

当代中国政治传播研究综述^{*}

薛忠义 刘舒 李晓颖

内容提要:政治传播是政治与传播相互交汇的一门学问。在西方,从20世纪50年代开始,随着传播学成为一门独立学科,有关政治传播的研究也逐渐兴起。在中国,从20世纪80年代以后直至今天,经过30多年来众多学者的努力,这项研究经历了由最初的译介西方的政治传播理论到如今试图构建具有中国特色的政治传播理论的过程,并取得了一系列丰富的研究成果。本文从政治传播的内涵、政治传播的要素、政治传播的形式、政治传播的环境、政治传播的功能五个方面对当代中国政治传播研究的状况进行了系统的梳理和归纳,在此基础上,总结了当代中国政治传播研究的五个基本特点,并对当代中国政治传播研究的发展趋势进行了展望。

关键词:政治传播;综述;中国

随着20世纪人文社会科学研究的繁荣与深化,政治传播研究作为一个跨学科的新领域,已经得到了越来越多学者的关注。在西方,政治传播的系统研究是随着传播学作为一个专门学科创立后逐渐发展起来的。在中国,20世纪80年代以后逐渐有一些学者开展了对政治传播的研究。经过30多年众多学者的努力,这项研究不仅在理论上取得了一定成果,在实践中也起到了重要指导作用。本文主要从政治传播的内涵、要素、形式、环境和功能五个方面对当代中国政治传播的研究状况进行综述,从整体上回顾当代中国政治传播研究的历程,梳理政治传播研究的相关成果,展望中国政治传播研究的趋势。

一、政治传播的内涵

由于政治传播研究领域过于宽泛,各个组成部分又相对具有独立性,因此即使是在政治传播研究比较发达的西方,学术界也很难就政治传播内涵给出一个完整的、令人信服的准确界定。在中国,有关政治传播的研究被称为政治传播学,近些年来主要的代表作有《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》、《政治传播研究:理论、载体、形态、符号》和《政治传播:历史、发展与外延》等著作和相关研究论文。在这些论著中,作者纷纷尝试对政治传播的概念及内涵进行界定,并提出了一些有价值的观点。国内学者关于政治传播内涵的界定大体上有三种不同的视角:

第一种是从政治学的视角把政治传播作为一种政治现象来进行界定。如有学者认为:“政

* 基金来源:辽宁省社科基金重点项目“马克思主义大众化新途径探索”(项目编号:L11AKS005);中央高校基本科研业务费资助项目“马克思主义中国化时代化大众化研究”(项目编号:2012TD023)。当代是对人类发展历史时间段的一个定性界定。以中国历史时代主题为基准,本文的当代是指中国改革开放以来的历史时期,具体而言是1978年底开始至今。

治传播就是由政治系统的结构和功能导致的政治信息的传递与处理过程。包括政治系统内部的信息沟通传递、交流和政治系统与社会环境的信息沟通传递与交流”。^① 还有学者认为“政治传播是一种政治行为”,同时“政治传播的内容是与政治有关或有政治意义的信息”。^②

第二种是从传播学的视角来界定政治传播,认为政治传播是一种信息传播过程。有学者认为,政治传播是传播主体传播政治信息,推动政治过程,影响受众的态度与行为的活动。^③ 也有学者把政治传播理解为传播主体通过各种渠道,运用各种符号向目标受众传输政治信息,从而影响目标受众的政治态度、信念或行为的传播过程。^④ 学者指出:在界定政治传播的内涵时必须注意政治传播过程中的三个要素,即政府、媒体和公众,据此他认为政治传播是政治传播者利用意义符号,通过媒介向社会成员传播政治信息的行为过程。^⑤ 有学者在研究了西方广义和狭义的政治传播概念后,认为政治传播是传播主体运用传播符号,通过大众媒介与传播的对象之间进行的政治信息交流的行为和过程。^⑥

第三种是从政治与传播的“视界融合”角度对政治传播的内涵进行界定。有关学者在研究了以往从政治学本位和传播学本位界定政治传播内涵的相关论著后认为,从这两个角度界定政治传播具有一定的狭隘性。因此他们主张实现政治与传播二者的有机结合,形成科学的、完整的关于政治传播内涵的界定。在此基础上他们认为,政治传播是指“特定政治共同体中政治信息扩散和被接受的过程。”^⑦也有学者认为,从政治学和传播学的角度对“政治传播”范畴注入了必要的本质要素,但却未能从政治学和传播学的“视界融合”的高度来界定和把握政治传播范畴,这正反映了仅从政治学或传播学界定政治传播的局限性。^⑧

通过上述关于政治传播内涵的界定我们看到,政治传播是一种复合的现象,既是一种政治现象,又是一种传播现象,这也是政治传播的概念难以界定的根源所在。此外,随着政治学与传播学的相关研究领域不断拓展和走向深入,原有的关于政治传播的经典概念也不断受到质疑和冲击,这也为准确界定政治传播的内涵带来了困难。笔者认为,从政治学的视角对政治传播进行界定虽然可以体现出政治传播的政治性、导向性和劝服性等特征,但却忽略了政治传播所具有的辐射性和交互性等特征;而单从传播学视角对政治传播进行界定也同样存在顾此失彼的问题。可见对政治传播内涵不能从单一的角度进行界定,必须从政治与传播二者相互作用、相互影响这一动态的视角来准确把握政治传播的内涵。我们认为可以这样表述,政治传播是指政治信息的传递或政治信息系统的运行。更确切些说,政治传播是政治主体通过媒介将政治信息进行传递、使受众接受并反馈以实现政治目标的活动。

二、政治传播的要素

在现实生活当中的政治传播,不但具有一定结构和功能,而且还包含着一些基本的要素。哈

① 李元书:《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》,第34页,河南人民出版社,2005年版。

② 宋黎明:《中国共产党的政治传播机制研究》,第2页,中共中央党校博士论文,2007年。

③ 刘佩峰:《政治传播:行政管理的运作过程》,《党政干部论坛》,2001年第5期。

④ 郎劲松、侯月娟:《现代政治传播与新闻发布制度》,《现代传播》,2004年第3期。

⑤ 段鹏:《政治传播:历史、发展与外延》,第30页,中国传媒大学出版社,2011年版。

⑥ 鞠丽华:《突发公共事件中的政治传播》,《山东警察学院学报》,2007年第3期。

⑦ 荆学民、施惠玲:《政治与传播的视界融合:政治传播研究五个基本理论问题辨析》,《现代传播》,2009年第4期。

⑧ 张晓峰、赵鸿燕:《政治传播研究——理论、载体、形态、符号》,第22页,中国传媒大学出版社,2011年版。

罗德·拉斯韦尔(Harold Dwight Lasswell)的“五W”理论将传播分为传播者、传播内容、传播媒介、受众、传播效果这五个要素。中国学者在进行政治传播研究时也基本沿用了这一划分标准,对政治传播按照这五个方面要素进行了深入研究。

政治传播者即是政治传播的主体,学者们从涵义、一般特征、类型、地位和作用等方面对政治传播者进行了研究。有学者认为,政治传播者是在政治传播活动中凭借一定的媒介,采取一定的方式直接或间接地向人们传递信息的个人或集团。^①也有学者认为政治传播者是在政治传播过程的起始点,利用媒介发送政治信息的个人或组织。^②可见,作为政治传播者必须具备两个鲜明的特征,一是必须利用一定的媒介传播政治信息,二是必须是组织或个人。对于政治传播者的类型,不同学者从不同角度进行了划分。有学者认为政治传播者有一线和二线之分,一线的政治传播者更直接的面向政治信息的接受者,也即政治传播的客体——受众。^③也有学者认为把政治传播者分为个体类型和群体类型是科学的、可行的,据此他将政治传播者分为个体政治传播者和群体政治传播者两大类。^④还有学者认为政治信息必须通过强有力的传播者,才可以发挥极大的威力,并将政治传播者分为政治人物、专业传播者和政治行动者三种类型。^⑤关于政治传播者的地位和作用,相关学者均认为政治传播者在政治传播中具有决定性的地位,始终起着支配作用。

传播内容主要是指政治信息,它是人类在社会政治生活中所产生、获取、利用、传播、保存的信息的总和。^⑥相关论者主要针对政治信息的类型、选择、控制和作用进行了研究,并取得了一定的学术成果。有学者明确指出政治信息是社会政治生活中一种重要资源和财富,是贯彻于整个政治过程中的要素之一。它对于实现科学的政治决策,调整人们的政治行为具有重要的作用。^⑦也有学者以政治信息为轴心,从政治信息的采集、编排和传播三个维度详细描述了政治传播的整个过程。^⑧

政治传播必须要依赖一定的传播媒介,可以说大众媒介的研究是政治传播研究中的一个重点和热点。大众媒介泛指“所有用以向广大的受传者传递各种信息的技术手段,包括报纸、杂志、广播、电视、电影、图书等。通常指报纸、期刊、广播、电视四大媒介。”^⑨近些年来电子邮件、手机、网站、电子杂志、政治博客等新媒体的兴起同样引发了广泛的关注。中国关于大众媒介的研究侧重于考察媒体与政治的关系,尤其侧重于分析大众媒介的政治功能。有学者从传媒在政府决策过程中的作用这一视角出发,分析了媒体与政治的关系,认为现代政府必须考虑新闻媒体这一有舆论影响力的因素,应该与传媒保持良性的互动关系,以期对政策过程的完善或优化产生促进作用。^⑩也有学者全面考察了执政党与大众传媒的关系,指出随着大众传媒与政党政治的发展,政党政治逐渐出现大众传媒化倾向,与此同时,大众传媒受政党政治影响日益加深从而出现

① 邵培仁:《政治传播学》,第150~151页,江苏人民出版社,1991年版。

② 王士俊:《试论政治传播者的涵义和特征》,《黑河学刊》,2003年第6期。

③ 苑子熙:《应用传播学》,第82页,北京广播学院出版社,1991年版。

④ 参见李元书:《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》,第62~66页,河南人民出版社,2005年版。

⑤ 参见周鸿铎:《政治传播学概论》,第72~75页,中国纺织出版社,2005年版。

⑥ 李文冰:《政治信息沟通对传媒的诉求》,《浙江传媒学院学报》,2004年第3期。

⑦ 金太军:《政治学新编》,第136页,华东师范大学出版社,2006年版。

⑧ 参见周鸿铎:《政治传播学概论》,第104~191页,中国纺织出版社,2005年版。

⑨ 童兵:《理论新闻传播导论》,第93页,中国人民大学出版社,2000年版。

⑩ 陈堂发:《新闻媒体与微观政治——传媒在政府政策过程中的作用研究》,第2页,复旦大学出版社,2008年版。

意识形态化倾向。^① 还有学者指出了执政党与党报的关系,即“党报必须为政党的定位服务,满足政党的政治需要,并适应政党定位的变化,受政党的定位统摄。”^②这些观点充分表明大众媒介与政治有着密不可分的关系,媒介与执政党的关系、媒介与意识形态的关系等重要问题已经进入学者的研究视野。

政治传播的受众是关于政治信息接受者的总称。许多论者从受众的特征、分类、心理、反馈等方面进行了细致研究,充分说明了政治传播中的受众不仅是政治传播过程的终点,同时又是新一轮政治传播的萌发点。近些年来中国学者开始关注中国的政治传播实践中政治受众缺位、参与冷漠这一现象,并试图从理论上给予解答。如有学者从政治传播过程和信息经济学两个维度对政治传播中受众缺位显现进行了深入剖析。该学者认为:从政治传播过程维度看,主要原因是传播主体行政化趋势明显、传播内容对普通大众的影响较小、传播路径不健全、受众素质缺乏、农民受众话语权受到漠视等。从信息经济学维度看,道德失范、逆向选择、成本—收益分析、“搭便车”思维等因素均制约受众参与的积极性。^③

传播效果一直是政治传播研究中比较关注的问题,因为政治传播的最终目的还是要达成一定政治效果和政治影响。有学者认为:“传者发出的信息经过一定媒介渠道的传达到受众,使受众的思想、态度、行动等产生程度不同的变化,就是大众传播所产生的效果。”^④学者们主要从传播效果类型、影响因素、效果评估等方面展开研究,既有探求政治传播有效性策略的宏观研究,也有针对具体问题的微观研究。如有学者从调研目标接受者群、准确把握受众心理、运用注意原理,增加对受众的吸引力、提高传播信源的可信性、讲究传播技巧,提高接受效果等5个方面论述了提高政治传播有效性的策略。^⑤也有学者从个案角度出发,认为大众传播的强大效果理论对中国农业合作化运动中的农民心理和行为取向产生了巨大效果,在农民的认识、判断和行动等方面都发挥了巨大的影响力,从而推动了农业合作化进程的迅速发展。^⑥还有学者以美国总统奥巴马从竞选到执政的受众态度为例,详尽论述了网络时代的政治传播策略及效果。^⑦另有学者通过对《人民日报》、CCTV、新华网等官方主流媒体2007年至2008年度的奥运报道进行话语分析,以北京奥运会为个案对政治传播效果进行了研究。^⑧

三、政治传播的形式

政治传播的形式又称政治传播的类型,在人类发展的历史上,政治传播是以不同的表现形式存在的,例如古代朝廷公布的告示、近代报纸出现后的政治新闻、政治家的政治演说等。可以说,政治传播以多种形式存在,并影响着人们的政治生活和社会生活。因此,探寻各种政治传播的形式,找到它们的共同点与不同点进行比较,对于更好的认识和运用这些形式来进行政治传播是非

① 李民等:《领导干部如何应对大众传媒》,第78页,中共中央党校出版社,2008年版。

② 王卫明:《党报定位与功能新论》,第180页,江西人民出版社,2009年版。

③ 王素华、王守智:《政治传播视角下受众参与缺位解析》,《内蒙古社会科学(汉文版)》,2009年第1期。

④ 胡正荣:《传播学总论》,第313页,北京广播学院出版社,1997年版。

⑤ 王敏:《论政治传播有效性的策略》,《兰州学刊》,2004年第4期。

⑥ 章兴鸣:《运动中的农民心理:政治传播效果的一个实证分析》,《长春师范学院学报》(人文社会科学版),2009年第1期。

⑦ 王蓓茹:《网络时代的政治传播策略及效果——以奥巴马从竞选到执政的受众态度为例》,《新闻记者》,2010年第6期。

⑧ 宋娟、张翼:《作为媒介事件的奥运会及其政治传播效果研究——以北京奥运会为个案》,《新闻世界》,2011年第4期。

常有助益的。有学者认为政治传播的形式可以分为两类:一是轴状、单向互动为主的政治演说、政治新闻、政治广告和政治公文;二是以网状、相向互动为主的政治辩论、政治谈判、政治流言和政治歌谣。^① 有学者采纳了这种观点,并对这八种表现形式进行了详尽的解读。^② 也有学者认为政治传播的形式可以分为政治新闻、政治宣传、政治广告、政治辩论、公共舆论和政治选举六大类,并认为政治社会化是政治传播的重要目的。^③ 还有学者对政治传播的形式做了更具体的划分,他们将政治传播形式主要分为两类:一类是传播形态,主要包括政治新闻和政治宣传;一类是传播符号,主要包括政治修辞、政治象征和政治形象。^④

以上是关于政治传播形式研究中比较有代表性的观点。在这基础上,一些学者还对政治传播的各种形式展开较为具体的研究。在政治新闻方面,有学者认为:“政治新闻就是政治传播者通过一定的媒介就近发生的政治事实向公众进行报道和评述。”政治新闻“具有真实性、时效性、阶级性等特点。”^⑤ 这是国内对政治新闻涵义最有代表的论述。还有学者在此基础上,划分了政治新闻的类型,认为政治新闻可以分为客观报道类政治新闻、分析类政治新闻、揭露类政治新闻、预测类政治新闻。根据这四种类型,进而提出政治新闻具有自上而下的告知性、单向扩散和政治倾向性三大传播特点。^⑥ 在政治宣传方面,相关论者更是从个案出发,论述在不同历史时期不同状况下政治宣传的特点和功能。有学者论述了战时新闻宣传的特点,认为战时新闻宣传作为非常状态下的政治传播的一种手段,在战争双方的战略战术使用中发挥着重要作用。^⑦ 也有学者以红军长征途中的思想政治宣传为研究对象,指出了这一时期思想政治宣传的形式、特点及作用,认为政治宣传在长征岁月中发挥了重要的鼓动和教育作用。^⑧ 还有学者通过解读中央电视台2006年中秋晚会,评析用主题晚会进行政治宣传的优势与劣势。认为主题晚会进行政治宣传具有寓教于乐、生动形象的优势,但也有遗漏信息、失去累积效果的劣势。在进行政治宣传时,应将主题晚会和传统手段相结合,取长补短,争取宣传效果的最大化。^⑨

此外,相关学者还对政治谣言和传播符号等政治传播形式进行了饶有兴味的研究。一般认为,政治谣言是在社会中出现并流传的未经官方公开证实或已经被官方所辟谣的信息。有学者对1911年武昌起义进行了政治传播学分析,认为在1911年的武昌起义中,政治谣言发挥了十分重要的作用,导致清政府的合法性进一步降低,清政府虽然也企图通过谣言收拾人心,但因其公信力的彻底丧失,并未达到预期效果。^⑩ 也有学者在研究太平天国起义的时候,也认为政治谣言发挥了巨大的作用,洪秀全充分利用谣言,将自己由一介草民神化为上帝之子,并最终确立了自己的神话地位,使自己在合法性上能与现存政治权威相抗衡。^⑪ 关于传播符号,有学者认为政治过程中随处可见传播的影响,而政治传播的起点是政治现实的符号化,并以中国大跃进时期的政治

① 周鸿铎:《政治传播学概论》,第13页,中国纺织出版社,2005年版。

② 周鸿铎在其主编的《政治传播学概论》中采纳了这种观点。参见周鸿铎:《政治传播学概论》,中国纺织出版社,2005年版。

③ 李元书:《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》,第178~347页,河南人民出版社,2005年版。

④ 张晓峰、赵鸿燕:《政治传播研究——理论、载体、形态、符号》,第145~256页,中国传媒大学出版社,2011年版。

⑤ 邵培仁:《政治传播学》,第73页,江苏人民出版社,1991年版。

⑥ 王士俊:《政治新闻:涵义、类型及传播特点》,《黑河学刊》,2001年第4期。

⑦ 王海:《战时新闻宣传——非常状态下的政治传播》,《军事记者》,2004年第9期。

⑧ 李晖:《红军长征途中的思想政治宣传》,《学理论》,2011年第11期。

⑨ 刘任来、章绍甫:《主题晚会的政治宣传功能——解读央视2006年中秋晚会》,《东南传播》,2007年第5期。

⑩ 黄岭峻:《谣言与革命——关于1911年武昌起义的政治传播学分析》,《华中师范大学学报》(人文社会科学版),2005年第6期。

⑪ 黄岭峻、王芳:《谣言与神化——关于太平天国起义的政治传播学分析》,《长江论坛》,2006年第2期。

传播为个案,深入论述了谁掌握了定义政治现实的权力,谁就拥有了话语权,并在决策过程中居于支配地位这一道理。^①也有学者认为:“作为大众传播符号中重要组成部分的非语言符号,在传播信息时所起的作用并不亚于语言符号甚至大于语言符号……其中服饰这种非语言符号所负载的信息尤其丰富。”^②据此有学者认为,在当代服饰作为视觉效果极强的符号,其使用价值会越来越高,将在传播政治信息方面有更好的展现空间。

四、政治传播的环境

关于政治传播的环境,从整体上看主要有两种:一种是时代环境,如经济全球化时代、网络时代等均对政治传播有不可估量的影响;另一种是政治传播所存在系统里的政治、经济、文化环境。经济全球化与政治传播是相互影响、相互促进的,以现代科技为载体的政治传播是经济全球化的重要环节,它的兴起也是促进经济全球化进程的一个重要因素。有学者指出:“在国际上,政治传播的发展得益于目前全球范围内勃兴的科技信息革命,它们构成了政治传播的科技生态环境。”^③也有学者在研究经济全球化时代政治传播时,特别着重强调中国政治传播主体意识。他们指出为了应对经济全球化挑战必须有相应的策略,一是要保持政治传播的主体意识与受众之间的适度张力;二是摆正媒体的角色和位置,发挥媒体塑造政治传播主体良好形象的作用;三是政治传播战略的原则性与战术灵活性之间的巧妙结合;四是对内传播与对外传播的协调一致。^④

关于网络时代的政治传播,相关论者从网络时代政治传播的特征、新变化、政府监管等方面展开论述。有学者认为网络时代的政治传播有如下特征:一是从单向传播中的单一接受者角色到双向传播中的传受者融合;二是从传者的信息“推入”到受众的信息“拉出”;三是从单一的接受功能到多重权利的拥有。^⑤网络时代的来临,使政治传播产生一次深刻的变革,出现了一些前所未有的变化。有学者认为,网络技术的应用促进了政治文化传播的民主化、社会化、高效化和国际化。^⑥也有一些学者认为,网络时代的政治传播一些新变化和新趋势值得关注,这些趋势有:涉及政治传播的网络媒体日益宽泛;网络媒体的政治传播地位不断提高;网络媒体开始作为政府和民众的沟通平台,发挥新的作用。^⑦当然,网络时代对政治传播的影响也不都是正面的,相应的也会有一些负面影响,如意识形态、文化背景等因素对政治传播的影响巨大;容易产生、流传网络政治谣言;假新闻假信息泛滥等。^⑧与此同时,政府对网络政治传播的监管就提上了议事日程。有学者认为,政府要承担起相关责任,明确监管主体地位,当然政府的监管是建立在公民自觉能力不断累积这一前提上的。^⑨

关于政治传播的政治、经济和文化环境,李元书进行了开创性的研究,他将政治环境、经济环境和文化环境分开,并具体考察其与政治传播的关系。他将政治环境分为政治体制、权力结构、国际政治、特殊政治(包括革命、动乱、战争)四个方面;将经济环境分为经济形态、经济实力、科学技术三个方面;将文化环境分为文化内涵、文化进步、“文化流”(包括文化渗透、文化碰撞、文

① 许静:《浅论政治传播中的符号化过程》,《国际政治研究》,2004年第1期。

② 熊晓萍:《论非语言符号中服饰语言在政治传播中的作用》,《新闻知识》,2006年第6期。

③ 杨丽娟:《全球化与政治传播》,《理论观察》,2002年第6期。

④ 荆学民、李彦冰:《全球化背景下中国政治传播主体意识研究》,《现代传播》,2010年第4期。

⑤ 陈刚等:《网络时代的政治传播分析》,《科技进步与对策》,2003年第3期。

⑥ 申文杰:《论网络条件下政治文化传播的新趋势》,《社会主义研究》,2005年第2期。

⑦ 臧鹤等:《网络媒体对内政治传播的观察与思考》,《青年记者》,2009年第11期。

⑧ 张涵嫣:《试论网络政治传播》,《社会科学家》,2009年第11期。

⑨ 陈楚亮:《网络政治传播的政府监管研究》,第45页,厦门大学硕士论文,2007年。

化传通)三个方面,而后对其中每一项要素与政治传播的关系进行研究,分析各种因素对政治传播的影响。^①也有学者认为在这种大环境下形成了自由主义模式、社会责任模式和社会主义(共产主义)模式三种政治传播模式。^②并在比较这三种不同模式的基础上,以凤凰卫视的政治传播模式为例,分析了社会转型期我国政治传播模式。^③

五、政治传播的功能

政治传播是一种有目的的社会活动,它的存在是要完成一定的任务和使命,因此政治传播具有一定的功能。李元书给政治传播的功能下了一个比较中肯的定义:“政治传播的功能,即政治传播的使命、能力和作用的总和。使命强调的是政治传播应该做什么,职责有哪些。能力是指实际发挥的作用有多大,力量有多大,发挥了哪些作用。”^④进而他认为政治传播的功能主要表现为传播政治信息、设置政治议题、影响公共舆论、促进民主、政治社会化、塑造政治形象、监督政府、政治控制与稳定。^⑤我们认为,这种划分方法比较全面的阐释了政治传播的基本功能。其实邵培仁早在20世纪90年代初就从组织层面和社会层面细致的划分了政治传播的功能。周鸿铎沿袭了这一划分方法,认为在组织层面的政治传播的功能主要体现在:塑造形象,提高声望、培养角色,优化品格、弘扬理想,激发斗志、促进团结,争取谅解、动员支持,发展经济、实施管理、稳定秩序六个方面;在社会层面上政治传播的功能主要体现在:报道的职能、表达的职能、解释的职能、教育的职能、控制的职能五大方面。^⑥他同时认为,邵培仁对政治传播功能的划分更为细致,并且与中国的国情和社会形态、价值观念相契合,具有重要的指导意义。

相关学者还从社会转型期、经济全球化等角度分析了政治传播的功能。如有学者把社会转型期政治传播的功能归结为:新价值观的构建、社会动员、监察环境和传衍经验、象征性资源开发、控制功能五个方面。^⑦也有学者指出,全球划时代政治传播的功能主要表现为塑造国家形象、打造政党政治平台、营造公共空间、制造同意这四个方面。^⑧我们看到,在不同历史时期、不同的国家、不同的政治制度环境下政治传播都发挥着重要的功能,当然这些功能在具体细节上可能有差异,但是政治传播的基本功能是始终存在并发挥影响作用的。

还有学者对政治传播的政治形象塑造功能及政治社会化功能进行了详尽阐述。有学者指出,传媒制造政治形象,包装政治家,装饰政治权力的社会形象,从而推动了象征主义政治的流行,构建了政治文化,影响着人们的政治见解、政治态度和政治行为的形成。^⑨关于政治传播的政治社会化功能,有学者从政治传播研究方法对马克思主义大众化研究的借鉴意义的角度,指出马克思主义的传播方式必须随着时代条件的变化而有所转换,传播主体必须考虑受众的实际需要和接受程度才能取得较好的传播效果。^⑩也有学者提示我们注意政治传播与政治社会化的区别,指出政治社会化

① 参见李元书:《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》,第372~393页,河南人民出版社,2005年版。

② 鞠丽华:《政治传播三种模式的解读及启示》,《山东教育学院学报》,2007年第3期。

③ 鞠丽华:《转型期中国政治传播的一种新尝试——以凤凰卫视的政治传播模式为例》,《长白学刊》,2005年第1期。

④⑤ 李元书:《政治体系中的信息沟通——政治传播学的分析视角》,第39页、第41页,河南人民出版社,2005年版。

⑥ 周鸿铎:《政治传播学概论》,第9~12页,中国纺织出版社,2005年版。

⑦ 周建国:《社会转型时期的政治传播功能分析》,《江海学刊》,1997年第1期。

⑧ 杨丽娟:《全球化与政治传播》,《理论观察》,2002年第6期。

⑨ 李宏:《传媒政治研究的几个问题》,《上海交通大学学报》,2007年第1期。

⑩ 张晓峰:《政治传播研究方法对马克思主义大众化研究的借鉴意义》,《现代传播》,2010年第12期。

可以纳入政治传播,并作为政治传播的一部分,但它不是政治传播的全部内容。^① 我们看到,这些论说使政治传播功能研究进一步具象化,具有很强理论意义和实践操作价值。

六、当代中国政治传播研究的基本特点与展望

回顾改革开放以来中国学者们对政治传播理论的研究,从中可以看出当代中国政治传播研究的基本特点,并据此展望今后政治传播研究的发展趋势。我们认为,当前中国政治传播研究主要有以下基本特点:

特点之一,政治传播研究总体上的初级性。总体来看,我国的政治传播研究与国外相比,还处于研究初期——逐步探索阶段。这种初级性集中表现为四个方面:一是研究起步较晚。黎元江于1988年发表了题为《公共关系化:中国政治传播机制的走向》的论文,这是中国大陆地区可见的最早关于政治传播的著述,许静2003年的博士论文《大跃进运动中的政治传播》是国内第一篇全面研究政治传播的学位论文。政治传播研究至今不过30多年时间,因此不论从研究成果的数量来看,还是从质量上看,相关研究都还处于发展阶段,相关成果还显得比较粗糙。二是理论基础比较薄弱。政治传播是政治和传播交汇的一门学问,需要多学科的理论支撑。当代中国的政治传播研究,还必须以马克思主义理论为指导,体现出政治传播研究的中国特色,这些方面我们还做得不够。三是学科归属不明显。直至目前,政治传播学还只是作为政治学或传播学的研究方向。这种学科不明显的状况,使得政治传播成为一个近乎被遗忘的角落,只有极少数从事传播学、新闻学和政治学研究的学者有所涉猎。四是研究人员较少。国内的高校中只有中国传媒大学等少数院校设立了专门的政治传播研究机构,并配有专门的科研人员从事相关研究。这再次印证了美国学者威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)的观点,他认为,政治传播学是一个许多人路过但少有人驻足的大交叉路口之一。

特点之二,政治传播研究范畴上的确定性。研究任何一门学科,必须首先弄清楚学科自身的研究范畴,这是学科内在本质所决定的。政治传播研究的范畴十分广泛,国内学者一般认为政治传播主要研究政治传播的本体、类型、功能、过程、环境与机制等领域。除此之外,还要研究与政治传播密切相关的政治制度、政治文化、传播史、传播技术等方面的内容。政治传播的研究领域和研究体系涉及的范围很广泛,而且属于多学科的相互交叉。虽然其研究范畴显得比较广泛,但研究的范畴是确定的。因为政治传播将政治生活中所有与传播行为相关的领域均纳入到自己的研究范畴,并以政治和传播两个研究坐标为中心延展开来,这就基本上覆盖了各种与政治和传播有关的对象。

特点之三,政治传播研究内容上的现实性。国内关于政治传播的研究十分注重贴近现实,使政治传播的研究不仅具有理论性,同时更有实践价值。政治传播内容上的现实性主要体现为以下三个转变:一是研究从宏大叙事逐步转为具体策略研究,尤其注重对政治传播现象的理论阐释,这也是未来中国政治传播研究的趋势之一;二是研究由最初的译介西方政治传播理论转为试图建构中国特色的政治传播理论,这一研究范式的转换是由当下中国现实所决定的。中国的政治传播理论必须要能够指导当前丰富的政治传播实践;三是研究内容由开始的单一化转为日益的多元化,相关研究不再拘泥于一套陈旧的话语体系和宣传模式,而是更加注重与政治体系的交互对接。

特点之四,政治传播研究形式上的专题性。国内政治传播研究经过一个时期的发展,研究的形式日趋多元化,专题研究形式就是其中的一大亮点。如关于不同历史阶段的政治传播的专题研究,

^① 谢进川:《政治与传播的视界转换:对政治传播研究三个基本理论问题再辨析》,《现代传播》,2010年第1期。

学者们主要从两个方面展开:一部分是关于中国古代政治传播的研究,另一部分是中国共产党在革命和建设时期的政治传播。在不同的历史阶段,政治传播表现出不同的特点,这说明每一时期的政治传播不论是形式还是内容都深深镶嵌在当时的历史背景当中。再如关于国际政治传播的专题研究。从现有的研究成果看,相关论者主要研究国际政治传播的基本理论,也有论者从国际关系的角度研究国际政治传播,还有部分论者从具体的个案透视国际政治传播的相关理论。当前最受瞩目的专题研究非网络政治传播莫属,可以说,网络政治传播引领了当代中国政治传播研究的变革。我们看到越来越多的学者关注网络政治传播,研究成果逐年增多,研究日趋深入,这充分体现了这种专题研究的优越性。专题研究不但催生和引领了不同时期的研究热点,而且也为不同时期政治传播的实践给予了理论上的支持和回应。

特点之五,政治传播研究视角上的广泛性。现代政治传播的研究视角十分广泛,不但横跨了政治学、传播学、历史学等在内的十多种学科体系,它的研究也涵盖了整个政治传播的方方面面。近些年,越来越多的学者注重多种学科、多重视角的融合,试图全面阐释政治传播的一些基本概念及其内在的逻辑关联,为夯实政治传播的理论基础做出了贡献。当然这种研究还很不够,与国外相比,在学术水准和科学性方面还有不少差距。这就需要更多的学者在研究视角、方法上加以创新,对西方政治传播理论在批判的基础上加以吸收和利用,最终形成契合中国实际问题的政治传播理论。

展望当代中国政治传播研究的发展,我们认为着力点应放在以下四个方面:一是构建中国特色政治传播理论。通过对马克思主义的世界历史理论、中国特色社会主义理论、和谐世界理论、科学发展观、“全球化理论”、“人类文化相通、文明相容理论”、“政治价值生成理论”、“国家利益轴心理论”、“传播的中心与边缘理论”等进行综合,形成具有“公共化”、“社会化”、“文化化”、“媒介化”、“知识化”特色的社会主义政治传播理论,解决中国政治基本路线、基本纲领的认同问题。二是关注政治价值话语生成与传播。政治传播的核心内容就是政治价值,中国特色的政治传播必须要体现中国的政治价值观念,这就要求我们在研究中需要具备很好的政治意识,深刻把握党和国家的理论走向。三是把握政治传播中的文化自主与认同。政治传播必须要强调文化自主和认同,不能一味地附和西方政治传播理论,要敢于坚持自己的价值取向和基本理念。四是加强对政治传播实践效用的研究。只有这样才能使政治传播真正成为一门有用之学,在解决实际问题的同时,也起到了促进社会和谐的功效。^①

若要达成上述目标,在实际工作中我们一是要继续加强政治传播基本理论的研究,实现对传播理念、话语体系和传播模式的创造性发展,为构建中国特色政治传播理论夯实基础。二是要避免用西方的政治传播理论直接裁剪中国的现实,对中国政治传播的实际进行扭曲式的批判。我们要从中国的国情出发,形成一个具有内在逻辑性并有解释力的研究框架,对中国政治传播现实充满深刻的价值关怀。三是要建立一种政治传播与政治体制的联动机制,实现政治传播与政治体制的良性互动,做到工具与价值的统一,真正体现政治传播研究的中国气派和中国特色。四是要继续加强对西方政治传播理论的翻译和评介,注重对相关理论与方法进行反思和批判,最终实现研究的本土化和研究范式的转换。

作者:薛忠义、刘舒、李晓颖,大连海事大学马克思主义学院(大连市,116026)

(责任编辑:刘杰)

^① 参见苏颖:《“中国特色政治传播理论与策略体系研究”开题会综述》,《现代传播》,2012年第1期。