



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 中文传播研究之理论化与本土化：以受众及媒介效果的整合理论为例（1）

时间：2002-7-27 11:07:24 来源：中国新闻研究中心 作者：祝建华\* 阅读830次

### 《摘要》

中文传播研究历来存有「理论化」和「本土化」两种取向。虽然两者均是研究中文或华人的传播过程及其效果，前者旨在寻找「放之四海而皆准」的人类传播共同规律，而后者则注重中文传播的独特现象和规律。近年来，随着中文传播研究在数量上的长足进步，不少学者开始质疑、反思起中文传播研究的质量及其在国际学术界的地位与贡献。讨论的焦点之一，正是在于中文传播研究应该追求理论化还是本土化。本文以作者在研究中国大陆受众及传媒效果中发展的「整合理论」为案例，探讨如何在中文传播研究中同时追求理论化与本土化的必要性、困难、策略及方法。

关键词：中文传播研究、理论化、本土化、整合理论、内化、认同、屈服、认识成熟度、媒介可信度、另类讯息易得度、多层面分析

\* 作者现为香港城市大学英文与传播系副教授。E-mail: enjhzhu@cityu.edu.hk

如同其它任何社会 / 文化中的传播研究一样，中文传播研究也一直存有「理论化」(theorization) 抑或「本土化」(indigenization) 两种取向。首先须说明的是，在我看来，两者在研究对象上并无分歧，均涉及中文或华人的传播过程及其效果；其不同之处仅在于各自的宗旨及归宿。简言之，前者旨在寻找「放之四海而皆准的普遍真理」，即从中文传播的芸芸众象中探索符合人类传播的共同规律；而后者则注重中文传播的独特现象和独特规律，强调与其它社会或文化的差异、区别。多年来，这两种研究取向在中文传播学圈内大体上是和平共处、相得益彰。本文无意厚此薄彼、引起无谓争端。

然而，随着中文传播研究在数量上的长足进步，近年来不少学者开始质疑、反思起中文传播研究的质量。讨论的焦点之一，正是在于中文传播研究应该追求理论化还是本土化。我曾参与过的正式讨论就有两次，第一次是1993年在台北桃园机场宾馆举行的首届中文传播国际研讨会，即是在「传播研究中文化」与「中文传播国际化」之辩论中闭幕。第二次是2000年在新加坡举行的国际大众传播研究学会(International Association for Mass Communication Research, 简称IAMCR)的年会上，中文传播研究学会(Chinese Communication

- 农民工都市的信息孤岛
- 用娱乐的方式教育受众
- 受众分析：解读与思考
- 中国文学读者群研究
- 张立伟：论非受众
- 论广播听众调查
- 媒体从视听到互动
- 浅议受众参与
- 传受互构论

Association, 简称CCA) 组织了一场「中文传播研究之批判性回顾」的专题报告与讨论。会议组织者汪琪教授在其建议书中的一段文字, 则是对有关讨论之最佳总结 (Wang, 2000):

随着中文传播学术圈的扩展, 人们对其在国际传播学界中的地位及贡献的不满也与日俱增。有学者在质问西方理论对中文传播研究是否有用, 也有学者则批评中文传播研究缺乏理论性。问题是, 我们还将偏安于国际学术界的边缘地带多久?

本文旨在响应汪教授的呼吁, 讨论如何提高中文传播研究的质量与水平、及其在国际学术界的地位与贡献。然而, 我既无意、也无能力撰写一部演示如何做的操作手册。我的习惯是, 「与其坐而论道、不如起而行之」, 即少从概念上演绎、多从具体的个案做起。以下, 以我在研究中国大陆 (以下简称「大陆」) 受众及传媒效果的体验作为一项个案, 进而探讨如何在中文传播研究中同时追求理论化与本土化。

### 壹、大陆受众及传媒效果研究之简单回顾

尽管受众及媒介效果一直是西方大众传播研究中的核心部分, 研究大陆传媒的学者在传统上则较注重于媒介机构和媒介内容, 对受众及媒介效果均缺乏足够的注意和研究。在有关的英文文献中, 有上百本书和论文涉及到大陆传媒系统的体制、运作、内容等; 但谈及大陆受众行为及官方宣传效果的却寥寥无几 (参见Lau, 1989)。

粗略地说, 这些研究的理论基础有二: 「冷战学派」 (Cold War School) 与「发展学派」 (Developmental School)。前者盛行于1950-60年代, 在当时西方社会的主流思想意识 (即冷战意识) 的影响下, 研究大陆传播的学者群 (那时人数不多, 尚形不成圈) 着重研究大陆官方, 将大众传媒与人际交流渠道用于政治宣传和思想控制的操作过程及其方法 (如Chen, 1960; Guillain, 1957; Houn, 1961; Lifton, 1960; Schein, 1956; Yu, 1964)。1970年代, 随着国际传播学界对西方主流理论的反思而兴起的发展理论, 研究大陆传播的学者们也纷纷一反传统而改成赞扬大陆官方宣传在社会转变与发展中的作用 (如Chu, 1977; Chu and Hsu, 1979; Chu and Hsu, 1983; Rogers, 1976; Schramm, Chu and Yu, 1976)。事实上, 所谓的「中国经验」, 连同坦桑尼亚、古巴等, 构成了发展传播理论的主要实证依据。尽管冷战学派与发展学派对大陆官方宣传的贬褒不同, 两者均缺乏系统的实证研究和证据。

自1980年代以来, 随着在大陆搜集第一手资料日渐容易, 这种传统格局正在改变。然而, 对大陆受众及媒介效果的实证研究仍存在很多问题。简言之, 一方面, 大陆学者对受众及媒介效果的研究大部分是描述性的, 缺少理论指导 (其中包括我自己的研究, 如祝建华, 1984; 1989); 另有一小部分研究虽然着重理论、但只局限于1950-60年代西方的现代化理论 (modernization theory) 框架之中 (即许多大陆学者尚不知现代化理论早已被国际学术界所放弃)。

另一方面, 海外学者的研究 (其中包括我的另一些研究在内), 虽强调验证西方的理论假设, 但这些假设却不足以解释在独有社会文化背景下的大陆受众特点。例如, Ronald Inglehart的「后物质主义」 (post-materialism, 见Inglehart, 1979a; 1979b) 是近二十年来西方学者在研究社会运动时通常采用的一个经典理论。我在分析大陆民众对学生运动的看法时, 也采用了这一理论 (Zhu and Rosen, 1993), 结果却有南辕北辙之发现: 后物质主义在西方社会中导致人们支持反主流运动、而在中国大陆却引起人们反对反主流运动; 究其原因在于后物质主

又在大陆公众心目中无异于社会主义，其自然与反主流（即反政府）的社会运动格格不入。再如，近年来海外学者对大陆受众文化观念的实证研究（如Chu and Ju, 1993; Pan, Chaffe, Chu and Ju, 1994），仅限于分析中国传统文化与西方现代文化的冲突与影响，而忽略了一个极其重要的「第三者」影响：

主导了大陆社会五十多年的政治意识之存在及其影响（参见Zhu, 1997a）。

除了上述实证研究之外，过去的20年间更有不少海外或大陆学者提出建立本土化（即「中国化」）的传播理论。但至今尚未见到一个符合国际学术界公认的「理论」定义（即对变量之间关系的假设及检验）的中国化受众及效果理论。

## 贰、西方传播理论中的「洗澡水」与「婴儿」

综上所述，我觉得首先要解决的问题是如何看待西方传播理论对大陆受众与效果研究的作用。显然，直接照抄的做法不是上策。在过去的十余年间，我曾对美国受众行为及传媒效果作过多项研究，如报刊订阅行为（Zhu and Weaver, 1989）、媒体议程设定（Zhu, 1992; Zhu et al., 1993; McCombs and Zhu, 1995; Zhu and Boroson, 1997）、电视辩论效果（Zhu, Milavsky and Biswas, 1994）。由此而感到这些以及其它受众或效果理论具有两个基本倾向：注重个体作用而忽视社会宏观影响、强调局部细节而忘却整体大局。这些特点，对于个人主义至上、并已被充分研究的西方社会（尤其是美国）或许并不构成太大问题，但是对于研究大陆的受众及效果却有「隔靴搔痒」之效，并不具有特别的价值。以我所热衷的议程设定理论为例，其所涉及的是在开放、多元和竞争的社会（即无人可以任意控制舆论）中，各种利益集团如何通过媒体间接、曲折地影响民意以至最终左右公共政策的过程（Zhu and Blood, 1997）；如果将之应用于大陆，在表面上我们可能会发现更强烈的议程设定现象，但任何略知中国国情的人都会斥之为幼稚、浅薄，因为在封闭、单元和垄断的社会中，最大（往往又是唯一）的利益集团（即官方）之议程就是公共政策议程，议程设定理论并没有告诉我们任何新的东西。其它理论，从知识沟（knowledge gap）到涵化论（cultivation）、从沉默螺旋（spiral of silence）到第三人效果（third-person effects），均有类似问题，即实证研究或许都能验证这些现象在大陆的存在，但却又无助于我们对大陆受众行为和传媒效果之本质及规律的认识。因此，我们必须另辟蹊径，从大陆社会的大局与媒介环境的整体着眼、动手。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 传播研究

- “民族志”之于传播研究的实践话语 (2006-3-1)
- 从韦伯到哈贝马斯——传播研究视野下的再思考 (2006-1-8)
- 儒家传播谋略 (2004-10-25)
- 中国社会科学院新闻与传播研究所 (2004-9-20)
- 四川省社会科学院新闻传播研究所 (2004-9-20)

[>>更多](#)

└ 中文传播研究之理论化与本土化：以受众及媒介效果的整合理论为例（1） 会员评论[共 0 篇] ┘

└ 我要评论 ┘

会员名

密码:



提交

重写

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.