

J&C 未名社科·新闻与传播研究丛书

Interaction & Imagination

Impression Formation in
Computer-Mediated Communication

想象的互动

网络人际传播中的印象形成

张 放 著



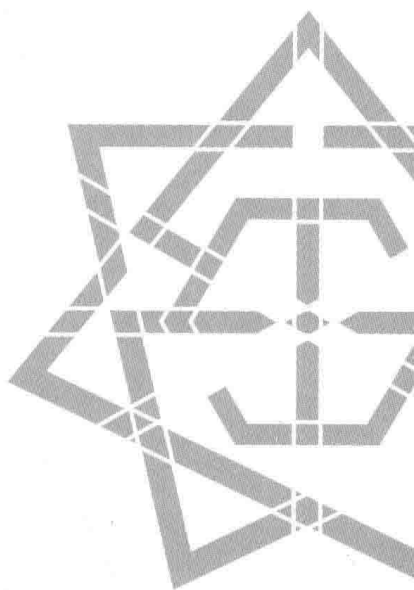
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

J&C 未名社科·新闻与传播研究丛书

想象的互动

网络人际传播中的印象形成

张 放 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

想象的互动:网络人际传播中的印象形成/张放著. —北京:北京大学出版社,2017.12

(未名社科·新闻与传播研究丛书)

ISBN 978-7-301-29169-6

I. ①想… II. ①张… III. ①计算机网络—传播学—研究

IV. ①G206 ②TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 012716 号

书 名 想象的互动:网络人际传播中的印象形成
XIANGXIANG DE HUDONG: WANGLUO RENJI CHUAN-
BO ZHONG DE YINXIANG XINGCHENG

著作责任者 张 放 著

责任编辑 武 岳

标准书号 ISBN 978-7-301-29169-6

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

电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753121

印 刷 者 三河市北燕印装有限公司

经 销 者 新华书店

965 毫米×1300 毫米 16 开本 17 印张 245 千字

2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

定 价 49.00 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

序 一

媒介技术的飞速发展,把当今社会卷入让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)所指出的“虚拟真实”(virtual reality),甚至是曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)强调的“真实虚拟”(real virtuality)的漩涡之中。这种“真”与“虚”之间的暧昧含混,让人纠结,也充满了迷人的魅力:当今现实到底是虚拟真实,还是真实虚拟,“真”与“虚”的界限到底在哪里?甚至,我们可能会对问题本身进行追问:若任何真实都是符号感知的结果,那“真”与“虚”的区分是否本身就是一个“虚”的问题?

面对如此宏大的哲学式追问,我一直期待传播学可以从相对具体的现象入手,以“四两拨千斤”的方式来剖析和回应这个问题。而张放博士这本书的标题“想象的互动”也非常有意思——虚之想象、实之互动,这不就是贯穿于虚实之间的实在锚点吗?网络人际传播中的印象形成,作为一个具体现象却点出了一个普遍性的问题:真实世界的人,在虚拟的网络世界中互动,如何形成真实世界的人的印象?而这个“绕口令”一样的问题也进一步指向了一个更深层的问题:如此形成的印象到底是真实的还是虚拟的?

囿于人类认知对感官的依赖,我们总是依赖主观经验,来判断虚拟世界的结构与逻辑。比如,通常认为,依托于网络媒介进行的人际传播相比于面对面的人际传播,由于是通过一个缺乏伴随文本(作者所使用的术语是人际传播领域的“社交线索”)的贫乏媒介进行的,因此在信息有限的情况下不足以直接完成印象形成的认知过程。而与人们的感官直接判断相反,作者在书中通过实验证明了网络人际传播

条件下所形成的印象不仅比面对面的更为鲜明,而且更具好感。诸如此类判断,虽出乎意料,但细想又在情理之中。这显然是量化研究的长处,常常能够打破一些常识性的误区,使人们能够在一定程度上摆脱感官认知的局限,呈现出背后隐藏的规律性。

尽管客观经验主义范式的量化研究的最大优点是操作可重复,且通过数据说话体现出较强的说服力,但也容易陷入“旧瓶装新酒”,即落入用不同的案例来重复前人结论的窠臼之中。因此,我一向认为量化研究的关键在于按照相同的“套路”得到全新的结果。换言之,量化研究的价值大小并不在于那些“程式化”的部分(如数据分析),而恰恰取决于在研究开头所提出的理论假设的深度和力度。事实上,这也是以量化研究为代表的经验研究得以与批判研究势均力敌的关键所在。这就要求研究者不仅要拥有类似理工科学者的数理思维,还需要具备人文学者所必需的思辨能力。没有较强的思辨能力,是绝不可能提出超越常识、超越前人的理论假设的。所幸张放博士在这本书中所表现出的宝贵的思辨能力,解除了我一开始对其选择控制实验方法来开展研究的担忧。

传播学是一个典型的研究范式多元化的学科,其典型程度甚至超越了在学科史上以范式冲突著称的社会学和心理学,一如威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)所说的“十字路口”。私以为,面对这样的学科特点,仅仅保持包容开放的态度让各种研究范式和各种方法各行其是而“井水不犯河水”是不够的,而是应当进一步推动不同方法乃至范式之间的结合甚至融合。只有朝这个目标努力,传播学作为一个学科才能具有更为深厚的正当性基础,否则就永远无法打破被称为“一个领域”的“魔咒”。我很欣慰地看到,作者在这本书中正是进行了这方面的探索:一方面,以质性的访谈和扎根理论分析为方法的预研究同以量化的控制实验和数理统计分析为主体的研究很紧密地结合到了一起,形成一个相对完整的实证研究体系;另一方面,以整个实证研究体系为支撑,作者尝试将其与鲍德里亚、居伊·德波(Guy Debord)以及媒介环境学等经典文化研究理论相衔接。诚然,后者也许还可以做得更加深入一些,但无论如何已经是对本人在篇首提出的关于对“真实”与“虚拟”的问题的一个带有创新意义的回应。

作为张放博士的导师,我目睹了这本书从最初提出设想到后来形成博士学位论文,再到后来修订成书的全过程。毫无疑问,正如前文所述,本书的研究既堪称实证研究的一个范本,也是对传播学多范式融合的一个有益尝试,具有相当的学理价值。但我仍想指出的是,张放博士对于相关研究文献梳理的严谨和扎实程度,也为本书增色不少。即便是在修订成书的过程中,由于时间上已距博士论文完成之时过去了数年之久,他依然坚持花工夫将文献回顾更新到书稿定稿的前一年,这种学术精神是非常值得肯定的。

写到这里,我不禁想起了一句话:庖丁解牛,“奏刀騞然,莫不中音”。是为序。

蒋晓丽

2016年10月

序 二

印象形成是人际传播研究的重要组成部分。然而在普通教科书中,印象形成总是作为一个自我概念问题,建立在自我实现的个人心理学基础上。自 20 世纪 90 年代人类传播媒介再次发生重要演变以来,互联网的“人性化趋势”和移动通信技术正跨越时间和距离,通过远程与中介方式,模拟人的七情六欲,将各种数字符号植入人的肉身感官,加强着人与人之间的网络联系与情感交集。人际交往方式在媒介历史变换的多重空间中,已然发生了革命性的变革。

网络人际传播不仅打破了原有而固定的私人空间与交往秩序,由互联网形成的即时个人和即时群体,也正通过虚拟化身(avatar)这种特殊的存在方式,对抗着真实世界难以更改身份认同和线下无法操纵他人印象所形成的缺陷。应该说,当下为人类新媒介技术所颠覆的不仅有政治、经济和传统的日常生活方式,还包含作为个体之人看待自我和世界方式的变化。1998 年,媒介环境学家尼尔·波兹曼(Neil Postman)曾指出,人类面对媒介化发展的同时,还需要追问一个更值得深入思考的问题:“我们用一种新媒介解决或谋求解决什么问题?”

社会认知,即认识自我与他人一直是人类未能解决并始终面对的问题。“我应该是怎样的一个人”和“他应该是怎样的一个人”正是一对看似对立却又必须合为一体来看的元传播问题。从一种被规范的事实看,印象形成是“针对印象目标的个人特征进行感知的结果”——这是专业化的释义。若运用人际沟通的长期经验,印象形成则可以被看作是通过人际信息传递和关系感知而形成的一种认识自我与他人并做出相应评价的过程,通常表现为人在关系交流中试图按照自己的意

愿塑造自己的形象,并通过对他人行为的感知来评价或评判他人。

一般而言,印象形成是个体主观感知的结果,即使在“万能的群”里,唯有印象形成是无法被代理的。印象形成也与个人表现、社会地位、社会关系、特定身份等因素影响有关,但事实上,印象形成更体现为人的一种隐含的交际偏好。人们特别需要自我认同,特别需要获得他人的好感。人凭借着诸种社交线索,认识自我,了解他人,开始交友,产生相互接纳、排斥、好感、恶感、积极印象、消极印象、吸引力,甚至还会形成刻板印象的传播等。自我概念不仅形成于个人印象,也有来自交往对象的他人印象。因此,印象形成不可能在没有人际交往关系的情况下发生,也非通过追寻个体在网络媒介中的“倒影”而获得。从积极的方面看,印象形成研究也是以“我—你关系”为基本单位的。由于没有人乐意给别人留下坏的印象,因此,印象形成也是一种可以激活人对良好关系想象的研究——这里正是人际印象形成机制与效果研究者发挥好奇心的地方。

进一步而言,传播技术的进步为人们的印象形成提供了更多的主动性和选择性。例如,社交网络就轻而易举地帮助实现了同步、准同步、异步的信息交流的双向性,促成了不同人之间对称与非对称关系的互动性。一方面,网络社交线索异常丰富,给日常的人际交流带来了无限的方便和体面;另一方面,用来形成人际情感与联系的视觉、听觉、文字通道也并非被割裂,而是已然变成一个联动的多重信道,相互集成,向他人传递着有关情感、关注和给予支持的关系性信息。

虽然网络上的非口语传播线索还很有限,使我们不能直接拍打朋友的肩膀,不能给他人一个真正的拥抱,也无法触摸到一个汗湿的手心,但正是因为这种非口语行为具有模糊不清的特点,才使网络人际传播更容易受到印象形成研究的关注,更容易为人重塑自我和他人印象提供帮助。网络生活包含一切可能性。可是,网络人际传播条件下的印象形成机制与效果的特征是什么?该研究领域使用的主要方法论或理性精神又是什么?无疑,研究者的使命就是对事物的因果关系形成做出解释。如果一个人际传播研究者足够敏感与聪慧,就一定会从交流者隐匿的欲望中找到解释印象形成的路径。甚至可以说,能进入这样一个隐匿领域的,必然是学理素养不低或颇具研究气质的人。因为,作为职业人群,研究者永远都是那“一小撮”。

张放博士前后用了七年时间,认认真真地做了这项研究,扎扎实实地写了这本书。这是一本专题研究著作,也是一本有迹可循的方法之书。如果一本专著能把讲述方法作为一种自觉意识,那就是一本不错的书。人际传播研究素以经验主义为基本范式,沿袭心理学和社会语言学传统,因此控制实验法在人际传播研究中占据着重要地位。而张放博士在本书中对研究方法的展示和说明足以让人把这本书作为学习控制实验法的辅助教材。同时,书中对于质性访谈方法和扎根理论分析的应用,以及如何将质性研究与量化研究方法相结合,也完全可供后来者参考。

张放博士的研究对网络人际传播和面对面人际传播两种条件下的印象形成效果研究进行了比较,对网络印象形成的过程机制和影响因素进行了综合分析,最后构建出能反映网络人际传播印象形成过程、要素与效果的理论模型,这对网络人际传播研究体系的构建和社会认知研究的推动具有很大的意义。不仅如此,作者借用了社会心理学和认知心理学的方法和理论,从认知图式加工的视角,对网络人际传播交流者之间的印象形成机制进行了合理的解释。该成果的创新性表现在对人的社会知觉信息形成与加工机制的研究方面,这在我国传播研究领域属于前沿性未探索领域,对推动传播学与其他社会科学进一步融合具有积极作用。

在张放博士的这本书里,网络人际传播中的印象形成充满了有趣的想象互动。无论线上人际传播的多媒体,还是线下人际沟通的零中介,印象形成这种化“蛹”成“蝶”的过程,都可能存在众多的阻碍,也不会轻易出现符合自我愿望中的那种“我想要的”合拍与和谐。他人会怎样感知你,你自己说了不算数。虽然每个人都有各种自我实现的方式,但离开他人的互动和主动配合,就不可能实现意愿中的自我。如同本书作者同样怀有对读者形成良好印象的愿望一样,影响读者印象形成的不仅是读者的阅读过程,更是作者欲求做一个好的研究者和沟通者,朝向既定目标的一种自我实现。

王怡红

2016年10月

目 录

绪论	/1
一、研究背景	/1
二、研究目的	/10
三、研究文献回顾	/14
四、研究范式与研究方法	/34
五、研究框架与内容	/47
第一章 网络人际传播的发展及现状	/49
一、网络人际传播的界定	/49
二、网络人际传播的技术形态及其模式演变	/51
第二章 网络人际印象形成影响因素的预研究	/67
一、方法与设计	/67
二、访谈资料的扎根理论分析	/74
三、探讨与结论	/91
第三章 网络人际传播中印象形成效果的实验研究	/94
一、研究问题与假设	/94
二、实验方法	/103
三、实验结果	/114
四、解释与讨论	/119
五、结论	/127
第四章 网络人际传播中印象形成机制的实验研究	/128
一、研究问题与假设	/128
二、实验方法	/136

三、实验结果	/146
四、解释与讨论	/155
五、结论	/162
第五章 网络人际传播中各类线索对印象形成影响的实验研究	/164
一、研究问题与假设	/164
二、实验方法	/169
三、实验结果	/173
四、解释与讨论	/191
五、结论	/195
第六章 网络印象形成双因素模型	/197
一、网络印象形成双因素模型的构建	/197
二、网络印象形成双因素模型的理论意义	/202
三、本书的不足与未来研究的建议	/207
附录一 论“computer-mediated communication”的中译定名问题——基于学术史与技术史的考察	/210
附录二 NEO 五因素印象测评量表	/222
附录三 印象目标人物基本特征设定	/224
附录四 强启动材料	/226
附录五 弱启动材料	/227
附录六 个人资料线索单独呈现材料	/228
附录七 表达风格线索与交流内容线索结合呈现材料	/229
附录八 表达风格线索单独呈现材料	/235
附录九 交流内容线索单独呈现材料	/237
参考文献	/239
后记	/261

绪 论

一、研究背景

(一) 社会背景:网络媒介改变社会结构与人的感知

人际传播即交流,是人类社会赖以存在的基础。被传播学学者埃弗雷特·罗杰斯(Everett M. Rogers)誉为“欧洲社会科学在美国的思想登陆点”^①的芝加哥学派更是认为:“社会不仅是由于传递、由于交流而得以存在,而且完全可以说是在传递、交流之中存在着。”^②(约翰·杜威语)“既然交流的需要是如此原始和基本的人性特点,我们就不能把它看作是与思考和生存需要相分离的或是它们的附属物。”^③(查尔斯·霍顿·库利语)“传播(交流)显然是社会过程中根本的东西,因为物理学使传播(交流)手段的延伸和改进对社会的存在显然发挥着至关重要的作用,尤其是对理性组织起来的社会形态即所谓文明发挥着至关重要的作用。”^④(罗伯特·帕克语)这就是说,一旦交流的

① [美]E. M. 罗杰斯:《传播学史:一种传记式的方法》,殷晓蓉译,上海:上海译文出版社 2005 年版,第 137 页。

② J. D. Peters(1989). Democracy and American Mass Communication Theory: Dewey, Lippmann, Lazarsfeld. *Communication*, 11, 199—220.

③ [美]查尔斯·霍顿·库利:《人类本性与社会秩序》,包凡一、王潞译,北京:华夏出版社 1999 年版,第 68 页。

④ 转引自[加]哈罗德·伊尼斯:《传播的偏向》,何道宽译,北京:中国人民大学出版社 2003 年版,麦克卢汉序言。

结构发生变革,也就意味着社会的结构发生了变革。

而网络人际传播(网络交流)是人类人际传播史上的一座里程碑。随着计算机和网络技术的飞速发展,人类的交流结构和社会结构正在发生着巨大的改变。“几乎所有触及互联网络的人,都直觉地发现自己触及的不仅仅是技术,而是一种以信息为标识的崭新的生存方式。”^①而且,“当互联网开始以一种传播媒介的身份进入人们的生活时,最早承载的形态就是人际传播”^②。应当说,这是即时人际传播的形态在人类进步的历史上继电话发明之后的第二次重大变革。如果说电话的发明使得人们首次在“面对面”(FtF)之外实现了远距离即时人际传播,那么计算机网络的诞生则赋予了“面对面”全新的内涵。

基于计算机网络的通信(传播)技术使得人与人之间的社会关系可以建立在一种远程的、中介的基础上,并像传统人际关系一样得以维持,从而催生了一种崭新的、依赖于技术的网状社会结构。这种网状社会结构曾在最早的网络人际传播研究文献、美国学者斯塔尔·洛克赛因·希尔茨(Starr Roxanne Hiltz)和莫雷·图洛夫(Murray Turoff)1978年的著作《网的国度:通过计算机进行的人类传播》中得到了极为生动的描述:

当这样的系统(指计算机化会议系统)使用越来越广泛,处于不同分散地理位置的人们之间存在的那种潜在的强交流网就会付诸现实。我们将会变成一个“网的国度”,与天各一方的同事、朋友,甚至“陌生人”——但拥有相同的兴趣爱好——进行着巨量信息和社会情感性交流的交换。最终,随着通信卫星与国际分组交换网络向遍及世界的所有城市和村落的延伸,因网络人际传播而迅速壮大的社会网将演变成为一个国际化的社会网。^③

这一描述正在被无数的相关研究所证实。2002年,著名互联网研

① 郭良:《网络创世纪:从阿帕网到互联网》,北京:中国人民大学出版社1998年版,编者的话。

② 彭兰:《网络传播概论》,北京:中国人民大学出版社2001年版,第265页。

③ S. R. Hiltz & M. Turoff(1978). *The Network Nation: Human Communication via Computer*. Reading, MA: Addison-Wesley, p. xxix.

究者詹姆斯·卡茨(James E. Katz)和罗纳尔德·莱斯(Ronald E. Rice)在经过大量的实证调查研究之后断言:

连在键盘和中央处理器上并连接着大量网络、服务器和其他构造的小小的计算机鼠标已经编织出一幅华美的织锦,描绘了各个国家、信仰、种族和经济阶层的人们之间的友谊与个人信息以及社区。亚当·斯密将市场描述为看不见的手,与此不同,鼠标移动和键盘敲击的总量(还有一直在增长的声音和图像流)允许个人和小群体寻找共同兴趣、进行各种形式的交换,并产生可以将他们联合起来的纽带,为他们提供关注、支持和情感。“无形的鼠标轨迹”引领了全世界,在人们和他们的软件之间产生电子和情感联系。^①

虽然在互联网究竟为人类带来福祉还是祸害的问题上仍然存在着不小的争议,但有一点已经逐渐被所有人承认,那就是:计算机网络的出现,的确在改变着人与人之间的联系,并改变着建立在这个联系之上的整个人类社会。

卡茨和莱斯的比喻告诉我们,在计算机网络带来的社会结构改变的背后,必定也存在一只“看不见的手”在推动着这一切的发生。市场背后的“看不见的手”是市场经济的微观机制,那么,这只“看不见的手”究竟来自何方?分析社会学(analytical sociology)提出,任何特定的社会现象都有其解释的微观基础——换言之,任何特定的社会现象都可以归结为个体行动聚合于宏观层面的表现。^②因此,所谓“网的国度”这样一种宏观社会结构产生背后的微观层面的原因,必然在于网络媒介对人际传播中个体之间相互感知的影响。

媒介改变人的感知并非始于网络。在传播研究史上,这实际上是一个具有“悠久”历史的论断。早在1922年,著名报刊专栏作家、政论家沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)就在其名著《舆论学》(*Public*

① [美]詹姆斯·E. 凯茨、罗纳尔德·E. 莱斯:《互联网使用的社会影响》,郝芳、刘长江译,北京:商务印书馆2007年版,第4页。

② 参见陈云松:《分析社会学:寻求关于微观与宏观连接的机制性解释》,《浙江社会科学》2008年第5期。

Opinion)中提出了“拟态环境”(pseudo-environment)的概念。他认为,现代社会的规模性和复杂性以及个人直接的经验性感知有限导致了人们头脑中关于客观世界的图景主要是通过大众媒介间接形成的,是一种被媒介构造出来的“拟态环境”。拟态环境压缩和扭曲了真实环境,但我们却将其当作真实环境本身来看待并对之做出反应。不仅如此,李普曼还将原意为“铅版”的“刻板印象”(stereotype)概念引入到了社会科学研究之中,用以概括把对个体所属事物的整个类的评判简单地推论至该个体的一种特殊的类别思维,并提出大众媒介对于社会刻板印象的形成、维护和改变都有着深刻的影响。^①在李普曼之后,相继又有学者提出类似的观点。如法国思想家、实验主义电影艺术大师居伊·德波在其1967年的代表作《景观社会》(*The Society of the Spectacle*)一书中提出:“在现代生产条件无所不在的社会,生活本身展现为景观的庞大堆聚。直接存在的一切全都转化为一个表象。”“在真实的世界变成纯粹的影像之时,纯粹影像就变成真实的存在——为催眠行为提供直接动机的动态虚构事物。为了向我们展示人不再能直接把握这一世界,景观的工作就是利用各种各样专门化的媒介。”^②在这里,媒介所制造的景观已成为一种物化了的 worldview,其本质是以影像为中介的人们之间的社会关系。另一位著名的法国思想家、哲学家让·鲍德里亚则在其从马克思主义转向后现代主义的重要著作《象征交换与死亡》(*L'échange symbolique et la mort*, 1976)中创造了“超真实”(hyperreal)这一概念,并在1981年出版的《拟像与仿真》(*Simulacres et simulation*)一书中做了进一步的阐释。鲍德里亚提出,仿真发展到拟像阶段,真实本身已经被瓦解,一种比真实更“真实”的状态或现实显现出来,那就是所谓的超真实,它打破了真实与想象之间的界限,甚至从根本上颠覆了真实存在的根基。也就是说,超真实不再是客观存在之物或反映之物,而是人为制造(再生产)之物或想象

^① 参见黄晓钟等主编:《传播学关键术语释读》,成都:四川大学出版社2005年版,第260页。

^② [法]居伊·德波:《景观社会》,王昭凤译,南京:南京大学出版社2006年版,第3、6页。

之物。^①

不难看出,这一连串闪亮的思想结晶已经在不断地提醒我们:媒介时时刻刻地影响并改变着人们对这个世界的感知。而被改变的不仅包括人们对作为客体的物的感知,更包括了对同为认知主体的他人的感知。如果说传统的大众传播媒介更侧重于前者的话,那么计算机网络的出现不啻是后者的催化剂。与传统媒介尤为不同的是,计算机网络将为个体提供一种互动性的认知重构,而非对单向传输与展示的简单接受。这使得“网的国度”更像一个真正的社区甚至社会,人们在其中可以感知他人并与他人建立比基于大众传媒的准社会交往(parasocial interaction)^②关系更进一步且存在现实化可能的社会关系。

所以,网络媒介催生社会结构的变革,其最主要的根源在于网络媒介改变了个体对他人的感知。在计算机(网络)中介的环境下,个体将重构其社会认知模式。这一过程可能通过交流者有意识地学习来加以完成,但也可能依靠交流者自身在网络虚拟环境下一一种无意识的自发适应。正如《网的国度:通过计算机进行的人类传播》一书所指出的那样,网的国度中“存在着一个由于人们要学习怎样参与到‘电子群体生活’中去而广泛存在的学习过程和社会化过程”^③。个体社会认知的改变即是这一社会化过程(“网络社会化”或“电子社会化”)中最为重要的组成部分。

社会心理学和人际传播学告诉我们,人际感知是社会认知的基础,是社会交往与人际关系的前提。因此,探索网络媒介对于人际感知效果的影响并对其原因和机制做出解释,毫无疑问是考察网络媒介如何改变人的社会认知的关键所在。

① 参见汪民安主编:《文化研究关键词》,南京:江苏人民出版社2007年版,第26页。

② 准社会交往是指受众将大众传媒中的人物当作真实人物做出反应,并与之形成一种准社会关系,这一关系类似于面对面交往中建立的人际关系。参见D. C. Giles(2003). *Media Psychology*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 188,转引自方建移、葛进平、章洁:《缺陷范式抑或通用范式——准社会交往研究述评》,《新闻与传播研究》2006年第3期。

③ S. R. Hiltz & M. Turoff(1978). *The Network Nation: Human Communication via Computer*. Reading, MA: Addison-Wesley, p. 76.

（二）学术背景：人际传播、网络媒介、认知科学与中国传播学

首先，人际传播理论亟待发展。自从威尔伯·施拉姆创立传播学以来，大众传播学就占据了传播研究的主导地位。一个比较重要的原因在于，早期的传播研究主要集中于对广播、电视等媒介效果的研究。其中虽然间或也有涉及一些人际传播的相关理论，如保罗·拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)的二级传播流(two-step flow of communication)理论、卡尔·霍夫兰(Carl Iver Hovland)的说服传播理论等，但都是作为媒介效果研究的副产品，并非自成体系的、专门的人际传播理论。故此，罗杰斯在《传播学史——一种传记式的方法》中才遗憾地指出：“我们的领域中的学术专业，诸如大众传播、人际传播、组织传播等，都本该可在我的著作中找寻到各自的历史发展的。可是，我坚持讲述着这个一般领域的发展史话。它足够复杂的了。我将每一个专业的历史留给其他人去阐述。”^①

当然，也许有人会说传播学最早的源头——古希腊的修辞学(雄辩术)能够证明人际传播研究的历史源远流长。但就现代人际传播理论体系而言，与修辞学的关系已经是微乎其微，它是融合了基于心理学、社会学的传播理论和同样渗入了心理学、社会学、人类学等多学科影响的互动社会语言学(interactional sociolinguistics)二者而形成的，与大众传播学有着不同的发展脉络。然而，虽然同为传播学的分支，人际传播理论却不具有大众传播理论的显赫地位，其发展一直较为缓慢。直到计算机网络作为一种传播媒介技术的出现，才为人际传播研究带来了突破的契机。学者们开始关注技术中介下的人际传播，一方面加紧了对网络人际传播这一革命性的人际传播形态的研究，另一方面也注重回溯以往出现的其他形态的技术中介下的人际传播，如电话传播、书信传播等，为人际传播理论的发展拓展出一个崭新的创新空间。

其次，网络媒介研究逐渐深入。随着 20 世纪 90 年代以来互联网

^① [美]E. M. 罗杰斯：《传播学史：一种传记式的方法》，殷晓蓉译，上海：上海译文出版社 2005 年版，引言。