

当代中国政治传播研究丛书

丛书主编：荆学民

中国古代政治传播研究

白文刚◎著

中国社会科学出版社



中国古代政治传播研究

白文刚◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国古代政治传播研究 / 白文刚著. —北京: 中国社会科学出版社,
2014. 12

ISBN 978-7-5161-5432-8

I. ①中… II. ①白… III. ①政治传播学—研究—中国—古代
IV. ①D691.2

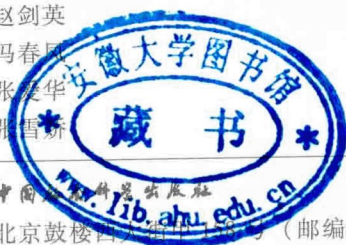
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 308404 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 冯春凤

责任校对 张凌华

责任印制 张雪娇



出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街158号 (邮编 100720)

网 址 <http://www.csspw.cn>

中文域名: 中国社科网 010-64070619

发 行 部 010-84083685

门 市 部 010-84029450

经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2014 年 12 月第 1 版

印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 20.25

插 页 2

字 数 332 千字

定 价 59.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换

电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

编委会

丛书主编 荆学民

编辑委员会 (以姓氏笔画为序)

白文刚 冯春风 刘小燕 孙英春

苏颖 李智 李彦冰 张晓芒

荆学民 施惠玲 姜飞 唐远清

总 序

荆学民

这套被命名为“当代中国政治传播研究”的丛书，是2011年国家社科基金重大招标项目“中国特色政治传播理论与策略体系研究”（批准文号：11&ZD075）的研究成果。丛书的著作者，基本上是这个重大课题的研究成员。

对我们政治传播研究团队来说，2011年是一个与我们很有“机缘”的年份。因为，自2008年我们中国传媒大学成立了政治传播研究所并在硕士、博士层面设置政治传播招生方向而开始铺开的对政治传播的研究，到了2011年，我觉得“国家层面”对于政治传播研究的诉求即将来临。果然，就在这一年，国家社科基金首次以“重大招标课题”形态抛出“中国特色政治传播”研究的“橄榄枝”。机会总是对“有准备者”而来，我们一举中标，开始了“国家作文”意义和层面上的政治传播研究。

一个有趣的故事是：当时课题答辩时，我“诉苦”说：以“中国特色政治传播战略理论与策略体系研究”这样的题目来招标，又是“世界眼光”，又是“中国特色”，又是“战略”，又是“策略”，着力点太多，不容易做好。之后，专家组显然采纳了我的建议，把“战略”去掉了。按理说，“战略”去掉了，研究的难度就降低了，但是，在之后的研究中我却感到，很多的问题仍然需要提到“战略”的高度。

作为课题首席专家，当然必须对这个课题研究的“突破点”和“着力点”有准确的自觉和相应的驾驭。研究期间的2014年，《中国社会科学》决定发表我们的研究论文《中国政治传播研究的学术路径与现实维度》，这是该刊首次发表此类性质的文章。在一次与该刊领导与编辑的谈话中，他们请我最简练地说明“中国特色的政治传播”，我说：第一，中

国的政治传播不同于西方政治竞选生态中以媒介为中心的专业性“政治操弄”，因而，西方政治传播理论对我们中国没有可复制性；第二，在中国，政治传播基本是政治宣传，因而对政治宣传研究的难度就是对政治传播研究的难度，有多难，你们懂的。

在这篇序言中，我有责任从严谨的理论研究角度，对这种通俗的表达作出进一步的诠释。

在人类政治文明的进程中，政治传播发挥着十分重要的作用。以“民族国家”为基本政治共同体的不同政治文明中，有着不同形态的政治传播。随着全球化进程的加剧，人类的政治文明经过不断地砥砺而走向融合。在这种融合的过程中，不同形态的政治传播也日渐焕新，彰显特色。

对于中国来说，改革开放以来，中国特色社会主义的政治实践创造了中国特有的政治文明，成为人类政治文明的有机组成部分。据此，建构与中国政治文明发展相匹配的中国特色政治传播理论，就显得十分重要和迫切。构建中国特色政治传播理论，既需要研究一些满足于政治传播实践需要的策略，更需要对其重要的基本理论问题进行深入研究。

作为一种政治活动，政治传播在西方竞选性政治的国家中比较普遍，在中国，政治传播意识越来越被自觉，政治传播理论越来越被重视，一定层面的政治传播活动也在逐步展开。但是，在理论上对于政治传播的理解和研究，无论是国外还是国内的学术界，分歧还是比较大的。这与人们从广义与狭义两种不同的视角来界定和研究政治传播有直接的关系。

广义的政治传播，把政治传播视为“古而有之”的政治活动，认为自从有了人类的政治就有了人类的政治传播，政治传播始终伴随着人类的政治生活，成为人类政治不可或缺的一种运行机制，甚至可以说，人类的政治过程就是政治传播过程。正是在这种理解的基础上，中西方理论界对从西方古希腊时期、中国春秋战国时期开始至当下时代的政治传播，进行了系统地探索和研究。现在的态势是：“在不同学科、不同研究传统（包括政治学、心理学、社会学、语言学、修辞学等）的影响下，政治传播研究的关注范围大为拓宽，因此，界定政治传播的范畴已成为一项越发困

难的工作。”^①

狭义的政治传播，把政治传播理解为“利用媒介达到某种政治目的”的活动，概括起来有四个要点：第一，人类政治进入成熟的竞选政治阶段；第二，传播进入大众传播时代；第三，大众媒介相对独立成为制衡政治权力的力量；第四，资本作为一种特殊的变量在竞选中具有十分重要的地位和作用。狭义的政治传播，把政治传播视为一种依赖媒介的专业化的政治操作。这样的政治传播是意识形态、权力、资本、媒介多重因素交织和博弈的“政治交响曲”。这种政治传播没有悠久的历史，完全是现代政治的产物，而且也只是现代政治运行中的行为之一。

显而易见，现在西方学术理论界，多从狭义的角度来理解和研究政治传播。一些西方学者呼吁：“从实际应用的角度看，政治传播的范畴必须被缩小。一般来讲，政治传播指的是符号与讯息在政治人物、政治机构、一般公众和新闻媒介间的交换。新闻媒介既是政治系统的产物，又反作用于政治系统。这些交换过程的结果涉及权力的巩固或变更。……对政治传播的界定会进一步被缩小为集中关注通过大众传媒，尤其是通过它们的新闻内容进行的符号与讯息的交换。”^② 在中国，很多人也是从这种狭义的角度来理解和研究政治传播的，因而，热衷于对西方政治传播理论进行翻译和评介的所谓“本土化”研究，已然是我国目前政治传播研究的主体形态。

在我看来，中国的政治体制、机制和生态有其区别于西方竞选行政治的特殊性，尤其是媒体媒介的性质、地位、机制、作用等，与西方国家也有根本的区别，因而西方那种基于狭义政治传播范畴的政治传播理论，虽然对中国的政治生活有着重要的借鉴和启发意义，但是，它很难解释现实的中国政治，更难引导中国的政治传播实践。因而，我们对政治传播的理解和研究，应从广义的角度进行。从广义角度把政治传播理解为“政治信息的流动、扩散、接受、认同、内化”过程^③，才能逻辑地涵盖了中国

① [美] 道格拉斯·M. 麦克劳德等：《政治传播效果范畴的再审视》，参见詹宁斯·布莱恩特等：《媒介效果：理论与研究前沿》，石义彬等译，北京，华夏出版社，2009年，第160—161页。

② 同上书，第161页。

③ 这是我对政治传播的界定，参见拙作《视界融合：政治传播研究的几个基本理论问题辨析》，《新华文摘》2009年第21期。

的政治宣传，才能把现在仍然是中国政治传播主体形态的政治宣传，置于更广阔政治视野、更深刻的政治内涵中，从主体、对象、内容、途径、方法、效果等各个环节和层面上，进行总结、反思、比较和研究。只有这样的政治传播理论，才可能适合解释中国的政治文明，才可能具有中国特色，才可能有效引导中国的政治传播实践。

鉴于以上理解，这套研究丛书，努力从中国背景、中国立场、中国观点、中国问题、中国逻辑、中国表述、中国语势，在理论和对策（策略）两个层面展开对中国特色的政治传播研究。当然，由于研究者的立场观点、知识结构、学科背景、研究视角和研究方法的差异，其中理论与对策的结合方式与表达风格可能存在一定的差异性。这也是“主编”并不能完全左右、也不应该左右的事情，因为在我看来，只有差异才可能是百花齐放的。

需要说明的是，丛书的选题与申报时的选题有一定的微调，有些原来列入选题，但是，由于在具体的研究中似有重复或者研究者的困难而不能提交研究成果，有些原来申报时并未列入选题，但是成果成熟且意义重大而被及时出版。好在是，我们这套丛书是开放性的，会一批一批出下去。以后相关研究成果只要符合我们的要求可以及时补充进来。

说句实话，对于中国特色的政治传播，我们主观上是很努力的，但是，对这样的研究话题，努力与质量高低并不必然是“正向”关系，还是由读者来判断吧。

写于北京东湖湾寓所

2014年3月14日

目 录

导论	(1)
一 政治传播之理解	(1)
二 政治传播研究与历史学的结合和互惠	(8)
三 中国古代政治传播研究：现状与思路	(16)
第一章 王朝合法性建构中的政治传播	(24)
第一节 王朝的天命建构	(25)
一 天命与王朝的合法性论证	(26)
二 符命神话的制造与传播	(30)
三 受命仪式的操演	(46)
第二节 帝王圣德形象的塑造	(59)
一 帝王圣德与王朝的合法性建构	(60)
二 以文字为媒介的帝王圣德宣扬	(62)
三 依托祥瑞神话的帝王圣德建构	(67)
四 凭藉仪式操演的帝王圣德展示	(77)
第三节 王朝的正统辩护	(89)
一 正统观念与王朝的合法性建构	(90)
二 华夷之辨——清王朝面临的“正统”挑战与应对策略	(96)
第二章 教化：王朝政治文化传承中的政治传播	(106)
第一节 王朝的政治文化与教化旨趣	(107)
一 王朝政治文化的主要面相	(107)
二 教化旨趣的同与异	(112)
第二节 王朝的教化机构	(117)
一 学校	(118)

二 乡约	(130)
三 宗族	(134)
第三节 王朝的主要教化媒介	(139)
一 以儒家经典为中心的权威文献	(139)
二 日常教化读物与通俗文艺	(147)
三 礼乐制度	(153)
第四节 王朝的教化者	(157)
一 帝王	(158)
二 官员	(164)
三 民间士人	(169)
第三章 王朝政治运行中的政治传播	(174)
第一节 中国古代王朝政治体制与信息传播体系	(175)
一 中国古代王朝政治体制再认识	(175)
二 中国古代王朝的信息传播体系	(181)
第二节 中央决策中的政治沟通	(185)
一 先秦时期的中央决策沟通模式	(186)
二 秦汉以来的中央决策沟通模式	(190)
三 王朝中央决策沟通模式的价值和困境	(196)
第三节 王朝的信息“输入”与“输出”	(198)
一 地方信息输入中央的模式	(198)
二 中央信息的输出模式	(208)
三 文书传播的渠道与效率	(214)
第四节 王朝的政治言论环境	(223)
一 从谏官制度看中国古代的言论环境	(224)
二 中国古代帝王对政治言论的态度	(228)
三 中国古代政治批评者的士大夫精神	(232)
第四章 王朝对“外”政治传播与朝贡体系建构	(237)
第一节 天下观念与天朝形象塑造的主要面相	(238)
一 天下视野中的世界政治秩序	(238)
二 天朝形象塑造的主要面相与传播体制	(242)
第二节 诸国来朝中的对外政治传播	(247)

一	天朝帝王威严的塑造与宗藩君臣秩序的建构	(247)
二	帝王怀柔圣德与天朝富庶形象的塑造	(258)
第三节	遣使、册封中的对外政治传播	(262)
一	基于寻求政治认同的遣使与天朝形象塑造	(262)
二	遣使册封活动中的政治传播	(266)
第四节	天朝的软实力与对外政治传播效果	(273)
结语	中国古代政治传播的现代启示	(281)
一	政治统治手段是政治传播的本质属性之一	(281)
二	政治文明是影响政治传播效果的根本因素	(286)
三	提升当代中国政治传播能力的关键在政治	(297)
参考文献		(302)
后记		(314)

导 论

本书的主旨是自觉地以政治传播的学科意识对中国古代政治统治中的重要政治传播现象展开比较系统的初步研究,力求比较全面地展现其面相、揭示其特点,并在此基础上总结中国古代政治传播的现代启示,努力为中国特色政治传播理论体系的建立提供历史资源,为中国当代的政治传播实践提供经验借鉴。

为了使读者能更好地理解 and 评判这项研究,在正式进入研究主题之前,有必要先交代一下本书对政治传播概念的理解、本项研究的意义和研究思路。

一 政治传播之理解

社会科学的研究常常要从界定概念开始,但大家往往又难以对概念形成完全一致的共识,所以很多研究著作都八股式地先讨论一番概念,结果是对概念的界定越来越多,争议也越来越多,让人莫衷一是。政治传播研究也面临着同样的困境。虽然作为一个明确的研究领域出现才数十年,但有关政治传播的概念已然层出不穷、难以一一完整梳理了。

面对这样的乱局,我原本无意再搅入概念理解的讨论,希望能够直奔主题开展研究工作。但研究的逻辑却迫使我依然不得不先交代一下对政治传播这一概念的理解,因为本书要研究的主题是中国古代的政治传播,第一个要回答的问题就是:中国古代有政治传播吗?而要回答中国古代是否有政治传播,就不得不谈到对政治传播的理解。因为毕竟政治传播这一术语是在现代西方特定的政治环境中产生的,如果不做解释就直接借用来考察中国古代政治,那是非常武断的,难以得到认可。这是其一。其二,所

做的解释必须是符合逻辑、具有说服力的,不能强解,否则依然是武断的。而要解决这一问题,首先必须准确理解政治传播这一概念的内涵及其外延。于是本书的研究同样不得不从概念界定开始,而且仅从概念界定出发还不够,因为从传播学的角度来看,概念无非是一个指代符号,由于界定者和阅读者有不同的学术关怀和生命体验,所以对这一符号指代的内容的理解也是有差异的。因此为了尽可能准确把握政治传播的内涵及其外延,我们在考察其概念的同时还需要考察其研究领域和发展史。

对于概念的考察,我们不可能也不必一一列出每一个界定,科学的方法是在前人研究的基础上选择那些被广泛认同因而具有代表性的界定。众所周知,政治传播研究最初兴起于美国,因此我们对这一概念的考察必须从美国开始。2004年,琳达·李·凯德(Lynda Lee Kaid)在其主编的《政治传播研究手册》中谈及政治传播的定义时认为,也许查菲(Chaffee)在1975年提出的最简单的定义是最好的,即“政治传播是‘传播在政治过程中的角色’”。^①而早在1981年,丹·尼谋(Dan D. Nimmo)和基思·桑德斯(Keith R. Sanders)在其编写的美国第一本《政治传播手册》中也介绍了查菲的这一概念。^②由此可见查菲对政治传播概念的界定是比较具有代表性的。此外,英国学者麦克奈尔(Brian McNair)的《政治传播学引论》一书甚为畅销,反复再版,^③因此他对政治传播概念的界定,即政治传播是“关于政治的有目的的传播”,^④在学界影响也很大。他还具体阐述了这一界定涵盖的内容:

1. 所有政客及政治行动者为求达到目的而进行的传播活动。
2. 所有非政治行动者对政治行动者做出的传播活动,例如选民

① Lynda Lee Kaid (Eds.). *Handbook of Political Communication Research*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2004. p. xiii.

② Dan D. Nimmo and Keith R. Sanders (Eds.). *Handbook of Political Communication*, Beverly Hill, CA: Sage Publications, Inc. 1981. p. 27.

③ 该书1995年初版,1999年第2版,2003年第3版,并在2005年、2006年两次重印,2007年第4版,并在2008年、2009年和2010年三次重印,2011年推出第5版。如此频繁地再版和重印,可见其畅销程度和影响之大。

④ [英]布莱恩·麦克奈尔:《政治传播学引论》第2版,殷祺译,新华出版社2005年版,第4页。

及报纸评论员。

3. 所有在媒介中涉及以上政治行动者的新闻报道、评论及政治讨论。^①

然而,事实上仅仅依靠这样的概念界定,我们仍然无法确切把握政治传播的内涵和研究领域,这不仅是因为“政治”与“传播”本身即是两个内涵广泛且开放的概念,笼统地用“政治”与“传播”组成语句来解释“政治传播”这一概念是难以清晰地表明其真正的内涵和研究领域的,而且因为不同文化背景导致的翻译曲义和所处政治环境差异导致的对政治体认的不同,更容易让我们对这一来自西方的概念的理解与其本意产生偏差。就文化背景的因素而言,“传播”是对英文 Communication 的翻译,但我们知道不仅 Communication 在英文中就有多种解释,而且中文与之对应的翻译也有十余种之多,^②“传播”只是其中的一种。这种现象表明用“传播”对译 Communication 其实也有勉强的成分,不能准确、完全地反映其意思。对单词 Communication 的准确理解尚且难做到,更不必说对由单词组合而成的 Political Communication (政治传播) 的准确理解了。从政治环境的因素来说,中国的政治体制与西方国家的政治体制截然不同,所以同样是政治一词,中国人与西方人的理解却不可避免地存在某种差别,相应地对政治传播的理解也会存在某种程度的差异。

基于上述的原因,要准确理解政治传播这一概念,我们不仅需要考察概念本身,还需要考察西方学者运用这一概念时研究的主题。丹·尼谋和基思·桑德斯在其合编的《政治传播手册》中列举的当时政治传播领域研究的主题有:政治语言、政治修辞、政治广告和宣传、政治辩论、政治社会化、竞选运动、公众舆论、公共政策、政治运动、政府与媒介关系、政治形象、政治象征等。^③ 其《政治传播手册》也主要是围绕这些主题来

① [英] 布莱恩·麦克奈尔:《政治传播学引论》(第2版),殷祺译,新华出版社2005年版,第4页。

② [美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特:《传播学概论》(第2版),何道宽译,中国人民大学出版社2010年版,《译者序》第2页。

③ Dan D. Nimmo and Keith R. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hill, CA: Sage Publications, Inc. 1981. p. 14.

编写的。23年后,琳达·李·凯德在其主编的《政治传播研究手册》中依据研究的发展扩展了一些内容,比如增加了政治营销以及互联网新媒体背景下的政治传播等等,但研究主题并没有多少实质性变化。而麦克奈尔在讨论政治传播时,他关心的其实是在西方现代民主体制下,政治行动酝酿和实现过程中政治行动者、受众、媒体三个要素之间的相互关系。^①

通过考察这些研究主题,我们不难得出以下几点结论:第一,政治传播的实质是政治信息的交流。因为上述提及的研究主题如政治语言、政治修辞、政治象征等等的共同特征就是政治信息的交流。当然,我们这里用交流来表达这种政治信息的运动方式,主要是想表明其特征是协商式或劝服式的,而非命令式的。并不表示传播主体与受众之间一定是有你来言我有去语的谈话。第二,这种交流的目的在于传播者或者说传播主体希望得到受众或者说传播客体对自身政治身份、政治政策或政治观点的认同。显然上文提及的所有研究主题都涉及这样的目的,如果没有这种目的性,可能就不会产生上述各类政治信息的交流活动。其实从政治传播研究产生的学术史背景就能发现其学术旨趣。琳达·李·凯德把李普曼(Walter Lippmann)的公众舆论研究、拉斯韦尔(Harold Lasswell)的宣传分析、拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)关于传媒影响与投票关系的研究以及二战期间华盛顿组织的传播研究作为政治传播研究诞生的学术史背景,从这些背景我们也可以看出劝服与争取认同被视为是这项研究的旨趣。麦克奈尔在《政治传播学引论》中盛赞李普曼提出的“制造同意”这一术语的洞见,并声明该书的大部分内容都围绕这一主题展开,^②更明确地表明了这些被视为权威的研究者确实是从劝服与制造认同的旨趣来谈论政治传播的。

或者还有第三,这种概念的出现主要是西方民主政治尤其是竞选政治的产物。但第三点不是最本质和必不可少的,因为从人类文明史来看,几乎任何政体都会有通过信息交流来争取认同的需要和行为,完全依靠武力和强制统治的政权是极其罕见的,也是难以持久的。

① 参见[英]布莱恩·麦克奈尔《政治传播学引论》(第2版),殷祺译,新华出版社2005年版,第5—15页。

② 同上书,第26页。

所以当我们按照这一脉络来运用政治传播这个术语时,最简单却较为准确的理解是:政治传播是传播主体通过政治信息交流来争取政治认同的一种活动。

不过,这种认识即使准确也只是理解“政治传播”这一概念的一个维度。我们可以把其称之为“劝服论的政治传播”,或者“传播学视域中的政治传播”,这不仅是因为上述讨论表明了争取政治认同是这个术语表达的信息交流行为的根本追求,而且是因为这条脉络其实是沿着把政治传播视为传播学的一个分支发展而来的。我们上列的代表性著作和作者几乎都来自传播学领域,该领域恐怕也是当代政治传播研究的主阵营。

回顾西方政治传播研究的学术史,我们不难发现与上述理解维度相对应,还存在由伊斯顿(David Easton)、阿尔蒙德(G. A. Almond)、多伊奇(Karl W. Deutsch)等政治学者的研究为主要代表的另一个对政治传播的理解维度,对应前述对政治传播的理解维度,我们可以把其称之为“控制论的政治传播”或“政治学视域中的政治传播”。从这个维度来看:

所谓政治传播是与每种政治系统功能相关的具有政治意图的政治信息在政治系统各结构之间的传递与处理过程,它包括政治系统内部的政治信息传递与处理,政治系统与公众之间的信息传递与处理,政治传播系统与社会环境之间的政治信息的传递与处理。^①

不难看出,这样的界定包括了基于劝服和追求认同的政治传播,但其只是整个政治传播活动的一个组成部分,它更注重从整体上探讨政治信息在政治系统各部分之间的传递、处理与政府对政治的控制之间的关系。^②简言之,即把政治信息的流动作为理解政治系统的关键因素,关心政治信息的输入、输出、反馈等过程。

从这个维度研究政治传播最具代表性的著作当属多伊奇的《政府的神经——政治传播与控制的模式》一书。在该书中,作者力图从政治信

① 苏颖:《政治传播系统的结构、功能与困境分析——基于政治结构—功能分析方法的视角》,载《东南传播》2009年第5期,第32页。

② 事实上基于这一视角的政治传播研究也罕有讨论劝服与追求认同话题的成果出现。

息流动出发重新考察整个政治学的内容,^①“政治系统的运行过程被抽象为一个信息的变换及控制过程,信息被接受、处理的方式成为政治分析中最为重要的一个方面。”^②

这种对政治传播的理解有多种理论渊源,如信息论、系统论、结构—功能主义等等,但最根本的应当是控制论。我国学者俞可平指出:“政治沟通分析主要是依据控制论的原理而发展起来的。”^③其实关于这一点,多伊奇在其《政府的神经》一书中也有非常明确的阐释。在这本著作中,多伊奇完全就是以维纳(Norbert Wiener)的控制论(Cybernetics)为基础来构建自己的政治学研究体系的,全书用了整整一章来讨论控制论模型。^④正因为考虑到控制论的决定性影响,所以本书用“控制论的政治传播”来界定这一维度的政治传播概念。

从上述分析不难看出,西方学界对政治传播的界定存在着传播学视域与政治学视域的分歧,对应形成了本书所说的“劝服论”和“控制论”两种政治传播概念。^⑤二者关注的政治现象不同,形成的学术史背景也相异,相应的研究领域和研究方法也有差别。这种现象也说明政治传播的确还没有成为一个独立而成熟的学科。值得指出的是,相对于劝服论政治传播观念而言,控制论政治传播观念指导下的研究似乎不及前者彰显。^⑥因此当人们讨论政治传播时,往往是在劝服论,即传播学的视域下展开的。

① 参见[美]阿尔蒙德、鲍威尔《比较政治学——体系、过程和政策》,曹沛霖等译,东方出版社2007年版,第149页。

② 景跃进、张小劲主编:《政治学原理》(第2版),中国人民大学出版社2012年版,第267页。

③ 俞可平:《权利政治与公益政治》,社会科学文献出版社2005年版,第44页。

④ Karl W. Deutsch, *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control*, New York, The Free Press, 1966, pp. 75-97.

⑤ 当然划分的标准不同,分类也不同。本书将其分为两种,主要是基于考虑其传播要达到的主观政治目的。也许有人会争论说“协商”也是一种主观目的,不过一则在西方的政治传播研究中,并没有突出这一主题,二则任何协商过程都有劝服的因素,所以本书没有提出“协商论的政治传播”这一视角。

⑥ 参见Dan D. Nimmo and Keith R. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hill, CA: Sage Publications, Inc. 1981. p. 24. 另外,琳达·李·凯德2004年出版的《政治传播研究手册》则完全没有提及这一视角的研究。