



明天文库

传

播

系

列

从

书

处于关键转型期的中国当代社会，传播如何型塑社会？媒介如何改变了我们的生活？针对这些问题，本书创造性地提出了转型社会背景下的传播意义、传播结构、传播分化、传播失衡及传播整合等问题，批判性地分析了当代传播与社会转型问题，构建了中国社会转型传播学的基本理论和研究方法。

社会转型传播学

姚君喜 著

SHEHUI ZHUANXING CHUANBOXUE



上海交通大学出版社

明天文库·传播系列

社会转型传播学

姚君喜 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

随着媒介化社会的到来,大众传播将全面影响中国社会公众的日常生活。自 20 世纪 90 年代以来,中国社会进入了关键的社会转型期。在转型社会的背景下,社会发展与传播之间究竟呈现出怎样的关系样态?本书立足于社会转型理论视野,在发展传播学的理论基础上,创造性地提出“社会转型传播学”的理论框架和分析方法,试图系统探讨中国社会转型背景下的传播意义、传播结构、传播分化、传播失衡及传播整合等理论问题,并结合中国当代社会大众传播发展的现实状况,针对中国大众传播发展的实际问题,富于批判性地提出许多独到的理论见解和实践对策。本书融合了传播学、社会学、文化学的基础理论,借鉴结构主义、符号学、意义理论、解释学等理论阐释方法,从而试图构建中国“社会转型传播学”的基本理论和方法。

图书在版编目(CIP)数据

社会转型传播学/姚君喜著. —上海:上海交通大学出版社,2008

(明天文库·传播系列)

ISBN 978-7-313-05003-8

I. 社... II. 姚... III. 传播学—研究 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 160576 号

社会转型传播学

姚君喜 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

常熟市文化印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:12.75 字数:237 千字

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

印数:1-2 050

ISBN978-7-313-05003-8/G·974 定价:28.00 元

版权所有 侵权必究

序

中国改革开放 30 年来,取得了举世瞩目的经济和社会发展的巨大成就,创造了世界史上的奇迹。

在这样一个人口多达 13 亿、工业基础非常薄弱、人民生活极为贫苦的大国,何以达成如此艰巨的转变、如此辉煌的进步?追根寻源,这归功于“实事求是”思想路线的伟大胜利!无论是“三个代表”,还是“科学发展观”、“和谐社会”,无不是这条思想路线的继承和发扬。其深层内涵,又可理解为:遵从规律、符合国情、顺应民意、注重民生。

如此,改革开放的伟大实践,就与此前的“以阶级斗争为纲”的错谬时代,划出了一条泾渭分明的分界线,从而把中国带上了强国富民的复兴之路。

这同时是一次史无前例的社会“转型”,即:中国从一个半农业、半工业社会向知识、信息社会的“转型”,尽管目前仍处在过程之中,或者说迄今取得的只是阶段性的成果,但只要循着“实事求是”思想路线持续奋进,则其最后的成功已毋庸置疑。

这一成功“转型”秘诀的另一种常见表达方式是:中国“特色”社会主义。于是,中国的“转型”究竟有何“特色”?就理所当然地成为各个领域的课题,并引起了世界范围的普遍关注和浓烈兴趣。其重要意义在于,一方面,中国自身如何进一步发展,亟需总结经验、指引前程;另一方面,中国“特色”的实践和理论成果,也有可能供其他发展中国家乃至发达国家在“转型”时予以参考,进而具备世界价值。

从传播学领域看,历年来也不乏相关的探索和研究,主要体现为在“发展传播学”框架下的一系列成果,但不可否认,总体而言,我国传播学界对此不够关心和重视,亟待加强。因此,当我先睹为快地读到君喜博士的这部新作之际,深感

欣喜。

本书的显著优点为：

(1) 勇气可嘉。作者学术视野开阔,勇于开拓。借鉴、观照“转型社会学”等相关学科的思路,大胆尝试建立“转型传播学”的框架,作为一种突破和创新,非常值得肯定。

(2) 学风可贵。作者始终秉持“问题意识”,理论密切联系实际,把眼光投向坚实的“大地”,念兹在兹的是,如何替大众代言,为媒介建言,为社会造福。

(3) 方法得当。作者具有文学、美学、传播学等多元的学科背景,在此恰当地采用了“中层理论”、思辨与实证交融、定性与定量结合等研究方法,从而能得心应手地完成其撰著任务。

诚然,这毕竟是一次初步的“探险”,不够全面、成熟之处,在所难免。但不管怎样,筚路蓝缕,功不可没。我相信,以此为契机,我国发展传播学(或可更名为“转型传播学”)的研究,将朝着国际化、多学科交叉的道路,迈开更大的步伐,不断地跃上新的台阶、达到新的水准,为中国乃至世界的传播学与传播业界作出应有的贡献!

张国良

上海交通大学媒体与设计学院院长

2007年12月

前言

传播理论研究与社会发展紧密相关,传播媒介的政治特性、社会功能及发展形态等与国家的政治体制、经济模式及技术发展都有着内在的联系。随着当代中国社会的政治、经济、文化、技术的发展与进步,特别是由于稳定的政治环境、经济的快速增长、技术的突飞猛进,传播事业也得到迅猛发展。传播,在当代中国“媒介化社会”发展中扮演着越来越重要的角色,不但时时刻刻影响着人们的社会生活,而且也成为各种社会理论问题研究的交叉点和结合点。

自 20 世纪 90 年代以来,伴随着信息化、全球化的浪潮,中国社会进入了关键的社会转型期。由传统迈向现代,从农业文明走向工业文明,面对信息化全球化的快速推进,中国社会提出走新兴工业化道路、全面建设小康社会、构建和谐社会的发展目标。这样,在社会转型的背景下,探究中国社会发展中所呈现出来的各种问题,就成为人文社会学科对中国现实发展进行学理分析和人文反思的逻辑前提和出发点。

在中国社会转型的背景下,传播与社会发展的互动和影响是空前的。传播活动发生了哪些变化?表现出什么样态?传播媒介如何构建社会意义?社会传播网络与社会话语生产之间的内在关系是什么?社会转型过程中所出现的分化、失衡等问题如何影响到传播的发展?如何定位传播活动在社会转型中的作用?如何借助于传播媒介手段,进行有效的社会控制,进而促进和谐社会的发展?等等。面对现实中不断涌现的新问题,迫切需要建构适应社会发展的理论框架进行有效的阐释和解答。因此,在“发展传播学”理论成就的基础上,立足于“传播与社会转型”的内在关系,我们提出“社会转型传播学”理论框架,试图阐释和解决中国社会转型中的现实问题。

“社会转型传播学”是在“发展传播学”的理论基础上建立起来的。众所周知,发展传播学研究的核心,是“传播与社会发展”问题。作为传播学的主要分支,西方发展传播学理论兴起于20世纪50年代末,以美国学者D. 勒纳在1958年出版的《传统社会的消失:中东的现代化》为标志。其后在20世纪60、70年代得到广泛关注,其理论先驱主要包括W. 施拉姆、E. 卡茨、E. 罗杰斯等人。发展传播学理论包含了现代化理论、发展理论、依附理论以及社群主义理论等,其基本意涵在于运用现代的和传统的传播技术,以促进和加强社会经济、政治和文化变革的过程,主要集中于发展中国家如何进行大众传播的实践。发展传播学研究具体包括理论和实证研究两个领域。理论研究通过理论假设,探讨传播与社会发展的互动作用,以及作用发生的内在机制;实证研究主要考察现实中传播与社会发展的关系,包括性别与传播、健康传播、国际发展传播项目的实施、新传播技术的运用、传播与传统文化、发展传播中的公众参与、乡村传播学等。发展传播研究的目的,主要在于发展中国家如何利用传播手段有效地改变贫穷落后的现状,从而促进社会经济的发展。

在借鉴西方理论的同时,结合中国社会发展的实践,20世纪80年代开始,中国传播学研究也展开了对“发展传播学”理论的引进和探讨,如在中国乡村传播学、传播与民族发展、传播与现代化、传播与性别、健康传播等领域,从理论建构到实证研究等方面取得了显著的成效。特别是近期以张国良教授主持的重大项目“中国发展传播学”(CDC)研究为代表,标志着新世纪以来我国发展传播学大规模研究的进行。该研究全面描述了进入21世纪以来中国大众传播媒介发展的基本状况,分析了其内在规律,揭示了大众传播与社会发展的内在关系,提出了新世纪中国大众传媒发展的基本对策和思路。受发展传播学早期理论假设影响的“中国发展传播学”研究,虽然肯定了大众传播对社会发展的作用,强调了大众传播作为社会发展的推动力量的积极意义,但对于“传播与社会发展”之间的复杂关系,即当代社会传播与社会转型之间的内在互动关系问题,并未作出更为深入的探究。

因此,无论是当代中国社会转型的现实需要,还是发展传播学理论的内在局限,构建“社会转型传播学”理论框架,就显得十分必要。

基于此,本书提出“社会转型传播学”理论,其目的主要在于推动中国传播学理论研究的发展,并从中国社会全面转型的现实出发,系统考察“传播与社会转型”的内在关系,具体分析转型社会背景下的“传播意义”、“传播结构”、“传播分化”、“传播失衡”、“传播整合”等理论和现实问题。总体来看,本书内容主要包括三个部分:

第一,基本理论与现实发展概述。本部分内容主要对社会转型传播学建立的

理论背景和现实发展背景作了概述,重点就发展传播学理论、社会转型理论及现实问题、社会转型传播学的基本理论框架及研究范围、研究方法等作了介绍和描述。本部分的理论分析和介绍,旨在为社会转型传播学理论的建立构建学理前提和现实基础,并提出对基本研究方法的认识,具体包括本书的第一章和第二章内容。

第二,社会转型传播学的理论构成。本部分主要对社会转型与传播意义、社会转型与传播结构、社会转型与传播分化、社会转型与传播失衡、社会转型与传播整合等基本问题进行了全面的分析。本部分内容重点提出了传播意义、传播结构、传播分化、传播失衡、传播整合等概念,并对这些概念的基本内涵进行了学理的界定。同时,结合中国当代社会转型的现实,分析了这些问题在当代社会发展中的具体表现形态,创造性地提出了传播的共享意义,传播结构与话语生产,传播沟与边缘文化,传播断裂、冲突与失语,传播网络与传播控制等社会转型传播学的基本理论分析范畴并结合这些理论范畴,对中国当代传播发展的现实进行了剖析。这些问题的提出,对于有效地分析当代社会转型背景下传播意义的生产、流通、消费等问题,以及社会如何建构有效的话语体系,进而形成共享意义,都具有十分重要的理论价值。该部分具体包括本书的第三章、第四章、第五章、第六章和第七章。

第三,社会转型与大众传媒的实证研究。本书第八章则是两个研究案例,通过对大众传媒与社会公众的幸福感、西部贫困地区互联网络发展现状的实证研究,旨在提出社会转型传播学研究的具体思路和方法,对社会转型传播学如何展开实证研究的实际应用提出范例,以推动社会转型传播学的现实应用研究。其基本的实证分析方法,对社会转型传播学的基本研究模式具有明确的指导意义。

此外,本书参阅了大量的传播学、社会学、文化学、哲学等人文社会学科方面的经典文献,笔者怀着惴惴崇敬之情,将这些煌煌巨著概附于书后。一方面,是对这些经典文献的著者们表达敬意和感谢;另一方面,也是一份较为完善的社会转型传播学研究的参考书目,以方便同仁们研讨之用。

总之,社会转型传播学理论的提出是笔者一次大胆的学术尝试,成败如何,毋庸多言,笔者只是衷心期望得到学界同仁们的建议与批评!

目 录

第一章 导论	1
第一节 发展传播学理论回顾	3
第二节 社会转型传播学	22
第二章 社会转型	34
第一节 社会转型理论的主要研究范式	36
第二节 社会转型理论的拓展	45
第三章 传播:意义的构建	50
第一节 传播与意义构建	51
第二节 新闻事实与意义构建	60
第三节 传播的共享意义	71
第四章 传播结构:社会话语的生产	77
第一节 传播结构	78
第二节 传播结构与社会话语生产	84
第三节 传播结构的具体形态	94
第五章 传播分化:传播沟与边缘文化	103
第一节 传播分化	104
第二节 知识沟、数字鸿沟与传播沟	110
第三节 传播分化的具体形态	115
第六章 传播失衡:断裂、冲突与失语	121
第一节 传播失衡	122
第二节 传播断裂、冲突与失语	126

第三节 传播失衡的具体形态	134
第七章 传播整合:传播网络与控制	141
第一节 传播整合	141
第二节 社会传播网络	148
第三节 传播控制	154
第八章 社会转型与大众传媒	161
第一节 社会转型、大众传媒与社会公众的幸福感	161
第二节 信息社会转型与贫困地区互联网的发展	172
参考文献	182
后记	192

第一章

导论

随着社会经济的发展,大众传播媒介的普及,中国已逐步进入“媒介化社会”。作为社会构成因素的大众传播,时时刻刻都在影响着社会公众的日常生活,传播与社会的互动和影响是空前的。正如有学者指出的,自20世纪70年代末以来,随着改革开放的实施,中国社会正经历着一场巨大的社会变革。特别是自20世纪90年代后,中国社会已处于关键的社会转型期^①。与此同时,转型社会出现的诸多问题也是空前的。因此,在社会转型框架下呈现的各种社会问题,自然就成为对中国社会进行学理探究和审视的基本逻辑出发点。那么,在社会转型的过程中,社会的传播活动表现为什么样态,发生了哪些变化,我们如何定位传播在社会转型中的地位和作用,它将对社会的发展起到什么样的促进作用,我们如何利用各类传播媒介手段,促进和谐社会的发展等。这些问题不断地呈现在我们面前,迫切要求我们去思考、探究,并做出解答。因此,建构中国“社会转型传播学”的理论框架,从而对这些问题进行探究和阐释,就显得十分迫切和必要。

关于社会发展与大众传播的关系问题的研究,自20世纪80年代始,国内学者早就展开,而近期则以中国发展传播学的研究为代表^②。2001年,国内传播学者张国良教

① 近年来致力于“转型社会学”研究的国内社会学者孙立平认为,20世纪90年代以来,中国进入社会转型的新阶段,一个与80年代完全不同的社会在我们的生活中出现,这个新的社会不但重塑我们社会生活的新框架,而且也正在向我们提出一系列新的挑战。参见孙立平.失衡:断裂社会的运作逻辑[M].北京:社会科学文献出版社,2004.

② “中国发展传播学”为国家教育部批准立项的重大项目,由国家教育部文科基地复旦大学“信息与传播研究中心”前主任、上海交通大学媒体与设计学院张国良教授主持。本课题组于2002年10~11月,按照人均GDP水平在全国范围随机选取东部、中部和西部的上海、浙江、广东、四川、江西、河南、黑龙江、云南、甘肃等9个省(区、市)为一级样本,各省(区)省会城市作为必选样本,随后根据人均GDP水平,采用等距抽样抽取中等、低水平县级城市各一个,再采用分层随机抽样在每个城市抽取3个居(镇/村)委会,最后采用等距抽样在每个居(镇/村)委会抽取35名居民,共获得2835名居民为调查样本,回收有效问卷2831份。此外,课题组还走访了50余家媒介机构,访问了50余位媒介负责人,分析了5500多份报纸版面,获取25000多个数据。课题研究最后完成成果《中国发展传播学》(九卷本),由浙江大学出版社2007年出版。

授主持的重大项目“中国发展传播学”研究被国家教育部批准立项并展开研究,标志着新世纪以来我国发展传播学的大规模研究的进行。该项目研究通过问卷调查、专家访谈、内容分析等实证研究手段,全面系统地探究了中国当代社会大众传播媒介的发展,研究针对大众传播的媒介内容、媒介受众、媒介机构等进行了全方位的分析,全面描述了进入 21 世纪以来中国大众传播媒介发展的基本状况,分析了其内在规律,揭示了大众传播与社会发展的内在关系,提出了新世纪中国大众传媒发展的基本对策和思路。但是,就研究的基本思路和出发点看,以本课题为代表的“中国发展传播学”研究,还较多局限于早期传播学理论提出的大众传播对社会发展的促进作用的基本认识上。也就是说,中国发展传播学基于“大众传播对社会发展具有积极的促进作用”这一基本理论认识,从而更倾向于对大众传播和社会发展的单方面的积极作用的探讨,过分强调了大众传播对社会发展和进步的正向推动作用。但对于在社会发展的过程中,大众传播如何构型社会,特别是“传播与社会”之间复杂的建构与被建构的关系,亦即传播与社会转型的内在互动关系问题,目前尚未做出更为深入的探究。显然,大众传播对社会的影响和促进是复杂和深刻的,正如英国媒介文化学者尼克·史蒂文森所指出,如我们所看到的,现代性一个最明显的特征就是大众传播媒介发生了变迁,“所有社群都强烈地渴望能找到他们自己的生活,渴望能发出他们自己的声音,并在一个更广阔的共享性的公共文化中表达自己的意见,而这些都是现代性内涵中推动社会变革的主要力量”^①。对于中国当代社会的发展而言,现实情形何尝不是如此呢?如何利用传播手段从而有效地构型社会,建构和谐的社会公共生活,应该成为当代传播学研究的重大理论问题。

因此,在发展传播学已形成的理论基础上,结合 20 世纪 90 年代以来中国当代社会转型的现实,拓展发展传播学理论,从而构建的“社会转型传播学”理论框架,就显得十分必要。本书试图提出“社会转型传播学”这一理论阐释框架,以期对中国当代社会转型视野中的传播学理论研究加以拓展,并通过构建基本的理论解释框架和研究分析方法,从而对当前中国社会“传播与社会转型”的现实问题做出契合现实的阐释和解答。

就其基本理论源流来看,“社会转型传播学”是对“发展传播学”理论研究的进一步拓展和延伸。“发展传播学”兴起于 20 世纪 50 年代,早期主要以“现代化理论”和“发展理论”为其核心理论构架,其主旨主要在于通过现代传播技术的广泛应用和新技术的推广,以及教育手段的改进和教育水平的提高,提高人们对信息的认知和使用的能力,从而促进和加强社会经济、政治和文化变革的现实,以全面推进社会的发展。发展传播学研究的目的是,重点在于研究发展中国家如何利用各种传播手段,从而有效地帮助

^① 尼克·史蒂文森. 媒介的转型:全球化、道德和伦理[M]. 北京:北京大学出版社,2006:43.

这些国家和地区改变贫穷落后的现状,进而促进社会的全面发展。但是,随着社会现实的变化,尤其是20世纪后期中国社会的全面转型,期间所发生的大规模的社会变迁,以“现代化理论”和“发展理论”为核心的早期发展传播学理论,则很难完全解释中国社会及传播发展的现实状况。因此,立足于“发展传播学”的理论基础,探索“社会转型与传播”的理论构成,从而构建“社会转型传播学”理论体系,以推进“发展传播学”理论的深入,解决中国当代社会转型期的现实问题,就有着理论建构和阐释的可能性。

本书结合当代中国社会全面转型的社会现实,系统考察当代中国社会变迁过程中“社会转型与传播”的内在关系,对中国社会转型传播学的基本理论,重点做出学理上的分析、归纳和总结,具体分析转型社会背景下的“传播意义”、“传播结构”、“传播分化”、“传播失衡”、“传播整合”等理论命题和现实问题,通过系统的理论推绎,从而初步构建具有中国特色的“社会转型传播学”的基本理论框架。

第一节 发展传播学理论回顾

发展传播学是本书研究的理论基础和逻辑出发点。就学理渊源考察,发展传播学理论和社会学的发展社会学理论密切相关。发展传播学理论是在发展社会学的理论框架内,结合大众传播媒介发展的具体实践架构起来的关于传播与社会发展的理论归纳和实践经验总结。其中“现代化”和“发展理论”不但是发展社会学的理论支点,也是发展传播学的理论基础。因此,我们有必要简要介绍发展社会学的基本理论传统。

发展社会学在传统的学术研究的基础上,主要形成了两个核心的理论流派。其一是主要面对近代以来西方发达国家现代化过程的现代化理论(Theories of Modernization),另一个则是主要面对20世纪60年代以来发展中国家(特别是拉丁美洲和非洲以及后来的东亚部分国家的地区)的发展理论(Theories of Development)。但是,自20世纪60年代开始,“现代化理论”遭遇了各种批评,对其理论假设重新进行反思。当现代化理论遭到批评而陷入某种困境时,发展理论应运而生。发展理论主要包括依附理论、世界体系理论和比较政治经济学理论构成。但是,面对20世纪后20年的中国、苏联及东欧国家的社会转型,现代化理论和发展理论都显得难以把握其社会变化,因此,融合两者理论优势的社会转型理论,就成为解释转型社会发展现实的理论必需。这样,建立基于发展社会学基础上的发展传播学也必须借鉴这些理论的变化,无论是社会现实的发展,还是传播学理论的体系建构,依据“社会转型”理论,构架“社会转型传播学”的研究理论和方法,从而适应中国社会转型和社会发展的现实需要,就成为传播学理论发展的重要问题。

中国当代社会发展中提出的以人为本的“新的发展观”、“构建和谐社会”等社会发展

的宏观构想,就包含着超越传统的现代化和发展观的新发展理念。在新发展理念影响下,社会发展也产生新的变化,形成新的发展模式。这样,大众传播借以研究的宏观现实背景也就发生了很大的变化。因此,在新发展观与和谐社会构建的理论框架中,大众传播媒介已不仅仅是传统意义上的社会的“奇妙加速器”,或是社会的“减压阀”,其实更是社会话语构建、生产,意义的流通与消费的基本手段。这样,传统的在促进经济社会发展意义上的对大众传播的理解,已远不能解释当代社会的现实问题,也就必须进行理论的转型和应用的转型。发展传播学是在发展社会学的理论基础上发展起来,与社会学理论领域中发生的由发展社会学向转型社会学的理论转变相同,相应地,中国当代传播学理论研究有必要从发展传播研究向社会转型传播学研究转变。对以大众传播媒介为核心的传播学问题的研究,有必要从传统的单纯以发展为核心的“技术、经济决定论”,转向以“媒介话语生产”为核心的“社会意义构建论”研究,从而拓展大众传播媒介研究视野,建构包含技术、经济在内,重点以社会、文化发展为核心的“社会转型传播学”理论。

一、由现代化、发展理论到转型理论

社会学应用研究中的现代化理论产生于美国。1950年,由美国著名经济学家库兹涅克(S. Kuznets)提议,在美国社会研究理事会中创立了一个经济增长委员会,在1952年创办了《经济发展与社会变迁》期刊,该刊具有十分重要的学术影响力。以此为基础,逐渐地凝聚了一批研究者,形成了一个有影响的学术研究团队,并产生了早期的现代化研究理论。此后,该团队进行了大量的研究工作,其中著名社会学家帕森斯为现代化理论奠定了初步的理论基础,他的学生列维在1952年出版了《社会结构》一书,成为现代化理论研究的基本框架,这一理论在20世纪50年代与60年代达到鼎盛。综合起来看,现代化理论探讨的核心问题有三点:

其一,“传统—现代”两分法,即把社会分为传统与现代两种类型,认为社会的发展进程不外乎是由传统社会向现代社会的过渡。

其二,社会发展的内因论。即社会发展与现代化的动力主要源于社会内部。

其三,现代化的趋同假设。即现代化的发展都会朝着一个目标迈进,最后走向趋同。但是近年来,随着对现代性与后现代问题的争论,传统的现代化研究理论也发生了不同程度的变迁,形成了新的现代化理论,也就向转型理论发展^①。

就中国当前的社会发展看,现代化不仅是中国理论界研究的重要课题,同时又是中国政府首要的工作目标与任务。一个国家、一个地区是否一定要走同样一条由传统

^① 孙立平. 现代化与社会转型[M]. 北京:北京大学出版社,2005:429,431.

向现代社会转型的道路呢?对此问题,20世纪80年代以来,西方一些学者批评“现代化理论”,认为“现代化”是西方发展模式典范主义与西方中心主义的反映。显然,这其中的问题是,西方的现代化路径是不是唯一的呢?通过对前苏联的社会主义工业化、日本的现代化和亚洲“四小龙”的工业化进程等的研究,一种多元的转型理论开始兴起。经济学家格尔申克隆(A. Gerschenkron)在考察西欧和俄国工业化的不同道路时,建立了一种特殊的现代类型学。他认为,工业化道路可分为如下类型:本地型或引进型,被迫型或自主型,生产资料生产优先型或消费资料生产优先型,农业进展或农业停滞型,经济动机型或政治动机型。曾经主张趋同转型论的艾森斯塔特,也修正了自己的观点。1983年,他曾经指出:“很多新的和正在实现现代化的社会和国家,都不是沿着欧洲国家的路线发展的。”1992年,他又在自己的新著《社会变迁和现代化的理论复兴》中明确指出,趋同论的历史前提是不真实的,“在不同的现代化”和正在走向现代化的社会中,存在着巨大的体制差异,这一事实不仅在转型社会中,而且在中等发达的社会中,甚至在高度工业化的社会中,变得越来越明显了^①。国际上有些学者也认为,传统的“转型”概念反映了单一的“目的论”,预设了一个终端目标。实际上,原计划经济体制下的社会向多种方向发展,是多元的自然过程。有些学者注意到现代化进程的障碍、挫折甚至倒退,如西托姆卡(P. Sztompka)在《大转型的困境》(1992年)中,讨论了转型的可逆性问题。这种新转型理论,蒂利阿基安(E. Tiryakian)称之为“新现代化理论”,亚历山大(J. C. Alexander)称之为“后现代化理论”。显然,这种新转型现代化理论对于近20年世界上的社会变迁与生活多样性的事实更具有解释力,对我们理论建构的启发性也更大^②。

显而易见,当传统的现代化理论遭到学术界的质疑时,立足于研究发展中国家的发展理论获得了巨大的影响力。社会学者孙立平就认为,发展理论主要由依附理论、世界体系理论和比较政治经济学理论构成。依附理论主要强调了两个理论假设,即:其一,不应当单独地分析一个社会的发展,而应当从世界系统里考察问题;其二,在许多情况下,往往是外来因素对社会发展的影响更为重要。因此,发达国家和不发达国家的关系是中心和边缘的关系,发达国家之所以发达,则恰恰是发展中国家不发达的根源。在此基础上,沃勒斯坦提出世界体系的理论,他扩展了依附理论,并认为发展的意义主要在于如何改变自己在世界体系中结构位置,以实现自己由边缘、半边缘到中心的升级。与此同时,现实的问题是,以苏联、中国、东欧为代表的各个社会主义国家的转型,为由现代化理论、发展理论向转型理论的发展提供了现实的研究依据。

① 孙慕天,刘玲玲. 西方社会转型理论研究的历史和现状[J]. 哲学动态,1997(4).

② 宋林飞. 中国社会转型的趋势、代价及其度量[J]. 江苏社会科学,2002(6).

因此,近年来,中国学者对转型社会学的问题不断加以重视,并成为社会学理论研究中的新领域^①。

转型社会学提出的宏观问题,其实就是把社会转型与人类文明的发展联系在一起。转型社会学的现实背景是在社会主义国家发生的,因此,研究者就立足于社会转型与人类文明转折的意义关系,提出这样的观点,即如果将共产主义作为一种独特的文明来看待,那么其实社会转型就是整个文明迈向现代文明的独特之路。这样,对这一文明发展的特点、运作逻辑及其转型过程就应成为当代社会学乃至整个社会学科发展的新视野。而这一转型如同资本主义文明一样,也存在于人们的日常生活实践之中,体现为运作社会生活的方式和一套相互联系的逻辑。转型社会学的重点也正是建立在对整个共产主义文明及其转型的理解之上,所形成的是有关这个文明及其转型的系统知识,构成一个可以相对独立地进行知识积累的领域^②。在这一理论框架下的转型社会学理论的构建,也为我们提出“社会转型传播学”提供了理论方法和基础,显然,社会转型传播学也正遵循这样一个逻辑,即把人的全面发展以及社会文明的进步作为大众传播研究的基本逻辑起点,这样,传播理论研究的重点,不仅是技术的进步与推动经济的发展,从而改善人们的物质生活的问题,而重要的在于构建社会文化价值,促进人类社会全面发展的根本问题。

二、西方发展传播学理论

发展传播学是传播学的主要分支领域,该理论兴起于20世纪50年代末,以美国学者D. 勒纳在1958年出版的《传统社会的消失:中东的现代化》为标志。发展传播研究在20世纪六七十年代开始受到广泛关注,W. 施拉姆、E. 卡茨、E. 罗杰斯等人是该领域的开创者。至1982年获“国际传播协会”承认,“发展传播与跨文化传播”成为该协会的8个研究专题小组之一。与发展社会学理论相一致,发展传播学大致也包含了现代化理论、发展理论、依附理论以及社群主义理论等理论视野的变迁。

发展传播学是“运用现代的和传统的传播技术,以促进和加强社会经济、政治和文化变革的过程”^③。“广义地讲,发展传播学就是一种在发展中国家进行传播的原理和实践。”“发展传播是一种有目的的传播。换句话说,发展传播设立一个具有特殊目的

① 孙立平. 现代化与社会转型[M]. 北京:北京大学出版社,2005:431.

② 郭于华. 转型社会学的新议程——孙立平“社会断裂三部曲”的社会学述评[J]. 社会学研究, 2006(6).

③ S. T. Kwame Boafe (1985) Utilizing Development Communication Strategies in African Societies, a critical perspective (Development Communication in Africa), Gazette 35; p. 83.

的传播过程。在这一过程中,发展传播的目的与预期的变化和目标相关”^①。简要来看,发展传播学的研究包括两个层次:理论框架研究和现实实证研究,前者建立基本的理论假设和宏观视角,关注传播对于社会发展是否具有推动作用,以及发生作用的具体机制是什么;后者具体考察传播和社会发展之间的关系,多表现为专题性的研究,比如性别与传播、健康传播、国际发展传播项目的实施成效、新传播技术在发展中国家的运用、传播与传统文化、发展传播中的公众参与、乡村传播学等。总的来看,发展传播研究的目的在于研究发展中国家如何利用传播手段,有效地帮助改变贫穷落后的现状,从而促进社会发展。当然,也有少数学者提出在发达国家也存在发展传播的问题^②。同时,一些西方学者以及亚、非、拉等发展中国家的学者不但致力于这方面的理论研究,还和有关国际机构、民间组织或当地政府一道努力将理论成果付诸实践,在发展中国家实施过诸多发展传播项目,筹集资金、推广技术、培训人员、组织讨论、监管项目、对项目实施效果进行评估等,这其中有成功的经验,也有失败的教训。由于发展传播实践在不断提供新的经验教训,再加上传播学的一些基本理论和发展理论也在不断发生新的变化,相应地,发展传播学的理论框架本身也随之不断发展变化。

早期的发展传播学理论,以勒纳、罗杰斯、施拉姆等学者的理论为代表。1958年勒纳出版的《传统社会的消失:中东的现代化》专著中,通过对中东地区国家所作的一次大规模的社会调查,提出了大众传播媒介与国家现代化的问题。勒纳把国家现代化过程中的几个基本变量概括为城镇化、教育、大众传播普及与参与,现代化过程就是这几个要素作用的过程,就此他提出了现代化过程中的“移情”理论,大众传播被称之为社会发展过程中的“奇妙的放大器”。受此理论影响,其后的发展传播学研究则重点立足于如何“系统化利用某一社会体系的传播资源以促进、推动和支持人类的发展”,正如福雷瑟(Fraser)和雷斯特雷波—艾斯特达拉(Restrepo-Estrada)对发展传播的总结:“发展传播学是利用传播的过程、技术和媒介,帮助人们全面认识他们所处的环境以及变革的手段,帮助人们解决冲突、达成共识,帮助人们制定改革和可持续发展的计划,帮助人们获取必要的知识和技能以改善自身的处境和社会状况、提高机构的效率”^③。

发展传播学研究主要基于对现代化、发展等概念的理解来系统探讨社会发展的问題。这样,在20世纪50年代到60年代末,形成了一批有关发展传播学的经典研究和

① 潘玉鹏.发展传播学简介[J].新闻大学.1989(冬季号).

② Srinivas R. Melkote (1993, From Third World to First World: new roles and challenges for development communication, Gazette 52:145-158. 引自徐晖明.我国发展传播学研究状况[J].当代传播,2003(2).

③ 维伯特·坎布里奇.传播学的里程碑与国家发展[M]//叶海亚·R.伽摩利珀.全球传播.北京:清华大学出版社,2003:120.