甚至是简单提及了一些分析,这些分析在现在处于中心的地位,我在其他的著作中对它们进行了研究,一些其他的作者也同时进行了阐述。请允许我将这些分析引用如下,或许这会激发读者了解法国正在进行的研究工作的兴趣:

- 领域的辨认:可用的表述或意群(syntagme)为数众多,

并随着语言和文化不同而变化,这种语义上的多样性并不趋向终止。我感到更为可取的表述是信息—传播(带有一个破折号而非连字符),因为这是我们在媒体、传播技术和传播活动中最经常会打交道的,这正是(信息的)内容(contenus)和传播交换介质(supports)之间的联合。

• 传播和经济:在不同的形式之下(强大内容产业的建立、媒介领域的扩大、信息和传播技术发展的活力、经济现代化中前沿的作用),信息—传播处于现代经济发展的中心,是其主要媒介之一。

• 技术范畴:如果人们不能不察觉到不同信息传播技术(Tic, techniques de l'information et de la communication)的切实增长,那么将传播的进展归结为其技术维度就将是错误的。对于专业人员来说,过高估计创新和转变的技术基础,甚至屈服于技术决定论的幻景和陷阱,这是一个理论上和实践上的严重偏差。

• 思想、意见探讨和社会交换的流通:信息—传播是横向的,在这一意义上,它穿越了各个社会的总体,既不归结为私人生活,也不归结为生产领域;媒介尤其是新媒介是公开化(publicisation)的关键因素。

毫无疑问,传播思想将建构第四个发展阶段,就这一点而言,这些目标描绘了传播思想的发展方向。在这个阶段,伴随着来自包括中国在内的世界各地的理论构想和行事方式(manières de faire),传播思想的全球化将更加显露出来。

贝尔纳·米耶热
2007年11月

引 论

传播(la communication)已经渗入社会及职业生活的大多数领域,它通过以它的名义而展开的各种行动、提供的越来越多的技术以及经由它而扩散开来的象征体系(la symbolique),总是有着令人震惊的吸引力。然而,越是如此,特别是在某些专业领域,对那些可以解释传播的运行机制的种种知识的生产就越显得矛盾和徒劳无益,更不必说人们仍然拒绝将传播视为科学研究的对象。

的确,初看起来,描绘出信息传播学(les sciences de l'information et de la communication)作为一个具有自主性的(交叉)的学科领域,从自我建构开始所经历的发展阶段,这一企图是会令人感到震惊的。事实上,对于一个科学学科或领域而言,当其认识论基础已经被认识清楚并得到承认时,这种思考会因此更加容易站住脚。然而,毫无疑问,信息传播学自我呈现的图像即使不是大杂烩式的,也是复杂而多样的:各种范式雄心勃勃地试图再现传播的所有维度,并经常在各个维度上显现出来;而理论上的相互对立则遮掩了那些现实的关系和具有创造性的主张。

但是,对于一个科学领域而言,获得学术上长久的认可或者科研政策(politico-scientifique)部门的大力支持,以便人们能够理直气壮地研究其进展并明确对它的管理,这是否是必不可少的?对于这个问题,极少有人敢给出正面的回答。实际上,对于那些表面上看起来建构坚实

的学科,其代表人物不单单在思考学科长期发展史上,而且(并且更是)对于已得到认可的学科的研究对象本身,都存在很深的分歧,“政治经济学”(l'économie politique)即是一例:它后来成为单数的“经济学”(la science économique),最近又被审慎地称为复数的“经济学”(les sciences économiques)。地理学也是这样,对该学科的定义是围绕着主要的方法论取向,还是将其视为一种关于空间的学科,或至少是研究物理和社会空间里的人类活动的学科,人们总是难以决断。此外,对于那些新近出现的学科——它们的科研政策负责人过度地颂扬它们的优越性,怀着确定的心理设想着它们的未来——虽然那些最有资格的成员们并没有对本学科共同概念性基础达成一致,但它们仍在发展着。认知科学正是一个例子,而且并非仅仅因为它是新近出现的。至于信息科学(l'informatique),其最为杰出的代表人物所描绘的蓝图尤其强调技术的推动力、为使用者提供的服务、方法论上的成就以及它所覆盖的领域(越来越多!):总之,操作性(如果不是取代了)占据了研究对象的位置。

那么,是否新的知识领域的涌现从此就局限于方法应用上或多或少的精细化,以及对社会要求——更为准确地说,那些来自经济和公共权力机构的要求——做出回应?当人们站在社会的立场上,打着科学立场的旗号,对之进行坚决的辩护时,新知识领域的涌现是否会更有保障呢?而这正是某些认识论专家严肃捍卫的观点。反常的是,信息传播学部分地背离了这一趋势,这并非因为它要提防工具化(instrumentalisation)的危险(从40年代委托保罗·拉扎斯菲尔德[Paul Lazarsfeld]——新美国人[néo-américain],但却是在欧洲批判思想中成长起来的——所进行的广播报纸受众研究开始,直至关于新媒介[nouveaux médias]的各种研究,这一危险总是难以避免的,或是被暗中一直接受的),而是由于从发展初期开始,它就没有停止为自己(有时夸张地)寻求严格的理论基础:或是以科学之科学(la science des sciences)的面貌出现(这一企图总是反复出现);或是努力通过自身的研究对象(而较少

通过它从其他学科借用的方法)而区别于其他学科——这些学科早于信息传播学得到人们的承认,它们的地位的合法性更为牢固。

在1940年美国总统选举运动中,根据对纽约州一个县的选民所进行的抽样调查,保罗·拉扎斯菲尔德和他的合作者们完成了一项著名的研究,这项研究后来以《人民的选择》(*The People's Choice*)^①的书名出版。该研究的目的是探寻投票给某个候选人的决定是由于什么原因受到或不受到大众传播工具“暴露”(l'exposition aux moyens de communication de masse)的影响。如果说归根结底传播工具暴露有利于对选情的判断,那么对于所拥护的候选人的亲近感或对正面信息(仅仅是少数,最为稳定)的获取就与政治宣传密切相关,这种宣传能够改变选民的投票意向。因此,最少接触信息、最为犹豫不决的选民最容易“暴露”在媒介影响面前。正是这一基于选举行为的经验数据,或更确切地说,基于人们宣称的选举投票选择而创造的模型成为一系列研究的起源,成为政治社会学(la sociologie politique)与大众传播工具效果研究的结合点。

在不同的思想潮流中,都可以找到一个概念,它使得传播(或信息)成为一种超越科学学科(材料科学、生命科学或研究社会的科学也同样在其中)分割与隔离的因素。这些思想潮流之中,当然有控制论(la cybernétique),但是也包括结构主义(le structuralisme),最近又加入了复杂性研究(les approches de la complexité)或“联结主义”(le connexionnisme)^②,甚至某些受后现代主义或后海德格尔启发(inspiration post-moderniste ou post-heideggérienne)的当代哲学。正如我们稍后将要看到的,这一趋势——或更确切地说,这一企图——不仅旨在联结相互区别的、最为互不了解的知识领域(des champs de savoir),而且想为

① Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H., *The People's Choice*, Columbia University Press, 1944.

② 认知科学的一种理论,将精神或行为现象模拟为由简单的相互作用单元构成的网络的出现过程。——译者注

这些领域提供一种范式,使它们得以丰富化,并赋予意义。其目的并非单纯地同那些被看作是枯燥无味的知识(*connaissances*)的极度专业化作斗争,还在于提出一个总括的观点,用以重新阐释那些局部的、各专门领域的、强加于所有领域的研究贡献。令人感到奇怪的是,这样的观点竟然得到了一些科幻小说作者的支持,其中包括加拿大作家范·沃格特(*Van Vogt*),在他1959年出版的小说《太空猎犬之旅》(*The Space Beagle*)^①里他就是这么认为的。

在谈过这点之后,信息传播学是否构成“一个”学科或者应该被看作是一个交叉学科(*une inter-discipline*),或更确切地说,一个来自应用不同学科的研究方法的领域,这个问题将暂时地被搁置在一边,在我们探讨了参与传播思想形成的各种思潮之后将会回到这上面来(参见第三部分)。事实上,问题的关键在于:通过传播思想形成过程所经历的不同阶段,探寻构成传播思想的要素。这一过程至今已持续了超过半个世纪,其间传播思想伴随着这一重要领域的科学成果,启发着主要人物的研究工作,并且通过专家或普及者的中介作用(*la médiation*)扩散到相关的职业领域。

因此,传播思想同时具有思辨性反思和科学生产的性质,最常见的是它超越现存的学科分割,或是来源于在自身领域深感局限的不同专家;它将这些新专家和来自某些职业领域(网络工程师、广告从业人员、记者、沟通负责人、“战略监测”专家 [*spécialistes de la veille stratégique*]^②、计算机通信服务设计师)的专业人员的思考联系起来;它关注国家政策、职业策略、技术应用以及各社会机构实践中的变化;它随着时间的流逝而发生着深刻的演变,并且根据国家的不同而呈现

① 见 Escarpit R., *Théorie générale de l'information et de la communication*, Hachette, Paris, 1976。此处有误,该小说出版于1950年,题目应为 *The Voyage of the Space Beagle*。——译者注

② “战略监测”指的是为了创造良机和降低因不确定性带来的风险,企业有意识地对与自己所处的社会经济环境变化相关的预测性信息进行收集和研究。——译者注

多样性(在美国,更多的关注于直接应用,而在西欧,至少在根源上,总体而言更具有批判性);从80年代初开始,它超越了专家圈子,在相当大范围内扩散,(正如我们在本书结尾将看到的)达到了部分地成为意识形态的程度。

这一传播思想的地位仍然极其不确定。它是科学实践、反思实践或职业实践活动的组织者,回应着来自国家和大型组织的需求;同时又是这些组织中出现的变化的鼓动者;最后,它还是文化实践或者知识扩散方式或获取方式的源泉,或是其陪伴者。相当多专业人员、政论家或顾问人员怀有这种不确定性,有时它甚至超出了我们在此快速做出的展望。

作为一种现代性思想,并被要求用以促进社会结构的现代化,传播思想经常被看作是一种自在价值(une valeur en soi,有时提及传播就足以使它变成某种自我实现的预言),但是它有时——或同时——遭到批判,在保卫艺术的名义下,或是由于它生产共识(consensus)的倾向,或是由于它所掩盖的排他性。

一种极少符合已知的学院式科学思想模式的思想,为何能够成为新的研究取向的起源,试图分析当代社会的变化?这一思想的三个方面似乎可以澄清这一悖论:

——它与主要工业社会中(公共与私人策略、专业才能、消费者行为……)的社会行动(des actions sociales)以及文化中介(médiation culturelle)和知识传输过程中专业领域中产生的问题的紧密联系;

——它的横向性,换言之,它联结各分割“领域”(champ)的倾向性。如果我们能够先验地怀疑一个能够丰富知识总体(l'ensemble des savoir)的问题的益处或可能性,那么那些连接各个分割领域、使人们能够研究中介过程中发生了的或发生着的变化的研究取向就完全是恰当的;

——它整合来自不同理论流派的问题,更确切地说,将它们相互联系起来。

我们将要探讨的正是上述的第三个方面,这一探讨将通过对传播思想的发展过程作如下的划分而进行:奠基性的思潮(出现于四五十年代和六十年代)、研究问题的拓展(在七八十年代)和当前存在的争议。

目 录

《传播思想》中文版序言	1
引 论	1
第一部分 奠基性思潮(五六十年代)	1
控制论模式	2
大众传媒的经验—功能主义研究取向	10
结构主义方法及其语言学应用	19
第二部分 研究问题的拓展(七八十年代及以后)	31
传播(批判的)政治经济学	32
语用学	40
传播民族志、常人方法学及社会互动社会学	48
技术和中介社会学	54
讯息的接受和媒介使用的形成	60
传播“哲学”	66
第三部分 当前的争议(在第三个千年的转折点)	74
一般理论:不大可能,并总是不可思议的	77
被传播所延伸的信息	81

难以想象的信息(或传播)社会	87
交叉学科,而非退回至各个学科	92
对信息传播学特性的必要确认	96
结 论	102

第一部分 奠基性思潮(五六十年代)

我们首先来探讨这样一种观点:传播思想来源于三种奠基性的思潮(trois courants fondateurs),它主要是在40年代,尤其是50和60年代形成的。的确,发表于30年代的一些文献已经指出了传播的发展道路:正如我们稍后将看到的,1927年,哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell)^①发表了一篇具有先驱性的文章,但是却由此将其纳入了政治宣传的框架之中。并且,如同我们将指出的,在某些国家或某些领域,其他理论思潮扮演了令人不可忽视、有时是决定性的角色。

我们强调奠基性的思潮,但不能因此而忽略传播思想的其他特征,将它简单归结为主要人物的贡献。我们还应记得,它是同时根据以下两方面而逐渐形成和明确起来的:一方面是那些源于社会自身的问题,另一方面是“社会需求”(les demandes sociales)——人们约定俗成地作如此称呼。

最后,在依次介绍每种奠基性的思潮之前,一个双重的提醒显得很有必要:

——一方面,显然,最早讨论传播问题的文本并非写成立于20世纪中叶,某些文本的历史更加久远,甚至是从古希腊时期就开始了。但是

^① Lasswell H., "The Theory of Political Propaganda", *American Political Science Review*, vol. 21, 1927, p. 627-631.