

Mc
Graw
Hill

中文 版

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列
传播理论导引：分析与应用

第二版

[美] 理查德·韦斯特 著

林恩·H·特纳

刘海龙 译

Communication
Theory

Analysis

Application

Introducing

COMMUNICATION THEORY

Analysis and Application

中国人民大学出版社

Richard West | Lynn H. Turner

Second Edition

Mc
Graw
Hill

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

传播理论导引：分析与应用

第二版

[美] 理查德·韦斯特 著
林恩·H·特纳 著
刘海龙 译

图书在版编目 (CIP) 数据

传播理论导引：分析与应用：第2版 / (美) 韦斯特, (美) 特纳著; 刘海龙译.

北京: 中国人民大学出版社, 2007

(新闻与传播学译丛·国外经典教材系列)

ISBN 978-7-300-08009-3

- I. 传…
- II. ①韦… ②特… ③刘…
- III. 传播学-教材
- IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 050743 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

传播理论导引：分析与应用

第二版

[美] 理查德·韦斯特 著
林恩·H·特纳

刘海龙 译

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	河北涿州星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×235 mm 16 开本	版 次	2007 年 5 月第 1 版
印 张	44 插页 2	印 次	2007 年 5 月第 1 次印刷
字 数	828 000	定 价	69.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列” 出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书在最大限度上体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书所选书目与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学专业教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》，新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》，等等。

本套丛书最大的特点就是具有极大的可操作性。不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于对新闻从业人员的培训和进修。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种进行原文影印，收入“新闻传播学英文原版教材系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

译者前言

在

陈丹青的《退步集》里有一幅赵卫东拍摄的肖像照：一个穿着皱巴巴不合体西装的农村青年站在土墙边，正凝视着镜头，墙上挂着一张刘德华的海报，看造型是摄于20世纪80年代末90年代初。精彩的是下边的评注：“他所仿效的不是真的香港人或西方人，而是本村第一个穿西装打领带的人。”^① 沃尔特·李普曼生造了“伪环境”（pseudo-environment，或译作“拟态环境”）这个概念，追溯这种被中介的（mediated）经验的来源。这是自信能够判断真假的传统经验主义者的见解，但从现象学和诠释学的角度来看，这种经验并不假，它们同样也是社会实在的重要组成部分。换个角度看，它们就是中国特色，或者说就是另一种“自主创新”。

中国“传播学”的教学与研究也是在这种想象中起步的。按照吉登斯的说法，社会理论与社会之间存在着一种独特的“双重诠释”（double-hermeneutic）^②，社会理论会被行动者用来反作用于社会（比如“主权”概念的效应），我们所研究的个体有能动性，他们会根据理论做出改变。被中介的“传播学”也对当今中国社会方方面面产生了影响，不论是政府还是个人，

^① 陈丹青：《退步集》，239页，桂林，广西师范大学出版社，2005。

^② [美] 安东尼·吉登斯：《社会的构成》，李康，李孟译，王铭铭校，北京，三联书店，1998。

都开始运用这种被中介的“传播学”考虑和处理问题（比如我们的政府发言人制度和近期通过的应急预案），“大众传播”、“媒体”等术语成为流行词汇。被中介的传播学与社会实际相结合，变成了实实在在的管理社会信息的行动。问题变得愈加复杂：中国学术界对“传播学”的诠释是第一层中介，社会行动者从学术界那里获得的对“传播学”的理解是第二层中介，具体到中国国情下的操作是第三层中介，最后，对使用经验的感知才能成为“传播学”在中国应用的社会实在。

“传播学”翻译中的断裂

要理解传播学在中国或者说中国的传播学，首先要从理解传播学在中国的译介开始。库恩主义认为，教材是一个范式确立的重要标志^①，因此，考察它的译释是研究此问题的捷径之一。

首先不能不提到施拉姆著、余也鲁译述的《传学概论：传媒、信息与人》（1978）。余也鲁是施拉姆的弟子，他对许多概念的翻译对后来者的解释影响深远。比如此书的英文名为“*Men, Message and Media: A Look at Human Communication*”（1973），余也鲁先生把它译成了“传学概论”，“传播”成为了“学”。虽然早在20世纪50年代即有内地的学者开始介绍传播学^②，但是直到1982年在北京召开的第一次传播学研讨会后，“传播学”这一命名才算是正式合法地进入内地语言系统。1983年由原中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室组织编写的《传播学（简介）》（人民日报出版社）小册子中明确使用了“传播学”这个概念来界定该学科。1985年陈韵昭在翻译赛弗林和小坦卡德（Werner J. Severn and James W. Tankard, Jr.）所著的“*Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*”时，将其名译为《传播学的起源、研究与应用》（福建人民出版社）。1984年施拉姆上书的新版——《男人、女人、讯息和媒介：理解人类传播》（*Men, Women, Messages and Media: Understanding Human Communication*, 1982，加上了另一作者 William E. Porter）再次被译为中文，虽然这次英文名称有所变化，女性主义的影响微妙地显示在标题中，但是中文译名却是波澜不惊的《传播学概论》。

在看似一致的译名背后，已经发生了中介与诠释的变异。首先，“传播理论”和“传播学”被画上了等号。上面提及的施拉姆的《传播学概论》是一本普及介绍传播研究的入门书，以理论为主，几乎没有涉及应用层面，甚至未提及研究方法。而赛弗林和小坦卡德的书名则明确说明了该书的主要内容为理论。

① 参见[美]托马斯·库恩：《科学革命的结构》，金吾伦，胡新和译，北京，北京大学出版社，2003。

② 参见李彬：《流水前波让后波——对我国大陆传播学研究的回顾和展望》，见《大众传播学》，北京，中央广播电视大学出版社，2000。

其次，大众传播理论与传播理论被画上了等号。虽然施拉姆在论述传播符号时涉及了人际传播的内容，但是该书大部分说的是大众传播。由郭镇之主译的赛弗林和小坦卡德的《传播理论》（第四版）于2000年由华夏出版社出版，虽然书名改回了《传播理论：起源、方法与应用》，但是原文中“在大众传播中的应用”被省略为“应用”。

最后，（以美国为主的）传播实证研究和传播研究被画上了等号。近年来虽然传播批判学派的译介逐渐增加，但从教材上来看，仍是实证研究一统天下的局面。当然，这也和其他研究范式缺乏内部规范，无法形成自己的标准教材有关，比如洛厄里和德弗勒就曾用讽刺的语气说：“选择文化批判观点的研究者所取得的成绩还远远谈不上明晰。要文化批判学者们以本书这种叙述方式来总结其观点或许还为时尚早。”^①但是，标准化也许并不是我们对“文化批判”理论的期待，我们更期待的是灵活而深刻的见解和获得另一种选择。此外，对符号学、修辞学、文化研究、诠释经验研究等传统的引介，传播研究领域做得仍然不够。

当然，我们对传播学的理解也有一个逐步深入的过程。另外，从个人层面来说，学术的兴趣和选择的自由虽然无可厚非，但是传播学教材的译介与创作整体的同质化现象就不能不引起我们的关注。从“大众传播理论”到“传播学”的中介转换，使在国外原本松散模糊的传播研究被限制和规定（discipline）在一个较狭窄的区域内，从而在中国摇身一变成为了一个具有明确研究对象与统一性的学科。

萨丕尔-沃尔夫假说认为，语言的背后是世界观，它影响着 we 感知世界的方式。就像梁漱溟提到中国人对西方“自由”、“民主”概念的翻译一样，用旧的语言去想象一个汉语中本不具有的观念，往往意味着长期的误读。^②用“传播学”这样一个概念来指代关于大众传播的客观经验主义的理论，就像用“传播”来翻译“communication”^③、用“群众思想交通”来理解“大众传播”^④、用“公众通讯工具”和“宣传工具”来理解“传播媒体”^⑤、用“舆论”来代替“公众意见”^⑥一样，令我们的思维过程出现一些觉察不到的偏执和盲点。比如，因为成为了和

① [美] 洛厄里、德弗勒：《大众传播效果研究的里程碑》，刘海龙等译，366页，北京，中国人民大学出版社，2004。

② 参见梁漱溟：《中国文化要义》，上海，上海人民出版社，2005。

③ 中文的“传”与“播”都是单向的，而在英文中则有双向沟通的意思。虽然这一概念的翻译已经约定俗成，但是质疑者一直不乏其人。

④ 20世纪50年代复旦大学在翻译“mass communication”这一新概念时就使用了上述“工农兵文化”气息很浓的修辞。参见吴文虎编：《传播学概论》，第一章，武汉，武汉大学出版社，1999。

⑤ “Mass media”在1960年中国人民大学新闻系翻译的《报刊的四种理论》中被译为“公众通讯工具”。另一本20世纪80年代影响较大的商务印书馆翻译的《光荣与梦想》中“mass media”经常被翻译成“宣传工具”。

⑥ 虽然二者的英文一样，但是现代汉语常说“引导舆论”，而不说“引导公众意见”。“舆论”这一暧昧的词语逐渐就被等同于大众媒体的意见。

“新闻学”^①（理论）一样的“学”，所以“传播学”在中国变成了纯理论。虽然我们撷取了客观经验主义范式，但是却弱化了其实证主义的特征，其研究方法被忽视，只留下一些脱离具体环境的理论空壳，成为摆设，或削足适履地论证一些与之缺乏必然联系的结论。^②另一方面，传播学作为既有的新闻学的补充与对立面，形成了一系列二元对立，比如本土的与西方的对立，马克思主义的与非马克思主义的对立，实用的与虚文的对立，有明确就业方向的与没有明确就业方向的对立……这些刻板印象把传播学放在了一个非常不恰当的位置，也赋予了新闻学某些可疑的特征。这既不利于传播学的发展，同样也不利于新闻学的发展。

除了对概念的诠释与中介外，国外（主要是美国）传播理论教材的引进也反映了我们对“传播学”的独特诠释，同时也影响了我们对“传播学”的理解。笔者接下来将具体结合我国传播理论教材的译介和这本《传播理论导引：分析与应用》，谈谈它们带来的启示。

传播理论教材译译中的盲点

就笔者接触到的有限的以“传播理论”为名的教材来看，主要分为两大类：一类是论文选集或文摘（reader），比如 James Curran 和 Michael Gurevitch 主编的《大众媒体与社会》（*Mass Media and Society*）、Jennings Bryant 和 Dolf Zillmann 主编的《媒体效果：理论和研究的进展》（*Media Effects: advances in theory and research*）、Oliver Boyd-Barrett 和 Chris Newbold 主编的《媒体研究的进路》（*Approaches to Media: A Reader*）。第一本和最后一本已有中译本，第二本据说也在翻译之中。这种教材单篇文章字数较少，角度多元，适合教学，但由于作者和文本来源不同，体例与思路难免不统一，缺乏理论体系。

另一类是自成体系的传播理论教材，数量较多。从内容上来看，又可分成三种。第一种是大众传播理论教材，比如施拉姆的《传播学概论》，德弗勒和波尔-洛基奇（Melvin L. DeFleur and Sandra Ball-Rokeach）的《大众传播学诸论》（*Theories of Mass Communication*，台湾译为《大众传播学理论》），还有前面提到的曾译过两个版本的赛弗林和小坦卡德的《传播理论：起源、方法及在大众传播中的应用》，已经出到第五版的丹尼斯·麦奎尔（Denis McQuail）的《麦奎尔的大众传播理论》（*McQuail's Mass Communication Theory*）据说也在翻译之中。这类教材引进得较早，一直是我国传播学研究教学的主要参考材料。

第二种是传播理论教材，例如斯蒂芬·W·李特约翰（Stephen W. Littlejohn）

① 潘忠党认为，把西方的“journalism”翻译成“新闻学”也有失准确，实际应为“新闻形态的社会实践”。

② 比如把“议程设置”等同于“引导舆论”。另外在一些借用传播理论概念论述新闻学理论的研究中，对传播理论本身的研究范式缺乏分析，即缺乏布迪厄所说的“客体化”过程。

的《人类传播理论》(*Theories of Human Communication*)和格里芬(Emory A. Griffin)的《初识传播理论》(*A first look at communication theory*),这类教材的编写者大多来自人际传播或群体(组织)传播领域。李特约翰的《人类传播理论》2003年已经出到第七版,在短短几年内也已经有了两个中文译本,在某种程度上打破了我国大众传播理论教材一统天下的格局。该书视野广阔,理论性强,论述深入,让大家看到了不少“新鲜”的理论。但是由于该书是研究生用教材,如果缺乏一定知识储备,很难全面理解。此外,该书重视梳理理论之间的关系,对单个理论的介绍则显得简略,例证也较少,对于本科生来说稍难了一些。相比之下,格里芬的《初识传播理论》则专为本科生准备,该书把传播理论分为7个传统(社会心理学控制学、修辞学、符号学、社会文化、批判理论、现象学)和4个部分(人际传播、群体和公众传播、大众传播、跨文化传播),介绍了31个理论,每个理论一章。该书通俗易懂,覆盖面广,个性化的论述风趣幽默,从1991年问世到2000年已经出到第四版。现在大家手里的这本理查德·韦斯特和林恩·H·特纳(Richard West and Lynn H. Turner)所著的《传播理论导引:分析与应用》(*Introducing Communication Theory: Analysis and Application*)借鉴了《初识传播理论》的体例,精选出了25个理论,分成自我传播、人际传播、组织传播、公众传播(修辞学)、大众传播和跨文化传播等六类加以详细介绍。该书深入浅出,单个理论的论述比前书更为详细全面,同时注重应用,实例丰富,2000年问世后又于2004年出了第二版,是一本适合本科生全面了解传播理论的入门教材。

第三种是选取一个独特角度论述传播理论的教材,这类书不像前两种那样追求面面俱到,而是注重某个问题的阐述。具有代表性的如洛厄里和德弗勒(Shearon A. Lowery and Melvin L. DeFleur)的《大众传播效果研究的里程碑》、詹姆斯·A·安德森(James A. Anderson)的《传播理论:认识论的基础》(*Communication Theory: epistemological foundations*)。前者史论结合,以案例研究的形式介绍了美国传播实证主义效果研究领域的14个具有里程碑意义的经典研究,让学生在扼要的文献回顾和社会环境的描述中体验实证主义效果研究的精神和特征,此书已经由笔者及两位同事翻译成中文,同时也有原版的影印本可以对照学习。后一本书主要以研究生为对象,作者的目的是要打破一般传播理论教材的那种天启式的权威论述,以后现代解构主义的姿态,打破禁忌,解剖各种研究传统背后的本体论、认识论(包括方法论)、价值论和实践论,把学术研究(或者布迪厄所说的“学术场”中的研究规则)变成研究客体,让不同研究传统的学生能够平等地认识和比较各种研究方法的长短,宽容地对待不同的研究传统。可以说这是一本传播理论的元理论研究。此外,查尔斯·R·莱特(Charles R. Wright)所写的

《大众传播：社会学视角》(Mass Communication: A Sociological Perspective)虽然出版时间略为早了一些，但是从传播研究案例的角度来剖析传播理论的应用是该书的独到之处。

以上的总结虽然很不全面，但是从中也能大致看出：我们的教材引进主要侧重于大众传播理论，对传播研究的其他领域（特别是人际传播、修辞学等）介绍得还不够；泛泛的概论介绍偏多，而具有一定深度的理论考察还比较少；此外，在理论范式的介绍方面还不够开放，仍是客观经验主义范式一统天下的局面。当然，这里并不是说我们对实证研究的引进已经足够了，中国内地目前的实证研究还差得很远。只是中国地广人多，正处于复杂的转型期，发展极不平衡，应从更多样化的角度来理解这些复杂的经验。没有一个研究范式是十全十美的，需要其他的范式加以补充才能使我们获得一个更为完整的拼图。

《传播理论导引：分析与应用》的启示

上述问题是一个大话题，应该留给所有研究者来共同回答。这里仅以这本韦斯特和特纳所著的《传播理论导引：分析与应用》为例，谈谈它对我们传播理论教学与研究的一些启示。

本书最大的特点是对众多传播语境一视同仁。由于中国的传播学被设置在新闻学院下面，所以教学和科研都对大众传播比较关注。对人际传播、群体传播这些在现代生活中十分重要的领域，我们虽然很早就提到，但是真正高质量地引介与研究却很少，这与我国特殊的学科设置有着极大关系。

我们的修辞学研究则完全交给了中文专业。从本书所介绍的一些修辞理论可以看出，这也是一个传播学者应该关注的重要领域。可能由于它是从传统的语言专业中分离出来的，人文气息较浓，同时又因为我们只注重大众传播，所以除了中国社会科学出版社曾经编译过两本修辞学的选集外，我国传播研究界很少有人关注它。其实从后现代主义修辞学的观点来看，随着现代的大部分社会现象变成符号现象，修辞已经成为了最重要的学科之一。

本书对跨文化传播几个理论的介绍也给了我们一些启示。目前我国的研究对跨文化(cross-culture)存在着一定的误解，其实跨文化并不一定意味着跨越国家疆界(international)。在一个多元化、国际化的世界里存在着众多跨文化传播现象，文化的区隔无处不在。即使在最偏僻的乡村，跨文化传播也一直存在，在许多人类学田野调查中都可以看到这样的例子。比如在一本讲述农民上访的《大河移民上访的故事》里就可以发现，一般农民和上访精英们的交流就是跨文化传播，特别是妇女，她们对整个事件基本处于失语状态，无法用自己的经验建构起完整的叙事，被问起时只会笑着说“不知道”、“说不清”，或者只能以“琐碎”的情节

片断来诠释这个事件。^① 在一个小小的偏僻乡村内部就存在如此大的文化差异，更何况全球化、社会分层更明显的城市。而目前我们的跨文化传播研究主要还集中在分析《纽约时报》和《人民日报》对总统、主席出访和重大外交事件报道的差异，以此论证中美具有不同的制度和文化的文化，这实在是片面地理解了“跨文化”的内涵。

本书另一个特点是对理论研究范式予以强调。学术场也是一个众多范式竞争的场所，没有任何一个理论享有至高无上的裁判权。每个范式具有不同的前提假设。作为禁忌，它们很少被拿出来平心静气地解剖，一般以中世纪行会式的言传身教的方式加以模仿和传承。但是随着科学哲学和后现代主义引发的论争（比如索卡尔事件），理论和科学的元理论逐渐引起人们重视。本书在这方面做了较为清晰简洁的介绍，特别是对每个理论的前提假设都做了详细的解析。当然，尊重各种理论范式并不意味着相对主义，它只是提醒我们：理论与方法不是避难所，理论的使用者要承担起责任。

不同的范式之间百家争鸣，但是每一个范式内部却有着一以贯之的本体论、认识论、价值论和实践论，在进行理论研究时要讲求逻辑一致。有时不同范式表面上谈的是同一现象，而背后的基本逻辑则完全不同。如果无视范式的差异，就会得出一些不尽情理的结论。比如，有的人用法兰克福学派的“文化工业”概念来指导媒介产业化，把议程设置理论等同于舆论引导，甚至有一位新闻学教授在一本批判美国新闻界（其中也包括对美国政府操控新闻的批判）的传播名著的前言中竟然号召我们从该书中学习美国政府控制新闻的手法，不知这位美国学者对中国同行的这种“反向解读”和“过度诠释”作何感想？

再次，本书也给我们的传播理论的教学提出了一些思考。比如，本科阶段的传播理论是介绍一些被划定为“传播学”的基本内容还是全面深入地引导学生进入传播研究的前沿课题；是侧重理论的实际应用能力的培养还是注重学术研究能力的培养；新闻传播学院的本科教学以大众传播理论为主还是各领域平分秋色……当然这些问题不只是教育本身的问题，还和中国的人才需求、学科管理制度等有着密切的关系。但是从此书中我们可以看到作者并没有因为是本科教材而画地为牢，在他们的召唤下，从亚里士多德、黑格尔、马克思、巴赫金、米德、葛兰西到当代的肯尼斯·博克、库恩、吉登斯、吉尔兹、霍尔这些大牌学术明星们悉数登场。问题不在于所讲的内容是否过于“理论化”，而在于如何恰当地使这些理论变得容易理解。正如作者一直在书中强调的，我们的生活中理论和理论化的思维方式无处不在。传播理论的教学者也要注意这些“高深的”传播理论在自

① 参见应星：《大河移民上访的故事》，北京，三联书店，2001。

己身上产生的“第三人效果”。马克思主义理论远比大多数传播理论高深得多，它的教学早在中学就开始了（这也直接导致了中国的学生总觉得传播理论不够“高深”）。思想活跃的学子们希望听到最新的理论，理解身边光怪陆离的现象，知道那些在大众报刊中被频频提起的学者所说的理论到底是什么。武断地说，大多在新闻传播实务课堂上讲的内容也都是理论——这一点只消从学生实习或工作后的巨大变化上就能证明。这里不是说我们的业务教学不过关，而是任何职业教育都不能完全模拟复杂的社会环境——因此把传播理论“神圣化”（同时也是变成无用的摆设）并和其他业务课程割裂开都是对传播理论的误解。

最后，《传播理论导引：理论与应用》在传播理论的应用方面也给我们以启示。书中的大量案例与理论应用告诉我们：理论和每个人息息相关，如何理解自我，如何理解和处理与他人的关系，如何理解和处理自己在群体、组织中的身份、角色，如何行动，如何与他人（包括其他共文化的人）沟通等都离不开传播理论，传播理论不是只供政治、经济和文化精英使用的工具，每个人都应该自觉地成为传播理论的出色使用者。当然，作者们也一再提醒我们，传播的阴暗面也要引起我们的重视。

当然，本书的特色和长处同时也是它的不足。由于涉及领域较多，难免顾此失彼，挂一漏万，比如议程设置理论不知何故没有选入^①，批判的和诠释学范式的理论比例仍然偏少，不过好在现在市面上这方面的理论译介也不少，学习者可以找来作为补充。同时要说明的是，这是一本美国人写给美国大学生看的书（比如里面举的例子绝大部分来自美国），虽然美国的文化具有多样性，但毕竟也有其特殊的一面。我们的最终目的不是学习理论本身，而是学习如何用理论解释现实思路与方法。

英国学者约翰·伯格也以桑德照片中农夫身上不合体的西装为由头说过更意味深长的话：劳动阶层在着装上对统治阶层的模仿，正体现着统治者的霸权，农夫们自以为穿上西装就提升了自己的地位，殊不知这种按照坐着的权势阶层设计的服装就像一个圈套，正暴露了他们劳动者的体型与低下的地位。所以按照想象使用的西装，穿上去怎么也不如在上等人身上看着顺眼。好在他在文章的结尾还算乐观：这些农夫在到达舞会现场，喝了一瓶啤酒、欣赏女人之后，他们也许会脱下外套，拿掉领带，或许只戴着帽子跳舞，跳到天亮或工作之前。^②

^① 议程设置是不是理论，有学者提出异议，这里涉及理论的定义与标准问题。但是如果与传播研究中公认的其他理论相比，特别是结合20世纪70年代之后的发展来看，议程设置还是有资格称作理论的。见 McCombs, Maxwell E., *Setting the agenda: the mass media and public opinion*, Cambridge: Polity, 2004.

^② 参见 [英] 约翰·伯格：《西装与照片》，见《看》，刘惠媛译，桂林，广西师范大学出版社，2005。

《传

播理论导引：分析与应用》对传播理论在我们生活中的运用，做了实用、有趣并且具有针对性的探索。本教材是写给那些对传播学不太了解、甚至不具有传播学理论背景的学习者的。我们最初之所以要写这本书，是因为感觉到学习者需要了解理论化的思维方式如何帮助我们理解我们自己、我们的经验、我们的环境以及我们的文化。

因此，我们最基本的目标包括：

- 使学习者对可能在传播学领域中遇到的原理、核心概念及重要理论有一个了解。
- 祛除理论的神秘感，帮助学习者发现理论在他们日常活动中的具体应用。
- 帮助学习者更为系统地、批判地思考问题。
- 使学习者了解传播学的发展历史，获得一个全局性的整体印象。
- 向学习者介绍研究的程序，并使他们了解理论在研究过程中的具体作用。

本书的第二版保留了第一版的重点内容，用平易、有趣并且使人印象深刻的方式介绍传播理论。我们希望学习者能够通过阅读本书，了解并理解传播学理论的基本知识。三十多年的传播理论教学使我们认识到，使用大量实际的和具有应用性

的例子，简单、直接地介绍理论，学习者们最容易理解。教学相长，我们在教学中所学到的一切，都融入了《传播理论导引：分析与应用》之中。我们的学生和同事不断地为本书做出贡献，他们的建议与评论对本书的第二版影响巨大。

因为传播理论是一门交叉学科，所以本书不仅包含产生于传播学领域的理论，还包含产生于其他领域的理论，比如心理学、商学、社会学、生物学和哲学。我们不是简单地做理论家的传声筒。我们的目的是重构（frame）他们的表述，并且用现实世界的例子和应用来说明他们的理论，让学习者能更容易理解。

传播理论教学的挑战

传播学理论的讲授者在教学中面临着许多挑战。许多学生会把理论看成是拒人于千里之外的、抽象的、模糊的东西，教师必须帮助他们克服这些负面印象。由于学生们的年龄、社会经济阶层、种族、文化和语言背景各不相同，因此对本学科的负面印象会在课堂上被放大。为了克服这一困难，《传播理论导引：分析与应用》提供了易读的、有操作性的指导，将大量的例子融入其中，将理论的精髓以直白的方式表达出来。

第二个挑战是讲授者必须克服学习者们对学术研究的先入为主的印象——他们往往把它看得非常困难，并且离他们很遥远。本书要向学习者展示的是，他们已经具有了研究者的许多基本素质和特征，比如好奇和抱负。学习者们将惊喜地发现，他们在日常生活中经常使用一些自己发现的理论。一旦学习者们开始修正对于学术研究和理论方面的错误印象，他们就逐渐开始成为具有批判性的思考者和学习者了。

传播理论教学中的第三个挑战是在把复杂理论通俗化的过程中，如何做到不过分简化理论的表述方式。为了解决这一问题，讲授者通常先对理论做一个扼要的勾勒，然后再把前面忽略的地方用个性化的材料补上。通过提供现实生活中各种各样的例子和应用（这些例子将反映教室中的人口差异），《传播理论导引：分析与应用》有助于完成这一工作。

专栏和学习帮助

为了完成我们的目标，克服传播理论教学中的困难，我们在第二版中加入了许多新的专栏和学习帮助：

- 第一部分“搭建舞台”。本书前四章的目的仍然是帮助学习者们为接下来的理论学习打下一个坚实的基础。这些基本工作非常重要，它将使我们了解理论如何概念化以及如何检验。第1章和第2章介绍传播的定义以及该学科的简史。我们还要对公认的理论分类做一个大致的介绍。第3章和第4章涉及理论和定量研

究的基础知识以及二者之间的关系。

“本书前四章的目的仍然是帮助学习者们为接下来的理论学习打下一个坚实的基础。这些基本工作非常重要，它将使我们了解理论如何概念化以及如何检验。”

- 25 个理论的介绍。接下来各章分别对 25 个理论做了通俗、详细的介绍，并且为讲授者提供了很大的灵活性。我们保留了第一版的所有理论，而且在这一版加入了 2 个新的理论：第 13 章的传播隐私管理理论和第 25 章的媒介理论。

- 新的引言。第二部分“理解对话”被重新编排成 6 个部分。在这一版里，我们为这些理论写了新的引言。这些概述向学习者们解释了我们的选择，把这些理论放到共同的语境中，使得学习者能够发现这些理论之间和整体上的联系。

- 每章的开篇小故事。每一章开头会有一个小故事，它贯穿整个章节，说明理论概念和主张。这些故事帮助学习者理解传播理论在普通人的日常生活中是如何起作用的。学习者们的评价让我们对这些开篇小故事的有了自信。

- 每个理论采用统一的结构加以表述。每一个理论章节都有一个固定的格式，包括开篇小故事、引言、前提假设、核心概念的描述和批判（使用本书第一部分提出的标准）。前后一致的格式具有连续性，也保证了理论表述的平衡。

“每一个理论章节都有一个固定的格式，包括开篇小故事、引言、前提假设、核心概念的描述和批判（使用本书第一部分提出的标准）。前后一致的格式具有连续性，也保证了理论表述的平衡。”

- 图表和数字。为了提高概念的条理性和内容的形象性，我们在文字中加入了大量新的图表和数字。几乎每一章都新增了一幅新的图表或漫画，帮助学习者思考和理解材料。这些图表使得这些理论中的概念更为清晰，也有助于那些对视觉信息敏感的学习者记忆。

- 学以致用（Theory into Practice, TIP）箱。这些小箱子在每一章都有，它们的材料来自大众媒体，向我们说明理论（或其中的某些部分）和实际有什么联系。举例来说，在第 8 章的期望违背理论（Expectancy Violations Theory）里，学以致用箱检验了空间的差异将会对调情产生何种影响。为了使材料反映当前的实际，第二版一共加入了 10 个新的学以致用箱。此外，我们还在每个箱中加入了新的附带问题，这样学习者可以把这些信息应用到理论和他们的生活经验中。

- 研究笔记箱。这些箱子里是研究论文和文章的摘要，这些材料与章节中所讨论的理论相关，和学以致用箱一样，每章都有。研究笔记箱说明理论或理论原理在调查研究中如何应用。第二版对这些笔记都做了更新，这些内容反映了目前这一领域的研究在广度和深度方面的最新进展。

● **全新的页边术语表。**每一章的通篇都加入了新的页边术语表，让学习者能够即时地了解不太熟悉的专业术语及其内涵。

● **全新的理论记事。**这些新的、独特的日志性的记录在每一章都会出现，说明在目前环境中理论的使用。例如，第12章的关系的辩证法理论（Relational Dialectics Theory）中要求学习者把所学到的内容做进一步扩展——如果研究是在非洲或亚洲进行，关于辩证的结论会有何差异。

● **全新的理论关联。**我们认为，许多理论在多元的语境下会相互交叉。因此，我们要求学习者注意观察在不同的语境下，两个不同的理论彼此之间有何联系。我们还注意到，一些理论会在相似的语境下使用，但是研究进路却大相径庭。理论关联栏目要求学习者思考这些异同。比如，在第14章的群体思维（Groupthink）里，我们要求学习者思考沉默在群体思维和失语群体理论（Muted Group Theory，第28章）中所起的作用有何不同。

“我们要求学习者注意观察在不同的语境下，两个不同的理论彼此之间有何联系。我们还会注意到，一些理论会在相似的语境下使用，但是研究进路却大相径庭。”

● **全新的理论在学习小组中的应用。**与其他人一起工作可以帮助学习者更好地理解材料。我们设立了这个栏目，鼓励合作学习以及在不同学习风格之间进行批判性思维。在第15章的适应结构化理论（Adaptive Structuration Theory）中，我们要求学习小组思考组织领导者进行判断时存在的道德缺陷，以及适应结构化理论关于此问题的讨论能给他们什么启发。^①

● **讨论题在每一章的结尾处。**这些激发思考的问题能够促使学习者批判性地审视这一章并将注意力放到关键问题之上。

补充资源

在线学习中心（www.mhhe.com/west2）可以为不同风格的教学提供互动资源，满足多样化的要求。在每一章中，学习者和讲授者都可以看到本章大纲、带有反馈的测验样题、由关键概念组成的填字游戏和其他互联网上的活动。对于讲授者而言，在线学习中心提供在线教师资源手册，为基本的理论教学工作提供一般性的指导、教学大纲示例、章节大纲和课堂活动。

除此以外，对于每一章都有多项选择和简答的计算机题库可供 Windows 和 Macintosh 系统的用户使用。计算机题库可以允许讲授者对试题进行编辑并加入

^① 第15章的理论在学习小组中的应用并不是这里所说的内容，可能原文有了改动而作者在前言里未做相应修改。——译注

自己的题目。

结构

第一部分“搭建舞台”为第二部分的具体理论提供观念基础。第1章以介绍该领域并描述传播的过程开头。接下来探索了传播的阴暗面，研究了人们如何使用传播消极的一面去破坏人与人之间的互动（如欺骗、伤害、言语污辱等）。我们以讨论伦理问题结束此章。第2章对传播学的发展历史做了简略的回顾，介绍了一些研究先驱者和最大的传播协会——全国传播协会（the National Communication Association）的建立过程。在对传播学理论起源的探讨中，我们不仅涉及古希腊，也涉及当代的趋势。接下来，我们转向基本的传播语境（自我传播、人际传播、小群体传播、组织传播、公众传播、媒介传播、跨文化传播），不同国家的传播学术研究均以此为框架进行划分。第3章探讨了理论的性质，提供了理论的一般定义和特征。这一章还讨论了传播研究的不同进路和评价理论的一般标准。第4章探讨了理论和经验研究之间的关系。这一章的目标是让学习者们熟悉研究程序，并向他们解释研究程序与理论、实践的直接关系。我们介绍了四种常见的研究方法（抽样调查、实验、深度访谈和文本分析），同时说明传播学研究应如何操作。

xxiii

在第一部分打好基础之后，第二部分“理解对话”向学习者介绍了25个理论，分别用1章的篇幅对每个理论做简明介绍。这些理论中的许多理论可用于不同的传播语境。比如，关系的辩证法理论既可以在组织传播的语境中理解和应用，也可以在人际传播的语境中理解和应用。但是，为了便于理解，我们根据每个理论的主要侧重点，将其分成六个部分：自我与讯息、关系发展、群体与组织、公众、媒介、文化与多样性。

因为备选理论如此之多，对于我们来说，选择介绍哪些理论并不是一件容易的事。在选择过程中，我们大致遵循四个标准：（1）在相关领域的发展过程中，该理论是否具有重要性；（2）该理论是否反映了这一学科具有交叉性的特征；（3）该理论对当前这个学科来说是否具有重要性；（4）该理论是否有助于保持入选本书的理论中先驱理论与当代理论的平衡。此外，我们还有意识地把那些由不同学术群体提出的理论包括进来。

最后，在第三部分里，在大幕之后，第30章描述了在社会发展的新趋势之下当代理论的演进与理论建构。为了向学习者说明传播学专业所传授的实用知识有助于找工作，我们在最后集中讨论了可以应用传播理论的职业。同时，我们也对如何做好与传播相关的工作提出了一些建议。