

# 文学传播学引论

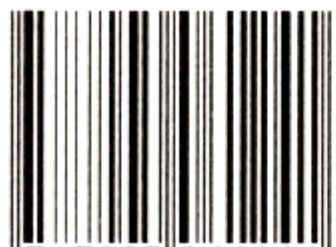
文言 ● 主编

辽宁人民出版社

中国文学与传播

# 文学传播学引论

ISBN 7-205-06124-5



9 787205 061241 >

ISBN 7-205-06124-5

定价：20.00元

文 言 男，原名文然，1962年生。辽宁大学文化传播学院副院长兼新闻系主任，教授、新闻学硕士研究生导师，台湾世新大学新闻传播学院客座教授。著有《电视艺术走向》、《新闻传播学》、《名记者论》、《电视文艺学》、《电视艺术总论》、《宣传史纲》、《玩具》等十余部学术专著，并在一些电视剧、电视专题片、电视栏目及报刊担任编剧、策划和咨询顾问。曾获中国电视文艺“星光奖”等奖项。

《文学传播学引论》是一部用传播学的方法与视角来审视文学现象的学术著作。本书的总体框架采用了传播学的传统研究模式，从“谁”、“说什么”、“通过什么渠道”、“对谁说”、“产生什么效果”的“5W理论”出发，构成了包括文学传播主体的控制分析、文学传播的内容分析、文学传播的媒介分析、文学传播的受众分析、文学传播的效果分析五个研究层面。本书中将文学传播者置于个人传播与媒介传播的双重角色的研究、文学传播的娱乐因素的分析研究、文学传播故事的接受分析研究等内容具有相当的学术新意。

**撰稿人：**（以姓氏笔画为序）

马弋飞	文 言	王 冲
王 彤	王百娣	牛健哲
冯 露	宋 妍	李 东
林溪声	魏海岩	

## 前 言

时下，太多的问题向学术界提出，要求学术界解答。

学术界的门庭若市是大规模、全方位的社会转型或社会变革所至。这样的转型或变革起于20世纪80年代初，至今有20余年，期间跨越了世纪之门，这是一场真正意义的辞旧迎新的变革。像历史上所有类似的社会变革一样，都经过一个难免的相对混乱的阶段，这是旧序解构新序建构的新旧交替所至。在这样的相对混乱中，学术混乱也随之伴生，这是因为学术中相关社会之理、人生之理的那一部分，其本身就是社会秩序的理性形态。旧序解构，当然要解构旧序的理性形态；新序建构，当然也要建构新序的理性形态。于是在这样一个相对混乱的阶段，学术活动就难免奔忙于解构与建构之间，就难免有所失措，有所浮躁，有所不循、规范。而且，从某种意义上说，现实社会生活的阶段性的相对混乱，学术解构与建构纠缠交替地进行乃是一个重要的引发原因与伴随原因。更何况，社会的解构与建构，学术的解构与建构，均离不开学术的理性指导，而承担指导之责的学术本身又正处于解构与建构的忙乱，这就更使得学术活动忙乱不堪。近年来，学术界在随时与导时、循利与述理、追西与续中、旧势与新论、正统与多元之间左奔右突，就是这种忙乱的具体化。近两三年来，大规模的社会变革渐入有序，格局渐明，与之相应的学术领域也日见头绪。解构渐成随附，建构渐成主导，而且建构的形势也日渐明朗。这是

一个时代理性积累的过程，也是深化学理涵养的过程，学术界人士都在其中，也都在学术理性的解构与建构中求静于动地进行学术修炼。付诸出版的这套“中国文学与传播”丛书，就正是一批充满活力又学力很强的中青年学者积极进行所事领域理性建构的成果，也是大家不断深化学理培养的过程性结晶。

这套书有两个突出特点，一是它对待传统的态度，二是它的生存论哲思体系。

如何对待传统，是时下学术领域共同面对的一个大问题。因为社会秩序解构也好，学理解构也好，都有个解构取向问题，即向哪个方面、循着怎样的理性脉络解构。这就涉及传统问题，因为无论自觉与否，传统都以其历史延续性构入现实，并在转向与取向中潜移默化地发生作用；建构也是一样，社会秩序建构也好学理建构也好，也都有缘何而建构向何而建构的问题，在建构问题的求解及建构实践中，无论自觉与否，大家都时时与传统相遇。有学者说，传统是现实的历史形态，说得很精辟。现实不可能是脱离历史的现实，历史就延续在现实之中，并从中规定现实。诚然，历史发展存其跳跃性，并不断地体现着断代特征，但跳跃与断代，绝不是历史的摆脱或历史延续性的切断，而仅止是历史或历史延续性的延迟到场，并且它总是随后就到，最激进的变革者们也总能在变革后的大街上随时与它相遇。传统作为历史，传统的现实化作为历史延续，就这样的与现实不可或分，这就是传统问题愈是在变革时代愈是突出的原因。

传统既在，那么传统又何在？这同样是近年来学术界关注并多有争论的问题，有视传统为习俗者，有视传统为文物者，有视传统为语言者，以至于当有些习俗或文物因某种原因而消失时，学界就有人惊呼传统无继，传统还有多少，要拯救传统。其实，习俗、文物、语言，都是传统的东西，但传统又远不止于这些东西。传统并不是单摆浮搁的存在物，它永远是

一个敞开的变体，它不断生成，并不断因时而变。就其形态特征而言，它很像人的生命或个性，每个人的生命与个性都具有相当的稳定性及不可易性，也都有明显的可辨识性，但这并不影响它的现实敞开与随时变化，儿童的、少年的、青年的、中年的、老年的，人生哪个阶段不有生命与个性贯通？但人生的哪个阶段又与它的此前阶段相同？这是传统的形态理解。这样的理解，见于“中国文学与传播”的每一部书，各部书的共同努力就是找出各自所研究课题中传统是以何种形态延续，又是以何种形态在延续变化的，又进而把这样的延续与变化突出出来，构成研究的基本思路。中国民族传统的生成性与同化力相当强大，这与它的根深蒂固相关，也与它最初形成的生态环境与适应生态环境的原始智慧状况相关。历史在久远的、冰冷的打磨中淘汰了大量不适应者，而适应者的精华凝聚为文化学家所说的文化特质或文化焦点这类东西。只要这类特质或焦点还有一点形态性留存，它就可以像胚胎一样裂变而终于又成整体亦即又成传统，它就又可以在大体相同的环境中再生出孔子、老子，再生出一个中国传统的社会发展过程与民族发展过程。这种传统的特质性追问，也是这套丛书体现于传统研究的精要。

而上述传统研究特点，作为研究方法，则属于传统生存论。对于传统生存论的研究、运用，正构成这套丛书的生存论哲思特点。有些学者习惯于按照西方的学说谱系对照中国的学术或学理研究，然后将之归入西方的某种序位，如前些年用西方的主客观论对照中国的孔子或老子，近年来又用西方的生态学说对照中国的生态论传统，用西方的现象学对照中国的浑融思维。对比研究固然可取，但以西律中或以西立中就难免扬西抑中或不着边际。生存论研究也面临同样问题，一些中国学者一提生存论就首推柏格森的生命哲学、尼采的体验哲学、海德格尔的存在论哲学等，时下，又靠上了福柯的生命体验。其



实，中国的生存论可谓源远流长，是中国的哲思传统与众学之母。它活跃于有机整体性之间，专门在生成、转化、交融、互动这些生机贯通之处探寻玄机、揭示哲理。天人合一、情景交融、象外之象、味外之旨、形神交互、风骨相间、气韵意境、体用相是，等等，都是中国古人格外用智也格外见智的地方，而这些地方又恰是避合重分的西方学术所避之不及的地方，西方人不仅对这些地方讲不清，而且他们就根本不肯面对这些地方。进入 20 世纪，西方人发现了这一点，承认这是世界的重要构成或重要形态，因此才有了柏格森、尼采、弗洛伊德、胡塞尔、海德格尔乃至福柯的相关探索，但这种探索比起中国传统的生存论，在很多方面都语焉不详，只不过西方人的传统思辨体系，使西方人后来的这些相关表述更成体系而已。

此套丛书在各自课题研究中，共同坚持着传统的生存论哲思，取象于化，求势于动，重视研究对象的有机整体关系。由于各自课题的研究对象，本身就是中国的传统生存哲思中形成的现象或文学、文学理论结晶，因此，用生存论的方法予以研究，正是解铃还须系铃人，是此招入此式，因此也就更为贴切和顺理成章。

时下对于某一大课题的集群性研究正逐渐成势，这与国家组织课题的方式密不可分，如各种国家社科选题，各种选题的工程性管理，都为这种集群性研究提供了方便，集群性研究便于展开讨论，便于思想碰撞，便于相互启发与集思广益。这些集群研究的优势，也都不同程度地体现在这套丛书的各部著作中。

高楠

2006 年 11 月 24 日

# 目 录

前言 .....	(1)
<b>第一章 文学传播者</b> .....	(1)
第一节 个人层面的文学传播者 .....	(1)
一、文学传播者的分类 .....	(1)
二、文学传播者在文学传播活动中的地位 .....	(2)
三、文学传播者传播活动的独特性 .....	(3)
第二节 作为文学传播者的大众传媒 .....	(11)
一、作为文学传播者的大众传媒的特点 .....	(11)
二、文学传播者是文学信息流通的“把关人” .....	(12)
<b>第二章 文学传播过程</b> .....	(20)
第一节 传播类型与文学活动 .....	(21)
一、自我传播与文学 .....	(21)
二、人际传播与文学 .....	(27)
三、组织传播与文学 .....	(32)
四、大众传播与文学 .....	(39)
第二节 文学传播的过程模式 .....	(42)
一、模式概说 .....	(42)
二、几种基本传播模式 .....	(43)
三、文学传播过程模式 .....	(48)

<b>第三章 文学与传播媒介</b> .....	(52)
<b>第一节 文学传播的媒介历史</b> .....	(52)
一、口语传播与文学 .....	(52)
二、文字传播与文学 .....	(54)
三、剧场传播与文学 .....	(57)
四、电子传播与文学 .....	(58)
五、网络传播与文学 .....	(60)
<b>第二节 媒介发展对文学的影响</b> .....	(62)
一、媒介发展为文学的进步开辟道路 .....	(62)
二、媒介发展促进文学接受主体的变革 .....	(64)
三、新媒介环境下文学传播面临的机遇和挑战 .....	(66)
<b>第四章 文学传播内容分析</b> .....	(70)
<b>第一节 文学传播的基本内容的分析方式</b> .....	(70)
一、易读性分析 .....	(70)
二、文学作品的类型分析 .....	(81)
<b>第二节 文学传播内容的社会理性因素</b> .....	(87)
<b>第三节 文学传播内容的娱乐性因素</b> .....	(95)
一、幻象 .....	(95)
二、性 .....	(97)
三、幽默 .....	(98)
四、解谜 .....	(100)
五、刺激 .....	(101)
<b>第五章 文学传播受众</b> .....	(103)
<b>第一节 文学传播受众的特征</b> .....	(104)
一、文学受众的接受条件 .....	(104)
二、文学受众的接受情境 .....	(106)
三、文学受众的接受意愿 .....	(110)
四、文学受众的接受心理 .....	(114)
<b>第二节 文学传播的反馈</b> .....	(117)

一、反馈的内涵与特性 .....	(117)
二、文学受众调查的方式 .....	(119)
三、文学传播反馈的类型 .....	(122)
四、文学传播反馈的作用 .....	(124)
第三节 传播学视野中的文学受众 .....	(126)
一、传播学视野中的受众 .....	(126)
二、文学受众的角色变化 .....	(130)
三、文学受众研究的趋向 .....	(133)
<b>第六章 故事接收方式和接收风格研究 .....</b>	<b>(136)</b>
第一节 故事接收的过程——自我监控下的故事接收 .....	(137)
第二节 故事接收方式 .....	(140)
一、处理复杂性维度中的简单处理方式和复杂处理方式 .....	(140)
二、经验介入性维度中的经验负面介入方式和经验正面介入方式 .....	(145)
三、意识距离维度中的感情移入方式和旁观方式 .....	(148)
四、接受限制维度中的弱限制方式和强限制方式 .....	(150)
第三节 影响故事接收方式群体趋向的一些因素 .....	(152)
一、动物对简单刺激的优先选择 .....	(153)
二、受者之间的经验差异化 .....	(156)
三、人体官能对接收活动的支持及受者之间的观念差异化 .....	(158)
四、故事传播对高要求接收方式的迎合 .....	(161)
第四节 故事接收风格——关于接收方式选择的个体差异 .....	(163)
一、处理复杂性维度中的个体差异 .....	(164)
二、经验介入性维度中的个体差异 .....	(167)
三、意识距离维度中的个体差异 .....	(175)
四、接收限制维度中的个体差异 .....	(178)
第五节 接收效益规律的干扰因素——接收方式和接	

收风格理论应用的有限性 .....	(181)
<b>第七章 文学传播的效果 .....</b>	<b>(184)</b>
<b>第一节 文学传播效果的内涵及研究 .....</b>	<b>(184)</b>
一、文学传播效果的概念内涵 .....	(185)
二、文学传播效果的类型及研究内容 .....	(189)
<b>第二节 文学传播的个人效果 .....</b>	<b>(194)</b>
一、个体自我进行文学人内传播产生的个人效果 .....	(195)
二、文学人际传播的个人效果 .....	(199)
<b>第三节 文学传播的社会效果 .....</b>	<b>(202)</b>
一、文学传播使社会群体特征更为突显 .....	(202)
二、文学大众传播的宏观社会效果 .....	(205)
<b>第四节 文学传播对其他艺术发展的主导效果 .....</b>	<b>(209)</b>
一、文学的艺术定位 .....	(210)
二、文学传播对其他艺术发展的主导效果 .....	(214)
<b>第八章 文学传播的控制 .....</b>	<b>(218)</b>
<b>第一节 文学传播受控的历史分析 .....</b>	<b>(219)</b>
一、从媒介发展的历史看文学传播的受控历程 .....	(219)
二、从传播制度看文学传播的受控历程 .....	(226)
<b>第二节 文学传播的受控方式 .....</b>	<b>(231)</b>
一、社会批评 .....	(231)
二、文学批评 .....	(239)
三、社会行政控制 .....	(241)
<b>第三节 文学传播的受控因素 .....</b>	<b>(244)</b>
一、政治因素 .....	(244)
二、经济因素 .....	(245)
三、文化因素 .....	(245)
<b>第九章 中国传统的文学传播方式 .....</b>	<b>(248)</b>
<b>第一节 语言传播方式 .....</b>	<b>(249)</b>
一、口传文学 .....	(249)

二、聚徒讲学与周游列国 .....	(251)
三、谏诤与酬唱 .....	(251)
四、宗派弟子传承与文学运动 .....	(252)
五、比乐弦歌 .....	(253)
六、戏剧表演 .....	(257)
七、行吟与吟游 .....	(258)
八、游仙与隐逸 .....	(259)
第二节 文字传播方式 .....	(260)
一、汉字的起源与发展 .....	(261)
二、汉字与中国文学的特征 .....	(262)
三、借助汉字的传播方式 .....	(262)
<b>第十章 文学研究的传播学方法 .....</b>	<b>(270)</b>
第一节 模式：文学传播研究的简便描述 .....	(271)
第二节 理论：文学传播研究的合理架构 .....	(272)
一、传播学理论对文学研究的影响与应用 .....	(273)
二、文学传播研究的具体操作方法——定性研究与定量研究 .....	(282)
三、科学的结合——定性与定量的联姻 .....	(289)
<b>主要参考文献 .....</b>	<b>(307)</b>

# 第一章 文学传播者

文学传播者指在文学传播过程中创造和传递文学信息的人，在不同场合下，既可以是某个人，如某个作家、编辑等，也可以指某个文学传播组织、机构中的群体人员，如电影摄制组、编辑部、电视剧剧组人员等。文学传播者的主体是作家和编辑，正是他们根据自己的审美理想、审美经验和社会需求，创造并传送文学信息，使文学成为滋养人类灵魂的川流不息的长河。

## 第一节 个人层面的文学传播者

个人层面的文学传播者研究，是一种微观的分析，它涉及文学传播者的社会角色、特点、素养等各种自身因素。

### 一、文学传播者的分类

文学传播者构成复杂、人数众多，因而划分也很繁复。依据不同的分类标准，可以将文学传播者分成不同的类别，主要有以下两类：

#### 1. 个体和群体文学传播者

这是依据传播者的人员构成和出现的人数来划分的。个体

文学传播者是指以个人面目出现的某个具体从事文学传播的人，如作家、编辑、编剧等。群体文学传播者指几个人或一群人组成的从事文学信息传播的团体、组织和机构。如文学团体、剧团、电影摄制组、文学刊物编辑部等。

#### 2. 专职和非专职文学传播者

这是依据传播者的身份和地位划分的。专职文学传播者是指以从事文学信息传播活动为职业的人，由此得到物质上的利益和心理或精神上的满足，如专业的作家、撰稿人、编辑、编剧，以及文学传播部门的专职人员等。这些人大多有较高的文学修养和较多的传播文学信息的经验。本章所研究的文学传播者，以专职人员为主。

非专职的文学传播者不专司文学传播，因此无需进行专门的训练与学习。他们可以自由地支配传播时间，灵活地运用传播方式，甚至随性所致，顺意为之。比如母亲在为孩子讲故事的时候，朋友之间聊天谈到当前流行的小说时可能无意之间充当了临时文学传播者的角色。

## 二、文学传播者在文学传播活动中的地位

文学传播者是文学传播活动的主体，处于主导地位。

1. 文学传播者在给文学传播活动提供对象，即客体的同时，也给受传活动提供具体的规定性

文学传播者所提供的总是具体的文学信息，如诗歌、小说、散文、电视剧等，这样，具体的文学接受活动就只能以具体的中介展开。这些文学作品的文本符号、语言特点及审美规定性就必然制约着受传者，使其按照一定的文学规律去接受。诚然，具体的文学作品及其中的人物、意象可以在不同的受传者心中呈现为不同的形态样式，就像歌德所说“说不完的莎士比亚”，但是尽管如此，说不完的仍然只能是莎士比亚。



根据异质同构原理，对象的结构形式只有与受传者的心理结构相吻合，才能为受传者所把握。没有与文学传播者赋予文学作品的结构形式相吻合的心理结构形式，想进入具体文学作品的接受和建构是不可能的，这就是为什么并不是所有人都能读懂诗歌的原因。

## 2. 文学传播者通过创造和传播文学作品，使受传者在接受活动中不断地建构自己的审美心理结构并产生更高的审美要求

与受传者相比，文学传播者在文学领域活动的时间较长，具有一定的审美把握和审美表现能力。可以说，文学传播者总体是一个时代审美要求的最高代表和象征。因此，他们所创造和传播的文学作品对于受传者来说具有强大的感召力量。久而久之，受传者的审美心理结构将得以不断地建构，并且会产生更高的审美要求。

这样文学传播者就不仅创造和传送文学信息，同样也创造新的审美主体，刺激引发新的文学接受和文学传播。

### 三、文学传播者传播活动的独特性

文学传播活动体现了文学领域独特的个性和魅力，作为文学传播活动主体的传播者，除了具备一般传播者的特点之外，还以其独特的行为方式影响着整个文学领域的发展，成就着文学作品非凡的魅力。

#### 1. 文学传播者传播目的的独特性

获得最佳传播效果，实现最大程度的意义“传——通”，是每个传播者追求的目标。为此，传播者在传播信息时，都尽量使自己的意义编码清晰、易懂，从而使受众在解码时，能够理解更多的传播信息。

文学传播者传播目的的独特性就在于：在追求“传——