



传播的观念

Ideas of Communication

陈卫星 著

人 民 出 版 社

传播的观念

Ideas of
Communication

陈卫星 著



人民出版社

责任编辑:孙英春

装帧设计:曹 春

版式设计:程凤琴

图书在版编目(CIP)数据

传播的观念/陈卫星著. -北京:人民出版社,2004.4

ISBN 7-01-004142-3

I. 传… II. 陈… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 124890 号

传 播 的 观 念

CHUANBO DE GUANNIAN

陈卫星 著

人民出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:15

字数:316 千字 印数:0,001-5,000 册

ISBN 7-01-004142-3 定价:29.80 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

要使社会上一般
信息丰富起来,就必须说出某种
在本质上异乎社会上
原先公共储藏的信息。

——诺伯特·维纳

目 录

/1

导论 / 1

上篇 知识的逻辑

第一章 社会机器化的畅想 / 19

1. 人有人的用处 / 21
2. 事物的状态是信息的尺度 / 25
3. 传播如何控制社会 / 30
4. 信息是如何度量的 / 38
5. 信息在传播中生成 / 42
6. 系统是信息的身份 / 49

7. 系统是一种关系结构 /52

8. 悖论后面的传播系统 /57

第二章 事实是经验的囚徒 /64

1. 媒介化是大众化的同谋 /67

2. 传播是社会关系的整合 /70

3. 社会心态的传播透视 /76

4. 说服程序的设计规范 /83

5. 传播是线性的因果关系 /89

6. 说什么意味着不说什么 /94

7. 如何设置传播程序 /96

8. 主观导向的客观求证 /102

9. 社会表象的经验描述 /108

第三章 被结构的符号神话 /114

1. 传播是社会的交换 /116
2. 现代传播从语言开始 /119
3. 能指与所指的循环 /126
4. 符号的表意建构 /133
5. 平凡化的世俗神话 /143
6. 意义是符号的阐释 /149
7. 塑造主体的意识形态 /154
8. 传播是权力的眼睛 /163
9. 结构的封闭和开放 /172

/3

中篇 话语的界面

- 第四章 媒介领域的地形图 /179
 1. 传播关系与媒介逻辑 /182
 2. 传播符号的修辞策略 /193

- 3. 新闻事件的传播态势 /200
- 4. 新闻报道的真实效果 /207
- 5. 新闻采编的流程分析 /213
- 6. 新闻信息的场面调度 /222

第五章 技术与社会的变奏 /231

- 1. 机器世界的思维 /235
- 2. 数字化存在的指南 /241
- 3. 网络传播的爆炸 /248
- 4. 人文生态的计算 /257
- 5. 技术铭文的社会读解 /267

第六章 社会想像的催化剂 /275

- 1. 文化工业的生产意义 /277
- 2. 媒介话语的自恋情结 /286
- 3. 想像的无意识力量 /297

4. 意识社会化的见证	/305
-------------	------

下篇 社会的反思

/5

第七章 传播系统的自反性	/319
--------------	------

1. 理性建构与符号悖论	/322
2. 传播系统的结构属性	/332
3. 公共舆论的制度空间	/340
4. 信息构成与象征秩序	/349
5. 社会现代性的传播观	/358
6. 意识形态的社会博弈	/363

第八章 现代化的传播思路	/372
--------------	------

1. 唯物主义的传播史观	/374
2. 传播理性与社会制度	/381

3. 社会传播的阐释意向	/389
4. 社会主体的结构分化	/397
5. 社会转型的传播伦理	/404
6. 新经济制度的传播观	/410
7. 市场竞争的传播定位	/422
8. 传播空间与公共空间	/432
9. 传播动力的社会分配	/443

后记	/449
----	------

主要参考文献	/455
--------	------

导 论

这本书是探讨传播学的,那么传播学是什么?

/I

在西文中,传播这个词的拼写是 COMMUNICATION。在希腊文中,COMMUNICATION 源于两个词根,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 的意思就成为共享、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了优先发展电信传播的政策。仅仅20多年的时间,中国的固定电话用户从300多万户增加到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庙堂中堂堂正正的学科是从20世纪60年代开始。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、调解器、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。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,是当今传播学目前的学术发展趋势,既不断扩大传播学的社会服务面和影响面,也是在参与

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

社会建构中开拓新的发展空间。

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所超越一样。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信息性特征。

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

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、社会组织的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、政府程序和工作流程、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。第三,传播学所面临的是一个文化媒介化的时代,与文化实践、社

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

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、公众行为和行为空间、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黏合剂,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黏合在一起的混凝土。”^①

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:首先,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)、对国家的研究(政治学)与对市民社会

^① [美]诺伯特·维纳:《人有人的用处》,商务印书馆1978年,第17页。

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,社会空间的政治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