

以传播的名义

——陈卫星自选集

北
广
学
者
文
库

陈卫星

WORKS OF BBU SCHOLARS

北京广播学院出版社

以传播的名义

——陈卫星自选集

北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

以传播的名义——陈卫星自选集 / 陈卫星著. - 北京: 北京广播学院出版社, 2004. 8
(北广学者文库)

ISBN 7-81085-370-8

I. 以… II. 陈… III. 传播学-文集 IV. G206-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 078336 号

以传播的名义——陈卫星自选集

作 者 陈卫星

责任编辑 蔡开松

装帧设计 源大设计工作室

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 **邮 编** 100024

电 话 65450532 或 65450528 **传 真** 010-65779140

网 址 <http://www.cbbip.com>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 装 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988 毫米 1/16

印 张 16

版 次 2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-370-8/K·189

定 价: 38.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《北广学者文库》总序

北京广播学院院长 刘继南

大学之大，在学者云集，在学术精深，在学科卓越。学术是支撑大学的精髓，学科是构筑大学的基石，学者是大学精神的化身。

钟灵毓秀，方能征峻朗之规模；敦品积学，方能垂大匠之方圆。出版《北广学者文库》，选载点滴历史，旨在反映北广学者、学术、学科的特点和风采，砥砺信息传媒后学新知。

五十年沧桑巨变，北京广播学院从最初的广播技术人员培训班，成长为以信息传播为特色的国家“211工程”重点大学；五十年春华秋实，我们倡导博大、精深、原创的学术精神，营建科学、民主、宽容的学术家园，遵循“人无我有，人有我优，人优我特”的学科发展思路，建立了符合中国国情的完整的信息传播高等教育体系。

半个世纪以来，众多北广学人在教书育人的同时，孜孜于学术研究，捧出了累累硕果。为纪念这段艰苦创业、拓荒耕耘的历史，我们撷其精华，集为《北广学者文库》，以期为中国信息传播高等

教育和学术研究事业，记录一页历史，积累一份智慧，积淀一段文化，激荡一种精神！

悠悠五十载，我们跋涉在学术创新的途中。我们深知，只有将学术、学科奠基在深厚的思想传统上，才能蓄势而发，为大学的未来开通旷达的坦途；只有营造宽容民主的学术氛围和淡泊功利的学术取向，才能造就恢弘的思想气度和博大的学术气象。我们深知，在深广而绵长的大学历史中，五十年的景观只是一个镜头、一页纪录；相对于历史悠久、学理厚重的大学，我们还显不足。只有以准确清晰的定位、广征博取的精神、非同寻常的努力，北广才能屹立于一流大学之林。

展望未来，北京广播学院将以大传播的理念、全媒体的视野，植根广播电视，面向传媒界，成为培养和造就高素质信息传播创新人才的摇篮，成为信息传播领域科学研究的前沿，成为推动信息传播科技成果向现实生产力转化的重要力量，成为中华文化与世界文明传播沟通的桥梁纽带。

实现这个目标，还需几代人付出更多的艰辛，贡献更大的智慧。我们比以往任何时候都更需要云集名家、孕育大师。他们当具有曾经沧海的深沉和洞若观火的敏锐，全球化的视野和立足本土的经验，雄厚的人文修养和独特的人格魅力，开风气之先的创新才能和批判精神。

《北广学者文库》是北广的郑重宣示：致力于奠基现代传播学术殿堂，成为现代传播智慧的滥觞；致力于培育现代传播学术传统，成为现代传播实践的先导；致力于营造现代传播精英瑰丽、群星璀璨的盛景，成为惠及群伦的精神路标。

《北广学者文库》是北广的热切期望：燃起众多学者的创造激情，让北广学术传统薪火相传；唤起莘莘学子对学术的崇敬，让北广精神通过一代一代学人从京都古运河畔启程，走向彼岸，走向远方！

是为序。

作者小传

陈卫星，四川人，北京广播学院教授，博士生导师。曾在甘肃插队。华中师范大学历史系学士、北京电影学院摄影系硕士、法国司汤达大学传媒学院信息传播学博士。曾任法国巴黎《欧中经贸》杂志主编。代表性论著有《传播的观念》、《关于传播学在中国发展的若干思考》、《西方当代传播学学术思想的回顾和展望》等，译著有《世界传播与文化霸权》等。



About the Author

Born in Sichuan Province of China, Professor Weixing Chen is currently a doctoral advisor of Beijing Broadcasting Institute. After 4 years hardworking in the countryside of Gansu Province in 1970s, he graduated with a bachelor's degree from the Department of History of Central China Normal University, and finished postgraduate study in Photography Department of Beijing Film Academy. During 8 years of staying in France since late 1980s, he got his doctor's degree in science of information and communication in University Stendhal, and worked as the Chief editor of *Europe - Chine* magazine in Paris. Professor Weixing Chen's research works have generated significant impacts on contemporary communication studies and researches in China, including *Ideas of Communications*, *Reflections about the Development of Communication Studies in China*, *Reviews and Expectations on Contemporary Western Communication Theories*. Besides, he also translated works such as work of Armand Mattelart, *la Communication - monde*, etc.

目 录

一 传播观念 Ideas of Communication

- 3 传播学是什么?
What' s Communication?
- 13 西方当代传播学学术思想的回顾和展望
Reviews and Expectations on Contemporary Western Communication Theories
- 21 麦克卢汉的传播思想
On McLuhan' s Communication Theory
- 30 关于传播学在中国发展的若干思考
Reflections about the Development of Communication Studies in China
- 40 中国现代化的传播学反思
Analyzing the Modernization in china in Perspective of Communication
- 71 关于传播的断面思维
Sectional Views of Communication
- 83 从传播出发
Starting from Communication



二 媒介空间

Space of Media

- 89 好莱坞阴影下的法国电影
French Movie in the Shadow of Hollywood
- 97 现代广告的实践策略和文化分析
Practicing Strategies and Cultural Analysis on Modern Advertisements
- 107 广告传播的逻辑
The Logic of Advertising Communication
- 116 注重参与的现代媒介文化
The Modern Media Culture with Accentuation on Participation
- 122 电视传播的个性化
——谈凤凰卫视的话语风格
Individuation of TV Communication:
Speech Style of Phoenix TV
- 126 从法国新电视台看当代电视的传播形式
Communication Patterns of Contemporary TV Program:
A Study on French CANAL Images: the Paradox in Communication
- 131 影像: 传播悖论
Symbols and Postures in the Being Space:
An Analysis of Semiotics and Human
- 138 生存空间的符号与姿态
Ecology on The Current Chinese Humanism Documentary

三 社会话语

Social discourse

- 151 经济改革的形象铭文
An Inscription of the Figure of Economic Reform
- 165 新闻事件的传播透视
News Event in Perspective of Communication:
From A Teaching Case of Graduate Student

173 网络传播的社会张力
Social Tension of Internet Communication

181 解析都市报的传播空间
Communication Space of City Newspapers

四 全球化命题 **Globalization's proposition**

197 法国主流经济思想自我剖析
Self-examination of French Mainstream Economic Thoughts

210 法国电视体制的市场化转型
On Transformation of Marketization of French TV System

219 跨文化传播的全球化背景
Globalization Background of Intercultural Communication

225 信息传播与本土文化的互动
Interaction Between Information Communication and Local Culture

232 法兰西：苦涩的胜利
France: A Saline Victory

238 美伊战争的传播膨胀
Communication Dilation of the Iraq War

一、传播观念

马克思说，科学由历史构成。为什么马克思会这样讲？人类不断对自己的行为进行反思和阐释。反思和阐释非常重要，因为通过它们可以制造话语霸权。有些学者从中发现了话语霸权和观念形成的连带关系。人类历史活动幽默地说就是不断地改写历史。学者往往以观察者的角度，从自己的基本理念出发展开提炼，许多基础知识诞生于历史性的话语形成过程。

其实我觉得传播学最重要的地方在于它是一种思想方法，而通过这种思想方法把可以和能够连接到的知识和信息加以处理，那么得出来的就是一个传播的概念。当然我们也可以理解成为调查其中的一个技术处理过程，但即使你把这一技术掌握得非常好，那你还有一个后期处理即后面加工判断的问题，你一定离不开这个传播。所以，虽然现在专业的分工越来越细，但事实上人的思维活动的联系又越来越多，多元性的特色越来越明显，你们今天很难想像你们一辈子只能从事一项职业，一辈子从事一项职业要么是非常成功要么是只能如此，不然不会是一辈子只从事一项职业。那么要使你们自己的能力有一个多元性、贯穿性、连通性、适应性等各个方面综合因素的考量，那你肯定就是要学点传播学的方法。

从宏观的视野来说，学习传播学会涉及到处理几组关系，如物理和非物质的网络。物理就是指硬件产品，从最早的那种铜线做成的电话线，到今天的那种光导纤维，就是属于物理状态的。非物质的网络就是指人际关系或者文化信息、密码遗传的这种网络，包括人际关系、权力关系、社会关系。这些都是非物质的，但是在现实生活中的主导性非常强，人与物的关系受制于人与人的关系。生物跟社会，为

什么这么讲，因为社会也是一个有机体，社会有机体的一些活动跟生物有机体是有点类似的，比如说生物的成长进化过程是通过对信息的选择来推动自己的适应过程，人类社会也是一样，你们现在能够接触到的信息在30年以前或20年以前是不可想像的，那么这就说明中国社会在变。这实际上也暗示我们把社会可以看作是一个有机体，它通过自身的系统开放，对外面吸收的信息越多，而这个信息反过来推动自己内部组织的交换和信息输出，这样来推动社会自身的增长。从系统论这个角度来说，社会的成长关系到一个社会的自我组织化的水平的提高与否。具体到个人而言，那就是指你自己能把握的东西，在你所处所在的社会内部，你的个体能自我自治的程度和内容，越来越多。

——来自作者课堂授课记录

传播学是什么？

传播这个词在西文中的拼写是 communication。在希腊文中，communication 源于两个词根：cum、munus，其中 cum 是指与别人建立一种关系，munus 意味着产品、作品、功能、服务、利益等。communication 的意思就是共享、共有。古罗马时期的政论家西塞罗（Ciceron）把 communication 定义为把握一件事情或者是与别人建立一种关系。这样，拉丁语中的 communication 的意思就是沟通、参与。后来，communication 这个词就意味着一个发送者，一个中介和一个接受者，从而界定人与人之间的传递关系和交换关系。

传播是一切社会交往的实质。只要在人们之间产生关系，只要传播活动中采取一定的技术形式和表现手段，只要有传播效果，只要存在决定传播价值导向的传播制度，就在很大程度上决定了使人们之间的社会关系更为密切和复杂的可能性。在整个人类历史中，人类一直在改进对于周围事物的信息的接受能力和吸收能力，同时又设法提高自身传播信息的能力、速度、清晰度和便利性，不断更新信息传播的技术和方法论的思考，使传播成为社会发展的生产性要素。正是在这种意义上，我们可以说信息传播技术是社会组织形式和文化模式的决定性因素。也就是说，信息传播的技术网络成为一个社会发展形态的神经系统。

20 世纪 80 年代初期，中国改革开放的总设计师邓小平在和日本等外国客人谈论中国现代化的发展战略时，就注意到发展信息传播事业的重要性，由此推动有关部门后来制订优先发展电信传播的政策。仅仅 20 来年的时间，中国的固定电话用户从 300 多万增加到 47200 万户，移动电话用户已经达到 25000 万户，成为世界上拥有最大客户群的电信传播网。与此同时，互联网上的中国网民总数在 2003 年



达到 7800 万，上网人数已经超过日本，位居全球第二。在中国有可能成为世界上最大的学习型社会的同时，也有可能成为世界上最大的信息社会。这两个领先世界的的数据透露出传播学研究对象的现实性的一个侧面。

按照福柯的理论，话语作为基本的文化符码，统一控制着认知图式、语言和什么是“知识”。学科构成了话语生产的一个控制体系，它通过同一性的作用来设置其边界。因为任何话语实践都是由与其他话语的关系来界定的，并以复杂的方式利用其他话语。西方的传播学作为一门在知识殿堂中堂堂正正的学科是从 19 世纪 60 年代开始的。传播学代表了一种研究传播行为和现象的分析方法或框架。作为理论分析框架，它由三个主要部分组成：视角（perspective）、参照系（reference）或基准点（benchmark）和分析工具（analytical tools）。接受传播学理论的训练，是从这三方面入手的。理解传播学的理论，也需要懂得这三个部分。如果以今天的西方传播学研究为参照，研究的硬件范围主要有三大板块：电信、媒介和多媒体计算机网络。电信板块包括电话、图文信息、通讯卫星、传真、远程数据传输、调制器、数据库等；媒介板块包括报刊、书籍、广播、电视和广告，与之相关的有通讯社、文字处理、编辑出版；而多媒体计算机网络这个板块主要包括多媒体应用、人工智能和互联网，这几块都属于社会的生产性领域。而从知识谱系来看，涉及哲学、历史学、地理学、心理学、社会学、人种学、经济学、政治学、生物学、控制论和认知科学等，^①当然也还有与传播话语结构相关的语言学和文学，以及与市场 and 行政相关的管理学。这一方面不断提出传播学本身的学术合法性问题，同时，又推动传播学通过与其他学科的融合和挪用来建构自己的学术自治地位。因此，多元性和爆炸性就形成传播学发展的内部张力，形成各种复杂的交叉视角，如物理和非物质的网络、生物和社会、自然和文化、微观和宏观感知、村社和全球、施动者和系统、个体和社会、自由裁决和社会决定等。所以说，把硬科学与软科学相结合，把科学实证与人文反思相结合，把工具理性和社会批判相结合，是当今传播学的学术发展趋势，既不断扩大传播学的社会服务面和影

^① A. et M. Mattelart, *Histoire des theories de la communication*, La Découverte, Paris, 1995, p. 3.

响面，也是在参与社会建构中开拓新的发展空间。

二

传播学这个概念得以成立经过了半个世纪的发展。直到20世纪60年代，传播学这门学科在西方都还很很不成熟。虽然有经验—功能主义学派、控制论和结构主义方法论三大基础学派的崛起，^①但在大多数情况下，传播学的理论概念还基本上停留在一个线性观念上：一个信息源发出的讯息经过一个管道到达接受者。传播的功能还更多地被简化成说服，传播学家还多半是心理学家、社会学家、数学家或政治学家，涉足传播学的目的，还只不过是检验他们自己的一部分理论。这形成了传播学的多学科和交叉性特点。20世纪80年代在中国获得名气的美国传播学者施拉姆（Wilbur SCHRAMM）是一位著名的传播学教育家，他在1963年出版的《人类传播学》（The Science of Human Communication）一书中指出：“传播学不是一个我们称谓物理学或经济学那样的学科。传播学更像是一门十字路口上的学科，有很多学科予以穿插，但没有停下来。”和其他人文社会科学的门类相比，这是一个少有的学术现象。一般来说，一门学说、一种理论都有自己的生命周期，好比结构主义在20世纪中期成为最有影响力的学术思潮，以后又被后结构主义超越一样。而传播学的发展能够跟随社会实践的发展不断更新，在知识分化和知识统摄的知识坐标系上不断进行知识生产和知识再生产，反而充分体现了当代社会的知识性特征。

事实上是社会和经济的发展提出了对传播学的要求，大量的社会科学和人文科学的方法开始渗透入传播学的研究领域。随着信息传播技术的日新月异及其对整个社会实践的全面渗透，今天的传播学可以说在众多的社会科学的门类当中，触及面最广，横断面最大，以至普遍被人们认为是一门跨学科学科。首先，传播学与经济领域中的先导产业——计算机工业、通讯产业和服务业有着密切的关系，并向人们提出新的人和机器、人和时空的关系的哲学命题，整个社会经济向第三产业化发展更是突出了信息传播手段的重要性。其次，在整个国家和社会的宏观和微观管理当中，各种社会生产、服务机构、社会组织都成为信息的发送者。信息发送者的扩大导致信息的多样化，信息传播技术本身在社会中扩散，人们能

^① 陈卫星：《当代西方传播学学术思想的回顾和展望》，《新华文摘》1998年第9期。



更加有效地利用快速增长的柔性信息资源，产生的结果多种多样。从经济上说，随着世界工业社会型经济逐渐向全球化的知识经济发展，信息已取代传统的其他资源，成为战略性资源。信息既可以作为物质生产和再生产的手段而成为配置性资源，也参与社会时空的组织而成为权威性资源。^① 信息资源管理和知识管理，成为各行业的核心管理领域。从政治上看，现代信息和通讯技术的发展，对政府管理的理念、政府治理的结构、政府程序和 workflows、政府决策和政策制订都产生了重大的冲击，有效促进了政府行政的现代化、民主化、公开化和效率化，是政府再造的重要推动因素。最后，传播学所面临的是一个文化媒介化的时代，与文化实践、社会心理和教育内容等方面的变化相伴随。文化是当今具体的人为自己创造秩序和意义的时候产生的东西，不仅仅是通过主观心理分析去认识的个人倾向、态度或理念，也包括必须通过客观社会去认识的社会结构、政治体制、公众行为和行空间、人际互动机制等。传播学的无处不在使它本身成为一个外延最大的学科，对社会管理方式，对个人职业训练，对大众消费心理都具有指导性或服务性的作用，传播媒介本身是社会生活的粘合剂，这应验了当年控制论创始人维纳的一个判断：“社会传播是社会这个建筑物得以粘合在一起的混凝土。”^②

三

传播学属于什么科学？

传播学是一门社会科学。根据美国著名学者沃勒斯坦（Immanuel WALLERSTEIN）在《开放的社会科学》一书中的说法，在 19 世纪后期，构成社会科学的学科系统有三条明确的分界线：第一，以对现代/文明世界的研究为一方与对非现代世界的研究为另一方构成了一条分界线。前者是历史学再加上三门以探寻普遍规律为宗旨的社会科学——经济学、政治学和社会学，后者是历史学再加上东方学。第二条分界线是表现在对现代世界的研究方面，研究过去的历史学和注重现在的普遍规律的社会科学——经济学、政治学和社会学之间存在着一条分界线。第三条分界线是指在以探寻普遍规律为宗旨的社会科学内部，对市场的研究（经济学）、对国家的

① [英] 安东尼·吉登斯：《社会的构成》，三联书店 1998 年，第 378 页。

② [美] N·维纳：《人有人的用处》，商务印书馆 1978 年，第 17 页。

研究（政治学）与对市民社会的研究（社会学）之间也存在着鲜明的分界线。而这些分界线中的每一条在 1945 年以后都开始面临挑战。在整个世界范围内发生的政治、经济、社会和文化领域的变化，使各个传统学科在研究内容和研究方法上产生了重合，这导致了双重的后果。一方面，无论是依据研究的对象还是依据处理数据的方法，要想为这门传统学科找到明确的分界线越来越困难；另一方面，由于可接受的研究对象有了范围上的扩大，每一门学科也变得越来越不纯粹。解决这个问题的一个方法便是新创一些带有跨学科色彩的新科学，如传播学。

20 世纪 80 年代以后，在西方和整个世界，传播学在学术发展上开始形成了相对自足的理论领域，简单说来是把传播学的学术活动的目的定义为通过理论来理解和把握象征符号和符号系统的生产、处理和效果，以便解释与这些生产、处理和效果相关联的现象。这些现象本身从社会在经济意义上的再生产和象征意义上的再生产转向全球化运动。正如迈克尔·哈特和安东尼奥·奈格里在蜚声世界的《帝国》一书中指出：“传播网络的发展同新世界的出现具有有机的联系：换句话说，这涉及结果与原因，产品和生产者。传播不仅表达也组织着全球化运动，并通过各种手段在增殖和结构其中的相互连接。它不但表现而且控制着所有传播连接中的想像的意义和方向。换言之，想像在传播机器的环境中被引入和疏导。那些在权力的现代性理论中被认为是超验的成分（外在于生产关系和社会关系）此时在内部形成，内在于生产和社会关系之中。中介被吸收入生产机器之中，社会空间的合成被固定在传播空间之中。正因为如此，传播工业今天占据如此核心的位置：不仅仅在新的规模上组织生产，使人接受适应于世界空间的新结构，而且还从自身内部提供辩护。”^① 在这两位作者看来，传播是当今世界生产方式的主要内容，从事传播、合作以及各种情感的生产与再生产已经在市场经济的构成结构中占据核心位置。^② 而在我看来，网络空间中的虚拟资本主义一方面制造和销售过剩的知识和信息，另一方面又不断地制造对知识和信息的新需求，这成为一个活脱脱的经济学隐喻。如果说传播学理论的要点是研究信息的发展、意义的生成和信息组织，今天日益凸现的全球化现实将成为无法回避的背景，这种新的权力支配关系成为知识生产的根本性条件之一。从批判角度考察传播学发展的

① Michael Hardt/Antonio Negri, *Empire*, Exils Editeur, Paris, 2000, p. 59.

② Michael Hardt/Antonio Negri, *Empire*, Exils Editeur, Paris, 2000, p. 84.