

传播与传播研究：历史与展望

Larry Gross 洪宇（译）赵欣瑞（译）

摘要

在中国新闻史学会2018年学术年会上，美国南加州大学安纳伯格传播与新闻学院教授、国际传播学会前主席Larry Gross做主旨演讲。在此次演讲中，Gross通过梳理人类传播的过去、现在和将来，描述了媒介与社会各个维度互动发展的历史宏图，并强调了媒介在创造和维护全球经济中的核心作用，及其对人类文化生产的深远影响。随着人类传播技术的发展，信息化和数字化成为新的支配全球传播的力量，Gross对麦克卢汉“地球村”的概念提出了修正，并进一步指出要真正应对我们共同的文化环境的沉沦，揭示和反思“不合时宜的真相”已刻不容缓。

关键词

人类传播、传播技术、工业文化、文化环境、培养理论

作者与译者简介¹

Larry Gross, 美国南加州大学安纳伯格传播与新闻学院教授。

洪宇，浙江大学传媒与国际文化学院百人计划研究员、传播研究所所长。邮箱：
hong1@zju.edu.cn.

赵欣瑞，江大学传媒与国际文化学院传播研究所硕士研究生。

The Past, Present and Future of Communication Studies

LARRY Gross, translated by HONG Yu, ZHAO Xinrui

Abstract

Larry Gross, professor at the Annenberg School for Communication and Journalism at University of Southern California, made a keynote speech at the 2018 annual conference of the Chinese National Association of History for Journalism and Communication. After outlining the long history of human communication, especially the importance of communicative activities and communication systems in shaping society at large, Gross emphasized the pivotal role media and communications have played in supporting and expanding global capitalism. As for the future direction of the field, Gross pointed out that although digital technologies have become the dominant mode of communication today, it is still and has become even more crucial for critical

scholars to uncover, expose, and teach the workings of the global corporate media system in degrading and polluting the planetary environments in both physical and cultural senses.

Keywords

Communication history, Communication technology, Industrial culture, Cultural environment, Cultivation theory

Author and Translators

Larry Gross, professor at the Annenberg School for Communication and Journalism at University of Southern California

Hong Yu, Zhejiang University '100-Talents Program' Young Professor. Email, hong1@zju.edu.cn.

Zhao Xinrui, MA student of School of Media and International Culture, Zhejiang University.

一、讲故事的动物

人类是由叙事构成的物种,我们是讲故事的动物。我们以故事、借口、神话、做与不做的理由等诸如此类的叙述方式构筑了人类的经验与记忆。叙述构成的文化,是人类真正的本性,而非仅是生物基质的叠影。人类的独特性并不在于我们是社会性动物。在数百种物种中,社会性早已先于人类产生。社会性存在塑造了人性,而非人性塑造了社会性存在。人类之所以独特,在于文化。我们是创造意义的动物,并以此实现进化,那些被我们讲述的故事,则是我们跨越时空创造、保存和分享意义的主要方式。

与动物受限于周边环境不同,人类总是渴望探寻超越于自身物理空间之外的想象和思想,甚至被它们左右。我们为了无法触碰的抽象理念去牺牲,受难,战斗,甚至死亡或杀戮。W. I. Thomas有一句著名的话,“如果人类将某些事定义为真实,那这些事将具有真实的效力”。所有人类社会都以故事为载体,回答关于存在的本质性问题。我们把故事讲给年轻人,并重复那些被成年人视为社会基本信仰的内容,从而使世代代成为文化的一部分——即完成所谓社会化的进程。这些故事体现了每个社会关于某些问题的独到理解:已知世界是如何形成的、世界上存在什么、什么原则支配着行为者和世界要素之间的关系、哪些规则指导着我们的行动选择、以及遵守或违反规则的行为后果。

在许多绵延的文化中,关于这些问答的故事都被精心安排,并辅之以精巧的形式与内容。古往今来,艺术同宗教紧密相连,并一同充当着承载和传达关于事物本

质和道德秩序的基本信仰的角色。从非信徒视角来看，宗教表达的是关于世界上（或宇宙）存在什么、如何形成、如何关联、何为重要、何为正确的一整套信仰。在除了现代社会之外的大多数文化时期，我们将表达、保存和传播这些普遍持有的信仰和价值观念的各种象征方式称为艺术。这些信念通过经常被讲述的故事（非信徒可以称之为神话）和谚语来传递；或以绘画、雕像和其他视觉形式被描绘；亦通过舞蹈、歌唱和吟诵得到演绎；它们贯穿于教堂、寺庙、纪念碑、陵墓、宫殿以及公共广场的建筑设计中；甚至表现在狂欢节荒诞反讽式的角色中。所有这些，甚至更多，都是人类表达世界如何运作以及我们应该如何自处的手段。

二、工业文化

在大部分的人类史中，人们观看、聆听、传唱由所属群体的成员创造的故事。而凝聚在这些故事中的强大的文化力量也以符合这个群体利益的方式被创作和利用，当然，成员的利益并非总是相同——源于阶级和地位的分歧始终存在。书写代码和记谱系统的发明扩展了人类记忆和通讯的时空格局，并且创造了那些掌握书写代码并且能够探寻人类知识宝藏的精英阶层。但是刻字和抄写手稿仍是罕见的，因而这些传播技术的发明和使用仅有限地挑战了专为集权者工作的专家对知识的垄断。

工业化始于印刷技术，其中印刷书籍是最早的工业产品。印刷技术的诞生不仅打破了那些集权主义精英的知识垄断，也扩大了传播者超越他们直接社区的影响范围。在欧洲，印刷技术使新的发现、理论和论据得以迅速扩散，因而促进了新教改革和实验科学的兴起。它开启了现代公众时代，即一群彼此未曾谋面、但共享某些意识的人们的松散聚集。印刷技术使出版成为可能，出版又为公众带来了人类社会从未体验过的多元信息和观点的汇聚。在过去五百年里，改变社会观念的政治与社会理论的爆炸式发展正是由印刷文字点燃的。

然而，印刷技术只是工业化的第一阶段。后来的发展，特别是19世纪大规模生产销售的萌发为人类文化史带来始料未及的根本性变化。在平静的前工业化时代，基本必需品和特权待遇都是由同一批劳动者生产，时间、劳作和享乐的分配则由稳定的社会角色和保守的社会制度来决定（“新”被视作可疑，而“传统”受到拥戴），而集体自身的创造性资源及其意义体系在很大程度上支配着文化乐趣的供给。

物种在进化过程中无法对自然环境中不存在的敌人或危险生成防御机制。一位

生理学家曾做过这样的假设：如果糖精是一种天然物质，动物就会进化出不同的味觉偏好。但事与愿违——在一项实验中，让一只老鼠在糖水和更甜但毫无营养的糖精溶液之间选择，这只老鼠将因为选择糖精而导致营养不良并最终死亡。同样，过去几个世纪的人类社会史也充分证明，面对“有毒物质”的诱惑，人类的文化防御系统尚未进化形成。许多原住民社会就屈服于那些“乐于助人”的欧洲人所提供的威士忌的致命诱惑。

西方文化以及后来的全球经验再次证明，从19世纪末至20世纪，人类在面对以图像和音响技术为载体的工业化娱乐洪流时，几乎没有抵抗力。正如我们此前提及的，在人类史的大部分时间里，人们所接触的故事、歌曲和图像都是由他们所属社区的成员创造的，传者与受者共处一个基本生活环境。然而，在工业时代，我们发现自己不断面临那些与我们毫无共同之处的人们所生产的文化产品的诱惑，但他们的生产销售行为并不以我们的福祉为归因。在以广告为基础的大众媒体和文化工业时代，我们不断受到娱乐内容的诱惑，正是在特定环境中，我们成为了某些人行销商品的猎物。

在前工业化社会的平静生活里，人们所消费的文化几乎全部来源于人们自身的创造，与之形成鲜明对比的是，现在人类每天24小时面对众多声像频道上无尽的竞争性选择。记住：这些无穷无尽的图像、歌曲或故事等“好东西”的供应，并非源于我们的真实诉求，而是因为在某些地方某些人出于商业动机想诱使我们购买产品，或吸引我们的注意力，以便将我们作为“受众商品”售卖给其它商业利益体。

当今的全球经济根本上受资本主义逻辑支配，即坚持利润的持续增长。这有赖于不断生产、分配和消费产品，无论是物质的抑或是日益信息化和数字化的产品。工业国家的市场经济所依仗的持续的、符合信托要求的增长，依赖于数百万消费者愿意持续购买他们不需要的东西，扔掉他们已拥有的可用的东西。一个社会，倘若不具备不断增长的消费体量，并承担随之而来的必然有损环境的废品产出，将在全球经济格局中难以立足。

19世纪末20世纪初，随着工业资本主义呈指数级增长，广告作为刺激并形塑需求的必要机制应运而生，成为商品资本主义生态中的重要构成部分。一个多世纪以来的经验证明，在一个依赖无止境消费的经济体中，卖家仅仅根据需求来确定他们要出售产品的数量或样式是远远不够的。他们必须对需求加以管理，以便消费者在下一季时装、产品和潮流到来之时，能够顺应地感受到并表达出与供给侧相匹配的需求。当生产供应链横跨大洋时，运用社会工程式的需求管理以达到需求匹配供应

的要求变得更迫切了。

广告收入是19至20世纪形成的出版帝国赖以建立的基础。在广播和电视成为最新的统治性传播技术之后，在美国（尽管不是在大多数其他国家）也完全以商业化模式运作。报纸和杂志能够以非常低的价格提供给读者，是因为广告商支付了大部分成本并提供了大部分利润。在美国，广播和电视都是“免费”的，因为它们获得了对所有商品征收私有税的权力，即不管消费者看不看，广告费用都会转嫁给消费者。大众文化是一个大产业，它所销售的产品就是它的受众，而它的销售所面向的客户就是商业或政治赞助商，这些赞助商希望把自己的产品兜售给同一批受众，因而向广播电视公司“租借”受众注意力。

随着数字革命的到来，数字技术把以前被称为受众的人们以参与者的身份吸纳进社交媒体不断扩大的嘈杂声中。当公民通过社交媒体成为传播者时，他们并没有摆脱商业信息获得独立性；相反，他们参与的这场无休止的喧嚣，帮助营销者以更为精确的数据定位锁定猎物。

印刷技术曾经是一种自由的技术，它允许那些没有公权力的人进入公共辩论，进而影响社会斗争的进程。当然，报刊所诱发的舆论力量总是引起当权者的注意甚至是愤怒。正如过去几个世纪中的每一场社会运动都把报刊当作武器一样，每一场社会运动不仅要与审查制度作斗争，往往还要同那些它们所反对的派别所执掌的审查制度作斗争。同样，社交媒体时代的新数字技术也是把双刃剑。它们能够使“联系”、“组织”和“宣传”达到前所未有的速度和广度，但也将使得“监控”实现前所未有的普及与渗透。此外，正当我们每天都从新闻头条中获取信息，社交媒体也为国家实体和边缘派系提供了输出虚假信息 and 实现操控破坏的新的绝妙机会。

即使触达全球的互联网和社交媒体已经使多样化发声成为现实，工业化的大众媒体仍然执掌着全球历史上最大规模的公众群体的其他信息和图像来源。它们时时向全球大多数人言说。不管我们喜不喜欢，世界已经变成了一个巨大的有机体，它的神经系统是电信网络。现代工业社会已变得更加一体化和同质化，很少有社区或个人能依然孤立于他们社会的媒体主流，或是发达国家的媒体主流。我们对世界的认知主要来源于这个电子神经系统，大众媒体把以往生活在不同世界中的观众聚集在一起，成为无数组成国家和国际社会的团体的共同基石。在过去从未发生过的是，所有阶层、群体和年龄段的人们高度地共享文化饮宴，而这样的文化安排同他们的原创鲜有关联。今天，我们仍然在期盼“世界信息和通信新秩序”的到来，但全球传播秩序在很大程度上仍由少数强权操控。

如果19世纪见证了通过报刊和书籍而得以传播并繁荣的各式各样对立的观点，那么20世纪的特点是通过电子媒介，特别是电视，实现更加集中化的信息生产与传播。与报刊不同，观看电视不需要读写能力；与电影不同，电视总在播放；与广播不同，电视既能显示又能讲述；与剧院和音乐会都不同，电视不需要人的物理移动，而是直接进入我们的家庭。当然，今天视频通过手机、平板电脑和笔记本电脑被我们随身携带。从摇篮到坟墓，它几乎在人的一生中不间断地在场。看电视不仅优先于阅读，还扼杀了阅读习惯。麦克卢汉为人所熟知的“地球村”的说法既有洞察力也有欺骗性：他准确地指出媒体所带来的信息同质化和共享化，但是他错误地将收听、收看到的信息的二次分享等同于只有真正的社群才会拥有的彼此间的相互交流和对等规约。

三、文化环境运动

传播实践研究是人类学术研究中最古老的传统之一。在西方，古希腊古典修辞学所包含的说服理论是教育的基石，几个世纪以来一直是西方教育的核心。其他伟大文明，如印度和中国，也发展了本土的说服实践理念，并阐发了其与社会秩序的特定关系。

在20世纪，报纸、电影、广播、电视等大众传媒的到来激发了学术的快速发展，以应对这些新型传播技术所承载的潜力和威胁。按照柏拉图敌视蓄意误导他理想中的共和国公民的那些“故事讲述者”的传统，权力阶级也想知道如何看待这些新技术力量。难道它们只是鼓动下层阶级（儿童、妇女、穷人）并使这些被统治者误以为他们可以像统治者一样行事的颠覆现存秩序的力量？或者，它们能够被驯服且被利用来维护现状？正如传播学者在过去的一个世纪所发现的，这两种看法可能都是对的。通过更好地理解信息生产、接收及其功效，甚至可以更有效地实现这两个目标。

在过去的一个世纪中，大众传播研究的宗旨在于，通过更好地理解加工、生产、传播信息的过程，实现左右人们行动的效果（采取某类行动，如购买产品、支持某位候选人，或是减少某类行动，如少吸烟、少喝酒、别投票给其他候选人）。主流传播研究将信息视为针对特定群体或个人的目标导弹，用以增加或减少特定行动的可能性。数字时代的新媒体生态非但没有改变这一基本现实，还明显增强了信息创造者的力量，使他们能够根据个体接收者的利益和弱点订制信息，并提高命中目标的能力。

在20世纪70年代和80年代，我与我的同事乔治·格伯纳(George Gerbner)，连同后来从学生变为合作者的迈克尔·摩根(Michael Morgan)、南希·西诺里利(Nancy Signorielli)以及詹姆斯·沙纳汉(James Shanahan)，开始了一个长期的、多维度的研究项目。该项目着眼于电视连续剧的内容及其在塑造态度、信仰和价值观方面的作用。我们用“培养”(cultivation)这一概念来归纳媒体作为教育者和娱乐者、言说者和表达者的作用，以此避免大多数媒体效果研究中固有的假设，即将媒体效果预设为变化，而忽略其强化现存态度和信仰的过程与结果。这些研究成果被统称为培养理论和培养分析，被广为人知。尽管仍有争议，但人们普遍认为，它们至少提供了关于大众媒体社会角色的部分阐释。

我们的论点是，媒体应该被看作是一个自我延续的生态系统的有机部分。也就是说，尽管特定的媒体宣传活动，无论是政治的还是商业的，都意在推动和拉动什么，但根本性效果是维护现状。在美国，以广告为根基的商业文化历史悠久，现已广泛散布到世界各地。而贯穿于媒体、文本和终端并变得无处不在的潜在信息是，消费产品、消遣政治人物和娱乐明星是解决生活问题的方法。在我们看来，传播学者的责任不仅在于为说服者提供更好的工具——在某些情况下，比如公共卫生领域，说服可能是至关重要的。但是，我们仍有责任去揭示并教育我们的学生和同胞，让他们了解那些说服者的根本目标和方法。

显而易见，国家在支配我们的事务进程、制定我们的生活规范等方面起着关键作用。但在现代世界，私人公司支配着比大多数主权政府都要大的权力。Global Justice Now最近的一项研究报告显示，在2017年，全球前百位的经济实体中，69家是公司，而非政府。包括沃尔玛、丰田和壳牌以及几家中国企业在内的前10大企业去年累计收入超过3万亿美元。沃尔玛、苹果和壳牌2017年的新增财富比俄罗斯、比利时和瑞典都要多。

无论主权国家的政策和决策本身有什么局限和偏见，它们都受到更多价值与诉求的规约，而这些规约却难以左右上市企业。上市企业的首要任务，就是最大化股东利润并实现持续增长。不遵守这些要求的公司高管，在大多数情况下会被撤职或取代（我知道——但完全没有资格描述——在中国和其他一些国家，有更加复杂的现实。在这些国家，国家-资本关系未必遵循美国模式。在美国，企业界发号施令，政客遵循执行）。

希望大家知道，工业生产所取得的无可比拟的成功已把我们的物质环境推向了灾难的边缘。媒体在创造和维护全球经济中扮演核心角色，因此应当为我们所面

临的这场正在发生的灾难负主要责任。我们不仅需要了解并改善物质环境，还应铭记文化环境的属性以及这一概念的重要性，它理当成为具有伦理性和公益精神的传播研究的基石。

近几十年来，环境运动在规模和影响力上逐渐壮大。尽管我们仍然面临非常严重的环境危机，但大多数公民都了解该运动的基本呼吁，即我们生活在一个被工业破坏、污染并持续恶化的物理环境中——经济学家称之为负外部性。一旦人们知晓了这一事实，调动公众情绪以求采取控制，减轻甚至停止破坏环境的行动将不那么困难。但是，这个事实是“人们不愿面对的真相”，它常常在默许中被忽视。这恰恰表明，直面“人们不愿面对的真相”是多么重要，它才是变革的开端。

可以说，平行于我们的物理环境，文化或符号的环境是我们生活着的另一个空间。正如物质环境的受损是工业生产的附带品一样，文化环境的污染源于我们长期沉浸其中的商业驱动和商业创造的媒体环境。

重点不在于关注媒体批评的通常目标——性和暴力，抑或是幻想审查制度——一种最终总是强化强者的武器——会成为解决方案。相反，我们必须通过智识和学术的武器来揭露公司媒体的运作逻辑。这是我们作为教育者必须培植的媒介素养的核心。我们需要像广告动员消费者一样，有效地动员我们的公民。

这不是一项容易应付的挑战，也很难设想这项倡议被主流教育机构明确采纳。毕竟，它们的存在是为了帮助下一代人融入、而不是挑战现存秩序。但是，对于道德和智识上有担当的学者和教师来说，尤其是对于我们这些以传播研究为业的人来说，这是必要的、不可推卸的责任。如果我们要真正理解并回应我们全球文化环境的沉沦，如果我们要履行学者和教育者的基本责任，去面对、揭示和教授那些“人们不愿面对的真相”将是如此时不我待。

（责任编辑：于瀛）

注释 [Note]

1. 鸣谢中译语通科技股份有限公司在翻译工作方面提供的帮助。