

卷首语

PREFACE

中国传播研究的再出发

回顾传播理论发展史，库恩的“科学革命的范式”不失为某种预告或宣示。近年的一个引发轰动的挑战，来自 E. Katz 和 Y. Fialkoff 他们援引库恩的逻辑，宣布从 P. Lazarsfeld 的经典时期以来陆续提出的“意见领袖”“两级流动”“选择接触”“交叉压力”“沉默的螺旋”和“培养理论”等六个传播理论概念可以“退休”了。接着 R. K. Garrett 又辩驳说，贸然宣称某一理论概念“退休”，即使有助于推动学科重塑，但也未免轻率。这令人想起，20 世纪 50 年代 B. Berelson 对 W. Schramm 的传播学科所提出的挑战，直到 20 世纪 80 年代中期这一争论继续“发酵”为对传播、技术和文化三者关系的反思。今天 E. Katz 等人提出的挑战，是在全新的技术环境中更加深层的学科忧思。其实，在我们看来，在今天的数字化智能媒体时代，岂止是这六个经典传播理论概念，还有“议程设置”“创新扩散”“使用满足”“第三人效果”等等经典的中层理论范式，也都有重新检讨的必要。

我们现正处在从计算机和信息技术引导的第三次工业革命向第四次工业革命转变的接轨路口。由生物技术引导的认知神经科学，由智能计算、光学工程和量子通信引导的新一代网络物理系统，结合新材料、新能源、新空间，正在创造出全新的传播环境，这是过去难以想象的。

这个全新的传播环境，就传播技术所决定的传播形态而言呈现出迭代的景观：第一次工业革命带来的印刷品，第二次工业革命带来的电报、广播和电视，第三次工业革命带来的互联网，而今天我们又依稀看到人工智能、虚拟传感、万物皆媒……科学和技术结合正加速推进世界和人类自身的改造，数千年积累的文明就寄存于迭代的传播形态之中——无论是积淀、扭曲、变异或跃进。今天的传播理论不仅要迎接技术的挑战和成果，更需主动地学习在这些技术革命背后的观念想象和逻辑演绎。

技术革命对于人类社会行为的制约来说具有不可违逆的物质力量。这是我们在传播理论的概念化构想中寻求普遍性法则的合理根据。但是，历史上形成的多元的文化形态又证明了文化是一幅多棱镜。科技革命在全世界多头竞进，各擅胜场。技术的光源通过文化的多棱镜的折射，发散出不同的光彩和温度。文化决定了人们对于技术的观感和利用方式。中国的传播研究，不只是验证西方传播理论的有效性和普适性的实验室，更需立足于自己的历史和现实，提供自己的经验和创意，构筑自己的观念和理论。无论是着眼于微观的短期的社会传播效果，还是着眼于社会文化的多样性和公平性，人文关怀的价值尺度都决定了中国传播研究既要正视技术先行的客观规律，但也不等于被动接受技术的权力宰制。当传播研究偏重于三大话语（国家话语、市场话语和技术话语），并且偏重于意识形态和功能主义导向的结合之时，人文话语的纠偏作用更是不容忽视。

西方传播理论界已经自我提出挑战，中国传播研究提出“再出发”更是适当其时。所谓再出发，是自觉地改变学科地位身份的一种觉醒。过去的 40 年，基本上是以西方传播学理论阵营为师为规。今天的中国传播环境在新的科技革命的推动下，正需要以聚焦中国问题、分析中国经验、理出中国模式、建构中国话语为主要努力的方向。从功能主义和工具形式主义的模式中解放出来是一个有争议的命题，更是一个艰难纠结的过程。但是，这是中国传播研究建立自己的主体性的必然过程，也是新一代的中国传播学者的历史使命。

吴予敏

深圳大学传媒学院教授、博士生导师