

20 世纪西方人际传播研究的理论版图

□刘蒙之

(复旦大学 新闻学院, 上海 200433)

摘要: 本文参照杰拉德·米勒1978年提出的人际传播研究的情境、发展、规律和规则四种视角的分析框架, 对20世纪的西方人际传播理论版图进行了描绘, 并梳理出每种研究视角的代表性理论成果。西方的人际传播理论成果对我国学界从事人际传播研究, 建立具有中国特色的人际传播理论具有重要的借鉴价值和方法论意义。

关键词: 西方; 人际传播; 理论

[中图分类号] G2

[文献标识码] A

[文章编号] 1003-6547 (2009) 08-0168-02

当今世界处在一个剧烈的转型与变革之中, 人际传播正在成为一个基础的研究议题。西方在人际传播研究领域起步较早, 已经积累了大量的研究成果。只可惜国内对这些理论成果鲜有全面系统的介绍。本文的意义在于对西方人际传播理论版图进行了一个描绘, 为更好地开展富有中国特色的人际传播研究提供借鉴。

在人们之间的交往活动中, 人们相互之间传播着知识、意见、愿望和观念等信息, 从而产生了人与人之间的互相认知、互相吸引和互相作用的“人际传播”。西方人际传播研究领域的开办学派当属20世纪20年代的芝加哥学派。芝加哥学派的R.E.帕克、C.H.库利和J.H.米德等人把人际传播看作是形成人类社会的必要条件。嗣后到了20世纪60年代末20世纪70年代初, 迈克尔·罗洛夫对人际传播理论进行系统化的理论整合, 人际传播在传播研究中才取得较为专门的分支学科的地位。从20世纪80年代初开始, 西方的人际传播研究渐入佳境, 形成了一种快速发展的态势, 这个新兴学术领域的理论版图在大约半个世纪的时间里集腋成裘, 很快形成显学, 终于在20世纪90年代以后迈向成熟。1978年, 美国密歇根大学的杰拉德·米勒 (Gerald R. Miller) 在一篇名为《人际传播理论与研究的现状》的论文中, 将以往的人际传播理论研究的视角或者方法分为四个类型, 即情境的视角、发展的视角、规律的视角、规则的视角。本文在全面回顾西方人际传播理论的基础上, 以杰拉德·米勒的分类为分析框架, 对西方人际传播研究的最新理论版图进行一个比较全面的描绘。

1. 情境视角下的人际传播理论。情境视角的人际传播理论认为, 人们区别各种人际传播形式主要通过描绘不同的场合、情境和环境来实现的。情境的视角的代表性理论有意义的共同管理理论、角色理论和礼貌理论。意义的共同管理理论兴起于20世纪80年代, 代表性的理论家是皮尔斯 (Pearce) 和克罗伦 (Cronen)。皮尔斯和克罗伦1980年

的论文《传播、行为与意义: 社会现实的建构》是这一理论的发端之作。他们认为意义建构过程取决于具体的情境。意义被创造出来进而被理解的过程可能是在不断的改变过程之中。在讨论建构背景的时候, 人们的经验、信仰、价值观、插话、关系和文化等因素都发挥着作用。美国学者狄鲍特 (w.Thibaut) 和凯利 (H.H.Kelley) 创立了角色理论, 他们认为, “角色”这一概念可以从以下三个方面加以理解: 首先, 角色是社会中存在对个体行为的期望系统。其次, 角色是占有一定地位的个体对自身的期望系统。最后, 角色是占有一定地位的个体外显的可观察的行为。角色理论还认为: 角色是社会地位的外在表现, 是人们的一整套权利、义务的规范和行为模式, 是人们对于处在特定地位上的人们行为的期待, 从根本上是一种情境的产物。礼貌理论是布朗 (Brown) 与莱文森 (Levinson) 提出的。礼貌理论的核心概念是面子威胁行为。该理论认为, 人类都有被他人理解、称赞的积极面和不想被他人打扰的消极面的两面性的需求, 威胁到这个两面性的行为就是面子威胁行为。面子威胁行为是说话人与听话人的权力关系、说话人与听话人的社会距离以及所涉及行为的强迫程度三者的总和。这个理论抽象具有在不同文化情境中广泛的适用性。

2. 发展视角下的人际传播理论。发展视角的代表性理论有社会渗透理论、关系发展理论和不确定性减少理论。社会渗透理论认为, 随着人际间关系的发展, 人们之间的传播交流会从一个相对狭窄、非亲密的层面向更深、更个人的层面发展。奥尔特曼 (Altman) 和泰勒 (Taylor) 1973年出版了《社会渗透: 人际关系的发展》一书, 提出了社交渗透理论。奥尔特曼和泰勒用洋葱来形容自我袒露的发展过程。洋葱分为四层: 表面、次表面, 中间和核心层。随着信息的逐渐袒露, 洋葱的外层被剥开, 表示关系的发展。关系发展理论的主要代表学者是马克·科纳普 (Knapp, M.L.)。论述关系发展理论最早的文章是他在1984年发表的《人际传播和人

基金项目: 教育部人文社会科学重点研究基地项目

“中国当代人际传播的演进与特征”的前期成果之一 (05JJD860173)。

类关系》一文。关系发展理论根据人们关系亲密层次的变化来理解人际传播和关系发展。科纳普选择的比喻是上楼梯。每一个不同的关系阶段用不同的梯级来表示。关系发展用左手边的向上的楼梯来代表，关系淡化用右手边的向下的楼梯来代表。不确定性减少理论在1975年被伯格(Charles R. Berger)和加尔布雷思(Richard J. Calabrese)首次提出。伯格和加尔布雷思把人们的交往分成了三个阶段：建立阶段、人际交往阶段和退出阶段。这个理论能够预测和解释两个陌生人之间的关系发展。

3. 规律视角下的人际传播理论。规律视角的人际传播理论认为，人际传播存在着一些基本的规律，这些规律决定着人们的交往和传播。规律视角的代表性理论有传播适应理论、社会比较理论、社会交换理论和基本的人际关系导向理论。传播适应理论是加利福尼亚大学的霍华德·吉利斯(Howard Giles)教授提出来的，研究的是交往中人们彼此影响的方式。传播适应理论认为，在一个给定的情境下，在不同的关系中我们需要调整自己的语言。传播适应理论有几个重要的概念：(1) 集中是指在不同的交往情境中个体改变自己的言语模式。(2) 分歧强调和自己原来传播行为不同的交流方式。(3) 保持就是保持本色，我行我素，不做太大的改变。传播适应理论承认人类语言不都是在不同情境下改变的，在谈话中有一些不会改变的方面。社会比较理论是费斯汀格(Leon Festinger)1954年一篇名为《社会比较过程理论》的学术论文中首次提出。费斯汀格指出，团体中的个体具有将自己与他人进行比较，以确定自我价值的心理倾向。受到社会情境之影响，个体时而与条件胜于自己者相比较，时而与条件劣于自己者相比较，两者皆旨在追寻自我价值。费斯汀格(1954)认为，个体内心有一种依靠外部的形象来评价他们自己的意见和能力的驱动力。社会交换理论可以追溯到社会学家霍曼斯(G.C. Homans)。霍曼斯采用经济学的概念来解释人的社会行为，提出了社会交换理论。他认为人和动物都有寻求奖赏、快乐并尽量少付出代价的倾向，在社会交往过程中，人的社会行为实际上就是一种商品交换。基本人际关系导向理论首次被提出是在1958年，代表性的理论家是舒茨(W.C. Schutz)，他在1958年发表了一篇名为《人际行为的一个三维理论》中提出的基本人际关系导向理论。舒茨认为，每一个个体在人际互动过程中，都有三种基本的需要，即包容需要、支配需要和情感需要。这三种基本的人际需要决定了个体在人际交往中所采用的行为以及如何描述、解释和预测他人行为。

4. 规则视角下的人际传播理论。规则视角的人际传播理论认为，支配人际传播的是一些具体的规则。在通常条件下，人们都是通过遵守这些规则来行事，但也有可能打破规则，只不过打破规则的人要受到某种方式的惩罚。规则的视角的代表性理论有人际传播的语用理论、期望违背理论、人际欺骗理论、传播能力理论和建构主义理论。人际传播语用理论重要的理论家是瓦兹拉维克和比文。他们在1967年发表了人际传播学的重要文献《人类传播的语用学》。传播语用理论依赖特定的情境，认为错误传播的产生是因为人们没“使用相通的语言”。违背期望理论关注的是人们对个体行为

的预期及这些预期被违背时人们的反应。每种文化都有一定的行为规范，让人们可以借以预期他人的行为。预期建立在社会准则、规范以及个人行为模式的基础上。偏离预期的行为会激怒他人或使他人警觉。至于何为偏离预期的行为则要看传播者的衡量标准。人际欺骗理论的主要理论家是布勒(Buller)和伯贡(Burgoon)，他们在1996年提出了人际欺骗理论。人际欺骗理论的基本内容是，传播的发送者一方试图操控虚假的信息，这些虚假的信息促使他们忧惧自己错误的信息会被对方发现。同时，传播的接收者总是试图揭露或者察觉那条信息的有效性，会引起对信息发送者是否正在欺骗自己的猜疑。传播能力理论的代表人物是斯皮伯格(Spitzberg, B.H.)和库帕克(Cupach W.R.)。斯皮伯格和库帕克1984年出版了名为《人际传播能力》的学术专著，成为该理论的发端之作。传播能力理论认为，沟通能力是在一个特定的情境下人们选择适当和有效的传播行为的能力。人经常被用来说明这种能力的是构成模型，这个模型包括三个组成部分：知识、技能和动机。知识就是明白在一个特定的情境中应该采用什么样的传播行为才是正确的。技能就是在一个特定的情境中采用正确的沟通行为的能力。动机是用一种自信的姿态去与别人进行沟通的期望程度。创立建构主义理论的理论家是杰西·德里亚(Jesse Delia)，他在1982年的《人类传播理论》上发表的《传播研究的建构主义路径》一文，揭开了人际传播中建构主义研究视角的先河。建构主义的人际传播理论认为：那些对于认知他人有综合能力的人，他们拥有实现积极的传播效果的复杂能力。他们能采用一种修辞性的信息设计逻辑，生产个人中心的信息，这些信息可以同时追求多重的传播效果。作为一个理论，建构主义的人际传播理论涉及一个认知过程，这个过程在一个既定的情况下促进了实际的交流过程。测量和观察这个认知过程可以说是一个困难的事情。但是我们认为那些善于在特定情境中操控信息的人比那些不善于这样做的人在人际传播上将会更加成功。■

参考文献：

- [1] Gerald R. Miller, The Current Status of Theory and Research In Interpersonal Communication, Human Communication Research/VOL.4, NO.2, Winter, 1978: 164-177.
 - [2] West, R., & Turner, L.H. Introducing communication theory: Analysis and application. Mountain View, CA: Mayfield, 2000: 87-102.
 - [3] Altman, I., & Taylor, D. Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1973: 122-135
 - [4] Knapp, M.L. Interpersonal Communication and Human Relationships. Boston, MA: Allyn & Bacon, 1984: 234-258.
 - [5] Infante, D.A., Rancer, A.S., & Womack, D.F. Building communication theory (3rd ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1997: 267-275.
 - [6] Berger, C.R. Uncertain Outcome Values in Predicted Relationships: Uncertainty Reduction Theory Then and Now. Human Communication Research, Vol.13, No.1. Fall 1986: 34-38.
- 【作者简介】刘蒙之(1977-)，陕西西安人，复旦大学新闻学院博士研究生。

责任编辑：江海洋