

行为传播学再思考： 建构统摄性范式下的中层理论与范式补充

孙豪灿 刘德传 喻国明

(北京师范大学 新闻传播学院, 北京 100875)

【摘要】本文追溯库恩对科学演进的讨论, 阐述行为传播学范式在学科内外生危机之下发展的规范性目标与路径。首先, 为统合既有范式、摄领学科变革, 行为传播学可以引入可供性理论和差异易感性媒介效应模型作为中层理论, 以分别解决跨学科交流中分类学与方法论层面的不可通约问题。其次, 本文介绍了认知神经传播范式与多水平随机效应模型可用于行为传播学的方法。其中, 被试间相关方法绕过理性人的争辩, 在处理人与人之间差异易感性变量的同时, 通过测量大脑的“行为”由个体推及大众; 混合效应模型, 在因素分析的基础上聚焦个体差异与纵向变动, 两者都能得到更具外部效度的结论。最后, 行为传播学在传播学内部及社会科学中的定位亦得以明晰。本文通过中层理论和新方法的引入, 一定程度上解决了传播学理论分散、方法乏新的学科困境。

【关键词】行为传播学; 不可通约性; 可供性; 差异易感性媒介效应模型; 超扫描; 混合效应模型

【中图分类号】G206 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1672-3406(2023)07-0005-12

DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2023.07.003

一、问题的提出

《行为传播学：建构未来传播学统摄性范式》^①（以下简称《行为传播学》）一文，基于“传播理论与新兴社会现象之间的断裂以及传播学‘十字路口’的困境”，倡导将“行为”作为一种关系型范畴，发挥其在传播主体与社会结构互动关系中的统摄性作用，针对传播学的时代变革与未来发展作出了规范性构想。

《行为传播学》一文采用历史主义和科学社会学的研究视角，借鉴了托马斯·库恩围绕“范式”概念构建的科学哲学观。库恩认为科学知识只在常规科学阶段是累积式的，不时会发生激进的“范式转换”；新老范式的优劣在评价标准上存在不可通约性，因此用“科学合理性”来对科学/非科学、好科学/坏科

【作者简介】孙豪灿，北京师范大学新闻传播学院传播创新与未来媒体实验平台研究助理

刘德传，北京师范大学新闻传播学院传播创新与未来媒体实验平台研究助理

喻国明（通讯作者），北京师范大学新闻传播学院教授，学术委员会主任，中国新闻史学会传媒经济与管理专业委员会理事长

学作相对理性的划界和评价；在对科学目标的认识上，否认逻辑经验主义执着于在理论层面追求本体与客观“真实”契合的观念，将科学视作科学家的社会实践活动，是具有实用主义倾向的“解谜”活动。^②然而，鉴于相对主义、非理性主义等的质疑和批评，在借用范式学说时需要对这些争议之处加以甄别，批判性地解释和预测科学进程。

在库恩的科学哲学学说中，“范式”居于整个理论体系的核心位置，但其概念缺乏明确定义。Masterman 将“范式”一词在《科学革命的结构》中的不同用法划分为形而上学范式、社会学范式和人工范式三类，^③其中社会学范式是在科学共同体中得到普遍认可的科学成就。库恩也按照这类用法对“范式”概念作过重新阐述：范式就是科学共同体的成员所共有的东西……假如要重写此书，会一开始就讨论科学的共同体结构。^④在这个意义上，作为范式的行为传播学既是一个可塑的开放性领域，也在规范意义上追求共同体的逐步建构。或者说，凝聚学者共识、促进学科变革，正是提出并进一步阐发行为传播学的目标导向，也是本文的逻辑起点。基于此，本文以行为传播学范式及《行为传播学》一文所作的范式建构工作为研究对象，辩证地引用库恩范式转换的思路，在考察传播学通约性问题的同时思考行为传播学的定位。具体来说，文章围绕“怎么做”以及“做什么”两方面展开思考和阐述，前者可以细分为两个问题：

第一，借鉴范式学说，行为传播学范式建构的过程应该遵从怎样的科学演进结构与规律？基于此，本文欲在《行为传播学》一文的基础上，进一步讨论行为传播学范式发展的规范性目标。

第二，为达成规范性目标，行为传播学面临哪些困难？为克服这些困难，讨论行为传播学范式发展的规范性路径。

二、重构还是统摄：范式学说下行为传播学的结构特征与规范性目标

库恩认为科学演进有其相对稳定的规律：起先，是有一个范式和致力于解谜的常规科学；随后，是严重的反常，引发危机；最终，由于新范式的诞生，危机得以平息。在此历史结构中，各阶段的关系机制预示着科学演进的规律。具体而言，在常规科学阶段，职业化的科学从业者并不会对固有范式表现出自反性，而是高效地通过范式解决具体问题；即便经验材料与常规科学范式的预期相冲突，学者往往坚定地致力于维护他们的范式，而将这种反常归因于科学家而非范式本身。^⑤只有当异常持续出现以致不能被纳入既有范式可以消化的范围时，才可能引发科学共同体对特定范式产生怀疑和动摇，从而使传统范式进入危机状态。总而言之，行为传播学，或任何一种新范式的出现，需满足两个基本性的结构特征：一是由常规科学的成熟运行为它创造环境，二是由异常质变引发的学科危机为它准备条件，新的范式需要在此基础上使现存的各种不同的范式能够进行有效的交流。^⑥本文首先据此检查将行为传播学概念化为一种范式的合理性。

（一）常规科学危机呼唤行为传播学摄领学科变革

尽管传播学始终伴随着挥之不去的合法性焦虑，但经历数十年的建制化发展，确实在很大程度上发展出库恩意义上的常规科学：“奠基人”“集大成者”的历史定位虽饱受争议，但难以否认他们对当今传播学问题关注和方法使用的实际影响；尽管传播学数次历经“领域的骚动”，但始终未脱离社会科学的范畴——几乎所有研究成果都可以在一定程度上并入以涂尔干为起点的功能主义、以齐美尔为起点的社会互动理论和以卡尔·马克思为起点的社会冲突理论这三条社会学基本脉络中的一条^⑦——传播学“坚实地建立在过去科学成就的基础上”，并“空前地吸引了坚定的拥护者”围绕意识形态、建制形成了一个作为科学共同体的学派；一个学派的传播学者在与其他竞争团体或范式划清界限的同时，专心致志地解决既有科研成就指定的开放性问题。^⑧

正如《科学革命的结构》所揭示的，反常和危机是常规科学的必然结果，因为扩展科学知识的广度和精度既是常规科学的目的，又不可避免地使越来越多的观察和实验结果与范式预测的结构相悖——范式越精确，涵盖面越广，它作为对反常的一个指示器就越灵敏、越容易出现异常。^⑨基于“问题导向”的学科特质，传播学总是广泛借鉴其他领域的理论和方法资源以增强自身的影响力、解释力、预测力，大量跨学科研究在塑造或模糊学科边界的同时，也增强了传播学者的社会敏感度，使被传统大众传播范式所忽视的分布式社会、^⑩“微粒化”社会^⑪浮现于以《行为传播学》一文为代表的学界视野中。

2022年牛津年度词汇“哥布林模式”，就是“微粒化”社会对应的一个典型现象。这个词指的是“一种毫无歉意的自我放纵、懒惰、邋遢或贪婪的行为，通常以一种拒绝社会规范或期望的方式呈现”，即人们不愿再被限制于理想化的、精心策划的自我，而是偏重现实生活中的自我；对社会规范的态度也增添了主观的活力，鼓励抛弃社会规范并接受真实的自己。另一年度词汇“元宇宙”也作为外生危机的事实倒逼对既往理论的革新。具体来说，时代变化突出表现为信息渠道的泛化以及行为实践范围的扩张。Bailenson认为VR在过去几年中的发展呈指数级增长，在逐渐完善技术系统、降低成本的同时也极大地延展了人的感官。如果将人类的感官（视觉、触觉）等作为信息渠道，元宇宙作为一种未来媒介，在VR、AR等技术加持下足以组合并拓展不同的感官感受，^⑫将原本感官对现实的直接呈现拓宽成由现实到虚拟的光谱，从一端的本位现实到增强现实再到虚拟现实。^⑬这一泛化的信息渠道扩展了个体的行为实践范围，包括经历不同时间、^⑭角色互换沉浸式体验他人的生活、^⑮加速未来以观察延时后果^⑯等。同时，虚拟现实带来了实践本体属性的扩张，自下而上的感受可以暂时覆盖于自上而下的知觉进而影响我们对物质自我的感知和认知习惯，比如在VR中的感知错位下身体所有权的混淆，^⑰主体的属性变换改变了个体的社会关系，直接作用于刻板印象的改观，^⑱如白人在VR中自我化身为黑人会作为扩展自我的一部分改善种族歧视。^⑲以此为代表的在过往大众传播理论体系中鲜见、反常的经验材料出现，启发行为传播学反思既有范式中认为大众是无明显特征群体的局限，并提出新的理论主张——个体具有不同心理动机和媒介需求；行为传播学需要从人本角度出发，以传播场域中人的行为为原点展开研究。

（二）行为传播学的目标是改革式的统合而非革命式的重构既有范式

在根据传播学演进的结构确认行为传播学范式的合规律性之后，其合理性仍需讨论。由于范式学说否认传统逻辑经验主义者和证伪主义者根据知识累积或方法更新评价科学进步的做法，^⑳那对新老范式的价值判断与选择就重新成为一个问题：如何断定行为传播学摄领的传播学会优于现状？对这一问题的回答又涉及一个更为复杂的、关乎价值标准的问题——不同科学范式之间具有不可通约性。通约性指不同范式之间具有的相似性，且允许具有各自的特殊性即局部的不可通约，因此不可通约性与通约性概念并不是互斥二分的。此外，由于理论的开放性、包容性和流动性，在学术共同体寻求通约的过程中，通约性与不可通约性是动态地共存共生着的。对传播学而言，一方面通约性是向前迈出的一步，因为其求同存异的态度承认了微观个体的特殊性价值；^㉑但另一方面，不可通约性也导致了范式价值的通约性难题。

在这个意义上，《行为传播学》一文对传播学是“重构”还是“统摄”的目标设定是值得深入思考的。“重构”一词在客观上虽然与库恩原始“科学革命”说法暗同；库恩起初认为范式的转换是革命性的，“必须立即整个地变”，因此使用了“科学革命”的表述。但后来，库恩实际弱化了科学历史的革命性、突变色彩，将其类比为经过“自然选择”形成不同领域的不同传统，其中一个传统最终停滞并消失，实际就是原先所述的革命和替换，但这仅是一种可能的发展路径，并不必然发生。因此，规划某一范式发展目标面临的先决性问题是：它应该如何处理与传统范式的关系？就行为传播学而言，一个可以集中讨论的问题在于，传统大众传播理论虽然呈现出整体的结构性危机，但其中具体的概念范畴和模型及原理会随着行为传播学的崛起而“停滞并消失”吗？

显然,行为传播学的目标是改革式的统合而非革命式的重构既有范式。事实上,库恩起初在《科学革命的结构》中否认了对新老范式进行理性评价的可能性,但他后来关于科学合理性的论述在一定程度上克服了相对主义的弊端,这些通用性的评价指标包括:精确性、一致性、广泛性、简单性和富有成果性,可理解为在两个维度上有侧重地克服了范式之间的不可通约性。

这一判断为明确行为传播学与传统范式的选择与关系问题提供了分析框架。一方面,为在更广泛范围内解释研究问题、预测传播现象,行为传播学不能完全抛弃大众传播理论,因为作为大众传播理论本质的结构功能主义传统仍在特定视角上对部分经验材料具有不错的解释力。例如,行为传播学在以“个体”作为构建学科的基点并以“行为”范畴表征个体的同时,大众传播注重的“媒介环境因素”仍是班杜拉三元因果模型中的重要一元,不能随着行为范畴的浮现而埋没。另一方面,在分类学意义上,传播行为对主体心智和媒介环境的统合要从个体、群体等不同行为主体切入分析,这就使行为传播学不可避免地需要范式的变革来统合大众传播研究围绕“环境”“群体”范畴、行为科学围绕“行为”“个人”范畴构建成熟的概念体系,进而使现存的各种不相容的传播理论模式能够有效交流,以保证自身理论话语的一致性与简单性。

至此,我们对《行为传播学》一文“统摄性范式”的表述及内涵进行了优化与扩展,将其发展的规范性目标表述为“统合”既有范式、“摄领”学科变革,即期望在统合传播学新老范式以及跨学科范式概念体系的基础上,团结多学科知识背景的学者群体,摄取多层次、多维度、网状的知识群,对新型媒介社会在发展临界期涌现的关键性、升维性问题,作出更加精确的解释与预测。这也应和了 Putnam 在国际传播学会 50 周年时提出的观点,传播学的理论发展要考虑多种不同的声音,将不同的概念和理论相互联系,并以求同存异的方式探索理论。^②

三、范式统合从范例开始:可供性理论作为跨范式概念体系

行为传播学关于范式发展路径“避免抽象经验主义”的设计理念实际指向了第一种不可通约性——概念体系差异对范式统合的阻塞,借此引出对行为传播学中层理论的设计构想——班杜拉三元因果模型指导下的可供性理论。科学哲学视角下中层理论作为宏观理论与微观实证研究之间的桥梁,^③对学科研究而言,很好地克服了范式视野广泛而不集中、理论抽象而不具体、结构松散而不紧密的问题,利于增强学科解释力、预测力,巩固范式的摄领地位。

(一) 中层理论作为学科统合的桥梁:从范式到范例

尽管碎片化、巴尔干化的传播学科面临的不可通约性问题尤为突出,但学科统合并非毫无希望。库恩 1982 年在《可通约性、可比较性、可交流性》一文中就此进行了集中论述,首先阐明不可通约性并未在不同范式之间构筑不可逾越的鸿沟,因为不存在完全的不可通约,局部的不可通约也并不意味不可交流:理论的开放性导致在共同体寻求通约可能的过程中可以动态地改变不可通约性的内容,即不可互译的内容随着互相融合逐渐减少。这一动态过程被库恩比作学者可把彼此看作不同语言共同体的成员,将不同概念体系的知识交流当作语言翻译进行操作;即使严格的翻译是不可能的,但同样不存在完全没有相似性的两个范式,因此存在的可通约性也足以使不同共同体发生充分的交流,以学习其他范式的语言。^④

此外,库恩特别强调范例的交流在整体上的先决作用。“范例”可被理解为学生在接受科学教育阶段就遇到的具体的问题解答。而不可通约性的产生,很大程度上正是由于科学家在初入共同体时是通过具体范例而非抽象定义来进行科学学习的。但对于行为传播学而言,范例的先决作用首先体现在对学科借鉴信心的树立:即便传播学与行为科学之间就概念表述、问题观照难以“互译”,但如果行为科学关于“主

体能动性”“有限理性”的假设经过实证研究检验持续显示有效，对“结构影响”“理性人假设”感到失望的传播学者就有可能借用前者的方式表达他们的研究成果。借用库恩的比喻，这个过程与其说是主动翻译知识，不如说是在学习知识——跨学科先驱们最初怀抱的信念往往是：我不知道这种范式的支持者是怎么成功的，但是我必须学；不管他们做的是什​​么，那明显是对的。^⑤

显然，以范例为学习资源的语言共同体可以是范式共同体的一个过渡形态——“范式是共有的范例”——如果说范式常常表达为一个相对抽象的定律或相对宏观的理论，那么作为范例的经验研究就负责将其与自然界（或外在社会）的具体现象联系起来。由于两者之间跨度较大，本文在行为传播学所确立的元理论原则及所做的实证研究、关注的经验材料之间引入默顿意义上的中层理论，以便于不同领域知识的翻译与学习。

（二）分类学意义上的学科交流：可供性理论作为中层理论

可供性自 Evans 2017 年在传播学领域初定概念以来，在中国激发了诸多研究，其中包括命名与理解方式、^⑥诉诸情感的网络舆论和群体行为、^⑦新闻产业的增长可能性、^⑧虚拟偶像的情感机制，^⑨但是很少有研究关注可供性对学科统合的潜力，直到喻国明等人提出可供性作为具有前瞻性的启发理论对传播学融合跨学科知识的统筹作用。具体来说，可供性提供了一种方法以理解人与技术的关系，^⑩其基于一种社会物质性假设，即社会 and 物质之间没有内在的差异，两者通过不同的叠加形式，产生了技术这一经验观察到的实体，^⑪因此技术同时具有社会性和物质性。其中，物质性影响用户行为，比如技术限制框定了用户的选择，但不能决定用户行为；社会性则具有更多的动态可能，基于个体差异以及特定的历史和文化背景，并依赖于行为特定的语境和偶然的过程。可供性理论的动态属性^⑫（或者说变异性^⑬）天然地有着向个体层面的转向：不同个体在所处社会环境、个人经历等方面存在主体差异（社会性差异），即使对待相同物质性的事物也会形成不同的个人与事物间的关系，而且即使是同一个人在不同时刻的动态需求也会改变可供性。这一思路自然地引起对个体行为的关注，与行为传播学以行为范畴表征传播中个体的范式内涵不谋而合。因此可供性将行为传播学基于分布式微粒社会与个人赋权的假设融合进理论中，架起了具体范例与抽象范式之间的桥梁——只要研究以可供性的思路进行就能够符合行为传播学的范式立场，并被当下的时代焦点所通约。

具体来说，可见性作为可供性最重要的呈现方式为这一中层理论的操作方式提供了切入视角，Treem 等人通过将其比作演员在舞台上利用客观条件（比如地形障碍物）进行表演的可能性对可见性操作性的思路进行了多维度的分解：第一个维度是呈现者的活动，第二个维度是观察者的活动，第三个维度是传播的社会物质背景。^⑭得益于这一思路，未来行为传播学范式指导下的研究可统一对这三个维度作独立或组合分析，以使不同范式和学科传统的学者在同一概念体系下开展具体研究。针对呈现者的活动研究可以调查研究主体做了什么、如何做的以及这一行为以怎样的痕迹呈现在语境里；观察者往往不直接参与到信息传播进程中，而是作为旁观者间接地与自身的认知经验交互，由此可将观察者的研究方向细分为他者如何寻找主体产生的内容以及对内容的反应，媒介效果系列研究就可以划分在这一主要类别中；对社会物质的探索则更侧重对传播发生环境的分析，不止是时间空间，还包括社会环境、算法环境如隐私保护政策、传播语境、人际沟通网络。

当然，如今的传播现象已经渗入社会中的各个组成要素，三个维度交互重叠，因此通常情况下难以分离个别维度，或在深入单一维度的过程中必须关联另一维度，比如对呈现者与观察者的任一问题都离不开对社会物质性的考察。综上所述，依赖于可供性或可见性的前瞻视野，传播学得以从“人-社会物质”这一相对固定的角度切入社会的发展规律，因此本文强调其作为对行为考量时整合范式的中层理论，可以在一定程度上解决传播学的内外生危机。此外，目前元宇宙与虚拟现实对人信息渠道的泛化和实践范围的拓展都可纳入可供性的框架内，技术不断迭代下，其社会物质性毫无疑问也会伴随社会环境、个体

自我认同不断变化,但基于可供性对人与技术关系的三个维度的动态考察,仍然是值得采用、具有启发性的中层理论框架。

四、制订问题清单:差异易感性媒介效应模型作为“问题-解答标准”

(一) 另一条理论半径:问题-解答标准的不可通约性

借用可供性理论,行为传播学能对传统范式以及行为科学等不同语境中的“个体”“环境”“行为”等概念内涵及外延进行统筹。然而,在不可通约性的第二个维度——方法论的不可通约仍然存在于传统传播学研究。方法论的不可通约性可以被理解为“问题-解答标准”的不可通约,^⑤它具体表现在:第一,特定的理论或方法该被用以观照哪些传播现象、回答何种研究问题?第二,各项实证研究观测到的媒介效果外部效度有限,只保证对研究样本的效度,难以统合性地解释现实社会中的特定对象。

“问题-解答标准”不可通约的第一点特征在传播学研究中广泛存在,比如在理论选择上:社会认知理论尽管源于心理学,但由于宏观视野与学术潜力,它被广泛用于媒介效果研究的理论框架;涵化理论作为传播学的经典理论之一,对媒介消费的结果进行了概括;当问题聚焦于性别刻板印象时,性别图式理论又在媒介性别形象的效果研究领域里常青。而关于第二点媒介效果结论的不可通约,研究常以样本局限性为理由采取回避的策略。在生态学中,动物的性格差异是社会功能和社会结构的重要影响因素,比如不同性格在鱼类中会导致不同强度和持久性的社会关联,^⑥表现出的行为差异也会导致非随机的、倾向性的集群组合,形成异质化的社会精细结构;^⑦同样的理论也被推广在人类中,体现为社会网络的同质性和个体差异导致的趋向性。今年以来围绕这一问题在心理学以及统计学中涌现出多种方法,如多层线性模型、潜变量增长模型、随机截距的交叉滞后等,个体差异成为关注的重点。但这一点在媒介效果研究中常被回避,即作为研究局限出现在文末;或通过更多样的(人种、年龄、家庭背景等)样本作为实验代表性的依据,但人口学变量多样化对研究解释力的增进仍是有限的。这种对个体差异的推诿态度,进一步加剧了效果研究之间解释现实问题时的不可通约性。

综上,针对方法论标准不可通约性对范式交流、学科发展的阻塞,行为传播学需设计新的中层理论,以规定它用以解释哪些传播现象或媒介机制,并关注哪些关键性变量,以及为媒介效应的评估和融通提供一套标准体系,以作为后续具体实证研究开展的问题清单和操作手册。

(二) 方法论意义上的学科交流:差异易感性媒介效应模型作为中层理论

万物皆媒的社会图景意味着日常生活的任一行为都可被视作媒介动作和过程,这在一定程度上导致媒介效果研究领域的碎片化和超专门化趋势,并引发传播学的解释力危机:当研究被拉向多个狭隘的主题方向时,如何对某些社会现象进行概括性的解释?因此,传播学发展面临的一个关键任务即是通过重复性研究对媒介效果主题和不同路径、理论、方法下的效应进行比对。Benoit等人呼吁更多的元分析以促进研究的重复性,^⑧但是在相对割裂的理论模型间各自进行研究的重复单向输出结果,而得出结果后对其背后机制与原理的探讨有所欠缺,以致理论思考的缺席内耗了传播学的创新潜力。这一缺憾在元分析中仍有体现,虽然元分析指出不同的媒介效应大小取决于使用方法差异、范式差异、人口学变量差异,但是其对结果的差异解释力有限,因此,Valkenburg和Peter基于既往元分析中对媒介效果的差异报告(不同人群受到媒介影响效果大小不同)提出差异易感性媒介效应模型(differential susceptibility to media effects model, DSMM)。^⑨它用微观的视角聚焦于个人差异,并指出微观层面的媒介效应理论应该基于对个体媒介使用者的观察来进行推论,具体来说媒介效应的大小不仅取决于科层社会与宏观的地缘、业缘或趣缘,还诉诸长期内化的气质、认知心理等。由于差异易感性模型在兼容不同领域概念体系的基础上,统筹了各时代、地区下的输出结果,因此在一定意义上为以个人为单位的微观传播研究提供了通约外部效度的

模型抓手。

差异易感性模型作为对微观媒介效果的整合理论，建立在既往理论成果之上，其中动态交互模型、社会认知理论发挥了较为核心的作用。动态交互模型最早由 Fröh 和 Schönbach 提出，它强调传者和受者都积极地参与传播过程，其中包括两个并行的交互：一个是发送者和接收者的交互，另一个是个人的认知层面上，信息的摄入与既有知识水平相互作用。^{④⑤}而这一研究所提出的动态交互模型，实质上为差异易感性模型提供了可借鉴的测量方法基础与个体差异视角的观念雏形。首先，动态交互模型不再依赖心智，即被试自我报告的媒介使用动机，而是转向对行为的特定测量，具体来说在动态交互模型中大量研究使用特定的软件捕捉。其次，动态交互模型一定程度上告别了理性人的预设，调和了魔弹论和刺激反应视角强调受众被动接受与使用满足模型积极理性人的假设。^{④⑥}强化螺旋模型进一步发展了动态交互的特点，提供了行为影响发生后持续的个体媒介效果，并强调个体或社会身份会使媒介使用的认知和行为结果差异性地影响媒介使用。^{④⑦}其过程表现为个体的态度、认知会作用于媒介选择的行为，选择性曝光的效果也会反向塑造个体进一步的认知，形成类似于正反馈回路的相互加强的螺旋。

班杜拉的社会认知理论在微观层次的再现提供了差异易感性模型的机制基础，即通过关注示范行为，个体通过在认知层面对信息进行符号编码来保留信息，以形成新的或加强现有的认知结构，最终在适当的环境中通过行为再现。^{④⑧}由于社会认知理论的统摄性地位，它可以解释包含动态交互在内的五类媒介效果理论，具体包括：个体差异和社会背景调节媒介使用对个人的影响，媒介使用中介从个体差异变量到媒介使用结果，媒介使用过程中发生的心理和生理过程中介媒介使用和行为结果，媒介效应作为中介得到新的媒介效应，以及动态交互理论中媒介行为与行为结果交互影响。尽管社会认知理论在解释媒介效果个体差异上拥有巨大潜力，但是由于其大而全的模型难以归因到实处，因此，Valkenburg 将微观个体在主体和行为结果上的差异与既往的媒介效果理论结合，指出四个命题（图 1）：首先，媒介效果是条件化的，其基于三种个体差异易感性变量，包括：个人维度上所有对媒介选择与结果有影响的倾向易感性，由于个体和社会发展而选择性地使用和响应媒介的发展易感性，影响个体对媒介的选择性使用和行为结果的社会易感性。其次，媒介效应是间接的，三种媒介反应状态——认知（对信息的注意与存储）、情感体验和兴奋（生理唤醒程度）中介了媒介使用与媒介效应之间的关系。再次，个体差异易感性作为媒介使用的预测项和媒介使用对媒介反应状态影响的调节项。最后，媒介效应是交互性的，即媒介效果可以影响前三个步骤，同时前三个步骤也在直接或间接中影响媒介效果，形成动态的模型。

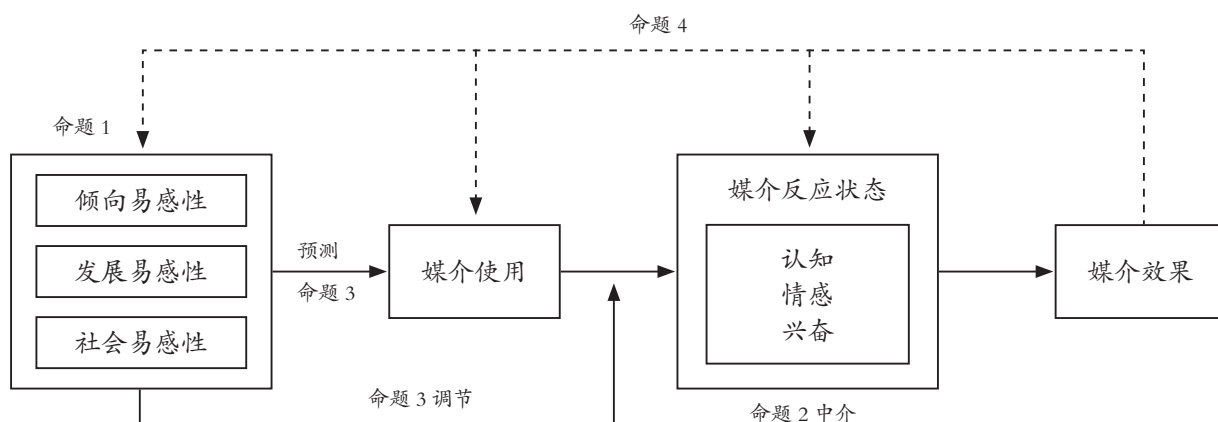


图 1 差异易感性媒介效应模型

差异易感性模型细化了从媒介消费到媒介效果交互过程中的每个步骤，通过将个体差异以差异易感性变量的形式引入媒介效果模型，补充了既往理论模型缺失的微观视角，增强不同范式在方法论意义上

的可交流性。在未来行为传播学的研究中，无论是将差异易感性模型作为观察与抽象传播现象、设计研究方案的思路，还是将其作为补充研究讨论的视野，探索既有文献中未能包含的媒介机制可能性，差异易感性模型都在“问题-解答”标准上提供了更广泛的外部效度。

五、行为传播学的研究方法：从认知神经传播学到多水平随机效应的纵向模型

（一）方法创新困境的解决方案：认知神经传播学范式的引入

基于研究对个体差异行为的转向，如何衡量行为殊同成为研究的重点。在这一点上建构主义范式与实证主义范式有各自方法的优势，并且产生了持续的争论。建构主义范式倾向于质性方法，基于对传播物象的个别观察并推广到集体，在质性研究的指导下以研究者个人的经验感受为索引，串联理论脉络；社会科学中实证主义范式基于对目标的客观测量以得到尽可能具有外部效度的结论，偏向量化分析。建构主义范式受到研究者的主观影响，但也在一定程度上保证了研究的专业性；实证主义范式相较下关注唯一的真理，形式上更客观，但是得到的数据往往是经过信息发出者处理过的，无论是自我报告、实验还是基于软件的获得，都无法避免非理性假设、霍桑效应及练习效应的干扰。

除此之外，Creswell 等人认为混合方法研究是对长期的、循环的量化与质性方法优劣之争的回应，尽管量化与质性混合方法在定量数据后续分析研究问题上提供了一般性的解释，质性分析更深入地探索了参与者的观点以改善并解释统计结果，^④其创新力始终有限，其原因可以归结为以下几点：首先，混合方法的出现符合科学发展质性方法提出理论、量化方法验证理论的自然规律，这一论证过程是常规的，因此混合方法很少提出具有变革性、创新意义的研究贡献，而仅将学科论证的两个步骤合二为一运用在一篇研究中。混合方法提高了研究的内部效度，但是对单个作品的外部效度影响有限。其次，传播学的交叉属性和对跨学科理论、方法的吸收天然地难以分离建构与实证范式，即难以做到价值中立，比如量化研究范畴的内容分析、基于 LDA 模型的文本主题分析结果如果不加以阐释就难以梳理文章的理论、实际意义。最后，混合方法难以脱离量化与质性两种方法分别具有的劣势。这一情况下，认知神经传播学的崛起绕开理性人假设的论辩，直接测量人的生理行为，可以作为适应深度媒介化、万物皆媒的根方法。

（二）实现范式统合的根方法：超扫描范式与被试间相关

认知神经科学作为一种范式广泛地应用于心理学等学科，近年来以传播学主题作为研究基点的认知神经科学，拓展出了认知神经传播学这一新兴范式。其应用技术方式包括功能磁共振成像（fMRI）、脑电图（EEG）、功能性近红外光谱（fNIRS）以及脑磁图（MEG）等。认知神经传播学超越了传播学一般范式无法绕开的“是否理性人”问题，甚至以这一问题作为研究切口对人脑直接的思维动作进行考察，尝试通过脑部现象推测大脑黑箱的机制，成为能够得出个体层面结论却具有大众意义的“根方法”。

认知神经传播学的实验主义范式作为更早兴起的、探索人类共同脑部机制的方法，建立在心理学和认知神经科学对大脑功能分区与脑电波成分分解的基础上。这一时期的神经影像学数据分析方法为了绘制出每种刺激类型跟踪的脑区活动，必须对刺激进行详细的注释，然而超扫描（hyperscanning）范式规避了传统范式对刺激注释的必要性。相反，它关注的是不同接受者对相同刺激的反应的相似性。因此，只要参与者接触到相同的信息，不管信息的复杂程度如何，超扫描范式都是适用的。这为自然主义的范式提供了方法基础，即不再将现实生活中的行为模式抽象为固定刺激，而是将被试置于相对生活的实验环境内收集脑部数据。超扫描范式使对多人共时性的脑部测量成为可能，拓展了原有认知神经科学对人内效果的考察，人际效果成为新的方向。^⑤

由于成本、便携性和设备物理属性的限制，同一时空条件下处理被试的超扫描范式实验要求较高，然而被试间相关由于其不需要被试属于同一时空——被试只需要接触相同时间序列上相同信息的属性，已

经被独立地作为自然主义的范式被应用。自 2022 年 Schmälzle 对被试间相关的概念与理论进行理清,^{④6}目前的被试间相关范式在传播学本土的应用还较少,但是已经有脑科学领域的研究指出通过测量电视节目诱发的被试间的脑电相关水平可以预测整体电视受众兴趣和偏好表达,并且由于被试间相关对基本视觉、听觉以外的更高层次的知觉过程是敏感的,它拓展了个体差异的研究思路,比如在悬念、紧张、刺激的电视情节下被试间相关会更强,当时间序列混乱时被试间相关大幅减弱,^{④7}以及 Schmälzle 的研究指出对 H1N1 流感的高低风险感知在观看有关的电视报道时会调节大脑反应。^{④8}

此外, fMRI 为被试间相关提供了更优的空间敏感性,即揭示了被试间接触相同信息时脑内区域是否有一致的反应; EEG 技术为范式提供了更高的时间解析度,通过被试间的脑电相关性得以观察连续的、动态的被试状态,为传播学中的媒介效果研究提供了清晰的方法路径。因此,认知神经传播学为传播学的学科进步首先提供了基于实证主义认识论的明确结论;其次,超扫描范式在 fMRI 和 EEG 技术的加持下,令可供性理论中主体与他者的交互行为变得可测量,且被试间相关的同步性已经为共时性的交流这一研究方向铺垫基础;最后,其对个体层面的测量使得差异易感性模型中差异易感变量的测量成为可能。综上,认知神经传播学作为一种新方法串联起了行为传播学的中层理论,为在分类学与方法论意义上的学科交流成为可能,提供了崭新且巨大的解释空间。

(三) 深度媒介化下的方法更替:纵向数据下的人类行为

认知神经传播学的确提供了更高信效度的方法,其通过对干扰变量加以控制得到了较为稳定的因果,但是实验室环境也成为其缺陷之一。而且脑电与核磁方法的实验往往是单次的,被试间相关确实提供了对纵向变化加以检查的可能,但仍是单次的、实验控制下的,而非自然条件的个人处境。因此本文提出另一种方向,吸纳心理学方法近 20 年的发展变化,基于纵向的测量对被试的行为变化进行解释,可以相较于截面数据或实验数据更好地形容个体行为,进一步解决特质随时间的发展趋势、发展速度问题,不同个体间的发展情况差异,甚至多个变量在纵向的进程中如何互相影响的问题。

纵向数据分析的方法对行为变动过程中的共同部分与个体差异部分进行分离。在这一逻辑下多水平的方法天然地使用在纵向分析中。此外,在结构方程的框架下发展出了两组模型:一组是对个体发展情况进行测量的增长模型,包括带有均值结构的验证性因子分析即潜增长模型,^{④9}以及进一步对不同质发展情况测量的混合增长模型;^{⑤0}另一组是聚焦时间序列上行为的因果变化即滞后模型,包括交叉滞后及发展出来的随机截距交叉滞后,^{⑤1}甚至根据长期的频繁测量建立的复杂纵向模型。^{⑤2}这些方法都应该被广泛地应用于传播学的研究中,通过行为数据的测量,明确媒介与行为的深度交互机制。

六、行为传播学范式定位的传播研究

行为传播学作为一种标准,提出了既往研究方向在行为传播的范式上如何在问题分析逻辑与使用方法上“升维”,但是在当前“微粒化”社会与虚拟现实技术的发展语境下,如何使用行为传播学范式使研究受益面临诸多挑战?如何定位行为传播学在社会科学与传播学范畴中的理论位置、应用环境、未来趋势呢?

(一) 行为传播学在学科建构中的角色

首先,就社会科学间各学科的合法性而言,传统传播学往往以媒介视角立足,解决信息交换中的问题。然而随着技术发展带来传播手段的更新、主体的延展,万物皆媒已经成为共识,传播学无论是其观察的现象、研究的问题、使用的方法、积累的结论,都与心理学、社会学有着不可避免的重合。在对传播学备受争议的边界进行限定时,话语体系(如陈述问题的侧重、学术产出的句法、传播学学术共同体内共用的术语等)是其中的重要一环。尽管如此,话语体系“是否应该存在并显著区别于其他学科”是值得

探讨的问题。以与传播学相关的几个学科为例,认知神经科学在传播学内已经有了广泛的实验基础,对后真相等经典传播学的命题也给出了来自“他域”的支持;心理学与传播学有着极为密切的联系,人内传播演化为学科范围中的固定一角,且认知、情感也是传播学无法逾越的科学现象;社会学以社会科学的前缀命名自身,词义的范围上已经极大地包含传播,如此紧密相关的三者话语体系上的区隔形成了更高维度的可通约性与不可通约性问题——可通约的本质现象与研究问题却伴随不可通约的表象术语与陈述;恰如波普尔对学科之间的期待,尽管脱离了传播学的大环境,社会科学间也不应圈地障目,急于回应各学科之间的差异性以确立合法性,而应将合法性的讨论置于对真理的追求下——事实上,各学科之间的边界在未来的发展中必将越来越模糊。

因此,独立、深入的见解对意见自由市场中的争鸣来说也是必要的,这也是行为传播学在未来要考虑的责任。作为传统意义上传播学的“外缘”,行为传播学以行为为考量标准,强调个体的差异性,克服来自非理性人的随机误差与估计现实过程中工具带来的系统误差,将更多变量纳入对现实的估计中,这也标志着传播学愈发向以精度为追求的社会科学靠拢。具体来说,在行为传播学作为传播学外圈的阶段,其率先接受跨学科的冲击,吸纳各异的视角与方法并归为己用;这是一个长期的过程,将外界的“新意见”本地化为传播学的工具,以便内圈更经典、细节的传播学研究能更深入地研究“旧”问题。

(二) 行为传播学在学科内部的角色是起到“划定-整合-改造-启发”功能

单论传播学内部的范式焕新,正如前文所说,行为传播学并不是要颠覆传播学的现有传统,而是在新的更优范式出现前以摄领的角色整合零碎理论,实现结构的创新与优化,以呈现可通约的多层次、多维度、网状的传播学成果的总集成。这意味着行为传播学的目的并非圈地维护单一范式的合法性,而是通过对公倍数和公约数的明确以更好地解决传播和社会问题。以数字文明时代传播学发展者的姿态和角色来看待行为传播学,其前缀“行为”并不是固定的,而是在内外生危机的倒逼下以真实行为作为传播学的重要核心并以此促进与行为科学的交互,暂时作为统摄理论并等待未来传播学的根本性变革。

需要强调的是,尽管行为传播学是以行为作为研究对象,但是其前缀“行为”的意义等同于“现象”,是包罗万象的,其重点不在于词义而是强调研究的真实可靠性以及对行为发出者——差异性的个体的关注;更重要的是行为传播学预先设立了一种有时代局限性的研究立场,即立足于当下的“微粒化”社会——权力关系从科层制到分布式、社会运作的基本单位从分子水平上的机构组织到原子水平上的个人,由此带来了传播实践逻辑、传播连接模式及作用机制的改变。因此行为传播学对于传播学科的发展将起到“划定-整合-改造-启发”作用。正如元分析需要将既有研究进行嵌套数据的分层,整合现有理论需要有基于同一研究立场(即“微粒化”社会与行为事实)的基础。划定工作并非价值判断,因为任一研究都有所在时代的局限性,且每个研究都有所关注和忽略的选择性问题,因此划定工作不足以断言研究的优劣,仅提供参考标准判断是否符合当下及未来的社会趋势。符合者将进入“整合”阶段,用可供性与差异易感性媒介效应模型解决通约问题。由于行为传播学对跨学科知识的吸纳,他域的方法、结论、思路都能为传播学所用,以启发具有新视野的研究,在知识生产结束后,新一轮的“划定-整合-改造-启发”再次发生作用,如此循环不断提高传播学内部范式以及外部学科的可通约性,引领传播学更高的信效度,达成对真实世界模型更细粒度的接近。■

(责任编辑:彭剑)

参考文献:

- ①喻国明,苏芳,杨雅.行为传播学:建构未来传播学统摄性范式——行为传播学的学科价值、研究面向与关键议题[J].社会科学战线,2022(10):147-57+282.
- ②④托马斯·库恩.结构之后的路[M].邱慧,译.北京:北京大学出版社,2012.

- ③ Masterman M. The Nature of a Paradigm [C] // Criticism and the Growth of Knowledge : Proceedings of the International Colloquium in the Philosophy of Science. Lakatos, I. & Musgrave, A. : Cambridge University Press, 1970 : 59-90.
- ④⑧⑨⑫托马斯·库恩, 伊安·哈金. 科学革命的结构 [M]. 金吾伦, 胡新和, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012.
- ⑤ Walker T C. The Perils of Paradigm Mentalities : Revisiting Kuhn, Lakatos, and Popper [J]. Perspectives on Politics, 2010, 8 (02) : 433-51.
- ⑥ Craig R T. Why Are There So Many Communication Theories? [J]. Journal of Communication, 1993, 43 (03) : 26-33.
- ⑦姚文苑, 胡翼青. 再思媒介社会学的边界——兼与李红涛、黄顺铭商榷 [J]. 国际新闻界, 2022, 44 (05) : 88-109.
- ⑩喻国明, 马慧. 互联网时代的新权力范式:“关系赋权”——“连接一切”场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁 [J]. 国际新闻界, 2016, 38 (10) : 6-27.
- ⑪喻国明, 耿晓梦. “深度媒介化”: 媒介业的生态格局、价值重心与核心资源 [J]. 新闻与传播研究, 2021, 28 (12) : 76-91+127-128.
- ⑫ Won A S, Bailenson J N, Lanier J. Appearance and task success in novel avatars [J]. Presence : Teleoperators and Virtual Environments, 2015, 24 (04) : 335-346.
- ⑬ Kalyanaraman S, Bailenson J. Virtual reality in media effects [M]. Media Effects. Routledge. 2019 : 404-418.
- ⑭ Markowitz D M, Laha R, Perone B P, et al. Immersive virtual reality field trips facilitate learning about climate change [J]. Frontiers in psychology, 2018 (09) : 2364.
- ⑮ Herrera F, Bailenson J, Weisz E, et al. Building long-term empathy : A large-scale comparison of traditional and virtual reality perspective-taking [J]. PLOS ONE, 2018, 13 (10) : e0204494.
- ⑯ Kuo H C, Lee C C, Chiou W B. The Power of the Virtual Ideal Self in Weight Control : Weight-Reduced Avatars Can Enhance the Tendency to Delay Gratification and Regulate Dietary Practices [J]. Cyberpsychol Behav Soc Netw, 2016, 19 (02) : 80-85.
- ⑰ Slater M, Spanlang B, Sanchez-Vives M V, et al. First person experience of body transfer in virtual reality [J]. PloS one, 2010, 5 (05) : e10564.
- ⑱ Maister L, Slater M, Sanchez-Vives M V, et al. Changing bodies changes minds : owning another body affects social cognition [J]. Trends in Cognitive Sciences, 2015, 19 (01) : 6-12.
- ⑲ Peck T C, Seinfeld S, Aglioti S M, et al. Putting yourself in the skin of a black avatar reduces implicit racial bias [J]. Consciousness and cognition, 2013, 22 (03) : 779-787.
- ⑳㉓张其林. 科学合理性 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2015.
- ㉑ Pearce W B. On Comparing Theories : Treating Theories as Commensurate or Incommensurate [J]. Communication Theory, 1991, 1 (02) : 159-164.
- ㉒ Putnam L L. Shifting Voices, Oppositional Discourse, and New Visions for Communication Studies [J]. Journal of Communication, 2001, 51 (01) : 38-51.
- ㉓ Brodie R J, Saren M, Pels J. Theorizing about the service dominant logic : The bridging role of middle range theory [J]. Marketing Theory, 2011, 11 (01) : 75-91.
- ㉔孙凝翔, 韩松. “可供性”: 译名之辩与范式 / 概念之变 [J]. 国际新闻界, 2020, 42 (09) : 122-141.
- ㉕常江. 互联网、技术可供性与情感公众 [J]. 青年记者, 2019 (25) : 92.
- ㉖喻国明, 赵睿. 媒体可供性视角下“四全媒体”产业格局与增长空间 [J]. 学术界, 2019 (07) : 37-44.
- ㉗喻国明, 滕文强. 发力情感价值: 论虚拟偶像的“破圈”机制——基于可供性视角下的情感三层次理论分析 [J]. 新闻与写作, 2021 (04) : 63-67.
- ㉘ Leonardi P M. Theoretical foundations for the study of sociomateriality [J]. Information and organization, 2013, 23 (02) : 59-76.
- ㉙ Leonardi P M. Materiality, sociomateriality, and socio-technical systems : What do these terms mean? How are they different? Do we need them [J]. Materiality and organizing : Social interaction in a technological world, 2012, 25 (10) : 1093.
- ㉚ Treem J W, Leonardi P M. Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association [J]. Annals of the International Communication Association, 2013, 36 (01) : 143-189.
- ㉛ Evans S K, Pearce K E, Vitak J, et al. Explicating Affordances : a Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research [J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2016, 22 (01) : 35-52.
- ㉜ Treem J W, Leonardi P M, van den Hooff B. Computer-mediated communication in the age of communication visibility [J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2020, 25 (01) : 44-59.
- ㉝ Pike T W, Samanta M, Lindström J, et al. Behavioural phenotype affects social interactions in an animal network [J]. Proceedings of the Royal Society B : Biological Sciences, 2008, 275 (1650) : 2515-2520.
- ㉞ Croft D P, Krause J, Darden S K, et al. Behavioural trait assortment in a social network : patterns and implications [J]. Behavioral Ecology and Sociobiology, 2009, 63 (10) : 1495-503.
- ㉟ Benoit W L, Holbert R L. Empirical intersections in communication research : Replication, multiple quantitative methods, and bridging the quantitative - qualitative divide [J]. Journal of Communication, 2008, 58 (04) : 615-628.
- ㊱ Valkenburg P M, Peter J. The differential susceptibility to media effects model [J]. Journal of communication, 2013, 63 (02) : 221-243.
- ㊲ Früh W, Schönbach K. Der dynamisch-transaktionale Ansatz II : Konsequenzen The dynamic-transactional approach II : Consequences [J]. Rundfunk und Fernsehen, 1984 (32) : 314-329.
- ㊳ Schönbach K. Media Effects : Dynamics and Transactions [M]. The International Encyclopedia of Media Effects. 2017 : 1-11.
- ㊴ Slater M D. Reinforcing spirals : The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity [J]. Communication theory, 2007, 17 (03) : 281-303.
- ㊵ Kremer M. Social cognitive theory [M]. Media Effects. Routledge, 2019 : 100-114.

- ④④ Creswell J W, Plano Clark V L, Gutmann M L, et al. Advanced mixed methods research designs [J]. Handbook of mixed methods in social and behavioral research, 2003, 209 (240): 209–240.
- ④⑤ 郭婧一, 喻国明. 从“人内传播”到“人际传播”超扫描范式在认知神经传播学研究中的应用与拓展 [J]. 新闻与写作, 2022 (08): 51–61.
- ④⑥ Schmälzle R. Theory and Method for Studying How Media Messages Prompt Shared Brain Responses Along the Sensation-to-Cognition Continuum [J]. Communication Theory, 2022, 32 (04): 450–460.
- ④⑦ Dmochowski J P, Bezdek M A, Abelson B P, et al. Audience preferences are predicted by temporal reliability of neural processing [J]. Nat Commun, 2014 (05): 4567.
- ④⑧ Schmälzle R, Häcker F, Renner B, et al. Neural correlates of risk perception during real-life risk communication [J]. Journal of Neuroscience, 2013, 33 (25): 10340–10347.
- ④⑨ Bollen K A, Curran P J. Latent curve models : A structural equation perspective [M]. John Wiley & Sons, 2006.
- ⑤⑩ 刘源, 骆方, 刘红云. 多阶段混合增长模型的影响因素 : 距离与形态 [J]. 心理学报, 2014, 46 (09): 1400–1412.
- ⑤⑪ 方俊燕, 温忠麟, 黄国敏. 纵向关系的探究 : 基于交叉滞后结构的追踪模型 [J]. 心理科学, 2023, 46 (03): 734–741.
- ⑤⑫ McNeish D, Mackinnon D P, Marsch L A, et al. Measurement in Intensive Longitudinal Data [J]. Struct Equ Modeling, 2021, 28 (05): 807–822.

Rethinking Behavioral Communication: Middle-range Theories and Paradigm Supplements for a Governing Paradigm

Sun Haocan, Liu Dechuan, Yu Guoming

Abstract: This article examines Kuhn's exploration of scientific evolution and discusses the normative goals and pathways for the development of the behavioral communication studies paradigm amidst the internal and external crises faced by the discipline. To integrate existing paradigms and account for disciplinary transformations, behavioral communication studies can incorporate the affordance theory and the differential susceptibility to media effects model as middle-range theories. These theories address the issue of incommensurability at the taxonomic and methodological levels in interdisciplinary exchanges. Additionally, this study introduces the cognitive neurocommunication paradigm and the multi-level random effects model as effective approaches in behavioral communication studies. The inter-subject correlation method overcomes the debate on rational individuals, allowing the measurement of behavior in both individuals and the general population while considering variables of differential susceptibility among people. The mixed effects model, based on factor analysis, focuses on individual differences and longitudinal changes, providing conclusions with higher external validity. Lastly, the article clarifies the positioning of behavioral communication within communication studies and social sciences. Overall, this article partially addresses the disciplinary challenges of theoretical fragmentation and methodological stagnation in communication studies by introducing middle-range theories and new methodologies.

Keywords: behavioral communication, incommensurability, availability, the differential susceptibility to media effects model, hyperscanning, mixed effects model