

传播学基础 理论研究

林之达 著



西南交通大学出版社

传播学基础理论研究

林之达 著

西南交通大学出版社

(川)新登字 018 号

传播学基础理论研究

林之达 著

*

西南交通大学出版社出版发行

(成都 九里堤)

双流县印刷三厂印刷

*

开本 850×1168 1/32 印张 11·1875

字数 190 千字 印数:1—1000 册

1994 年 11 月第 1 版 1994 年 11 月第 1 次印刷

ISBN7—81022—750—5/C·068

定价:7·90 元

序

孙旭培

林之达先生这本《传播学基础理论研究》，堪称我国传播学界的一个新成果。我在庆贺此书出版的同时，想就传播学研究问题谈些看法。

传播学在我国较为广泛的介绍，只是1978年以来的事。1982、1986、1993年，中国社会科学院新闻研究所与有关单位先后主办的三次全国传播学讨论会，不断推动着传播研究的发展。在第一次讨论会提出的“系统了解，认真研究，批判吸收，自主创造”的方针指引下，我国传播学经历着评介——研究——自创的过程。

传播学研究在我国开展，才不过十几年时间，却已经出版了几十本著作，可谓成绩显著，但是应该公正地指出，其中确有一部分，从体系、基本观点到诸多例子都是照搬西方的。这在引进和评介阶段，当然是难免的，甚至是必要的。近几年来，我国传播学著作的质量在逐步提高，林之达先生治学严谨，他所出的这本著作则是标志之一。

我很感兴趣的是,林之达先生在这本书的“引论”中特别强调加强基础理论研究的重要性,这对于在世界上才产生几十年在中国较广泛的研究才十几年的传播学来说,尤其重要。

首先从基础学科和分支学科的关系来看。树大根深才能枝繁叶茂。我们应该让传播学这棵树的根系扎得深一些,主干长得粗壮一些,这就要把它的基础理论研究搞得扎实一些,理论体系要严密一些。如果传播学基础理论研究不牢靠,大家都去忙着建立它的各分支学科(如经济、政治、军事传播学等等),就象一棵树根系不深,主干不壮,却要它枝繁叶茂,挂果累累,这是不可能办到的。其次,要加强基础理论研究,就不能太急功近利,应该全面地、实事求是地总结传播规律,忠实地、深刻地阐述传播规律。在过去的新闻学研究中,我们有过经验教训,对于新闻学的基本原理研究不够,对于一般规律阐述不够,常常是从当前需要出发,实用主义地总结几条被美其名曰“特殊规律”的东西,这样的新闻学研究常常是违背新闻规律,结果是既不利于国家和社会,也损害了新闻事业本身。深入研究基础理论,把传播学的理论根植于全部现代科学知识之中,使传播学成为像文、史、哲、经济、社会等学科一样的特色显明的显学,是我们这一代和未来几代传播学者的奋斗目标。

传播学是世界性的,但我认为中国传播学研究者

能够做出自己独特的贡献。这是因为中国传播学者和中国文化有自己的优势。

我想，第一个优势是中国有几千年的历史文化，自然也有着悠久的传播历史。中国历史上各种各样的传播现象，大量典型的传播事件、无数的体现着传播原理的思想、观点和智慧的语言，无不是传播学研究的极有价值的资料。比如已经开展和正在开展的断代传播史的研究和中国传统文化中的传播的研究，毫无疑问会丰富传播学这门世界性科学。中国现代传播中区别于其他国家的许多独特做法和不同特点，也足以使世界其他国家的传播学者感兴趣。

第二个优势，是由于中国人的思维特点和中国学者对辩证唯物主义的掌握，而对各种学术观点、理论、流派所具有的归纳和整合能力。一些进行中西文化比较研究的学者发现，中国人对于许多研究对象，喜欢从宏观上、从整体上去把握它，而西方人则爱从微观上、从个体上去研究特别是量化研究，两者各有优越之处。当然，现在我国社会科学界的一些学者也会运用西方学者的方法了。正如林之达先生在书中谈到：“我国传播学界存在着两种科学的思维习惯：一种是中国传统学术研究中的喜欢从总体上把握对象的习惯；另一种是西方学术界近百年来养成的喜欢从局部、从单元、从个体上具体把握对象的思维习惯。对二者采取褒此贬彼都是不妥而且是有害的。应

当从人类认识史和人的思维规律的角度,把两种思维作为我们认识传播学研究对象的正确思维过程中缺一不可的逻辑环、紧紧相扣的工序来看待;先从总体上把握一般,再从每一构成上精确地把握具体,然后综合具体为一般。”现代西方传播学者提出了各种理论、学说,流派纷呈,对此,中国人传统的思维特点更能发挥作用。如果用我们的辩证唯物论的眼光去观察,用哲学的认识论和方法论去概括,它们之间的相互关系就会十分清楚。我觉得林之达先生正是这样做的。他善于条分缕析,归纳、整合,把那些庞杂的理论梳理得比较清楚,当然,不完全恰当和有争议的地方也是有的。但是,做这种工作是很有意义的,既增强了传播学的系统性、逻辑性、条理性,又适合中国人的思维习惯,便于传播学的普及和推广。

第三个优势是中国学者的历史唯物主义和阶级分析眼光。过去,我们曾把历史唯物主义和阶级分析方法滥用到荒唐和令人生厌的程度,这是失误,是不足取的。但恰当地运用这些方法仍是可取的和必要的。西方传播学者对受传者在传播过程中的主动作用的认识,以及发现受传者受“社会分类”左右,都花了几十年的时间。而在我们的学者中,“人民是创造世界历史的动力”,不同的阶级对于许多问题有不同的认识,这些早就成为常识。只是我们的缺点和不足在于,只满足于定性分析(且往往完全脱离定量分

析)所得的结论,而不注意用定量分析去证实和充实它,并阐明这些原则在各种具体条件下的变化。

综合以上分析可以看出,我国学者完全可以对传播学这门在世界范围内广泛兴起的学科的发展,做出自己较大的贡献。

一九九四年十月于北京

前 言

摆在读者面前的这本书，是作者近几年来给新闻专业硕士研究生讲授并指导他们研究《传播学》的产物。

那么，为什么书名不叫《传播学》，而名之为《传播学基础理论研究》呢？

这是应当向读者交待的。

最初，我是带着开阔眼界、增长知识的目的阅读《传播学》的各种著作的。这些著作把我带到一个崭新的领域，许多闪光的思想、新颖的见解、精辟的论述，深深地吸引着我，令我赞赏不已。那时，对于这些著作，除了欣赏其中各种各样的新意之外，却没有注意更没有特别注意其中是否也存在着问题，存在着哪些问题。

可是，自从我接受了讲授传播学的任务后，我就再不能停留在原有的吸收其有益部分以开阔眼界、增长知识的水平上了。为了培养同学们的研究能力，我应遵循我国最早的教育理论著作《学记》所提出的“道而弗牵，强而弗抑，开而弗达”的原则，引导、激励、启发他们研究传播学，通过亲自研究来掌握传播

学知识，而不是靠教师把所教材料嚼成现成的知识羹来喂。教育者必须先受教育，要指导同学们进行研究，自己就得首先对传播学进行剖析，就得把这些传播学著作重新翻开来，拿到科学的“X光机”上进行透视。几年来，日日夜夜仔仔细细盯着“荧光屏”上的透影，结果，发现这位令世人瞩目的“绝代佳人”的“心脏”——基础理论——有毛病。于是，着手研究传播学的基础理论，以期对传播学的健康发展有所裨益。既然本书的内容只涉及传播学的基础理论部分，也就未用《传播学》作为书名，以免以偏概全。

那么，传播学基础理论应包括哪些内容呢？

这涉及到对科学研究的划分，而世界科学界对科学研究的划分又极不统一，有代表性的主要有以下几种：

一是联合国教科文组织的四分法：自由基础理论研究，定向基础理论研究，应用研究和研制研究（后一种研究主要指自然科学）；

二是美国的三分法：基础理论研究，应用理论研究，发展研究；

我国科学界有二分法，三分法和四分法。二分法：基础理论研究，应用研究；三分法：基础理论研究，应用研究和推广研究；四分法：基础理论研究，应用基础理论研究，应用研究和发展研究。

我们对比分析了以上各种划分法之后，把传播学

研究发展阶段划分为：基础理论研究，应用理论研究和应用开发研究。三者各自的内涵如下：

传播学基础理论研究 按一般学科研究纵向划分的惯例，应把关于传播学的对象、目的、任务、方法（包括研究的指导思想，研究决策），内容（或理论框架，体系结构）的研究和关于传播学的历史、地位、作用、性质、发展战略的研究，划为传播学基础理论研究；

传播学应用理论研究 按一般学科研究纵向划分的惯例，传播学应用理论研究是指：根据基础理论研究所确定的目的、任务，运用基础理论研究所筛选、创设的研究方法，考察基础理论研究所确定的对象的研究。这一研究包括揭示对象的结构、性质、特点、功能、运行机制和发展规律，探讨挖掘、利用、发挥对象功能的最有效的途径、方式、方法、原则、技巧等方面的研究；

传播学的应用开发研究 就是将传播学应用理论研究所获得的理论成果运用于实践，转化为生产力并产生较大的社会效益和经济效益的研究。

这三者的关系，正如一座现代化大厦建造过程中有三个相互衔接缺一不可的工序一样：传播学基础理论研究好似建造大厦的必要性、可行性论证，设计、绘制蓝图，开工打基础这一工序；传播学应用理论研究好似根据蓝图施工到大厦落成这一工序；传

播学应用开发研究好似大厦交付使用，使之服务于社会，产生经济效益和社会效益。

本书的内容就是对上面界定的传播学基础理论研究的内涵中的几个重要问题的探讨。鉴于当前国内外传播学界不少人忽视甚至轻视传播学基础理论研究，在前面专门辟了《引论》这一章来强调研究传播学基础理论的必要性、重要性、理论意义和实践意义。

目 录

DA03/31

序	(1)
前言	(1)
第一章 引论	(1)
第二章 论传播的内涵	(34)
一 必要性·可行性·方法	(35)
二 对一些传播定义的透视	(44)
三 考察对象的一般思路及实践	(66)
第三章 论传播的外延	(105)
——兼评“内向传播论”	(105)
一 划分传播的方法和规则	(107)
二 对某些传播分类的透视	(124)
三 评“内向传播论”	(153)
第四章 论传播学的研究对象、目的、 任务和方法	(180)
一 传播学的研究对象	(181)
二 传播学的研究目的和任务	(193)
三 传播学的研究方法	(202)
第五章 论传播模式	(233)
——兼评《大众传播模式论》	(233)
一 难理的“乱麻”	(236)

二	主干·枝干·枝节	(242)
三	传播的因果模式	(268)
四	传播模式的建构	(274)
第六章	传播学的理论框架	(323)
	——兼评哈罗德·拉斯韦尔的 框架雏形	(323)
一	历史的功绩和局限	(324)
二	新的理论框架	(329)
	参考文献	(341)
	后记	(343)

第一章

引 论

科学史表明,一门科学生命力的大小,不仅取决于社会对这门科学的需要程度,而且还取决于这门科学的基础理论的扎实、深厚程度。传播学一开始就是为了解决人们的实际需要而产生、发展起来的。这样,一方面它在应用开发研究上取得了巨大的成绩,传播学正是通过这些巨大的应用开发研究的成绩来引起世人注目的;另一方面,却因此渐渐滋长了一种价值取向:传播学研究要解决实际问题、要有经济效益才是走了正道,研究那些抽象的基础理论有何用?基础理论值多少美元一公斤?于是,在西方传播学界,轻视基础理论研究成了一种带普遍性的倾向。

这就向我们提出了如下的问题:还有没有必要研究传播学基础理论?传播学基础理论研究与传播学应用开发研究是什么关系?它们各自在传播学发展过程中处于什么样的地位,起到什么样的作用?

针对轻视传播学基础理论倾向所提出的问题,我

们想在引论里说明：传播学的基础理论与传播学应用开发研究是传播学赖以腾飞的两翼，相辅相成，缺一不可，不能厚此薄彼。不应轻视传播学基础理论研究，因为它是给传播学输送理论血液和养料的“心脏”，是传播学在众多学科比赛的跑道上能否冲在前面的后劲源，它是传播学发展战略征程中的指南，是建立现代传播学大厦的蓝图。为了使传播学赖以腾飞的两翼由目前的一轻一重而失衡转变为同时并重而平衡起来，为了给传播学的发展灌足后劲，为了使传播学在奋进中大方向正确以免走弯路，为了使传播学的建设避免盲目性，我们应当重视传播学的基础理论研究和建设。

这是否仅仅是我们的一种主观愿望和喜好？

不是。请看下面社会历史发展的客观要求：

特定历史阶段的任务

科学是社会需要的产物。“社会一旦有技术上的需要，则这种需要就会比十所大学更能把科学推向前进。”^①传播学也是在社会需要的母体内孕育，在社会需要的激励中前进，在社会需要的陶冶中完善，发展的。

^① 《马克思恩格斯选集》，人民出版社 1972 年版第 505 页

那么，传播学从在社会需要的母体内孕育到产生、成熟，经历了哪些历史阶段？还要经历哪些历史阶段呢？

我们认为大致要经历这样几个阶段，即社会需要传播—→社会需要研究传播—→社会需要研究传播学基础理论—→社会需要基于基础理论研究与应开发研究辩证统一的传播学，即成熟的传播学。

下面，我们一个阶段一个阶段地依次交待：

1. **社会需要传播** 在这里，我们请读者要特别注意的是，社会需要的是“传播”而不是“传播学”。在传播学界，有人说：“传播学是一门古老而又年轻的科学。”这种说法是不符合传播学发展史实的，是不正确的。产生这种不正确提法的根就在于把社会对传播学的研究对象的需要与社会对传播科学的需要混同起来了。翻开一部科学史，我们就会发现，在社会产生对某一新兴科学的需要之前，这门新兴科学的研究对象早就存在于世上，成为人类赖以生存和发展的条件之一。当这一条件对于维持人类生存和发展的意义达到非系统地揭示其本质、活动规律，以便充分挖掘、利用和发挥它的功能不可的程度时，社会对这一生存条件的需要，就进到更高层次的以这一条件为研究对象的新兴科学的需要了。人类社会从对植物的需要进到对植物学的需要，从对历史经验的需要进到对历史学的需要，如此等等都说明，人