



求是书系·传播学

Asian Communication Theory

本书关注亚洲意识和亚洲声音在全球传播时代的觉醒与现实,主张重塑亚洲传播理论的认识与想象,以亚洲文化多样性为背景,以东西方对话为前提,以当代亚洲情境为基本立足点,既探讨了亚洲古典传播理念的丰富价值,又阐述了亚洲传播研究面临的现实问题和发展走向,对亚洲传播理论的产生、演进与历史经验进行了全面、详细的理论勾勒,并通过丰富的学科脉络探讨了亚洲传播理论在区域政治、跨文化、大众媒体、新闻、广告、电影等领域的应用。

Asian
Communication Theory

亚洲传播理论

—— 国际传播研究中的亚洲主张

邵培仁 等著

Asian Communication Theory: Asian Perspective
in International Communication Studies

全书多学科交叉,多角度观照,观点新颖,资讯丰富,视野开阔,论证谨严,语言精练,在全球传播研究和中国传播研究之间构建了沟通互动的桥梁,能为同心打造亚洲命运共同体乃至人类命运共同体提供相应的思路与启发。

Asian Communication Theory



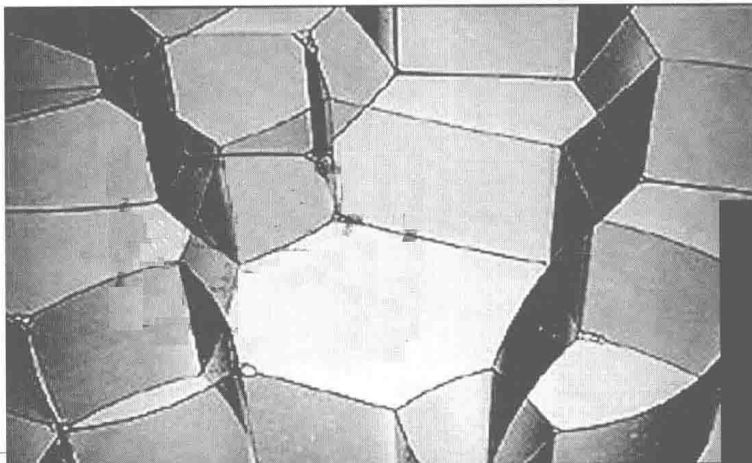
ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



求是书系·传播学
Asian Communication Theory

Asian
Communication Theory



亚洲传播理论

—— 国际传播研究中的亚洲主张

邵培仁 等著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

亚洲传播理论:国际传播研究中的亚洲主张 / 邵培仁等著. —杭州:浙江大学出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-308-16649-2

I. ①亚… II. ①邵… III. ①传播学—研究—亚洲
IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 016924 号

亚洲传播理论——国际传播研究中的亚洲主张 邵培仁 等著

策划编辑	徐 婵
责任编辑	杨利军
文字编辑	陈 翩
责任校对	沈巧华 张振华
封面设计	周 灵
出版发行	浙江大学出版社 (杭州天目山路 148 号 邮政编码 310007) (网址: http://www.zjupress.com)
排 版	浙江时代出版服务有限公司
印 刷	杭州日报报业集团盛元印务有限公司
开 本	787mm×960mm 1/16
印 张	24.75
字 数	418 千
版 次	2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-308-16649-2
定 价	56.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>



绪 论

长久以来,亚洲在区域传播学领域乃至国际传播领域仅有微弱发声。在引进与效仿美国新实证主义范式的过程中,传播学理论在亚洲的本土视角与本土方法始终未能有效呈现。正如白永瑞所指出的中国的知识分子缺乏“亚洲性的展望”^①。这种强烈的世界观念或许也是整个亚洲世界所面临的问题。亚洲作为世界板块的重要构成,究竟以何种时空结构塑造自身文化与传播观念?亚洲内部的多元文化板块何以承载整合式的传播经验,如此大的一片土地又该怎样建构自身独特的传播理论体系?亚洲传播理论体系的建成对亚洲参与全球互动有何意义?中国在亚洲传播理论的建构与实践中又应承担起何种角色与责任?在当下的亚洲传播研究中,随着20世纪八九十年代亚洲经济、文化结构的调整与优化,对亚洲文化认同及文化自觉的探讨逐渐进入传播学领域,亚洲试图建立一种独立的文化身份与话语体系,重新确立自身在国际传播乃至全球传播领域的地位。

一、亚洲传播理论的产生与发展路径

传播学诞生于美国的历史经验伴随着美国发达的政治、经济及文化体系建构起传播学理论的基本雏形,其以文字、图形和数学公式等表述的种类繁多的传播模式及综合多学科、多视角的研究方法——如对信息传播本质及机制的阐释、演示计量传播的过程及效果、预测未来传播的趋势与结构等方法——都在世界传播学领域占据不容置疑的首要位置,美籍传播先驱的大名在传播领域更是如雷贯耳。亚洲学者对传播理论的欧洲/美国中心主义范式的跟从与效仿造成了传播学理论的本土化困境。可以说,一直以来所谓的“人类”传播理论贴的是“美国制造”的标签。

^① 白永瑞.思想东亚:朝鲜半岛视角的历史与实践[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2011:115—116.



关于亚洲传播理论转型以及建构亚洲传播理论体系的呼声正在持续强化,对突破美国传播理论一统天下之格局的努力和针对其信息霸权的抵抗时刻彰显着边缘文化主体试图突破界限的努力。在对以机械论、还原论为根基,纯科学的价值中立观点和实证主义的研究思路不满足,视人类传播中的传播伦理之以所谓的自然论和个人主义为中心的人性假设为深重缺憾的当下,亚洲学者开始感受到传播现代化进程中的种种危机,如媒体内容低俗化与同质化、人文精神缺失、信息鸿沟扩大、被媒介化等。当下已有不少亚洲学者开始着手建立传媒理论的“亚洲中心”或者说是“亚洲范式”,传播理论的亚洲中心学派已然出现并壮大,他们的发展尽管还欠成熟,但其研究视角之多元、立意之新颖、触角之深远以及胸怀之开阔为亚洲传播理论的建构与“亚洲主张”的发声创造了更多可能。

从建构亚洲传播理论的发展路径来看:

(一)亚洲传播理论的建构起源于对传播理论“欧洲中心主义”的批判

欧洲中心论的概念萌芽于古希腊时期,古希腊和古罗马的学者率先从政治、文化、气候、环境等方面将古希腊、古罗马同其他地方区别开来。16、17世纪欧洲各派的思想家则将欧洲看作历史发展的最高级别,并具有用欧洲文明征服世界的意识。18世纪西欧各派的思想家对“欧洲中心论”的明确提出使欧洲中心主义成为一个“包括政治制度、民俗文化传统、社会经济形态等各方面特点的复杂的概念”。19世纪后,各个学科领域对“欧洲中心论”的系统论证使欧洲中心主义成为世界范围内广泛接受并使用的科学术语。而20世纪以后反欧洲中心主义的观念逐渐赋予这一概念新的意涵^①。

欧洲中心主义是整个人文学科所面对的问题,自然也成为传播学研究需要面对的问题。在2008年台湾政治大学举办的“传播研究的去西方化:何以继?”国际会议上,绝大多数的参会学者都对传播学研究的欧洲中心主义保持戒备,并探讨了传播学理论研究如何去西方化的问题。学者 Alatas (2002)^②曾指出,欧洲中心主义是“受欧洲唯一性和优越性思想灌输而形成的价值观、态度、观点及思想导向”,与此同时,它是“从源自欧洲经验的模式、范

^① 潘娜娜.“欧洲中心论”概念的历史考察[J].山东社会科学,2012(5):30—34.

^② Alatas, S. F. (2002). Eurocentrism and the role of the human sciences in the dialogue among civilizations. *The European Legacy*, 7(6), 759-770.



畴和概念出发来理解欧洲以外的历史和社会的一种趋向”。而学者 Karenga (2002)^①则认为欧洲中心主义是“一种支配和排外的思想和行为,其基础是认为所有的意义和价值都以欧洲文化和欧洲民族为中心,其他所有文化和所有民族最多只处在边缘地位,甚至是毫不相干”。可以发现,欧洲中心主义是一种思想意识形态,它具有普遍主义色彩、笼统化和轻视化特性,传递着针对非西方传统及民族的轻视感与优越感。

无论是亚洲学者还是非亚洲学者都对欧洲中心主义展开过批判,亚洲学者斯塔柔斯塔(Starosta)和陈国明(Guo-Ming Chen)(2003)^②曾强调,“没有任何一种中心主义的倾向能凝聚成一个终极的、本质的准则去评价与其竞争的另一种中心主义”。学者维莫尔·迪萨纳亚克(Wimal Dissanayake, 2003)^③指出:“全面地看待人文主义非常重要;也就是说,我们应该认识到,亚洲和西方的人文主义是有一定差异的……必须全面地看待人文主义而非一元化地将欧洲人文主义视为人文主义的全部。”日本学者三池贤孝(Yoshitake Miike, 2004)^④则指出:“我承认,大多数人类传播理论是欧洲中心主义中‘人性’概念的表现与产物,认为欧洲中心的人性观念是文明的、理想的、进步的、普遍的。因此,我在这里大声疾呼,我们必须抱着对人类传播的本质进行重新审视、对人性的概念加以扩展的态度大力推进亚洲中心理论事业的发展。”他在《剖析传播学领域中的欧洲中心主义:亚洲中心性在去西方化理论及研究中的角色》^⑤一文中由传播学中的欧洲中心主义结构及呼吁建立亚洲中心主义入手,提出了欧洲中心主义作为整体性和世俗性的意识形态,并以“亚洲中心”的概念批判欧洲中心主义在理论与研究中的偏向。针对欧洲中心主义对亚洲传播学者的影响,他指出:“那些在西方接受教育、然后又留在西方任教或做研

① Karenga, M. (2002). *Introduction to Black Studies*. Los Angeles, CA: University of Sankore Press.

② Starosta, W. J. & Chen, G. M. (2003). On theorizing difference: Culture as centrism. In Starosta, W. J. & Chen, G. M. (eds.). *Ferment in the Intercultural Field: Axiology/Value/Praxis*. California: SAGE Publications, 277-303.

③ Dissanayake, W. (2003). Asian approaches to human communication: Retrospect and prospect. In Chen, G. M. & Miike, Y. Asian approaches to human communications. *Intercultural Communication Studies*, 12(4), 17-37.

④ Miike, Y. (2004). Rethinking humanity, culture, and communication: Asiatic critiques and contributions. *Human Communication*, 7(1), 67-82.

⑤ Miike, Y. (2010). An anatomy of Eurocentrism in communication scholarship: The role of Asiaticity in de-Westernizing theory and research. *China Media Report Overseas*, 6(2), 1-13.



究的亚洲学者似乎也是发展亚洲传播理论、挑战欧洲中心范式的合适人选。可是讽刺的是,这些学者固然同时掌握了自己和西方的文化知识,而当他们要建构亚洲传播理论从而说服西方同人、使自己得到承认时,他们却要在论述时依靠英语。不仅如此,为了更有效地与西方同人们交流自己的思想,他们常常有很复杂甚至是奇怪的政治态度,或者在文化身份的问题上游移不定。”^①总之,传播学领域中的欧洲中心主义范式已持续半个多世纪,各个地区的学者盲目接受此范式造成了很多问题。对传播学领域的西方化进行批判对亚洲来说是一个极佳的信号,它为亚洲传播研究指明了方向。

当然,国内学者针对这一问题也发出了些许不一样的声音。如台湾学者汪琪所著的《去西方化传播研究:问题转换与框架变革》^②从不断出现的关于传播理论西方化与本土化的争论入手,探讨了传播理论的问题及框架转换,其研究超越了一直以来对媒介及传播研究的“西方中心主义”进行批判之路径,换之以考察欧洲中心主义的来源、欧洲中心主义对媒介及传播研究的影响、理论生产去中心化的阻碍与路径以及建立亚洲传播理论之所必需。其论文《亚洲传播争论:文化特殊性、文化普遍性及其超越》则从20世纪八九十年代以来亚洲传播理论与欧洲中心主义的学术争论入手探寻一些还未得到解决的议题,并提出了“文化通约性”理论,认为文化通约性“强调文化相似性与对等性,而非共同性或均质化……对本土化议题来说,文化通约性将在未来文化话语中开启更广阔的视野”^③。显然其研究转变了思路,不再将东、西文化的中心主义视作敌对的彼此,而是将“中心主义”本身看作应当警惕和提防的部分。当然抱有此种观点的国内学者仍在少数,绝大多数传播学本土化的观点均将不同的文化中心主义视为彼此的对立面,极力试图摆脱对方的渗透与建构,却忽视了最应该被规避的是理论生产的“中心主义”。

(二)亚洲传播理论的建构启迪于“非洲中心主义”的提出

非洲中心主义的提出率先以区域姿态对欧洲/美国中心主义的研究范式

① Chen, G. M. & Miike, Y. (2006). The ferment and future of communication studies in Asia: Chinese and Japanese perspectives. *China Media Research*, 2(1), 1-12.

② Georgette, W. (2011). *De-Westernizing Communication Research: Altering Questions and Changing Frameworks*. London & New York: Routledge.

③ Georgette, W. & Kuo, E. Y. (2010). The Asian communication debate: Culture-specificity, culture-generalty, and beyond. *Asian Journal of Communication*, 20(2), 152-165.



展开了批判。非洲中心主义理论创始人莫勒菲·凯特·阿桑特(Molefi Kete Asante)就曾在其论著《非洲中心主义观念》^①中对后现代角色以及旧有结构的欧洲中心主义进行批判,并建立了一个社会交往背景下全新的、动态的非洲中心主义的文化概念。其著作《欧洲中心主义的消亡:对非洲中心批判的回应》^②同样延续自身研究传统,针对欧洲中心主义对非洲中心理论自主性的批判给予回应,并提出很多至关重要的概念帮助理解其理论体系,例如非洲的机构、地理位置、自我定位、主体地位、文化根源、中心意识等。他强调欧美文化长期以来的霸权主义行径导致了欧美思想的普遍化,它逐渐演变为人类文化的准则。在以欧美思想文化为准则的世界里,任何非欧美人提出的概念或理论都是具有偶然性的文化现象,都将被打上“边缘化”的标签。

“欧洲中心主义占主导地位,其不惜利用任何手段篡改事实,或用欺骗的方式混淆历史的本来面目。”^③对于非洲中心主义学者来说,欧洲中心主义的理论体系是根据欧美文化的视角对世界文化加以“引导”与“概括”,因而不具备放之四海而皆准的普遍性,又因其长久以来的文化霸权主义倾向,促使非洲中心主义学者强烈呼吁“世界在文化视角上要形成多极化,每一个民族或种族都应该拥有同样的权利,让我们能根据自己的文化经历去表达自己的文化真理,即建立把自己文化价值观置于研究中心的中心主义。”^④非洲中心主义的核心思想包括:第一,古埃及历史的史前性以及黑人创造古埃及历史的事实必须得到承认,埃及之于非洲就等同于希腊之于欧洲;第二,非洲的传统文化及价值观理应置于理论研究的中心,非洲本土文化关注黑人生存、黑人历史,这成为非洲中心主义的主要研究视角;第三,黑人和世界其他肤色人种一样,不应该被置于边缘化的位置,而应该成为文化和行动的主体并体现出其作为文化群体的身份;第四,必须尊重和承认世界文化的多样性与多极化。传播理论亚洲中心主义的研究受此启发,同样提出了亚洲传播研究的几大原则:(1)从亚洲文化中汲取理论观点;(2)扩大亚洲传播研究的地理关注范围;(3)对不同的亚洲文化进行比较;(4)使理论视角多重化、历史化;(5)正视超

① Asante, M. K. (1998). *The Afrocentric Idea*. Philadelphia, PA: Temple University Press.

② Asante, M. K. (1998). *Thirism: An Afrocentric Response to Critics*. Trenton, NJ: Africa World Press.

③ 袁霁. 非洲中心主义文学批评理论[J]. 吉林大学社会科学学报, 2000(5): 86—89.

④ Joyce, J. A. (1988). *Warriors, Conjurers and Priests: Defining African-centered Literary Criticism*. Chicago: Third World Press, 23-40.



理论问题和方法论问题。可以说,非洲学者率先以区域和群体身份挑战欧洲中心主义的姿态为亚洲中心主义以及“亚洲主张”的提出奠定了基础。

(三)传播理论的亚洲主张启航于“亚洲中心主义”并力求超越

亚洲中心学派的代表人物包括迪萨纳亚克、陈国明、斯塔柔斯塔以及三池贤孝等。他们极力主张在对古老亚洲文化寻新求变的基础上重建传播理论体系。其研究主要遵循五个基本路径。

第一,对亚洲经典文本进行深入解读,并试图提炼有价值的传播概念。迪萨纳亚克(2007)^①阐释了印度佛教学者龙树的《中观论》,进一步解析了空/空性、相对性、因果之间的不确定性以及时间概念误读等佛教思想精髓对建构现代传播理论体系的意义。石井敏(Satoshi Ishii, 2007)^②同样由佛教典籍出发,探索佛教的开悟(菩提)之道对跨文化传播的终极意义,并将佛教对东亚文化的深刻影响视作建立亚洲传播理论的思想根源。Yum(2007)^③则由《论语》经典中的“仁”和“礼”出发,与南非概念的“乌班图”(Ubuntu)对比,分析二者的共性与个性及其对传播模式的塑造,认为亚洲传播模式“在不同的语境下、在面对不同的说话人时要使用恰当的语言,同时要用正式合理的传播方式来应对不当的传播方式”。Schaefer-Faix(2008)^④通过研究美国学生学习中国和谐观念的过程探讨美国学生对中国儒家观念的理解与接受,洞察中国和谐观念的传播路径。此路径研究均援引亚洲经典文本,如《论语》《庄子》《中观论》等,提炼儒家、道家或者佛教经典概念指导传播并建构亚洲传播模式,这些理论可以供现代传播学者创造丰富的研究成果。

第二,从经典文本与现代生活互动的经验中汲取养分,并提炼相关概念。例如日本学者冈部朗一关于“修辞力”^⑤的概念,斯塔柔斯塔对甘地

① Dissanayake, W. (2007). Nagarjuna and modern communication theory. *China Media Research*, 3(4), 34-41.

② Ishii, S. (2007). Exploring the path to Buddhist Enlightenment (Bodhi) as ultimate communication. *China Media Research*, 3(4), 42-49.

③ Yum, J. O. (2007). Confucianism and communication: Jen, Li, and Ubuntu. *China Media Research*, 3(4), 15-22.

④ Schaefer-Faix, N. M. (2008). A report of American students' views on the Chinese concept of Harmony (Heixie). *China Media Research*, 4(1), 79-87.

⑤ Okabe, R. (2007). The concept of Rhetorical Competence and Security Revisited: From Western and Eastern perspectives. *China Media Research*, 3(4), 74-81.



“Satyagraha”(非暴力抵抗及不合作)^①核心哲学的概括,陈国明对华人传播中“风水”^②概念的解读以及对“报”“客气”“面子”“缘”^③等亚洲概念的阐释,Ming-Yi Wu 对美国公共关系理论及亚洲“关系”^④理论的对比等。当然,在这种两两结合的探索中,部分研究也存在对这些概念的僵化使用的问题,因此此路径尤其需要注意考察这些概念的确切历史及文化语境,留意概念随着时间及环境不断进化的事实。

第三,对传统习俗、典礼仪式以及表演活动等研究。这不仅包含对传统舞蹈、戏曲的探索,还包括对深深根植于人类传统文化记忆的民谣、风俗的研究。这类共同活动成为传播学者获取新概念及新视角的宝贵财富,可以帮助研究者获得探寻亚洲传播理论的有效模式,因为这些活动铭刻着亚洲公共参与及传播秩序的痕迹。日本学者青木保(Aoki Tamotsu)对印度及斯里兰卡佛教中“Paritta”(护卫经)^⑤的研究就是此中代表。此外,人类学家维克多·威特·特纳(Victor Witter Turner)及戏剧研究学者理查·谢克纳(Richard Schechner)也研究过人类习俗、仪式与表演,当然他们的研究并未获得像传播学者一样丰富的素材,这一文化线索较少为传播理论亚洲中心主义学者所关注。

第四,对日常生活及传播行为的关注,“观察这些行为如何被传统文化所理解并如何被纳入传统文化的框架序列中”^⑥。有学者从泰国人的“友谊”概念在工作与非工作关系中的应用来研究其独特的人际传播模式,研究发现传统的友谊概念正不断发生变化并融入泰国人的现代生活中,“泰国是一个非常复杂的社会,文化行为和交流方式会因为特定环境的不同而出现多种情况”^⑦。

① Starosta, W. J. & Shi, L. L. (2007). Alternate perspectives on Gandhian communication ethics. *China Media Research*, 3(4), 7-14.

② Chen, G. M. (2007). The impact of Feng Shui on Chinese communication. *China Media Research*, 3(4), 102-109.

③ A report of American students' views on the Chinese concept of Harmony (Heixie). *China Media Research*, 4(1), 79-87.

④ Wu, M. Y. (2005). Can American public relations theories apply to Asian cultures? *Public Relations Quarterly*, 50(3), 23-27.

⑤ Dissanayake, W. (2009). The production of Asian theories of communication: Contexts and challenges. *Asian Journal of Communication*, 19(4), 453-468.

⑥ 邱戈. 亚洲与传播伦理学评述——“亚洲中心论”[J]. 国外社会科学, 2009(4): 141-146.

⑦ Pfahl, M., Chomngam, P. & Hale, C. L. (2007). Understanding friendship from a Thai point of view: Negotiating the expectations involved in work and non-work relationships. *China Media Research*, 3(4), 82-90.



第五,从不同国家或地区入手,推演整个亚洲传播模式概况。学者李依琳曾研究了马来西亚华人的自私心理与交往行为;日本学者三池贤孝、石井敏、冈部朗一等则从日本文化、语言及性格入手探索日本视角的传播理论;迪萨纳亚克、斯塔柔斯塔之于印度;陈国明之于中国以及中国大陆提出的华夏传播理念、华人本土传播学;哈密德·莫拉纳(Hamid Mowlana)^①之于伊斯兰社会……这些研究由亚洲的各个国家或区域入手,展开亚洲传播研究的画卷,但是亚洲是一个宏大的文化概念及地理范围,目前研究绝大多数的以中国、日本、韩国、印度、泰国等为主的视角忽略了亚洲社会的文化多样性及地域差异性,中国或者东亚都无法代表整个亚洲,从亚洲的整体性入手考察亚洲传播理论的多样性是这些研究视角所欠缺的。

以上研究分别从五个不同的路径试图建立亚洲传播的理论体系,无疑他们的视角是多元的,方法是丰富的,研究结果是新颖的,并且继承了金凯德(Kincaid)与迪萨纳亚克对亚洲传播研究面向的概括和预测。尽管在众多研究中,以陈国明、三池贤孝、迪萨纳亚克以及斯塔柔斯塔等为代表的亚洲中心主义学派的研究极力推崇从古老文化经典中寻新求变,重构传播理论体系,但仍然没有建立一个完整的、系统的亚洲传播研究范式。与此同时,亚洲中心主义的概念也逐渐面临些许质疑和批判:首先,“亚洲中心”或者亚洲中心主义的概念往往会与民族极端主义及霸权色彩相联系,在概念界定及实际操作上往往容易混淆并失去理论说服力。其次,“亚洲中心”的提法不仅有可能落入二元对立的陷阱,如欧洲中心主义范式一样将东方与西方视为对立的文化结构,同时也可能在概念上形成相对于欧洲的文化霸权,正如三池贤孝所说,所谓的亚洲中心“指的是这样一种理论概念,即坚持将亚洲价值与亚洲理想置于求索的中心位置,从亚洲人民作为主体的视角出发来看待亚洲现象”^②。可见,亚洲中心主义和欧洲中心主义范式一样,都在探讨一个谁处于中心地位的问题,这无疑是不利于理论体系发展的。

眼下,随着亚洲区域政治、经济以及文化结构的转型与重构,亚洲正以平等独立的姿态与全球展开交往实践,国际传播的大格局已不仅仅推动亚洲建立自身传播体系,同时还促使亚洲地区投身到与世界其他地区的文明对话、

^① Mowlana, H. (2007). Theoretical perspectives on Islam and communication. *China Media Research*, 3(4), 23-33.

^② Miike, Y. (2004). Rethinking humanity, culture, and communication: Asiacentric critiques and contributions. *Human Communication*, 7(1), 67-82.



交往实践中。“国际传播是包括通过个人、群体、政府和技术在两国、两种文化或多国、多种文化间传递价值、态度、观点和信息的研究探索领域,同时是对促成或抑制这类信息相关体系结构的研究。”^①当然,随着“去西方化”和“国际化”呼声的高涨,“国际传播的确越来越全球化了”^②。全球传播的大格局注定了任何一个地区都无法再被动地面对“被媒介化”,伽摩利珀(Yahya R. Kamalipour)强调“全球文化是全球媒体制造出来的”^③,但全球文化的拥有者并不是全人类,而是拥有全球媒体的个人和公司,不掌控全球媒体的地区最终将丧失控制和生产信息的能力。以欧洲和美国为代表的地区与国家掌控了全球媒介与全球信息的生产和流通,东方已然被裹挟进全球媒介的“被媒介化”中。正如萨义德(1999)^④在《东方学》中所提到的,东方主义是西方“控制、重建和君临东方的一种方式”,殖民时期不同的民族因文化差异和地理界限无法全面立体地形成对对方的感知,对“他者”的认知往往是变形的、扭曲的;而在全球化时代,全球媒介对“东方”的塑造同样依循媒介主导者的思路,人们脑海中关于东方的真相绝大多数由西方媒介造就。这个传播是单向的,东方没有生产出类似“西方主义”的强势话语,“这样一个东方静默无语……这样一个东方无法抵挡”。在全球传播格局之下,东方世界不仅需要站出来摆脱被全球媒介观看、描摹、阐释、建构的命运,建立自己的传播话语和传播体系,还要积极投身于全球传播的浪潮,参与传播规则的制定和文明对话的展开。

综上所述,我们更应该在亚洲文化的普遍性与特殊性的兼容共生中找到最适合的理论资源来表达亚洲世界对传播学研究范式的思考与建构,更传递亚洲社会期待凭借亚洲主张吸纳欧美传播智慧并试图融入全球传播、展开平等意义上的交往互联之决心。亚洲主张将摆脱理论生产的“中心主义”与文化结构的东、西方二元对立,避免落入民族主义或东方主义的陷阱,以新世界的观念积极致力于全球话语的建构和表达。

① Mowlana, H. (1994). International communication research in the 21st century: From functionalism to postmodernism and beyond. In Hamelink, C. J. & Linne, O. (eds.), *Mass Communication Research: On Problems and Politics: The Art of Asking the Right Questions*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 353-354.

② 李金铨. 国际传播的国际化——反思以后的新起点[J]. 开放时代, 2015(1): 211—223.

③ [美]叶海亚·R. 伽摩利珀. 全球传播[M]. 尹宏毅, 译. 北京: 清华大学出版社, 2003.

④ [美]爱德华·W. 萨义德. 东方学[M]. 王宇根, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1999.



二、亚洲传播理论的研究对象与研究内容

(一) 亚洲共性

对亚洲传播理论的研究离不开作为地理区域和文化体系的亚洲。在历史上,从公元前500年到1500年这两千年之间,亚洲无疑是一块令人赞叹且凝聚创造力与奇迹的土地。这里有王国和大帝国,如东南亚的三佛齐、蒲甘、吴哥、占婆、大越,东亚历经王朝更迭的中国,中东的阿拔斯王朝,中亚的帖木儿帝国。这里还是大都会的所属之地,它拥有世界上最大的五座城市,并且它们都位于大帝国的核心地带。诸如德里、北京、巴格达等至今仍然是重要城市,而同时期发展的其他区域大城市大多荒草埋幽径。亚洲的数学家将“零”的概念以及代数学发扬光大,天文学家发明了领航与观测的罗盘,比任何一个地域都更早追踪满天繁星,诗人与文学家的作品名扬千古,哲学家的思考仍然影响亚洲的思想文化与法律制度。亚洲的交往传播史由佛教与伊斯兰教的扩散起步,遍布亚洲商路沿途。香料、丝绸、药品、瓷器等珍贵物品也依循同样路径流向世界各地,商人了如指掌的货币及信用制度为打通亚洲通往世界的交往之路作保,优雅精致的亚洲建筑更是让世界旅人为之惊艳赞叹。在地理上,亚洲是由个性鲜明的区位对比所构成的广袤世界,从高峰到平原,从季风雨林到干燥沙漠,广阔的地理范围构成世界上跨度最大的大洲,其中部高四周低的地势格局使河流由中部呈放射状流向四周。在文化上,令人目不暇接的文明与语言,以及形形色色的宗教传统分布于浩瀚地区。人们发现,尽管亚洲内部各个区域文化各有特色,但相似的道义、风俗与观念让亚洲凝聚为一个整体。其最为突出的特点在于亚洲世界的各种网络——从政客商人到平民奴隶、从思想宗教到植物货物——均沿着相互交错的线路迁移流动,直到提出“一带一路”理念的今天,这条交通网络依旧闪耀光芒。在大亚洲世界交往传播网络中,交汇点是商旅、政客、宗教家、文人纷纷造访聚集的城市,将这些据点连接成网络所构成的是一个由中国广州、北京起步,横跨中亚并深入印度、中东,直抵北非以及部分撒哈拉以南非洲地区的世界。纵然自然地理与文化地理千差万别,但在这复杂的传播网络中,我们依然能发现亚洲地区的共性。

第一,亚洲国家与都会均拥有凭借各种方式促进与其他地区国家和城市



交往联络的倾向。亚洲国家的交往传播往往跨越生态界限,例如南印度的朱罗王国凭借海军在政治上将印度与中南亚等岛屿国家联系在一起,成吉思汗的铁骑统治着欧亚草原和中国的农业,马匹由欧亚草原去往印度平原,稻米则由中国南方发展至北方,铁器由大马士革运往阿富汗。国家与城市的扩张壮大吸引着来自世界各地的商品与文化,这与今日全球传播格局下的欧美国家及大都会的传播网络别无二致。

第二,亚洲国家拥有极为相似的政治权力文化。亚洲的大城市及其宫廷都是政治文化以及上层文化的居所,在整个大亚洲世界中,统治者都占有相似的象征物如遮阳伞、鼓、号角、镶嵌珠宝的武器、华丽的袍服等;赠送丝绸袍服的仪式遍及亚洲,中亚国王向玄奘的赠袍仪式,伊本·法德兰将荣袍送至阿尔米许的外交任务,马欢记载的亚洲各统治者对中国舰队的致赠丝袍仪式,中亚巴布尔由大权在握的叔父手中获赠丝服等,这些均成为亚洲政治权力文化的象征仪式,在众多观礼者的注视下,传者与受者建立关联。

第三,佛教与伊斯兰教均聚焦人类共同需求,以单纯的虔诚而非个性性别、语言、族群、地域等为条件吸引信徒。亚洲的两大主要宗教均对信徒提出了以长途跋涉、苦行修炼来追求智慧知识的行为准则,这也促成了长途跋涉过程中所需的流动设施的建设以及宗教交往传播网络的发达与成熟。一系列寺庙、驿站、朝拜地绵延分布整个亚洲交往网络,这些处所让信徒汇聚一堂一同祷告,也让捐赠搭建的统治者、商人或信徒获得福报。而无论是佛教还是伊斯兰教,都为世人提供了接纳异邦、自我约束、排解纷争的制度体系,7世纪时玄奘由中国出发一路所辩论的主题大体一致,足以见得此种制度体系能促成宗教思想的广泛流通。此外,这两种宗教都没有如欧洲的基督教一般占据统治地位,这两个主要宗教不仅要彼此竞争,同时还要同其所属地域或宗教内部的各个分支派别竞争,印度纷繁复杂的宗教派别以及中国的儒释道之争等现象往往促成人们每隔一段时间便呼吁建立正统信仰,多个教派交汇之地也往往诞生极富创见的思想。

第四,旅行与商贸让新商品及新思想的传播获得格外宽容的空间。为宗教和通商建立的便利设施构筑起发达的交流网络,无远弗届的贸易社群遍布亚洲,这其中“劝君书”成为亚洲各国的一种常见文类,其内容均涉及劝告统治者开通商贸、促进交往,从信息与文化的传播中获取智慧和乐趣,这也使得亚洲世界在文化与商品上既有本地货,也有“舶来品”。

第五,亚洲人兼有外向的创新精神与内向的自我审视倾向。一方面,从



政治制度到军队建设再到科学器物,亚洲的创新精神曾一度位居世界前列,亚洲人以毫无止境、不知疲倦的态度外向探索所处的世界,医学、数学、天文学都曾发展惊人。另一方面,亚洲人更转过头来察觉内向的自我存在,并形成特定思想(此种自我意识的形成在欧洲很少见),大量珍贵自传、传记层出不穷,印度更是有无数教人生活与为人处世的书籍。

在这些共性的基础上,本书要研究的亚洲是一个地理区位、人文环境与欧洲截然不同的世界。本书所研究的亚洲由三个面向入手:历史传统的亚洲、西方经验的亚洲、现代转型的亚洲。既要聚焦历史文本,又要考察历史如何塑造今日之亚洲;既要批判西方中心主义之霸权,又要反思西方经验对亚洲的影响;既要认识新时期亚洲的发展成果,又要看到转型时期的发展阵痛。总之,亚洲的兴盛繁荣与衰退式微均不是一蹴而就的,它是过去与现在、时间与空间共同作用的产物。本书对亚洲传播理论的建构正是由地理的、文化的、历史的、政治的、经济的多个视角展开,由大众传播到人际交往、由传媒发展到国际对话,以多元维度探索传播学发展的亚洲道路。

(二) 亚洲传播理论的研究对象、基本主张与主要内容

1. 亚洲传播理论的研究对象

我们认为,亚洲传播理论的研究对象就是亚洲的传播现象,它应该既包括亚洲传播文化、亚洲传播意识,也包括亚洲传播价值、亚洲传播行为及亚洲传播准则;它同时既包括国际传播及全球传播视野下的亚洲传播,大众媒介视野下的亚洲传播,又包括群体传播和人际交往视野下的亚洲传播,还包括亚洲传播体系与亚洲传播生态;最后,亚洲传播理论的研究对象还涉及中国参与亚洲传播的新世界主义主张及行动。总之,亚洲传播理论的研究对象既有宏观的,又有微观的,既具有普遍性与广泛性,又具有特殊性和确定性。亚洲传播研究更倾向于在亚洲文化的普遍性与特殊性兼容共生中找到最适合的理论资源,通过东方逻辑中涉及的地理、空间、时间、文化、语言、宗教、思想、性格等要素表达亚洲世界对传播学研究范式的思考与建构,更传递亚洲社会期待凭借亚洲主张吸纳欧美传播智慧并试图融入全球传播、展开平等意义上的交往互联之决心。

亚洲传播研究的基本宗旨就是在亚洲世界的普遍联系中,从亚洲的核心价值体系与东方传统及其与全球传播现象的相互关系中,探索和解释亚洲传播现象的本质和规律。从国际传播研究中提炼出来的亚洲主张就是一种以



亚洲传播思想及价值体系为核心的交往理念、策略及行动,亚洲主张所倡导的重构亚洲内部认同、超越亚洲相互博弈、回归世界文明交往是其使命之所在。

2. 亚洲传播研究的基本主张

亚洲传播研究应该是一种理性的、诚实的学术研究,探寻规律,追求真理,挖掘亚洲传播的历史,直面亚洲传播的实际,以一种客观的、科学的态度分析研究亚洲传播现象与问题。亚洲传播研究的视野不只是亚洲的,也是世界的;亚洲传播研究的方法,不会是单一的,而是综合的、立体的和交叉的;亚洲传播研究的对象不只是现实的,还是历史的和未来的,亚洲传播理论、亚洲传播历史和亚洲传播实务均在其研究的范围之内。

“亚洲的目标不是战胜西方,而是学习西方。”在亚洲传播研究中,我们认为应该坚持整体互动、开放调节、动态渐进的研究方针;应该强调中西交融、古今贯通,历史、现实与未来贯穿,全球化、亚洲化与本土化兼顾;在认同亚洲价值、聆听亚洲声音、发挥亚洲优势、弘扬亚洲特色、建构亚洲话语的同时,也要积极吸纳他者的先进理念、传播智慧和科学方法,以共同促进亚洲与世界传播学术的繁荣与发展。

亚洲传播研究应该是一种着眼于对话与共享的学术研究。真理面前人人平等。如果这个世界不愿意聆听亚洲的声音,亚洲也不愿意聆听世界的声音,那么我们将不能很好地面对飞速变化的世界形势,迎接我们的将是更加不确定的未来;相反,如果我们能善待和科学地利用亚洲传播研究的成果,必将有助于世界的稳定与和谐。更进一步地说,如果五大洲不同文化间的专家学者能一起参与到亚洲传播研究中来,在一系列问题上相互交流、共同探讨、互相学习、互相补充,必将有助于获得对“整体传播学”本质与体系的全面、正确、深刻的认识。

总之,国际传播研究中的亚洲视角、亚洲思维甚至于亚洲主义和亚洲中心等亚洲学术主张不是一个空洞的学术概念,而是一个严肃的学术话题;不是地域主义或民族主义的情绪发作,而是建构面向世界、面向未来的集中了人类传播学研究精华的“整体传播学”的客观需要。

3. 亚洲传播理论的主要内容

从上述基本思想出发,本书分上、中、下三编共二十章展开对亚洲传播理论的研究。

上编“亚洲传播理论的基本内涵与文化阐释”主要探讨四个方面的问题。



(1)探讨全球传播中的亚洲意识及其核心价值,厘清传播学的亚洲道路,指出亚洲传播理论应当通过汲取、反思、超越“非西方”的批判主义取向以及“亚洲中心”理念,将本土内部多样性与东西方理论的文化话语相融合,进而检视亚洲意识在当代语境下的核心价值。(2)探讨亚洲传播研究的范式沿革及亚洲中心论的创新与局限。此部分考察亚洲传播之本质,探讨亚洲传播的阴、阳二分之道,围绕既有的亚洲传播研究范式——亚洲中心主义——分析亚洲中心论的基本架构与概念局限。(3)探讨基于东方文化的亚洲价值观核心体系及亚洲视角,从地理方位、社会、经济、文化等层面论述“东方”及“东方文化”的含义,概括与之密切关联的“亚洲价值观”及“儒家伦理”,最终论述亚洲视角的建立根源。(4)探讨国际传播视野下的亚洲交往实践、前景及发展进路。此部分内容阐述了同时具有亚洲地域文化特色和全球影响力的大众媒介传播何以存在,提出了“亚洲主义”的战略框架和具体举措,指出“亚洲主义”的现实问题和前景,在破除欧洲中心主义的普遍性、重视文化多样的横截性的基础上提出“天地人和谐传播模式图”,总结“亚洲主张”之困境及解决路径。总体来看,上编内容由远及近、由小至大展开对亚洲传播理论基本内涵及文化阐释的探索,确认亚洲在传播历史中的角色与定位,重构亚洲的知识生产体系,点明了亚洲主张在传播研究版图重扩之路上的应对之策。

中编“亚洲传播理论的世界坐标与本土坚守”由世界性与本土性相互联系、相互制约的辩证关系出发,探讨亚洲传播理论在国际传播中的策略转变,剖析不同学术传统、地理区位、文化背景下的东西方传播理论架构。(1)由多元文化主义入手,建立亚洲传播理论研究的基本框架,对比国际传播策略中的东、西方差异,同时剖析传播学术中的“欧洲中心主义”,提出亚洲中心性对传播研究“去西方化”的五条路径。(2)由地理区位及文化背景入手,对欧洲中心主义、非洲中心主义及亚洲中心论做比较研究,发现其在意识形态、政治理念、社会结构及种族宗教上的差异性,在对比西方话语和东方传统的基础上论述全球化时代中心与多元之争,提出建立传播研究的亚洲文化归属之路。(3)在本土经验与他者镜像的对比视角下,分别考察华人本土传播研究的学术起点、困境及其与传播国际化的交互关系,以国际传播学会中的亚洲元素为分析对象确认亚洲传播研究的国际位置,展望亚洲视角的未来。(4)对比美国的“新亚洲地缘”战略,总结当下亚洲局势及所处环境,概括中美地缘关系及传播策略。中编内容紧紧围绕世界性与本土性的媒介尺度,由两者联系与制约的辩证关系出发进行对比研究,从多元文化主义的视角论述了东