



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（2）

时间：2002-7-27 11:10:25 来源：中国新闻研究中心 作者：祝建华\* 阅读643次

然而，这并不等于我们要对西方传播理论来一个全盘否定。马克思曾认为德国哲学家黑格尔对其前辈康德的批评是将德国经典哲学中的「洗澡水」与「婴儿」一起泼掉了。同样道理，如果我们将西方传播理论中的婴儿与洗澡水一起随手弃置，我们要?是愚昧无知、或者是狂妄自大。排他性的「中国化」传播理论在过去二十年间无所作为；在今后的二十年间恐怕亦难有成效。我们应该将婴儿从肮脏的洗澡水中找回来。什?是西方传播学理论的婴儿?我觉得就受众研究和效果研究而言，最有指导价值的是其强调「内容特定过程/效果」(content-specific process/effect)和「个体层面机制」(individual-level working mechanism)这两点。第一点讲的是无论研究受众行为或媒介效果都要与特定的媒介内容有关，而不能「内容超然」(content-free)。因此，议程设定研究要求将公众议程与媒介议程作对照、涵化论研究要求将受众的「恶世综合症」(mean-world syndrome)与暴力电视世界相挂?等等。第二点则是要求对任何行为或效果之现象均有其心理过程之解释，否则即不具备理论的第一要素「解释力」(explanatory power)、研究发现的现象可能属于偶然巧合之「生态谬误」(ecological fallacy)。沉默螺旋是以「孤独恐惧感」(fear for isolation)为动力的，第三者效果则是由「自我服务」(self-serving)等机制而造成等等。当然，这两个优点，同时也是造成前述西方研究「重局部」、「重个体」问题的主要原因。我们面临的挑战是如何只取其婴儿而舍弃其洗澡水。

### 参、用于大陆受众与效果研究之整合理论

鉴于上述考虑，我在近十年间逐渐发展起一个用于研究大陆受众行为与媒介效果的理论框架 (Zhu, 1995; 1997a; 1997b; 2000; Zhu and He, 2001)，因该框架旨在将西方理论与大陆国情、媒介内容与传播效果、宏观（即社会）层面与个体层面等纵横交错诸多因素融为一体，故将其名为「整合理论」(an integrated theory)。

整合理论从分析大陆受众所处的社会与媒介大环境出发。在操作层面上，即以官方媒介的内容来测量、描述、概括受众的社会与讯息环境。官方媒介曾经是大陆所有受众的唯一讯息来源，至今仍然是大多数受众的主要讯息来源，因此可以将其作为受众的社会与媒介环境的操作定义。尽管强调官方媒介的核心地位，整合理论同时也考虑到其它讯息来源的影响（见本文随后的讨论）。

官方媒介的内容极其广泛。从可操作性来讲，有必要将之分类。通常的媒介内容分析有按主题

- 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
- 媒体从视听听到互动
- 浅议受众参与
- 传受互构论

(如「政治」、「经济」、「国际」等)分类的、按人物(「上层」、「平民」、「罪犯」等)、按事件性质(如「暴力」、「非暴力」或「正面」、「负面」等)。这些体系对我们来说,均没有什?价值。那?,何种分类体系才有意义?这就需要有理论指导。我的框架主要来自和美国社会心理学家Herbert Kelman (1958)有关「受众态度变化过程」(processes of opinion change)的理论,辅以美籍俄裔社会学家Vladimir Shlapentokh (1986)有关「苏维埃意识形态功能」(functions of Soviet ideology)的理论。

## 一、苏维埃意识形态功能

Shlapentokh的理论是对苏维埃的意识形态及其宣传工具作宏观分析的一个框架。他将苏维埃的意识形态分类成为三种功能:道德(moral function)、合法化(legitimation function)和命令(command function)。道德功能是要「说服人民接受国家或社会的利益超越个人的利益……(和)要求人民为整体的利益而牺牲个人」(p. 19)。合法化功能则要求「人民接受制度的合法性和当权者的领导地位,并且不从事任何实际的反对活动」(p. 18)。而命令功能则「对那些服从或逃避思想意识运动者实施奖赏或制裁」(pp. 18-19)。随着苏联社会的变化,官方宣传工具的道德功能日渐萎缩而命令功能则逐渐增强。

## 二、态度变化过程及其机制

Kelman的理论则是对受众态度变化的心理机制在个体层面上的分析,他认为有三种不同的态度变化过程:屈服(compliance)、认同(identification)和内化(internalization)。屈服指的是受众并非相信一个讯息的内容,但是为了获得报酬或者避免处罚而在公开场合上接受该讯息。故此,屈服仅是一种表面及短暂的变化,并将随着外部条件(报酬或处罚)的改变而消逝。认同是指受众在接受一个讯息时,并不关注该讯息之内容、而是关注其来源,即传播者是否可以信赖或维持关系。认同可以发生在公开或私下场合。同一讯息倘若来自另一传播者,认同过程未必会发生。认同比屈服所涉及的变化更深入和持久。内化是指受众认为一个讯息的内容富有价值,或者与其现有的价值观相一致而接受该讯息、并因此引发在意见或行为上的变化。因为受众觉得该讯息能解决问题或符合其需要,内化发生在个人心灵深处并有持久效应。Kelman进一步指出了每种态度变化过程的几个先决条件:屈服的先决条件是讯息传播者掌握了施予或夺回受众所需要的物质资源;认同则要求传播者对受众有吸引力,期望与其建立与发展良好的关系;而内化则要求传播者具有令受众相信其讯息之真实、可靠的可信性。

## 三、大陆官方宣传目标及媒介内容之分类

我从成百上千的西方传播理论中找出上述两个并非十分有名的理论,只因其与我对大陆官方宣传目标的分析有惊人的相似之处。我将官方宣传目标归结为最高、中间、最低三种:最高目标为宣传共产主义、培养出大公无私的「新人类」(New Mankind);中间目标为宣传政府经济政策、发动群众参加社会主义建设;最低目标为压制不同意见、维持政权稳定。(1)乍看之下,这种分类法十分「本土化」,但其实可以在其它社会主义国家找到相应的先例。如Shlapentokh所分析,苏联宣传工具的道德功能就相当于创造新人类的最高目标;合法功能类似于推动经济政策的中间目标;而命令功能可与维持政权稳定的最低目标相比较。更有趣的是,这套含有最高、中间和最低目标的体系竟然与Kelman所分析的西方受众接受传播讯息的心理过程有异曲同工之妙:屈服等同维持政权稳定,认同类似支持经济政策,而内化则相当于培育共产主义新人。

大陆官方的这些宣传目标，最初来源于共产主义的意识形态，以后逐渐为当权者的切身利益所决定。根据马列主义关于共产主义思想不会自发产生、而是需要由工人阶级的先锋队（即共产党）从外部灌输的理论，将人民改造成「共产主义新人」是建立共产主义社会的先决条件；同时，因为共产主义社会需要物质基础，宣传机关就有责任鼓励并且发动群众参与生产；最后，尽管共产主义社会是人类社会的必然归属，人民中有些人并不一定意识到其优点，因而有必要在一些场合下使用强制的宣传方法，以提醒他们的长远利益。简而言之，在共产主义的意识体系中，上述三种宣传目标都是必要和正当的。

此处必须指出的是，最高、中间和最低宣传目标的优先次序不是一成不变，而是随着各个不同的历史时期大陆社会内外环境、受众特征、以及当权者自身的变化而彼此消长、转移的。大致说来，在以共产主义思想为旗号的毛时代（1950-1970年间），官方媒介注重的是教育和培养新人类的最高目标；在以社会主义为卷标的邓时代（1980年间），官方媒介的重点转移到了宣传经济改革与发展的中间目标之上；在当前以「新权威主义」（neo-authoritarianism）为指导的江时代（天安门运动至今），官方媒介强调的则是「稳定压倒一切」的最低目标。这些转变既说明了官方媒介的无效与无奈，也反映了其现实性、灵活性和妥协性。

#### 肆、整合理论之宏观层面

鉴于上述分析，整合理论在宏观层面上对大陆官方媒介的传播效果作了如下预测：?其最成功之处在于阻吓反对意见、创造一种服从现状的社会生态；?其也能够一定程度上培植对政府的认同，以致推进部分改革的宣传；?但是其根本上不能教育和培养出一代共产主义的新人类。

这些预测与Shlapentokh对苏联官方传播效果的分析是完全一致的。在他看来，苏联官方媒介的道德功能「是最薄弱、并对个人实际行为的影响最小的」，因为其要求受众将自己「内化于」（共产主义）道德观念」（1986, pp. 18-19）。另一方面，他认为命令功能是最成功的，这可以用「苏联人民为了获得或避免当权者手中的奖赏或制裁而随时服从上级指令」的事实而左证（p. 18）。Shlapentokh并没有直接对合法化功能的成效作出明确的定论，但他在字里行间中似乎相信其有部分是成功的。

同样，整合理论的预测也与Kelman对西方受众被说服的难易程度相吻合。如上所述，屈服是由于受众受制于讯息传播者所控制的奖惩资源、以及其对讯息接收过程的监控。在大陆，政府控制了就业、晋升、教育、住房以及日常生活所依赖的各种资源；同时又拥有广泛的监督系统，以观监受众对其宣传的反应。因此，不难理解为何官方媒介能够成功地维持政局稳定。另一方面，认同需要传播者对受众有吸引力。官方媒介曾经在受众中拥有极大的号召力，在宣传一种政策的合理或合法性时、并不需要花费太多时间，只要告诉受众这是党和政府的决定，人们就会接受并且相信这是一个好政策。这种风光早已荡然无存，但最近二十年间中国在改革和发展上的成就，使得人民对官方的能力还有一定的认同。最后，内化要求讯息内容与受众的既定价值观体系相一致。但是，共产主义教义的大部分内容与大陆受众的个人利益或文化传统大相径庭。因此，培养新人类的目标从未做到或甚至接近过。

#### 伍、整合理论之个体层面

George Bishop曾描述其对中国大陆传播过程及其效果的观察（1989: 26）：  
媒介和官方传播渠道在传达官方的需求方面是非常重要的，其在短期内会有影响，例如在文化

大革命期间。可是，这种影响力好象正在下降，可能是因为受众随着旅行、个人的接触以及文化大革命期间发动工人、农民对当权派的批判而变得成熟起来。

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（2） 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.