



关于传播学研究本土化问题的思考

发布时间：2005-05-25

阅读次数：143583次

本文章来自：sjc

李敬一（武汉大学新闻与传播学院，430072）

刘兰珍（中南财经政法大学新闻系，430070）

作者简介 李敬一（1946～ ），男，武汉大学新闻与传播学院教授，从事新闻传播学研究。

刘兰珍（1962～ ），女，中南财经政法大学新闻系讲师，从事新闻传播学研究。

内容摘要 本文认为，传播学研究本土化，就是将传播学研究同中国社会发展和传播事业的实际结合起来，探索并建立适合中国国情和文化传统的传播理论体系，为中国的传播实践服务。同时提出，应当进行四个方面的工作，即：加强对中国传播历史和古代传播思想的研究；加强对中国传播事业发展现状的研究；加强对西方传播理论及其最新发展态势的研究；尽快建立有中国特色的传播理论体系。

关键词 传播学研究 本土化 思考

与当前我国丰富多彩、飞速发展的传播实践相比，传播学研究在我国一直处于比较滞后的状态。20世纪70年代末至80年代初，国内研究者引进、翻译了一些国外传播学基础著作；近年来又有学者翻译了一些在西方传播学界有较高声望和影响的优秀教材及经典专著；20世纪80年代后期至今，有学者依据自己的理解，对传播学的基本原理进行概述，少数学者从传播学的角度对中国文化传统进行了一些探讨。但是，对中国自身的传播历史、传播方式、传播观念，尤其是对传播与中国传统文化、传播与中国社会发展的关系的研究，基本上还处在起步阶段。奉献给读者的，目前只有吴予敏著《无形的网络》、孙旭培主编的《华夏传播论》、台湾传播学者朱传誉的《先秦唐宋明清传播事业论集》、关绍箕的《中国传播理论》，以及李敬一所著《中国传播史（先秦两汉卷）》等少量成果。由于历史和现实的因素，中国的传播学研究在短时间内还不可能出现像西方那样有里程碑式的传播学理论和学术概念；同时由于国情的不同，我们也不可能照搬西方的理论来指导中国的传播实践。要使中国的传播学研究在新的世纪有一个新飞跃，必须加紧建立有中国特色的传播学理论体系，传播学的研究应该突出中国特色，实现本土化。

关于传播学研究本土化的提法，国内学界一直存在歧见。反对者认为，这

种提法是提倡整理国故，是要从故纸堆中、老祖宗那里发掘“传播”思想与格言警句，是从传统的传播体制上来构建我们的思路，这个思路不符合未来传播发展，没有前瞻性，没有先进性，因为传播学是科学，科学是带有普遍性、规律性的，不应区分中国和外国。如果把一门科学本土化，那也就是把它局限为一种手段、条件和方法。倘若方法能本土化，本土化也就只适应于中国而不适应外国。赞成者则认为，传播学研究一定要结合中国实际，要在中国的传播现实上生根，要能解决中国传播实际问题^[1]。其实，所谓“本土化”，笔者认为就是将传播学研究同中国社会发展和传播事业的实际结合起来，探索并建立适合中国国情和文化传统的传播理论体系，为中国的新闻传播实践服务。其主要内容则大体上包含以下四个方面：

一、要加强对中国传播历史和古代传播思想的研究

传播不是一种独立的文化现象，传播活动对一个民族的文化传统的形成有着重要的促进作用，同时，又深受本民族文化传统、文化心理的影响和制约。当今世界每一个国家或地区、每一个民族，绝不可能有清一色的传播观念，因而其传播方式、传播事业的发展也绝不可能有统一的模式，甚至不可能互相模仿（纵观中外历史，凡在政治制度、文化习俗上试图模仿别国的，鲜有成功的先例），而只有尊重本民族的传统和特色。我们不能割断历史。不研究中国传播历史，就无法解释传播与中华民族传统文化的关系。而不了解民族的文化传统、文化心理，也就无法解释当今的传播现象，因而不利于促进新时代传播事业的发展。

我们不妨从传播方式、传播实践、传播观念等方面简要回顾一下中国古代的传播历史，便可以知道，这是一个多么独特、奇妙的世界，更可以看出，中国古代社会丰富多彩的传播方式是怎样以文化的精神渗入民族的每一根血管、每一个细胞，其影响是多么深远。

以传播方式而论，从传播的起源看，虽然中国上古时期大体上经历了全人类所共同经历的口语传播、文字传播阶段，但由于中华民族语言、文字的独特个性，因而在传播方式上有着与世界其他民族传播起始阶段不同的特色。特别是由于中华民族的文化遗存丰富，古籍记载十分详赡，所以在对中国古代传播起源的描述时更显得确凿可信，这是某些西方学者在研究传播的起源时所无法企及的。至于春秋战国之际的传播方式，诸如采诗观风、置邮传命、烽隧警报、乡校议政、史官记事、游说诸侯、聚徒讲学、著书立说、街谈巷议等，无一不深深打上了那个时代的烙印，他们又都以不同的形式对当时和后世的政治、军事、经济、文化发生了深远的影响。此外，如秦王朝的兴衰，其中传播的作用因素也给后世留下极其深刻的教训。秦始皇统一中国后，采取了一系列政治的、经济的、社会的改革措施，如修筑驰道、统一文字、统一货币与度量衡、建立以户籍制度为中心的社会传播网络等等，客观上为社会传播的畅通创造了有利条件。正是由于传播事业的发展，才促成了秦王朝的兴起和强大。同时，也由于秦始皇实行“焚书坑儒”等残暴的封建专制措施，堵塞了传播渠道，凝滞了信息的交流，箝制了传播思想的发展，最终加速了秦王朝的覆灭。

此后，楚汉战争之际，刘邦的“约法三章”（“杀人者死，伤人及盗抵罪”）可视为我国最早的政治军事领域的“广而告之”。汉武帝“罢黜百家，独尊儒术”，在大一统的背景下推行舆论一律，从传播学的角度看，它在社会控制方面的得失值得后人总结。东汉“蔡侯纸”的出现，堪称传播史上的一次真正意义上的革命。蔡侯纸改进了文字的书写材料，从此，作为人类的主要传播方式——文字传播，才有了先进的载体。联系到后来宋代活字印刷术的出现，更标志着传播技术的又一次飞跃。东汉时期太学的发展，不啻为传播史上的一个奇迹。据记载，仅在顺帝时，太学校舍便有240房，1850室，太学生达3万余人^[ii]。人数众多的太学生为东汉的社会传播起到了促进作用。除此之外，传播与宗教的发展也有着密切的关系。佛教的传入，道教的兴盛，无不采用独特的传播手段。至于东汉末年的黄巾农民大起义，则更是巧借各种传播工具来宣传、组织革命，终于产生了“八州并发”、“天下响应”的传播效应。在传播行为的作用之下，中国古代社会的基本制度、经济秩序、思想文化观念，大体上在先秦、两汉便已形成，而上述传播方式，自魏晋以降，历经唐宋元明清，不断地得到继承和发展，此不赘述。

以传播从业者而论，中国传播史上杰出人物不胜枚举。如先秦诸子，他们在那个动荡、变革的时代，走公门，跑私门，游说于朝堂之上，诘难于士林之中，传播政治思想，宣扬伦理道德，教授文化知识，进献治国方略，激活了整个社会，推动了一个时代的进步，其彬彬之盛，在传播史上矗立起一座丰碑。他们以他们的传播行为而成为变革时代的巨人。就像恩格斯所说的：“成为时代特征的冒险精神，或多或少地推动了这些人物。那时，差不多没有一个著名人物不曾作过长途的旅行……他们的特征是他们几乎全都处在时代运动中，在实际斗争中生活和活动着，站在这一方面或那一方面进行斗争，一些人用舌和笔，一些人用剑，一些人则两者并用。”^[iii]恩格斯在这里虽然说的是西方资产阶级文艺复兴时代，但却概括了每一个进步、变革时代的特征。中国古代杰出的传播者，用他们的“舌和笔”为社会的发展进步而竭尽传播功能。

先秦之后，传播史上的杰出人物如汉代的司马迁，年轻时曾漫游四方，为官出使又遍历祖国各地。他实地考察史迹民风，搜集民间传说资料，传播文化知识，尔后又用毕生精力撰写了中国第一部通史——《史记》。其作“不虚美，不隐恶”，既整理了中华民族三千余年的历史，又以“实录”的精神，记载了他所生活的同时代的人物和社会生活。他那近似于今天的通讯、报告文学式的人物传记、专题报告（“书”），都应视为传播史上的重要资料。此外如张骞，他冒着生命危险，历尽千辛万苦，两次出使西域，连通了汉王朝与西域诸国的正式往来，传播了汉民族的文化，开启了中国对外传播之门，堪称中国古代杰出的传播使者之一。再如唐玄奘西赴“天竺”，鉴真东渡日本，传播了佛教，又交流了文化艺术，青史垂名。特别是明代的郑和，率领中国船队，多次远航亚非各国，将中国的瓷器、丝绸、锦绮、纱罗、麝香、铁器、金属货币与“西洋”各国交换珍珠宝石、香料及珍禽异兽。之后，“西洋”各国使臣和商队来中国的络绎不绝，促进了中国人民同亚非各国的经济文化交流，增强了各国政府间和人民间的友谊，大大开拓了传播的范围和渠道。像这类国家、地

域、民族之间的传播方式，还有始于公元前2世纪、延续一千余年的“丝绸之路”，沟通了中国同欧、亚、非各国的联系，广泛地传播了文化和友谊。甚至自汉唐以来的“公主和亲”（如汉之昭君出塞“和”匈奴，唐之文成公主、金城公主“和”吐蕃，太和公主“和”回纥），不仅把汉族的先进生产技术传入少数民族，还把文学典籍、乐曲、医学，甚至政治制度、风俗习惯也带入少数民族，从而带动了少数民族地区的发展，弘扬了民族文化，增进了汉族同兄弟民族之间的联系。这些，都是中国传播史上值得大书而特书的光辉篇章。

以古代传播思想而论，中国历史上杰出的思想家们在其论著中涉及或专论人际交往、社会传播和舆论控制等方面内容的不在少数。如春秋战国时期众多学派的“百家争鸣”中，已包含着有关传播观念、传播思想的阐述和论争。特别是以孔子、孟子、荀子为代表的儒家学派，在论及传播与个人修身立命时，强调先进行内省、反思，培养品德，然后参与社会传播，其身越正，其传播的可信程度越大。所谓“吾日三省吾身”^[iv]，所谓“不能正其身，如正人何”^[v]，所谓“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”^[vi]，以及“贤者以其昭昭使人昭昭”，而不能“以其昏昏使人昭昭”^[vii]等等，说的就是这个意思。同时，儒家还认为，传播就是通过对伦理道德的规范，来达到维系人际的等级关系，恢复和巩固社会秩序的目的。所谓“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动”^[viii]、“名不正则言不顺，言不顺则事不成”^[ix]、“教以人伦：父子有亲，君臣有义，夫妇有别，长幼有序，朋友有信”^[x]、“凡言不合先王，不顺礼义，谓之奸言^[xi]”等，是说在社会传播中，在人际交往中，必须有一定的准则和规范，有一定的约束和分寸。这样，才能对社会起到稳定作用，才能表现出传播的功绩和对社会发展所起的积极作用。否则，传播便只会引起社会动乱，甚至暴力行为（即所谓“犯上作乱”^[xii]）。儒家还论及特定的传播内容必须有与之相应的传播方式，人们参与社会传播应该讲究方式、方法，“己所不欲，勿施于人”^[xiii]。在这一方面，孔子强调的是“实”，即传播内容的真实可靠，符合礼义，而反对“巧言令色”^[xiv]；孟子强调在传播活动中要不卑不亢，平交王侯，“藐之，勿视其巍巍然”^[xv]；荀子则强调要以美丽的形式去打动受众。关于舆论与社会控制，儒家一方面强调以“礼义”来调整社会关系、磨合社会矛盾，一方面强调以诛杀的办法来压制反动的舆论，从而达到社会的安定，即如荀子所称，对“奸言”，对“小人之辩”，“圣王起，所以先诛也，然后盗贼次之。盗贼得变，此不得变也”^[xvi]。儒家的这些传播思想是值得重视的。此外，例如以老子、庄子为代表的道家学派，以商鞅、韩非子为代表的法家学派，以及以墨子为代表的墨家学派，他们在理论上的建树也不仅仅涉及政治、哲学、文学，就在传播方面也是高屋建瓴的。他们或者论及舆论控制，主张以正确的言论去排斥异端的言论，即所谓“以言去言”^[xvii]。或者反对传播的无序状态，以极端的态度主张“邻国相望，鸡犬之声相闻，民至老死不相往来”^[xviii]。或者明辨人际交往必须有客观的标准，即“言必有三表：……有本之者，有原之者，有用之者”^[xix]。或者提醒传播者应该注意技巧，即“凡说之务，在知饰所说之所敬，而灭其所丑”^[xx]。

可以看出，先秦诸子在传播思想方面虽然观点各不相同，但其论述的深度、广

度是令人叹为观止的。他们的思想影响之深远，可以借用马克思形容古希腊神话的艺术成就时所说的一句话来比喻，那就是：“就某些方面说还是一种规范和高不可及的范本。”^[xxi]

概言之，中国古代传播历史是悠久的，古代传播思想、传播观念对民族文化传统的影响是深远的，对它作深入的研究，是有意义的。这是一个崭新的课题，是一块有待开发的科学研究处女地。我们必须运用马克思主义的认识论，亦即历史唯物主义和辩证唯物主义的思想武器，应用传播学的基本原理，来解剖中国的社会传播这只“麻雀”，这对于传播学研究者来说，既是学术使命，也是历史责任。

二、要加强对中国传播事业发展现状的研究

传播学研究本土化，既包括从传统文化中撷取例证，也包括从现代传播事业中寻找材料。研究传播学，除了如上所述必须加强对中国传播史的研究之外，还必须加强对中国传播事业发展现状的研究。因为西方传播学理论原本是从西方资本主义社会的传播实践中总结出来，又用以指导其现实传播活动的，而我们将这一理论引进，当然是希望它能对我国的传播事业发展发挥一定的启发、借鉴作用。这就要求我们首先要对自己的传播事业现状有宏观的了解，就像我们要选择一双鞋子，便应该先对自己的脚做到心中有数，削足适履不行，只揣摩鞋的式样，不顾自己脚的大小也不行。我们的传播学研究不能只停留在评介外国传播理论、或将西方传播理论稍加“消化”，改头换面即变成“中国传播学”这样的水平上。理论是从实践中总结出来又反过指导实践的，不研究中国传播事业的实际状况，所谓传播学研究便只是空谈，这应当是“本土化”的一个原则。而中国传播事业发展的实际状况，大体包括两方面的内容：一是传播事业的基本情况，二是传播事业所表现出来的中国特色。这两点弄明白了，便可以在研究西方传播学理论以及使之“洋为中用”的时候，避免一些盲目性，也避免沦于为研究而研究的老套。

首先看中国的新闻传播事业的发展。以报纸为例，自党的十一届三中全会以来的二十多年，我国新闻传播事业一直保持着旺盛的增长势头。特别是1995年，全国报纸总数一度达到2202家，到2000年已稳定在2053家，报纸的印数达300亿份。广播事业发展的速度也很惊人。到1999年，全国共有省市级广播电台298座，县台1287座，中短波发射台和转播台740座，收音机拥有量近3亿架，人口覆盖率达到90.35%。中国国际广播电台现每天用43种语言广播211个小时，听众已经遍布全世界。我国电视事业的发展更为迅速。至1999年为止，全国的电视台集中整合为368台，另有中短波发射台和转播台740座，全国电视覆盖率达到总人口的91.95%，电视受众接近11亿人，其中有线电视受众为8000万人。

通讯社事业的发展幅度也很大。现在新华社已经拥有32个国内分社，48个支社和记者站，在世界90多个国家和地区建有5个总分社和101个支社，用户超过5000家，日发稿量超过200万字，还办有35种报纸，工作人员超过8000，已经实现了建立世界通讯社的目标，并跻身于世界四大通讯社的行列。

随着时代的进步，我国新闻传播事业的科技含量也不断提高，传播的技术

和手段越来越现代化，其重要标志就是传播的网络化。到2000年6月，全国已有273种报纸上网，占全国报纸总数的七分之一。其中有些媒体的网站以其网页设计精美，栏目众多，内容丰富，信息量大和信息的准确、及时而受到国内外点击者的高度重视。受互联网技术的带领，我国传统的新闻媒体也大量引进最新的科学技术来改造设备，增加传播手段的科技含量。大部分报纸实行激光照排，实行电脑拼版、传版，实行胶印、彩印，整个编辑工作从记者发稿到核稿、分稿、校稿、编辑、组版，全部流程均实行电脑联网化。

1984年和1986年，我国先后发射了两颗实验通讯卫星，标志着我国已进入应用卫星通讯技术的新时代。不少报纸和电视台普遍利用卫星接收文稿、图片，利用卫星进行电视转播。到现在，全国利用卫星传送的电视频道已达41个。与此同时，数码技术也广泛应用于新闻摄影、广播制作、传输、播出和电视后期制作及演播等方面。科技含量增加的结果，是新闻传播媒体的信息量越来越多，越来越快^[xxii]。

传播技术方面，已逐渐融入现代科技发展潮流，发生了革命性的变化；同时，新闻传播的对外交流日益扩大，中国传媒的国际影响日益增强。当前，我国报纸、通讯社、广播电视及其它形态的新闻传播媒介互相配合，协调补充，共同发展，共同繁荣，在社会主义现代化建设中发挥着全方位的社会功能。我国已形成了以报纸、通讯社、广播、电视为主体，技术比较先进，多层次、多渠道、多手段，基本覆盖全国城乡且面向世界的强有力的新闻传播网络。各种新闻媒体在党的领导下，发挥着耳目喉舌的作用，既宣传党和政府的方针政策，又传播信息、知识，指导性与服务性并重，共同为社会主义“两个文明”建设服务。再加上从20世纪90年代中期开始，个人计算机迅速普及，以因特网为代表的全球网络迅速发展，卫星和光纤技术日臻完善，以因特网为载体的第四媒体迅速崛起。第四媒体的出现，使得任何上网者不仅可以在网上同报纸、电台、电视台等多种媒体打交道，而且能直接接收到世界各大通讯社的新闻信息，还可以从非媒体机构发布的信息源中直接获得新闻，并在此基础上以受众的身份及时形成反馈或以传者的身份将得到信息进一步传播开去。我国自1995年开始发展因特网业务，到现在已经有包括新闻站点、专业信息站点、公司站点、机构组织站点、个人网页和电子邮件等近万家网站发布和发送信息。据中国互联网络中心（CNNIC）2001年1月17日公布的第七次中国网络调查称，截至2000年12月31日止，中国的上网用户数约2250万，联网计算机数约为892万台。这些新的传播现象也已经非常现实地摆在传播学研究者面前。

总之，改革开放二十多年来，我国传播事业所发生的巨大变化，给人们提出了许多新的研究课题。作为对“传播学研究本土化”的要求，理所当然地要关注这些新的发展，探讨其运作规律，总结出可资借鉴的经验。除此之外，我们还应该注意研究我国区别于其他国家或地区传播事业的某些特征。如在我国，除了大众传播之外，从上到下都设有宣传机构。这些宣传机构虽然也借助于大众传播媒介来从事宣传工作，但更多的是通过聚会（通常称作“开会”）演讲、现场鼓动、宣传橱窗、墙报版报、标语口号等形式来宣传党的路线、方针、政策，从而教育群众、组织群众、鼓舞群众为社会主义事业而奋斗，这是

一条独特的传播渠道。此外，我国还有着一支庞大的专职或非专职的政治思想工作队伍，他们在各个层次上联系群众，开展深入细致的政治思想工作——交心谈心，沟通思想，协调关系，解决矛盾。这是一个覆盖面十分广泛的传播网络，是最典型的人际传播现象，它是无法用西方传播理论简单地加以解释的。同时，如果对上述特色不加以深入的研究，就无法正确总结出中国传播事业发展的规律，也就无法指导进一步的开拓与繁荣，当然也谈不上传播学研究本土化了。

三、进一步加强对西方传播理论及其最新发展态势的研究

20世纪前期，由于电子媒介的诞生，大众传播事业的发展，新技术革命和信息激增现象的出现，唤起了人们对于自身传播活动尤其是大众传播活动的兴趣。人们意识到要对大众传播现象进行系统而科学的研究，以对有关大众传播过程、大众传播对社会和受众的影响、大众传播发生作用的因素等问题作出回答。于是，首先在大众传播业发达的美国，从二三十年代起，各种与大众传播及广义传播相关联的研究课题逐步被提出来，学者们针对这些课题，从社会心理学、社会学、政治学等领域展开研究与探索。他们的研究成果丰富了传播学的理论，到40年代末50年代初，传播学基本形成。

早在20世纪20年代，政治学家拉斯韦尔就从政治学的角度，对宣传——这一人类信息传播的特殊形态进行研究。民意测验创始人盖洛普及报纸专栏作家李普曼，同时也对社会舆论——这一与大众传播关系密切的社会现象进行研究。40年代中期，有的学者开始提出传播学理论。1948年，拉斯韦尔出版了《社会传播的构造和功能》一书，提出传播有监督环境、协调社会和传播文化三大功能。他的“谁，说了什么，通过什么渠道，对谁，取得了什么效果”的传播模式，被传播学界广泛引用，为美国大众传播学理论的建立作出了重要贡献。而社会学家、传播学创始人之一的拉扎斯菲尔德将社会心理学引入传播学，并用社会学方法研究美国总统选举中选民的投票行为、竞选宣传、大众媒介效果以及人与媒介的影响力等，于1944年发表了《人民的选择》（或译为《人民的选举与投票》），首先提出了“二级传播理论”，对初期美国传播学理论也有重大影响。

20世纪40年代初，社会心理学家和传播学者卢因的“群动力论”和“场论”，实验社会心理学家霍夫兰的《大众传播的实验》一书中有关劝说能力和劝说方法的研究，也对美国传播学理论的建立作出了贡献。

新闻学对传播学的产生也有过诱发作用。传统的新闻学主要是报纸业务的研究，而随着电子媒介的膨胀，一批新闻工作者开始从单纯的报纸研究扩展到其他媒介研究，甚至研究一切的社会传播行为。1949年，施拉姆主编出版的《大众传播学》，是最早的大众传播学著作。

传播学形成后，在20世纪50年代至60年代扩展到西欧及世界其他国家。各国在本国文化传统和发展需要的基础上，纷纷开展研究，形成各自不同的传播学派。近年来，西方传播学研究在内容和方法上，又都有许多新的发展。如，内容上的跨学科、跨文化研究，学者们以人文科学和社会科学为背景，从不同的视角去考察、分析各种层次、各个方面的传播现象。同时，原有的各个学派

又趋向于整合和互相吸收。在研究方法上，美国学者偏重实证和定量分析，更关注人类传播事业的实际问题；欧洲学者则多采用思辩、定性分析法，在理论上更具批判性。再者，网络传播的兴起，以及网络传播对全人类政治、经济、文化及社会生活所带来的革命性的影响，也给传播学研究创造了极大的发展空间。这些，都是中国传播学研究者所必须关注和亟待开拓的研究领域。

简略回顾传播学理论创立的历程，不难发现，西方传播学理论是通过考察资本主义国家传播历史和现状而概括、总结出来的，它属于人类社会发展到达的资本主义阶段的一种意识形态。深入研究其内涵，有助于我们认识和掌握人类传播的一般规律，从而启发我们对自己国家和民族传播事业的发展和传播理论的总结，进行深层次的思考 and 比较。但是，我们也必须以科学的态度来对待西方传播理论，这就是：吸收和借鉴带有人类社会发展不同阶段共性的观点；改造和融汇其具有一般规律性的东西；扬弃那些仅仅适用于资本主义社会的传播观念和理论。落脚点在于取其精华，去其糟粕，洋为中用，发展创新，这应该也是“本土化”的一个重要内容。同时，对于西方传播学的最新发展态势，我们也必须给予足够的关注，以使自己的研究处在理论发展的前沿，使得“洋为中用”的本土化进程更具针对性和前瞻性。

四、建立有中国特色的传播理论体系

研究中国传播的历史和现状，研究西方传播理论的发展方向，目的在于建立有中国特色的传播理论体系，从而为我国新时期传播事业的发展提供理论依据和思想指导。正如王晨所说：“正确阐述中国社会传播在数千年历史发展进程中所形成的传统、规律和特色，不仅是继承民族优秀传统文化的需要，而且有助于建立有中国特色和传播学理论体系，对更好地宣传党的路线、方针、政策，坚持正确的舆论导向，繁荣社会主义新闻事业，建设社会主义精神文明，促进改革开放和社会进步，都具有重要的促进作用。”^[xxiii]

在我国，改革开放以前，由于历史的原因，有关传播学的研究处于被冷落状态。改革开放以后、特别是近年来的研究工作也尚未有根本性的突破。这就是：传播学研究本土化不够，新的理论体系尚未形成。正如联合国教科文组织国际交流委员会在其工作报告《多种声音，一个世界》中，总结第三世界国家在大众传播研究中的经验教训时所指出的：第三世界国家“在它们自己关于传播的发展和结构的研究计划中，一直使用从外国进口的理论和实践模式。……这些研究工作一般是由外来的或者是在外国接受培训的专家进行的。他们用来对待他们国家的传播问题的方法，在意识形态和文化方面都不一定符合发展中世界所关注的问题。”这个委员会报告中所说的情况，显然也包括中国在内。在我国传播学研究的短暂历史上，我们曾以较多的精力引进但咀嚼不够；我们过多关注别人而对建立符合自己国情的理论体系着力不够。因此，以马克思主义为指导，有分析、有批判地参考、借鉴科学的理论与方法，结合我国实际，建立有中国特色的传播理论体系，是十分必要而又紧迫的任务。所谓“中国特色”，主要是指中国社会制度的社会主义性质和社会主义初级阶段的发展现状，以及在社会主义制度下传播事业发展的特点，也包括中华民族历史发展所形成的文化传统和根深蒂固的传播观念。同时，在这个理论体系中，应

该包含以下内容，即：传播学发展的历史与现状；传播学基本原理及应用；中国传播历史与传播思想发展史；传播与中国传统文化；中国当代传播事业发展的特色、规律与前瞻性研究等等。

总之，传播学研究本土化是一个新课题，建立有中国特色的传播学理论体系更有待于学术界作出艰苦努力。我们相信，只要广为吸收，勤于思考，结合实际，勇敢探索，最终会以心血在中国的传播学研究领域中浇开一片学术新葩的。

注释：

* 本文系教育部人文社科研究专项任务项目“中国传播史研究”（98JD860002）系列论文之一。

[i] 参阅袁军等主编. 传播学在中国——传播学者访谈. 北京：北京广播学院出版社，1999

[ii] 参阅《后汉书·儒林传》.

[iii] 恩格斯. 自然辩证法·导言. 见马克思恩格斯选集（第三卷）. 第445、446页. 北京：人民出版社，1972.

[iv] 《论语·学而》. 又，文中除所引《论语》、《孟子》出自中华书局1980年影印阮元校刻本外，其余诸子百家引文因系经典著作，歧出者少，故亦未一一标注版本。

[v] 《论语·子路》.

[vi] 《孟子·滕文公下》.

[vii] 《孟子·尽心下》.

[viii] 《论语·颜渊》.

[ix] 《论语·子路》.

[x] 《孟子·滕文公上》.

[xi] 《荀子·非相》.

[xii] 《论语·学而》.

[xiii] 《论语·颜渊》.

[xiv] 《论语·公冶长》.

[xv] 《孟子·尽心下》.

[xvi] 《荀子·非相》.

[xvii] 《商君书·靳令》.

[xviii] 《道德经·八十章》.

[xix] 《墨子·非命上》.

[xx] 《韩非子·说难》.

[xxi] 马克思. 政治经济学批判·导言. 见马克思恩格斯选集（第二卷）. 第114页. 北京：人民出版社，1972.

[xxii] 主要数据资料引自方汉奇. 中国新闻传播事业一百年. 国际传播界. 2000 (6) .

[xxiii] 王晨. 中国传播史·序. 见: 李敬一. 中国传播史 (先秦两汉卷). 武汉: 武汉大学出版社, 1996.

Reflection on the Indigenization of Communication Study

Li Jingyi (School of Journalism & Communication, Wuhan University, Wuhan, 430072)

Liu Lanzhen (Journalism Department, Zhongnan Finance-Economics & Politics-Law University, Wuhan, 430070)

Authors: Li Jingyi (1946~), male, Professor, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in journalism and communication. Liu Lanzhen(1962~), lecturer, Journalism Department, Zhongnan Finance-Economics & Politics-Law University, majoring in journalism and communication.

Abstract: The indigenization of communication, as this paper argues, is to connect the communication study to the social development and the present communication condition of China, to explore the communication theories that are fit for Chinese condition and cultural tradition and serve to our practices of communication. At the same time, the thesis puts forward the work in four aspects: strengthening the inquires about history of Chinese communication and ancient communication thinking; reinforcing the study of Chinese present conditions of communication; strengthening western communication theories and latest developmental state; trying to construct theories of the communication with Chinese characteristics as soon as possible.

Keywords: communication study, indigenization, reflection.

[关闭本页](#)

本网版权与免责声明:

①凡本网注明“本文章(新闻)来自: SJC”的作品, 版权均属于本网, 如需转载、摘编或利用其它方式使用上述作品, 请在使用时注明“来源: 武汉大学新闻与传播学院 (<http://journal.whu.edu.cn>)”。

②凡本网注明“本文章(新闻)来自: XXX(非本网)”的作品, 均转载自其它媒体, 转载目的在于传递更多信息, 并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。