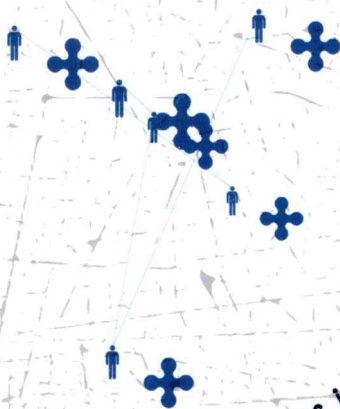




[美] 莱斯莉·A·巴克斯特 唐·O·布雷恩韦特 著
殷晓蓉 赵高辉 刘豪之 译

Engaging Theories in Interpersonal Communication:

pectives

LESLIE A. BAXTER
DAWN O. BRAITHWAITE

人际传播：
多元视角之下

上海译文出版社

人际传播：多元视角之下

[美] 莱斯莉·A·巴克斯特 唐·O·布雷迪 著
殷晓蓉 赵高辉 刘蒙之 译

图书在版编目(CIP)数据

人际传播:多元视角之下/(美)巴克斯特(Baxter, L. A.), (美)布雷思韦特(Braithwaite, D. O.)著; 殷晓蓉等译.—上海:上海译文出版社,2010.12

书名原文: Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives

ISBN 978-7-5327-4985-0

I. 人… II. ①巴…②布…③殷… III. 人间交往—传播学 IV. C912.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第014071号

Leslie A. Baxter, Dawn O. Braithwaite
Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives
Copyright © 2008 by Sage Publications, Inc.
All rights reserved

图字:09-1997-032号

人际传播:多元视角之下

[美] 莱斯莉·A·巴克斯特 唐·O·布雷思韦特 编著
殷晓蓉 赵高辉 刘蒙之 译

上海世纪出版集团

译文出版社出版、发行

网址: www.yiwen.com.cn

200001 上海福建中路193号

易文网: www.ewen.cc

全国新华书店经销

常熟市文化印刷有限公司印刷

开本 890×1240 1/32 印张 18.25 插页 2 字数 445,000

2010年12月第1版 2010年12月第1次印刷

印数: 0,001—4,200册

ISBN 978-7-5327-4985-0/C·039

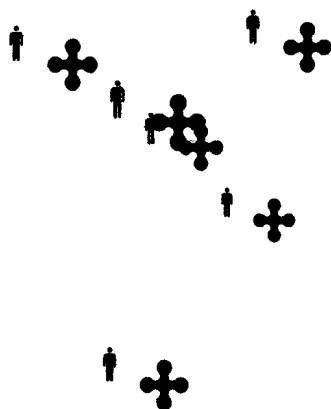
定价: 49.00元

本书中文简体字专有出版权

归本社独家所有,非经本社同意不得转载、摘编或复制

如有质量问题,请与承印厂质量科联系。T: 0512-52219025

Engaging Theories in Interpersonal Communication:
Multiple Perspectives



上海译文出版社

推 荐 序

20 世纪 70 年代末以来,传播学在中国得到介绍、普及、发展,转眼已届“而立”之年。在此三十年中,她历经曲折,逐步壮大起来,甚至成为了一门“显学”。

同时,在各种历史和现实因素的制约下,这一新兴学科仍存在着许多不足。在大约七年前,中国高校传播学界认识到必须高度重视学科建设,为此举行了“首届中国传播学论坛”,三十多位知名学者参与讨论(本书主要译者殷晓蓉教授也在其中),他们发表的真知灼见,不久以《中国传播学 反思与前瞻》(复旦大学出版社 2002 年版)为题结集出版。我在该书序言中,将论坛大体形成的共识归纳为以下六点
一、面向世界 二、服务中国 三、完善方法 四、扩大领域、
五、充实队伍 六、争创一流。其中,既包含了对问题的反思,又表达了对目标的前瞻。

自那时以来,中国传播学界又取得了长足的进步,无论是国际化程度的提高、本土化意识的加强,还是研究人员的增长、研究方法的改善以及研究视野的开拓,都可谓成绩显著,有目共睹。但不可否认,若以一个成熟学科的要求来看待,则尚未达标,任重道远。

以研究领域的情况为例，我在上述序言中的有关论述如下：

在我国，传播学的引入工作主要由新闻学界承担，所以继之而起的传播学界历来以大众传播（更多的是新闻传播）为主要关注对象，而忽略了人际传播、组织传播、口头传播、非语言传播、政治传播、国际与跨文化传播等众多领域。如果说，这一状况在初期也有其合理性，则对于学科的中长期发展而言，就是又一大“瓶颈”了。很显然，不切实有效地拓宽领域（包括研究和教育层面），中国传播学的学科建设就难以快速、健康地向前推进。

那么，现状如何？据本人粗略统计，从1981年至2007年间，中国大陆出版的传播学著作已达1500多种。其中，以大众传播为主要内容的著作超过1000种，即占三分之二强。与此对照，以人际传播为主要内容的著作仅有5种，只占千分之三。面对这种巨大的反差和失衡，传播学人唯有戒骄戒躁、再接再厉。

在我看来，这一反差、失衡状况亟待改变的理由至少有三：

一、在人类传播活动中，人际传播原本是组织传播、大众传播的基础，与此相应，在传播学的三大分支中，人际传播学也构成了组织传播学、大众传播学的基本参照。如果说，组织传播学在管理学、公共关系学等相关学科中还占据一些位置，则人际传播学在中国的学术研究中就可谓长年处于缺席状态了。这对于传播学科的健全发展，不可能不产生严重的不利影响。二、在“三纲五常”、“三从四德”之类的制度和观念束缚下，中国社会自古以来就有忽视人际传播研究的传统，且迄今未有显著改观。这不仅造成国内人际沟通的普遍困惑，而且带来国际交往交流的诸多尴尬。三、近十多年来，以互联网为代表的新兴媒体的崛起，日益模糊了大众传播、组织传播与人际传播的界限，

由此更加凸显了关注后者的重要性和紧迫性。

在此背景下,关于《人际传播:多元视角之下》一书翻译、出版的重要意义,就毋庸赘言了。这部新作梳理了自1990年至2005年间美国人际传播研究领域的958项成果,介绍了28种相关理论,精彩纷呈,新意迭出,蔚为大观,发人深省。诚然,如本书主编在中文版序言里所说,这些外国成果未必都适合本土实际,但可以相信,其发现和总结的大部分规律必能启迪中国同行,乃至有助于发展出一些新的、具有中国色彩的人际传播理论来。

不仅如此,由于人际传播活动的广泛性,这部贵重的佳作,不仅值得所有从事人际传播(包括组织传播和大众传播)研究和学习的学者、学子参考,而且也值得社会各界人士阅读——事实上,所有地球居民的生存和发展,无不深深依赖着日复一日的人际传播活动,对其规律的认识,越正确,越科学,则对其策略的实践,越主动,越成功。

是为序。

张国良

于上海交通大学

2009年9月

中文版序

欣闻《人际传播：多元视角之下》的中文版将呈现给中国学者和学生，作为此书的编著者，谨致以谢意。

如同这一 2008 年出版的著作的前言所示，我们的目的是着重介绍那些有助于理解 and 研究人际传播的理论。此书的编撰者全都来自传播研究学科（在美国，这一学科有时被称为言语传播）。自 20 世纪 60 年代以来，人际传播已经成为传播研究者的一个显著领域。70 年代，美国大学开始出现人际传播的教育课程，且深受试图理解自身生活和关系的学生们的欢迎。在着手从事人际传播研究时，学者们寻求理论的帮助，以指导其研究，解释其发现。他们将其他学科——特别是社会学和心理学——的某些理论引入传播研究，并开始创建属于传播学自己的理论。我们在此书中，既包括了来自传播学科的理论，也包括了引自其他学科的理论。

我们知道，学者们采用了更多的、在一本书中无法全部涵盖的理论。因此，我们项目的出发点是：考察 1990—2005 年美国学术杂志的人际传播研究——这些年来，总共发表了 958 项相关成果。我们在第一章中描述了研究进程，以及我们是如何选择囊括于此书的各种理论

的。书中的那些理论来自三个“元理论话语”或范式。它们是关于研究和理论的宽泛视野,反映了特定学者传播研究的哲学思想。正如我们在第一章中所解释的那样,研究者分别运用了其中的某一个范式,从而展示了不同的理论路径,以及如何判断一个有用或有效的理论方法。

在决定了将哪些理论包括于此之后,我们邀请了传播研究杰出的资深学者来撰写各章。我们展示了28章,其中每一章都涵盖人际传播的不同理论。这些学者已运用了各自撰写的那些理论来指导自己的研究。此外,书中的有些理论就是由特定章节的作者所创建的。

我们希望,中国学者和学生们的学习研究人际传播时,会认为此书及它所包括的理论是有助益的。我们意识到这些理论表现的是美国和西方文化的人际传播观。当你们在自己文化背景之下运用和检验这些理论时,我们期待着向你们学习。我们将从你们那里了解下述问题:哪些理论会与中国的人际传播产生关联,这些理论应如何得到修正,中国学者和学生们的又将发展出怎样一些新的人际传播理论。

感谢帮助我们的著作进入中国的忻剑飞博士,感谢完成了翻译工作的殷晓蓉教授。祝愿你们在人际传播研究方面成果多多、收获多多。

莱斯莉·A·巴克斯特

(衣阿华大学传播学教授)

唐·O·布雷恩韦特

(内布拉斯加大学林肯分校传播学教授)

2009年4月

前 言

ix

这个计划始于我们就人际传播理论和学术之现状及范围所进行的思考。我们知道,关于人际传播的主题,已经出版了一些很好的著作,其中大部分都致力于在不同的关系阶段上考察传播,或侧重不同的人际传播的展开过程。在这些著作中,理论发挥着支撑性作用,并且经常得到简要的概述。而我们意图出版一本著作——在此,人际传播占据着中心舞台的地位。

这本著作的第二个动机来自于这样的感觉:即思考人际传播理论的研究成果正逢其时。人际传播进入大学教学的起始时间约可追溯至1970年。因此,我们把近35周年的纪念日视为进行评价、向后来的学生和学者们献礼的恰当时机。常常听到传播学学者抱怨说,我们从其他学科借用的理论胜过自己创造的理论。因此,我们试图考察人际传播的理论现状,既包括那些“自产的”(即由以传播研究为其主要专业归属的学者所建立的)理论,也包括那些来自其他学科的理论。尽管许多学科都声称它们也研究传播,但我们侧重于传播学研究的学者和理论家的独特贡献,以便能够理解我们之间密切相关的基础所在。

第三个动机是：我们阅读缺乏理论基础或理论贡献的研究时，常常感到沮丧；我们倡导那些切实可行的、以理论为基础的研究。我们相信，通过聚焦于近年来研究者们最为经常地使用的那些理论，我们就能够透彻地理解人际传播研究的广度和深度。

最后，我们出版这一著作的动机还出于自己的感受和经验。从整体上说，人际传播研究在完整性和广度上还没有达到它能够达到、或应该达到的水平。几年来，我们遗憾地发现，有些学者的事业始于人际传播，却在其他地方找到了家园，他们没有将人际传播看做是面向不同研究和理解方式而开放的领域。由于我们自己同样曾持有这种认识，所以过去也没有努力探寻过何种理论最为经常地被用于人际传播，以及什么样的元理论话语或范式视野可能得到了过高或过低的评估等问题。因此，出于为这一著作的项目计划进行准备的目的，我们开始了一种探讨，来考察今日人际传播研究的状况。

第一章介绍人际传播概貌。感谢南达科他大学的吉尔·泰勒(Jill Tyler)博士，她在衣阿华大学读博士时完成了人际传播的学术研究。我们将汇编1990—2005年间人际传播所有经验研究的重要任务委托给了她。这既是一种挑战，又是一种训练。她细致的、充满思考的工作为我们奠定了理解人际传播理论状况的基础，也为我们选择哪些理论来作为这一著作之代表的问题奠定了基础。在此，你会发现你希望看到的理论，因为它们已被人际传播的研究者广泛应用；你也会发现某些较新的、崭露头角的理论；你还可以发现某些你过去可能不认为与人际传播有明确关联的理论。

在第一章中，我们从头追溯了人际传播理论的发展，并在一个较大的元理论或范式的讨论范围内来组织理论和研究。我们要求不同的作者在他们各自的章节中，讨论其各自理论的来源和范式之根。这个任务虽然初看起来简单，但实际上却非常棘手，因为作者们对于元理论常

常有不同的看法,这种差异甚至关涉到如何指称这些不同的类型。正如我们所预测的那样,就复杂的问题而言,有些理论不一定完全适合一种类型。

在第一章之后,是 28 个理论篇章。为了帮助读者理解这一幅大图景,我们在这一著作的三个主要部分中的每一部分都以这样的描述开始,即:将理论汇合在一起的连接点是什么?由各种理论所代表的元理论话语是什么?因此,每一个章节都体现出如下内容:特定理论的目的、元理论或范式假设,以及主要的特征;特定理论中的传播概念和特定理论的应用;特定理论的优势和局限,以及未来研究和应用方向。

如果没有这一群作者的专业知识和奉献精神,这一著作就不可能完成,他们中的许多人就是其所撰写的理论的创建者。所有的作者都发挥着理论家和研究者的作用,当他们运用理论来启发我们理解人际传播的时候,他们既挑战理论,也完善理论。项目进行过程中,作者们通力合作,认真负责,他们杰出的工作使我们大家都受益匪浅。我们也非常感谢塞奇出版社传播、媒介和文化研究的资深组稿编辑托德·阿姆斯特朗(Todd Armstrong),以及他在塞奇的编辑助理凯蒂·格里姆(Katie Grim)的重要贡献。我们同样感谢这一著作初稿阶段的几位评论家。他们细致入微的评价令我们及各位作者在本书的修改过程中所获甚多,他们是:凯瑟琳·L·亚当斯(Katherine L. Adams,加利福尼亚州立大学弗雷斯诺分校),卡拉·梅森·伯根(Karla Mason Bergen,圣玛丽学院),玛丽安娜·丹顿(Marianne Dainton,拉萨尔大学),勒内·戴利(René Dailey,得克萨斯大学奥斯汀分校),凯瑟琳·M·高尔文(Kathleen M. Galvin,西北大学),戴尔那·J·戈德史密斯(Daena J. Goldsmith,刘易斯和克拉克学院),莫琳·P·基利(Maureen P. Keeley,得克萨斯州立大学圣马克斯分校),克拉克·D·奥尔森(Clark D.

xi

Olson, 亚利桑那州立大学), 萨莉·普兰纳尔普(Sally Planalp, 犹他大学), 保罗·施罗德(Paul Schrodt, 得克萨斯基督教大学), 阿普里尔·特里斯(April R. Trees, 圣路易斯大学), 安尼塔·L·范格利斯特(Anita L. Vangelisti, 得克萨斯大学奥斯汀分校)和斯蒂芬·吉村(Stephen Yoshimura, 蒙大拿大学)。

最后,这一著作的出版计划也在各个层面上反映了我们自己的人际传播。我们作为研究伙伴、合编者和亲密朋友而工作,促成了双方都引以为自豪的一个项目。莱斯莉(Leslie)感谢唐(Tawn)多年的友谊,这种友谊既是个人的,也是专业的。莱斯莉将这一著作献给自己的女儿埃玛(Emma)。女儿一再听到妈妈的禁令:“现在不行,再给我一点时间,等我完成了这本书。”唐也对莱斯莉多年来的友谊、努力工作和家庭聚会活动表示感谢。她将此书献给自己的朋友贝齐(Betsy)、莱斯莉、桑德拉(Sandra)、史蒂夫(Steve)、克拉克(Clark)和劳拉(Laura),献给母亲克丽丝(Chris),献给生命中的爱人查克(Chuck)。

莱斯莉·A·巴克斯特和唐·O·布雷恩韦特

目 录

前 言 001

第一章 绪论——人际传播研究的元理论和理论 001

第一部分 以个体为中心的人际传播理论 025

第二章 行为组合理论——创造的力量 029

第三章 归因理论——在理论探索中发现真正的原因 045

第四章 建构主义理论

——解释传播技巧中的个体差异 064

第五章 信息生产的目标-计划-行动理论

——制造有影响力的信息 082

第六章 想象互动理论——人际传播的精神表征 097

第七章 传播计划理论——通过传播行为达到目的 112

第八章 关系框架理论——来自人际互动的关系推断 128

第九章 不确定性管理理论

——通往多方面进程的三条路径 145

第十章 不确定性减少理论——模糊状态下的传播 167

第二部分 以话语/互动为中心的人际传播理论 185

第十一章 关联行为的话语分析理论

——理论性的传播实践 189

第十二章 传播顺应理论

——“入乡随俗”，还是坚持自己 206

第十三章 谈话分析理论

——关于人际传播的一种描述性方法 225

第十四章 期望破坏理论和互动调适理论

——从期待到适应 245

第十五章 面子理论——戈夫曼的人际传播剧场方法 264

第十六章 信息操纵理论——解释欺骗是如何发生的 281

第十七章 人际欺骗理论

——欺骗中有目的的、相互依赖的行为 298

第十八章 叙事理论——理解人际传播 316

第十九章 礼貌理论——我们如何用语言来保全面子 335

第二十章 言语规范理论——人际传播中的文化印记 354

第三部分 以关系为中心的人际传播理论 369

第二十一章 爱心传播理论

——爱心传播的生物进化论视角 373

第二十二章 依恋理论——一种传播的视角 385

第二十三章 传播隐私管理理论

——人际传播的重要性 403

第二十四章 批判的女性主义理论

——让女性经历在人际传播中发出声音和具有可见性 422

第二十五章 关系传播理论

——人际关系的一种系统-互动路径 440

第二十六章	关系辩证法理论	
	——从对抗性话语中生成意义	456
第二十七章	关系发展的阶段理论	
	——绘制人际传播的路线	474
第二十八章	社会交换理论	
	——计算人际关系的回报和成本	492
第二十九章	社交信息处理理论	
	——在线印象和关系的发展	510
索引 530		
编者简介 556		
撰稿者简介 557		
译后记 565		

绪 论

——人际传播研究的元理论和理论

唐·O·布雷思韦特

莱斯莉·A·巴克斯特

本书的目的是,为对人际传播有兴趣的学生和研究者提供一种资源。我们中的有些人作为学生或教师想要更好地了解人际传播理论,所以会研究这个主题。其他人可能会作为研究者来探讨经验的人际传播研究,并渴望用这些理论指导他们的研究项目。还有些人研究人际传播是为了更好地理解他们自己的关系,如友情、约会或密切的职场关系。在关于人际传播的大部分教科书和手册(例如,Knapp & Daly, 2002; Wood, 2000)中,读者常常期望能够找到关于不同主题(如欺骗,关系维持)研究方案的概述。我们这本书的目的是对一些重要的理论做出汇集和概括,它们对于研究人际传播来说是有用的,或者是有潜在价值的。无论是学生还是学者,都会觉得这种汇集是一个工具箱,它能够帮助人们从多种不同的角度走进人际传播,理解人际传播。

在这一章中,我们首先为人际传播的研究提供一个简要的背景,解释我们关于人际传播的方法,并讨论人际传播研究方面的元理论视野。其次,我们要展示一些研究结果,它们来源于我们自己对 958 份以资料为基础的人际传播研究——一批属于传播学领域的学者自 1990 年以来所进行的的研究的分析。第三,讨论我们自己关于今日人际