

# 第一章 传播学史

## 第一节 古代的传播智慧

- 一、希腊和中国古代的传播思想
- 二、走向近代的传播学学科体系

## 第二节 传播学学科在美国的诞生

- 一、传播学在美国诞生的背景
- 二、两次世界大战的助推
- 三、美国传播学的早期代表人物

## 第三节 传播研究的多元路径

- 一、传播效果研究范式
- 二、传播的元理论
- 三、文化研究
- 四、传播政治经济学
- 五、媒介社会学
- 六、媒介技术研究

### 本章要点：

1. 在人类早期就有关于传播的智慧，但还没有形成一门学科。
  2. 作为一门学科，传播学萌芽于20世纪中叶。
  3. 传播研究异彩纷呈，形成了传播效果研究范式、传播的元理论、文化研究、传播政治经济学、媒介社会学、媒介技术研究等各种研究路径。
- 

# 传播学史

传播学是一门“有着漫长过去，却只有短暂历史”的学科。

心理学家艾宾浩斯（Hermann Ebbinghaus）有一句名言：心理学有着漫长的过去，却只有短暂的历史。这句话，也可以被借用来讲述传播学的发展史。

人类对于传播现象的思考古已有之，但这些思考的点滴汇集成学术潮流，从而形成一门学问，却是近代才发生的。作为一门学科，传播学于19世纪末至20世纪初在美国开始萌芽，经过半个世纪的孕育与成长，在20世纪中期正式进入美国的现代高等教育体系。但这不是传播学科历史的唯一起点，有关传播与媒介的研究形成了多元化道路。

## 第一节 古代的传播智慧

人类的传播活动与人类的历史一样古老。人类社会便是建立在人们利用符号进行互动的基础之上的，实际上，自从人类的传播活动出现以来，人们对传播现象的关注和思考便从未停止。

### 一、希腊和中国古代的传播思想

作为西方思想的发源地，古希腊奠定了西方文明的基础。三位最知名的古希腊哲学家——苏格拉底、柏拉图、亚里士多德——都曾论及人类的传播问题。

苏格拉底自称是人类精神的“助产士”，以一连串的诘问，使对方知其所知，也知其不知，这种方法成为后世“启发式教育”的起点。柏拉图曾经提出过著名的“洞穴比喻”。他描述了一个场景：一群囚徒被锁链固定在山洞中，面向石壁，而在他们的身后升起一堆火，将他们自己的影子以及身后的事物投影在石壁上，这群囚徒通过观察这些影子，来了解发生在自己身边与身后的事情。他提出了一个意味深长的思考：“你真的看到了吗？”柏拉图的洞穴比喻讲的主要是人类认知

世界的哲学原理，但也提供了关于人类传播问题的基本思考。亚里士多德著有《修辞学》一书，研究了政治生活中人与人之间的辩论问题。亚里士多德提出了一个非常朴素而原始的观点，即真正具有说服力的传播过程包括三个要素：说服的人、说服的话和被说服的人。这就涵盖了传播原理的五个基本要素中的三个要素。

中国古代也从不缺少对于传播问题的思考。春秋战国时期的文献有很多这方面的记载。

孔子的《论语》中的教育思想，与今天的传播学理论颇有共通之处。孔子在向弟子讲解“仁”的时候，采取“因材施教”的方式，如果延伸为现代传播学的表述，那就是“传播要考虑传播对象”。孔子强调“知之者不如好之者，好之者不如乐之者”，延伸出“寓教于乐”的思想，就是传播内容借助适当的娱乐化与兴趣化能更好地使人接受。诸子百家中所孕育的传播思想比比皆是。为人熟知的荀子《劝学篇》中有言：“登高而招，臂非加长也，而见者远。顺风而呼，声非加疾也，而闻者彰。”荀子在这里阐发的是教育的重要性，但这短短两句话也讲述了一个朴素的传播原理，即借助媒介，可以大大提高人的传播范围、传播效率乃至传播效果。一部经常被传播学者所提及的中国古代著作是《孙子兵法》。孙子的军事和战争思想融合了儒家和其他中国古代思想，强调思想、政术和谋略的重要性，其中就涉及对传播问题的思考。

不过，《孙子兵法》中蕴含的这种原初的传播思想与现代学术并非一回事。美国学者塞弗林（Werner J. Sevenin）和坦卡德（James W. Tankard, Jr.）曾提道：“战时宣传可以追溯到早在耶稣诞生之前的孙子所著的《孙子兵法》。但人们对宣传的真正认识来自于第一次世界大战，当时它被大量使用，它的功效更是前所未见。”<sup>①</sup>换言之，虽然人类早期就有关于传播原理的基本思考，但当代的传播学问却更多是在近代之后才形成和发展起来的。

## 二、走向近代的传播学学科体系

为何人类早期没有形成一门关于传播的学问呢？有两个原因。

第一个原因，古代的教育和研究体系与现代有很大差异。当我们讨论“传播学”时，指的是现代高等教育和研究体系中的一个特定领域，这种现代教育体系都是近代才发展起来的，更何况传播学这门学科呢？实际上，大部分当代学科的建制化历史都不算久——前面谈及的心理学就是一例。当然，现代高等教育体系中，也有一些学科之开创可以追溯到比较久远的年代，例如文学、历史学、哲学、教育学等，相比于这些历史悠久的学科，传播学的确是一个新兴事物。

第二个原因，古代的传播实践并不拥有自己独立的领地。在古代，人类的传播活

<sup>①</sup> [美]沃纳·塞弗林，小詹姆斯·坦卡德. 传播理论：起源，方法与应用（第五版）[M]. 郭镇之等译. 北京：中国传媒大学出版社，2006：96.

动不是独立的，而是与其他活动紧密结合在一起的（如认知活动、教育活动、战争与政治活动、文学与审美活动等），这也使得早期思想家们并没有单独对传播展开系统思考，而是将之与教育、战争、文学等结合起来分析，因此虽不乏有关传播的思想火花，却并未形成较独立的知识体系。

直到 19 世纪，随着报业及新闻业逐渐成为社会中的重要领域以及经济中的重要门类，“传播活动”或多或少具有了它的独立性，这才奠定了传播研究成为一个学术专门领域的可能性。

西方通过文艺复兴和启蒙运动而进入现代性思想的历史进程之中。近代的政治学家、哲学家、文学家和语言学家都对传播研究有所涉猎。然而，他们只是针对自己感兴趣的某些特定问题提出了一些真知灼见，也没有使得传播学成为一门独立的学问。要使得早期朴素的概念和论述最终发展成为一门学科，必须具备如下五个要素。

第一，研究对象的独立性。人和人之间的信息交流活动，不仅日益普遍广泛，而且催生了一系列行业与独立活动，引发思想关注，并成为学术研究者的研究对象。

第二，学术范畴的完整性。关于传播的学科要有自己的一整套概念，形成完整的体系。古代的传播思想中没有完整的概念体系，孔子没有，亚里士多德也没有。现代传播学经过多方借鉴与自身探索，逐渐拥有和完善了自己的概念与范畴体系、理论体系、方法体系，形成了完备的学术范式。

第三，研究方法的科学性。古代对传播现象的认识还比较朴素，多基于直觉和思辨。近代科学兴起以后，给传播研究带来了大量的方法工具，其中量化研究的普及是典型表现。随后，各种各样的质化与量化方法均得到普遍采用。

第四，研究成果的系统性。从“5W”的传播框架演化出各种层面的讨论，传播现象与各社会系统的关系得到全面研究，传播学的研究成果逐渐构成了一个丰富而复杂的体系。成果的系统性，还体现在需要有成果发表的阵地，如专门的学术期刊，或学术组织的年度会议。

第五，人才培养的可行性。学科需要建制化，进入高等教育体系中。学科所培养的人才具有独特的专长，甚至有专属的学位，一系列教科书、课程设置是保障。这也奠定了设立学院、系、所的基础。一般来说，在高等教育体系中设立了专门的教学单位和研究机构，也就意味着一门学科初步得到了承认。

总而言之，具备了这五个要素，我们就可以认为，传播学这个学科初步形成了。

## 第二节 传播学学科在美国的诞生

如果以正式进入高等教育体系作为学科形成的标志，那么，作为一门独立的学科，传播学首先是在美国诞生的。它正式诞生的时期是 20 世纪中叶，但是诞生之前它已经历了半个世纪的孕育和发展。

## 一、传播学在美国诞生的背景

美国不仅是传播学，也是很多其他新兴学科的发源地。进入 20 世纪后，美国逐渐成为富裕和强大的资本主义国家，其本土远离战乱，为学术研究和高等教育提供了可靠的避风港。随着一系列政治、经济、社会和文化实践的发展，现代社会诸学科也获得了充分的推动。就传播学而言，它正是这一历史脉络下的特定产物。具体而言，传播学之所以在 20 世纪上半叶的美国得以诞生，得益于四个方面的条件。

### （一）政治条件

在美国的政治体系中，报纸等新闻媒体从一开始便发挥着非常重要的作用。美国第三任总统杰斐逊（Thomas Jefferson）曾经有一句名言：“如果让我选择，不要报纸还是不要政府，我会毫不犹豫地选择后者。”他认为对美国民主来说，报纸比政府更重要。但实际上，最需要报纸等新闻媒体的，就是美国的政府、政党和政客们。美国的政治家无论是在日常的政治活动中，还是在四年一次的竞选中，都比较重视利用传播媒介宣传自己的政治主张、树立形象、争取支持。从小罗斯福（Franklin D. Roosevelt）与广播，到肯尼迪（John F. Kennedy）与电视，再到奥巴马（Barack Hussein Obama）与脸书（Facebook）、特朗普（Donald Trump）与推特（Twitter），都是政治家与媒介依存关系的典型例子。另外在战争时期，政治家对传播媒介的依赖更加凸显。

### （二）经济条件

两次世界大战使整个资本主义世界生产能力的三分之二都集中到了美国，经济的发展使得美国的自由市场竞争更加激烈，而大众传播在经济活动中的地位和作用日益重要。

一方面，在美国的自由市场经济条件下，垄断资本家不断扩大国内与国际市场，随之而来的市场拓展和营销行为前所未有地增加。因此，在 20 世纪 20 年代，大量的广告公司、公关公司、调查公司等机构应运而生，形成一类新兴的行业。到了 20 世纪 40 年代，这类行业更获得了空前发展。1945—1950 年的 5 年间，美国广告营业额从 29 亿美元增长到 357 亿美元。<sup>①</sup> 为了判断传播媒介对消费者购买行为、购买需要和心理的影响，广告商、公关专家、民意调查人员、新闻工作者和学者等在垄断财团和企业的资助下进行了大量研究。其研究成果对于企业来说价值巨大，同时也给传播研究提供了支持。

另一方面，美国的报社、出版社、电影公司、广播电台等日益发展，形成一类相

---

<sup>①</sup> Fox, Stephen. *The Mirror Makers: A History of American Advertising and Its Creators* [M]. New York: William Morrow and Company, Inc. 1984: 172.

对独立而完善的产业——大众传播业。美国大众传播业以私营为主，将市场视为生存和发展的根本。媒介是产业，也是时间空间交织的商品，各个媒体之间的竞争日趋激烈，因而，能得到受众的青睐，获取更高的发行量、收听率、收视率，成为所有媒体企业追求的目标。这种竞争压力变成了动力，促使大众传播业者关心和思考传播技巧、传播效果、受众反应等问题，也推动了对传播规律的研究，从而可以为业者提供专业知识，以改进传播行为、提升传播效果。

美国自由市场经济及生存于其中的大众传播业为传播学的兴起提供了丰厚的经济土壤，从而使美国的传播学研究从第一天起便带有较为浓厚的商业色彩和实用气息。

### （三）社会条件

美国的大众传播与社会生活的关系日益密切，媒体既给社会带来福祉，也产生了值得关注的负面效应。

第二次世界大战后的美国在科技上获得了空前的发展，新的传播技术推动了传播业的大发展，原有的报纸、书籍、杂志等印刷媒介持续发展，而广播、电影、电视业的发展更引人注目。新媒介出现带来了一系列新问题。一方面，受众可以从更多的渠道获取信息，促进社会繁荣；另一方面，媒介中的暴力、色情等内容则令人担心，人们担心它们会给社会大众特别是少年儿童带来不良影响。因此，美国的社会学家、心理学家、教育学家等纷纷关注和研究传播带来的新问题，产出了大量的研究成果。

### （四）文化条件

美国本土远离战火，成为很多新学科的诞生地，也成为新兴思想和思潮的聚合地。

传播学作为一门研究人类信息传播活动及其规律的科学，是在借鉴、吸收其他学科研究成果的基础上形成的。因此，传播学具有多学科交叉性的特点。它既被视为社会科学，又被视为人文科学，而且带有自然科学的痕迹；它既借用了其他学科的理论范畴，也孕育了独特的理论范畴和学术话语。不同学科的学者均从各自的角度出发研究传播问题，从而使传播学的研究成果异彩纷呈。

具体而言，传播学的学科基础主要是新闻学、社会学、心理学、政治学、“SCI”三论（系统论、控制论、信息论）、语言学、文化人类学、统计学、符号学等。随着传播学的兴起及传播研究的深化，许多学科都与传播学建立了联系，产生了交叉，出现了更多新兴的研究子领域。文化繁荣和人才汇聚带来了思想的兴盛，思想的兴盛催生了学科的丛生，而传播学就在各个学科的交叉和边缘地带生长起来。

总之，20世纪上半叶的美国，其政治条件、经济条件、社会条件和文化条件，为传播学这一研究领域的诞生提供了丰厚的土壤。

## 二、两次世界大战的助推

在 20 世纪上半叶，接踵而至的两次世界大战促使美国和欧洲政府、新闻媒体和公关人员对宣传活动进行精心的设计和组织，也催生了有关宣传的研究。可以说，宣传研究成为早期传播学诞生的重要来源。

### （一）“一战”期间的宣传战

第一次世界大战（1914—1918）是一次范围广泛、影响深远的世界性战争。战争从酝酿、爆发到结束，离不开宣传所发挥的影响。在“一战”前夕，欧洲各国的极端民族主义情绪被煽动到了极点，使得战争的爆发几乎成为必然。美国在一开始并没有加入战争的明显迹象，但随着有关欧洲战场的报道越来越多，关于德军洗劫欧洲许多城市的新闻使美国人越来越不安。迈克尔·埃默里（Michael Emery）等在《美国新闻史》中记述了美国人是如何受到外国宣传家和报纸的影响，从而在舆论上倾向于支持加入这场战争的。<sup>①</sup>

在近代战争史上，“一战”的宣传战格外引人注目。各国都成立了专门负责宣传的机构，并通过海报、传单、明信片和新闻报道来对己方、盟友和敌方开展宣传。1917 年，美国成立了“公共信息委员会”，委派新闻工作者乔治·克里尔（George Creel）担任主席。克里尔说：“这是一个纯粹的宣传机构，一个做推销生意的大企业，也是世界上最大的广告业。”<sup>②</sup>公共信息委员会的宣传，其代表作是一幅美国征兵广告：一个戴着星条旗高帽的山姆大叔面向读者，伸出手指，广告语写着：“我需要你——加入美国军队。”其他招贴画、印刷品和电影也为美国的作战作出了巨大贡献。

### （二）“一战”之后的宣传研究

战后，无论是协约国还是德国，都有学者对宣传进行了深入研究分析，以致“宣传成了‘一战’的替罪羊”。美国政治学家哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell）在《世界大战中的宣传技巧》中写道：“国际战争宣传在上一次战争中扩大到了如此令人震惊的范围，是因为战争蔓延到了如此广阔的地区，它使得动员人民情绪成为必要。没有哪个政府奢望赢得战争，除非有团结一致的国家作后盾；没有哪个政府能够享有一个团结一致的后盾，除非它能控制国民的头脑。”<sup>③</sup>

“一战”之后，宣传研究在美国普遍开展了起来。20 世纪二三十年代是西方的动荡时期，经济大萧条席卷了整个资本主义世界，而一批重要的政治人物登上了历史舞

① [美] 迈克尔·埃默里，埃德温·埃默里. 美国新闻史：大众传播媒介解释史（第八版）[M]. 展江等译. 北京：新华出版社，2001：291-296.

② [美] 迈克尔·埃默里，埃德温·埃默里. 美国新闻史：大众传播媒介解释史（第八版）[M]. 展江等译. 北京：新华出版社，2001：294.

③ [美] 哈罗德·D. 拉斯韦尔. 世界大战中的宣传技巧 [M]. 张洁等译. 北京：中国人民大学出版社，2003：22.

台，在美国是小罗斯福总统，在德国则是阿道夫·希特勒（Adolf Hitler）。这两位政治人物有一个共同的特点，就是非常善于利用传播活动来推广自己的政治主张。他们都是出色的演说家，擅长与新闻媒体打交道，而且积极利用新兴的广播和电影媒介来为自己的政治活动服务。

“一战”结束到“二战”爆发的这二十余年中，宣传分析与研究得到了大量开展，大大推进了人们对传播在战争中作用的认识。正如美国学者塞弗林和坦卡特所言：

在两次大战之间，出了不少以宣传为题的书。……我们最初对大众传播效果的理论思想来自对宣传所做的各种分析。现在，当我们回头去看时，其中很多理论已相当原始。然而，传播理论中的两个重要领域是根植于有关宣传的早期思想的。其中一个态度改变，传统上它是传播研究主要领域之一。什么是改变人们态度的最有效的方法？宣传研究对这个问题提供了一些初步的解答。第二个领域是有关大众传播普遍效果的理论思维。大众传播对个人或社会产生了什么样的效果？这些效果是如何发生的？<sup>①</sup>

以宣传研究为主调的传播学术领域迅猛地发展起来，奠定了美国传播学的根基。当然，也有众多其他视角的传播研究，在各个学科领域生长起来。

### （三）“二战”期间及之后的传播研究

新的世界战争爆发了。1941年，美国由于“珍珠港事件”也加入到第二次世界大战之中。在这一时期，不仅大量的美国军人和平民被动员起来，许多研究者也参与到政府的相关事务里，这在华盛顿特区形成了一个“学者网络”。罗杰斯（Everett Rogers）说：“一个由传播学者构成的无形学院在华盛顿形成。他们相聚在正式的会议上，也非正式地相聚在合用的汽车上，相聚在军事基地和联邦政府的办公室中。”<sup>②</sup>

在这一时期，心理学家勒温（Kurt Lewin）进行了说服家庭主妇为了战争需要而采用内脏食品的实验，霍夫兰（Carl Hovland）对军事影片的效果进行了控制研究，拉斯韦尔从事着宣传品的内容分析，拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）担任着美国陆军信息与教育部研究处和战时新闻局的顾问，而施拉姆（Wilbur Schramm）在统计局（战时新闻局的前身）为罗斯福总统起草广播讲话稿。学者们的交流使得关于传播的研究成果汇集起来，为一个新学科的诞生提供了可能。

威尔伯·施拉姆成为一个关键的人物。他在战争期间身处“学者网络”之中，收获了大量关于传播问题的跨越学科的知识与思想。在“二战”后期，施拉姆回到了他的母校艾奥瓦大学，开创了美国第一个传播学博士课程。后来，他撰写了第一本传播学的教科书，他也是第一个被称为“传播学教授”的学者。他在多所美国高校开设了相关的研究机构和课程，使得这个新兴学科正式进入美国的高等教育体系。而类似的

① [美]沃纳·塞弗林，小詹姆斯·坦卡特. 传播理论：起源，方法与应用（第五版）[M]. 郭镇之等译. 北京：中国传媒大学出版社，2006：94.

② [美]埃弗雷特·罗杰斯. 传播学史——一种传记式的方法[M]. 殷晓蓉译. 上海：上海译文出版社，2005：9-10.

课程也在美国各地的新闻学院、语言学系和其他机构开设，使得美国的传播学研究正式诞生。

总之，传播学在美国的诞生，与两次世界大战及其宣传活动有着密切的关系，这也使得它具有了自己的特色：关注传播效果，侧重定量方法，具有实用主义色彩。当然，这并不是美国传播学研究的全貌，更不代表传播研究的必然道路。

### 三、美国传播学的早期代表人物

在美国传播学历史的建构中，产生了“四大先驱”的“神话”。1980年，施拉姆在《美国传播研究的开端》一文中，高度评价了美国传播学的四位先行者，即美国政治学家哈罗德·拉斯韦尔、社会心理学家库尔特·勒温、社会学家保罗·拉扎斯菲尔德和实验心理学家卡尔·霍夫兰，称之为“四位奠基人”。

罗杰斯在《传播学史》一书中，则认为这四位学者是先驱者，真正的学科奠基工作是由威尔伯·施拉姆完成的。施拉姆因此被称为“传播学之父”。

除此之外，作家沃尔特·李普曼（Walter Lippmann）是更早的奠基者，他通过政论写作为理解舆论、新闻和宣传提供了学术思想的贡献。

#### （一）政论家沃尔特·李普曼

沃尔特·李普曼（Walter Lippmann）是著名的美国政论家、新闻人和作家，获得了两次普利策新闻奖，代表作是《舆论》（*Public Opinion*, 1922）等。李普曼对传播学做出了重要的理论贡献。

第一，舆论研究。

李普曼引用柏拉图的“洞穴”比喻，提出了“拟态环境”（Pseudo-environment），还提出了“刻板印象”（Stereotype）等概念，在舆论研究中广泛使用。

第二，公众及公共性的理解。

20世纪20年代，李普曼与美国社会学家约翰·杜威（John Dewey）关于“公众”（public）展开了一场争论。在李普曼笔下，“公众”是原子式的、散漫的，因此容易被操控。而杜威则坚持从民主主义的角度出发，强调公众之间的联系及其有机体性质。无论是哪一种观点，都深化了当代社会思想对公众及公共性的认识。

#### （二）政治学家哈罗德·拉斯韦尔

哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell）是美国政治学家，他对传播学研究的贡献体现在理论和方法等方面。

##### 1. 理论贡献

第一，宣传研究及政治传播。

拉斯韦尔是美国系统研究政治传播的第一人，是分析研究宣传的权威。1927年，他的博士论文《世界大战中的宣传技巧》刊行于世，成为宣传学的经典之作。1935年，他又与布卢门斯通合著出版了《世界革命的宣传》，进一步发展了对宣传进行分析的基本方法。1979年，在他去世后二年，拉斯韦尔、勒纳、史皮尔三人合作编写的三卷巨著《世界历史中的宣传与传播》，成为宣传学研究的又一里程碑。

第二，传播的“5W”模式。

1946年，拉斯韦尔与史密斯合著的《宣传、传播与舆论》出版，书中第一次提出了大众传播的基本传播过程，即“谁？说什么？通过什么渠道？向谁说？有什么效果？”他的这一模式成了传播学中经典的“5W”模式。后来，他又在1948年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中，对此传播过程、结构及功能作了一个较全面的论述，成为早期传播研究的经典成果之一。

第三，传播的社会功能说。

在其《传播在社会中的结构与功能》一文中，拉斯韦尔还从外部功能上分析了传播活动的作用。他指出传播的三大作用或三大功能，即监视环境、联系社会、传承文明。

## 2. 方法贡献

拉斯韦尔开创了内容分析法，发展了一种重要的传播研究工具。他的“一战”宣传研究就运用了内容分析的方法，虽然系统性和科学性程度不高，但为传播研究提供了方法论基础。

### （三）心理学家库尔特·勒温

库尔特·勒温（Kurt Lewin）是美籍德国社会心理学家，从心理学的角度为传播学贡献了理论和方法。

#### 1. 理论贡献

第一，群体动力论。

勒温从完形心理学出发，借用物理学“场论”来类比心理活动。场一旦形成便成为一种新的结构实体，而不再是形成场的那些个体元素的机械结合。场论应用于社会心理学的研究中，形成了群体动力论。群体动力论主要研究群体与个体之间的关系，特别关注群体规范对个体行为的制约和影响。“二战”期间，勒温等人运用这一理论对军队士气问题、劝说人们改变饮食习惯等进行了研究。

第二，“把关人”概念。

勒温在有关改变食品习惯的实验中发现，家庭主妇是家庭消费新食品的把关人。把关概念可以适用于范围广泛的各种传播环境。1947年，在勒温去世前的最后一篇文章《群体生活渠道》中，他对传播体系中的把关过程作了理论说明，这对于后来的研

究来说,是一个有着广阔前景方向的贡献。

## 2. 方法贡献

心理学家最擅长的研究方法是实验法。勒温也将这一方法引入到传播研究之中,食品习惯实验就是典型的例子。勒温的群体动力论及“把关”概念对美国传播学的建立起了一定的推动作用,心理学也为传播学研究提供了重要的方法。

### (四) 社会学家保罗·拉扎斯菲尔德

保罗·拉扎斯菲尔德(Paul Lazarsfeld)是美籍奥地利社会学家。虽然传播研究只是拉扎斯菲尔德研究领域中的一个部分,但是他的研究对早期传播学的形成起了极大的推动作用。其主要贡献覆盖了理论、方法和学科建设等三个方面。

#### 1. 理论贡献

第一,传播效果研究的主流范式。

按照罗杰斯的说法,拉扎斯菲尔德“开创了媒体效果研究的传统,这一传统成为美国大众传播研究的占有统治地位的范式”<sup>①</sup>。

20世纪30年代,他参与并组织了一系列关于广播在社会中的影响力的研究,与此相关的成果包括《火星人入侵地球:恐慌心理研究》(坎特里尔等,1939)、“论借来的体验”(赫佐格,1941)等。1940年,他与伯纳德·贝雷尔森(Bernard Berelson)等人在伊利县开展了总统选举期间的民意调查,主要研究大选期间影响选民投票意向的因素。1948年,该项研究的成果汇集出版,名为《人民的选择》,提出了“舆论领袖”和“两级传播”等重要概念。1944年他和同事伊莱休·卡茨(Elihu Katz)等人在迪凯特开展了后续研究,出版了《人际影响》一书,推进了关于舆论领袖的理解,开启了扩散研究的传统。两级传播论也逐步引出了关于大众媒介效果的“有限效果论”。这一系列研究及其成果奠定了传播效果研究的主流范式。

第二,大众传播的麻醉功能。

在拉扎斯菲尔德的学术风格中,实用主义、科学方法和经验研究是三个主要特征,但并不是全部。他曾经邀请德国法兰克福学派的西奥多·阿多诺(Theodor Adorno)参与广播研究项目,而阿多诺是批判理论的领军者。拉扎斯菲尔德还与理论家罗伯特·默顿(Robert Merton)开展合作,最有名的成果是一篇名为“大众传播、流行品味与有组织的社会活动”的文章,其中提出了大众传播的三个功能,即地位赋予、社会规范强制、麻醉,而这种“麻醉”的负功能也成为后续学者不断探寻的起点。

## 2. 方法贡献

拉扎斯菲尔德擅长使用定量的统计方法开展社会研究,问卷调查和统计分析在他

<sup>①</sup> [美]埃弗雷特·罗杰斯.传播学史——一种传记式的方法[M].殷晓蓉译.上海:上海译文出版社,2005:271.

的研究中得到了成熟运用。同时，他还试图将定性方法和定量方法、参与性观察和深度访谈、内容分析和个人传记、专题小组研究和焦点访谈结合起来。许多方法论的创新都是由拉拉斯菲尔德及其合作者所开创的，例如，异常情况（deviant case）分析、三角测量法、伊利调查采用的“固定样本重复访问法”等。

### 3. 学科建设贡献

拉拉斯菲尔德还创造了以大学为基础的研究机构的原型，位于哥伦比亚大学的应用社会学研究局成了一个模板。以哥伦比亚大学为基地，以拉拉斯菲尔德为连接点，他的同事、学生和后继者们形成了哥伦比亚学派，侧重社会学研究与传播问题的结合，具有重经验研究、重科学方法、重应用色彩等特色。

## （五）心理学家卡尔·霍夫兰

卡尔·霍夫兰（Carl Hovland，1912—1961）是美国实验心理学家，对于美国传播研究的贡献主要集中于说服的实验研究。

### 1. 理论贡献

如果说服是一种传播，那么态度改变与否就是它的直接效果。霍夫兰将心理学的理论和方法应用于说服研究，也为传播效果理论开辟了道路。

“二战”期间，霍夫兰负责了美国军方的一系列研究，以了解战争信息、士气训练等计划实施的效果。例如，他们研究了《我们为何而战》系列纪录片在士兵们认知、态度和行为倾向上的效果，研究了德国投降后如何让士兵们对战争结束时间保持理性，等等。他们发现，说服效果确实存在，但效果有限，且存在各种变数。

“二战”结束后，霍夫兰继续进行态度与说服的研究，包括传播者的信誉、信息组织、群体适应效果、态度和观点变化的持续性问题，提出了SMCR模式（信源—讯息—渠道—接收者）、“睡眠者效应”、社会判断理论等，并出版了《传播与说服》（1953）、《耶鲁大学关于态度和传播的研究丛书》（五卷本）等著作。

### 2. 方法贡献

作为心理学家，霍夫兰同样擅长使用实验法开展研究。他的实验设计更为严谨，为美式传播效果研究提供了具体的操作方案。

霍夫兰及其合作者没有研究现实社会生活中的媒介运动和大众传播。另外，他们使用实验法进行研究，研究对象多为学生和实验性对象，范围有限。虽然他在后期也发现了许多实验过程中没有发现的众多影响因素，但是“这项研究的结果对现实生活有无实用价值却不清楚”。<sup>①</sup>

① [美] 德弗勒，丹尼斯·大众传播通论[M]. 颜建军等译. 北京：华夏出版社，1987：308.

## （六）传播学者威尔伯·施拉姆

威尔伯·施拉姆（Wilbur Schramm, 1907—1987）可以说是“第一位传播学者”，因为在他之前，并没有这个学科，也就没有谁能称得上这个头衔。在美国，他先后在艾奥瓦大学、伊利诺伊大学、斯坦福大学、夏威夷东西方中心工作，在高等教育体系里建立了传播学这样一门单独的学科，并使之系统化、正规化、完善化。

### 1. 理论贡献

施拉姆一生编著了近 30 部传播学论著，约有 500 多万字。部分代表性著作包括：

- 1) 施拉姆（主编），《大众传播学》（1949）；
- 2) 西伯特、彼得森、施拉姆，《传媒的四种理论》（1956）；
- 3) 施拉姆，《儿童与电视：给父母的建议》（1959）；
- 4) 施拉姆，《大众传播与社会发展》（1964）；
- 5) 施拉姆、勒纳（主编），《传播与变迁：过去十年与未来》（1967）；
- 6) 施拉姆，《大众传播的过程与效果》（1971）；
- 7) 普尔、施拉姆（主编），《传播手册》（1973）；
- 8) 施拉姆、波特，《男人、女人、讯息和媒介：人类传播概论》（1982）。

在这些著作中，施拉姆也不断贡献自己的传播学理论。他提出了“最后七分钟”的比喻，描述人类传播及文明加速演进的状况；他提出了“媒介选择的或然率公式”，有助于理解受众的选择性；他对儿童使用电视的状况做了细致调查；此外他还是发展传播学这一子领域的代表人物。

### 2. 学科建设贡献

施拉姆把美国的新闻学与社会学、心理学、政治学等其他学科综合起来，在前人传播研究的基础上加以归纳、总结、修正，使之系统化、结构化、专门化。1943 年，他在担任艾奥瓦大学新闻学院院长时，建立了第一个大众传播的博士学位点。<sup>①</sup>1949 年编纂了第一本权威性的传播学教科书《大众传播学》。至此，传播学作为一门学科得以创立起来。

施拉姆大力推进传播学教育，扩大传播学在教育及学术界的影响。他先后创建过四个传播研究机构：艾奥瓦民意调查中心（1934 年）、伊利诺伊大学传播学研究所（1948 年）、斯坦福大学传播学研究所（1955 年）、夏威夷东西方中心传播研究所（1973 年）。通过这些教育、科研机构，施拉姆培养了一大批传播学研究生，造就了许多学有成就的后起之秀，对美国传播学的发展意义深远。

<sup>①</sup> 虽然这是第一个“大众传播”的博士学位，但此前已有“演讲传播”的博士。据徐生权的考证，第一位以“传播”命名的博士应该是 1922 年威斯康星大学授予的。参见徐生权：谁是第一位传播学博士？——被中国学术界所忽略的“口语传播系”及其变迁[J]. 新闻界，2019（8）：35-44+87.

施拉姆曾周游世界，推广美国的传播学。1982年，他到访中国，对中国传播学的发展也起到了重要作用。

虽然以以上六位学者为中心的传播学“创世”神话流传已久，但这并不意味着美国传播研究的全部。新闻学的发展、社会学中的芝加哥学派、批判社会思想的德国法兰克福学派、跨越学科的“三论”、心理学中的帕洛阿尔托小组等，都在不同时期为美国传播学贡献了理论养料。

### 第三节 传播研究的多元路径

传播研究是一个“十字路口”，是一个交叉地带。它的学术源流众多，也形成了丰富多彩的研究路径（approach）。

#### 一、传播效果研究范式

美国传播学诞生之后，迅速生根发芽、开枝散叶。随着当代传媒对人类社会的影响日益广泛和深远，传播学也逐渐成长为“显学”，高校的传播学院林立，各个学会和期刊形成了学术交流的阵地。

以李普曼、“四大先驱”和施拉姆为起点，美国传播学的主流范式形成了。它沿着5W模式展开，其中，传播效果是最受关注的一个环节。功能主义、实用主义、实证主义的色彩非常突出，量化方法应用普及。纵览过去半个多世纪的美国主流传播学成果，会发现一些突出的主题。

第一，竞选研究。从拉扎斯菲尔德的伊利调查开始，四年一度的美国总统竞选都成为美国传播学提炼理论的富矿。议程设置理论就是一个典型的例子。近年来，关于社交媒体与竞选运动、青少年的关注度及投票意向、信息误导（misinformation）、“后真相”（post-truth）等主题引发普遍的关注。

第二，健康传播。霍夫兰及其合作者在“二战”后开展说服研究时的重点之一就是健康信息的传播，而卡茨等人的扩散研究也格外关注医疗领域。由于公共卫生的重要性，也由于规模庞大的医药行业的推动，健康传播成为主流课题。它涉及不同群体的健康信息使用、健康教育运动、媒介与复原力（resilience）等。

第三，媒介暴力的效果。在媒介内容中，最令人担忧的是暴力内容和色情内容；在媒介受众中，最令人担忧的是青少年与儿童；在具体效果中，最令人担忧的是青少年模仿媒介中的攻击行为乃至犯罪行为。早在20世纪20年代，佩恩基金会就赞助了有关电影对青少年犯罪之影响的研究。此后，这一主题一直绵延不绝。

第四，发展传播。“二战”之后，以勒纳的《传统社会的消逝》、施拉姆的《大众传播与国家发展》、罗杰斯的《创新的扩散》为代表，发展传播的道路形成了。它乘

承现代化理论的原则，用美国的大众媒介模式观照发展中国家，促进其“发展”、现代化或者说美国化，成为美式国际传播研究的主导旨趣。进入 21 世纪后，这一道路逐渐式微，但其思维模式依然存在与全球化的研究之中。

一般来说，美国的主流范式偏向于关注效果，尤其是微观、社会个体的效果，常使用科学主义的思维和量化的经验研究方法。然而，正如李金铨指出的，它逐渐走向学术研究的“内卷化”（involution），一定程度上表现出理论的贫乏。<sup>①</sup>

## 二、传播的元理论

传播是人类最基础的社会过程。因此，许多学科和流派都曾对传播的元理论加以探讨，并为传播研究贡献了理论和概念。以下简要介绍社会学的芝加哥学派、“三论”、心理学的帕洛阿尔托小组所做的贡献。

### （一）社会学的芝加哥学派

在社会学中，芝加哥学派指的是 20 世纪 10—30 年代的一个社会学家群体，他们以芝加哥大学社会学系为中心，使用田野调查等质化方法，致力于研究城市社会学、犯罪学和人类交往的问题，是美国社会学发展中的一组重要力量。代表人物包括欧内斯特·伯吉斯（Ernest Burgess）、乔治·赫伯特·米德（George Herbert Mead）、罗伯特·E·帕克（Robert E. Park）、W.I. 托马斯（W. I. Thomas）、赫伯特·布鲁默（Herbert Blumer）等人，约翰·杜威（John Dewey）、查尔斯·霍顿·库利（Charles Horton Cooley）也常被与芝加哥学派联系起来。其中，帕克、米德和库利三个人经常被传播学者引用。

帕克是一位美国社会学家，是芝加哥学派的领军者。他曾长期担任新闻记者。他的代表作是《社会学导论》（1921，与伯吉斯合著）、《移民报刊及其控制》（1922）。他制订了美国社会学的主要方向与领域，并将大众传播引入社会学。他将城市比喻为一个生态系统，引导博士生们从中寻找问题并开展研究。

米德是一位社会学家、哲学家。他的代表作是《心灵、自我与社会》（1931），他创建了符号互动论，对人际传播、个人发展和社会关系做了理论阐明。

库利是一位美国社会学家，虽然主要工作是在密歇根大学，但与芝加哥学派联系紧密。他的代表作是《人类本性与社会秩序》（1902），提出了“首属群体”“镜中我”等社会理论中的核心概念。

除了以上三位理论家，其他芝加哥学派学者也曾涉足传播研究。20 世纪 20 年代佩恩基金会资助“电影与青少年”项目时，芝加哥学派的赫伯特·布鲁默和其他学者参与其中，出版了《电影与行为》《电影、少年犯与犯罪》等著作。

<sup>①</sup> 李金铨. 传播研究的典范与认同 [J]. 书城, 2014 (2): 51-63.

芝加哥学派不仅对美国社会学来说意义重大，而且对美国传播学也有深远的影响，其中既涉及对传播的基本认识，也涉及具体的传播与社会的课题。

第一，它贡献了符号互动论，以及首属群体、镜中我等概念，有助于深刻理解传播的基本原理。

第二，它贡献了大众传播与族裔群体的框架性理解，进一步拓展到对舆论和社会控制的讨论。

第三，它贡献了电影对青少年影响的经验研究和重要思考。

第四，它贡献了建立在田野调查、民族志基础上的质化研究思路。

## （二）“SCI”三论

“SCI”三论指的是信息论、控制论和系统论，这三个跨学科的理论影响深远，从计算机科技到社会理论都受其影响。它们主要是在 20 世纪四五十年代成形的。

信息论（information theory，或 informatics），是有关信息的一般性原理的学问。它在 20 世纪初开始萌芽，在 20 世纪中叶逐渐成形，主要奠基者是美国数学家克劳德·香农（Claude Shannon，一译申农）。香农于 1948 年发表了《通信的数学原理》，于 1949 年发表了《噪音下的通信》。他阐明了信息及通信的基本原理，提出并绘制了通信过程的模型，确定了信息的数学测量，并讨论了关于信道、噪音、熵、编码/解码等一系列问题。随着信息化社会的到来，这套理论也远远超出通信的基本领域，成为理解当代社会的一把理论之钥。

控制论（cybernetics），研究的是在机器、生命体和社会中如何通过通信实现控制这一规律。它的核心是“反馈”，即通过循环的信息交换，把上一步行动的结果变为下一步行动的输入，从而实现对过程和控制的目的。它的最初思想出现在 19 世纪的物理学中，后由美国数学家诺伯特·维纳（Norbert Wiener）正式提出。1948 年维纳出版了《控制论：关于在动物或机器中通信或控制的科学》，为这一领域奠定基础。1950 年出版了《人有人的用处：控制论与社会》，将控制论延展到整个人类社会领域。无论是对于军事研发、计算机科学还是经济、社会，这一思想都提供了极大启发。

系统论（systems theory，或 systematics），尤其是一般系统论（general systems theory），指的是将有机体、机械、社会等事物的构成看作是一个由各部分组成的系统，其中，系统、构成要素和环境之间形成了复杂而有序的关系。一般系统论是由奥地利生物学家路德维希·冯·贝塔朗菲（Ludwig von Bertalanffy）提出的，强调系统的整体性、有机关联性、动态性、有序性和目的性。他在 20 世纪二三十年代就提出了这一概念，40 年代到美国后也进行了发表，但未引起广泛关注。1955 年《一般系统论》出版，使得这一理论逐渐受到重视，并从生物学理论拓展为系统科学这一哲学思想。

“SCI”三论为传播学提供了重要的概念和模式。

第一，它们贡献了信息、熵、反馈、噪音、编码、解码等核心概念以及理论阐释。

第二，它们贡献了模型与模式，使传播学借以建构自己的理论。

第三，它们对机器、生物体和社会的一般性理解，深刻影响了包括传播学在内的众多学科，有助于跨越学科疆界，应对从信息化社会到人工智能时代的种种问题。

### （三）帕洛阿尔托小组

帕洛阿尔托市位于美国加利福尼亚州的旧金山湾区，是斯坦福大学所在地，如今也是美国硅谷的中心地带。在 20 世纪五六十年代，一群致力于研究传播与心理问题的学者和医生组成了一个小组，由格雷戈里·贝特森（Gregory Bateson）领导，被称为“交往传播小组”，其核心思想是，传播建立了关系，这是理解个体行为的关键。

贝特森（1904—1980）是英国人类学家。他将控制论、心理分析和传播问题结合起来，对关系传播进行了理论阐释。他提出了元传播、双重约束、传播语义学等概念。

帕洛阿尔托小组的代表作是《人类传播语用学：交往模式、病理学和悖论的研究》。这本书提出了一句名言：“人们不能不传播。”即使是一个非传播性的或者拒绝传播的行为，都有可能在传播信息，例如一个飞机乘客闭着眼睛，也传播出他不想与邻座交谈的意图。这正是贝特森所说的“元传播”，即作为关系的传播。这直接挑战了单向的、以效果为目标的 SMCR 模式。

帕洛阿尔托小组虽然人数不多，但发表丰硕；它在美国传播学中没有形成直接的影响领域，但提供了一种替代式的思考。“在传播学学者中，交往的视野最终将得到更加广泛的理解和接受。那么帕洛阿尔托学派将肯定会得到它应有的尊敬。”<sup>①</sup>

## 三、文化研究

狭义的文化研究专指英国的伯明翰学派及其后继者，但广义的文化研究跨越了学科、国别和流派的界限，以大众文化为入手点，形成了开阔的学术视野。

### （一）法兰克福学派

法兰克福学派指的是 20 世纪 20—60 年代以德国法兰克福大学社会研究所为核心形成的社会思想派别。1923 年，社会研究所成立，其主要人物包括马克斯·霍克海默（Max Horkheimer）、西奥多·阿多诺、赫伯特·马尔库塞（Herbert Marcuse）、埃里希·弗洛姆（Erich Fromm）、弗雷德里希·波洛克（Friedrich Pollock）、里奥·洛文塔尔（Leo Löwenthal）、齐格弗里德·克拉考尔（Siegfried Kracauer）等人，沃尔

① [美]埃弗雷特·罗杰斯.传播学史——一种传记式的方法[M].殷晓蓉译.上海:上海译文出版社,2005:88.

特·本雅明（Walter Benjamin）与这一学派联系紧密，而尤尔根·哈贝马斯（Jürgen Habermas）则被视为法兰克福学派的第二代学者。

法兰克福学者们的思想范围广泛，但多数是在西方马克思主义的框架下来思考西方社会现象的问题，具有强烈的批判色彩。他们不仅对资本主义的文化生产进行了深刻反思，为传播研究贡献了批判理论，而且广泛影响了哲学、社会学、政治学、心理学等学科。

霍克海默自1930年起担任法兰克福大学社会研究所的所长，引领这个马克思主义的左翼研究机构成为具有声望的跨学科思想中心。1933年该研究所被纳粹党关闭后，霍克海默和同事们离开德国。霍克海默在纽约哥伦比亚大学重建了这一机构，并于1940年加入美国国籍。“二战”结束后他回到了德国。他的代表作是《启蒙辩证法》（1944，与阿多诺合著）。

阿多诺在纳粹上台后迁往美国，并曾在哥伦比亚大学参与过拉扎斯菲尔德的广播研究项目。“二战”后回到德国。他是法兰克福学派最有影响力的思想家之一。代表作包括《启蒙辩证法》（1944，与霍克海默合作）、《权威人格》（1950）、《消极辩证法》（1966）、《美学理论》（1970）等。他和霍克海默提出了“文化工业”（culture industry）的概念，认为它使艺术商品化并且成为维持资本主义的力量。他还是一名造诣很深的音乐家和音乐理论家。他的一句名言“奥斯维辛之后写诗是野蛮的”广为人知。

本雅明并未正式加入社会研究所。1925年，他试图以《德意志悲苦剧的起源》申请法兰克福大学的教职未获成功，但与阿多诺等人结下了深厚的友谊，并在经济和出版方面得到了社会研究所的支持。他以“拱廊计划”为名，对现代文学、艺术和文化进行了独树一帜的思考与批评。1933年，他离开德国开始流亡。1940年，在从法国向西班牙越境受挫后自杀。他的代表作包括《德意志悲苦剧的起源》（1928）、《单向街》（1928）、《机械复制时代的艺术作品》（1935），以及论及卡夫卡、波德莱尔、布莱希特等人的文章。他认为机械复制时代的到来消弭了艺术的“灵韵”。

哈贝马斯是法兰克福学派的第二代学者，他在法兰克福大学师从霍克海默和阿多诺学习政治学。1964年，在阿多诺的支持下，他接替了霍克海默在法兰克福大学的教授职位。他的代表作是《公共领域的结构转型》（1962）、《交往行动理论》（1981）等，其中提出的公共领域、交往理性等概念经常为传播学者所引用。

## （二）伯明翰学派

狭义的文化研究（Cultural Studies）专指20世纪五六十年代在英国兴起的，以西方马克思主义为思想指导，跨越学科界限对大众文化进行研究的学术潮流。因主要学者以伯明翰大学为研究基地，又称“伯明翰学派”。1964年，在伯明翰大学成立了当代文化研究中心（Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS），理查德·霍

加特 (Richard Hoggart) 担任第一任主任。在第二任主任斯图亚特·霍尔 (Stuart Hall) 的带领下, 当代文化研究中心汲取了通俗文学研究、意识形态批评、人类学调查、结构主义/后结构主义和后现代思潮、美国媒介批评等方面的理论成果, 对媒介文本的接受、媒介的家庭使用、种族与性别的媒介议题、青少年亚文化等开展深入研究。20 世纪 80 年代末, CCCS 改组为文化研究系, 后与社会学系合并。2002 年, 文化研究与社会学系被伯明翰大学校方关闭。但是, 文化研究的思想成果却已经散播到了全球各地。正如这一思想一开始所倡导的, 文化研究致力于“去中心化”, 勇于跨越疆界, 其思想成果在全球各个国家的各个相关领域产生了重要影响。

伯明翰学派的早期代表人物包括理查德·霍加特、斯图亚特·霍尔等, 此外, 雷蒙·威廉斯 (Raymond Williams) 和 E.P. 汤普森 (E. P. Thompson) 也被认为是早期思想的重要来源。它的第二代学者包括大卫·莫利 (David Morley)、安吉拉·麦克罗比 (Angela McRobbie) 等。

霍加特于 1964 年在伯明翰大学创立 CCCS 并担任第一任主任, 他的代表作是《识字的用途》(1957)。

霍尔来自牙买加的一个种族混血家庭。曾创办《新左派评论》并担任编辑。1964 年应霍加特之邀加入 CCCS, 并在四年后继任主任。他是伯明翰学派的主要领军人物。他提出了“编码/解码模式”, 分别延伸为文本分析和受众民族志研究; 他提出了嵌合 (articulation) 概念, 挑战了线性的因果模式。他还对种族流散文化研究、新自由主义批判等贡献良多。1979 年转到开放大学, 推动了面向工人阶级的成人文化素养教育。他的代表作是《电视话语中的编码与解码》(1973)、《通过仪式抵抗》(1976) 等。

作为伯明翰学派的第二代学者, 大卫·莫利的学术生涯折射了文化研究的焦点变迁。他于 20 世纪 70 年代末在 CCCS 就读博士期间, 与夏洛特·布朗斯顿 (Charlotte Brunson) 合作, 沿着霍尔的“编码/解码”模式开展《举国上下》电视节目的研究。此后, 他以民族志的方法持续对家庭情境中的电视观看及电视媒介使用进行调查, 并与罗杰·西尔弗斯通 (Roger Silverstone) 等人合作推进媒介的家庭驯化研究。进入 21 世纪后, 他以“空间”为关键词, 对媒介与认同边界、媒介与移动性等问题展开思索, 并将交通与传播结合起来重新界定“communication”的含义。

### (三) 美国的文化研究

作为全球大众文化产业最为兴盛的国家, 美国的文化研究也发展起来。詹姆斯·凯利 (James Carey) 和约翰·费斯克 (John Fiske) 的研究都有较大的影响。其中最具特色的莫过于以亨利·詹金斯 (Henry Jenkins) 为代表的粉丝文化研究。

詹金斯的代表作包括《文本盗猎者》(1992) 等, 他对同人创作、电脑游戏和动漫、粉丝文化进行了研究, 提出了融合文化、参与式文化、跨媒介叙事等概念, 认为当代的大众文化已经不仅是“编码/解码”的模式, 而是有极高的参与性。

## 四、传播政治经济学

传播政治经济学是在马克思主义政治经济学的视角下考察传播与媒介的学术道路。它并不是一个固定不变的学派；20世纪60年代开始兴起，并成为传播研究的重要一翼。其早期的代表人物包括达拉斯·斯迈思（Dallas Smythe）、赫伯特·席勒（Herbert Schiller）等，后续研究者遍布北美、欧洲、东亚各地。

在这种视角下，现代社会中的传媒首先表现为资本主义社会的组成部分，是其庞大的产业经济体系中的一个环节，而且是独一无二的环节。因此，传播不是抽象而普遍的社会过程，而是社会关系生产和再生产的产物。用马克思的话来说：经济基础决定上层建筑。传媒业既服从于经济基础，也是这个经济基础的组成部分，从这一点出发才能完整理解人类传播。赵月枝、邢国欣总结说：传播政治经济学“着重分析传播体制的经济结构与市场经济体制的运行过程，从而揭示传播与文化工业的复杂性，以及通过资本实现的传播与文化活动对社会过程的影响。通过对传播的所有权、生产、流通和受众消费等层面的分析，传播政治经济学试图展现传播的社会权力关系”<sup>①</sup>。

斯迈思曾长期在美国政府部门工作，1943—1948年间担任美国联邦传播委员会（Federal Communications Commission, FCC）的首席经济学家。他的代表作是《依附之路：传播、资本主义、意识和加拿大》（1981）。他指出“传播”乃是西方马克思主义乃至西方经济学的盲点，提出了“受众商品论”。

赫伯特·席勒不仅是一位传播政治经济学者，也是一位媒体评论家。他的代表作是《大众传播与美利坚帝国》（1969）、《头脑管理者》（1973）、《文化公司：占领公共表达的企业》（1989）等。他一方面批评美国文化企业的信息商品化是对公共领域的侵占和对头脑的控制，另一方面批评以好莱坞电影为代表的美国大众传播体系实际上成为美帝国主义的支柱。

## 五、媒介社会学

媒介社会学（media sociology）于20世纪70年代在北美兴起，侧重对传媒机构、媒介生产、新闻组织、新闻专业主义等中观层面的媒介现象开展研究。其代表人物和代表作包括：迈克尔·舒德森（Michael Schudson）《发掘新闻》（1978）、盖伊·塔奇曼（Gaye Tuchman）《做新闻》（1978）、赫伯特·甘斯（Herbert Gans）《什么在决定新闻》（1979）、托德·吉特林（Todd Gitlin）《新左派运动的媒介镜像》（1981）等。

舒德森将关于媒介生产的研究分为三个层次，即政治经济学视角、社会学视角、

<sup>①</sup> [加]赵月枝. 传播与社会：政治经济与文化分析[M]. 北京：中国传媒大学出版社，2011：3.

文化视角。狭义的媒介社会学，多指基于社会学视角开展的媒介生产研究。

广义的媒介社会学又走向两个方向，一个方向是各种视角下的媒介生产研究，另一个方向是在社会学视角下开展的所有关于传播与媒介现象的研究。

## 六、媒介技术研究

在现代社会中，科学技术是传播媒介发展的核心驱动力之一。传播研究曾长期关注内容、文本、符号、文化及其效果；而媒介技术研究的方向，则聚焦于媒介本身的技术特征与物质性维度，观察媒介变革对社会文明变迁的影响。

### （一）媒介技术学派

媒介技术学派是 20 世纪 60 年代后在北美形成的学术潮流。因主要成员分别来自加拿大的多伦多大学和美国的纽约大学，也被称为媒介研究的多伦多学派和纽约学派。它的部分成员自称研究的是媒介环境学（media ecology，一译媒介生态学）。有时候也被称为媒介领域的“技术决定论者”。其思想领袖是马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）。这一学术潮流的核心是强调媒介本身而非传播内容的重要性，并认为技术在发挥着超越人们控制的影响力。

麦克卢汉主要在加拿大多伦多大学担任教授。他的著作包括《机械新娘》（1951）、《谷登堡星汉璀璨》（1962）、《理解媒介》（1964）、《媒介即讯息》（1967）等。他提出了“媒介是人体的延伸”“媒介即讯息”等论断，提出了地球村、冷媒介与热媒介等概念，强调媒介技术本身的关键作用，影响深远。

麦克卢汉自称受到加拿大政治经济学家哈罗德·英尼斯（Harold Innis，1894—1952）很大的影响。英尼斯虽然主要研究加拿大的经济史，但有两本著作却聚焦于人类的传播问题，即《帝国与传播》（1950）和《传播的偏向》（1951）。他认为，一个社会在某个历史时期使用的主导媒介因其材质和技术不同，或偏向于时间，或偏向于空间，这影响了文明的面貌。

在麦克卢汉之后，多伦多大学和美国纽约大学有一批学者沿着他的道路继续行进。代表人物包括尼尔·波兹曼（Neil Postman）、保罗·莱文森（Paul Levinson）、约书亚·梅洛维茨（Joshua Meyrowitz）、林文刚（Casey Man Lum）、埃里克·麦克卢汉（Eric McLuhan）等。

### （二）媒介学

媒介学（mediology）是 20 世纪 70 年代末在法国出现的学术思想，它侧重考查一种泛化意义上的媒介，即信息传递技术，在历史中的发展及其作用，认为技术与文化结构和社会运动之间形成了互动关系。

它的提出者是法国学者雷吉斯·德布雷（Régis Debray）。德布雷是一位法国左翼思想家、公共知识分子，在1979年提出了“媒介学”的概念，并在《普通媒介学教程》（1991）、《图像的生与死》（1995）等书中对之进行发扬。

他认为，在历史变迁中，信息传递技术形成了“媒介域”（mediaspheres），即“以信息传播的媒体化配置（包括技术平台、时空组合、游戏规制等）形成的包含社会制度和政治权力的一个文明史分期”<sup>①</sup>。人类文明因此可分为三个媒介域，即文字（逻各斯域）、印刷（书写域）、视听（图像域）。他还提出了公民媒介学的十一个命题。

德布雷的媒介学思想受到了米歇尔·福柯（Michel Foucault）的话语理论及知识考古学的影响，与麦克卢汉的媒介思想形成呼应，并与法国哲学家贝尔纳·斯蒂格勒（Bernard Stiegler）的科技哲学有共通之处。

### （三）媒介哲学

20世纪80年代开始，德国的媒介理论从哲学（尤其是现象学和存在论）中汲取理论养料，对媒介与人、媒介与存在的基本价值关系做了阐释。进入21世纪后，随着互联网和新兴媒介技术的飞速发展，这一思想派别日益获得传播、文化与哲学研究者的普遍关注。德国媒介哲学的代表人物是弗雷德里希·基特勒（Friedrich Kittler）。

基特勒的代表作是《话语网络1800/1900》（1985）、《电影 留声机 打字机》（1986）、《光学媒介》（2002）等，其中提出了媒介时间轴操控、“软件不存在”等概念。在《电影 留声机 打字机》的开篇，他写道：“媒介决定了我们的生存处境。”<sup>②</sup>他采取非线性的历史观，将媒介技术发明、军事战争史、文学艺术等交织成独特的文本，在他看来，媒介的物质性基础和技术系统已经超越了人的感官所能把握的范畴。

德国的媒介哲学并非一个固定的学派或阵营，不同的学者可能使用媒介物质性、文化技艺、媒介考古学、媒介地质学等标签来定义自己的研究方向。

总之，如果将传播研究比作一条河流，那么，它有多个源泉，也形成了丰富的水系。仅仅沿着美国传播学的主流道路来理解传播问题是远远不够的。对于中国传播学的发展来说，更需要博采众长，并根据本土实践中萌发的现实关怀形成自己的道路。

## 本章小结

对传播问题的思考古已有之，希腊和中国古代的思想家都提供了相关的智慧，但还没有形成一门学科。到了近代，随着人类传播活动独立成产业门类，传播研究具有

① [法]德布雷.普通媒介学教程[M].陈卫星等译.北京:清华大学出版社,2014:18.

② Kittler F. Gramophone, Film, Typewriter [M]. Stanford: Stanford University Press, 1999.xxxix.

了五个特性，即研究对象的独立性、学术范畴的完整性、研究方法的科学性、研究成果的系统性和人才培养的可行性，它才发展成为一门学科。

作为一门学科，传播学经过半个世纪的孕育，于 20 世纪中叶在美国诞生。当时美国的政治、经济、社会、文化环境为传播学的孕育提供了丰厚的土壤。两次世界大战发挥了重要的推动作用，使得宣传研究成为早期传播研究的核心主题。在传播学的“创世神话”中，李普曼、拉斯韦尔、勒温、拉扎斯菲尔德、霍夫兰和施拉姆等人贡献良多。

实际上，传播与媒介研究在全球各地普遍开展，形成了丰富多彩的路数。相对而言，有六个路数是比较明确的：

- 1) 美式传播研究形成了以传播效果为核心的主流范式；
- 2) 社会学的芝加哥学派、“SCI”三论、心理学的帕洛阿尔托小组等提供了有关传播的元理论；
- 3) 从德国的法兰克福学派到英国的伯明翰学派，形成了以大众文化为关注焦点的文化研究；
- 4) 以马克思主义为原点，传播政治经济学深刻揭示了当代媒介的经济基础和权力状况；
- 5) 媒介社会学以社会学的理论和方法对媒介生产进行了细致分析；
- 6) 媒介技术研究则超越文本，从媒介自身的技术特征和物质性基础出发，加深了我们对传播媒介的认识。

#### 思考题：

1. 为什么说传播学虽然历史不长，但有着漫长的过去？
2. 作为一门学科，为什么传播学会在 20 世纪中叶的美国诞生？
3. 传播学的“创世”神话是怎么形成的？它以哪些人物为中心？它形成的传播道路是什么样的？
4. 传播研究形成了哪些路数、流派与阵营？各有什么特点？
5. 中国的传播学研究应该如何对待学科的历史问题？