

普通高等教育“十三五”规划教材



21世纪新闻与传播学规划教材

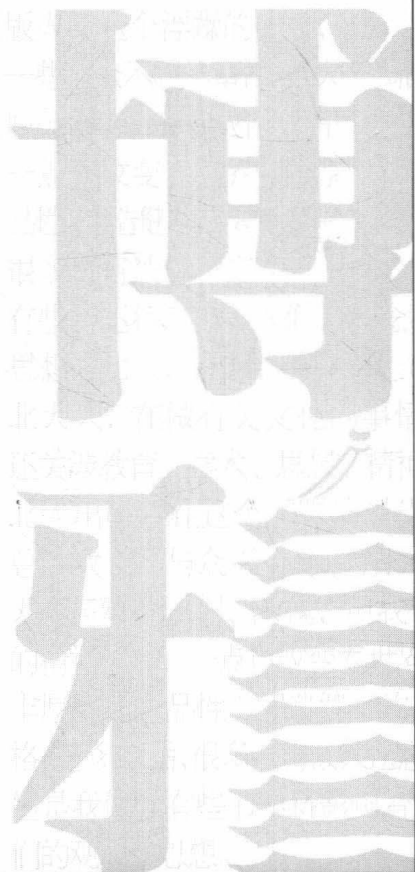
传播学系列

传播与媒介文化研究方法

Communication
and Media
Cultural Research
Methods

王颖吉 主编

 北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



传播与媒介文化研究方法

Communication
and Media
Cultural Research
Methods

王颖吉 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

传播与媒介文化研究方法/王颖吉主编. —北京:北京大学出版社,2017.6

(21世纪新闻与传播学规划教材·传播学系列)

ISBN 978-7-301-26544-4

I ①传… II ①王… III. ①传播媒介—文化研究—高等学校—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第273074号

- 书 名** 传播与媒介文化研究方法
Chuanbo yu Meijie Wenhua Yanjiu Fangfa
- 著作责任者** 王颖吉 主编
- 责任编辑** 胡利国
- 标准书号** ISBN 978-7-301-26544-4
- 出版发行** 北京大学出版社
- 地 址** 北京市海淀区成府路205号 100871
- 网 址** <http://www.pup.cn>
- 电子信箱** ss@pup.pku.edu.cn
- 新浪微博** @北京大学出版社 @未名社科-北大图书
- 电 话** 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016
- 印 刷 者** 北京鑫海金澳胶印有限公司
- 经 销 者** 新华书店
- 730毫米×980毫米 16开本 41.25印张 740千字
- 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷
- 定 价** 82.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

目 录

第一篇 传播与媒介研究基础

第一章 理解传播、媒介与文化	(3)
一、作为隐喻的术语	(4)
二、对于传播、媒介、文化的多元理解和解释	(8)
第二章 理解科学与方法	(29)
一、人类探究及其方法	(29)
二、科学及其话语建构	(35)
三、科学的三种形式及其与传播研究的关系	(43)
第三章 方法及其系统	(48)
一、研究方法的层次	(48)
二、哲学与方法论及其重要性	(49)
三、三种方法论的取向及其比较	(53)
四、文化传统与研究方法	(59)
第四章 量化研究与质性研究	(64)
一、术语解释与辨析	(64)
二、概念定义和特征	(66)
三、量化研究与质性研究的比较	(67)
四、量化研究与质性研究的优缺点及其相互关系	(76)

第二篇 实证的传播研究

第一章 实证传播研究导引	(83)
一、实证主义及其方法论逻辑	(83)
二、实证主义与美国传播研究	(88)

第二章 实证研究的设计与测量	(93)
一、实证主义研究的设计	(93)
二、测量、概念化和操作化	(96)
三、测量的信度与效度	(105)
四、指数与量表	(109)
第三章 抽样的逻辑	(112)
一、抽样的基本概念	(112)
二、随机抽样	(114)
三、非随机抽样	(116)
四、样本规模	(117)
五、抽样误差	(120)
第四章 定量研究的资料收集方法	(123)
一、调查研究法	(123)
二、实验法	(141)
三、个案研究法	(158)
四、观察法	(164)
五、内容分析法	(175)
第五章 定量研究的资料分析	(203)
一、定量分析中的重要概念	(203)
二、变量的描述性统计	(212)
三、从统计描述到统计推断	(250)
四、统计决策:从单一总体到多个总体的假设检验	(282)
五、从统计决策到变量关系分析	(301)

第三篇 诠释取向的研究方法

第一章 现象学研究方法	(323)
一、现象学方法概述	(323)
二、现象学的基本观念	(327)
三、现象学进入传播与媒介文化研究的哲学途径	(340)
四、现象学进入传播与媒介文化研究的其他途径	(343)

第二章 诠释的民族志	(348)
一、民族志的基础	(348)
二、诠释民族志与受众研究	(354)
三、诠释民族志与詹姆斯·凯瑞的传播观	(359)
四、民族志的研究路径	(366)
第三章 历史研究方法	(374)
一、史学发展及历史研究方法概述	(374)
二、传统史料研究方法	(376)
三、史学研究新方法	(381)
四、史论研究方法	(387)
第四章 叙事学研究方法	(398)
一、叙事学研究方法概述	(398)
二、叙事学研究关键词	(403)
三、叙事学研究方法如何进入媒介文本分析	(411)
四、叙事学研究方法的局限	(419)
第五章 话语分析研究方法	(420)
一、话语分析概述	(420)
二、话语分析的流派及其研究方法	(422)
三、话语分析在媒介研究中的应用	(424)
四、国内话语分析研究方法的应用现状及前景	(443)
第六章 技术—文化诠释方法	(444)
一、技术—文化诠释方法概述	(444)
二、伊尼斯与技术—文化诠释	(448)
三、麦克卢汉与技术—文化诠释	(452)
四、波兹曼与媒介环境学	(457)
五、技术—文化诠释的方法论特征	(461)
第七章 精神分析研究方法	(464)
一、精神分析研究方法的理论来源	(465)
二、精神分析方法代表人物及其核心观点	(466)
三、精神分析研究方法关键词	(469)
四、精神分析方法如何进入媒介文本分析	(474)

五、精神分析研究方法的局限	(481)
第八章 符号互动论研究方法	(483)
一、符号互动论的理论先驱	(484)
二、米德与符号互动论的奠基	(488)
三、布鲁默与符号互动论的建立	(493)
四、戈夫曼的新发展	(497)
五、符号互动论研究方法的局限	(506)

第四篇 批判理论及其研究方法

第一章 批判研究导引	(511)
一、何谓批判理论	(511)
二、批判理论的哲学基础和方法论逻辑	(512)
第二章 法兰克福学派及其研究方法	(517)
一、法兰克福学派概述	(517)
二、法兰克福学派的批判研究方法	(521)
三、哈贝马斯的认识论及方法论转向	(529)
第三章 传播政治经济学及其研究方法	(536)
一、从政治经济学到传播政治经济学	(536)
二、传播政治经济学关键概念	(542)
三、传播政治经济学的方法论特征	(548)
第四章 符号学研究方法	(556)
一、符号与符号学的基本理论	(556)
二、皮尔士传统:源自科学的指号学思想	(560)
三、索绪尔传统:源自语言学的符号学思想	(569)
四、符号学方法在传播和文化研究中的应用	(580)
第五章 结构主义与后结构主义	(589)
一、结构主义方法的概念及特点	(589)
二、结构主义方法的经典研究	(592)
三、后结构主义的方法及特点	(599)
四、后结构主义方法的经典研究	(601)

第六章 文化研究及其方法	(607)
一、文化研究概念及范式	(607)
二、文化研究方法论	(613)
三、理论思辨的方法	(622)
四、批判的民族志	(623)
五、文本分析的方法	(627)
第七章 女性主义媒介研究方法	(630)
一、女性主义的发生与发展	(632)
二、女性主义媒介研究的主要方法	(636)
三、女性主义媒介研究的主要议题	(642)
四、女性主义媒介研究方法案例评析	(644)
后记	(649)

第一篇

传播与媒介研究基础

第一章

理解传播、媒介与文化

在开始本书的介绍之际,我们需要解释一下书中所使用的关键概念,如“传播”“媒介”与“文化”的含义。不过在此之前,还需要介绍一下我们在思考这一问题时所使用的方法,这种方法可以被称为反思(哲学)的方法。人们在面对一个专业术语时通常会采取两种不同的思维态度和方法,这两种思维态度和方法可以被称为自然主义方法和反思(哲学)方法。自然主义的方法是一种自动化的思维习惯,我们依靠这种自动化的思维处理日常生活中的很多问题,比如每天下课之后我们会自动朝着食堂方向走,而在吃完饭后会自动走向自己的宿舍,在这一过程中我们并不需要思考食堂和宿舍的位置和具体路线,这些信息由于每天重复的经验而刻画在头脑之中了,当我们要处理相同任务的时候,这些刻画在头脑中的示意图就会自动发挥导引的功能,帮助我们在不费力思考的情况下达成自己的目的。自动化思维是人们赖以生存的一种能力,如果这种能力丧失的话,人们将在每一次行动前重新思考有关行动的一切细节,这对人们的正常生活来说是难以想象的。正是由于自动化思维对于我们的生活具有至关重要的作用,可以帮助我们节省脑力和精力,让我们的生活变得更加轻松,因此它被人们广泛地运用于各种活动中。然而,对于学术研究、思维创新和艺术创作这样的活动而言,自动化思维则成了导致错误和平庸的根源,因为自动化思维的实质是节省脑力和精力,是准确地重复已经成功的经验,而学术研究的实质则是开拓创新,是打破常识和常规以发现新的成果,寻求改善人类状况的多样性的、最优化的方案。因此,对于学术研究而言,自动化思维无疑是天然的敌对者,它阻碍了创新思维和科学研究的道路,让人们在一种惯常的思维习惯中不断重复已有的思维模式和观念,失去了提供新的思维路径和方法的可能性。可见自然思维是从事学术研究时需要努力加以克服的一种束缚,而克服的办法就是以反思或哲学的态度和方法对待所面对的问题,以反思和哲学的方法对所研究的问题进行艰苦的,甚至是殚精竭虑的思考,唯其如此,才有可能产生创新性的研究成果。

以对“传播”一词的思考为例,它在中国当代的学术语境中具有两种不同的

理解方式,即自然主义的理解和反思(哲学)的理解。这里所谓自然主义的理解是指人们在现存的理解和解释框架下对于“传播”一词所做的意义解释。这种理解方式的最大特点是不考理解与解释活动的哲学与方法论基础,而是根据日常生活中惯常具有的思维方式对“传播”做出理解和解释。最为常见的情况是列举教科书等文献资料中延续多年、鲜有变化的“传播”定义或解释,但对于这些定义和解释的哲学与方法论基础则不加任何关注和反思,也就是说对于一本教科书或者著作中所给出的概念解释仅停留在知其然而不知其所以然的状态。与此相反,反思态度的理解则需要提供一种概念解释的时候,将这种解释所依据的哲学与方法论基础加以一并呈现。也就是说,对于任何概念的解释都需要反思其所由作出的依据,任何概念定义的作出都不是没有依据的,相反任何概念解释都具有一种隐喻的功能,将人们引向这一解释背后的那个学术体系和思维框架,只有当人们能够将一种定义或者解释所依据的哲学与方法论一并呈现出来的时候,这种定义或者解释才是令人信服的。在中国的语境中,自然主义的态度在言及“传播”一词时,一般会产生以下一些解释:“传播”是对信息的传递和扩散,是人类的基础行为和基本活动,是社会得以产生的条件。有关“传播”的研究,其范围涵盖了与媒介、信息、文化相关的诸多领域,虽然它主要用于指涉与现代电子传媒相关的现象,但是也被广泛地用于指涉人际或者个人层面的交流活动,从最宽泛的意义上理解的话,“传播”与“信息传递”几乎可以画上等号。媒介研究或者文化研究有时候也被纳入到以“传播”这一词汇命名的学术领域,但在这一体系的框架下,我们往往会发现“传播”研究与“媒介”研究或“文化”(“媒介文化”)研究之间其实存在着极其严重的对立与对抗,根本不可能在某种特定的“传播”解释框架下容纳多元且异质的观点。然而,这些都是我们所熟悉的当前有关“传播”这一学术领域的一些令人尴尬的状况,人们似乎对于一种解释、一套框架所依据的哲学和方法论基础不感兴趣,对于其中所存在的明显的逻辑矛盾采取视而不见的策略。然而,对于这种习惯性的、自动化的思维方式提出质疑,并尝试将我们的思维方式转化为哲学反思的态度,是从事严肃研究和研究方法学习时所需要具备的首要条件。

一、作为隐喻的术语

本书以“传播”和“媒介”“文化”相对举,是因为在实际的学术研究实践中,“传播”“媒介”“文化”等学术术语都存在着一种易被忽视的用法,即作为一种符号隐喻来使用,也就是说,特定的语汇符号的背后往往隐喻一整套与此相关的哲

学、价值观念、核心议题及研究方法的假设,这种用法是我们在开始学习的时候特别需要加以注意的,因为人们习惯于仅仅将学术术语视为表情达意的工具,而事实上,它们都附带有很深的文化和学术内涵。

就本书所涉及的学术领域而言,“传播”“媒介”“文化”“沟通”“传通”“交流”“交往”等不同词汇都会被作为命名符号来加以使用,这些词汇之间存在的差异并不仅限于所指涉的研究领域的差异,如人际传播、电视传播、网络传播,或者文字媒介、图像媒介、影像媒介之类;更重要的差异应该是它们各自所隐喻的学术观念、方法和理论立场的差异。例如同样研究电视,作为实证“传播学”之一部分的电视研究往往在价值立场上强调中立或科学,却在服务宗旨和目的上偏向行政和商业应用,在研究方法上则往往主张量化实证。而作为“文化研究”或者“媒介文化”之一部分的电视研究,则往往在价值立场上倾向人文和批判,在研究宗旨与目的上强调意义解读和人的解放,而在研究方法上则往往采取阐释和批判路径。

于是我们经常看到:美国传统传播学所指涉的领域,在英、法等一些欧洲国家通常会被称为“媒介研究”或“媒介文化研究”。当然,“传播研究”和“媒介研究”在很多时候是可以相互通用的,但是两者之间的差别也是我们应该注意到的,它们的研究范围和研究重点有一定的不同,这种差异反映了学术传统的差异。在中国,前人一般会使用“传通”“交通”“交流”或者“沟通”等词语描述人类传播现象,这些词语的选择使用实际上也具有其特定思想文化传统方面的背景,而在马克思主义的传统中,如《德意志意识形态》或《交往行为理论》等著作中,“交流”或“交往”的内涵则具有特定的哲学观、价值观和方法论含义。

较长时间以来,汉语中的“传播”一词主要被用于隐喻美国行为主义学术范式的大众传播研究,这一学术范式强调的是对传播行为的预测与控制效果,在这一范式下,“传播”通常指称人类的行为,是动词。而“媒介”研究通常将关注的焦点放置在媒介机构及其经济制度、所有权制度等结构性因素上,媒介研究者一方面从比较宏观的视角研究特定社会经济制度(资本主义和发达资本主义)中的社会结构、意识形态对于人与社会的影响;另一方面也会着眼于对媒介文本的微观阐释,从意义分析和解读中实现对媒介文本的政治意识形态解读,或者揭示资本主义媒介运作中存在的那些不易觉察的神话机制。倾向于马克思主义的或者说批判研究的学术在北美地区的主要代表是“传播政治经济学”,它们的政治经济学分析之所以冠以“传播”之名,可能是由于早期的传播政治经济学家主要是在美国从事教学和研究工作,为了能够便于与美国学术界进行对照或交流,于是便使用了“传播”这个美式词汇,不过就精神内涵看,这种研究更接近于欧洲的文化

与媒介批判,而不是美国的行为主义传播学。英、德、法等欧洲国家对于人类传播和媒介现象的研究往往被置于更加宏观的学术视野中,学者们甚至不追求“传播”或者“媒介”的专业化,这表明他们的研究并不是美国传播学意义上的那种“科学”,而是追求人类解放和自由的事业。英国的批判学者将对人类传播和媒介现象的研究纳入“文化”的研究领域,通过研究文化现象来从事对西方资本主义意识形态、权力、阶级、种族、性别等领域的批判。

我们也许可以粗略地将术语选择与方法论之间的关系作如下表述:盛行行为科学(实证主义)的美国传播学喜欢用“传播”来表征他们研究的问题与人的行为之间的密切关系;而具有批判传统的欧洲学者喜欢用“文化工业”“媒介文化”“媒介与文化”“文化研究”等语汇来表示他们所研究的是一种社会政治及审美文化意义(意识形态与权力)层面的问题,是与“文化”有密切关系的问题。这两种词汇的选择倾向对应于思想史上所谓的“行政研究”(含市场研究)和“批判理论”(广义的)的分野,行政研究主要是美国主流传播学的风格,而批判理论则体现了欧洲学术的特点。当然这种区分不是绝对的,仅仅是就其主要的方面来说的,例如,早期的美国经验主义学者如杜威、米德、帕克等人的传播研究风格主要不是行政或市场倾向的。这里需要注意的是研究取向与范式形成的哲学与方法论基础,这一基础很多时候是由文化传统决定的。在这两种研究风格之外还有一种通常被人们称为“技术主义”或者“形式主义”的媒介理论,即以伊尼斯和麦克卢汉为代表的北美范式。加拿大学者的学术用语既有“传播”(伊尼斯)也有“媒介”(麦克卢汉),不过这里的“传播”与“媒介”与美国和欧洲不同,尤其是在学术传统和方法论内涵方面具有较大的差异。最重要的区别可能在于:前者更注重媒介技术和形式与社会历史文化演化之间的相互关系问题,这不同于美国的行政与市场导向,也不同于欧洲媒介研究的权力与意识形态批判导向。加拿大学术传统倾向于与美国式的传播“科学”保持明确的距离,他们的工作也在哲学观念、价值观念以及方法论方面展现出完全不同于欧洲马克思主义者的逻辑,由于他们主要关注的是技术或形式层面的问题,因而对于媒介内容的研究显然不像西方马克思主义者那么重视。在价值立场上,加拿大学者及其传承人之间的差异较为明显,比如麦克卢汉倾向于对媒介现象进行中立客观的解释,而波兹曼则倾向于在人文主义立场上对现代电子传媒文化进行批判。

我们似乎有理由期待对中国本土的语汇有一个讨论,这个问题在中国文化寻求复兴与向世界传播的历史背景中显得极为重要。对于当代中国的传播学界而言,一个现实的问题是:我们应该确定一系列有自身文化特色的术语,以隐喻和标示具有中国文化特征和历史内涵的学术思想,这一术语既能联通中国历史

文化传统,又能蕴含不同于其他国家及地区的特殊思维模式与方法论。除了“传播”和“媒介”之外,“传通”“传学”“沟通”等词语都是比较多地被提出来加以考虑的术语,但这些词语在内涵方面还没有获得具有绝对影响力的解释,因此我们一般还是因循旧有的翻译词语,即“传播”和“媒介”来指称这一学术领域,并且它们的意涵主要是西方的而不是中国的,换句话说,这些词汇只是西方学术观念的中国符号,与传统的中国历史文化并没有太大的关联。

长期以来,传播学本土化被认为是当代中国学术自觉的一种表现。虽然学术界在此工作上充满了焦虑和迫切的心情,但由于传播学界很长时间以来一直存在忽视中国固有文化传承与发展的倾向,因而在美式传播学熏陶下成长起来的传播学界,对于该领域的本土化显得有心无力。事实上,真正严肃的问题还不是一种外来学术的本土化问题,而是如何建构中国自身学术范型的问题。无论是哲学、历史还是文学、艺术,中国古已有之的学术都展现出了完全不同于西方的面貌,这些面貌是中国文化在全球文化麦当劳化的当今时代中区别于其他文化的名片,是我们引以为自豪的文化身份证。对于传播或媒介研究而言,其在中国兴起的时间不过是最近三十年左右,由于历史的原因,这一领域基本上只能在全面西化(主要是美国化)的学术环境中发展起来,无法从中国固有文化中发展出既体现中国历史文化传统,又着眼于当今时代问题的新型学术范式。对于人类所面临的诸多重大传播和媒介问题,我们基本上无法贡献出独具中国视角和文化价值的思想,与美国、英国、加拿大、法国或德国这样一些国家相比,中国的传播和媒介研究领域并没有什么标志性特征,远不能与中国文史哲等传统学术领域在国际学术界的地位和影响相比。由于近代以来文化断层和全盘西化的趋向积重难返,因此真正完成有中国特色的传媒学术范式的建构是异常艰难的。或许需要好几代学者的共同努力才能见到成效,或者一直要等到中国大学的新闻传播院系改变“言必称美国”的模式,让“传播”从抽象而空洞的“科学”“学科”宝座回归生活世界,并重新找回历史,审视它所隐喻的中国文化的特殊价值,将传统的中国学术与文化作为教学体系的重要构成部分加以重视,才能初步具备完成这一使命的条件。

最后需要强调的一点是,某一文化体系中对某一词汇的选择与使用具有复杂性和模糊性,虽然我们在前面重点解释了作为隐喻的“传播”一词的含义,但正如开篇提到的,词汇的使用还有非隐喻的那种情况,因此具体语境中“传播”一词的用法究竟属于哪种情况也是需要具体分析。另外,从符号学的角度看,词汇的能指形式与其所指意义之间的关联并不是恒定的,而是一种约定俗成的结果,比如中文以“狗”指称那种家养的犬科动物,而在英文体系中,这一所指无论是字

形还是字根都与汉语体系的情况不一,这充分表明:符号能指与其所指之间的关联会因为历史和文化的因素而发生变化。具体到“传播”一词来说,这一词汇指称的事物和意义会呈现比较复杂的情况,如果我们从历时性分析的角度看,这一词汇的所指意义会随着时间的变化而发生变化,时间不同,内涵不一,这是很自然的事情。如果从共识性分析的视角看,同一时间段中的同一词汇,其含义本身会因为使用者的不同而发生变化,只不过在这些因人而异的个体理解基础上,会因为教育、交流等原因逐渐形成多数人共同认可的含义。我们前面所阐述的“传播”一词与其所隐喻的学术观念体系之间的关系,基本上就是基于多数人在某个时间段所形成的共识性理解而言的,类似于马克斯·韦伯所说的“理想型”概念。在实际的学术研究中,很难说“传播”这一实证学者喜欢使用的词汇就不见用于批判理论家或者具有诠释学倾向的学者,相反,对于这些具有批判和诠释倾向的学者而言,有时候为了改造这一词语的内涵和意义,将其从原先所隐喻的那种学术传统中解放出来,他们会有意地沿用这一术语,并将它的内涵加以改造。斯图亚特·霍尔的《意识形态与传播理论》(*Ideology and Communication Theory*),以及詹姆斯·凯瑞的《作为文化的传播》(*Communication as Culture*)中所谈论的“传播”就是这种情况,他们根据自己的学术思想和立场、方法来谈论传播一词,这本身就是对于作为实证行为科学之隐喻的“传播”所进行的重新解释和界定,因此对于这些词语的具体用法,我们很多时候需要具体语境具体分析,但必须明白的一点是,在我们的观念中,“传播”一词所隐喻的学术体系及其方法,往往是通过我们的自动化思维习惯起作用的,以至于我们如果不借助于严格的反思,就很难觉察到这种奇特的意义运作机制。对于研究方法的学习者而言,有助于思维创新的哲学与方法论的重要性要远远大于具体从事研究操作的方法,两者之间可谓“本末”关系,而任何思维创新的首要条件就是对自身所具有的自动化思维和自然主义研究态度进行严厉的批判性反思。

二、对于传播、媒介、文化的多元理解和解释

由上面所讲的内容看,我们所涉及的领域中最基本的概念至少包括三个,即“传播”“媒介”以及“文化”,因此有必要对这三个词汇的含义做一些具体的解释。显然,由于我们不太可能,也无必要对所有词语定义加以介绍,因此我们的策略是在分类的基础上介绍有代表性的观点。这一方法的目的不在于详细列举迄今为止所有相关定义,并试图从中归纳出真理性的定义,求取真理性定义的做法基本上类似“缘木求鱼”的行为。正如前面所提到的,我们的方法是寻找路径的方

法,既然词汇具有隐喻其背后的学术思想的功能,那么我们不禁想要知道:人们是在哪些思维框架下来衍生有关这些词汇的具体含义的呢?不同的思维框架下的术语解释又有何本质差异呢?这里的“路径”或“思维框架”具有阿尔都塞的“问题式”或者福柯的“话语”概念的含义,偏重于对产生概念的条件与机制的关注。

(一) 理解传播:科学与文化

结合前面已经提到的内容,我们可以从众多理解现代传播的路径中辨析出三种比较清晰的理解视角。

第一种是实证社会科学或行为科学的理解,将传播视为人类的行为,如此理解的话,传播研究的目的就在于研究人的传播行为的发生目的和动机,以及具体的刺激反应的机制与过程,以便通过研究预测、操控传播行为,达到某种实际的效果。实证研究的标杆是自然科学,认为传播研究应该采取自然科学的经验化、定量化方式进行,那些不能使用定量化测量方法加以研究的问题不应该成为研究议题。由于实证研究注重传播效果的定量化和有效性,因而特别受到商业和权力机构的欢迎,这些机构希望能够利用实证研究的结果提升市场和行政的效率,而实证研究也可从对商业和权力的服务中获得资金资助和其他帮助,不过这种合作模式也会使研究的科学性和独立性受到损害。需要注意的是:实证研究也并不全都是行政和市场的研究,实证研究的方法也可以是批评性质的,虽然绝大多数批判理论家激烈抨击实证主义的哲学立场和价值倾向,但并不一定排斥实证量化的研究方法及其研究工具的使用,当然这种使用必须是在不违背批判研究的立场及宗旨的原则下进行。

第二种非常重要的理解方式是以文化意义的诠释为主导倾向的路径,如美国实用主义思想家皮尔斯、詹姆斯、杜威、米德的传播思想,以及同属这一阵营的帕克、库利等人的传播研究。他们关注交流互动在社会共同体和文化形成过程中的重要性,强调交流主体与交流形式的参与性、多元性和民主化。他们所探讨的问题因人而异,皮尔斯关注交流的形而上学条件与符号,詹姆斯、彼得斯关注个人与自我、人与人、人与自然、人与机器、人与神或灵魂等不同对象之间交流互动的问题,杜威、米德、帕克、库利等人关注共同体的有机联合与民主生活的创造、人际互动的发生及其社会文化后果等问题。

需要说明的是,我们在这里使用的“诠释”一词,并不是就这一术语的狭义用法来讲的,而是一种较为宽泛的用法。诠释是人文社会科学中常见的研究路径,狭义的诠释学(解释学)是根源于欧洲传统人文主义的研究方法,经由德国学者