

[文章编号] 1002-5685 (2008) 10-0037-04

拉斯韦尔 5W 模式探源

□ 高海波

(中南财经政法大学新闻与文化传播学院, 武汉, 430073)

【摘要】 拉斯韦尔 5W 模式是影响经验传播学派的重要学说之一,但对它的形成情况进行专门研究的尚不多见。本文从文献分析入手,对它的形成过程做出了详尽的考察,弄清了它的来龙去脉,阐明了它与拉斯韦尔的政治学说和宣传研究之间的联系,纠正了关于 5W 模式的一些误解,并在具体的时代背景中分析了它的历史局限性。

【关键词】 拉斯韦尔; 5W 模式; 宣传; 意识形态

【中图分类号】 G206 **【文献标识码】** A

加拿大传播学者巴克斯顿 (William Buxton) 根据洛克菲勒传播研讨班有关档案文献的研究,提出了一种关于拉斯韦尔模式起源的最新见解,认为这一模式的真正作者并非拉斯韦尔本人,而是研讨班的召集人约翰·马歇尔 (John Marshall)。证据是在马歇尔所留下的个人记录中就已经形成了非常接近于 5W 模式的说法。在对传播研讨班成员的讨论情况进行总结时,马歇尔这样写道:分析一项给定的传播活动的效果……涉及到回答这样一个基本问题:“对谁说的”。为综合效果研究的各个独立发现,研究者必须将某个时刻及之前通过各种媒介“说了什么”与“正在说什么”联系起来。最后,他还必须把“说了什么”同“谁说的”联系起来,如果可能的话,还应把传播者的意图也考虑进去。^[1]

这段话写在 1940 年,时间比拉斯韦尔 1948 年发表的《社会传播的结构与功能》要早,所以巴克斯顿认为马歇尔才是 5W 模式的真正作者。

巴克斯顿在做出上述推论时出现判断错误。马歇尔可能只是记录下了研讨班成员的发

言而并非他自己的独立见解。况且,即便研讨班提出了 5W 模式,但那也只是它形成过程中的一个发展阶段。对拉斯韦尔本人来说,5W 模式有着属于他自己的个人起源。

5W 模式的早期表述

作为传播学的早期研究者,拉斯韦尔是从宣传分析开始其传播研究的。因而在追溯 5W 模式的起源时,他的宣传研究著作似不应被排除在外。1927 年他出版的《世界大战中的宣传技巧》一书,虽然以探讨“一战”中的宣传方法为主题,但稍加分析我们还是可以看出 5W 模式已初具雏形。全书内容可分为宣传组织、宣传内容(包括宣传目标、宣传方法等)和宣传结果三大部分。而根据拉斯韦尔后来介绍,宣传活动的对象其实也是包括在上述分析框架之中的。在该书 1971 版导言中,拉斯韦尔写道:受乔治·赫伯特·米德 (George Herbert Mead) 对自我分析的启发,我们知道强调宣传者及其受众的身份是十分重要的。一种便利的分类标准

【收稿日期】 2008-9-19

【作者简介】 高海波 (1974-), 中南财经政法大学新闻与文化传播学院传播学者,主要研究方向为美国传播学史。

是把宣传活动的参与者分为4个主要群体,他们是每一个民族国家的发言人都提或讲到:“我们国内的受众”、“我们的敌人”、“我们的(或他们的)盟友”和“中立者”。^[2]上述分类是根据敌我关系对所有宣传活动的目标群体所作的区分。这样看来,在1926年拉斯韦尔写作《世界大战中的宣传技巧》时,宣传活动的构成要素——宣传者、宣传内容、宣传方法、宣传对象和宣传效果——在他脑海中已基本成型。

1935年,由美国社会科学委员会下属的压力集团与宣传顾问委员会资助,拉斯韦尔和凯西(Ralph D. Casey)、史密斯(Bruce L. Smith)合编了《宣传与推广行为》一书。这是一本书目文献汇编,汇集了当时有关这一主题的4500篇文献,并加以说明介绍。全书由宣传技巧、推广群体、反应、符号、渠道、效果以及对社会的启示等七个部分组成。这是5W模式发展过程中的一个新阶段。1946年拉斯韦尔等人进行修订,出版了《宣传、传播与公众舆论》一书。这本书在传播学发展史上的一个贡献就是首次明确提出了“大众传播学”的概念。全书分为两大部分,第一大部分是凯西、史密斯和拉斯韦尔撰写的四篇文章,分别介绍传播渠道、传播者、传播内容和传播效果;第二大部分仍为文献目录汇编。在总题为《大众传播学:四篇论文》这部分的开头有一篇介绍性文字,其中写道:“随着最近几年来的发展,对传播的科学研究围绕传播行为的四个相继阶段而展开:传播是在什么渠道中发生的?谁传播的?对谁传播的?谁受到传播的影响以及如何受影响?”^[3]

同样是在1935年,拉斯韦尔出版了《世界政治与个人不安全》一书。该书开宗明义即提出“政治学就是研究谁得到什么,什么时候,以及如何得到”。这句话后来成为1936年拉斯韦尔为该书所出的一个简写本的标题,这就是《政治学:谁得到什么?何时和如何得到?》。从表述方式上来看,拉斯韦尔关于政治学的研究内容的说法与5W模式的内容是极为接近的,不妨看作是5W模式的原型。作上述

推测,几乎对每一个想弄清5W模式来历的人都有着相当大的诱惑力。例如,美国学者加里(Brett Gary)在评价1940年7月份洛克菲勒传播研讨班报告中提出的大众传播学就是回答“谁?说什么?对谁说?产生什么效果”这四个问题时就写道:“这一模式贴上了拉斯韦尔的标签,让人回想起他1936年《政治学:谁得到什么?何时和如何得到?》一书的标题。”^[4]施拉姆(Wilbur Schramm)在他的遗作《美国传播研究的发端》中更是以知情人的口吻透露:1936年拉斯韦尔写了一本恐怕是每一位美国的政治学研究生都读过的书,题目叫做《政治学:谁得到什么?何时和如何得到?》。如果你注意到它和拉斯韦尔著名的传播过程模式——谁?说什么?对谁说?通过什么渠道?产生什么效果?——有相似之处的话,这种类同绝非偶然。这种速写是拉斯韦尔让思想简明的方式之一。^[5]

然而不管是施拉姆还是加里,都只是以猜测的语气提出他们的观点,除了形式相似,还缺少更有力的佐证。现在我们找到较为直接的证据。1937年在《宣传与传播渠道》一文中,拉斯韦尔在指出美国商业利益基本上控制了所有传播机构并对符号环境产生了重要影响,要以长远眼光看待这一问题之后,强调要对传播活动的后果进行分析,也就是要考虑“谁得到什么,何时,以及如何得到”。^[6]这表明拉斯韦尔5W模的表述式确实是从他的政治学研究框架中套用过来的。

从以上讨论中可以看到,5W模式有一个比较漫长的形成过程,并且带有拉斯韦尔本人的独特标记,与他的政治思想、宣传研究有着难分难解的关系。这还只是从表述方式上所作的追溯。而它的内涵恐怕更是远远不止于分解传播活动要素那么简单。

5W模式的历史内涵

在被誉为传播学发展史上的一部纲领性力作的那篇《社会传播的结构与功能》的论文中,拉斯韦尔宣称5W模式是研究传播行为的

一个简便方法,但他马上又说对传播构成要素的细分并不是他的目标所在,从而将话题转移到了对传播功能的探讨上来。对照 SW 模式,拉斯韦尔所说的传播功能与传播效果所关注的是同一个问题,即如何进行有效传播。在相当大的程度上,二者是可以互换的。这就是为什么拉斯韦尔通篇都在讲述传播功能,而后人却说他强调传播效果的原因。

拉斯韦尔所总结的环境监视、关系协调、文化传承三大功能,固然具有普遍意义,全世界各国的人民都可以从中得到某种教益,拿来而自己所用,但我们更应该把它放到具体的历史语境中去考察,这样才能更清楚地理解他本来的意思。三大功能当中,环境监视功能居于核心地位,是其余两种功能的前提和条件,所以我们在这里把它作为一个重点来加以分析。从拉斯韦尔的政治学理论著述范围而言,环境监视功能应该直接脱胎于他在 1942 年所提出的政治决策过程中的情报功能。这种情报功能,能为决策者提供信息和知识,使其认识到行动的条件与后果。它与建议、方案、创新、应用、评估和结果一起构成了决策过程的七大环节。拉斯韦尔把它们称为决策过程中的七大功能。他说,情报这个概念指的是作为选择之依据的一系列事实与评价。当然他注意到在他那个时代,情报主要是在军事意义上使用的,民间语汇中较为罕见。不过他解释说,接受该词为了强调传播对政策活动的重要性。拉斯韦尔指出,在任何政体当中都存在着专门履行情报职责的机构,这是功能分化的一个必然结果。例如,“在联邦层次上,像中央情报局、统计局等等机构,当我们在思考情报功能时,立即就会想到它们”。^[7]

拉斯韦尔关于情报功能的认识直接反映和体现在了《社会传播的结构与功能》一文中。举例来说,按拉斯韦尔的说法,环境监视功能的一系列重要表现包括提供关于敌对国家的行动和实力的情报,使用公开和秘密的特务探察对方,以及开展反谍报工作等等,因此其代表人物为外交官、使馆人员和驻外记者。关于外交人员和驻外记者的情报功能,在

今天早已成为政治常识,但在拉斯韦尔当时却具有启蒙意义。为了使环境监视功能更具普遍性和一般性,拉斯韦尔还对动物社会中的情形进行了分析,指出某些动物在其中专门承担着“哨兵”角色,监视环境中的异常动静,负责向其他成员发出警报。但这只是为了作一个类比,显然不是论述的重点。重点在于如何利用这种功能去维持一个社会中的“需要与价值体系”,也就是发挥其意识形态作用。用拉斯韦尔自己的话来说,意识形态就是社会结构中那些用来支持整个社会体系的传播内容,他称之为主流意识形态。而要维护某个社会中的主流意识形态就必须注意与之对立的“反意识形态”,包括对其进行监视刺探,积极搜集情报等等。情报和意识形态之间的关联在拉斯韦尔看来是再自然不过的,因此他 1942 年的文章就以《意识形态情报与公共政策的关系》作为标题。

与意识形态相关联的另一个因素是它所折射出的对立与冲突——主流意识形态与反意识形态之间的势不两立、水火难容。而献身于同敌对意识形态的斗争,几乎就成了拉斯韦尔大部分研究生涯尤其是传播研究活动的写照。1920 年代他表达了对资本主义民主前途的深深忧虑,提出了把宣传作为解决西方世界由于自由放任主义而导致的社会问题的一剂良方。1930 年代他对芝加哥地区共产党的宣传活动做了研究,积极为政府当局寻找对策。1940 年代他在国会图书馆的战时传播项目,使命就是利用内容分析法提供关于德国敌人的情报。1950 年代他在胡佛研究所的“国际关系中的革命与发展”项目,旨在对世界上的某些主要国家进行监视。

拉斯韦尔上述活动的具体性质并不完全相同,但其中所包含的意识形态对立观念、对资本主义价值体系的维护则是一以贯之的。因而在《社会传播的结构与功能》中我们可以读到这样的段落:“今天,世界政治的权力结构深受意识形态冲突和美苏两大国的影响。两国的统治人物都把对方看作潜在的敌人,

不仅认为国家之间的分歧可能要通过战争来解决,而且紧迫地感到,对方的主流意识形态会诉诸本国的不满分子,削弱本国统治阶级的权力地位。”^[1]类似的表达在这篇文章中绝非仅见,只不过很多时候他有意地把话说得很含混。拉斯韦尔最后得出的结论也许是比较隐晦的——在衡量任何一个特定环境中的传播效果时,必须考虑到正面临着威胁的价值体系,以及有关政治集团的特性——但他还是克制不住自己提醒人们思考战争的可能性,因为他看到了又一场传播战或意识形态战即将降临。

作为20世纪美国最有影响的政治学者之一,拉斯韦尔的一个独特贡献是他从宣传的角度思考政治问题,并且得出了资本主义意识形态必须要进行宣传这一对西方世界不啻为振聋发聩的结论。作为一个历史文本,在拉斯韦尔的《社会传播的结构与功能》一文中,意识形态实际上成为了文章的主题词,贯穿着对所谓的三大社会功能也就是传播效果的阐释与论述之中。正如传播学者们不断反复强调指出的那样,拉斯韦尔的5W模式导致了传播学对测定传播效果的重视。如果结合拉斯韦尔本人的思想底色、学术经历和时代背景加以分析,他所使用的效果一词是有其特定含义的,与意识形态有着难分难解的相互指涉关系。拉斯韦尔以内容分析方法名世,而他的一位学生也是美国著名政治学家的普尔(Ithiel De Sola Pool)则表示内容分析方法不过是情报功能的一部分。普尔的说法和拉斯韦尔关于传播功能的表述,其中实在有着难以明言的深意,值得反复思索

回味。在拉斯韦尔5W模式公开发表60年后的今天,该是我们对这份传播学的“学术遗产”进行认真清理的时候了。

注释:

- [1] William Buxton (2003). "From Radio Research to Communications Intelligence: Rockefeller Philanthropy, Communications Specialists, and the American Policy Community." In Sandra Braman (ed.), *Communication Researchers and Policy-Making*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- [2] [美]哈罗德《世界大战中的宣传技巧》,张洁、田清译,中国人民大学出版社,2003年,第4页。
- [3] Harold D. Lasswell (1937). "Propaganda and the Channels of Communication." In Elmer Ellis (ed.), *Education against Propaganda*. Cambridge, MA: National Council for the Social Science Studies, pp.14-26.
- [4] Brett Gary (1999). *The Nervous Liberals: Propaganda Anxiety from World War to the Cold War*. New York: Columbia University Press, p.101.
- [5] Wilbur Schramm (1997). *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir*. Thousand Oaks: Sage Publications, p.28.
- [6] Rodney Muth et al. (1989). Harold D. Lasswell: An Annotated Bibliography. New Haven, Connecticut: New Haven Press, pp.79-80.
- [7] Harold D. Lasswell (1942). "The Relation of Ideological Intelligence to Public Policy", *Ethics*, Vol. 53, No.1, (October, 1942): pp.25-34.
- [8] 拉斯韦尔《社会传播的结构与功能》,谢金文译,载张国良主编《20世纪传播学经典文本》,复旦大学出版社,2003年,第205页。

The Emergence of Harold D. Lasswell's 5W Formula

GAO Haibo

(School of Journalism and Cultural Communication, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, 430073)

Abstract: By analyzing the historical text, this article makes a thoroughly examination on how Lasswell's 5W formula was founded and traces it to the exact origins. Some mistakes on the development of Lasswell's formula are corrected. And the relations between Lasswell's formula and his political theory and propaganda analysis are revealed.

Keywords: Harold D. Lasswell, 5W Formula, Propaganda, Ideology

[责任编辑:王亦高]