

中国传播学30年

ZHONGGUO CHUANBOXUE 30NIAN

传播学西来 新新而起 正值中国社会变革之际
古称三年为一世
为传播学的三年发展立传
即使通过编年体的书写 也是一件非常困难的事情

王怡红 胡翼青 ◎ 主编



中国大百科全书出版社

中国社会科学院新闻与传播研究所

“中国传播学 30 年”课题组

《中国传播学 30 年》

(1978 ~ 2008)

主 编 王怡红 胡翼青

副主编 张 丹 杨瑞明



中国大百科全书出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国传播学 30 年:1978 ~ 2008/王怡红,胡翼青主编.

—北京:中国大百科全书出版社,2010. 6

ISBN 978 - 7 - 5000 - 8383 - 2

I. ①中… II. ①王… ②胡… III. ①传播学—概况—中国—1978 ~ 2008

IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 121802 号

策 划 人 郭银星

责任编辑 于淑敏 李 晓

责任印制 张新民

封面设计 海马书装

出版发行 中国大百科全书出版社

地 址 北京阜成门北大街 17 号 邮 政 编 码: 100037

电 话 010 - 88390635

网 址 <http://www.ecph.com.cn>

印 刷 北京佳顺印务有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 55

字 数 1379 千字

印 次 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5000 - 8383 - 2

定 价 98.00 元

本书如有印装质量问题,可与出版社联系调换。

总序

一项有价值的学术工作

尹韵公

怡红君送来厚厚的一大迭书稿，令我作序，在下衔命而从之。

翻阅着这部书稿，仿佛在亲历一个学科的成长史，重温昔日的学术活动篇章。是啊，传播学从1978年伴随改革开放的春风而进入中国大陆以来，已经走过整整30个年头的岁月！如同当今中国社会一样，传播学也是蓬蓬勃勃发展，显示出充沛而鲜活的生机。从细嫩的萌芽破土而出，到长成一大片郁郁葱葱的森林；从屈指可数的几位传播学介绍者，到壮大为一大群卓有成就的研究者。看到这一切，我们最不缺乏的就是兴奋和自信。

怡红及其课题团队选择了一个很好的视角切入，即从编年史的角度爬梳和整理传播学走过30年的历程。这样做的好处是，至少重要事件、重要论著、重要活动等大体可以做到不会遗漏。可以设想，假如按类别归纳撰写，恐怕难度不知要增加多少。当然，即使是现在这样，可能这本书也存在这样或那样的不足和缺点，也可能这本书在评价论著及其作者方面存在某些偏颇和失公，还可能这本书在材料取舍方面有所遗憾，但这本书总算给了我们一个比较完整、比较系统、比较清楚的学科成长交代，因而有助于我们对传播学科发展的总体把握。从这个意义上讲，怡红及其课题团队做了一件很有价值的学术工作。虽然不敢妄言以后有无学者，但可以肯定地说，这本书是前无来者的。

翻阅这部书稿时，正是达沃斯论坛开会之际。据报道，“中国”一词在本次会议上出现频率最高的国家，平均每5分钟出现一次，会议发言者几乎没有不提到中国的，反倒是发言不提中国的似乎都成了落后于形势的不懂得最新时尚的另类。喜欢创新的外国精英们这次又推出了一个新词，叫“中国密码”。其中的意思是，中国发展模式是一个密码，现在无人能解。的确，上世纪90年代初，外国拼命叫嚷“中国崩溃论”；过了一阵儿，发现中国非但未见崩溃迹象，反而更加壮大，生猛地跨入21世纪，于是又大喊大呼“中国威胁论”；中国仍旧不理不睬，继续坚实地前进，外国一看招数失败，马上又换面孔，柔情蜜意地呼唤“中国责任论”。其实，无论是过去的崩溃论、威胁论、责任论，还是现在的密码说，都表达出这样一个实质性意见：看不懂中国。不要说那些获得过诺贝尔经济学奖的国外著名专家看不懂中国，连中国自己的许多专家也解释不清龙腾虎跃、气势壮观的中国景象。更有意思的是，迄今人类出版的经济学著作中，没有任何一种经济学理论能够说明中国30年成长的事实。

由达沃斯论坛的中国话题联想到我国的传播学研究，实际上我们也遭遇到类似的问题：既然中国30年来拥有了大量而丰富的新闻传播实践，那么，可否出现了能够说明和解释这些实践活动的传播学理论专著？细细想来，真还没有！已经出版的一些传播学理论专著中，相信凡是翻过这些专著的研究者都会发现：尽管作者不同、论述的事例也各有差异，但是，它们的理论框架是大体相同的，章节逻辑也是大体相同的，主要内容更是惊人一致，都是必讲诸如“魔弹论”、“议程

设置理论”、“沉默螺旋理论”、“使用与满足理论”等等。唯一不同的是，甲作者的布局安排是12345，乙作者是54321，丙作者是34521，丁作者则是21543，如此等等。这就说明，一是传播学理论研究的同质化现象是比较严重的，二是传播学理论研究基本上仍然停留在原有理论观点和内容的介绍水平上，即仍然处于研究层次的低端，而不是中端和高端。

不能说中国没有精明学者。上个世纪末，我国一些传播学理论研究者已经注意到这种理论的贫困化现象，他们已不满足仅仅是不断地介绍国外理论，而是大声疾呼传播学的中国化或本土化，认为只有真正中国化了的传播学理论，才是有生命力的，才是能够真正发展的。遗憾的是，尽管我们作出过一些努力，也取得过一些成果，但是，根本性局面并未得到扭转。人们依旧在热切地期盼：具有中国特色、中国品格、中国气派的传播学理论早日诞生！

我们正处于呼唤思想大师的时代。不止是传播学有这种需求，其他学科也同样如此。尤其是当今中国已经站在新的历史起点上，它对思想大师、学术大师的需求比过去任何时代都要来得更加强烈和更加迫切。历史经验表明，当一个民族及其国家处于上升起飞初期，一定会诞生一批思想学术大师为这个民族及其国家指示道路，辨清方向。欧洲工业革命初期就是这样。照此历史逻辑和发展规律，当今中国应该到了或即将到了产生思想大师、学术大师的时代了！

与以往诞生的思想大师们的最大不同在于，我们这个时代的思想大师应当更具全球眼光的深刻性和全面性。这是因为，信息传输技术的革命性变革正在和已经在全球范围内产生空前未有的根本性变化。全球性和革命性，这两大时代特点必定给予传播学理论和其他学科以过去任何时代从未有过的深刻影响。从这个角度审视，怡红君及其课题团队所作的这项基础性、铺垫性的工作，是很有意义的。它至少给未来的思想大师、学术大师提供了一个可以站得更高、看得更远的坚实肩膀。

传播学是舶来品。任何舶来品的思想和学科要站住脚跟，肯定要花费长期的历史磨砺。凡是适合的，经过时光的不断洗炼和淬铸，逐渐蜕皮，越来越本土化；反之，则慢慢归于衰败或灭亡。佛教的中国化就经历了一个非常漫长的过程。尽管传播学的中国化还很遥远，但在我们眼中，还是有着希望的光芒。我们愿意付出一代又一代的努力和心血，以实现传播学中国化的伟大目标。

以此为序。

前言

王怡红

从1978年算起,传播学在中国走过30年的历程。回顾往事,这不是一幅转瞬即逝的画面。30年的探索是历史,也是现实,汇集到一个时代的历史车轮上,就是30根辐条,相互构成,不断用力,编织出了中国传播学的实体部分。只要我们打开这本书,就能读到这段历史所运载的人物、事件、文本、观念、社会环境、学术背景、研究取向、理论来源、学科知识的多元存在、开放性、实用性、自察性、内省性等诸多涉及传播学研究在中国立足与发展的主要内容。

传播学是一门新兴的外来学科,是顺应了中国社会的改革开放,与社会转型中的诸多问题同步发展的。在经过引进、移植、照搬、转化和学习阶段之后,传播学在中国大地上平地拔起,经过30年的发展,扎下根来,在社会科学领域占有了一席之地。今天的传播学研究已开始与中国社会相融合,不再如往日,筌路蓝缕,依靠翻译模仿抄袭来说明自身存在的意义,这门学科本身已经产生了种种实际价值,形成了重要的社会影响力。30年来,传播学研究既生产出了社会需求,也开始积蓄力量,专注于中国问题的研究,以满足社会需求的不断变化。

如果把历史作为方法,那么我们关心历史在何种意义上能为一门学科铺垫基石,与历史相应的是选择道路,还是重复昨天的故事?历史有多种写法和读法,然而反思二字不能丢。我们要借助于历史的反思,为推动传播学研究向前发展打开一条路。于是,我们选择了两种办法来应对这种历史与现实的挑战:一种是自然的方法;另一种是建构的方法。

我们喜欢老子讲过的一个道理:要保持轮子的转动,必然要留有一些虚空的存在;器皿之所以能用来盛东西,也是因为在其间留有了空白;我们用门窗建造成房屋,但门窗四壁空下来的那些地方,才能让房屋具有居住的用处。我们在梳理30年时,正是选择了这样一些自然时段,以自然的态度,意识到学术研究中的满足与缺失的必然存在,更相信对缺陷或危机的反思,必然会给中国传播学研究带来新的发展动力。因为一些有明显缺乏和不足的地方,可能正是传播学研究者努力寻找的,也可能是未来传播学研究要发挥更大作用的安身立命之处。正因此如此,我们把尊重历史的真实,贴近历史的叙述,还历史本来的样子,当作研究中的重要理念。

在自然之外,我们也喜欢历史建构的方法,这主要体现在编年史部分。虽然这一部分是以时间排列的,但是我们对传播学科发展史的基本认识并未以时间为唯一线索。我们以为,历史是不能用时间和阶段一以贯之的,历史也并非这样一个简单的时间连续体。中国传播学研究是在一块起伏不平,有开拓与局限,有断裂和拼接,有前人走过的田野上,播下的希望之光,随后又充满着对研究目标、研究对象与研究问题的苦苦找寻。我们之所以把30年的历史考察设计成相互联系的一个整体,是与我们自己的关切有着深刻联系的。我们希望通过30年的史料梳理,努力把过去和现在联系起来,在回顾与反思的基础上,能为读者提供认识与思考一个学科发展的历史平台,让一些比我们高明的读者,运用自己的智慧和判断,对中国传播学的发展道路提出新的设想。

为了能真正勾画出传播学发展史与现状的整体图景,也为了能对30年有关文献资料进行细致

的收集、整理、归纳、分析，我们经过反复讨论，一再修改，最后确立了研究的主要内容和研究框架。现在摆在我们眼前的这一研究成果是由四个长篇组成的。

第一篇为编年史，也是这项研究中重要而核心的部分，带有梳理传播学科在中国大陆发展30年学术史与思想纲要的含义。研究者借用了大量的文献资料，逐年梳理了与传播学研究与发展相关联的环境、观念、人物、事件与活动。编年史内部由7个相互关联的部分组成（1）促进学科发展的社会背景与外部环境；（2）学科建设与传播学教育；（3）研究领域的开拓与相关主题；（4）主要学术活动、组织与阵地；（5）研究群体与代表作；（6）传播学的跨学科研究；（7）反思与学术争鸣。我们称此为“一纵七横”。这一研究框架是经过反复论证与表述，最后在编写的过程中得以确立下来的。“一纵”被当作历时态研究30年的一个过程；“七横”则指称共时态研究要素的组成，包括它们在空间上的伸展与交织，由此形成了现在的研究格局和内容分布。

第二篇为课题组成员所撰写的专题研究报告或综述文章，以展示本课题组成员在大量的文献分析基础上，对中国传播学研究30年重要领域的认识、理解、归纳与分析，也包括运用批判的视角，反思传播学研究中所存在的主要问题等。

第三篇为学者自述。这一部分通过学者个人学术道路的回顾，记载他们与大陆传播学发展的相互联系、独特贡献和重要的学术观点，以求更完整地反映该学科与学术群体之间相互发展的真实历史。

第四篇是部分研究者苦心收集与整理的文献资料及索引。由4篇资料与4个索引构成。这一部分旨在为读者提供深入研究、查阅检索的方便。

在我们为这本书最后一遍审读画上句号的时候，我们更加明白，在30年的历史岁月中，传播技术的飞速进步和广泛使用已经改变了我们生存的世界，各种交流和传媒所提供的世界图景也改变了我们对世界的原有认识。正是处在这样一个传播与变革的时代，讲论传播学研究的好坏得失，梳理传播学的进步发展，不可能是30年的时间所能真正衡量的。我们要找回这30年，不是想要炫耀一种满足感，那样便大错特错了。我们要接近自我，彼此相视，是要把这段历史当作促进传播学进步的关键时刻。这本书就是要从传播学发展的身前身后，既看见这门学科不断壮大的重重机遇，也看到传播学研究所显露出的种种缺陷，未来发展中所隐含的层层危机。我们把这些当作是尚未认识的、需要认识的、与我们的科学认识对象相符合的必然存在。

为此，我们的研究目的越来越明确：整理30年传播学研究的基础文献资料，梳理传播学术道路的历程与脉络，表现传播研究过程的逻辑演进线索，揭示影响传播学研究内外部学术环境的因素等。我们力图通过这本书的总序、导论，以及从各个研究领域的独特视角出发，呈现给读者的是我们系统而整体地阐述对中国大陆传播学发展30年的基本判断。

最后，我们希望我们倾心奉献给中国传播学界的这本书，能成为推动中国大陆传播研究进步、展开学术对话与批评，思考未来学术发展方向的一个交流的平台。

2009年12月18日

导 论

传播学西来，新新而起，正值中国社会变革之际。古称30年为一世。为30年的传播学术发展立传，即使书写编年史，也是一件非常困难的事情。

本书的任务是尽可能忠实地记录30年中国传播研究发展的历史，以整理、叙述、分析和研究为主导框架，梳理这一段琐碎和复杂的历史，为后来的研究者尽可能地提供翔实的资料。在这本百万字的书写中，我们也并非只是简单堆砌资料，而是积极展现自己的研究视角，这种视角折射出我们对中国传播学术史上一些问题的认识。展现这种视角的空间维度主要从以下三个方面展开：传播研究的知识生态、传播研究主体的活动和传播学科的结构。

我们希望从中国传播研究的知识生态中去探寻学科发展的社会推动力；我们希望从传播研究主体的活动来展现中国传播研究所取得的成就和面临的问题；我们希望通过剖析中国传播学科的结构来评述本学科的学术取向，并引发对学科未来发展的关注与讨论。

一、传播研究的知识生态

知识生态是知识主体与知识生产的环境性因素。在中国，任何主体的知识生产都会更多地依赖于知识生态的变革。尽管每一位传播研究的知识主体都有自己的个性特征，但是不关注传播研究的知识生态，我们就无法真正理解中国传播研究的过去、现在和未来。

在大事记部分，我们特别展现了与传播学发展密切相关的知识生态背景。所谓知识生态主要指两个方面：一是促进传播学科发展的社会背景和外部环境，二是传播教育与学科建设情况。我们试图从这两个维度向读者展示中国传播学研究的迭宕起伏与社会宏观/微观背景之间的关联。需要强调的是，虽然同样都是知识生态的组成部分，相对于社会背景和外部环境的变革，作为微观背景的教育与学科制度的建设对学科发展的影响更为直接与显著。

这种直接的影响不胜枚举：如1978年9月，高校招生刚得以恢复，中国人民大学和复旦大学就分别招收了12名和4名新闻学研究生，中国社会科学院研究生院招收了多达85名的新闻学研究生。以后，这些研究生与他们导师中的不少人，直接构成了中国传播研究的第一批有生力量，也为传播研究日后的框架与结构奠定了基础。又如，1992年，在国家技术监督局批准并公布的《中华人民共和国国家标准学科分类与代码表》中，“新闻传播学”被设置为一级学科，下设新闻学和传播学两个二级学科；到了1997年，国务院学位委员会和当时的国家教育委员会联合颁布了《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》，该目录承认传播学具有授予博士学位的二级学科资格。当传播学的学科地位得到确认后，大量资源向这一学术领域倾斜，使传播学得到前所未有的发展，无论是人员队伍还是知识生产，无论是质还是量，都处于快速增长之中。

然而,社会的宏观背景和外部环境的变革决不是可以被忽略的。它在很大程度上不但建构着传播研究的发展框架和方向,而且也直接决定着教育与学科制度建设本身。它是间接的和隐在的,但却是知识生态中至关重要的因素。我们非常认同知识社会学的主张:“不能孤立地看待思想和信仰,而是要将其视为一个整体中相互依赖的部分来把握。”^①在本书的叙事脉络中人们不难发现,任何知识生态的改善都可能在很大程度上激发传播研究的繁荣昌盛;相反则有可能带来传播研究的萧条。

与人们想象的不同,在1978年以前,中国并非与传播学完全绝缘。如果不断地追溯,早在美国传播学的萌芽时期,中国学者孙本文就已经采用了传播学的研究方法视角,在美国开展大众传播研究。稍后,新闻专业主义在中国的推进,使赵超构为代表的一批报人开始采用受众研究方法推进报业的发展。这种学界实验与业界的应用交相辉映,其研究态势原本可能催生传播学在中国的出现,但日军侵华中断了这一过程。

新中国成立以后,美国传播学逐渐成型。传播学的引介工作在中国人民大学、复旦大学等高校悄然进行。为数不多的一些传播学典籍,作为资产阶级新闻学的组成部分,以批判性借鉴的方式被翻译到国内。传播学的早期引进者是包括海外学子在内的一些高校新闻学教师和研究者。尽管如此,这一波传播学的引入工作还是受“文化大革命”的影响戛然而止。

传播学为什么在1978年以后才会传入中国,受到越来越广泛的关注,这与该学科发展的外部社会环境密切相关。在新中国成立后30年,整个中国社会科学处在困顿之中。尽管1956年4月28日,毛泽东在中共中央政治局扩大会议上提出“百花齐放,百家争鸣”的方针,提倡文学、科学研究的思考自由、辩论自由、创作和批评自由,为中国学术界的发展创造了生长条件,但这一思想并未得到真正贯彻。“双百方针”主要针对学术要摆脱教条主义的框架,而非开放性地鼓励借鉴西方的社会科学理论。由于当时过分强调资本主义社会与共产主义社会二元对立,以意识形态为中心,以阶级斗争为纲,自1952年院系调整之后,中国的社会科学就几乎全体陷于停滞,社会学、政治学被彻底取消,心理学被认为是伪科学,社会心理学被全盘否定,经济学也只允许马克思主义政治经济学一枝独秀。这种知识环境不可避免地成为传播学在中国萌芽的主要障碍。

1978年以后,传播学随着改革开放得到发展,主要以译介和外来讲学等方式引入中国。其中,复旦大学的郑北渭先生对引进工作有特殊贡献。早在20世纪50年代,他从美国衣阿华大学传播学专业毕业后回到复旦大学任教,如果不是受到当时社会环境因素的限制和影响,郑北渭完全有可能更早地向国内新闻学界系统介绍传播学。由此可见,1978年前传播学播种实验的最终失败与当时知识生态有直接关联。毫无疑问,改革开放从三个方面为传播研究创造了适宜的知识环境。

一是追求思想上的自我解放。在放弃阶级斗争及其意识形态的同时,提倡科学,科教兴国的思想渐渐成为新意识形态的主导。在1978年3月的全国科学大会,邓小平提出了科学技术是生产力,强调知识分子是劳动人民的一部分。1995年,党政领导核心进一步倡导科教兴国战略,社会科学不但解决了自身存在的合法性问题,而且作为重要的体制性存在,在一定程度上,还成为政治决策倚重的对象而受到了扶持。传播学融汇其中,成为社会科学大厦基础之上的一门新学科,获得了生存的合理空间和应有的学科地位。

二是向经济建设为中心的观念转变导致了社会的结构性变迁。改革开放将中国导入了一个重

要的历史转型期。传统社会面对面的互动方式在这一变革中渐渐瓦解,社会与人的流动为先进传播技术的扩散与应用提供了发展空间,同时也就为传播研究提供了大量的现实问题。正如卡尔·曼海姆所说:“我们可以断言:一个问题未成为现实问题之前,不会成为知性问题。”^②如果没有社会形态的转化,传播研究就没有存在与发展的空间。

三是打开国门,积极与世界接轨。这种变化最直接的后果是使中国的社会科学研究开始选择与西方对接,从各个方面重新获得理论来源与参照系。就传播学术发展而言,不断与国外思想交流使其具备了引介与评述传播理论、学习与使用科学研究方法的可能。

这三种变革的合力为传播学术的繁荣提供了舞台和空间。20世纪80年代至90年代中期,仅受众研究领域就充分体现出这种外部环境和社会需要对学术发展影响的力量。

陈崇山在《回顾中国大陆传媒受众调研的发展历程》一文中指出:受众研究在其草创之初,就特别关注社会转型期对传播研究提出的要求。早期的北京调查在很大程度上就是想解读者在经历了思想观念的巨大转变后,如何看待新闻媒体等问题。她认为,当时受众调研的目的在于交流民情、沟通民意、集中民智,提高中华民族的整体素质,促进社会的稳定发展。这种认识后来催生了中国的一系列受众调查和民意调查。一些研究者还考察了受众的现代性与大众传媒之间的关系等问题。这些社会结构性转型所提出的各种问题,急需知识界给予回答,为传播研究的发展提供了广阔的空间。由于受众调研向政府和其他社会部门提供了大量的决策工具和资源,运用科学方法来研究和解决现实问题,因此无论是政府还是新闻单位都很重视受众研究的应用性成果,重视这些成果对决策的影响。这一点,如果放在以阶级斗争为纲的时代,是无论如何不能想像的。在陈崇山所主持社科院新闻所与北京新闻学会调查组开展的1982年北京受众调查被认为是“中国大陆第一次采用现代科学的方法和手段进行的受众调查”。^③现在已经很难想象,如果没有中国社科院领导的大力支持和《人民日报》、《中国青年报》两家媒体的人力物力支援,这项研究是不是能够如此顺利地开展。而如果没有各地政府与媒体的密切配合,此后的多项研究又是否可能展开,这些都是问题。由此可见强调科学治国、解放思想,为受众研究提供了巨大的资源空间 and 发展的环境。

受众研究之所以能够代表20世纪80年代中国传播研究的最高水平,关键还是因为受众研究最符合当时中国知识生态和社会发展的需要。尽管如此,这里有两点要特别强调:一是知识生态的变革并不直接决定传播学的所有细节,但它仍然在很大程度上型塑着传播研究的形态和取向;二是改革开放以来知识生态的变革客观上也未必总是积极地推动学术研究。

一般说来,在意识形态较为宽松的年代,研究者在研究取向上就会更接近影响政治决策,提出的观点也相对激进。例如,在20世纪80年代中后期,随着社会科学外部环境的一度宽松,许多学者都密切地关注着新闻体制改革,其中不乏非常激进的观点言论。比如中国社会科学院研究生院新闻系的沈如钢当时是这样评价中国新闻体制的:党政不分;人治而非法治;集权过多、统得过死、干涉过宽;有些方面不按新闻规律办事;报酬上的平均主义和“大锅饭”。他设想通过新闻立法,强化中华全国新闻工作者协会的领导等方式,建立起“人民民主型”的新闻体制。^④这种较为激进的观点,在当时屡见不鲜。

而在知识生态相对恶劣的年代,研究者的价值取向就会转而回避现实政治问题。比如在1990年以后的三到五年中,对西方理论的引进也变得比以往慎重许多。一方面,许多研究者开始思考

如何通过更学术化的路径来挽救传播学,通过张显其科学方法与规范,以摆脱的意识形态困境;另一方面,一些传播研究者通过调整与西方传播学术体系的依赖关系,或倡导生产学术应用性成果等,更加明确提出“传播学本土化研究”的学科发展理念。从某种程度上说,传播学本土化的提出除了反对盲目照搬来自西方的传播研究,表达与西方传播学或对立或对应的关系之外,目的也是提倡传播研究的应用化,以提供更多的对策咨询和本土理论研究导向的结果。我们可以看到,本土化讨论的意义并不关涉当时政治敏感问题。

最为曲折隐讳的是,20世纪90年代中期中国传播学研究的转向。随着市场经济制度的确立,传播研究与发展似乎找到了一块新的用武之地。学者张咏华曾指出,在市场经济条件下,我国传播学将面临诸多课题,如:市场经济下大众传播功能的延伸;大众传播活动中经济因素的介入及社会如何对大众传播事业实施宏观控制;大众传播者的权利;社会使命及职业道德规范;受众的媒介消费行为以及传媒集团的形成与管理等等。^⑤从关注社会问题转向参与市场经济领域的变革,大众传播研究找到了新的发展空间。然而,尚未及深入研究这些理论问题,传播研究的热点就转向了媒介经营管理或是公共关系和广告方面的实务性研究。从诉求新闻体制变革向市场经济意识形态的转型,确实为传播研究开拓了新思路,但在现有规制下,这种问题及其探讨方式很可能更多地陷入对策性研究的窠臼,而忽视理论的建构。也就是说,市场经济转型与商业化的运作方式,对传播学的学术道路既可能有促进作用,也可能意味着一种消解的力量。

胡翼青在其文章中认为,在这一时期,不论是媒体机构的策划还是政府机构的决策,它们需要的都不是纯粹的理论研究。他们更关心的是实用性的对策。在他们为学术研究提供资源的同时,这种需求就会与学术研究的理论价值取向与批判意识产生冲突,而非趋于一致。如果无视这一点,传播研究者就会陷入商业研究或行政研究的泥潭,受其研究取向的限制。传播研究虽然在很大程度上有其实用性的一面,但作为社会科学的一个重要研究方向,传播学存在的合法性首先在于其理论创新。只有在理论方面有所突破,该研究领域才会具有生命力。只注重行政研究、商业研究等对策研究,而不追求理论层面的突破,传播研究不但不能成为一门显学,而且其生存的合法性也会遭到质疑。而事实上,当前中国传播研究已经出现对策性研究居多、理论性研究偏少的情况。

除此之外,传播学教育和学科地位的确立形成了传播研究资源的稳定保障,但同时学科概念混乱和发展思维不清也限制和阻碍了传播研究学术的视角、空间和自由。由于学科这一概念本身包含着对相关研究者的一整套规训,与学科地位相伴随的一系列考核指标和专业导向很可能会导致传播研究的急功近利。

杨瑞明在《跨越与开放:中国传播学跨学科研究30年历程与意义探寻》一文中特别指出了传播学的跨学科性质,跨学科研究对于中国传播学的作用与意义,探讨了中国传播学跨学科研究的起点与归宿等问题。目前,学科局限性所带来的问题已经浮出水面。为了完成对于专业研究者的量的考核指标,大量应景之作纷纷问世。这些研究既缺乏理论贡献,也缺乏实用价值,严重败坏学科的声誉,对于当代传播研究而言,这是一个不可忽视的问题。

30年来,改革开放为传播学构建的知识生态,总体上是有助于传播研究的进步与繁荣的。我们看到,促进学科发展的物质资源越来越丰富,意识形态的宽容度越来越大,传播教育与学科建设越来越制度化、规范化,这是不容否认的事实。即使发展中有过这样那样的波折,但其推动力

远大于其阻碍力。可以说,传播研究主体只有对自己所面临的知识生态有更为清醒的认识和更为历史性的深刻思考,才能从一个自发的研究者成为一个真正自觉的研究者。因此,深入了解传播学科发展的社会背景和外部环境,从传播教育与学科建设这两个维度的史实出发,对于理解中国的传播研究至关重要。

二、传播研究主体的活动

1978年,经郑北渭先生翻译,华伦·K.艾吉等人的两篇文章《公众传播工具概论》、《美国资产阶级新闻学:公众传播》正式出现在复旦大学的刊物《外国新闻事业资料》上,传播学终于堂堂正正地进入了中国,这也正式拉开了中国传播研究主体活动的序幕。

研究主体对于一个学科的发展至关重要。本书试图从研究群体、学术组织方式和学术争鸣与反思等三个维度,展示中国传播研究主体的活动。

在传播学进入中国的早期,研究者对传播概念和理论的认知是从翻译开始的。在1990年以前,传播学的译者集中在南北两地,主要有北京的中国社会科学院新闻研究所(现为新闻与传播研究所)、中国人民大学、北京广播学院(现为中国传媒大学)和新华社以及上海的复旦大学等地,译者数量不超过50人。他们从图书馆、学术交流或私人交往等有限的渠道,获得一些传播学原作。译者的专业背景大都是新闻学,主要研究方向为新闻理论或中外新闻史。尽管早期的传播研究者几乎把所有的精力都放在译介上面,这一时期译著数量还是非常有限的,就译著出版而言,没有超过10部。由于早期资料难得,译介行为随意性大,译作内容比较零散,因此传播译事尚处在不成熟期。1996年的第五次全国传播学研讨会期间,在潘忠党的倡导和组织下,十几位中青年学者有感于传播研究文献不足,提出要系统翻译一批传播学原著的想法,以推动学界对传播学的整体认识。自此以后,传播译事有了长足的进步。特别是进入新世纪之后,传播译著大增,图书市场上出现了多套传播学译丛。20世纪90年代末以来,几乎每一年译著出版数量都超过20世纪80年代整整10年的总量。在传播学译事方面,主要代表人物应该首推深圳大学的何道宽先生和北京外国语大学的展江先生。

在翻译的同时,传播学者也注重对引进的内容进行适当的评价分析。当时他们所从事的学术研究,基本上可用“引介”、“评析”、“讲座”、“编写”或“编译”等形式加以概括。早期比较有代表性的是张黎、徐耀魁等组织编写的大陆第一部传播学著作《传播学简介》;张隆栋、林珊等学者在《国际新闻界》对于美国的主流传播学与传播政治经济学的译介与梳理等。我们看到,这些译介很早就包括有限效果论、议程设置理论和等传播学的中层理论和文化帝国主义等学说。主要译介内容还包括复旦大学郑北渭与陈韵昭等人对传播学研究体系教材式的展示:郑北渭在《新闻战线》3~10月的连续8期中,先后刊登《传播学简介》7篇系列文章分别介绍了美国传播学的产生与奠基人、美国传播学研究成果、传播的社会功能和效果以及对西方传播理论的一些认识等方面的情况;陈韵昭在《新闻大学》第1~8期(第5期未刊),发表了7篇“传学讲座”。她以深入浅出的叙述方式,向中国学界介绍了传播的基本概念与研究现状、传播的基本要素、传播的符号、媒介与媒介的历史、传播者与受众之间的关系以及传播的效果等内容。

在编写和评价的同时,中国学者逐渐对传播学展开了研究与应用。早期的研究者除了借用传

播理论满足中国社会变革的需要外,还致力于学科教育的自身发展。在20世纪80年代末,大陆开始出现传播学的专著与教材,其中值得一提的包括:1986年,明安香主编的第一本公共关系学著作《塑造形象的艺术——公共关系学概论》出版;同年还出版了由居延安个人编写的第一部传播学专著《信息·沟通·传播》;1988年,戴元光、邵培仁和龚炜合作撰写的第一部传播学教材《传播学原理与应用》出版。从1990年起,邵培仁还试图通过主编《当代传播学丛书》,构建起一整套传播学边缘学科和交叉学科的体系。在他们的努力下,从1986年到1990年的5年间,中国有了自己的第一批约10余本传播学的教材与专著。即使这样,当时传播研究的知识生产速度仍是极其缓慢的。每一部专著的出版甚至是教材的出版,在当时都被看作是一个里程碑的出现。1990年以来,张隆栋、张国良、李彬、郭庆光、胡正荣等人的教材得到较广泛的使用。近年来,传播学知识生产的速度大大加快。现在每年教材和专著的数量几乎是20世纪80年代的几十倍。光是本书选择介绍传播研究代表著述就不下230多篇。

在本书中,张丹以传播学术群体为研究对象,从传播学、新闻学和跨学科研究三个相互交融的层面,追溯了这一研究群体的学术贡献,描述了该群体在历经第一代、第二代和新生代之后的现实面貌,同时对所存在的问题进行了分析。回顾30年传播学在中国的发展的进程,在形成和推动中国传播学研究的百川汇聚之处,一些仍在海外和港台地区工作的中国传播学者对大陆传播学研究的推动和独特贡献是不能被忽略的。从早期到现今,对大陆传播学研究影响较大的传播学者有:陈世敏、陈韬文、冯健三、关绍琪、郭中实、郝晓明、何舟、黄煜、洪俊浩、居延安、李金铨、潘忠党、汪琪、徐佳士、杨孝深、余也鲁、张锦华、赵心树、赵月枝、朱立、祝建华等人。特别是旅居海外的一些学者,他们在接受美国传播学教育训练之后,经常回到大陆讲学,推动传播研究的进步。

应该说,传播研究群体的构成经历过动荡和变化。据不完全统计,记入本书中的传播研究者已达900多人,而且这支研究队伍还在不断壮大,远非20世纪80年代和90年代初,传播学刚刚兴起时,不过“十几人和七八条枪”的状态。当然,传播研究队伍也并非一直稳步发展。在20世纪90年代初以后,在传播理论方面已经颇有建树的一些中青年学者,如陈韵昭、林珊、张黎、居延安、祝建华、黄煜、俞旭、袁路阳、苑子熙、肖月、赵月枝、潘忠党等学者或是退休,或是出国;新涌现出来的研究者常常又是昙花一现,比如潘玉鹏、刘力群、季燕京、林述安等人,刚刚做出些影响,就退出了这个领域,其原因一方面是受到个人其他兴趣的诱惑,另一方面也可能是受到市场经济体制确立的影响。文人下海经商潮的涌动不可避免地波及传播研究者们,使他们在个人道路的选择上显得非常焦虑。

在当时的历史条件下,传播研究主体的焦虑是可以理解的。传播研究急需获得社会的认可,但学术研究赖以生存和发展的各种资源相对还比较贫乏。在1997年以前,由于传播研究没有一级学科地位,资源的匮乏是学科发展最主要的瓶颈。比如说,纵向课题经费很少,也没有教育部基地建设的拨款。由于缺乏资金和体制的保障,学术交流活动的开展、学术组织和学术阵地都非常有限。这种情况一直到20世纪90年代末期才有所改观。

从学术交流的角度来说,由于资金与人力方面的缺乏,国内的传播学术交流是非常有限的。在20世纪80年代,全国性传播专题学术会议平均每年都不到一次,每一次会议,尽管参加人数不多,但都会受到学界的高度重视。正因如此,四年一度的全国传播学研讨会在传播学术圈内被

看作是传播学最高级别的学术会议。同样是因为资金的问题,国际学术交流活动的开展规模也是很小的。当时,很少有国际传播学术会议在大陆召开。迟至1985年6月,复旦大学和上海外国语大学才同时举办了两个传播学国际研讨会。这也是大陆召开的首次国际传播学研讨会。此后10多年间,此类国际学术会议仍很罕见,应邀来中国大陆讲学的国内外学者也很少。每一位学者前来讲学或开会,比如内川芳美、施拉姆等人,都会引发学界很多关注,而应邀到国外开会或讲学的中国学者寥寥可数。早年能够经常参加国际会议的学者主要是复旦大学的郑北渭、居延安等。

这种状况在2001年后得到很大改观。随着学术组织的增加,学术会议主办者也在增加。主要会议有全国传播学大会、中国传播学论坛、亚洲传媒论坛、中国青年传播学者研讨会、新闻传播学科研究生年会,包括在北京举办国际传播学年会等。由于学术资源逐渐充足,尤其是资金和队伍的充足使传播研究的学术交流变得空前活跃。在国内学术交流方面,每年召开的传播学论坛和两年一届的“中国传播学研讨会”相得益彰,成为吸引全国乃至海外传播学研究者的学术活动,而分支学科的会议,比如人际传播论坛、组织传播论坛、新媒体传播年会,名目繁多,层出不穷。在国际学术交流方面,不但许多国外的专家频频到国内讲学,参加国内举办的学术会议,国内的学者也非常频繁地前往国外访学或参加国际学术研讨会。国内学者能与国际学界的前沿领域同步接轨。在学术阵地方面,资金的充足不但使期刊杂志不断为传播学扩版,而且还增加了许多新闻传播类的集刊。自20世纪90年代初开始,还形成了在一些重要学术会议之后出版会议论文集的传统。大量的出版资助用来促进专著出版,大量的传播学博士论文也得到了广泛传播。在传播的学术组织方面,不但有了全国性的传播学二级学会和三级学会组织,还有了传播学的各种分支学科委员会。从1982年开始,本文所记载的国内外大小传播学术会议共有189个。

早期,学术阵地的数量也很有限。由于人力、物力和财力的短缺和其他的一系列众所周知的原因,许多在1978、1979年创办的刊发传播学论文的学术阵地纷纷夭折,比如复旦大学的《外国新闻事业资料》(1980)和《新闻学研究》(1985)就因为人手和资金不足而停刊。在1989年,两份经常刊登传播学论文的杂志《新闻学刊》和《新闻学会通讯》被停刊。1990年以后,《新闻广播电视研究》与《北京广播学院学报》合并,而许多地方党报所办的研究刊物像《新闻理论与实践》也纷纷停刊。1978年复刊的《国际新闻界》在20世纪90年代初一度曾因为效益不好而改办成一份通俗娱乐类杂志。即使有一些阵地始终坚持刊发论文,但他们刊发的一般都是新闻学研究或新闻业务方面的论文,传播学的论文数量很少。据统计,在整个20世纪80年代,《新闻学刊》、《国际新闻界》、《新闻大学》和《新闻广播电视研究》是较为集中发表传播研究文章的四本期刊,在此期间共出版有137期,共发表传播学论文295篇,传播学论文的数量仅占所有文章数量的11.9%。“通常只有在召开全国传播学研讨会的那一年前后,传播学论文的比例才会明显提高,才会出现一些重头文章。其他年份就很少能看到传播学论文。而且从版面的分布来看,四大期刊都没有常设传播学专栏,《新闻大学》、《国际新闻界》与《新闻广播电视研究》上有相关的不常设专栏。除《国际新闻界》以外,传播学的文章常常不是头条或第一板块的内容,有时会零散在不同的栏目中,有时甚至被排在期刊最不重要的位置上。”^⑥

20世纪,中国大陆不曾出现过专门的传播学术组织,大量的传播学者是在新闻学的学术组织中活动的。2006年,大陆第一个经民政部登记注册的全国性传播学术团体,全称“中国新闻文化促进会传播学分会”,简称“中国传播学会”,在河北保定宣告成立。第一任会长是明安香,现任

会长为尹韵公，秘书长是杨瑞明。

尽管早期研究主体的数量有限，但他们在学术争鸣上却很活跃。张威的研究结果表明，30年来，传播学界有5次较大的学术争鸣。在1980~1990年中期的10多年时间里，多位学者就传播的译名问题、学科的研究方法问题、传播学本土化的问题、发展传播学的问题以及互联网传播问题等，进行了集中而热烈的讨论。其中又以传播学本土化问题的争论最为激烈。

从研究主体之间的学术争鸣来看，自20世纪90年代中期以来，传播学界的争鸣现象减少很多，更遑论形成争鸣的传统。偶尔有点争鸣，参与者也只是寥寥数人，屈指可数。似乎随着从事这一职业人数的增加，理论的争鸣反而淡化了。这可能与当代传播研究者的生存环境与对学术价值尺度的判断有关：不仅一系列用以考察学者的量化指标被创造出来，而且追求核心期刊论文数、CSSCI来源期刊论文数、国家社科基金课题数量、横向课题经费、省部级科研奖励甚至是SSCI论文数，做“有用”和“有效”的学问成为一部分学者的追求，像“理论争鸣”这样吃力不讨好的事，确实很少有人愿意涉足太深。学术圈内一团和气、对话贫乏，与行政关系密切的学科体制保持一种平衡感等，这些问题对于一个新兴学科的发展而言，无疑会形成阻碍。

30年过去了，从研究群体的数量、规模与可支配的资源来看，当下中国传播研究几乎可以说与上世纪80年代形成了鲜明的对比。这主要体现在以下几个方面：

一是研究队伍的快速扩张。随着新闻传播一级学科地位的确立与市场需求的不断推动，到2008年底，中国高校所开设的新闻传播类专业，已经接近1000家。尽管这些专业的教师并不全是传播学的研究者，但传播学研究队伍呈几何级数的巨大扩张已经成为一个不争事实。对于学者人数的陡增，有一组数字对比几乎能说明一切：第一届全国传播学研讨会20多人与会且没有一篇论文（有几篇介绍性文章与译文，构成了后来的《传播学简介》一书），第十届全国传播学研讨会200多人与会且收到300多篇论文。

二是研究队伍迅速地专业化。与20世纪80年代不同，大量传播专业科班出身的博士在不断地充实着传播学的研究队伍。他们受过较为专业的训练，理论研究的视野相对开阔，学术研究的起点较高，也乐于以传播研究为自己的安身立命之处。一批早年以从事新闻学研究为主的学者如陈力丹、黄旦等也开始热衷于大众传播研究，并把主要精力放在了传播研究上。这一切都使传播研究的队伍迅速地形成自身的话语体系、研究方法和学术规范。

三是研究需要的各种资源极大丰富。随着“211”、“985”等计划的实施以及新闻传播一级学科地位的确立，大量各种名目的课题经费被投入这一领域以资助各种研究项目。这些经费的注入为传播研究领域的学术繁荣起到了重要作用，起码，研究主体再也不用为生计问题而考虑是否要下海经商了。大量的学术研究资源不仅能够帮助稳定扩大传播研究的队伍，而且有利于知识生产的全面推进。

三、传播学科的结构

在本项研究中，我们以研究领域的拓展及其相关主题为主要指标，考察构成这一学科领域的传播学研究。从这项指标的历史对比来看，传播研究在中国的发展呈现出以下几个特点：一是突破和超越了新闻学视角；二是传播研究观念趋向多元与综合；三是试图建构完整的传播研究体

系；四是从宏大叙事向注重研究事件与细节问题转变；五是从单一领域的突破到多个领域的深化。

传播学在中国的兴起对传统新闻学产生了巨大冲击。除了少数研究者，如沙莲香教授等是社会心理学研究者的例外，中国的传播研究者早期多是新闻学专业的教师和研究人員，他们多数人以前曾经有过报业和宣传从业人员的经历。众所周知的是，在不同的国家，传播学兴起所倚重的学科几乎是完全不同的。在美国，传播学的兴起倚重的是社会学和心理学，在德国则是哲学与社会学，而在加拿大则是文学与政治经济学。那么在中国为什么是新闻学者而不是社会学者或其他什么学术研究共同体对传播学产生了兴趣呢？

今天看来，当时的新闻学者青睐传播研究的主要原因是：他们既可以把传播学当成一种新兴的科学方法或视角加以利用，服务于当时如火如荼的新闻改革实践，也可以将其当作西方资产阶级的新闻学加以批判。早在1982年，施拉姆来中国讲学之前，不少新闻学研究者就已经从余也鲁译述的《传播学概论》中了解到美国传播学的主要思想。由于施拉姆的理论体系与新闻学有着密切的亲缘关系，因此当时有不少学者坚定地认为，传播学就是美国资产阶级新闻学。

如此理解传播学是因为当时中国的新闻学已经遭遇到用传统和教条的党报新闻理论根本无法解决的矛盾。在今天可以看到的各种访谈中，有不少早期的传播研究者形容说，当他们看到传播理论时，简直如获至宝，仿佛看到了另一个世界。尹韵公在他的博士论文《中国明代新闻传播史》一书中就是这样来描述传播学意义的：“经过传播学的洗礼，新闻学的研究面貌焕然一新。倘若没有传播学给我们造成思想认识上的革新，新闻史研究可能至今仍然徘徊在荒寂的羊肠小道上，许多有生命、有灵气的史料可能还躺在偏僻的角落里，上面落满灰尘，不为人们所注意。可以肯定地说，如果没有传播学的启发和帮助，我的博士论文将显得非常单薄。”^⑦相对而言，其他学科则没有这样迫切的研究需求，更谈不上有什么眼前一亮的惊喜。

从历史上看，施拉姆的中国之行，更是增加了新闻学者们在科学的传播研究的期待和好感。1982年4月，施拉姆应安岗的邀请在余也鲁的陪同下到广州、北京、上海等地进行讲学。这次大陆之行的访问与讲演被余也鲁先生称作是“传播学进入中国的破冰之旅”。施拉姆在北京的讲学突出了传播学的起源与新闻学之间的关系。^⑧在此之后许多年，中国的传播研究者们仍然坚信，传播学是主要服务于新闻业的，直到世纪之交，人们才开始注意到传播学与大众传播学的关系，注意到区分传播学与新闻学学科属性之间的差别等。

由于新闻学是一个比较敏感的领域，因此用传播学来研究中国的新闻业必须得到制度的认可。在学科的地位被重新确立之后，运用科学方法来研究中国社会传媒业的现实，并为高层决策提供尽可能多的科学依据，已经成为可以接受的事实。用所谓的科学的传播学来改造新闻学，能为新闻体制改革研究和新闻学术自由争取更多的空间。这可能是当时新闻学者对传播研究倍感兴趣的一个重要原因。但是早期中国的传播学很快接受了以施拉姆的科学主义传播学为主导的研究观念，传播效果研究占居中心位置，定量研究方法受到推崇，对传播研究中的批判学派等相关理论领域的开掘相对滞后。这种落后主要表现在，对构成其他研究传统的研究观念、理论背景及关键概念的认识不充分，研究问题不明确。

在当时，为数不少的传播研究者认为自己所依据的美国主流传播理论与方法，就是客观的，就是科学的，甚至就是真理。比如陈韵昭就总结说：“他们（指西方传播学）对传播过程的解剖

是比较细致的；他们对传通效果的分析，不据主观推断而凭实际调查；他们已经摸索出来的若干传通模式，是符合客观实际的。”^⑩当然，我们也不能排除当时有些研究者是故意这么包装施拉姆的传播理论来应对来自意识形态极“左”思想的阻力。

当时，批判学派和媒介环境学派的译介尽管也在开展，但一度被中国的新闻学研究者视而不见。《国际新闻界》从1979年开始就译介了大量美国批判学派学者如赫伯特·席勒的原文，而且篇幅相当大；此后又通过霍洛伦、怀特等人的文章向中国读者介绍了威廉斯、霍尔、凯瑞和麦克卢汉等学者的理论。但当时的部分传播研究者认为这些批判理论与当时中国马克思主义新闻学的路数有相似的地方，不是科学的研究，也与新闻学没有太多的关联，因此就将其束之高阁。批判学派在相当一段时间内几乎完全被人遗忘。90年代中后期，在李彬、陈卫星、单波、石义彬等学者的努力下，学界更多地意识到传播学不仅仅只有实证主义这一种学派和研究方式，促进科学进步的工具和方法还有很多，还有更为有效的理论与概念可以用来说明传播领域的某些现象。

进入21世纪，传播理论出现多元化的趋势。文化研究、政治经济学派、后现代主义、女权主义的研究开始为这个学科耳熟能详，而这些研究在以前似乎与新闻这个学科毫无关联。似乎在一夜之间，原本贫瘠的以大众传播为中心的传播研究忽然变得熙熙攘攘起来。特别是在媒介环境学的思想谱系被译入中国之后，一时间伊尼斯、麦克卢汉、梅罗维茨、莱文森等学者的思想影响显著。自此，在中国传播研究范式三足鼎立的观点基本形成，而新闻学取向的传播研究在传播学中的主导性地位渐渐告一段落。

与此同时，对实证研究方法存在缺陷的批判与对话也此起彼伏。一时间，话语分析、人种志、个案研究、框架理论、符号互动论等一系列新的认识论视角与方法被传播学者大量采用。尽管这些方法的运用并非恰当和成熟，但已经对以实证主义为主导的理论和方法体系产生了重要的冲击和影响。另外，批判和反思实证主义理论与方法的专著和论文也不断问世。当然，我们无意于否定实证研究的重要性与其学术价值。但如果它的一枝独秀而否定其他理论和方法的合理性，拒绝在不同思想的碰撞中不断前进，那么实证主义取向就是不可取的。显然，批判学派、文化研究、媒介环境学等理论方法的引进，为传播研究的多元化奠定了一定基础，也给传播研究带来了更大的发展空间与活力。

在20世纪80~90年代早期，在传播跨学科研究领域，几乎没有什么特别值得书写的大事。但是进入21世纪之后，传播跨学科研究几乎可以说是全面地开展起来，在这一方面可以书写的内容就相当充足了。传播社会学、传播心理学、传播美学等领域的研究突然间变得非常繁荣，几乎完全模糊了传播学科的边界。而且这种综合研究往往对传播学既有观念产生较大的冲击，因此往往引人注目。

从上述变化来看，这种新闻学导向的传播研究在世纪之交有所转变。这种转变主要体现在：实证主义研究的主导地位受到了冲击；新闻学的主导性视角被迫终结；传播学研究的观念、方式、方法和内容等出现的理论范式引进上的相互竞争或综合。然而，我们对这些理论在中国应用时所遇到的问题，以及构成该理论范式的关键概念等，都还缺少从历史到现实的认真研究。

在20世纪80年代，给人留下深刻印象的是第一代学者通过不断努力，试图为中国传播学研究构建一个整体的理论框架体系的倾向。一些学者撰写的传播学教科书不断朝向这个方向，设计