

华夏

传播论

孙旭培
主编

人民出版社



华夏

传播论

孙旭培 主编

中国传统文化中的传播



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

华夏传播论：中国传统文化中的传播/孙旭培主编.

-北京：人民出版社，1997.10

ISBN 7-01-002624-6

I. 华…

II. 孙…

III. 传播学-中国-古代

IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 10406 号

华夏传播论

HUAXIA CHUANBO LUN

——中国传统文化中的传播

孙旭培 主编

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京印刷三厂印刷 新华书店经销

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月北京第 1 次印刷

开本：850×1168 毫米 1/32 印张 16

字数：367 千字 印数：1-5,000 册

ISBN 7-01-002624-6/G·122 定价：22.00 元

撰稿者名单

(以姓氏笔画为序)

王怡红(中国社会科学院新闻研究所)

第六章第三节

毛章清(厦门大学历史系)

第八章

方鹏程(台北 海峡两岸交流基金会)

第十六章

申 凡(华中理工大学新闻系)

第十七章、第十八章

叶世昌(复旦大学经济系)

第十三章第一节、第二节、第三节

史媛媛(郑州大学新闻系)

第七章

孙旭培(中国社会科学院新闻研究所)

第四章第一节、第九章、第十二章(合著)

关绍箕(台北 辅仁大学大众传播系)

第十五章

朱万曙(安徽大学中文系)

第十一章、第二十五章

闵大洪(中国社会科学院新闻研究所)

第五章第四节

李 展(厦门大学历史系)

第二十章、第二十四章第三节

李元授、蔡伯铭(武汉大学新闻系)

第五章第三节、第十九章

李国正(厦门大学中文系)

第五章第一节

李晓明(中国社会科学院研究生院新闻系)

第四章第二节

陈亚兰(中国人民大学清史研究所)

第十二章(合著)、第二十四章第二节

陈培爱(厦门大学新闻传播系)

第十三章第四节

林之达(四川社会科学院)

第四章第三节

郑松铨(厦门大学新闻传播系)

第二十四章第四节

郭 锋(国家高级教育行政学院)

第五章第二节、第六章第一节、第二节

宫玉振(中国人民解放军军事科学院战略部)

第十四章

侯东阳(郑州大学新闻系)

第二十三章

胡奇光(复旦大学中文系)

第二十一章

徐东升(厦门大学历史系)

第十章

秦志希(武汉大学新闻系)

第三章

高国藩(南京大学中文系)

第六章第四节

黄金贵(杭州大学中文系)

第一章、第二章

戴元光(兰州大学西北文化研究中心)

第二十二章、第二十四章第一节

序 言

传播与人类一起产生和发展。但作为一门科学来研究，是本世纪初才由西方学者发起的，不过发展得很快。在我国对传播学进行较为系统的介绍和研究，是1978年以后的事。台湾和香港的学者对传播学的研究，比内地起步早一些。

学者们在各自的研究实践中体会到，传播学研究在经过必要的引进介绍以后，不能只依赖于西方人总结出的原理和方法。中国学者要做出自己的特殊贡献，就必须研究中国的传播实践，于是“传播学研究中国化”、“传播学研究本土化”的提法就产生了。

在中国文明史中，有大量的先人总结的传播观点和原理，有不计其数的传播事件和现象。这些丰富的宝藏召唤着我们去发掘。早在1978年，在香港和台北，各举行过为期一周的“中国文化与传统中传的理论与实际”的研讨。当时，余也鲁教授（香港中文大学传播研究中心主任、新闻系主任）、徐佳士教授（台北政治大学新闻系主任），都是热衷这项研究的奔走呼号者。1993年5月，在厦门大学召开了一次“中国传统文化中传的探索”座谈会，内地、台湾和香港的新闻、传播、历史、人类、经济、社会、民俗、语言等学科的学者，一起商讨如何开展对中国传统文化中的传播的研究。

受这次会议委托，与会的余也鲁教授、徐佳士教授、郑学檬

教授（厦门大学副校长）和我（时任中国社会科学院新闻研究所所长），成立一个组织委员会，部署这个课题的研究逐步展开。

组委会确定先搞一本概论性著作（后来定名为《华夏传播论》），由我总揽编务。并在第二年的碰头会上，列出一批断代传播史题目和各类专题，作为第二步的研究选题。此次会上，厦门大学新闻传播系郑松锐主任加入组委会。这两次会议确定的选题，都在我所刊物《新闻与传播研究》上刊登，向海峡两岸招标。

我接受主编《华夏传播论》的任务后，即着手拟框架。框架征求了不少学者的意见，在与余也鲁教授切磋，并得到徐佳士教授首肯以后，才得以定稿。框架与招标启事同时发表后，政大《新闻学研究》上登出陈世敏教授的评介文章和本书的框架。招标反应热烈，有不少学者、学子报名参加，其热忱和认真精神令我感动。特别是有些章节，如环境与传播，社会环境与传播等等，论述领域难以明确，参考文献少，靠作者、主编之间不断交换意见，商量修改。不少作者对改写文稿不厌其烦，几易其稿。总之，这本著作能奉献于读者面前，确实来之不易。

中国传播学界做出特殊贡献的必经之路

任何一个事物在其发生、发展过程中，都可能遭遇到非议。当然，这些非议无论对与不对，都有其存在的权利与价值。

头一种非议就是，“传播学研究中国化”这个命题难以成立，因为科学是没有国界的。这种非议早已有之。我们认为，科学是没有国界的，这句话总体上是正确的，尤其是自然科学更是这样，我们不能搞出中国物理学、中国数学。但是人文科学稍有不同，它们除了遵循人类社会（无论东方社会、西方社会）的共同规律以外，还有一些是对某些国家与社会的特殊规律的总结，所以对于

“中国哲学”、“中国伦理学”这类说法，我们丝毫不会感到奇怪。因为不同的国情和历史，不同的民族习惯和思维方式，其哲学、伦理学的理论概括，就会不尽相同。只是我们不能把其差异性强调到不适当的程度。

中国的源远流长的历史，不曾中断过的华夏文明，会为传播学研究提供取之不竭的资料。传播学大师、美国已故教授宣韦伯博士（Dr. Wilbur Schramm）曾深情地说道：“我们在西方文化背景中学习科学研究方法与理论的人，看见中国长春的文化，和她悠久的传的艺术传统，总免不了会肃然起敬。我们常想，中国人那种深邃的智慧与洞达，要是有一天能用来帮助西方人了解自己的工艺智识，增进我们在实验方面的体会，该是多么好的事。许多人已注意到现代中国人在传的学问上认识的深刻与精到，不但反映了悠长的历史传统，且常能推陈出新。”（《传媒·信息与人》，余也鲁译述）尽管西方传学大师对中国传统文化及其传播评价如此之高，我仍然不使用“中国传播学”这样一个名词。因为在我看来，在传播学领域，中国特色的内容固然丰富，但毕竟不像哲学、伦理学等学科那样，有那么多独特的之处。

另一些非议，则来自于对“传播学研究中国化”或“本土化”这些提法的误解，或者来自于片面的、形而上学的理解。在本课题研究计划执行的过程中，我看到两篇文章，对“传播学研究本土化”，颇多微词，甚至要加以否定，一个说，在“尚未完整地引入传播学学理的时期”，“没有对传播学原原本本的了解”，就去谈“本土化”，乃是个“情绪性的提法”；另一个说，“以独立独行相标举的本土化，本质上也许恰恰显示出西方话语的支配性”，“从本土化的实绩看，传统文化似乎不像被‘弘扬’，而倒像被拉到‘国际’博览会上被拍卖，一切都得按‘接轨’的标准办理，结

果就跟金发碧眼的西方女子穿一袭旗袍，让人总感到有种说不出的不伦不类。”

“传播学研究本土化”这种表述的发明权到底属于谁，我不清楚。但可以肯定，持这种观点的，不只是在海峡两岸的学者中大有有人在，国外学者中也有人有此看法。澳洲传播学者奥斯邦说：“对于一个没有特殊传播理论的国家来说，一个最有效的、有力的开端是认真研究本国的传播史，尤其是本国传播政策形成的过程，从中发掘本国传播的目的、目标和原则。”

“传播学研究中国化”的目的，通俗地说，就是通过研究中国的传播历史和现状，为传播学的丰富和发展作出贡献，使传播学不至于只是“西方传播学”。我们的目的绝不是“独立独行”地另搞一套。我们在为本书所发的《招标启事》中就说过：我们致力于传播学研究中国化，“当然也不能因此导致一个结论：我们可以创立一门完全不同于西方传播学的中国传播学。辩证法使我们懂得，要善于把事物作为一个过程来看待。传播研究中国化也是一个过程，就是通过大量挖掘中国文化（包括传统文化和现代文化）中间关于传播方面的财富，促进传播学的发展，最终创造出集东西方文化精华之大成的传播学。”（《新闻与传播研究》1994年第1期）

写到这里，我想到最近几年流行的一句话：越是民族的，越是世界的。传播学的发展也是这样，我们越是能够发掘出富有民族特色的东西，也就越容易成为世界传播学者容易吸收的东西。因此，即使出现金发碧眼的女子穿旗袍，也会如黑发黄皮肤的男子穿西装一样，没有什么可大惊小怪的，更无所谓“不伦不类”。因为一切美的东西，都可能成为全人类的。此处轮到我说那句话了：科学是没有国界的。

至于“传播学研究本土化”是否开展得过早，这个问题比较简单。起步早晚的争论没有多少实质性的意义，因为它是个长期的任务。重要的是不能强求一律。一部分人可以继续从事翻译、评介西方的传播学，或按照其基本思路和方法研究下去，一部分人可以从事“本土化”研究。对做学问的人，恐怕不能用搞“计划经济”的方法，强求他们都去生产某一种产品。况且，“原原本本的了解”谈何容易，西方传播学著作，不下几千种，而且据说每年都有数十本、成百本新作诞生。让大家都等着作“原原本本”的了解，“本土化”研究恐怕要到猴年马月了。我们只能边学习、吸收人家的，边总结、创造自己的，当然更重视创造。我们这本《华夏传播论》，就是以此为指导思想出的成果。我们永远不会去作这样的选择：要么搞出与西方完全不同的传播学，要么只在那里“原原本本”地领会西方传播学。

研究方法：分析与综合，归纳与演绎

在赞成研究中国传统文化中的传播的众多学者中，对于现在就搞一本概论性的著作，也有持不同意见的。他们认为，搞总论，只有在大量专题研究完成以后才能进行，因此搞总论恐怕是一二十年以后的事情。这个看法不无道理，要想搞出高质量、高水平的总论，须在分论都完成的基础上。但是我认为，科学是无限发展的，人类认识真理的道路是无穷尽的，即使那时候搞出来的总论，也还是需要不断地修改提高的。在科学研究的进程中，分析与综合，是不断交替进行的。在我们已有的对传统文化中的传播的认识的基础上，我们是可以写出一本概论性的著作来的。何况就已有成果而言，在传统文化中的传播研究方面，内地、香港和

台湾已经出版了著作多本，发表的论文已有好几十篇。

本书在研究中，大量使用了归纳法和演绎法，当然更多的是归纳法。研究时，从许多具体现象和事件中，得出有关传播的结论（即由特殊推到一般）。表述时，往往是先说结论，然后举例说明（即由一般推到特殊）。从科学方法论的角度看，“归纳论证得不出可靠性，只得出概率。”（阿·迈纳《方法论导论》），何况我们在举例时，不可能大量罗列，更难以做到量化，这样以偏概全的可能性就会有的。不过，在人文、社会科学中量化困难具有普遍性，本书也就难以避免。但是由于本书的作者们从大量史籍中，从传播学和其他学科的著作中旁征博引，做到立论有根据，论据有出处，其说服力还是很强的。当然也有少数章节，略嫌单薄，由于种种原因，一时难以补救。

著述这本书的一个重要目的，就是让传播学界内外的更多人知道中国传统文化中的传播有特别广泛的研究领域，使大家对这项研究更有兴趣。毫无疑问，这个目的是完全能够达到的。至于有些读者会觉得，本书某些章节只是挂一漏万，或者失之肤浅、粗糙，因而提出批评，甚至摩拳擦掌，要亲自出马写本专著，来超越本书的有关章节，这正是我们所期望的抛砖引玉的效果，也是我们这本书出版的又一层意义。

合作研究：各有千秋，互相映照

海峡两岸的学者，共同著述一本书，这是很有意义的。现在的事实证明：两岸合作研究能够做好，而且大有可为。我在编辑中，感觉到两岸学者都是炎黄子孙，思维方式差不多，行文方式也就差不多。可想而知，如果中国学者跟西方学者合写这本书，恐怕就风格迥异，很难统一了。尽管如此，由于两岸分离 40 多年，

学术交流才是近几年的事，行文风格毕竟不完全一样。台湾学者的研究特别重视资料翔实，凭资料说话；内地学者写的，论述色彩大多比较浓。

当然，在内地学者中，风格也不尽一致。多数学者，特别是文史学者，忠实于本学科悠久的扎实严谨的治学传统，写出的书稿资料翔实、立论严谨；另有一些作者行文潇洒，有纵论捭阖之势，但资料上并不很充实。虽然我对那些与本书要求相差较大的文稿提了意见，让作者做了些修改，但准许各种风格并存。因为撰稿者达 28 位，不可能要求都统一于一种风格。同时也因各章节内容不同，表现形式上有所不同也在情理之中，毕竟是内容决定形式。

还有一点需要说明，我们事前就提请各位作者注意，“不要种了别人的田，荒了自己的地”，以尽可能减少重复。但由于某些章节必然会有内容交叉，所以，不同作者从不同角度，以不同资料，论述类似的问题，这种现象出现一些也只好允许。

这本书已呈奉于读者面前，现在任褒任贬。我们可以自信地说，这本书在传播学研究“本土化”方面，在弘扬祖国文化方面，无疑是迈出了有意义的一步。它是海峡两岸学者的共同贡献。

这本书本想请余也鲁教授、徐佳士教授来写序言，但他们执意谦让，“申请‘免役’”，于是我只好尊重两位学者的谦谦君子风范，勉为其难，写了上述文字。

孙旭培谨识

1996 年 5 月 1 日

目 录

第一编 绪 论

第一章 洞穴文化揭示传播的悠久历史	3
第二章 古代文化中的传播概念	21
第三章 中国传统文化中传播的若干特性	33
第一节 传播体制：“定于一尊”的一元格局	33
第二节 传播取向：“止于至善”的价值追求	38
第三节 传播机巧：“东方智慧”的凝结	43
第四节 传播媒体：汉语独特的神韵面貌	48

第二编 传播与媒介

第四章 语言浓缩与传播	55
第一节 谚语、格言中的传播原理	55
第二节 歌谣与传播	65
第三节 传播内容的加工	75
第五章 文字与传播	88
第一节 文字的演变与传播	88
第二节 史志、谱牒与传播	102
第三节 从邸报到小报、报房京报	120
第四节 文字传播的技术发展	137
第六章 非语文传播	153

第一节 服饰与传播	153
第二节 礼仪与传播	161
第三节 建筑与传播	169
第四节 声与传播	175
第七章 环境与传播	186
第一节 地理环境与传播	186
第二节 环境的改造对传播的影响	193
第三节 自然环境对传播的影响	198
第八章 社会环境与传播	205
第一节 社会环境对传播行为的影响和制约	205
第二节 社会环境影响和制约传播行为的具体过程	213
第三编 各领域的传播	
第九章 政治传播	225
第一节 朝廷决策传播	225
第二节 下情上达	232
第三节 监督信息的传播	235
第十章 文化传播	243
第一节 文化传播发生的条件	243
第二节 文化传播的途径	248
第三节 文化传播的运作机制	255
第十一章 教育传播	262
第一节 官学、私学和蒙学——教育传播的体制	263
第二节 “诲人不倦”——作为传播者的教师	266
第三节 “因材施教”——对教育传播对象的认识	269
第四节 “学思行”——学生对教育信息的接受过程	272
第五节 “教学相长”——教育传播中的双向反馈	275
第十二章 科学传播	281

第一节 天文学的传播	281
第二节 数学的传播	284
第三节 医学的传播	288
第十三章 经济传播	295
第一节 生产技术的传播	296
第二节 商业活动的传播	300
第三节 信用证券和货币的传播	305
第四节 广告传播	308
第十四章 军事传播	316
第一节 本军事系统内部的传播	316
第二节 对抗性军事系统之间的传播	320
第三节 军事传播的特点	322

第四编 传播的主体是人

第十五章 中国人际传播的特点	329
第十六章 说服传播	346
第一节 说服之道	346
第二节 鬼谷子说服传播理论	361
第三节 其他各家说服言论	364
第十七章 民间传播	369
第十八章 群体传播和组织传播	377

第五编 传播体制

第十九章 信息的贮存	389
第一节 信息贮存的形式	389
第二节 档案收藏	390
第三节 藏书与刻书、编书	394

第二十章 信息的传递	403
第一节 先秦时期	404
第二节 秦汉时期	406
第三节 隋唐时期	408
第四节 宋元时期	410
第五节 明清时期	413
第六节 民间信件的传递	415
第二十一章 传播的控制	419
第一节 先秦时期传播的控制	419
第二节 秦汉至隋唐时期传播的控制	422
第三节 宋元明清时期传播的控制	428
 第六编 中外传播交流对中国文化发展的影响	
第二十二章 丝绸之路上的文化大传播	439
第二十三章 郑和下西洋与政治传播	450
第一节 王化——政治传播的目的	450
第二节 传播得以实现的通道	452
第三节 全方位双向流的传播效果	454
第二十四章 宗教传播	459
第一节 佛教传播	459
第二节 基督教传播	470
第三节 摩尼教传播	476
第四节 神祇传播	479
第二十五章 玄奘西游与鉴真东渡	484