



Homo Ludens
& Q-methodology
& Communication

A Study of William Stephenson's
Play Theory of

Mass Communication

宗益祥 / 著

游戏人、Q方法与传播学

威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究



中国政法大学出版社



游戏人、Q方法 与传播学

威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究

第一卷 蓝图：理论、方法与实践

宗益祥 / 著



中国政法大学出版社

2017·北京

声 明

1. 版权所有，侵权必究。
2. 如有缺页、倒装问题，由出版社负责退换。

图书在版编目（C I P）数据

游戏人、Q方法与传播学：威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究/宗益祥著
北京：中国政法大学出版社，2017.3
ISBN 978-7-5620-7274-4

I. ①游… II. ①宗… III. ①大众传播—传播学—研究 IV. ①G206.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第041534号

出 版 者	中国政法大学出版社
地 址	北京市海淀区西土城路 25 号
邮寄地址	北京 100088 信箱 8034 分箱 邮编 100088
网 址	http://www.cuplpress.com (网络实名：中国政法大学出版社)
电 话	010-58908524(编辑部) 58908334(邮购部)
承 印	固安华明印业有限公司
开 本	720mm×960mm 1/16
印 张	22
字 数	283 千字
版 次	2017 年 3 月第 1 版
印 次	2017 年 3 月第 1 次印刷
定 价	58.00 元

谨以此书献给我远在故乡的爷爷奶奶——

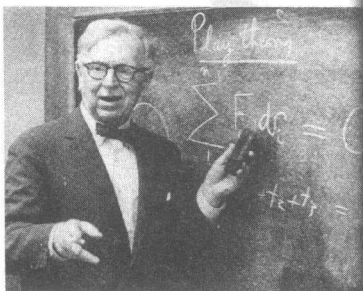
宗澍森 赵华英

感谢两位老人馈赠我一个自由快乐的游戏童年！

我们之所以读诗与写诗，并非因其灵巧，而是因为我们皆为芸芸众生。人类热情洋溢，医学、法律、商业、工程等，这些都是人类的崇高旨趣，当然也是人类生存的必要条件。但是，诸如诗歌、美丽、浪漫和爱情，这些才是我们**存在**的真正原因。诚如惠特曼的诗言，“噢！自我！噢！生命！不断重演的主题，在放眼无尽的死亡列车上，在愚人沸腾的庞大城市里，这其中的妙义何在？噢！自我！噢！生命！”——答案是，你既然在这里，那么使生命存在，使**自我实现**，使**游戏劲现**，而你或将献出属于自我的诗篇。让游戏劲现，你的诗篇会留下什么句子？

——《死亡诗社》（Dead Poets Society）^{〔1〕}

〔1〕《死亡诗社》（Dead Poets Society），又译《春风化雨》、《壮志骄阳》。1989年上映的一部美国励志电影，导演为彼得·威尔（Peter Weir）、编剧为汤姆·舒尔曼（Tom Schulman），主演为罗宾·威廉姆斯（Robin Williams），该片曾荣获第62届奥斯卡金像奖最佳原创剧本奖。影片讲述了由威廉姆斯扮演的新人约翰·基廷（John Keating）执教于以传统守旧著称的威尔顿预科学院所发生的一系列革故鼎新的故事。基廷一改学院一成不变的教学方法，第一节课带着学生们参观校史馆里的老照片，并且设法让学生聆听逝者“**时不我待**”（Seize the day）的谆谆告诫，据此激发学生们积极自由思考、用心体验生命真谛；在课堂上，基廷竟然还鼓励全体学生撕去教科书中一篇有关诗歌的**科学分析**的权威导论，然后让大家都站在桌子上观察一个与众不同的新世界！在基廷的自由引导下，孩子们开始解放思想、大胆创造，并且他们试图恢复基廷学生时代参与过的秘密组织：“死亡诗社”。此后，学生们定期聚集在隐蔽的森林山洞里击节而歌：“我之所以步入森林，因我寻找生之意义，因我渴望生之深邃。汲取生命的精华，免于生命将尽，发现从未真活。”可以说，“死亡诗社”启迪了学生“**向死而生**”，开始体悟生命存在的意义、诗歌艺术的价值。但是，校方很快就发现了这个“反动的”秘密组织，并且热爱表演的学生尼尔因为家人阻碍自己的兴趣发展而选择自杀，年轻生命的突然陨落直接导致了校方的震怒，而基廷自然沦为了不幸事件的替罪羊。在被学校解雇的最后一堂课上，孩子们再次站在讲台上动情高呼：“哦！船长！我的船长！”基廷是孩子们的人生向导，他也是反抗保守学院体制的一种象征，革新者需要无比的智慧和勇气，需要承受旧势力的无情打压——威廉·斯蒂芬森也是传播研究乃至其他社会科学研究领域的基廷，尽管他革故鼎新、启迪后学，然而数十年来，除了受到主流心理测量学界的有意压制，他的其他重要革新意义也始终未能得到学界的充分理解。



William Stephenson

SCIENCE, PSYCHOLOGY, AND COMMUNICATION:

*Essays Honoring
William Stephenson*

Edited by
Steven R. Brown and Donald J. Brenner

TEACHERS COLLEGE PRESS

Teachers College, Columbia University
New York, New York

U FACULTAS
PSYCHOLOGY

1972年由哥伦比亚大学师范学院出版社出版的《科学、心理学与传播学：

敬献威廉·斯蒂芬森》文集之扉页扫描版

序 一

2007年我告别了十几年的媒体生涯，离开了长年生活工作的武汉，来到重庆一所高校任教。我在那座山城并没有感受到太多的学术气氛，在过于功利的学术圈，我也很难遇到真正的学术知音，艰难的学术和思想探索中我常常感到莫名的孤独。2011年秋季开学的时候，一个外表显得儒雅又不失精明的小伙子落到我的名下攻读硕士研究生，起初我对他也没有特别的感觉，以为他跟大多数我们这类学校新入学的研究生一样，对学术不会有太大的兴趣，不过混一张文凭而已。重新认识这个小伙子大约是在过了一年之后，假期我批阅我带的一门课程《跨文化传播》作业，第一次读到这个小伙子的文章，那篇长达3万多字的作业全景式地扫描了东西方文化，不少地方闪烁着思想的火花和睿智。开学后我将从加拿大带回的威廉·斯蒂芬森（William Stephenson，1902-1989）的《大众传播的游戏理论》交给他翻译，他如期拿出了约定翻译的章节，质量颇高，我终于确认这个小伙子钟情于学术，必是可造之才，他就是本书作者宗益祥。从那以后我们很快超越了师生关系，亦师亦友更能概括我们之间的交往，我们之间可谓学无师长，电话之中，餐桌之上，或者通过邮件、微信，我们常常就广泛的学术和社会问题进行探讨，我们之间的思想交流也时常冲淡笼罩在我心头的愁云。

始料不及的是，由于翻译《大众传播的游戏理论》，益祥对斯蒂芬森及其学术思想产生了浓厚的兴趣，并以此为题，写出了十余万字的硕士论文。论文的字数远远超过对硕士论文三四万字的常规要求，在我看来论文的质量也丝毫不亚于一篇具有创新性的博士论文。在他即将毕业，面临职业选择的

时候，我忧心于他贪慕虚荣，奔向官场，或者眷念财富，投向商海，也不忍心他为五斗米折腰，胡乱去找一个自己根本就不喜欢的工作，了此一生。所幸的是，他最终接受了我的劝告，决定考博，继续深造。也许是他命中注定要做学问，经过刻苦复习备考，他终于被南京大学录取，拜在南京大学哲学系大名鼎鼎的张亮教授门下攻读博士研究生，同时又受到同样大名鼎鼎的新闻传播学院胡翼青教授的赏识和提携，在两位教授的耳提面命之下一步步迈向学术正途。

《游戏人、Q方法与传播学——威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究》这本著作是作者在硕士论文的基础上，又经过南京大学两年多的学术熏染，经过修改和补充完成的一部优秀作品。

就像半个多世纪以前斯蒂芬森告别英国，一头闯入正处于十字路口的美国传播学界一样，本书作者或许也于无意间闯入到了一个更加复杂纷纭的美国传播思想史领域。

具有欧洲学术背景，身兼物理学和心理学双重博士身份的斯蒂芬森于1948年离开英国牛津大学，加盟到芝加哥大学心理学系，在一家广告公司担任广告研究总监3年后，又以特聘教授身份加盟到声名显赫的密苏里大学新闻学院，特立独行地提出了传播的游戏理论，并发展和完善了Q研究方法。斯蒂芬森试图绕开美国传播学研究业已形成的传统套路，提出一套全新的传播学理论，创造一种全新的研究方法。从某种角度来看，他所做的工作是在拆解以实用主义和实证方法为基本特征的美国传播学神话，这或许注定了他不被美国主流传播学界所理解和接受，事实上，他至今仍然或多或少被美国传播学界视作异端。而本书作者的使命不仅仅在于简单介绍斯蒂芬森的学术经历和学术思想，他更不得不追寻斯蒂芬森的思想轨迹，还原这位大师的思想逻辑，从理论和历史的维度为斯蒂芬森的理论和方法提供合法性证明，这对于一个20岁才出头的年轻学子而言并非一项轻松的工作。

1967年斯蒂芬森出版《大众传播的游戏理论》，这是其传播游戏理论诞

生的重要标志。研究斯蒂芬森的思想,首先必须注意到他的心理学家背景,并追溯至60年代之前美国心理学和传播学发展的历史。美国传播学与心理学之间的关系如影相随,且不说众多美国传播学理论的奠基者,如社会学芝加哥学派的库利、米德、帕克,哥伦比亚学派和应用社会研究局的拉扎斯菲尔德、坎垂尔、赫佐格、卡茨、贝雷尔森,二战期间新进的传播学者施拉姆、霍夫兰、斯坦顿、斯托夫等人均来自社会学和心理学研究领域,事实上,美国心理学与传播学发展一直处于一种共生关系或者相互影响之中,总体来看,美国心理学发展稍微先于传播学发展,心理学对传播学发展的影响更为明显和重要一些。作为美国传播学思想源头的社会学芝加哥学派,其重要成员库利、米德等人提出的首属群体理论、镜中自我理论以及符号互动理论既是美国最原初的本土社会学和社会心理学理论,也是关于人内传播、人际传播的传播学理论,二者是一种共生关系。李普曼和拉斯韦尔等人开启了美国早期大众传播理论建设,他们的著述具有浓厚的心理学特征。美国最早的大规模媒介调查活动佩恩基金“电影与青年”研究是美国组织化和专业化的传播效果研究的开端,总共出版了12部学术专著成果,开启了美国传播学研究的实证主义源头,其研究方法和成果形式更多地具有社会学和社会心理学的意味。其后以扎斯菲尔德为领袖的应用社会研究局几十年间所开展的广播、广告、公共关系、政治选举等研究,拉斯韦尔在二战期间所从事的宣传和情报研究,霍夫兰等人在二战以及冷战期间所从事的电影效果、态度改变研究,60年代以来所兴起的使用与满足、议程设置、培养理论、沉默的螺旋理论以及第三者效应理论等等,无不与社会心理学理论密切相关。笔者在《传播学研究的社会心理学传统》一书中已经粗略勾勒出了美国传播学发展历史中社会心理学的影响路径。^{〔1〕}

受心理学和社会心理学的影响,尤其是受行为主义心理学的影响,美国

〔1〕 参阅柯泽:《传播学研究的社会心理学传统》,学习出版社2016年版。

传播学研究中形成了牢固的传播效果研究传统，并在这一传统中深深植入了“刺激—反应”这一行为主义心理学模式，其要义在于期望找到信息传播的行为影响规律，从而发现信息制作和传播的最佳方式，实施有效劝服，最终预测并控制受众社会行为，帮助传播者和其他利益方谋求相关利益的最大化。我们姑且不论美国传播学研究中的这种实用主义价值立场如何与美国社会自由主义价值观背道而驰，这类传播研究中关于信息刺激与受众反应线性对应的行为主义心理学模式实际上已经制造了一个传播学研究的“神话”，因为这样一种传播效果模式否认了受众的个体差异，否认了受众心理和行为反应的其他社会影响来源，否认了受众精神心理世界的丰富性和复杂性，一句话，否认了受众的自我主导性和自由意志，它以一种线性的方式简化了信息传播与行为反应之间的关系。正是基于这一事实，我们完全可以断定传统的美国传播学理论不过是一个神话，那种以线性方式去看待环境与人类行为关系的行为主义心理学不过是另外一种神话。作为心理学家的斯蒂芬森应该是一眼看穿了这双重神话，他不屑于从传统的传播控制这一通常角度去看待传播效果问题，而是将传播效果问题转化成“传播快乐”（communication - pleasure）、“选择聚神”（convergent selectivity）、“自我提升”（self - enhancing），或者直言之，传播就是一种体现受众高度自主性和主观性的“游戏”。在他的传播游戏理论中，受众反转为传播的主体，受众不过是借用传播从事一种游戏活动，并在游戏中彰显生命的活力和价值，体验生命存在的快乐，这一说法足够惊世骇俗。

斯蒂芬森提出传播游戏理论并非玩玩而已，这一理论其实涉及“心为物役”还是“物为心役”的问题，也就是如何看待人的存在以及人的自由意志问题。传播游戏理论的原型深深嵌入在西方思想史之中，西方哲学关于物质与意识、客观与存在、主观与客观、理性与感性、理智与本能、决定论与非决定论的千年争辩很大程度上就是关于人的主观性、能动性的争辩，这一争辩在19世纪以后最终导致了理性主义式微，非理性主义，或称之为以人为本主义

哲学的兴起，最终心理学也从哲学和伦理学中分离出来。人们开始更专注于心理和精神世界的探寻，并试图扭转过去对世界的看法，将人的主观性、人的精神存在、人的自由意志提升到一个新的高度。叔本华的人生哲学、柏格森的生命哲学、尼采的超人哲学、弗洛伊德的精神分析学说、海德格尔的存在主义哲学，乃至胡塞尔的现象学都在宣告一个更加鲜活、更加个性、更具有主观意志和存在感的人的诞生。

然而，在这一大的思想背景下，美国心理学由于更深地受到进化论思想以及实用主义哲学的影响，却偏离了欧洲的思想传统，心理学被导入到行为主义，美国传播学研究也偏离了社会学芝加哥学派人本主义传统，在行为主义心理学影响下步入到以“刺激—反应”为主导模式的传播效果研究之中，我们似乎更应该从这一思想脉络去理解斯蒂芬森的传播游戏理论。斯蒂芬森直言：“大众传播研究的重点却是一些概念性的东西，它关注的是大众传播作为一种影响手段如何进行思想的交流，如何使人们的态度发生改变，通过给出各种事实去劝服他人。这其实是将马车拴在马前面，或者根本就不给马车拴马。”^{〔1〕}事实上，他是在进行双重的理论建构，他的传播游戏理论既是一种心理学理论，同时也是一种传播学理论，前者为对抗美国的行为主义心理学传统而生，后者为对抗美国传统的传播效果理论而生，他高扬的是人本主义哲学的旗帜，这一理论为人的价值和尊严而辩。

研究斯蒂芬森的传播游戏理论还必须注意到他的物理学知识背景。斯蒂芬森于1926年获得英国杜伦大学物理学博士学位，在迷恋物理学的同时他也醉心于心理学，并于1929年在伦敦大学学院获得心理学博士学位。众所周知，20世纪前后西方世界几乎在同一时间段内发生了两场革命，如前所述，一场是发生在哲学领域的革命，称之为哲学革命，在哲学革命中，统治西方

〔1〕 See William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 88.

两千多年的理性主义哲学开始式微，非理性主义哲学，或称之为入本主义哲学开始兴起，西方哲学的关注点开始由外部世界的宏大叙事转向人自身，尤其是人的微观精神世界，现代心理学的诞生也是这场革命的结果之一。另外一场革命则发生在物理学领域，称之为物理学革命，人们在牛顿经典物理学理论框架之外发现了另外一个包括原子核、电子、质子、中子在内的微观物质世界，普朗克的能量子假说、爱因斯坦的光量子理论和相对论、德布罗意的波粒二象性理论以及海森堡的测不准原理为人们洞开了一个完全不同于牛顿经典物理学理论描绘的世界，在这个微观物质世界中，微观粒子的运动遵循另外一套完全不同的运动法则，这是一个人们过去完全陌生的世界，非线性、非因果性、相对性、不确定性等全新的现代物理观念深埋在这场革命之中，物理学革命提醒人们，存在着这样一个肉眼看不到的微观物质世界，在其内部，微观粒子的结构和运动呈现出难以想象的复杂性和不确定性。

虽然哲学革命和物理学革命发生在两个完全不同的领域，但是它们又可以共同归于一场认识论革命，它们同时发生在20世纪前后的十二年间或许并非巧合，而是西方关于物质世界和人自身精神世界的知识和智力积累几乎在同一时刻达到了峰值，并促成了这场认识论革命。^[1]可以肯定，斯蒂芬森是这场认识论革命的受益者。斯蒂芬森自述，在杜伦期间，当时的物理学界正围绕着量子理论展开旷日持久的大论战，他在青年时代的思想发生了巨大的震撼和转变。量子理论中的“不确定性原理”与“互补性原理”让他开始逐渐摆脱牛顿经典物理学体系的沉重桎梏，也开始转向思考人之主观心理世界与客观物质世界之间的复杂关系，而“复杂性”概念无疑构成了这个大变革时代的关键词，这些都构成了他此后从事心理学研究的理论基石之一。他说他在中年的时候就开始信奉人类思想的一致性，他尝试将现代核物理学以及

[1] 笔者早在1991年读硕士研究生的时候就开始思考哲学革命和物理革命之间的关系，并写成“文学的自然科学启示”一文，论述了物理学革命之于文学理论的启示。参见柯泽：“文学的自然科学启示”，载《华中理工大学学报（社会科学版）》2000年第4期。

量子理论中的非决定论思想带入到传统科学研究领域中。^{〔1〕} 1935年他在写给《自然》杂志的信中宣称：“将量子理论运用于心理学研究的时代已经到来。”^{〔2〕} 斯蒂文·布朗说，斯蒂芬森“对于量子理论与格式塔心理学的思索随后便开启了斯蒂芬森从事心理学理论与方法研究的大门。”^{〔3〕}

微观粒子的运动世界当然不能简单地等同于人类心理的变幻世界，但是二者在其神秘性、复杂性、多变性等方面又确乎有其可以互相启发之处，这是认识论意义上的互启。波粒二象性可能隐喻着人类心理活动的多样性和多变性，测不准原理可能预示着人类心理与行为之间的非线性、非决定论逻辑关系，能量子假说可能激发人们关于人类心理活动多变性的种种联想，相对论可能激发人们对于自己频繁出入于现实和虚幻之间的常见心理活动想象，如此等等。总而言之，物理学革命完全可能激发包括斯蒂芬森在内的心理学家或者行为科学家展开对人类心理世界的猜测和遐想，并从中获得巨大启示。斯蒂芬森以一位核物理学家的身份进入心理学界，必然会受到在物理学领域接受的方法训练和思维方式的影响。

我们可以隐约感觉到，斯蒂芬森从年轻时代开始就希望借物理学革命的成果，进行心理学的再造，这一心理学理论会充分考虑到人类心理的复杂性、多变性、互补性、主观性、不确定性、非线性、非因果性等特点，并且在那个时候他就思考发明一种可操作性的方法去测量和描述心理主观性，直到60年代他的理论探索瓜熟蒂落，终于以游戏理论的面貌问世，由于自己兴趣和工作变动的缘故，他把游戏理论运用到传播问题之中，或者结合传播问题去思考游戏理论，我们将他的理论称之为传播游戏理论，其实也就是我们下面

〔1〕 William Stephenson, Tribute To Melanie Klein, Pschoanalysis and History, 2010, Vol. 12, No. 2, p. 246.

〔2〕 William Stephenson, Tribute To Melanie Klein, Pschoanalysis and History, 2010, Vol. 12, No. 2, p. 253.

〔3〕 Steven R. Brown, William Stephenson (1902 - 1989), American Psychologist, Vol. 46, No. 3, p. 244.

要阐明的传播心理学理论。作为这一理论的技术基础，Q方法也同时问世，这些都与20世纪前后的那场物理学革命密切相关。

就在20世纪美国行为主义心理学一路狂奔之时，另外还有许多人在试图绕开刺激—反应这一线性模式不断探寻人心的秘密，他们或者注意到个体差异、个体经验、个体态度和需求对于行为的影响（如新行为主义心理学），或者注意到人际关系、人际互动、群体关系对于心理行为的影响（如符号互动论、格式塔心理学以及团体动力学等），或者注意到个人认知对心理行为的影响（如认知心理学等），而斯蒂芬森却另辟蹊径，试图将游戏这一普遍性的人类活动作为传播心理的基石，在美国率先建立了传播心理学的理论大厦。

事实上，60年代之前，美国传播学经过半个多世纪与心理学相互融合、相互发展，在60年代已经到了一个催生新型交叉学科——传播心理学的临界点。笔者查阅到，此间除了斯蒂芬森出版《大众传播的游戏理论》外，另外至少还有多部冠以传播心理学的学术著作出版，例如1963年斯坦福大学的Jon Eisenson等出版了《传播心理学》，1967年和1968年George A. Miller和Daniel K. Stewart又分别出版同名传播心理学著作，1968年John Parry出版了《人类传播心理学》，这些著作都从不同角度探讨了传播中的心理问题。比较而言，斯蒂芬森的《大众传播的游戏理论》是一部真正涉及大众传播的传播心理学著作，而且深深烙上了哲学革命和物理学革命的印迹。

斯蒂芬森在传播效果问题上横空植入了游戏概念，将游戏作为传播心理的基石，无论如何都具有妙不可言和天才构想的意味，在这里传播效果再也不是“刺激—反应”之类的线性逻辑关系，心理与行为之间的个体差异、个体经验、态度和认知等心理中介变量被斯蒂芬森弃之如履。在《大众传播的游戏理论》中斯蒂芬森开宗明义地说道：“早期大众传播研究的共同缺憾是对于‘游戏’（play）元素的严重忽视。我认为如果不考虑游戏这一元素，我们将无法理解社会控制和选择聚神的意义。因此，我们需要构想一个大众传

播的游戏理论 (play theory), 而非信息理论 (information theory)。”^[1]

游戏确乎是普遍存在于历史之中的人类心理和行为: 它们存在于仪式、庆典、体育、竞技、玩耍, 甚至某些家庭生活、社会生活与工作之中, 它们更存在于人们纯粹的主观想象之中。人们大脑中如潮水般川流不息的幻想、联想、遐想、自我会话、与他人对话以及情绪的转换、注意力和兴趣的更迭往往都具有游戏的特征。由于游戏的边界非常模糊, 人们常常不由自主地出入游戏幻觉和真实生活之间, 又常常变换自己的身份角色, 人们大脑中这类纯粹主观性的游戏更加光怪陆离, 生机勃勃。

在斯蒂芬森看来, 受众接触媒介就是一种游戏, 人们翻阅报纸, 打开电视, 选择自己感兴趣的版面或者频道, 选择自己满意的时间和空间去阅读或者观赏, 人们按照自己的主观兴趣对报刊或者电视招之即来, 挥之即去, 这些都可以被视为游戏行为。而发生在人们大脑中的游戏活动更加精彩多变: 人们可以假装相信那些虚假的新闻, 假装快乐地去观赏一部肥皂剧, 人们可以假扮剧情中的某一角色, 人们针对某一新闻或者剧情而在大脑中自我会话、自我争辩、自我反思、自我开释。媒介为人们制造了一个又一个社会化场景和白日梦, 但是人们收放自如, 自由出入于幻境和现实之间, 凡此种种, 都是游戏。这种游戏性的心理与行为意味着受众并不是任由别人摆布的道具, 媒介和信息才是受众把玩的玩具, 在现代社会, 受众的媒介接触成为自己的一种存在方式, 他们在游戏中体验自己的存在与价值。斯蒂芬森认为, 传播的要义就在于“传播快乐”。

根据斯蒂芬森的观点, 大众传播并非一开始就具有传播游戏和传播快乐的特点, 它主要是消费时代的产物, 并且依赖于与之对应的“异向型人格”(Other-directedness), 20 世纪六七十年代, 美国创造和积累了大量财富, 彻

[1] William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 3.

底摆脱了经济大萧条的窘境，他说：“问题是如何消费如此丰富的现代生活？消费这些财富和奖赏需要一种新型的社会人格——不是出于卖弄和粗俗，而是出于纯粹的合乎情理的快乐和愉悦，这种快乐和愉悦发生在超市、停车场、河畔、海滨、高速公路以及国际旅游中。综上所述，我们的理论框架就是与‘传播快乐’相关的事物，除了提升千百万美国人的性格，别无出路。”^{〔1〕}斯蒂芬森将异向型人格看作是齐美尔所描述的那种游戏方式，这类游戏以游戏本身为目的，而不带有其他功利目的，而内向型人格却患得患失。异向型人格竭力将会话复活到公共交流的最初状态，人人参与，相互分享，体现出原始传播的特点。他说：“异向型人格关切的是细微琐碎的商品，有限的需求——它一切关乎快乐，无关承诺；一切关乎时尚，诸如在复活节时买一顶新帽子，快乐就好。”^{〔2〕}

斯蒂芬森传播游戏的概念同样有着丰富而驳杂的思想来源。他承认自己的游戏理论首先受惠于荷兰学者赫伊津哈（John Huizinga），后者说文化取决于游戏，斯蒂芬森则认为“游戏精神才是文化发展的本质”^{〔3〕}，应该从文化人类学角度去追溯游戏的起源以及它们与当代文化之间的联系。他认为游戏不仅仅存在于古代，而且也广泛存在于当代政治、法律、军事、商业、辩论以及传播活动中，他毫不避讳自己是一个泛游戏论者，他说：“无论国家、法院、教堂、院校、工厂或者家庭，游戏理论在这些一般机构中都适用。”^{〔4〕}他自称自己的游戏理论还受到精神病理学家托马斯·萨斯（Thomas Szasz，1920-2012）、社会学家罗杰·凯洛伊斯（Roger Caillois，1913-1978）、大

〔1〕 William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 88.

〔2〕 William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, pp. 89-90.

〔3〕 William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 46.

〔4〕 William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 64.

卫·普拉斯 (David Plath, 1920 - 2012) 的影响, 他当然也从弗洛伊德、拉斯韦尔、施拉姆、里斯曼 (Riesman)、海伦·休斯 (Hellen Hughes)、赫伯特·海曼 (Herbert Hyman) 以及贝特森 (Bateson) 等其他众多社会学家和心理学家那里吸取营养。但是, 他的游戏理论更本质上继承了社会学芝加哥学派的传统, 是向人本主义心理学和传播学的回归。

斯蒂芬森的传播游戏概念并不系统, 基本上是以零散化、碎片化的方式存在于《大众传播的游戏理论》一书中。概括起来, 大约包含以下四层含义:

第一, 传播作为游戏主要与自我娱乐、自我体验、自我提升和自我快乐相关联, 它们体现出强烈的主观性。他反复声称传播就是一种主观性的游戏, 传播就是“传播快乐”, 传播仅仅是为了个人的愉悦, 不带有任何功利的目的。他说: “大众传播之最妙者, 应该是一种高度发达的主观性游戏。”^[1] 他甚至把西方媒体有关肯尼迪 (Kennedy, 1917 - 1963) 总统遇刺以及教皇约翰二十三世 (Pope John XX III, 1881 - 1963) 驾崩的报道盛况看作一种“原始传播”, 人们从中体验到的是一种“传播快乐”。他说: “每个人都装作守灵人那般悲伤, 但是又乐在其中。”^[2] 这类传播游戏主要涉及自我存在与社会存在、社会控制之间的关系。

第二, 传播游戏包含假扮、装扮、扮演、虚拟、想象、角色替换等含义。斯蒂芬森声称: “游戏是每个人的佯装出游, 它将现实世界的纷扰与义务抛诸脑后; 游戏是每一天的生活插曲, 它与日常生活与现实世界相互隔绝。”^[3] 他认为媒体报道的东西并不是所谓真实的东西, 它们不过新闻脚本, 报道者

[1] William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 50.

[2] William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 59.

[3] William Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, The University of Chicago Press, New Brunswick, New Jersey, 1967, p. 46.