

[文章编号] 1002-5685 (2009) 03-0123-06

美国的人际传播研究及代表性理论

□ 刘蒙之

(复旦大学新闻学院, 上海, 200433)

[摘要] 本文在前人研究的基础上,对美国人际传播的研究视角进行了划分,并梳理出每种视角的代表性理论。本文认为,美国人际传播研究的视角有情境、能力、关系、过程、规则、功能、文化和心理八个方面的视角。这些研究视角对我国学者从事人际传播研究,建立具有中国特色的人际传播理论具有重要的借鉴价值。

[关键词] 美国;人际传播;代表性理论;视角

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A

人类的交流问题有史以来都是人类社会存在的重要方面。没有交流就没有人类社会的形成,交流是人类摆脱了动物世界的孤独境地,组织起来对抗未知世界的种种风险。但是,交流问题真正成为—个社会科学关注的议题才是20世纪发生的事情。20世纪的两次世界大战不但成就了美国经济的繁荣,而且把世界各国为避免战祸的知识精英推向了美国的怀抱,促进了美国学术研究的繁荣,由此诞生了一门研究人类交流的社会科学——人际传播学。在人际传播学研究领域,无论从数量还是质量来讲,最优秀的理论成果都出现在美国。美国的人际传播研究从上世纪后半期逐渐进入了一种快速的发展状态,这个新兴学术领域的版图在半个世纪的时间里集腋成裘,很快形成显学。迄今为止,美国学术界创立的人际传播理论有五十余个,其中大多数的理论植根于人类人际传播的实践传统和现实土壤,对人类传播行为有高度的概括性、解释力和预测力。但是,纵观这些理论成果,基本的视角归纳却是屈指可数,而研究视角正是了解或者发展一个研究领域的精髓所在。本文力图在回顾和梳理美国人际传播理论的基础上,探究人际传播理论规范、合理而有效的研究视角,寻找能够进入人际传播研究学术殿堂的钥匙,期望对中国的人际传播研究提供多元的理论视角。

美国人际传播研究视角文献回顾

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。^[1]第一个类型是情境的视角(The Situational Approach),认为人们在区别各种人际传播形式的时候主要是通过描绘不同的场合、情境和环境来实现的;第二种类型是发展的视角(The Developmental Approach),认为人类的交往和传播处在一种线形的发展态势当中。发展的观点后来被“过程”的观点所取代,这是因为人们的关系并不都是处在一种良性的“发展”态势当中,一段关系也有可能是倒退的,而“过程”这个概念则有很大的灵活性和延伸性,可以描述前进和倒退的关系类型;第三种类型是规律的视角(The Law-Governed Approach),认为人际交往和传播中存在—些基本的规律,这些规律决定着人们的交往和传播,最后一种类型是规则的视角(The Rule-Governed Approach),认为支配人际关系和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。1999年,格伦·思登(Glen H. Stamp)在内容分析的基

[收稿日期] 2009-02-13

[作者简介] 刘蒙之,男,复旦大学新闻学院07级博士生。

[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)。

础上,提出了更为细化的分类标准。格伦·思登通过研究1975年到1999年25年间发表在《人类传播研究》上的288篇关于人际传播研究的文章,将这些文章的研究路径归为17个大类。分别是:(1)认识、(2)非语言传播、(3)获得顺从、(4)讯息类型、(5)人格、(6)人际影响、(7)谈话、(8)亲密关系、(9)认知、(10)欺骗传播、(11)初次交往、(12)文化、(13)关系发展、(14)理解、(15)自我暴露、(16)交流能力和(17)人际冲突。^[2]这17种分类的优点是深入、细化和具体,但是在概括性和抽象程度上有所欠缺。巴克斯特(Leslie A. Baxter)和布莱斯维特(Dawn O. Braithwait)(2007)在两人合作编著的传播学教材《走进人际传播理论:多元的视角》中将人际传播理论分为(1)以个人为中心的人际传播理论、(2)以话语和互动为中心的人际传播理论和(3)以关系为中心的人际传播理论。在第一种类型中,巴克斯特和布莱斯维特归纳的代表性理论有行为组合理论(Action Assembly Theory)、建构主义理论(Constructivism Theory)和不确定性管理理论(Uncertainty Management Theories)等人际传播理论。在第二种类型中,他们归纳进了传播适应理论(Communication Accommodation Theory)、会话分析理论(Conversation Analysis Theory)、和礼貌理论(Polite Theory)等人际传播理论。最后一种是以关系为中心的人际传播理论,他们认为感情交换理论(Affection Exchange Theory)、传播隐私管理理论(Communication Privacy Management Theory)、关系辩证理论(Relational Dialectics Theory)、社会交换理论(Social Exchange Theory)属于这一个类别。这种分类和整理框架宏大、简洁,但是过于简单,有化约主义之嫌。在人际传播理论的研究成果不断丰富过程中,还有很多其他的分类,比如有学者还将人际传播理论分为一般理论(General)、认知加工(Cognitive Processing)、关系发展(Relationship Development)、关系维修(Relationship Maintenance)和人际影响(Influence)五个视角,这种分类方法认为对话理论、礼貌理论等属于一般理论,社交渗透理论和不确定性减少理论等理论属于关系发展视角下的人际传播理论,建构主义理论等理论属于认知加工视角下的人际传播理论,互动理论和关系的辩证理论等理论属于关系维修视角下的人际传播理论,社会判断理论属于人际影响视角下的人际传播理论。这种分类标准的内涵比较模糊,标准也存在重合的现象。此外,还有人将以往的人际传播理论成果分为情境的视角、关系的视角、定量的视角和功能的视角等四个

类型。以上所列举的这些对以往的人际传播理论成果的分类方法都有自己的分类标准,有一定的合理性,但是也都存在问题,比如分类标准之间没有互斥性和排他性,存在内涵交合的问题。本文在回顾和梳理美国人际传播理论代表性理论的时候,参考了以上的分类标准,同时也有所改进。这主要因为人际传播领域的理论研究成果是不断发展变化的,新近几年的理论创新视角独特,用以往的参考框架来进行分析无异于刻舟求剑,不能对美国人际传播理论进行客观的认识与评价。鉴于此,本文在对美国人际传播研究的理论成果进行分析研究的基础上,梳理出八种人际传播研究的视角,分别是情境、能力、关系、过程、规则、功能、文化和心理视角。本文将用上述八种视角为框架,展开对西方人际传播代表性理论的评述。

美国人际传播研究的理论视角和代表性理论

1. 情境视角下的人际传播理论

情境视角下的人际传播理论着重研究发生在人们之间传播的特定背景,代表性理论有传播适应理论和社会比较理论。传播适应理论(Communication Accommodation Theory)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。^[3]传播适应理论认为,在一个给定的情境下,在每一种不同的关系中我们都必须调整自己的语言。传播适应理论中有几个重要的概念。(1)集中(Convergence)的意思是在不同的交往情境中个体改变他们的言语模式。^[4](2)分歧(Divergence)的情况是强调和自己原来的传播行为不同的交流方式。(3)保持(Maintenance)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们语言的每一个方面不是都会在不同情境下改变的,在各种谈话中都有一些经常不会改变的方面。保持就是在不同的情境中个体不改变自己的传播行为的现象。^[5]社会比较理论(social comparison theory)是费斯汀格(Leon Festinger)在1954年的一篇名为《社会比较过程理论》的学术论文中所提出。在这篇论文中,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。^[6]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。这

些外部形象可能是一个物理世界的参考框架或者与其他人进行比较。人们认为其他人描述的形象是真实的,因此人们就在他们自己、他人和理想的形象之间进行比较。

2.能力视角下的人际传播理论

人际传播理论的能力视角关注个优秀的传播者的传播能力何以可能的问题,代表性的理论有传播能力理论(Communication competence)^[7]和建构主义理论。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:(1)知识、(2)技能和(3)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。知识-技能-动机理论认为,一个好的沟通需要具备三种能力:认识到什么样的传播行为是恰如其分的;拥有实现恰当的传播行为的能力;怀有用有效和恰当的方式进行沟通的愿望。创立建构主义理论的学者是杰西·德里亚(Jesse Delia),他在1982年《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。^[9]作为一个理论,建构主义的人际传播理论涉及到一个认知过程,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。另外,从认识论上来讲,建构主义的人际传播理论认为存在着多种多样的真实性,真实性决定于传播者和接受者在创造和理解复杂信息上的能力。古语“话有三说,巧者为妙”就富有建构主义的思想。

3.关系视角下的人际传播理论

关系视角下的人际传播理论认为人际传播就是信息的发送者和信息的接受者为了创造共同的意思而同时交流信息的过程,这个理论视角强调传播是

一种人与人之间的信息关系。关系视角下的有代表性的人际传播理论有人际传播的语用理论、期望违背理论、人际欺骗理论等。人际传播语用理论^[9](Communication Pragmatics)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”。之所以出现这种语言的差异是因为人们对他们所说的事情有不同的观点。当人们交流的内容和关系不匹配的时候,错误传播就可能发生(Burgoon, 1978)。违背期望理论(Expectancy Violations Theory)^[10]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。传播者的衡量标准是指个人的个性特征。人际欺骗理论(Interpersonal Deception Theory)的主要理论家是布勒(Buller)和伯贡(Burgoon),他们于1996年提出了人际欺骗理论。^[11]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。人际欺骗理论有三个假设:(a)欺骗和别的传播形似没有什么不同,这是因为人类是以目的为导向的。人际传播都是为了达到一些重要目的,如保持人际关系和谐,使交谈更加顺利,劝说他人接受自己的建议的等等。(b)人际传播的基础是信息管理。人们可以选择去通过操控讯息的准确度、完全度、正确性、相关性来进行欺骗。(c)在欺骗传播中,信息的接收者是影响欺骗事件进程和最后结果的积极参与者。

4.过程视角下的人际传播理论

人际传播理论的过程视角是从人际传播理论前期阶段的发展视角逐渐完善和改进而来的,它认为关系总是处在某种特定的过程中,过程是关系的存在状态。关系有可能是发展进步的,也可能是倒退的。过程视角的人际传播理论代表性的理论有社会渗透理论,关系发展理论和不确定性减少理论。社交渗透理论(social penetration theory)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。社交渗透理论的代表学者是奥尔特曼(Altman)和泰勒(Tay-

lor), 奥尔特曼和泰勒在 1973 年出版了《社会渗透: 人际关系的发展》的专著。^[12]奥尔特曼和泰勒用洋葱来形容自我坦露(self-disclosure)的发展过程。所有关于个体的信息都存在于“洋葱”里的某个地方。这个洋葱分为四层: 表面、次表面, 中间和核心层。随着信息的逐渐坦露, 这个洋葱的外层被剥开, 表示关系的发展。表面的信息包括那些仅仅通过看到就可以了解的事情(比如, 性别, 种族和大致年龄); “次表面”这个层面包括个体与别人分享的任何社会详细信息; 中间层包含个体偶尔与别人分享, 不是严格隐藏的信息; 最后, 剥掉中间层上面的表皮就是核心层, 这里的信息都是私密的并且被小心地坦露。关系发展理论(Relationship Development)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《人际传播和人类关系》一文中。^[13]关系发展理论根据人们关系亲密层次的变化来识别和理解人们的人际传播和关系发展。^[14]科纳普在社会渗透理论的阶段基础上发展自己的关系发展和恶化的阶段。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。在两种阶段之间的一个静止的阶段, 如果关系状态被双方接受关系就可以维持。不确定性减少理论(Uncertainty Reduction Theory)在 1975 年被伯格(Charles R. Berger)和加尔布雷思(Richard J. Calabrese)首次提出。^[15]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(entry stage)、人际交往阶段(the personal stage)和退出阶段(exit stage)。这个理论能够预测和解释两个陌生人之间的关系发展。

5. 规则视角下的人际传播理论

规则视角下的人际传播理论认为人际传播都是因循一定的规则进行的。规则可能是微观意义的共同协商和确定, 也可能是人际交往中的规范和“潜规则”, 总之他们制约和决定了人们的交往和传播。规则视角的代表性人际传播理论是意义的共同管理理论。意义的共同管理理论(Coordinated Management of Meaning)^[16]兴起于 1980 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。皮尔斯和克罗伦认为意义建构的过程取决于有特定和具体的情境和背景。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。这就是对真实的多重性的界定和理解。在讨论建构背景的时候, 各个层次上人们的经验、信仰

和价值观在每个情境下都发挥着作用。插话、关系和文化等因素也发挥着作用。意义的共同管理理论认为, 传播是一种协调和一种对个人行为在规则和规则下的行动意义的协调。按照意义的共同管理理论, 有效传播应该包括两个部分的作用: 一是共享的规则体系; 二是行为意义的协调管理。以规则为基础, 人们更重视的是规则的一致性以减少传播过程中的不确定性, 争取最大获益和最小损失。

6. 功能视角下的人际传播理论

功能论的视角把传播看作是为了达成某种目的而进行的互动活动, 强调传播的目的性。功能视角的代表性人际传播理论有社会交换理论和基本人际关系导向理论。社会交换理论可以追溯社会学家霍曼斯(G.C. Homans), 它有着经济学和社会心理学的根源。^[17]社会学家霍曼斯(G.C. Homans, 1958)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, 在社会互动过程中, 人的社会行为实际上就是一种商品交换。人们所付出的行为肯定是为了获得某种收获, 或者逃避某种惩罚, 希望能够以最小的代价来获得最大的收益。基本人际关系导向理论(Fundamental Interpersonal Relationship Orientation)认为人们之所以进行社会交往和传播是为了满足三种基本的人际需要。这个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《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。

7. 文化视角下的人际传播理论

文化视角的人际传播理论认为人们的交往过程和交往特征是由人们的文化所塑造的, 是长期的文化规范塑造和积淀的产物和结果。文化视角的人际传播理论的代表性理论有角色理论和礼貌理论。角色理论(Role Theory)^[18]认为, 我们大多数的日常活动都是为了实现自己的社会角色或者他人的期望。“角色”一词本是戏剧舞台中常用的一个概念, 它的原意是指演员根据剧本扮演某一特定人物。20 世纪初, 美国著名社会学家 G. 米德把“角色”一词引入社会心理学领域, 以此来说明人的社会化行为。美国学者狄鲍特(w. Thibaut)和凯利(H.H. Kelley)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

中存在的对个体行为的期望系统,该个体在与其他个体的互动中占有一定的地位;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;角色是人们的一整套权利、义务的规范和行为模式;角色是人们对于处在特定地位上的人们行为的期待;角色是社会群体或社会组织的基础。社会角色是一个人在特定的情境下的普遍的权利和义务(比如父亲、士兵、教师)。礼貌是文化的产物。礼貌理论(Politeness Theory)首先是布朗(Brown)与莱文森(Levinson)提出的。^[19]礼貌理论的核心概念是面子威胁行为(Face Threatening Act)。该理论认为:人都有想保持被他人理解、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叫做面子威胁行为。面子威胁行为是说话人与听话人的权力关系(Power)、说话人与听话人的社会距离(Distance)以及所涉及行为的强迫程度(Ranking of imposition)三者的总和。一般认为,强迫程度因文化不同而不同。根据心理的负担程度受到归属文化的影响这一事实,可以将礼貌作为其归属的社会文化的一个指标。

8.心理视角下的人际传播理论

心理视角的人际传播理论关注的是人们进行社会交往和传播的内在心理过程以及从心理过程到外化行动的机制。心理视角的代表性人际传播理论有想象的互动理论和社会判断理论。想象的互动理论(Imagined Interaction)是建立在符号互动主义基础上的一种社会认知和人际交往理论。^[20]通过想象的互动行为,人们想象自己为了各种目的同重要的他人进行谈话。想象的互动理论为我们研究人际传播和人际传播提供了一个有益的工具。想象的互动是一种白日梦,它有很多功能:包括预演、自我理解、关系保持、冲突管理、宣泄和补偿。社会判断理论是由穆扎法·谢里夫(Muzafer Sherif)和卡尔·霍夫兰(Carl Hovland)1961年提出的一个人际传播理论。^[21]社会判断理论起源于社会学和心理学的传统,它关注的是个体对讯息进行判断的内在过程。改变态度是说服传播的基本目标。社会判断理论试图去解释说服力讯息在什么样的情况下最有可能成功,在什么样的情形下会发生态度改变,并且试图预测态度改变的方向和内容。总而言之,社会判断理论的研究者努力发展出一个这样的理论:一个人改变自己立场的可能性,态度可能改变的方向,个体对他人立场的容忍度,对自己立场或是观点坚持的程度等等(Sherif,

Sherif, & Nebergall, 1965)。

结语

当代世界正处在一个剧烈的转型与变革之中,特别是互联网时代的来临,使人际传播研究面临着崭新而又巨大的挑战。本文从情境、能力、关系、过程、规则、功能、文化、心理八个研究视角对美国代表性的人际传播理论进行梳理和归纳,不仅对于深入了解西方人际传播理论精髓,而且对于更好地开展新媒体环境下人际传播的理论研究和富有中国特色的人际传播研究都具有重要的借鉴意义。

注释:

- [1] Gerald R. Miller, The Current Status of Theory and Research In Interpersonal Communication, Human Communication Research / VOL. 4, NO. 2, Winter 1978, pp 164-177.
- [2] A Qualitatively Constructed Interpersonal Communication Model: A Grounded Theory Analysis, Glen H. Stamp, Human Communication Research, Vol. 25 No. 4, June 1999 pp. 531-547
- [3] McCann, R., & Giles, H. (2006). Communication with people of different ages in the workplace: Thai and American data. Human Communication Research, 32, (1), pp.74-108.
- [4] Miller, K. (2005). Communication theories: Perspective, processes and contexts (2nd ed). NY: McGraw Hill. p154.
- [5] Miller, K. (2005). Communication theories: Perspective, processes and contexts (2nd ed). NY: McGraw Hill. p154.
- [6] Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relations, 7(2) pp. 117-140.
- [7] Anderson, R., & Ross, V. (1998). Questions of communication: A practical introduction to theory (2nd ed.). New York: St. Martin's Press. pp.245-266.
- [8] Cragan, J. F., & Shields, D.C. (1998). Understanding communication theory: The communicative forces for human action. Boston, MA: Allyn & Bacon. pp.210-212.
- [9] Griffin, E. (2000). A first look at communication theory (4th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill. pp.151-162.
- [10] Burgoon, J. K. (1978). A Communication Model of Personal Space Violation: Explication and an Initial Test. Human Communication Research, 4, pp.129-142.
- [11] J. F., & Shields, D.C. (1998). Understanding communication theory: The communicative forces for human action. Boston, MA: Allyn & Bacon. pp. 285-286.
- [12] Altman, I., & Taylor, D., (1973). Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships. New York: Holt, Rinehart and Winston. pp.122-135

- [13] Knapp, M.L. (1984). *Interpersonal Communication and Human Relationships*. Boston, MA: Allyn & Bacon. pp.234-258.
- [14] Infante, D. A., Rancer, A. S., & Womack, D. F. (1997). *Building communication theory* (3rd ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press. pp.267-275.
- [15] Berger, C. R. (1986). Uncertain Outcome Values in Predicted Relationships: Uncertainty Reduction Theory Then and Now. *Human Communication Research*, Vol. 13, No. 1. Fall 1986, pp.34-38.
- [16] West, R., & Turner, L. H. (2000). *Introducing communication theory: Analysis and application*. Mountain View, CA: Mayfield. pp. 87-102.
- [17] Befu, Harumi (1977). Social Exchange. *Annual Review of Anthropology*, 6, pp.225-281.
- [18] Pfeffer, J. and Salancik, G.R. (1975). Determinants of supervisory behavior: A role set analysis. *Human Relations*, 28, pp.139-153
- [19] Brown, P., & Levinson, S. (1978). Universals in language usage: Politeness phenomenon. In E. Goody (Ed.), *Questions and politeness: Strategies in social interaction*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 256-289.
- [20] Honeycutt, J. M., Edwards, R., & Zagacki, K. S. (1989-1990). Using imagined interaction features to predict measures of self-awareness: Loneliness, locus of control, self-dominance, and emotional intensity. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, pp.17-31
- [21] Sherif, C. W. (1963). Social categorization as a function of latitude of acceptance and series range. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, pp.148-156.

Interpersonal Communication Study in the U.S. and Its Major Theories

LIU Mengzhi

(School of Journalism, Fudan University, Shanghai, 200433)

Abstract: This article holds that the basic perspective of American interpersonal communication research can be classified into eight theoretical perspectives: context, capacity, relationship, processes, rules, functions, cultural, and psychological. These theoretical perspectives have an important reference value for China's scholars who engage in interpersonal communication study to establish interpersonal Communication theory with Chinese characteristics.

Key words: the U.S., Interpersonal Communication, Major theories, Theoretical Perspective

[责任编辑:刘小燕]

我国传播学研究的先驱张隆栋教授逝世

我国著名新闻传播学者、传播学研究的先驱、中国人民大学新闻学院教授张隆栋先生,因病医治无效,于2009年3月2日在北京逝世,享年92岁。

张隆栋教授,笔名凌俊,出生于1917年7月3日,湖北汉口人。1936年毕业于北京育英中学,1940年毕业于燕京大学政治系。1940年9月至1948年8月在重庆、天津先后从事职员、教师、编辑等工作。1948年9月至1952年8月在燕京大学新闻系任讲师,其间1948年9月至1949年8月代理系主任。1952年8月院系调整后,任北京大学中文系新闻专业讲师。1958年9月北京大学中文系新闻专业并入人大后,任中国人民大学新闻系讲师,其间1958年9-12月兼任中国人民大学新闻系印刷厂(组成书报资料中心的三家单位之一,另外两家分别为图书提要卡片联合编辑组和剪报公司)厂长,因而他也是中国人民大学书报资料中心主要创始人之一。1978年起他担任硕士研究生指导教师,1979年10月被评为副教授,1986年6月被评为教授,1988年2月退休,享受国务院特殊津贴。

张隆栋教授精通英文、法文、俄文,1980年代曾任首都新闻学会“大众传播学组”召集人、中国新闻教育学会外国新闻事业史组召集人、北京海淀区新闻学会名誉会长。

张隆栋教授讲授新闻概论、报学实务、新闻采访、新闻编辑、中外报刊史、外国报刊史、大众传播学、美国报刊史、外国资产阶级新闻理论等课程。1950年代参加过《苏共中央直属高级党校新闻班讲义汇编》、《苏共中央直属高级党校新闻学教学大纲》的翻译工作。他是《国际新闻界》杂志的第一任主编。编著多本教材。他和傅显明教授的《外国新闻事业史简编》,是建国后出版的第一部外国新闻史教材,荣获“国家教委优秀教材奖”。

张隆栋教授1950年代即开始从事传播学研究,1980年代在《国际新闻界》上连续发表详尽介绍和评析传播学的长篇文章,是国内高校中最早介绍传播学理论的学者之一,也是后来《大众传播学总论》的主要作者之一。

3月6日上午,张隆栋教授的遗体告别仪式在北京八宝山公墓举行。