

主持人的话：

今天的中国社会在高速发展，由此也引发了不少社会事件，许多社会事件都与日益发达的媒体紧密联系在一起，甚至人们将不少社会事件直接称为“媒体事件”。对于这许许多多的“媒体事件”，我们应该如何去看待呢？

法兰克福学派以来的“传播批判理论”，从批判的视角看待各种媒体事件，为人们认识媒体背后的世界提供了理论和现实依据，能够帮助人们整体性地认识当代中国的许多问题。下面这组对话便从不同角度探讨批判理论与当代中国的关系。

——主持人：曾一果

# 传播批判理论在中国的境遇对话录

曾一果 陈 一 谷 鹏

**摘 要：**自从法兰克福学派提出了批判理论以来，批判理论作为一种与经验学派相对立的理论类型在整个社会科学领域影响很大，并在不同国家生根发芽，并形成了传播政治经济学、文化研究等多种流派和研究取向，促进了人们对于当代社会政治、经济和文化的多样化反思。而这个对话则考察传媒批判理论在中国的发展，并思考传媒批判理论对当代中国的意义。

**关键词：**批判理论；传媒文化；当代中国

**作者简介：**曾一果，男，教授，文学博士，硕士生导师。（苏州大学 凤凰传媒学院，江苏 苏州，215123）；

陈一，男，副教授，文学博士，硕士生导师。（苏州大学 凤凰传媒学院，江苏 苏州，215123）；

谷鹏，男，副教授，文学博士，硕士生导师。（苏州大学 凤凰传媒学院，江苏 苏州，215123）。

中图分类号：G206

文献标识码：D

文章编号：1008-6552（2012）06-0001-07

## 一、传播批判理论研究的兴起

曾一果：今天我们在这里讨论一下传播批判理论在中国的发展情况，考察一下它到中国发生了哪些变化，传播批判理论与当下社会的关系，特别是在今天的媒介环境下，我们该如何看待传播批判理论的作用等问题。

传播批判理论起源于“法兰克福学派”，法兰克福学派以吸收马克思主义理论，批判性地研究当代社会问题著称。霍克汉默尔曾写了一篇题为《批判理论》的论文，首次将批判理论与美国的经验学派相对立。这里当然也有些历史原因，法兰克福学派主要成员霍克海默、阿多诺和马尔库塞等人为了逃避德国的法西斯主义流亡到美国。在美国，他们和拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德等传播学者有了交往，但他们的交往并不愉快，霍克海默和阿多诺对拉扎斯菲尔德等人的“行政研究”感到厌倦，他们于1947

年合著了《启蒙辩证法》一书，一方面反思德国的集权统治，另一方面主要批判过分商业化的美国大众文化。法兰克福学派与文化研究学派，以及传播政治经济学派之间虽然并非完全是直接承继关系，但是文化研究学派和传播政治经济学派都受到法兰克福学派的影响是肯定的。

谷 鹏：是的，这里需要对批判理论在不同国家的发展情况做一个仔细考察：它在美国是怎么发展的？在英国是如何发展的？在中国是怎么发展的？各自的差异表现在什么地方？通过这样的考察，批判理论与不同国家遭遇时的一些具体问题就呈现出来了，批判理论的价值可能就更清晰一点。不然，都笼统模糊地说成批判理论，就无法更好地认识每种批判理论的价值。所以我觉得是不是要挑选出比较典型的国家，具体考察批判理论在这个国家的发展、变化情况。

曾一果：谷鹏说得很有道理，台湾学者张锦华也说：“批判传播研究不是特指某一体系分明的研究派别，而是包含了许多不同的研究流派和主张。”<sup>[1]</sup>要了解传播批判理论的价值就有必要对批判理论在不同国家的发展情况有一个大致的了解。以美国为例，美国虽然是传播经验学派的大本营，但是批判理论在美国并非没有发展。汉诺·哈特认为，二战之后，美国的传播学研究也渐渐受到英国文化研究学派，以及更早的法兰克福学派的批判理论影响。美国的批判理论大致包含以下几块：传播政治经济学派、文化研究学派、后现代批判理论和美国自身生长出来的批判理论。传播政治经济学派是以斯迈兹和赫伯特·席勒为代表，他们对美国的文化工业进行了批判性地研究；文化研究学派在美国也有发展，北卡罗莱纳大学的格罗斯伯格便师从斯图亚特·霍尔，他主编的美国《文化研究》杂志创刊于1987年，在美国影响很大；哈特在《传播学批判研究》中还指出，美国本土其实也生长出了一批具有批判思维的学者，詹姆斯·杜威和佩里这些实证主义倡导者同时也是批判理论家，例如“詹姆斯用多元主义反思美国文化的实质”；詹姆斯·凯尔纳、萨义德则是美国后现代批判理论家。另外，还有费斯克采用符号学理论批判性地研究美国大众文化。这些理论尽管各不相同，甚至观念互相冲突，但是都有一个共同特征就是以批判的视角考察美国社会。

陈 一：这样看来，法兰克福学派虽然出现早一点，但它跟文化研究学派、传播政治经济学派更多的是一种“交错关系”。三个学派均受马克思理论的影响，不过都对马克思学说有所侧重：文化研究重视的是文化和意义分析，政治经济学关注的是权力结构，法兰克福学派侧重意识形态问题。他们从各自路径切入进去，考察传播与社会之间的复杂关系。

曾一果：是的。另外，无论法兰克福学派、文化研究学派，还是政治经济学派，他们的共同源头都是马克思的社会批判理论。德国至今还有《批判理论杂志》<sup>[2]</sup>（1995年创办）；法国也有一批受到马克思主义、结构主义思想影响的批判理论家，如阿尔都塞等。法兰克福学派、文化研究学派、政治经济学派等批判理论，有的注重政治经济问题、有的关注意义和权力关系。但他们的共同特征是“反对美国行为主义取向的量化传播研究，并试图从社会权力结构的运作，探讨媒体在宰制与抗争间所扮演的角色”，<sup>[3]</sup>他们都对资本主义社会持批判立场，只是表达的方式不同而已。当然，无论是政治经济学派，还是文化研究学派，每一种批判理论本身也是在不断发展变化，例如文化研究学派本身就经历了文化主义、结构主义和葛兰西转向以来的文化研究等历史阶段，从注重文本意义的阐释，到近年来越来越关注格罗斯伯格所强调的“社会参与”：“文化研究的目的在于在我看来就是让我们知识分子对当代社会有更深刻全面的理解和把握，从而积极改变社会。”<sup>[4]</sup>

## 二、批判理论与当代中国

陈 一：批判理论在其发展过程中，注定要和所在国家的社会现实相结合，而各个国家在接受批判理论的过程中，也会针对自己国家的情况，发展和生长出具有本土色彩的批判理论。

从这个意义上来看，我觉得批判理论对我们认识当代中国社会的许多问题都有很大帮助。因为改

革开放以来我国包括传媒系统在内的社会发展，很多规则和逻辑其实都来自美国，这当然跟改革开放的环境有关，美国新自由主义理论在改革开放最初一段时期，确实有极大的吸引力，中国要发展经济，所以迫切需要的是经验主义和市场主义的力量。但是中国社会发展到今天，这种似乎“不证自明”的发展模式是不是也到了需要反思的时刻。具体到传媒领域里，我们从以往的“政治挂帅”，直接跳跃到了眼下的市场的功利主义，这样的传媒发展观是否合理，值得思考。据此，我认为批判理论对我们重新认识当下中国许多媒介现象和事件很有意义。

**曾一果：**是的，你这段话很好，谈到了传播批判理论与当代中国社会关系问题。改革开放以来，我们传媒业发展模式是政治上社会主义，经济上市场主义，华人传播学者何舟将这样的发展模式称为“资本主义的身体”，戴着一张“社会主义的脸”，<sup>[5]</sup>即在不违反政治的前提下，充分发展市场经济，赚取经济利润成为了电视台、报业集团在完成政治使命后的努力方向。

**谷 鹏：**刚才两位都谈到了“修正的问题”。持不同批判理论取向的学者都在“修正”马克思理论，我们可能要关注他们“修正”的是哪部分，以及为什么要修正，而传播批判理论译介到当代中国时，我们是不是需要或进行了修正，这种修正到底是来自传媒自身需要，还是学术研究的需要？这种修正背后的原因、本质又是什么？如果能够将这些问题解决好，再重新认识批判理论在当代中国社会的价值，可能会看得更加清楚一些。

**曾一果：**是的，前面我们提到批判理论不是一成不变的，它在与不同国家遭遇的过程中，总是不断发生变化，每个学者都会根据本国情况批判性地把握批判理论。传播学在20世纪70年代末传到我国，1982年传播学大师施拉姆到中国访问，带来了美国经验主义传播理论。而批判理论则是在80年代末期随着新思潮热传播到中国的，最先接触批判理论的，其实不是传播学者，而是张旭东等一批搞文学和美学出身的人，他们将批判理论看作是一种单纯的理论话语，批判的指向也是朝着西方资本主义，根本没考虑其与当代中国社会现实，特别是跟政治的关系，他们没有借助批判理论参与社会，批判文化工业，也就是说没有考虑其与现实的关系。后来，陈卫星、张国良等一批传媒学者开始介绍批判理论，情况才有了变化。

**谷 鹏：**对，国内学者们当时主要考虑的是如何将这些东西引介进来，用其来阅读和解释一些文学和美学现象，至于它和中国当代社会政治如何结合，学者们都还没有来得及思考这个问题。

**陈 一：**当时中国社会政治、经济和文化语境实际还不需要“批判理论”。改革开放的目的是发展经济，最需要的是能够解决具体问题的办法，注重科学调查、量化研究的经验学派自然大受欢迎。发展到现在，我们很多媒介产品都按照市场化、商业化的体系来运作，现在许多娱乐节目如《非诚勿扰》等也基本是模仿西方的，因为这样最省事也最经济，所有的一切都按照经济原则建构起来。甚至包括传播学研究也是为了这样的体系服务，关注的是收视率、节目传播效果等，而不是节目到底给观众和受众带来什么。而在今天看来，完全市场化、行政化的传播研究显然是有缺陷的。

**曾一果：**对。改革开放以来我们整个新闻传播行业，从理论到实践其实都是效仿美国的，注重市场和商业效益。最近国家在大力提倡和发展“文化产业”，主要是希望我国传媒业做大做强，最好能够出现像好莱坞那样的电影工业或哥伦比亚广播公司那样的托拉斯组织。陈卫星在《从文化工业到文化产业》中指出从文化工业到文化产业的发展导致了金融资本网络的“支配性和垄断性”，“信息传播技术的接近不平等依然存在”，<sup>[6]</sup>发展文化产业说明传媒日益被垄断资本所控制，这恰恰是传播政治经济学派呼吁要警惕的信息传播现象。

**陈 一：**文化产业在中国，不是说不能搞，而是要警惕将文化完全当作产业搞的做法。好莱坞电影确实是影响世界的文化工业，但是首先，美国的文化产业是和其高度的市场化经济联系在一起的，其次，美国的文化产业之所以辐射力强，是跟美国在全球政治经济的霸权地位连接在一起的，全球只有

一个好莱坞,在短期内中国传媒产业不可能有美国那样的规模,在这种情况下,动辄希望建一个超大规模的文化产业基地,自己消化不了又无法向外辐射,传媒业的危机可能就来了。

谷 鹏:是的,对传媒业无节制地扩张,传播批判理论的价值在于保持了一种清醒的批判意识。

陈 一:是的,对文化产业来说,传播政治经济学可能让我们意识到在搞文化产业的同时,是不是要考虑文化有若干功能,既有产业功能,也有公共服务功能。公共文化服务是公益性的,造福全体市民。所以发展文化产业其实一定要注意盈利和非盈利、产业和公益的区别。以电视行业为例,崔永元曾认为中国的电视,如果说它是商业电视,那么它是办得最糟糕的商业电视;如果说它是公共电视,那么它是办得最糟糕的公共电视。因为我国电视是从以往高度政治化的传媒体系一下子过渡到市场体系,能不能跟美国的商业电视完全对接其实是个问题,但业界和学界都认为要接轨,要做大做强,这是有问题的。而且英国、法国和德国原来都是公共电视独霸天下,商业电视在20世纪80年代后才有了发展,为何这些国家在电视领域如此保守是值得思考的问题,美国的商业广播电视再强大,它也有国家公共广播网等公共广播电视系统。如果了解这些,你就会意识到中国当前传媒产业发展的一些问题,不是说完全学美国就能解决的。其实国内已有人对一味追求收视率的现象开始反思了,许多人不同意广电总局去年下达的“限娱令”,我个人倒比较支持,这并不是说中国电视节目不能娱乐,而是以什么媒介产品为乐,怎样娱乐的问题。

### 三、当代中国传媒秩序的批判性重构

曾一果:批判传播理论与当代中国结合时,我们怎么把理论中一些有用的东西落实到当代中国传媒自身的建构上?跟别人聊天时我发现,普通受众观看《非诚勿扰》时,广电总局没管时他觉得蛮好看,管了之后,他也觉得好看。这就让我想到一个问题:中国传媒业到底需要传播什么样的信息?因为有时你提供给观众什么,观众可能就接受什么。这就要回到刚才的议题上,我们的传媒应该有一种社会责任,你可以追求经济效益,但不能忘了文化服务。《中国好声音》、《舌尖上的中国》虽然也有瑕疵,但已经表现出了一种“公共意识”。

谷 鹏:我一直在考虑陈一说的中国很难出现好莱坞那样的电影工业的问题。这可能要从1978年以来我们国家对传媒机构的管理制度切入。我们的电视台和报社实施的是“事业单位、企业管理”,管理体制要求它要传达文化功能,但又不给它保证经济效益,这就导致了现在中国传媒为了创造经济效应,不断突破娱乐底线。我也认为“限娱令”出台是必要的。

陈 一:顺着谷鹏的话讲,《非诚勿扰》这个电视节目很成功,我也不反对大家看,但我会提醒学生要认清《非诚勿扰》到底是一档什么节目。首先,通常人们说它是一档婚恋类节目,但据说到去年底为止,通过《非诚勿扰》速配,成功结婚的只有一对,如果这样它还算是婚恋类节目吗?其次,要知道《非诚勿扰》是全国第三大赚钱节目,去年好像创造了20多亿元收入,这说明什么?它会不会是一场电视机构和广告商、婚恋网站等商业组织的共谋?在这个意义上,传播政治经济学可以让你看到节目背后的生产和运作机制,让你知道通过节目,电视台获得了什么,主持人获得了什么,交友网站获得了什么,广告商获得了什么,公众获得了什么。按照传播政治经济学代表人物斯迈兹的说法,公众其实是电视台和广告商的打工仔,看起来嘻嘻哈哈,其实在工作,因为他们为电视台和广告商带来了价值。

谷 鹏:我上课时也提醒学生注意两个方面:一是《非诚勿扰》这类节目是如何生产出来的,二是陈一说的受众在这里到底得到了什么?许多节目正是打着娱乐的幌子,与一些商业机构共谋追逐商业利润。但在目前的管理体系中,电视台本质上还是属于公共传媒。如果任由传媒娱乐大众的话,负面效应就出来了。我一直希望中国能出现两个频道:首先是中国经典频道,中国有五千多年文明,我

们的电视台在这方面做了什么？英国 BBC 始终强调英国文化。但我们的电视台、广播到底对我们的文化做了多少传播？这是值得思考的。其次是中国公益频道，目前我还没看到一个系统的公益频道。

曾一果：还是要回到刚才说的我国广播电视机构的管理体制问题，我们的电视、报纸机构是“事业单位、企业管理”，在这样的传媒制度中，媒体可能也没有办法，它要考虑收视率，考虑经济利润，考虑发展，根据市场原则，不断做大做强成为传媒行业发展的目标。

谷 鹏：是的，“事业单位、企业管理”这样的制度，在早期提出来时是有其价值的，但是中国改革开放已经过去了三十多年，还是这套体制在管理传媒行业，问题便来了，这就回到中国传媒业的改革问题上了。

陈 一：这种制度也让我想到一个问题，真正控制传媒生产的到底是谁？可能也不完全是电视台、报社等媒体机构，而是管理媒体的部门和一些利益集团。

谷 鹏：是的。我们在考虑传播批判理论与当代中国社会结合时，其实必须要考虑两个现象：政治传播异化和经济传播异化现象。陈一刚才讲是不是一种“共谋”，某些行政管理部门和金融垄断机构为了维护稳定和自身利益，可能恰恰希望大众接受纯粹的娱乐节目；关于经济传播的一个异化现象是那些既得利益者不愿意变革，甚至阻碍媒体变革。

曾一果：刚才谷鹏讲的涉及到一个传媒秩序的根本性问题。我们一开始也指出，传播批判理论要真正发挥作用，必须结合当代中国社会现实，批判性地思考当下许多问题。具体而言影响当代中国传媒秩序的主要有两个因素：政治和经济。刚才谷鹏说政治上异化了，异化在什么地方？经济异化了，异化在什么地方？在政治传播异化和经济传播异化的背后是谁在维护着这种传媒体制格局，将这些问题搞清楚，传媒批判理论的价值就体现出来了。

陈 一：是的。其实我们也要看到，我国的传媒秩序现在也在慢慢改变，包括上层和传媒机构自身都意识到需要变革，公共服务、文化传播的意识也渐渐在增强，像《远方的家》和《中国好声音》等电视节目都在努力建构一个为公共服务的传播平台。当然，公共服务理念如何建构？媒介作为生产者，应该生产什么样的传媒产品？作为媒介管理机构的上层社会，例如广电总局应该怎么做？管理阶层和传媒阶层的关系如何理顺？这些都仍然是需要进一步思考的问题。

谷 鹏：但实际上现在一些看起来是公共服务的活动，在其背后起支配作用的是商业因素和经济因素。

曾一果：大家都认为我国的传媒秩序需要批判性重构，以改变一味市场化、商业化的导向。其实这里还有个问题我觉得很重要：一个就是刚才大家提到的，谁在主导公共文化。是政府、媒体还是公众？他们的关系不顺会带来很多问题。香港政府在西九龙搞“文娱艺术区发展计划”，目的是为香港市民提供更好的文化设施，但香港市民和知识分子不买账，因为他们觉得这个计划是香港政府和少数房地产大亨为了私利共谋出来的，根本没有考虑市民的感受。我们现在搞传媒产业，搞公共文化也有这个问题，到底是谁在主导？其目的是什么？为了公共利益，还是个人私利？这些应该要搞清楚。

谷 鹏：是的，一个为公共服务的传媒机构或文化产业项目，可能不是单方面说了算，不是某个政府机构，或者开放商，或者电视台台长，而是要像英国 BBC 那样由几方面共同协商完成才是最合理的。当然，各个国家情况不同，美国可能是依靠自由市场，在中国政府可能依然要扮演重要角色，但这个角色应该是引导性的，而不是管理性和控制性的。

曾一果：是的。这里还有一个问题要说明，一方面，我们今天借助批判理论思考当代中国传媒中的一些问题。刚才两位也都谈到了我国现在重视发展传媒文化产业，但更多的是从经济利益考虑，忽视文化因素。但另一方面，我们也不能对此现象一味地批判。因为无论是传播政治经济学，还是文化研究学派，他们的批判论调都是与该国社会语境相关，如果直接拿其理论批判我国目前的市场经济和文

化产业发展是有问题的,因为就目前而言,我们国家传媒业发展过程中的问题,可能恰恰是市场不完善、不成熟所造成的。比如在影视工业里,我们恰恰可能是由于缺乏具体的市场细分,从而导致节目受众观看的混乱。

谷 鹏:是的,前面我们也提到,批判理论本身也是多种多样,每个理论的出现都与其所处的历史和社会语境相关。目前,中国在发展市场经济和文化产业的过程中有许多实际问题还没解决,我们不能贸然拿批判理论将这些东西都“批判掉”。当我们对《非诚勿扰》进行反思时,我们要考虑到底要批判哪个方面,法兰克福学派对启蒙本身进行了反思,在这个方面我们国家情况也不同,我们现在可能正需要启蒙。

曾一果:是的,去年浙江大学召开了一个重构批判重构启蒙方案的学术研讨会,从这个方案就可以看出,大家都意识到我们的社会还不是一个大家都觉醒的社会,民主意识和公共意识都还没有建立。所以我们在批判性反思的过程中,首先要对什么是合理的,什么是不合理的有一个清晰的概念,然后再进行批判可能更好。例如我们还没有发展到西方那样的社会,结果大众还没有娱乐呢,娱乐节目就被我们先打倒了。其实,我们可能应该对什么是娱乐、什么是非娱乐进行一个区分,例如在电影中实施分级制度,这样可能会杜绝这些节目的负面影响,大家可以娱乐,但是有范围和限制。

陈 一:刚才一果讲的很有道理,我们和西方发达国家有区别,有些地方还是有距离的,那么需要怎样的批判理论,就要涉及到一个立场和选择问题。我觉得需要把他们的视角方法引进来,具体一些表述则要有所筛选,我们所做的工作恰恰是一种筛选。传播批判理论和美国传播学几乎是同时进入中国的,但为什么这些理论在20世纪80年代没有显示出其价值?因为那个时候中国还没有今天这样的资本和市场环境,人们无法理解批判理论所批判的东西,但今天情况不同了,文化工业的优点和缺点都暴露出来了,批判理论也就很有价值了。

曾一果:是的,霍克海默和阿多诺1947年写《启蒙辩证法》一书主要对西方启蒙思想和美国大众文化工业进行批判,但是我们今天运用批判理论看待我们的传媒工业,除了警惕文化产业的负面效应之外,其实运用批判理论是带有一种启蒙性的,让大众对传媒本身保持清醒头脑,同时也让大众认识到传媒背后真正的生产者和支配者到底是谁,而这点恰恰是经验学派所忽视的,经验学派只关注市场和经济效应,不关注生产出来的大量产品是否合理。

谷 鹏:这里还要补充的是,目前我国的传媒产业,其实不仅有娱乐节目,而且还有大量其他内容,特别是在今天新的媒体时代,传媒环境比以往更复杂了,我们自己可能也变成了媒介信息的生产者,在这样的情况下,批判理论如何看待这些现象很值得注意。

#### 四、在全球与本土之间

曾一果:今天我们讨论了很多问题,讨论到传播批判理论在不同国家的发展情况,以及传播批判理论在当代中国的意义。在这里我们再回过去看一下学术界关于传播批判理论的一些讨论。刚才两位重新评价了传播批判理论对于我们理解中国传媒业的重要作用。不过,我们也不能否定经验学派的价值,经验学派也好,批判学派也好,他们的共同点其实都是希望建构一个合理有序的社会。特别对今天的中国学界而言,批判性的反思固然重要,经验的、量化的和实践的研究方法也十分重要,纠结于谁更有价值其实没有什么意义。

谷 鹏:是的,用何种理论或方法可能并不重要,重要的是某种理论或者方法是否能够解决具体的社会问题。经验的、量化的和实证研究往往研究问题很具体,但如果通过量化研究,仅仅罗列一堆数

据或者画许多图片，却不知道做这些是为了什么，或者说仅仅用一堆唬人的批判性术语，也不知道用它来干什么，这都是研究的误区，这样的情况在今天很常见。

**曾一果：**今天的中国传播学界显得很焦虑，还经常围绕着到底走国际化路径，还是走本土化道路展开争论。例如《国际新闻界》、《现代传播》等传播学刊物都连续发表《在“本土化”与“自主性”之间》、《在“理论”与“经验”》之间等文章，陈力丹、喻国明、黄旦、刘海龙、吴飞等学者都加入到论争中，这些论争说明了我国传媒学界普遍存在一种焦虑意识，一方面希望走国际化，跟国际化接轨，另一方面，又希望有本土的理论自觉。

国际化和本土化争论的实质是传播经验学派和批判学派的矛盾，国际化路径在某种程度上被简单地等同于注重量化、经验的研究路径，而本土化亦被简单化为重视批判性、忽视实际经验的研究思维。在国际化等同于经验学派、本土化等同于批判理论的语境中，批判理论是遭遇排斥的。因为一旦强调批判理论，就似乎意味着不重视经验化、计量化和科学化的研究方法。但这是对批判学派和经验学派的“双重误解”。

**陈 一：**是的，纠结于这样的问题意义不大。传播学研究要有方法，更要有立场；要直面中国的现实问题，而不是生搬硬套西方的理论；不是靠一堆数据，或者是一套理论话语吓唬人，无论使用何种理论或方法都是为了解决具体问题。

**曾一果：**其实港台学者对此也有困惑，香港学者感叹为了晋升职称，不得不用英文写作，向国际传播学刊物投稿，因为只有研究成果发表在英文刊物上，成果才被承认，英语不好的干脆先用汉语写作，再请人翻译成英文。一位香港学者说：“‘读洋书’、跟‘英语世界’打交道，确实令一辈人开启视野，学懂科学分析，跟现代文明接轨。但另一方面，‘写英文’也为作者勾起种种不愉快的殖民成长记忆。更重要的是，它标示了今时‘英语’在学术界的霸权地位。”<sup>[7](14-15)</sup>中国传播学界“本土化”与“国际化”的论争，不仅彰显了崇尚批判理论与遵循经验主义研究之间的冲突，在更深层次上，是以中文为主的本土研究和以英文为主的所谓国际研究之间的矛盾，而这种矛盾一直难以调和：“长期以来，中国传播学界一直受困于两条彼此对立的研究路径——本土化与国际化。这两条路径各自以中国为本位和以西方为本位展开论争，迄今也未找到双方视角的交汇点。”<sup>[8]</sup>

**陈 一：**是的，中国传播学界的本土研究本身包含了对西方学术霸权的不满，李金铨在《超越西方霸权——传媒与“文化中国”的现代性》一书中指出要超越西方霸权，建立适合中国的传播学研究，他说：“假如华人传播学术圈照搬美国这套主流的东西回去自己的文化脉络，不假思索改造，只顾一逞奋勇再生产，那么注定要沦入‘边缘的边缘的边缘’的命运，对于目前惊天动地的社会变革，如果不是无动于衷，也只能默然旁观”。<sup>[9]</sup>

**谷 鹏：**本土化和国际化本来是不应该互相排斥和冲突的，注重本土传播研究并不代表排斥国际视野和遵循国际学术规范，本土化本身其实就是应该在全球视野下的本土，而不是闭关锁国、不接纳国际学术主流的东西。前面也提到，不同国家都有自己的学术传统，在接受经验学派或者批判理论的过程中，往往要根据自己的本土情况加以修正，主要目的是为了解决具体实际的问题，国际上一些有价值的方法和理论其实都可以经过改造而适用于本土，这一借鉴过程也可能创造出新的学术观念或学术流派，而这很可能改变全球传播格局，为全球传播学界提供新的理论和方法。“强调中文学术创作，并非要把本土研究孤立于国际学术讨论之外，保持国际联系，参与国际学术对话、探索境外论题，追求国际卓越指标，往往能借他山之玉，激活本土学术，避免故步自封，提高跨地域的普遍对比，令学术视野更为多元及更具弹性”。<sup>[7](14-15)</sup>

## 参考文献：

- [1] 张锦华. 批判传播理论对传播理论及社会发展之贡献 [M]. 朱立, 陈韬文. 传播与社会发展 [C]. 香港: 中文大学出版社, 1991: 17.
- [2] (德) 格·施威蓬豪伊赛尔等. 多元视角与社会批判——今日批判理论 (上卷) [M]. 鲁路, 彭蓓译. 北京: 人民出版社, 2010.
- [3] 张锦华. 批判传播理论对传播理论及社会发展之贡献 [A]. 朱立, 陈韬文. 传播与社会发展 [C]. 香港: 中文大学出版社. 1991: 17.
- [4] 劳伦斯·格罗斯伯格, 刘康. 对话: 关键时刻的语境大串联 [J]. 中国图书评论, 2007 (4): 104.
- [5] 李金铨. 超越西方霸权——传媒与“文化中国”的现代性 [M]. 伦敦: 牛津大学出版社, 2004: 83.
- [6] 陈卫星. 从文化工业到文化产业 [J]. 国际新闻界, 2009 (8): 8-12.
- [7] 吴俊雄, 马杰伟, 吕大乐. 香港·文化·研究 [M]. 香港: 香港大学出版社, 2006.
- [8] 李智. 在“理论”与“经验”之间——对中国传播研究二元路径的再思考 [J]. 国际新闻界, 2011 (9): 37.
- [9] 李金铨. 超越西方霸权——传媒与“文化中国”的现代性 [M]. 伦敦: 牛津大学出版社, 2004: 8.