

从传播效果看张骞通西域

——浅析张骞的传播实践

汤英¹ 谢珏璇²

(1. 兰州交通大学, 甘肃 兰州 730070; 2. 内蒙古科技大学, 内蒙古 包头 014030)

[摘要]以张骞出使西域为开端的古“丝绸之路”虽成为历史,但其促使中西文明第一次碰撞,并在以后的历次接触碰撞中相互激发、学习、滋润,互相从对方的体系中汲取本文化发展需要的养分,进而推动人类文明不断向前发展。张骞通西域开始的对外传播,掀起了中国对外传播史的扉页,成为中国历史上大规模的对外文化传播、交流的开端。而从传播效果研究方面来看,张骞的“凿空”无一不体现着传播主体、传播对象、传播内容、以及传播技巧等对传播效果的影响关系。本文试从传播主体西汉王朝、传播对象西域各国两个方面对张骞“凿空”之行的传播效果来进行审视,浅析其传播实践及在中国传播史上的独特价值。

[关键词]张骞出使西域; 对外文化传播; 传播效果

[中图分类号]K234.1

[文献标识码]A

[文章编号]1007-9882(2014)03-0187-04

一、中国对外传播史的第一页——张骞的“凿空”之行
历史是昨日的新闻,新闻是明日的历史。无论是古代官方使者互往、史官记事还是现代各类新闻媒体的传播实践活动,都需通过事实来反映社会生活,都需要运用诸种调查采访手段来寻找事实真相,都必须怀有高度的社会责任感来忠实记录,并由当时的“受众”来评判是非善恶。这样的传播对促进统一无异于能够创造一个好的舆论环境,进而对当时的政府起到提醒监督的作用。而在统一后,如何运用传播手段来巩固统治则成为统治者们非常重视的问题。于是,国力强盛、民族融合的西汉王朝信心十足地将目光转向更远的外部世界,将传播活动由国内拓展到对外交流。在当时政治和军事需求的背景下,以张骞通西域为主要内容的传播活动,掀起了中国传播史上对外传播的扉页。

路线:张骞通西域,从狭义上说,主要指我国新疆天山南北、葱岭以东、玉门关阳关以西的地方。从广义上说,则泛指玉门关、阳关以西的广大地区,包括亚洲中西部、印度半岛、欧洲的东部和非洲的北部地区,连接东亚、西亚及地中海。近代德国地理学家费迪南·冯·李希霍芬(Ferdinand von Richthofen)在其著作《中国》一书中将这条由张骞开拓的世界贸易古道,首命其名的“丝绸之路”中最主要的一条陆上通道。随着时间的推移,便于丝绸西传的“丝绸之路”逐步形成,连接亚、欧、非三大洲,成为东西方往来的交通大动脉,为推动东西方经济贸易往来、文化沟通交流发挥了举足轻重的纽带作

用。这条陆上“丝绸之路”并非一条简单的直线,而是以“丝绸之路”主干道为依托的基础上形成了若干条四通八达的商道。

目的:为了反击匈奴,同时也为了发展与匈奴的政治商贸关系,西汉政府开始了与西域的直接接触。第一次接触,即张骞出使西域。第二次是出使乌孙,为招乌孙迁回故地,以“断匈奴右臂”。

意义:张骞“凿空(空者,孔也。意即凿通孔道)”之行以及随后的“丝绸之路”所开辟的不仅是交通道路和商路,更是一种文化信息之路,而传播最重要的特点便是信息的流动。西域道上传递的不仅有实物和技术,还有信息。信息在流动的过程中不自觉地遵循了一种自高级文明部落(大汉王朝)向次高级文明部落(西域各国)流动的秩序,与此同时又产生夹带着西汉政治意识形态和文化精神的物质,这种物质与信息相交流动的秩序最终便导致了文明对外的传播效果。文明的传播经历了关于实物形式的传播,如丝绸、漆器等;关于技术方面的传播,像炼钢术、凿井挖渠等;同时也出现了伴随着传播主体西汉政府有意识的信息传播而名扬西域的以儒家思想为代表的中国传统汉文化。通过这些传播,华夏文明进而沿着古老的“丝绸之路”不停地向着世界陌生的区域延伸。^[1]当然,汉文化的这种延伸离不开汉武帝的“罢黜百家,独尊儒术”的政治文化策略,但最主要的还是取决于张骞开辟的中西交通要道。可见,汉王朝与西域各国的政治、经济交流,尤其文化方面的对外传

* [收稿日期]2014-04-25

[作者简介]汤英(1987-),男,内蒙古磴口人,兰州交通大学马克思主义学院硕士研究生,研究方向:马克思主义中国化。

播,都有着张骞的开创之功。

二、以西汉王朝为传播主体的传播效果分析

人类传播活动自古便是一种有目的的社会活动。而从传播效果研究方面来看,属于“丝绸之路”的张骞“凿空”之行的传播实践又充分体现出西汉王朝这个传播主体与世界各地的往来联系,以及大规模的政治、经济、文化交流等方面对传播效果的重要影响。

(一) 传播主体西汉王朝的传播策略及实践

传播效果是通过带有说服动机的传播行为的扩散,从而引起受传者心理、态度及行为的一种变化,是传授双方的原动力,贯穿于传播活动的过程始终,保证传播行为产生理想效果是传播活动的根本目的,也是评价传播活动水平和质量的重要标准。^[2]对此传播效果的理解是通过实施带有说服动机的传播活动,达到或者是大程度上达到传播者的目的或意图。

1. 汉武帝为御匈奴的传播策略

“国于大地,必有与立”。当此之时,汉王朝对内采取的“罢黜百家,独尊儒术”的文化控制手段已然为其创造了良好的精神环境和土壤;对外则急需用兵巩固疆域,开辟中西交通,希冀与周边各国建立外交关系。此时作为重要的传播主体的西汉王朝,正向全盛时期迈进,武帝即位欲施其招还大月氏共御匈奴的雄才大略,来“招募能使者”出使西域,入伍十年之多的张骞(汉中人)以郎官身份应募被武帝准许。从汉武帝建元三年直至前126年,长达13年的西域之行与考察传播活动以及使团队伍的传奇经历,终使以汉武帝为首的西汉王朝这个传播主体大开眼见。

张骞的归来,以及其后所著的报告《出关记》,第一次为汉武帝勾勒出西域的基本轮廓,探得世界的广漠无垠,为西汉王朝的军事决策提供了重要战略依据。在这里,传播对战争的影响是不言而喻的,没有西汉王朝这个传播主体的派出使者之策,战争就无法展开。与此同时,对于传播主体汉王朝来说,要想改进向西域诸国传递官方信息的传播效果,其前提条件是得到受众(西域诸国)的信任,得其信任必先树立汉王朝良好的形象。如:前128年,被匈奴控制长达10年之久的张骞乘机逃出单于王廷,翻越葱岭,来到大宛国(位于今吉尔吉斯斯坦费尔干纳盆地),大宛国王对远在大汉王朝一直怀有崇拜和仰慕之情,只因与大汉王朝路途遥远,再加之匈奴阻隔,“欲通不得”。大宛国王为表示对大汉王朝的友好,爽快答应张骞的要求,并为其派出向导,将张骞等人送至大月氏王廷(今阿富汗一带)。无疑,此时的传播主体大汉王朝在其传播对象大宛国那里的美好形象,是促成张骞一行此次顺利到达大月氏的重要前提条件。

自此,西汉正式打开了对外的门户,开始关注外面的世界。传播主体汉王朝要使用它的传播技巧策略来巩固大汉天下,外交是其一。为了控制西域,西汉政府采取了一系列措施,以加深对西域的影响力。最直接的联系就是派遣使者,在往来使者中,出现了两个较为特

殊的队伍,即是西汉送往西域和亲的公主与西域诸国前往汉朝的质子。^[3]除和亲、纳质外,西汉政府为加强控制力还直接设置行政机关,如:公元前60年,设立西域都护,新疆开始隶属汉王朝管辖,建立邮递网络和驿站来进行信息传播和互动。

2. 商贾和移民的传播行为及其作用

西域道上,除了政治往来,贸易和技术交流也开始频繁,商业活动日趋活跃,但主要商品仍是丝绸。此外,在中国传统汉文化西传的同时,西域文化也开始东渐。而在张骞通西域之后的漫长的历史长河中,由“丝绸之路”上的商贾、移民及驻守边关的屯田士兵等构成的传播主体,都从不同程度上为传统汉文化的对外传播做出了贡献,从深层次上看,对推动当时整个社会的进步和发展具有重要意义。

商贾:西汉时,西域各国通过“丝绸之路”这个桥梁与汉朝陆续建立友好关系。据有关“丝绸之路”史料记载,“丝绸之路”这个交通大动脉上往来最为频繁的、人数最多的就是商贾。在西汉时,商贾也凸显了逐利的本性,携带丝绸等物资赴西域贸易通常假借汉使的名义,但不可否认的是,商贾的对外贸易往来,客观的对商品的输入地产生了深刻的影响,特别是把传统的汉文化传播到西域诸地,对西域各国的思想文化也产生了深刻的变革。同时,商贾也将西域文明输入中国,对当时的汉朝也产生了巨大的影响。商贾这类传播主体在不经意地努力之下架起了中西文化的友谊之桥。

移民:在以传播为己任的主流传播者之外,还有一些传播者的传播行为的发生也是无意识的,这其中就包括因各种天灾人祸而迁居国境之外的中国人。^[4]如:汉朝以后,不少边疆地区的老百姓们为了躲避天灾和连年的战祸,通过“丝绸之路”逃到了周边各国,移民中也不乏读书人和技术人才,通过他们把西汉的传统文化和先进科学技术也带到了西域各地乃至世界各地。

在这里,商贾和移民这类传播者执行了“社会遗产的传承功能”,人类文明发展的漫长历史过程中积累的经验、知识、智慧需要他们源源不断地传承给子孙后代。作为传播主体和传播行为的发起者的商贾和移民,他们是通过发出的信息主动作用于他人的人。而西汉王朝是传播特权的拥有者,它始终保持的传播过程的首端,控制着传递信息的内容、流量、流向和受传者的反应。西汉政府各部门汇集来自各个渠道不同信源的信息,经过层层把关、筛选、过滤和加工处理,生产成满足他们的标准产品,后再传输给“接收器”——受传者(西域各国)。作为传播主体(包括西汉王朝、商贾和移民)施控客体的受传者(西域各国)始终处于传播过程的终端,被丰富的信息资源拒之门外,无法接触到第一手的信息资源,只能在传播主体提供有限信息范围内做出有限的选择。由此看来,以传播主体为中心、单向、线性为主要特征的大众传播成为了保证社会信息遗产代代传播的重要机制。

(二) 使者张骞在其传播实践中的意见领袖形象

无论在古代还是在现代,整个社会传播过程中,公众意见领袖对议题的导向都可能在较短时间内急速凝聚全民的高度共识,并会大范围促成主流价值的社会舆论。而社会舆论情况的变化一定程度上会反映出社会心理和社会意识的变化,变化了的社会舆论反过来又会进一步强化业已形成的社会心理和社会意识。在此过程中,在意见领袖的影响下所形成的公众意见最终会成为所谓左右政府主流宣传立场的“价值链”。

张骞“以郎应募”,作为出使西域的使者,在这里充当的自然而是单一型公众意见领袖的角色,尤其在其向西域各国的传播实践过程中,意见领袖张骞的价值、信源、知识面、责任感、人际交往能力、社会地位等因素对整个大汉王朝所期待的传播效果起着不可替代的前提作用。此时的使者张骞一方面同汉王朝是上下级关系,另一方面同被影响者(传播对象)及西域各国又保持着平等的横向关系。而在汉武帝时期,张骞在其所在的外交这一特定领域非常精通,最重要的是在朝廷和周围西域诸国中享有很高的声望:公元前114年,张骞病逝于长安,太史令司马迁在史记中对张骞给予了充分肯定“于是西北国始通于汉矣,然张骞凿空。”^[5]张骞已逝,但其办事干练、为人宽厚坦荡的美名则在西域各国广泛流传。此后,在意见领袖张骞的影响下所形成的代表大汉帝国主流社会意识的公众意见日渐促成了西域主要国家主流价值下社会舆论的形成与强化,最终成为了西汉王朝左右西域各国政府宣传立场的“价值链”,以至于在张骞之后凡出使西域的使者“皆称博望侯”,“外国由此信之”。

美国学者拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)的“两级传播”的观点认为,大众传播只有通过“意见领袖”的中介才能发挥影响,即“大众传播→意见领袖→一般受众”。在传播学中,活跃于人际传播网络之中经常为他人提供信息、观点或建议并对他人施加个人影响的人物,即“意见领袖(Opinion leader)”^[6]。

毫无疑问,在这样一个强大的单向大众传播活动中,张骞以及后来的商贾使节们在很大程度上充当的是传播主体与传播对象之间的重要纽带和信息传输者——意见领袖。也正是他们通过对西汉政府所发布的信息的加工与解释、扩散与传播、支配与引导、协调或干扰等功能来发挥其中介作用,甚至对当时整个社会舆论的发展走向产生过巨大的导航作用。而张骞之名,自此成为了后来汉使们通行西域的名片。由此足见,意见领袖在古代传播活动中同样具有不可忽视的作用。

因此,作为传播汉王朝政治、经济、军事思想、文化和意识形态内容的意见领袖张骞,对于凿通西域这一在大众传播方面所取得的良好社会宏观效果的开创之功,可见一斑。

三、以西域诸国为传播对象的传播效果分析

传播作为一个过程,表现为由若干要素构成并发挥

着作用,离开了受众,就无所谓传播者,没有信息的交换和流动,也就没有传播。张骞作为一个聪明的传播者,能够及时收集和分析受众(西域路上所经历各国)所反馈的信息,并对其传播方式不断进行改进和修正,从而为其后来的传播实践活动奠定了牢固的基石。

(一) 以大月氏、乌孙为主要传播对象的西域之行

约翰·彼得斯在《交流的无奈:传播思想史》中指出,“交流是一个理想的乌托邦,完美的交流是不可能实现的,我们在这里得到的就是交流的失败”^[7]但在社会传播现实中,无论古今,所有的传播都在力求最佳效果。

在我国春秋战国时代,就有诸子百家通过讲学、著述、游说活动竞相传播自己的社会理想、治国韬略和学术主张的同时也留下了不少有关传播效果的精辟论述。^[8]如荀子的“谈说之术,矜庄以莅之,端诚以处之,坚强以持之,譬称以喻之,分别以明之,欢欣分芻以送之;宝之、珍之、贵之、神之;如是,则说常无不受”的著名见解,即是对说服性传播艺术及其效果的高度概括。

1. 对大月氏进行的说服性传播

公元前139年,张骞被武帝派去寻找、联络数十年前为匈奴所破的大月氏,但汉使者此时采用的“诉诸理性”和“诉诸情感”的说服性传播方式却并未起作用。很显然,此时的张骞因不了解传播对象的属性、“既有倾向”或背景,最终导致其说服性传播与交流的失败。而受传者大月氏的“个性”则极大影响了汉王朝的传播意图和传播效果。

大月氏原是印欧语系的民族中最东面的一支,因汉初在匈奴的攻击下被迫朝西南方向遁逃,臣服位于今日阿富汗的希腊人的大夏王国(亚历山大帝国分崩后留下的一个王国)在那里定居了下来。由于新地肥饶,生活安定,此时的传播对象——大月氏人已不愿回归河西故地再与强大的匈奴为敌;汉使者张骞在此留驻一年多,期间对大月氏及周边各国进行了考察,最终因“不能得月氏要领”不得不返回中国。

汉王朝的“联大月氏,共击匈奴”的传播意图并未达到,军事策略的传播效果也未达到,但随身带回的象征希腊文化的葡萄树苗以及大量有关西域地理的资料却成了中国随后在中亚开展军事和外交攻势的基础。成也传播,败也传播,而能否准确而又迅速的传播信息,可以直接影响战争的胜负。前123年,卫青率军出定襄(今内蒙古和林格尔),此时的传播者张骞由于具有较多的荒漠行进经验、熟知地理特征,尤能“知水草处,使军得以不乏”遂以校尉身份参加行动,大败匈奴而还,最终迫使匈奴迁往漠北。

2. 对乌孙进行的的目的性传播

知己,要靠传播来沟通;知彼,更需要传播来了解。公元前119年,为招乌孙迁回故地,“断匈奴右臂”,武帝命张骞率三百多人组成的庞大使者团队沿着中西交通干线再次出使西域,先后出使乌孙、大宛、康居、月氏、大夏等国,为期五年。此次力劝乌孙东返的使命仍未完

成,起因是受传者乌孙王并不了解大汉帝国的全貌,尽管手持汉节的外交官张骞略知传播对象乌孙王的贪财心理,却不知乌孙国的内讧背景,而张骞的政治联姻、汉乌结盟的传播建议则激起了乌孙王要了解汉朝实际情况的好奇心理。于是,外交官张骞力劝乌孙东返的目的性传播未果,却促使之后乌孙与汉之间建立起了长达600多年的友好关系。

前115年,张骞带着乌孙王派往回访大汉的向导、翻译、使者们到达长安。随骞入汉的使者们在实地进行了考察,他们深感汉朝的强大和富庶,随后将考察结果禀报其王。经过一番传播主体与传播对象的信息交流和扩散之后,乌孙国最终与大汉联盟、联姻。在此,虽然是西汉的强势地位是吸引乌孙的必要条件,但是与此同时,和亲(联姻)也成为了汉文化在国外传播的一个重要契机,传播作为人类发展史上一种既复杂又普遍的社会现象,在张骞对乌孙此次所进行的目的性传播中,就体现出了传播所具有明显的过程性特点。

(二) 传播对象西域诸国与汉王朝的互往及其“反馈”

信息的传播和接收过程,是传播主体与传播对象彼此进行相互交流、影响的过程。传播主体通过所传达的信息对传播对象施加一定的影响,反过来传播对象通过信息的“反馈”影响传播主体。构成传播的双向性要素是“反馈”,传播对象的“反馈”在时间和空间分别表现为信息交流的往返关系与承接关系。因此,了解传播对象西域各国“反馈”的特性,对于提高汉王朝传播信息的效果很有必要。

任何传播都发生在一定的社会文化环境之中。西域道上,伴随政治往来和军事战争的同时,商业活动开始活跃。而当时中外之间的政治、文化的传播很大程度上正是依附于经济往来而进行的。而张骞的出使,使传播对象西域诸国得以了解蕴藏于西汉的巨大商机,进而极大推动了西域各国从各个方面对其传播主体汉王朝的积极“反馈”。

在传播实践上,张骞这位代表着西汉政府高级公关形象的外交家就很好地贯彻了汉武帝的可信性对外政策:联合诸国,共御匈奴。与此同时,还时时不忘树立汉王朝这个传播主体的政治权威性和提高其在国外的威望。为此,才有了传播对象乌孙与汉通婚结盟,大宛、康居、大月氏、大夏、安息、身毒、于阗、犂犂等西域各国开始与汉使者互往,以期在政治、商业、文化等方面的“反馈”。事实上,传播主体西汉政府与其传播对象西域诸国的诸多政治文化活动本就与商业活动纠缠在一起。传播主体与传播对象之间有利以引诱为诱饵达到政治目的的传播效果的,如张骞第二次出使西域就随团带有牛羊万头,大批钱币、绢帛,价值“数千巨万”;有以政治为幌子谋求经济利益的,汉代时的中外使者中相当一部分其实是冒充使者的商人,如《汉书·西域传》记载:康居国遣质子入汉,是为了与汉互市。

在这一传播过程中,无论是作为传播主体的汉室王朝,还是作为传播对象的大宛、康居、大月氏、大夏、安息、身毒、于阗、犂犂等西域各国,都在一定程度上是交流传播过程中的被影响者。而作为传播汉王朝政治、经济、军事思想、文化内容和意识形态的意见领袖张骞所进行的传播实践活动,以及张骞出使西域开始的对外传播所产生的传播效果,又实实在在地对西汉的政治、经济、文化、社会的发展产生了重大影响,进而由此产生了兼具东西文化特色的、奇异的西域文明。而新兴的西域文明这朵奇葩无疑是对强大的汉文化在对外传播之后最好的“反馈”内容。

大汉王朝的文明光辉,经张骞的“凿空”之行,开始照彻西域。如翦伯赞先生所言“大约在里海、黑海之南,便与罗马共和国的光辉交光连采,呈现出一种奇异的美景,这就是东西两个世界的历史运动之交流,亦即世界史的运动走向统一的表征”^[9]。随着西域交通的开辟,使中国走向世界的张骞通西域成为大一统帝国政治、经济、文化发展的需要,又促成了中华民族传播观念的更新与进步。当时的人们已经注意到吸纳其他民族文化的重要意义;也开始意识到强大的帝国并不是孤立的,它有着对外交流传播的愿望,它必须与外部世界融为一体。而自秦代蒙恬为御外侮修建万里长城之后,中国人逐渐形成的闭关自守心理与孤僻的文化观念,一直有意无意地阻碍着人们走向世界的活跃思想与冒险精神。张骞通西域的传播实践活动毋庸置疑给当时中国人精神上的万里长城打开了一道缺口,使中国人得以了解更遥远的世界,也让世界在传播互动互往中开始了解东方大国,为中国古代的对外传播史书写下了光辉灿烂的一笔。

[参 考 文 献]

- [1]哈艳秋,鄢晨. 略论古“丝绸之路”的华夏文明传播[J]. 国际新闻界, 2001(5).
- [2]郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 1999: 188.
- [3]董锡钦,金秋. 丝绸之路[M]. 北京: 新华出版社, 1995.
- [4]李敬一. 中国传播史论[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2004: 149.
- [5]司马迁. 史记: 卷一百二十三(大宛列传之六十三)[M]. 北京: 中华书局(标点校勘本), 1959.
- [6][美]拉扎斯菲尔德,等. 人民的选择: 选民如何在总统选战中做决定[M]. 唐茜,译. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.
- [7][美]彼得斯. 交流的无奈·传播思想史[M]. 何道宽,译. 北京: 华夏出版社, 2003.
- [8]李敬一. 中国传播史论[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2004: 149.
- [9]翦伯赞. 秦汉史[M]. 北京: 北京大学出版社, 1983: 164.

[责任编辑: 陈如松]