



人际传播 INTERPERSONAL COMMUNICATION

定义

传播是建立和阐释可激发回应的信息关系的过程。

- 信息
- 信息的创造
- 信息的阐释
- 关系的过程
- 激发回应的信息

客观性与阐释性

- 两者的差别
 - 客观性方法：假设真相独一无二、可通过无偏见的感官获得；致力于发现因果关系。
 - 阐释性方法：赋予传播文本意义和价值的语言研究；假设多重意义和多重真实是可能的。
- 认知方式：发现真理or建立多重现实？
- 人类本性：决定论or自由意志？
- 最高价值：实证性或思想解放？
- 有效目标：一般法则or阐释性引导？
- 研究方法：定量or定性？

成熟理论的基础

- 客观性传播理论的成熟标准
 - 预测未来事件
 - 相对简单
 - 可验证的假设
 - 实用性
- 阐释性传播理论的成熟标准
 - 对人类的全新理解
 - 价值澄清
 - 满足审美的诉求
 - 一致认同的社群
 - 推动社会改革
- 两种标准的共性
 - 对传播行为的阐释可让我们深刻地理解人们的动机。
 - 预测与价值澄清二者都指向未来。前者指向将会发生什么，后者指向应该发生什么。
 - 对学习传播理论的学生而言，简单就是一种审美诉求。
 - 验证假设是获得群体一致认同的方式之一。
 - 还有什么比旨在改革不公正行为的理论更实用？

传播学地图

群体和公共传播 GROUP AND PUBLIC COMMUNICATION

社会心理学派/控制论学派 ****

成员完成下列4个必要功能后，群体就可做出高质量的决策。(1) 分析问题；(2) 设定目标；(3) 确认可替代项；(4) 评估积极及消极结果。大多数群体沟通是对达成上述功能任务的进程的干扰，与之对抗的沟通能把人们带回理性的审查。

群体决策的功能视角 Functional Perspective on Group Decision Making of Randy Hirokawa & Dennis Gouran

社会文化学派/控制论学派 **

结构化是指群体成员在互动中使用规则、资源，使社会系统得以生产和再生产。群体制订决策时，沟通发挥它的影响。结构的二元性指群体成员使用规则、资源影响群体决策，反过来，上述结构性因素也将受到决策的影响。

适应性结构化理论 (旧版)

群体沟通 Group Communication

社会文化学派 *

怀有共同的想象使个体集合转化为一致的群体。当群体成员自发地建立想象链条，以显示对共同主题的积极且一致的反应时，符号聚合就产生了。跨群体的想象主题分析将揭示一个含有建立共同想象的动机的修辞想象。

符号聚合理论 Symbolic Convergence Theory of Ernest Bormann

社会文化学派 *

人类悬于他们自己编织的意义之间。组织并不拥有文化，组织即是文化。所谓文化，即是共享意义的独特系统。非侵入性的民族志研究法解读故事、仪式及其他象征符号，完成组织文化的合理化。

组织文化的研究方法 Cultural Approach to Organizations of Clifford Geertz & Michael Pacanowsky

批判学派 *

传播仅是纯粹的信息传送的狭隘观念。造成管理主义、话语闭合、公司殖民在日常生活中的广泛接纳。语言是社会现实生产和再生产的基本媒介。管理者若能通过协商使职工参与公司决策，就可以推动公司的健康发展和民主意识的形成。

组织传播的批判理论 Critical Theory of Communication in Organizations of Stanley Deetz

Communicative Constitution of Organizations of Robert McPhee

修辞学 *****

修辞学是发现一切可能的说服方法的艺术。传播者通过逻辑论证、道德论证和情感论证使得某一信息得以成立。准确的受众分析能够实现有效的创造、组织、风格、表达；或许还有记忆。

修辞学 The Rhetoric of Aristotle

修辞学 **

生活即是戏剧。戏剧五元素——行动、场景、行动者、方法和目的是评论人发掘传播者动机的工具。修辞的终极动机是消除罪恶，如果受众对传播者缺乏认同，说服就不会产生。

表现主义 Dramatism of Kenneth Burke

修辞学 **

人是会讲故事的动物；人际沟通的一切形式几乎都是叙事。听众用理想听众的标准来判断故事，即它是否前后一致，听起来是否真实。叙事理性即为一致性与逼真度。

叙事范式 Narrative Paradigm of Walter Fisher

公共修辞 Public Rhetoric

社会文化学派 **

我们应从生态学的角度理解传媒。传播技术的变迁改变了符号环境——由社会建构、以感官认知的意义世界。我们改造我们的工具——商标字母、印刷媒介和电视——它们还来塑造了我们的认知、感觉、态度和行为。因此，媒介即为信息。

传媒生态学 Media Ecology of Marshall McLuhan

符号学派 **

文化中重要的视觉符号系统，通过当下世界理所当然、不可回避且永恒存在的暗示，实现维护现状的目的。通过使中性的指代符号变为二级内涵，符号系统中失去历史内涵的能指，神话制造者达成了目的。

符号学 Semiotics of Roland Barthes

批判学派 *

大众传媒的运转是为了维持掌权者的意识形态。受集团控制的传媒提供时代中占据主流地位的话语，并成为解读事件的框架。评论人不仅要致力于解读文化，更要致力于改变它。传媒受众有能力抵制领导权的影响。

文化研究 Cultural Studies of Stuart Hall

社会心理学派 *****

传媒告诉我们：(1) 哪些事件有待关注；(2) 应以何种方式关注。第一步 (议程设置) 是使大众传媒新闻议程的显著性转移转移到受众议程之中。第二步 (架构) 是把被选项的显著性转移至我们以头脑中较为重要的画面上。

议程设置理论 Agenda-Setting Theory of Maxwell McCombs & Donald Shaw

社会文化学派/社会心理学派 ****

电视已经成为我们社会的故事讲述者。重度观众收看数量惊人的戏剧化暴力，形成世界处处危机、令人恐惧的夸张印象。在主流化和共鸣的过程中，同质化和充满恐惧的大众就此形成。

涵化理论 (旧版)

社会心理学派 *****

人们生活在自己将受到孤立的恒久恐惧之中，因此认真跟踪舆论，以判断哪些观点可被接受。一旦他们的观念看上去不受欢迎，这些人就会保持沉默。电视对某种单一观点的不断重复，使人们对舆论的认知出现偏差，从而加速了沉默的螺旋。

沉默的螺旋说 (旧版)

Uses and Gratifications of Elihu Katz

大众传播 MASS COMMUNICATION

社会心理学派 *****

在跨文化背景的会面中，将自己看成独立个体的人调整对话风格及内容，以便融入他们想从中获得支持的人群。试图进一步加强群体认同的人在群体外部成员互动时，会强调彼此之间的差异。

传播调适理论 Communication Accommodation Theory of Howard Giles

社会心理学派 *****

集体主义文化背景下的个体，具有依存性的自我镜像，注意给他人面子或保存彼此的面子，因此通常采用回避或整合的冲突解决方案。个人主义文化背景下的个体，具有独立的自我镜像，注意保护自己的面子，往往采取主导的冲突解决方案。

面子协商理论 Face-Negotiation Theory of Stella Ting-Toomey

社会文化学派 **

借助传播领域的民族志研究，我们认识到一切文化都会有多个涵盖独特的心理学、社会学和修辞学的口语代码。口语代码的意义由传播者和受传者决定，并且被编织在对话之中。对代码的艺术性运用，可以解释、预测和控制与对话有关的对话。

口语代码理论 (旧版)

Co-Cultural Theory of Mark Orbe

符号学派/社会文化学派 **

认为两性对话是一种跨文化沟通。男性对话风格和女性对话风格最好应被视作两种不同的文化方言，而不是有优劣高下之分的对话方式。男性报告式的对话强调权威和自主；女性和谐的对话则致力于建立人际间的联系。

性别方言理论 Genderlect Styles of Deborah Tannen

批判学派 **

社会等级的不同地位决定个体视野，相对于掌权者的特权化的视角，边缘人群的立场提供了对世界更为客观的认知。强实证性的策略，要求科学研究从女性、穷人、同性恋、少数民族的生活入手。

立场理论 Standpoint Theory of Sandra Harding & Julia Wood

批判学派/现象学派 *

由男性创造的语言有助于限制、贬低和排斥女性。女性在公共场合的不擅表达，是由于她们一直使用由男性制定的语言和规则。如果女性不再沉默，男性就无法继续维系他们在社会中的优势地位。

失声群体理论 Muted Group Theory of Cheris Kramarae

文化语境 CULTURAL CONTEXT

客观性逐渐递减

学科流派

- 社会心理学派
 - 作为人际互动和影响力的传播
 - 依靠严谨、系统的观察足以发现传播真相。搜寻能够预测传播行为成功或失败的因果关系。
 - 刺激、偏好、态度、信源可信度等
- 控制论学派
 - 作为信息处理系统的传播
 - 反馈概念定义了控制论学派，他们把传播看作是连接任何系统，致力于解解“如何才能排除系统的故障”。
- 修辞学派
 - 信息理论
 - 作为技巧性公共演说的传播
 - 借助论点表达、思想组织、语言运用及公共演说技巧等各种有效的方式说服他人的艺术。
- 符号学派
 - 传播作为通过分享符号意义的过程
 - 研究具指代意义的语言和非语言符号，以及对它们的阐释如何影响社会，关注符号如何成为意义的中介以及如何运用它们才能避免误解而非产生误解。
 - 象征符号
- 社会文化学派
 - 传播作为社会现实的创造者与制定者
 - 人们的对话即为文化的生产与复制。通过传播过程，“现实被生产、维系、修补与改变”。
 - 语言相对论：萨丕尔-沃尔夫假设
 - 传播作为对不公平话语的反思与挑战
 - 1. 控制语言的做法将使权力失衡永远存在；2. 大众传媒的作用是压和人群的认知；3. 盲目依赖科学方法和对经验发现未经批判的接受
 - 文化工业、理论上的反思性社会行动
- 现象学派
 - 通过对话来感受自我与他者的传播
 - 从个体自身的立场出发对日常生活进行的意象分享；探索理解自我和他人经验的可能性。特别强调基于自身主观经验的个体认知和诠释。对现象学家而言，个人的生活故事比任何假设和传播感言更重要、更权威。
- 其他
 - 实用主义流派——真理的多个视角可以用多种方式合理化的多元领域。“与实际问题相关，通过有用程度而不是真理的绝对标准来评估。”(克雷格)
 - 伦理学派：有道德感的人用公正、互益的方式互动。