

“重构中国传播学”的时代场景和学术取向

吴予敏

摘要

本文以“引进”“采纳”“对话”和“重构”四个关键词概括了四十年来中国传播学的发展，指出中国传播学并非学术殖民化的结果，而是和改革开放的时代场景并行不悖。本文提出时代场景决定学术取向，学术取向又要保持其自有理性定力，坚守文化的主体性和人本主义价值观。同时，本文亦对媒介学、公共性、城市和乡村传播研究等新的学术取向进行了评论。

关键词

中国传播学、媒介学、公共性、城市传播、乡村传播

作者简介

吴予敏，深圳大学传播学院传媒与文化发展研究中心教授，复旦大学信息与传播研究中心研究员，电子邮箱：wu2883@126.com。

The Epochal Scene and Academic Orientation : Reconstructing Chinese Communication Studies

WU Yumin

Abstract

This paper summarizes the development of Chinese communication in the past 40 years with the four key words of “introduction”, “adoption”, “dialogue” and “reconstruction”. It points out that Chinese communication studies are not the result of academic colonization, and puts forward that the age scene determines the academic orientation. Chinese communication studies should maintain its own rational strength, adhere to the cultural subjectivity and humanistic values. This paper also reviews the studies of media science, publicity, urban and rural communication.

Keywords

Chinese communication studies, Media Studies, Publicity, Urban Communication, Village Communication

Author

Wu Yumin is a professor of Collage of Mass Communication in Shenzhen University, and a researcher at the Center of Information and Communication Study, Fudan University. Email: wu2883@126.com.

中国的改革开放走过了40年的历程，按照学界公认的概念，传播学在中国的发展也历经了40年。这两个数字不是巧合，而是内在地说明了改革开放和由此开启的中国特色社会主义现代化进程是中国传播学发展的总背景。四十年来，时代场景风云变幻，学术取向移步换影，闹中取静，不妨作一审视。

一、四个十年节点各有关键词

按照国人对于年代记忆的习惯，逢五逢十便应有一番纪念和评述。而在中国传播学发展40年的各个节点上，都有怎样的历史记忆与重要事件呢？

记得在中国传播学发展的第一个十年节点到来前夕，即1987年12月27日，给改革开放初期的中国引介西方传播学的威尔伯·施拉姆（Wilbur·Schramm）教授去世了。那时人们并没有以散文式的笔法写一篇《别了，施拉姆先生》，而是在《国际新闻界》上发表了一则消息，给去世的这位老人谥号曰“传播学大师”，称誉他“为增进中国传播学界对美国传播学研究的了解，加强双方的学术交流，做出了宝贵的奠基工作。”这个评价点出了施拉姆的某种“奠基”作用。接替施拉姆登场的是E·M·罗杰斯（E·M·Rogers），他在1987年7月20日檀香山的国际学术会议上的主题演讲由中国学者编译出来，在第二年以《传播事业与国家发展研究现状》的中文题目在同一杂志发表。这两件事情，象征性地概括了西方传播学的两个阶段——冷战范式的退出和发展主义范式的登场，这好像一场由美国队领跑的接力赛，隐约透出了“中国传播学”的起点。事实上十周年这个节点有点敏感，也有点冷落。有趣的是，过了两年多，才有戴元光发表了对第一个十年的评述。这篇评述，与其说是学术的梳理，不如说是对中国传播学学术合法性的辩护词。文章提出要从中国社会的现代化进程和经济政治改革的大趋势出发，发展“中国式的传播研究”（戴元光，1991）。这篇文章敢于正视中国传播学在当时一度所遭遇的意识形态困境，对中国传播学的学科地位和发展前景进行了客观分析。

第二个十年和第一个十年“门前车马稀”的状况大为不同，全面梳理学科发展、提出理论建树的重量级论文集中出现。¹廖圣清在综述中解释传播学走出低谷渐趋繁荣的主要原因是“小平同志南巡发表重要讲话再次解放了人们的思想。十四

大的召开确定了要发展社会主义市场经济，建设有中国特色的社会主义。新闻界又遇到一次很好的契机，抓住这个契机，中国新闻事业又跃上了新台阶（工作重心转移、管理体制改革、新闻媒介的功能扩大、新闻竞争加剧等）”。另一个原因是“传播学原理被广泛应用于新闻学科，传播学从常识介绍、评介转入到了以我为主的研究阶段。”（廖圣清，1998）

在第三个十年到来之际，第十届中国传播学大会以“从历史到未来：传播、对话、共享”为主题，在深圳大学召开。此次大会由中国社会科学院新闻与传播研究所和深圳大学传播学院共同筹办，会议的主题陈述是由筹办合作方一起商定，立意可谓高远，展望可谓殷切。

当时正是北京举办的第29届夏季奥林匹克运动会召开之际，突发了火炬传递事件。这个事件展示了中国崛起所遭遇的国际舆论与意识形态困局。中国的改革开放事业已经取得了巨大的进展，中国对于融入全球化进程充满热情期盼和豪迈自信，而西方社会和媒体还并不适应一个在政治制度和意识形态上迥异于西方体制的大国迅速崛起，因此对中国的负面批评不断。第十届中国传播学大会的主题之一即是期待通过传播学研究，求得人类相互沟通与理解，求得不同文明或不同文化之间的包容与互动，创造和分享更加丰富开放的文明对话空间。奥运火炬传递事件在西方社会新闻舆论界引起的波澜深切地刺激了中国传播学者的民族自尊心和国家意识，从另一方面激发出构建中国传播学的自觉意识。传播学者们认识到，人类传播的实践及有关传播的观念和思想，已经成为影响人类日常生活的重要力量。传播学建构起来的知识方法，正在成为全球化时代国家、社会及个人进步和发展的价值与功能的阐释体系。中国传播学者期待通过研讨和反思，更加关切中国的传播现实，悉心研究中国的传播问题，寻找本土的传播思想资源。在这个节点上，一部将回顾和展望融合起来进行学科总结的著作《中国传播学三十年》问世，探索的初衷，知识的脉络，问题的呈现开始逐渐清晰。也是在这次会议上有学者提出，“我们要站在新的历史起点上，将传播学的基本原理深深植根于中国的具体传播环境之中，努力构建具有中国特色、中国学风的社会主义传播学体系。”（尹韵公，2008）三十年中，中国传播学的发展与中国的现代化进程并行不悖，伴随着新闻传播领域的观念、体制及传播方式正在发生的深刻变革，中国的传播实践也面临全球化与高科技的挑战。

上述扼要的回顾旨在说明一个基本的事实，中国传播学的起步和发展是中国改革开放大趋势的产物，这在保留文革遗风的僵化思想格局中是难以想象的。这是经

历了文革动乱之后痛定思痛，毅然改弦更张，采纳与人类文明总体进程保持同一方向的必然选择，绝非所谓文化殖民或后殖民的结果。如果粗略地概括中国传播学走过的40年，也许每一个十年可以用一个关键词加以概括，第一个十年是“引进”，第二个十年是“采纳”，第三个十年是“对话”，第四个十年呢？常言道“四十不惑”。这句话用到中国传播学身上，既贴切，也不尽然。从学科建制、发展规模、成果数量、议题覆盖、社会影响、跨界交流等方面着眼，中国传播学已经成长起来，取得了自己的合法身份和一定程度的文化自信，早期学术合法性存疑的焦虑有所缓解。在新的历史节点上，学者对于中国传播学的疑惑和思考也将走向更为深广的境界。值得注意的是，近年来，“重构（或重建）中国传播学”的呼声开始彰显。²这些呼声来自哪些方面？又是基于何种考虑发出的？各种呼声期待着中国传播学往哪个方向发展？第四个十年能够用“重构”来加以描述吗？在这一点上，学界未必能够取得共识。正因为如此才是我们应该重视和讨论的。为了避免读者的误解，笔者对本文中所使用的“中国传播学”这一概念略加解释。本文无力也无意于作一篇全面的综合评述，所以这个概念所指并非传播学在中国的发展脉络和总体景观，更不是学科建制意义上的中国的新闻传播学科的发展，而是主要指向一些突出中国特色、中国方法、中国问题意识的传播研究。

二、辨析“传播学本土化”问题

“重构中国传播学”的议题和“传播学的本土化”讨论有关。有的学者认为，“传播学本土化”的说法是从港台传过来的，经过了师从（留洋或留美）、复述、怀疑到提倡本土化的过程（李彬，2016）。事实情形如何？可以参看陈国明所著的《中华传播理论与原则》这本书，比较全面地反映了在港台传播学者视野中的传播学本土化脉络。³就学者的心路历程而言，则可以参看李金铨的几篇文章，从中可以清晰而生动地看出台湾学者进入美国传播学界的从接受到批判反思的过程。⁴陈国明通过三个主要学会⁵的论文以及台湾高校传播学科的学位论文的分析，归纳出“本土化”的学理取向：其一，诸多以中国大陆、台湾和香港的华人社会传播经验为研究对象；其二，突破新闻学或大众传播学的单一区间，涵盖了传播学的广阔领域；其三，对传播学的主干，尤其是传播学理论提出了质疑和挑战，“这个动机直接接触了文化认同的问题，表现出来的就是质疑既存传播学理论全盘西方化的适当性。”（陈国明，2004：14）毋庸置疑，传播学的学科建制、主要的学术思想脉续，都是西方特别是美国的学术文化东渐的结果，这是一个历史事实，也是不得不经的学

术发展阶段,但不能简单地用“学术殖民化”的概念判定。学习、消化、吸收、运用、质疑、反省,直至发现例外和提出挑战,是一个合乎规律的学术文化交流碰撞过程。陈韬文认为“传播理论本土化”有三个层次:一是简单的移植,这是学术本土化的必经的初级阶段;二是因为本土的特殊性而对外来的理论做出补充、修订或否定,这已经有了一定的创新意义;三是提出建基于本土社会基础的原创理论(陈韬文,2004:49-50)。显然,这些港台传播学的资深学者不会认同“传播学的殖民化”的看法,他们多年来在中国大陆传播学界的工作和交流,并不是担任美国传播学的“二传手”角色。我们今天处在40年这个时间的节点,对于传播学在中国发展的基本性质和基本路径需要有一个实事求是的判断。历史记忆非常清晰,传播学进入中国大陆学术界的第一个十年中,遇到了“冰火两重天”的情形。如果经历了三十年的发展,人们的认识还是纠结于某种意识形态幻象,导致对学术界基本状况和本质判断的极化,恐怕是不利于知识创造和学术繁荣的。

对于“传播学本土化”议题的深刻质疑,是和知识社会学、后殖民文化批评、后现代解释学的影响分不开的,这在三十周年到四十周年两个节点的区间内凸显出来。这个质疑集中表现在2010年10月由复旦大学举办的“理论与经验——海内外华人传播学者对话会”,以及在2013年复旦大学出版社出版的会议论文集《理论与经验——中国传播研究的问题及路径》中。会议主办方和论文集主编并未打算形成共识,而是希望围绕这一共同论域形成碰撞,并使这样的头脑风暴波及整个学界,引起对“传播学本土研究”的深入讨论。黄旦提出了三个问题:“第一,本土化的前提是什么?第二,何为本土?第三,本土化要达到什么目的?”(黄旦,2013)。在他看来,本土化议题本身就是一个问题,这是从西方的(主要是美国的)传播学既定的知识立场来回看“中国”,将中国和中国文化的事实存在当作天然对象前提而发生的,它遮蔽了议题背后的文化身份、解释权、前置逻辑和思维框架。对于所谓“中国”的“本土”概念则是将其本质化,忽视了中国问题的复杂性、历史性和动态性。至于“传播学本土化”的目标被误解为以中国之“特殊”经验复验西方之“普世”规则,深深沉淀着某种“一元化”的视角。基于这一看法,他质疑陈韬文所提出的“本土化三层次”的观点,认为这只能被看作是目前海内外华人学者研究状况的概括描述,不是为“本土化”开出的指向性路径,更不是关于“本土化”学术水平的由初级到高级阶段的衡量尺度。黄旦从“地方性知识”的理论视角界定他所主张的“传播学本土化”,“说白了就是研究并呈现本土关于传播的‘知识’及其‘成长’,并由此归纳其理论特征。”(黄旦,2013:35-39)这就意味着,第

一，中国传播研究是有独立意义和主体地位的地方性知识，是在特定的文化情境中生长出来的知识谱系，并非是与西方传播学理论比较而存在的某种“异类”；第二，中国传播研究是内嵌在并作用于中国社会和文化构造之中，需要中国学人深入具体的历史时空和动态过程，去发现、辨析、阐释和建构的知识系统；第三，中国传播研究必须牢牢把握本土文化情境和脉络，通过感知和实践投入中国本土的生活世界的创造过程，在和历史与现实的交互经验中进行理解和诠释，而不能仅仅停留在抽象观念的层面讨论（吴予敏，2018）。这里的三点概括，是笔者对于黄旦文章的提炼。作为几十年来从事中国传播研究的亲历者，笔者是同意这三点看法的，也希望有更多的青年学人能够体会到这一探索的价值和意义。

对于传播研究的本土化的强调和自觉，并不是简单否定西方传播学的价值。对40年前西方传播学进入中国这件事情的回顾，涉及到这个学科的起点和性质判断。当时如果没有传播学这个学科概念引入，没有传播学和信息论、系统论、控制论等的结合，我们或许对信息传播之于国家和社会发展至关重要的重要意义还缺少系统化认识，也不会从信息传达的角度认识新闻出版行业的属性与功能。新近出版的一本译著《胁迫之术：心理战与美国传播研究的兴起（1945-1960）》从批判的视角补充了国人对于传播学科兴起过程的历史知识。⁶这部著作的英文版是1994年出版，二十多年后才被译介到中文学界，尽管有点滞后的遗憾，但还是有益处的。该书依据美国国家档案材料，对于美国传播研究与反法西斯战争及冷战期间美国国家战略之间的关系有不少细节的叙述，这对于我们更全面地了解传播学的来龙去脉是有价值的。事实上，整个西方特别是美国的社会科学和其反法西斯战争及之后的国家战略都有一定关系，这不只是传播学独有的情况。但这并不代表美国的社会科学都因此而获有“意识形态原罪”，要被批判肃清。具体问题要具体分析，任何时候都要实事求是地从时代场景出发进行思考和判断。美国的社会科学包括传播学有其两面性，一面是作为国家战略思维的知识基础，另一面在于其科学价值。我们在改革开放的时代场景下了解并引入传播学，更多地是从我国国家发展的实际需要出发的，提取并吸收其中的科学价值。

关于“传播学本土化”问题，笔者亦有一些其它思考。

第一，在我们注重“地方性知识”或“本土性知识”的建构的时候，需要意识到，所谓“地方性”或“本土性”概念是基于一个逻辑设定，即是和“全球性”或“普世性”相对的范畴。这一对范畴之所以成立，成为当今社会科学对知识系统作归纳和性质判定的工具，是由于世界资本主义的市场经济以及以美国为代表的西方

政治制度在20世纪末至21世纪第一个十年间在世界上起到主导作用。这是不以人的意志为转移的时代场景。“地方性”或“本土性”知识系统在本质上是对这个总的时代场景和所谓美国主导的“世界秩序”的挑战。在联合国教科文组织发布《多种声音，一个世界》报告的时候，各国传播学者提出要建立“国际传播新秩序”就是一个挑战。后来由于遍及世界的媒体垄断格局、流行文化产业、互联网技术等，阻止或化解了这一挑战。今天的挑战，不是由各国理想化的联合意志行为构成，而是由中国的开放市场、经济实力、政治体制、文化观念和国际战略而引起。这是一个正在发生和逐渐清晰的新的时代场景。中国所坚持和倡导的“地方性”或“本土性”知识系统，和一般的非西方民族国家、少数民族文化有着极大的不同，可能孕育出新的世界文化景观。因此，中国的“地方性”或“本土性”知识系统，内在地包含着突破“地方性”或“本土性”阈限的可能性。从20世纪90年代到2008年的全球化运动，在最近十年间发生了深刻的转向，攻防双方地位开始有所转移。当下对于“地方性”和“本土性”知识系统价值的讨论，需要放置于全新的全球化的文化视野中，而不是简单地重复和“全球化”相对峙的旧概念。最近，西方媒体开始炒作中国的“锐实力”，认为中国价值观正在楔入西方自由民主思想体系，并与西方内部的部分反主流思想形成共鸣。这也是中国观念不能简单地等同于格尔兹的“本土化知识”概念的一个证明。

第二，传播学在中国历经四十年历程，已经部分地融入或整合到中国的新闻传播学知识系统。这里面包括传播学的很多理论模式以及研究方法，在相当大程度上改变了中国新闻传播学的学术面貌和知识架构。在新闻议程设置、新闻框架分析、社会舆情研究、受众效果分析、传媒话语分析和内容分析、国家发展传播、社会公共传播、国际传播和跨文化传播等诸多领域，传播学已经将新闻宣传和传媒产业的经验系统改造为社会学系统的一部分。这样的改造不仅提高了新闻传播学对于国家和社会发展的促进作用和预测研判能力，也为世界各国的交流开创了较好的对话空间。在信息化高度发达的当代社会，人类要深刻理解自己的生活 and 生产的条件、环境、结构和趋势，就必须科学地认识信息传播的规律。如果仅仅依靠革命战争和阶级斗争时期形成的经验，或者仅仅停留在国家行政管控操作经验的目标框架内，是不可能获得科学认知的。目前，中国传播学的知识版图并非一副单极化的图景，而是多棱镜式的景象。尽管今天的中国传播学的总体发展还没有达到高层次的整合和再创造，但是，多元化的知识状态和多层次的知识结构有助于新的交流、竞争和探索，这也是社会科学进步的基本条件。

第三，倡导“重构中国传播学”和突破功能主义思维框架有一定的关系。但是，这并不是说，所谓“中国风格、中国气派、中国智慧”是和功能主义相对立的。诚如在中国哲学领域的大量研究所论证过的，中国思想体系具有突出的“实用理性”特点。由于这个实用理性的思想传统，在接受西方传播学的过程中，中国学者是几乎本能地青睐于她的功能主义品质，在采纳和运用方面并没有任何的隔阂。当我们反思以美国传播学为代表的功能主义观念根基的时候，其实也包括对本国悠久传统中的实用理性的反思。对功能主义的反思有两个意义，其一是对文化价值的自觉，即用文化价值的重建来作为重构中国传播学知识体系的根基，并对功能主义的合理部分作更适当的借鉴；其二是赋予未来的中国传播学知识体系以相应的地位，使其与其他形式的中国智慧同处一个对应的思维水平，而不至于长期处于形而下的工具理性状态。

第四，从中国文化本位和传统文化的“创造性转化”角度出发的中国传播学（另一个表述是“华夏传播学”⁷）应当从坚持自身文化的主体性出发确定自己的学术位置。在中国传播史和传播思想史的领域内，一直强调坚持中国文化的主体性，这是十分正当的。西方传播学的理论和方法对于学者研究中国的传播经验和观念有一定的启发作用，而其他的人文社会科学理论和方法也有重要的借鉴作用。中国传播学要摆正自己的学术位置，首先是要树立自己的文化自信，既不盲目排外固步自封，也不人云亦云妄自菲薄。作为后起之学，她更需要向中国史学、社会学、语言学和文学等学科学习借鉴。有的学者通过这样的借鉴概括出“华夏传播的十大观念”（邵培仁，姚锦云，2016）亦是一种很有价值的探索和尝试。究竟什么是中国传播学的主体性？笔者认为，主要体现在她的价值立场、文化品格、问题意识、理论话语、知识系统和实践路径六个方面。中国传播学在研究的方法论和具体实践上采取实事求是的科学态度，但不等于采取客观主义和价值中立的立场。人本主义价值观贯穿于古今优秀的思想脉络，是“共三光而永光”的精神支柱。古往今来中国人的社会交往实践经验和思想观念是中国传播学知识体系的源泉。研究中国传播学的意义首先在于自知，进而在于求得他知。自知以反省，他知以借鉴。以自知求他知叩其共鸣，以他知返自知革故鼎新。

三、时代场景和学术取向的关联互涉

近年来，在传播学界提出“重构”或“重建”中国传播学主张的学者逐渐多了起来。这个现象在某种程度上反映了中国传播学建设的主体自觉。造成这一变化的

时代场景因素有三：首先是中国特色的社会主义现代化进程逐渐走出了一条不同于西方现代化的道路，中国问题和中国经济成为传播学研究的丰饶土壤和实践基础；其次，由于网络化社会出现，互联网已几乎取代过去的大众化电子媒体，成为人们进行信息交流的主要载体。媒体生态的深刻变化使得原来依托于大众传播的西方传播学的知识体系发生了根本性的动摇；其三，中国传播学建设所能借鉴的知识日益多元，不仅包含了美国的大众传播研究，还包含了北美传播政治经济学派、英国文化研究学派、德国和法国的社会文化理论，以及其他对现代性反思的思想理论成果，特别是当代马克思主义社会哲学和政治经济学的复兴，提升了中国传播学的批判视野。学术知识谱系的丰富性和开阔性预示着中国传播学走出原初的大众传播研究的藩篱势成必然。

时代场景决定学术取向，学术取向在积极适应时代场景的过程中，又需保持自己的理性定力，形成对时代场景的冷静观察和深刻反思，从而构成两者之间的关联互涉。讨论“重构中国传播学”的问题，仅仅有主观愿望和价值意图是不够的，还需要洞察时代场景的演变，并根据其规律和趋势审视、选择、矫正学术取向。

根据笔者个人的研究和观察，以下学术取向值得进行更为深入的研究和思考。

第一是以媒介形态或媒介域作为知识轴心的媒介学取向。以信息技术为先导的新技术革命成为当下人类社会发展的决定要素。从马歇尔·麦克卢汉（Marshall·McLuhan）到雷吉斯·德布雷（Régis·Debray）都强调媒介技术是决定人类文明进程和社会面貌的关键，人的沟通行为和社会组织的建构与运行都与媒介技术的发展变化直接相关。那么，是否可能将传播学重新定义为媒介学？或者以媒介学作为传播学的核心知识领域？笔者以为，在这个学术取向方面存在着两个重要的观念分野：一种观念是将媒介的决定性作用凸显出来，显著区别于早先将五个“W”要素平行看待的传播全链条概念，而是将工具或渠道的功能放在第一位进行考量。针对这一种理解，笔者提出了“究竟是以‘传’为中心还是以‘媒’为中心”的问题，其中的关键质疑就是对传播实践中的人的主体性如何看待。由此展开，问题则可以转化为——在传播研究中，是以人的传播实践为主轴还是以媒介技术及其制度化组织形式为主轴？另一种看法则是将媒介形态看作社会交往实践的场域，既承认特定时代的主导性的媒介技术对于人类社会交往的基础性支配作用，也承认媒介形态会随着人类文明的进步迭代递进。后一种看法强调的是人的主体性而非媒介决定论。如果再深入反思，这两种观念的分野会不会导致“传-媒二元论”？而当下媒介技术的进步似乎正在解构“传-媒二元论”，人工智能、可穿戴

设备等全新科技正在构筑“人媒一体化”的新的现实。考虑到这个趋势，笔者更加倾向于承认人类社会交往实践的主体价值对于媒介形态的决定性作用。

第二是以“公共性”作为传播的价值基点的伦理学取向。公共性问题是当代哲学和伦理学所关切的重要议题，更是现代社会生活的重大实践问题。随着全球市场经济规则的普遍化以及社会民主意识的崛起，公众性问题会具有尖锐的政治性质，亦会涉及到公共价值的认同，从而导致对自由市场、资本和权力偏倚的质疑和批判。在中国传播学的知识建构中，公共性问题还包括对于中国传统文化中某些伦理原则（例如“关系”原则和“亲亲互隐”观念等）的反思和批判。然而，在一些“公共传播”研究的视野中，存在着将“传播的公共性”议题混同于“公共传播”议题的研究路径，将其窄化成为传播学中的一个分支，即公共部门的传播事务，或者公共关系的传播策略，进而以功能主义的尺度扭曲了传播学的公共性价值本体。当然，这种路径偏差也存在着另外一种解释，就是将“公共传播”概念理解为本质上的“公共性传播”（潘忠党，2017），这是由潘忠党及其团队提出的具有高度整合力和阐释力的视角。笔者认为，传播的公共性议题是和功能主义的传播观念背道而驰的，其本质是传播的伦理主义原则。为避免歧见和误解，需要将“公共传播”和“传播的公共性”作分别的解释，前者是有特定功能边界和预期目标的传播实践，后者则更多地关涉传播学的伦理原则，这一原则在当代社会和全球化的时代场景中蕴含着多重内涵和多重议题，而核心内涵则需要马克思主义原理的基础上加以界定。

首先，传播的公共性并非仅是指观念的和政治的公共性，其归根结底是社会生产和广泛交往基础上的公共性，从属于开放的、共享的、公平的社会生产关系。其次，传播的公共性是对当代市场经济自由选择机制的价值矫正。其三，需要正视当代社会政治结构中执政党、国家机器和社会基本面之间关系中存在的深刻矛盾。部分左翼学者将此现象解释为“代表性断裂”或“去政治化”。这一问题是在世界的现代化进程中出现并逐渐激化的。改革开放以来，我国市场经济的迅猛发展，国家逐渐融入全球化进程，发展中内外因素相互交织，也在一定层面上存在着这样的矛盾和问题。传播的公共性伦理原则的提出，并非对传播的党性原则的否定，而是和“以人民为主体、以人民根本利益为依归”的政治原则具备本质上的统一，对于执政党的政治建设，对于国家体系的民主化法制化进程，对于社会各阶级阶层的沟通合作，特别是对于在多元主体构成的传播生态中树立有益于社会建设的伦理价值观，具有积极意义。其中需要明确一个问题，既然“公共性”概念本质上和“人民

性”概念是一致的，为何不可以“人民性”概念取代“公共性”概念？我们知道，“人民性”的概念是在过去革命战争和阶级斗争时期建立起来的，其内涵是以工人阶级为领导、以工农联盟为主体、团结全国各族人民的政治概念。这一概念在历史上随着不同时期的目标任务而有着内涵上的变迁，但其本质仍是一个阶级政治的范畴。而“公共性”的概念则是在社会主义现代化和国家民主化法制化进程中以及广泛的国际交往进程中建立起来的，其内涵是以构建人类共同体理想为目标，以社会主义民主、法制、公平、正义的伦理原则为基础，本质上是以人为本的伦理范畴。其四，从全球化视野出发，传播的公共性价值原则有助于重建公平、民主、开放的国际传播环境和国际新秩序，与中国所主张的“和而不同”的国际关系和文化交往原则相统一。

第三是以“城市”和“乡村”为视角的传播研究。“城市传播”和“乡村传播”的研究路径，都是从原来狭隘的大众传播研究框架衍生而出，究其根本则又是中国现代化发展的必然产物。城市化进程是一个复杂而深刻的社会变迁过程，在此过程中，城市内部的异质性因素不断滋生，城市内社会交往的广度和深度大为改变。城市传播并非是旧的城市研究命题的传媒版块，而是随着城市化、城市治理、城市社会沟通、城市文化认同等发展历程与发展成果，提出新的传播研究领域。城市间的竞争与合作关系以及区域性城市群的兴起，也使得城市际传播也纳入研究视野。城市传播研究的关注重点和知识边界，现在并无定论，距离构建新的研究范式更尚需时日。泛媒介观念和交往实践的观念、空间研究和社会研究的视野、技术哲学和文化批评的方法，时而并置，时而交织。⁸相对而言，四十年中乡村传播的研究比较边缘和寂寞。新世纪以来开始的部分乡村传播研究，基本上采取了发展主义的视角，在此之中逐渐孕育出传播社会学的取向，从乡村本身的社会文化存续的角度讨论现代传播的介入效果。⁹在中国的发展进程中，三农问题一直是国家实现现代化发展的严峻挑战，因而我们必须意识到乡村传播研究的重要性和迫切性。2001年，笔者曾经通过对中国西部地区 and 贫困山区的乡村传播现状的个案考察，对以美国学者为代表的发展主义传播观念提出过质疑。当时笔者针对的主要是鲍大可所著《中国西部四十年》里面的发展史观和罗杰斯的“创新-扩散”模式。美国学者对于中国西部传播和乡村传播的考察及罗杰斯关于创新扩散的理论构架颇有值得参考的价值，但是，中国西部曾经是多民族聚居的偏远落后地区，其现代传播的细胞组织是伴随着社会的重新组织化过程而形成的。国家机器在推进中国西部乡村发展过程中起到决定性作用。即使是在山区村寨，传播系统也是与政治架构、基层半军事

化组织、初级文化普及、劳动分配制度等社会要素紧密联系。执政党的精英分子作为推动国家现代化的变革者，对于现代传播手段的建设和利用有极高的主动性和自觉性，并致力于成为传播过程的意见领袖和社会组织者、控制者。依从于地位、财富、资历、道德与经验的传统乡村的权力结构，逐渐和现代传播工具的控制密切结合，转型为新的权力系统。传统文化的象征体系在现代传播介入面前趋于瓦解，维系乡村传统的人际传播仅能满足乡村居民的情感和安全的需求，已然不能提供关于未来生活的想象。新兴大众传播媒介提升了农民们的生活期望值，并且进一步改变了他们的价值观念和行为模式，但是，当信息传播与乡村的社会发展不协调的时候，则会加剧农民特别是年轻一代的心理失衡。因此，仅仅用发展主义视角难以有效解释中国的乡村传播问题（吴予敏，2002）。大约十年以后，我着手研究农民工的文化需求和城市公共文化服务体系建设，更进一步认识到，城市传播问题和乡村传播问题在中国现代化和城市化的语境中有时也可以融合成一个问题，或者说，当今的城市传播问题中内含了乡村传播问题，而乡村传播中也延伸了城市传播的问题。但需要注意的是，对于城市和乡村这对二元关系，我们不能仅视其为相互对立，也不能对其研究做标签化处理（例如将城市传播研究片面地标定为“都市男性中产阶级的”研究取向）。

城市传播和乡村传播研究的推进，以及由此关联的传播地理研究、空间研究、社会性别研究、社会运动研究、社会网络研究等等，正在构筑丰富多彩的以中国经验为本体的传播研究的潮流。在此过程中，传播学和人文社会科学以及计算科学深度交叉，各类研究方法不再停留于书斋坐而论道，而是根据问题和对象有机结合，特别是行动研究的采纳，将学术研究和社会实践相贯通，中国传播学的学术景观展现出宏阔的未来。总之，我们需要深刻认识时代场景的变迁，坚守自己的文化主体性，不断从现实和历史的问题出发，以开放和务实的态度不断校准学术取向，推动中国传播学的建设。

（责任编辑：倪乐融）

注释 [Notes]

1. 仅1998年发表的代表性的论文有：陈卫星：《西方当代传播学学术思想的回顾和展望》（上、下），连载于《国外社会科学》1998年第1期和第2期，并被《新华文摘》作为封面文章转载推介；郭庆光：《传播学的研究对象和基本问题》（上、下），连载于《国际新闻界》第2期和第3期；徐耀魁：《我国传播学研究的得与失》，《新闻与传播研究》1998年第4期；李良荣、李晓林：《新闻学需要转向大众传播学》，《新闻大学》

- 1998年第3期；王怡红：《通向理解传播的林中之路》，《新闻与传播研究》1998年第2期，《僵化与断裂——对我国传播研究思路的反思》，《新闻与传播研究》1998年第4期等。
2. 参见孙玮：《为了重建的反思：传播研究的范式创新》，《新闻记者》2014年第12期；李彬：《重思中国传播学》，《当代传播》2015年第4期；黄旦：《对传播研究反思的反思——读吴飞、杜骏飞和张涛甫三位学友文章杂感》，《新闻记者》2014年第12期；胡翼青：《重塑传播研究范式：何以可能与何以可为》，《现代传播》2016年第1期。
 3. 参见陈国明主编：《中华传播理论与原则》，台湾五南图书出版公司，2004年版。
 4. 参见李金铨：《海外中国传播研究的知识地图》（与刘兢合作），《开放时代》，2012年第3期；《传播研究的典范与认同》，《书城》，2014年第2期；《国际传播的国际化》，《开放时代》，2015年第1期；《传播学者所面临的困惑、挑战与因应之道》，《新闻记者》2015年第10期；《传播研究的时空脉络》，《开放时代》，2017年第3期。
 5. 三个学会指的是，成立于1990年的“国际中华传播学会（Chinese Communication Association, CCA）”、成立于1991年的“中华传播研究学会（Association for Chinese Communication Studies, ACCS）”和成立于1996年的“中华传播学会（Chinese Communication Society, CCS）”，前两个学会由留美传播学者发起在美国成立，后一个学会由台湾的传播学者（其中绝大多数是留美或留洋回台任教的博士）在台湾成立的。
 6. 参见（美）辛普森：《胁迫之术：心理战与美国传播研究的兴起（1945-1960）》，王维佳、刘扬、李杰琼译，华东师范大学出版社，2017年版。
 7. 笔者对于“华夏传播学”的概念采取审慎的态度。这一概念最先见之于孙旭培主编的《华夏传播论》一书。由于“华夏”一词主要体现了“传统”、“民族”、“文化”等层次的含义，模糊了“国家”这个层次的含义，同时也有“大汉族文化”或“儒学主体”等含义的局限。在今天海内外中华传播研究的学术圈而言，是相对容易接受的学术概念。但是，我们也要意识到，“华夏”这个概念并非与“中国”概念相重叠。这一点在中国历史学、中国地理学和中国哲学领域内都已经是一个基本常识了。因此，笔者还是倾向于采纳“中国传播学”的概念。
 8. 参见孙玮：《作为媒介的城市：传播意义再阐释》，《新闻大学》2012年第2期、《城市传播：重建传播与人的关系》2015年第7期；吴予敏：《从“媒介化都市生存”到“可沟通城市”——关于城市传播研究及其公共性问题的思考》，《新闻与传播研究》2014年第3期。
 9. 参见方晓红：《经济信息在苏南农村的传播现状调查研究》，《新闻与传播研究》2002年第4期、《农村的变革与大众媒介发展的互动关系——江苏农村受众调查的启示》，《新闻知识》2003年第1期；郭建斌：《传媒与乡村社会：中国大陆20年研究的回顾、评价与思考》，《现代传播》2003年第3期；郭建斌：《电视下乡：社会转型期大众传媒与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释》，复旦大学博士论文，2003年。

参考文献 [References]

- 陈国明（2004）。《中华传播理论与原则》。台北：五南图书出版股份有限公司。
- 陈韬文（2004）。理论化是华人社会传播研究的出路：全球化与本土化的张力处理。载陈国明(主编)，《中华传播理论与原则》（第49-50页）。台北：五南图书出版股份有限公司。
- 戴元光（1991）。论传播学的中国化。《兰州大学学报》，（4），136-143。
- 黄旦（2013）。问题的“中国”与中国的“问题”——对于中国大陆传播研究“本土化”讨论的思考。载黄旦，沈国麟（编），《理论与经验：中国传播研究的问题及路径》（第35-59页）。上海：复旦大学出版社。
- 黄旦、沈国麟主编，《理论与经验——中国传播研究的问题及路径》（第35-39页）。上海：复旦大学出版社。
- 李彬（2016）。中国传播学界不应成为学术殖民地。《教育传媒研究》，（2），20-24。
- 廖圣清（1998）。我国20年来传播学研究的回顾。《新闻大学》，（1998冬），24-30。
- 潘忠党（2017）。导言：媒介化时代的公共传播和传播的公共性。《新闻与传播研究》，（10），29-31。
- 邵培仁、姚锦云（2016）。传播理论的胚胎：华夏传播十大观念。《浙江学刊》，（1），203-215。
- 吴予敏（2002）。现代传播与西部发展。《读书》，（5），117-123。
- 吴予敏（2018）。从“零”到一：中国传播思想史书写的回顾和展望。《国际新闻界》，（1），90-108。
- 尹韵公（2008）。第十届中国传播学会大会开幕致辞。检索于 <http://media.people.com.cn/GB/22114/121967/121968/7227394.html>。