

文明转型书系之五 / 文明史系列读本

东西方文化发展中心主编

人类信息的沟通

传播史

钟年 余霞 / 著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

文明轉型書系之五 / 文明史系列讀本

东西方文化发展中心主编

人类信息的沟通

传播史

钟年 余霞 / 著

湖北長江出版集團
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

人类信息的沟通:传播史/钟年,余霞著.

武汉:湖北人民出版社,2007.1

(文明史系列读本)

ISBN 7-216-04932-2

I. 人…

II. ①钟…②余…

III. 传播—文化史—中国—通俗读物

IV. G206-092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 136640 号

人类信息的沟通——传播史

钟 年 余 霞 著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:文字六 0 三厂

经销:湖北省新华书店

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32

印张:3.875

字数:94 千字

插页:2

版次:2007 年 1 月第 1 版

印次:2007 年 1 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-216-04932-2

丛书总定价:135.00 元(全 24 册)

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

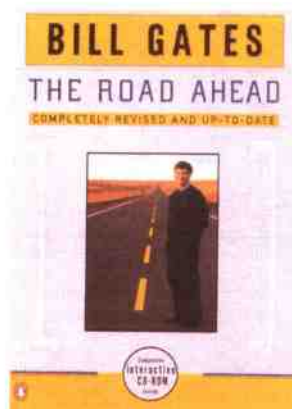
暢覽多科歷史
通觀世界文明

劉家和

著名历史学家刘家和先生题辞



镜像与自我(毕加索《镜前少女》)



《未来之路》(比尔·盖茨的作品)



挡不住的呼唤(手机)



电脑与网络



非语言沟通



新闻发布会



跨文化交流



人际互动



新闻采访



组织传播



印刷革命



都市广告(纽约时代广场)

总 序

有了人类,就有了人类的文化,进而有了人类的文明。作为文明主体的人类是如何诞生的?人类又是怎样创造、继承和发展了自己的文明?这些自古以来就是人们不断探究的问题。

人类起源是连绵数百万年甚至近千万年的过程。尽管人类起源研究中还存在不少没有解决的问题,但随着现代科学的发展,人类对于自身的起源问题已有了日益深刻的认识 and 了解。人是自然发展、进化的必然产物,同万物一样,人类亦是自然之物。但劳动创造了人,劳动创造了人类本身。严格地说,用双手制造工具这一独特的文化创造能力,才真正使人类完成了从猿到人转变的这一生物、文化的进化过程。人作为一个生物体,在漫长的劳动过程中,脑容量、外貌、体态仍在不断进化,从而由猿人进化到智人,再进化到现代人。在从猿到人转变的整个过程中,会制造工具才是人类区别于其他一切高等动物的标志。人类是在与大自然的斗争中,在制造工具和觅取食物的劳动过程中,开始了文化创造、文化累积和文化传播的活动;与此同时,人类又在这漫长的过程中不断地改造了自身的体质。

人类虽然来自于动物界,但却高于动物界。人不仅会劳动,会制造工具,还有着区别于动物的本质特征:会思维、有语言(语言是表达思维和人与人交流的工具)、有理智、能创造并传递文化。从这一角度讲,人类在长期的劳动过程中,在其生物体进化的同时,又作为一种社会动物在不断地进化、提升。所以,古代贤哲认为,“人是一种有理智的动物”、“因为理智同别的一切比较起来更合乎人性”。人类诞生以后,由于生存、劳动的需要,彼此就结成了

一定的关系,构成了人类社会,所以人又是一个“有责任的存物”、“是一个道德主体”、“是一种政治动物”。这就是人的社会性。

可见,源自动物的人,不同于作为一般动物的野兽。然而从人的社会属性来看,人的社会责任心、道德修养的程度又决定了这个人是圣贤还是败类。没有责任心和道德心的人会比野兽还残忍,因为他可以用理性作为工具去肆意实施他潜在的兽性;反之,以社会责任为己任,以社会道德不断修炼自己的人却可以成为圣贤,因为他也可以用理性作为工具去更加完善他的人性。

当人类在其文化发展的历史长河中达到一个先进的水平时,即达到一种开化的特定阶段时,如人类有了文字、公共建筑、社会分工和分化、私有制、阶级、国家及专门的科学、艺术、哲学、体育、思想、道德、风尚、世界观、价值观、信仰等,就标志着文明的到来。文明是人类运用自己的心思智力作用于自然界物质因子创造出来的伟大作品。当一个民族的创造精神作用于自然界的物质世界时,就汇合成了这一民族的文明。一个民族的文明,始终闪现着该民族灵魂的搏动,它以巨大的向心力吸引着该民族的各类成员,因而民族文明的认同构成民族认同的核心。

文明史就是人类不断认识、改造世界的历史。人类在认识、改造世界的过程中也同时认识了人类自身,并不断地升华了自己。因此,文明史也是一部人的发展史,是人类永无止境的奋斗史。

文明的发展是一个过程,这个过程永远不会终结,从远古文明直到近代文明、现代文明,总是不断地向前演进。

人类在与自然、与社会、与他人和自己的互动中,推动了社会的发展,使人类社会从蒙昧、野蛮走向文明,从低级走向高级,从分散走向整体,丰富多彩,斑斓多姿。

从人类文明史发展的时间向度来看,人类经历了古代文明、古典文明、中世纪文明、近代文明、现代文明及后现代文明;从空间的向度来看,先后出现了西亚两河流域文明、埃及尼罗河文明、希腊

罗马地中海文明、印度文明、中华文明、非洲文明、中南美洲印第安文明、西方文明、阿拉伯—伊斯兰文明；从文明的内涵来看，有物质的、精神的，其表现为有器物的、制度的、行为方式的、伦理道德的、政治的、经济的、科技的、文学艺术的等方面，它们构成了一部人类文明发展进程的恢宏、灿烂的图景。

文明的发展具有多样性和不平衡性。所谓多样性，是指各文明有着不同的类型，如中国文明属于主体内向型，西亚、北非、南亚文明则属于多元重叠型，地中海文明属于外向辐射型。所谓不平衡性，主要表现为有的文明发展中断，有的文明却一直不间断地延续至今。

各文明的发展是互惠和相依的。在文明发展的历程中，各民族之间既有自身文明的输出，也有对他民族文明的吸纳和扬弃。人类的文明就是在这种吸纳和扬弃中，在弃恶从善的搏击中得到了发展和进步，并不断向高层次的文明发展。

文明必须是物质文明和精神文明双全的。世界上没有单一的物质文明，也没有单一的精神文明。在现代文明中，当物质文明高度发展时，精神文明的发展程度尤为重要，因为精神文明的发展会促进物质文明的进步，并引导物质文明发展的正确方向。

文明发展史的主体是人，只有人才有理性、有意识、有责任、有道德。人是文明的创造者，也是文明史的推动者。然而这一切都源于人的“自我”认识程度，源于人的“自我”精神的自觉。人类精神的觉醒程度与文明史的发展是同步的、互动的。

人类生存的物质需要与精神需要缺一不可。人类在对物质需要的水平不断提高的同时，其精神需要的水平也在同步提高，人的自我意识也在逐步觉醒。人的自我意识的觉醒，人对自身和宇宙的了解，必然对物质建设起着推动作用，从而又使人对物质的需要进一步得到满足，对精神的需求也提升到了更高的水准。人的物质需要、精神需要、人对自身及宇宙的了解就这样同步互动，并循

环往复,不断提高。

不断提升人类的自我意识,可使“主我”和“客我”更趋于一致,才能使人这一行为主体和权利主体——文明史的能动主体,在人的自我与文明社会的互动关系中作一个“赞天地之化育”的自觉的、真正的人,才能更好地推动文明社会的持续前进。

人类的“自我”意识或人类的精神觉醒是如何在文明史的发展中提升的呢?著名历史学家刘家和先生指出:人类在经历自己的童年、青年、壮年的过程中,在人与自然、人与人的关系中,以及在人对自身内部结构和人的本质的了解中,经过不同层次的反省,不断走向达到自身的精神的自觉。然而这一过程至今尚未完结,它还将随着现代文明社会的转型而升华到更高的精神层次。

《文明史系列读本》不是学术专著,也不同于一般意义上的文明史教材,而是介于两者之间的具有一定学术品位的科普读物。

它不是一部整体综合性体例的著作,而是从世界文明史发展的若干个侧面,按专题叙述文明史发展进程的系列读本。

它力求在内容上具有科学性,在文风上生动活泼、通俗易懂,给读者以知识、智慧和思想的启迪。

最后,我们怀着真挚的感情,把弗朗西斯·培根在《伟大的复兴》一书序言中的一段话献给读者:

“希望人们不要把它看作一种意见,而要看作是一项事业。”

我们衷心希望广大读者关心这项事业。

编者

2006年12月

人类信息的沟通——传播史

概 述	/ 1
■ 传播与自我	/ 9
1. 传播为何物	/ 9
2. 我是谁?	/ 16
3. 从“此我”到“彼我”	/ 22
■ 人际互动	/ 27
1. 你、我、他的相遇	/ 27
2. 人际的连通	/ 32
3. “挡不住的呼唤”	/ 37
■ 组织传播	/ 44
1. 从群体到组织	/ 44
2. 组织的秘密	/ 50
3. 组织内外	/ 54
■ 四 大众传播	/ 59

目录

人类信息的沟通——传播史

- 1. 飞速发展的大众传媒 / 60
- 2. 大众传播的效果 / 65
- 3. 日渐强大的受众 / 70

五 网络的渗透 / 76

- 1. 新时代的来临 / 76
- 2. 一把双刃剑 / 81
- 3. 挑战与机遇 / 89

六 跨文化交流 / 92

- 1. 什么是文化? / 92
- 2. 跨文化的差异 / 97
- 3. 非言语沟通方式 / 100
- 4. 文化多样性 / 104

参考文献 / 111

后 记 / 112

概 述

传播(communication),或曰信息的沟通,是最基本的人类活动,可说是久已有之。在动物那里同样能看到交流信息的行为,不仅高等灵长类动物如黑猩猩、猩猩、大猩猩、狒狒、长臂猿等在群体内有错综复杂、难以尽叙的信息沟通,就是在较为低等的动物如蚂蚁、蜜蜂等“昆虫社会”中的“语言”也让人叹为观止。但是,动物的这些信息交流与人类的传播行为对比起来便大失声色,甚至可以说是判若霄壤。被视为“传播学之父”的施拉姆(W. Schramm)在其《传播学概论》的开篇即强调:“人既不完全像上帝,也不完全像野兽,他的传通行为证明他的确是人。”^①

是的,人既不是上帝,也不是野兽,人就是人。中国著名社会学家费孝通先生便曾借用弗洛伊德(S. Freud)关于超我(superego)、自我(ego)、本我(id)的说法称人为“神兽之间”。而人类的传播行为既让人区别于“兽”,也让“神”暗自心惊、妒羨不已。在基督教的《圣经》中有一个通天塔的故事,说的是大洪水后“天下人的口音言语都是一样”,于是,人们相互商议道:“来吧,我们要建造一座城和一座塔,塔顶通天,为要传扬我们的名,免得我们分散在全地上。”这件事马上引起了耶和华的严重关注。我们不妨看看耶和华当时的心态以及他随即要采取的措施:

耶和华说:“看哪,他们成为一样的人民,都是一样的言语,如今既做起这事来,以后他们所要做的事就没有不成就的了。我们下去,在那里变乱他们的口音,使他们的言语彼此不

^① 宣伟伯著、余也鲁译述:《传媒·信息与人——传学概论》,中国展望出版社1985年,扉页。

通。”(《创世纪》第11章)

建造通天塔是人类的一种梦想,梦想的实质即沟通,是人与神的沟通。所以,在世界各地的神话传说中,想要通天、登天的诉求比比皆是。这类故事集中体现在天梯神话里,所谓天梯,乃神话故事中神灵、人类或动物赖以登天之工具。仅以中国而论,天梯就有特定的高山(如昆仑、肇山、灵山等)、特定的大树(如建木、扶桑等)和五彩斑斓、横跨天际的彩虹等类别^①。在中国古代神话里,最初天地人神间的沟通似乎是可能的,《定庵全集·壬癸之际胎观第一》记录的古民谣即曰:“人之初,天下通,人上通,旦上天,夕下天,天与人,旦有语,夕有语。”但是在后来也发生了类似耶和華变乱人类口音的事件,那就是顛頊命重黎“绝地天通”,从此人界便是人界,神界便是神界,不再能随意地“旦有语、夕有语”。

上述故事中的神都有点小气,都很怕人类与其“亲密接触”,但这些故事却从反面论证了沟通对人类的极端重要性。我们还可以举出人类传播史上的重大事件——文字的产生来说明这一点。《淮南子·本经训》记载:“苍颉作书而天雨粟、鬼夜哭。”奇迹的发生,还不是因为人类有了文字这种沟通工具就有可能“穷天地之变”,从而窥见宇宙之奥秘。如果我们今天还身处神话时代,真不知道广播、电影、电视、电话、互联网等等传播媒介的出现会在神界引发多么大的震动与波澜。

沟通传播对于人的重要意义在著名的德国哲学家卡西尔(E. Cassirer)那里得到了充分阐释。卡西尔写过一本影响深远、流传广泛的著作《人论》,从标题即可看出,这是对“人的问题”的研究。书中指出人与动物的根本区别在于动物只能对“信号”(signs)作出条件反射,而惟有人才能把这些“信号”改造成有意义的“符号”

① 钟年:《天梯考》,《文献》1995年第3期。

(symbols)。卡西尔写道：“因此，我们应当把人定义为符号的动物（animal symbolicum）来取代把人定义为理性的动物。只有这样，我们才能指明人的独特之处，也才能理解对人开放的新路——通向文化之路。”^①于是，卡西尔的全部哲学大概可以总括为一个基本公式：人——运用符号——创造文化^②。

卡西尔的公式很容易让人联想起美国著名学者、文化科学（science of culture）的倡导人怀特（L. A. White）的公式：工具符号 = 文化。怀特认为人类和文化的开端在于语词之中，他和卡西尔一样强调符号对于人类的重要意义：

全部人类行为起源于符号的使用。正是符号才使得我们的类人猿祖先转变为人，并使他们成为人类。仅仅是由于符号的使用，人类的全部文化才得以产生并流传不绝。正是符号，才使得人类从一个幼儿转变为人。不使用符号而长大的聋哑人并不是严格意义上的人。全部人类行为由符号的使用所组成，或依赖于符号的使用。人类行为是符号行为；反之，符号行为是人类行为。符号乃是人类特有的领域。

符号并不只限于文字。同样看重符号与象征研究的英国著名人类学家利奇（E. Leach）在其《文化与交流》一书中指出人类符号行为的广泛种类：“我们的一般经验是，各种各样的人类行为，而不仅仅是说话，均旨在传递信息。这样一些交流方式包括写作、音

① [德]卡西尔著、甘阳译：《人论》，上海译文出版社 1985 年，第 34 页。

② 甘阳：“中译本序”，载[德]卡西尔著、甘阳译《人论》，上海译文出版社 1985 年。

乐演奏、舞蹈、绘画、唱歌、建筑、表演、治病、朝拜，等等。”^①这一切正是我们所要讨论的人类传播。因此，对人类传播史的回顾，实际上就是对人类文明史、人类社会史或者说人类创造史、人类心灵史的回顾，一句话，传播的发展正反映了人类的演进。

我们还是来看看传播学家是怎么说的吧。施拉姆指出：“研究传学其实就是研究人：研究人与人、人与他的团体、组织和社会的关系；研究人怎样受影响，怎样互相影响；研究人怎样报道消息，接受新闻与知识，怎样受教与教人，怎样消遣与娱人。要懂得传学，应先了解人与人怎样建立关系。”^②在施拉姆眼里，传播学首先是一种“人学”，这门学科最主要的关键词是“人”以及反映着人与人之间联络的“关系”。

确实，所有人文社会科学的研究对象都是人，而研究人的一个重要方面，就是研究关系。有人将人的研究概括为三大课题，即人与自然的关系、人与他人的关系、人与自我内心的关系。那么，对这诸种关系应该如何看待呢？我们以为，这些关系可归纳为两大类。第一类是交换关系。这在社会文化的经济层面上最为明显，有物质产品的交换（如物物交换或以货币为媒介的交换），还有劳务的交换（如换工制）。法国人类学家莫斯（M. Mauss）曾著《论馈赠》（*The Gift*），讲的是不同于市场经济的某种交换，莱维-斯特劳斯（C. Levi-Strauss）受此启发，建立起人类婚姻领域的交换理论，在他看来，婚姻就是若干群体间妇女的交换。其实，有一种婚姻缔结方式就称作交换婚（*marriage by exchange*），而买卖婚、服役婚又何尝不是交换。交换并不限于经济和婚姻，它在社会文化的

① [英]埃德蒙·利奇著、卢德平译：《文化与交流》，华夏出版社1991年，第18页。

② 宣伟伯著、余也鲁译述：《传媒·信息与人——传学概论》，中国展望出版社1985年，第4页。

各个层面都在进行。语言就是明显的交换,字、词、句的互相展示,实现着意义的交换。宗教则是人与超自然的交换,人类用牺牲来换回神灵的恩赐。艺术也不例外,以文会友、以诗会友、以画会友,说的都是交换,艺术品只要有欣赏者,有接受者,交换就已经发生。

第二类是契约关系。这与交换可说是一物之两面。还是先看经济领域,买东西要花钱,是常识,也是买方与卖方的契约,就是在物物交换中,也有大家认可的如“一把刀 = 半头牛 = 三张羊皮”之类的等式,否则交易无法做成。再看婚姻,大至昭君出塞、文成公主入藏,其目的在缔结两个族群间的契约,小如平民百姓互结秦晋之好,到政府领一片红纸,纸片代表的依然是有关责任权力义务的契约。语言文字,是一系列人们约定俗成的符号,艺术表现,要借助大家公认的手法,这也都是契约。就是最为玄妙莫测的宗教信仰,其基础也是人类假想的与超自然建立的契约。由此可见,交换与契约是互为因果、相辅相成的,没有契约无法交换,而不为交换又何必契约。对于这两大类关系,如果我们还想进一步概括,那就又回到了我们讨论的焦点——传播或曰沟通。无论是交换还是契约,都是在传播(沟通)的基础上达成的。

传播是传播学的研究对象,但传播学的发展越来越将自己的重心倾斜到大众传播的研究上来,这事实常让我们变得有些像忧天的杞人。顺着前文的思路下来,传播是人类的基本行为,是时时处处存在的普遍现象,拿大众传播局限它,是“隔着门缝看人——小觑他了”。而脱离对其他类型传播的深刻洞察想要透彻了解大众传播,也会如隔靴搔痒,挠不到要紧处。我们恐怕要回到传播学的开端处,重温前辈们的所作所为、所思所想。历史表明,传播学的先驱和奠基者,知识是广博的,视野是开阔的,他们在率领传播学扬帆起航时并没有限制自己,而是怀有“通古今之变、究天人之际”的勃勃雄心。

正如大家时常提及的,传播学是交叉学科,是“十字路口”,人