

# 行为传播学:未来传播学学科构型的核心范式

喻国明 苏健威 杨 雅

**摘要** 进入数字时代以来,传播学学科体系面临着碎片化、复杂化及难以解释巨量传播现象的危机。如何站在全局与时代发展的高点上对传播学进行统摄性的学科重构、构造适宜未来传播的研究范式,是当前传播学发展面临的关键问题。构造以“传播—心智—行为”协同要素为关注对象的行为传播学范式,是破解传播学学科发展困局的关键路径。在行为传播学范式的视野下,传播研究不可脱离行为,行为研究也不可脱离传播的中介,需要将行为作为分析人类及其实践环境的关键指标。具体而言,行为传播学范式以环境、人类、行为作为研究的三重基本维度,以创新概念视角、提升诠释视点、细化效果分层作为主要研究路径,旨在通过关注行为聚合当前的传播学主流研究范式,回答“传播如何构造社会”这一学科核心问题。

**关键词** 行为传播学;媒介化;元宇宙;学科范式;传播理论

**中图分类号** G206 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2023)02-0032-13

**基金项目** 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(20JJD860001)

当革命性技术涌现时,基于旧技术和旧范式构造的学科结构和价值尺度往往会出现危机。对此,朗(Annie Lang)与帕罗夫(R. M. Perloff)在2013年展开对话并达成共识,即大众传播或媒体效应领域在过去30年里呈现出学科的碎片化,传播理论仅预测了传播行为中的小部分变化,传播理论在不增加解释力的情况下变得越来越复杂<sup>[1][2]</sup>。除却内生的学科问题,技术革命催化的全新传播现象进一步加深了传播学科的外部焦虑。一方面,在元宇宙技术主导下,媒介交往转入第一人称视角,用户的行为自由度得到极大拓展。另一方面,既有传播理论范式与研究议题愈发复杂分散,致使学科难以用知识共识和范式标准对各自为政的知识“孤岛”进行整合<sup>[3]</sup>。

可以说,我们缺乏一个基点或传播理论体系的最大公约数,能够对不断涌现的新传播现象予以锚定,对传播学离散的研究议题、方法、逻辑进行有效聚合,形成理论的聚变效应。如何找到这个基点是未来传播研究至关重要的命题。对此,我们需要认识到理论只是逻辑的一种具象,正如恩格斯指出的,“历史从哪里开始,思想进程也应当从哪里开始”<sup>[4]</sup>(P33),行为实践铸造了历史,因此理论逻辑也必须由行为实践所奠基。纵观社会科学的理论演进,对行为的关注和研究一直是其发展演化的主线,行为研究也催生了行为经济学、组织行为学、计算行为学等一系列新兴学科范式。那么,行为研究作为学科构造的基础范式,对于传播学学科的构建与发展具有什么意义?其是否能够帮助我们走出当前学科发展困境,建立面向未来传播的学科范式?本文将从三个方面尝试回答上述问题:一是行为研究为何对包括传播学在内的社会科学至关重要;二是行为研究如何与未来传播研究进行耦合;三是如何建构一种以行为为新的理论核心、适应未来传播发展的“行为传播学”研究范式。

## 一、行为、行为研究及其与传播学的契合之处

首先,我们有必要对本文所用“行为”的概念定义及其指涉范围进行统一厘定。与“行为”(behavior)相近的概念包括“行动”(action)、“实践”(practice)等。学界存在一个基本共识,即“行动”(action)和“行为”(behavior)区别在于是否有意向性。一种行为,如果没有意向性,我们就不称之为行动;如果它具有意向性,我们就称之为行动。行动当然是行为,而行为如果不具有意向性的话,就不是行动<sup>[5]</sup>。相比于行动,实践与行为的区别显得更加模糊。西方哲学中的“实践”(practice)概念来自希腊文的praxis,praxis本义为行动、行为,故而又被翻译为act, action, handeln, Handlung<sup>[6]</sup>。在许多中文研究中则直接使用“实践行为”“行为实践”等概念,或将其混用。由于这些概念均存在彼此间的交叉交融,因此本文在宽泛的意义上探讨并使用广义的“行为”概念,指涉范围既包括无意识无目标的行为、有意识有目的的行动,也包括基于心智和认知的社会实践;既包括微观现象,也包括宏观模式。换言之,本文中的行为指的是心智以外人类所有活动的总和。同时,由于在宏观视野下的内涵极为一致,本文也将混用“行为”与“实践”两个概念。

### (一) 行为对人类及其实践环境的诠释与影响

行为研究作为学科构造的基础范式,其学术力量已经在行为科学、行为经济学、组织行为学等学科范式的成功中得到彰显。在我们尝试建构行为传播学这一新范式之初,有必要思考:行为研究对于学科构造究竟有何种意义?其为何能长期居于社会科学研究的核心理念?在此,我们不妨以社会科学研究中的基本要素人与环境为基本视点,通过分析行为对人类及其实践环境的诠释与影响,归纳行为对于普遍社会科学研究的意义。

行为对人类的诠释与影响主要表现为两个方面:一是行为被视为人类的外在表达;二是行为对人类具有重要的塑造作用。行为可谓人类的集中表征。“察言观色”“知言知人”这样的表达暗指我们可以通过密切观察人的言行来解读他们的内心,一个人的言行是心灵本身的表达,或者更确切地说,是心灵本身的外显。正如巴赫金所言:“我的每个思想及其内容都是由我个人自觉负责的一种行为,而我的全部而唯一的生命(作为一连串的行为过程)则是由这些行为构成的,因为我的整个生命都可被看成是某种复杂的行为:我以行为实现着我自己的全部生命”<sup>[7]</sup>,行为是人类的高维活动形态,也是理解人类的本源视角。

行为对人类的塑造作用可见于行为科学中的相倚性(contingency)理论,指有机体对外界环境的刺激做出反应后,反应的结果或经验可能使有机体今后在相似环境中产生相似的反应。换言之,有机体行为相倚于之前导致该行为产生的刺激和该行为的后果<sup>[8]</sup>。由此可见,行为实践和行为期望能够改变人类的行为模式。正如著名社会心理学家班杜拉(Bandura)所言,“任何影响到选择行为的因素都会对个体的发展产生深远的定向作用”<sup>[9]</sup>。

行为对环境的解释效用主要表现在两个方面:首先,人类的实践环境是基于个体行为的有限存在;其次,行为是构造实践环境(泛指人类文明)的原始力量。人类实践环境是基于行为的有限存在,这一观点可见于可供性(affordances)理论。可供性强调生物感知环境是通过环境所能提供的行动可能性<sup>[10]</sup>,因此可供性概念必须蕴含在环境与动物的关系之中。由此及彼,人类实践环境、信息构造的拟态环境实际上之于个体也仅仅是盲人摸象般的认识。换言之,自然环境、社会环境、拟态环境某种意义上都仅仅是基于个体行为功能认识的有限存在,个体某种程度上仅能依赖其所认知到的世界展开自身行为实践。可供性理论也为我们提供了这样的反思:人类社会进步的原始动力或许就是突破环境(或社会)可供性的限制,以实现更高维度的实践自由。马克思指出,全部社会生活的本质是实践的<sup>[11]</sup>(P166)。人类意识的能动性体现在人们在实践基础上能动地认识世界、改造世界的能力与作用<sup>[12]</sup>(P27)。由此可见,人类意识区别于动物意识的重要特性——能动性是基于行为实践且为了拓宽认知半径和实践半径的特性,

行为是实践环境存在并能得以不断拓展的核心要素。

行为也是社会构造的原始力量。《论语·泰伯》有云：“兴于诗，立于礼，成于乐”。“兴于诗”表示诗篇所蕴含的理性逻辑、感性逻辑、价值判断等能够激发个体，“立于礼”表示通过礼的规范使社会系统稳定运作。而“成于乐”则表明我们的社会行为与他人的社会行为保持和谐的方式类似于一场动态的、和谐的、妙趣横生的游戏。对此，韩国分析哲学协会前任主席南京熙(Kyung-Hee NAM)指出：“我们藉以与其他人进行互动和沟通并构建出一个生活世界的社会媒介是身体行为而非心<sup>[13]</sup>。”换言之，人类行为是社会构造的原始力量。

总而言之，行为是人类连接实践环境的基础中介，是洞悉人类生存样态和社会文明变迁的本源性窗口。个体的行为实践模式昭示着个体的性格习惯、社会关系、生存状态；族群的行为实践表征着其关系网络、权力结构、价值取向；社会的行为实践表征着其发展水平、资源配置和文化样态。比如，我们会用“恩格尔系数”来衡量家庭的富足程度，会用就业方向差异判断代际价值观，会用垃圾分类的执行水平判断一个国家的文明水准。这都表示，把握人类行为实践的关键性特征指标，人类族群和社会文明的图景就可跃然纸上。面向未来媒介时代，传播学研究必须给予行为要素更高关注，并通过与行为科学等多学科要素整合，形成更适宜未来传播学研究的学术体系。

## (二) 行为研究的发展历程

由于行为对整个社会系统有着极为重要的意义，因此对人类行为的研究也成为社会科学研究演化的一条重要脉络。有关行为的讨论较早可见于心理学研究。早期心理学对行为的解释有两种流派。第一种倾向认为人类行为是由个体心灵或内部状况所驱动的客体，可谓之“心灵主义”。在该种视角下，行为很少受到外界因素干扰，完全是内在逻辑的外延体现，成为一种表征的、可观测的实在物。因此行为的研究价值一定程度上被消解。第二种倾向批驳了行为完全内驱的观点，可谓之“环境主义”。为此著名新行为主义代表学者斯金纳(Burrhus Frederic Skinner)建构“内在人”(inner man)这一概念，认为人可分为内在人和外在人，内在人像司机驾驶汽车一样驾驶着外在人。“内在人的功能的确是提供了某种解释，但这一解释本身却不能得到解释，由此，解释便中止在内在人这里，成为了神圣莫测的东西<sup>[8]</sup>。”因此，要研究行为就必须破除心智等因素的研究传统。尽管斯金纳的观点过度分离了心智与行为的关系，但在某种程度上也开辟了行为能够脱离心智作为独立概念范畴开展研究的先河。当我们以今天的视点来看待心灵主义与环境主义时，我们必须认识到二者兼有行为研究的认识论价值。斯金纳对内在人的摒弃某种程度上源于彼时研究方法的缺位，而如今随着心理学与认知神经科学的发展，我们已经能够通过科学方法审视内在人的逻辑和机理，因此我们不能完全转向行为而无视心智的效用。与之同理，倘若我们仅聚焦心智而无视行为，则将难以把握行为及其代表的社会构造力量。

上述心理学行为主义通常被认为是行为科学的哲学基础<sup>[8]</sup>。行为脱离心理学成为一门独立学科最早可追溯至作为管理科学的行为科学(behavioral science)，即研究管理过程中的行为和人与人之间关系规律的一门学科。随着管理之外的更多行为被纳入到行为科学研究范畴中，行为科学逐渐脱离管理学的学科框架。如今的行为科学主要是指以心理学、社会学、文化人类学、生物学、经济学、地理学等为理论基础，研究人类行为规律的一门综合性科学。在研究方法上行为科学完全采用实验、问卷调查等实证研究方法。其研究的主要内容是人类行为的动机与组织，即人类行为是由什么原因引起和推动的，行为的发展变化受哪些因素支配、有哪些规律，以此寻求对人类行为进行预测和控制<sup>[4]</sup>。

库恩(Thomas Samuel Kuhn)认为，只有足够多的专家意识到很多反常行为无法解释时，科学的范式才会发生革命<sup>[15]</sup>(P44-45)，行为所具有的强大解释与预测力使得行为研究迅速成为其他社会科学学科革新自身理论逻辑的基本范式。伴随着对行为的聚焦和研究转向，20世纪70年代以来陆续诞生了许多边缘学科，如行为遗传学(behavioral genetics)、行为生态学(behavioral ecology)、行为神经科学(behavioral neuroscience)等。随着各分支学科的日益成熟，作为学科群的行为科学也日趋完善。国际学界越来越

认识到行为科学在社会发展、个人发展中的重要作用,在结束“脑的10年”(1990-2000年)之际,美国心理学会科学委员会(APA Board of Scientific Affairs)于2000年9月正式宣布2000-2010年为“行为的10年”<sup>[14]</sup>,行为在社会科学研究中的重要地位可见一斑。

### (三) 行为研究与传播学的契合之处

传播研究中对行为的关注最早可追溯至20世纪30年代。彼时心理学的行为主义流派席卷整个社会科学,传播研究经验学派受行为主义影响,多以实验和调查的方法来研究传播过程与效果之间的因果关系,开创了从行为角度研究人类传播活动的传统<sup>[16]</sup>,这一时期也被学者们认为是传播效果的魔弹论时期,即认为媒介在影响社会舆论和个体行为方面发挥着犹如魔弹一般的强大作用<sup>[17]</sup>。

由于当时研究手段的粗糙和局限,行为主义传播学把行为从社会要素和心理要素的关联当中剥离出来,以孤立的视角展开研究,使其谬误缺陷逐渐凸显,魔弹论式微,随之而来的是传播研究的巨大焦虑——大众传媒是没有效果或效果有限的。这种观点也被概括为有限效果论<sup>[18]</sup>。后期人们逐渐认识到,在认知、态度和行动这三个效果层面上,有限效果论只探讨了后两者而忽略了更早的认知阶段——大众传播在人们的环境认知过程中的作用<sup>[19]</sup>,于是20世纪70年代后涌现出的议程设置理论、沉默的螺旋理论等都将传播效果转向人类认知、态度等维度,并成功使传播学迎来转机。从魔弹论的落寞到有限效果论的终结,传播研究逐渐失去了对行为的关注,更加倚重对认知与态度的关注。认知态度的隐匿、模糊与不稳定性使得传播理论对社会的预测和解释力下降,越来越呈现出分裂和流动的特征。

伴随着媒介技术的演进,大众传媒时代的受众转变为如今的用户,传播也对用户行为的影响越来越大。有的影响立竿见影,比如一些传播活动能够直接影响用户的点赞与转发行为;有的影响则需要更加长期和宏观的视角加以把握,比如传播的模式、媒介的中介使得人类的行为模式和生存状态发生改变。由此可见,行为有必要重新回到我们的视野,并成为未来传播研究的一个重要基点。

除了上文探讨的行为研究重要性及其对传播学的借鉴意义,将行为科学与传播学研究融合的关键要点还在于行为科学与传播学有着非常类似的基本假设、基本观点和基本问题。这构成了二者进一步融合的学理基础。

早期的行为科学(即作为管理科学的行为科学)主要存在三种基本假设。第一种为行为规律性假设,即人类行为具有规律性,能够作为研究对象,可以用科学方法探索这种规律,而传播研究也存在类似的规律性假设。第二种假设为行为复杂性假设,即人类行为的规律与自然规律不同,人类行为规律具有复杂性和不确定性。因此“人”既被视为经济学假设中的“理性人”,又被视为有限理性的决策者,这与传播研究的复杂性非常类似;第三种假设是行为可控性假设。人的行为是可控的,可以通过调整自变量,达到控制行为的目的<sup>[20]</sup>。这个假设对于行为重新回到传播学研究视野至关重要,它指出行为会受到各种因素的影响,而影响因素中的部分很有可能来自于传播。

行为科学与传播学也有着类似的观点。比如行为科学提出了“社会人”的概念,它在管理哲学上的突出贡献是提出了“以人中心”的口号,奠定了西方管理哲学的人本主义基础<sup>[21]</sup>。而当前传播学也越来越呼唤人本主义,强调以人为本的传播理论建构。此外,行为经济学强调人有“理性人”的一面,也存在有限理性的一面,这与传播涉及的理性与非理性逻辑殊途同归。

最后,行为科学和传播学有共同关注的基本问题。中国科学院心理研究所战略发展研究小组曾于2001年指出,当代行为科学的重要研究问题之一即是信息化条件下个体与组织的行为适应。信息化是信息技术与人及组织的双向互动过程,不仅信息技术要影响和适应人的需要及行为特征,而且人及组织的行为也要影响和适应信息技术的特征及要求<sup>[14]</sup>。这与传播研究中深度媒介化社会的传播行为研究问题不谋而合。

行为科学与传播学在基本假设、基本观点和基本问题层面存在诸多契合之处,可见行为科学与传播学融合在逻辑上具有可实践性。此外,行为科学目的在于通过控制变量影响人的行为(比如改善工作绩

表1 行为科学与传播学的契合之处

学科	行为科学	传播学
基本假设	行为规律性	传播活动存在规律
	行为复杂性(包括文化等因素的影响)	传播实践的复杂性
	行为可控性	传播效果的可控性
基本观点	“以人为中心”	未来传播实践的以人为本原则
	“理性人”与“有限理性”	传播实践的理性和非理性逻辑
基本问题	信息化条件下个体与组织的行为适应	深度媒介化社会的传播行为

效),而如何实现有效传播是贯穿传播学学术史的核心问题,诸多实证研究也旨在通过控制变量实现更好的传播效果(见表1)。在这个层面上,二者的学术范式和理论目标一致。因此,在行为科学基础上构筑新的传播学研究范式是可行且极为必要的。

## 二、行为传播学的基本内涵、使命承载与研究路径

前文探讨了行为要素之于学科构建的重要性、行为研究的基本观点、行为研究对传播学的影响以及时下二者的契合之处,下文将具体阐释行为传播学的基本内涵、范式使命和研究路径,以期行为传播研究的开展奠定基础。

### (一)当代语境中行为传播学的基本内涵

相较盛行于20世纪30年代的行为主义传播学,如今传播学语境下行为概念的内涵已然发生巨大变化。行为主义传播学所秉持的“刺激—反应”假设已经被公认为一种粗糙的理论模式,因而丧失其生命力。时下我们有能力掌握系统科学、大数据科学与认知神经科学发展带来的技术工具和理论视角,已能够对行为做出细致和高效度的解读。因此,我们需要重新审视行为对于传播研究的价值。在此本文拟提出当代传播学科语境中对行为的三个基本认识论。

第一个认识论是:传播与行为不可分离,行为也不可脱离传播和心智成为一种孤立、反射式的实在。脱离行为和心智的传播是流动的,不可捉摸的;脱离心智和传播的行为是非社会性的,无生产意义的。因此,“传播—心智—行为”需要成为除了环境、人类本体外的第三种概念——一种协同式概念展开研究,即行为传播学视野下的行为应当主要是媒介或传播中介的、交互的、有意识的实践形态,这也是行为传播学区别于行为科学的关键要义。正如国际传播学会前任主席克劳斯·克里彭多夫(Klaus Krippendorff)所指出,语言使得社会便于组织,但仅仅用于言说的语言其实没有太多生产意义,所以语言要与行动连接,即人们需要在语言的基础上加以行动。在人们使用语言的过程中,个人会描述所见所为,或者依言行事,这样主体行动与语言就结合在一起。因此,语言连接着行动、所见及所述,发挥着重要作用,这种语言不仅仅是句子,而是行动中的话语。<sup>[22]</sup>

第二个认识论是:传播、行为均可作为研究的自变量与因变量。首先,传播本身就是一种行为,而媒介中介的行为则是新的传播内容,有望成为继文字、图像、视频、音频等之外的新的内容维度。其次,传播效果可以表现在认知、态度、情感等心智层面,同样也应该表现在行为方面,即行为可以作为认知、情绪、态度之外更广泛意义的效果维度。最后,传播可以影响行为,行为同样可以影响传播,二者均可成为传播结果的解释变量。

第三个认识论是:行为是一种重要的表征和分析指标,即行为表征了受众的特征、媒体的特征等,也表征了群体或社会中的关系结构和文化样态。这一认识论是行为可以被传播学诠释范式所纳入研究的重要基础。

基于上述讨论,本文尝试提出行为传播学的范式定义——以人类社会中的“传播—心智—行为”协同要素为研究对象并使用科学研究方法的研究范式。后文将重点论述行为传播学对传播学科目前面临

主要困境、主要问题的回应并尝试提出研究的行动路径。

## （二）行为传播学承载的学科使命

在传播逻辑剧变、传媒理论出现危机之际，行为传播学作为一种新学科范式承载着重要使命，即对内破解学科发展困境、对外回应学科核心问题——传播如何影响社会。

首先，行为传播学需要破解学科发展困境，实现传播学主流范式对话，进而实现学科内在聚合。

纵观整个传播学研究，缺乏一个占主导地位的研究主题或子学科构成传播学科的“核心”<sup>[23]</sup>，传播学正处于碎片化、复杂化和解释危机的困境之中。对此，著名传播学者克雷格(R. T. Craig)指出，传播研究的目标不是出现一种无可争论的状态，而是对各自的理论有深入的理解，并找到可以争论的重要话题，发展出一种各种理论流派交织互洽的“超模式”(constitutive model)，也就是用来阐明其他模式的更高级的模式<sup>[17]</sup>。克雷格对于传播学“超模式”的构想为我们指明了一个富有潜力的学科聚合路径，即尝试找寻学科范式间可争论的重要问题域。

这一路径包含两个子问题。首先是传播学存在哪些既有的范式流派，它们之间有何种异同。其次是如何在范式间取得最大公约数，建立传播理论能够内在聚合的问题域。对于第一个问题，有传播学者对大量传播学期刊论文进行内容分析后指出，西方传播学主要有三种研究范式，分别是社会科学研究范式(视传播为信息，包含传播学控制论传统和社会心理学传统)、诠释研究范式(视传播为关系或意义建构，包含符号学、现象学、社会文化以及修辞学传统)、批判研究范式(对传播实践进行批判，包含批判与修辞学传统)<sup>[17]</sup>。传播学最大的范式分歧在于社会科学研究范式和诠释研究范式之间(批判范式是一种价值评判范式，更多作为其他两种范式的有效补充)，因此建构何种超模式能够使社会科学研究范式和诠释研究范式更好地争论糅合，是传播学未来超模式建设的关键要义。

社会科学研究和诠释研究两种范式区别的关键之处在于，二者具有迥异的传播本体论，即两种范式对传播的理解存在根本性的不同。其中社会科学范式将传播界定为内容的表达和信息的传递，关注传播过程对个体和社会产生什么样的影响和效果；诠释研究则更重意义和关系建构，认为传播的本质是寓于传播关系的建构和传播主体的互动之中的，传播是社会关系的整合<sup>[24]</sup>。这种本体论意义上的争论长期内嵌于传播学理论的发展之中。遗憾的是，目前仍无能有效统摄两种取向的研究范式，因为将传播简单视为信息，某种程度上可以发现传播对社会影响的规律，但忽视了传播修辞与符号的隐喻与意义建构作用；而将传播视为建构意义的修辞与符号时，则往往会陷入过于主观、缺少对现实能动指导的批评中。这也根本上导致传播研究两种主流范式的分野。当我们在建构超模式时，必须认识到这种本体论的偏向，并尝试对其进行兼顾。

对于第二个问题，本文认为行为有望成为沟通传播学不同范式的核心问题域。首先传播研究的核心本体论依然是内容表达与信息传播。正如罗杰斯(E.M.Rogers)在其著作《传播学史》中指出，传播学中信息是一个中心概念，香农的信息论则成为传播学的根本范式<sup>[25]</sup>。香农(Claude Elwood Shannon)的信息论定义指明信息可以减少不确定性，传播则是一种降低认知不确定性的实践。除此之外，非理性逻辑的传播同样存在，更多作为一种情感的、认同的、关系性的体现。在这两种视域下，传播主要集中于人的心智层面，这就导致传播研究长期倚重难以外化和观测的心智效果，具有较强的不确定性。正如学者所批评的，传播是反复无常的，因此它难以被观察<sup>[26]</sup>。这也是传播效果研究或社会科学研究范式难以继续取得突破性创新的根本性原因之一。破解这一困局的关键路径就是回归行为。我们必须认识到，人类及其生存环境全要素的连接必须依赖人类行为，行为是连接的动态表述。在文明演化的逻辑中，心智要素更大程度上只是过程性要素，而行为是因果推演的逻辑终点。因此，面向未来的传播研究必须将传播、心智、行为三种概念进行融合研究，并将传播效果更多倚重行为，这样才能最大程度上使传播研究贴近社会实践，才能在越来越复杂的媒介技术场景中把握关键要义，提炼出传播的规律及其影响效应。需要注意的是，这并不意味着我们要摒弃对传播心智性影响的关注，而要认识到传播信息的有限性和不确

定性,并通过分析行为实践来补偿这种不确定性,使传播可感、可知、可控。

社会科学范式研究的行为转向不仅可以革新其自身,更重要的目的在于——这样更容易使其与诠释范式研究进行争论融合。相比于社会科学研究范式,诠释研究范式对行为的讨论更加普遍,比如具身传播理论就强调了传播活动中的身体经验对传播本身的重要影响,而这种身体经验很大程度上就基于身体行为;社会规训理论也表明,对于行为的规范形成了社会秩序和权力格局。由此可见,将社会科学研究范式的关注对象从信息、心智转向到行为,某种程度上能够实现克雷格所提出的关于学科“超模式”的愿景,即形成不同范式可以共同争论的话题,并在此基础上进一步阐明其他模式,实现传播学内在的理论聚合。《传播学刊》前任主编西尔维奥·R·韦斯伯(Silvio R. Waisbord)在建构传播学作为“后学科”(post-discipline)的论述中表示,寻找一个公共的知识领地十分必要,能够提醒并告诉他人为什么传播研究是重要的<sup>[27]</sup>(P158)。行为有望成为传播学的公共知识领地,聚合分散的传播学理论,并在未来的学科争论中阐明传播的特性和传播学科的独特价值。

其次,行为传播学需要回应学科的核心问题——传播如何使用其独有方式组织和影响社会。

作为一种社会科学,传播学最主要的问题在于其如何使用其独有的方式组织和影响社会。这一观点在传播学研究中并不鲜见,比如曼纽尔·卡斯特曾言,“传播变化的每一个构成部分都代表着社会关系的表现”<sup>[28]</sup>(P55-58),克里彭多夫也指出传播学研究的问题关键在于“传播如何运用另一种方式来组织社会”<sup>[22]</sup>。在建构行为传播学这一理论范畴时,我们需要认识到其不光要在内对传播学话语、理论和范式起到优化和聚合作用,更关键在于要助益传播学更好回应“传播如何影响社会构造”这一核心命题。

布里鲁因(Brillouin)认为关于信息的定义,无论是降低不确定性还是其意义性,都必须以系统为参照<sup>[29]</sup>(P320)。将传播囿于5W式线性静态的微观传播框架,将无法有效解释智能传播时代的问题。我们需要将框架设定为宏观的社会系统,并以此把握传播及其关键议题。

德国社会学家尼古拉斯·卢曼(Niklas Luhmann)认为传播是社会系统的进化操作者<sup>[26]</sup>。荷兰社会学家罗伊特·雷德斯多夫(Loet-Leydesdorff)进一步指出,在人类文明的演化中,人类社会不断涌现出新的变异,社会的自组织机制对涌现出的变异进行调试和选择,使能够适应新社会构造的变异得以留存。传播在这个过程中关键作用在于赋予这些不确定的变异以意义,即将其标识为信号和噪音,使系统能更好地对变异进行选择。尽管传播具有十分重要的意义赋予作用,但其并不能完全实现社会系统的进化操作。雷德斯多夫认为系统选择机制仍需反射性重构,即通过自组织机制在传播意义赋予的基础上最终完成社会系统的选择,这种反射性重构被帕森斯(Persons)定义为行动,被卢曼定义为交互等,但总体均在宽泛的行为范畴之内<sup>[26]</sup>。

从社会系统假说中可以看到,传播和行为均被定义为社会进化的操作元素,它们承担着系统不同且不可分割的功能,共同推动着整个社会系统的演进。因此,我们可以推论,要回答传播如何构造社会,行为是必不可少的关键要素。脱离行为的传播分析往往会陷入对空言说的窘境,只有传播与行为结合,才能更好解答传播对社会的构造作用。

### (三) 行为传播研究的行动路径

行为要素的引入对于传播学发展具有重要推动作用。那么在具体操作中传播研究如何与行为结合?行为传播研究如何开展?本文认为主要存在以下三种基本路径:

一是创新概念视角,即通过行为模式对用户、媒介形态、社会关系与结构进行定义和分类,以行为作为指标去透视人类文明的时代特征和发展方向。这一认知导向应当体现在传播学研究的各种范式中,通过行为的新视点解读,为传播研究构筑微观、中观、宏观的传播认识论,为传播学建构出一派新的研究视野。此外,在传播到行为逻辑推演的基础上,进一步整合行为科学、社会学、心理学、人类学等理论范式,构建具有预测能力和实践价值的理论体系,使传播学作为社会科学的独特价值得以彰显,并能进一步助益生产实践与社会治理。

二是提升诠释视点,即通过对行为的引入和把握,将诠释范式的视点跃升至更高层次,以行为作为洞悉人类文明的关键抓手,关注社会系统的运行和能量的流转,关注社会生态的选择与进化,并能够从人类实践总体意义上把握传播的内涵与意义,能够在纷繁复杂的传播技术现象中把握历史逻辑,彰显传播学的理论价值。此外,基于行为对概念创新的基础上,诠释范式得以通过行为和传播共同建构意义,共同锚定价值,并通过行为这一支点与传播效果研究进行对接,使传播学不同范式的理论能够相互论证,实现传播理论的内在聚合和思想聚变,突破传播研究的困局。

三是细化效果分层,即以更细粒度的方法展开传播效果研究。从效应的时间跨度来看,传播效果研究至少应该裂变为四个层面:其一是传播的瞬时效果。这一效果主要体现在心智层面和反射性行为层面。理论成果应对短认知逻辑、非理性场景尤其是瞬时的人机交互的传播实践具有较强的解释力,比如何种信息将导致何种反射性行为。其二是传播的短期效果,这一效果同时体现在心智层面和行为(指经过完整信息加工产生的行为)层面。需关注信息、关系等在较短时间内对心智和行为的改变,尝试建构从传播到心智、再到行为的效果推演。其三是传播的中期效果,主要体现在时间作用下心智样态和行为习惯的改变。在中期效果里强关系、圈层、场景等要素应当扮演更重要的影响变量。其四是传播的长期效果。主要体现长期作用下文化样态和行为模式的改变,需要通过系统理论的视角予以把握。即社会系统发生了什么改变,人类族群的行为模式发生什么变化,社会文明进入到什么样的阶段,可以用哪些关键特征予以表述。在长期效果里弱关系、算法、生态位等要素应当扮演更为重要的影响变量。

### 三、行为传播学的基本分析维度及其系统性互构

本文在此将尝试论述行为传播学的基本分析维度和维度间的互构关系,并进一步展开行为传播学范式构建的系统性设想,以期传播学未来发展提供一种理论可能。

在建构行为传播范式之前,我们必须重视并回应一个问题,即传播研究为何长期以来逐渐减少了对行为的关注。导致这一现象的根本性原因在于,传播研究所关注的“人”,仍未脱离于大众传播时代对“人”割裂性的认识,即作为认知、态度的人、作为理性工具的人、作为符号意义的人,而非真实全面的人。形成这种割裂性认识的一个缘由是,在报纸杂志、广播电视为代表的大众媒介时代,受众在传播中的行为实践十分被动和有限。反映在理论层面,则可见自行为主义在传播研究中被摒弃以来,传播研究的视野更多聚焦于认知、态度等心智层面,并隐性地将此层面指标几乎等价于传播效果。这种不甚严谨的逻辑闭环长期存在于传播研究中,致使行为在传播研究中被逐渐边缘化。另一个缘由是,在认知神经科学、计算机辅助分析等研究方法被引入之前,实证传播研究难以对深层的认知和行为机制进行科学可靠的研究。此外,传统社科研究方法亦无法对多感官通道的传播效果进行准确的测量和统一,研究方法的缺位限制了传播研究对心智和行为的同等关注。

当前传播学界已经逐渐意识到这个问题,并涌现出多种声音。比如偏向有限理性的人、偏向身体的人、偏向感官体验的人等。这些认识论的革新一定程度上补充了传播学视野中对人的认识论,有助于我们把握社会场景中“人”真实全面的生存状态,但我们也必须认识到,只有将视野上升到更高维度的社会系统层面,以现实场景的问题域为导向,把握未来媒介时代的技术场景、社会关系和传播逻辑,才能对人和行为形成一种全面立体的认识。

在数字媒介技术中介下,社会进入深度媒介化阶段。具体表现为科层制社会进一步裂解为微粒化社会,社会的基本单位也由组织降解为个人。恰如尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)所言:“后信息时代的根本特征是真正的个人化”“个人不再被淹没在普遍性中,或作为人口统计学中的一个子集,网络空间的发展所寻求的是给普通人以表达自己需要和希望的声音”<sup>[30]</sup>。在这种网络状的社会结构中,个体的力量被前所未有地释放出来,并能通过无数个体力量的激发和凝结产生巨大的社会影响力。因此,我们在研究大众普遍特征的同时,必须对个体个性化的因素给予同等关注。另一方面,高度集成的元宇宙技术



为用户在混合现实空间的行为实践提供了极大的升维拓展,用户得以数字化浸入全感官、全姿态、全时全地的传播与社会实践中,而这些行为实践将作为传播新的内涵,作用于社会关系网络、资源分配和权力格局。由此可见,数字文明时代的人类还具有前所未有的能动性和建构性,并在千行百业的数字化行为实践中,彰显出作为生物人、社会人、文化人的全部要素和内涵。可以说,人的要素已经越来越多进入传播过程中,倘若我们不能在传播理论中对人进行全面的认识和把握,传播理论就将失去对社会现实的解释力。这种“全要素人”的认识论,必须成为建构未来传播理论、把握纷繁复杂传播现象的原始和核心要义。

如前文所言,行为传播学必须置于社会系统中予以考察,因此如何定义社会系统、如何对其进行架构性的描述,是行为传播学进一步展开的首要问题。20世纪30年代,美国社会心理学之父库尔特·勒温(Kurt Lewin)曾提出经典的“行为公式”(behavioral formula) $B=f(P,E)$ ,其中B指行为(behavior),f指函数(function),P指人(person),E指环境(environment),认为人类行为是个体特征和环境影响的函数<sup>[31]</sup>。这一观点在1989年美国著名新行为主义代表学者阿尔伯特·班杜拉(Albert Bandura)提出的社会认知理论得到彰显(如图1所示)。该理论认为,行为、主体和环境三者共存于一个互为因果关系的“三元交互”(triadic reciprocity)中<sup>[32]</sup>,即行为、主体和环境每二者都存在双向决定关系。在主体与行为的互动中,个体的期待、信念、目标、意向和情绪等主体因素影响其行为方式,同时行为的内部反馈和结果又会影响到个体的思想信念和情感反应;在行为与环境的互动中,环境决定了行为的方向和强度,但行为也嵌入环境并能影响和改变环境;而在主体与环境的互动中,主体的人格和认知特征是环境作用的产物,但环境对主体的影响也要取决于主体自身认知,另外主体可以通过自己的性格、信念与价值观重塑环境<sup>[33]</sup>。

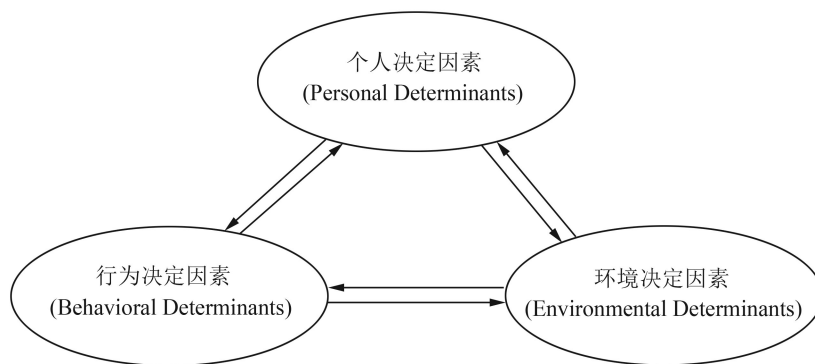


图1 社会认知理论模型<sup>[34]</sup>

勒温的“行为公式”和班杜拉的“三元交互”理论均指出社会中环境、人类(主体)、行为三种要素的核心地位,为行为传播范式提供了一种经典的、提纲挈领的分析框架。据此,本文将环境、人、行为作为行为传播范式的三重基本分析维度,并通过描绘它们彼此之间的互构关系尽可能地展现行为传播视野下社会系统的基本架构。

(一) 行为与人的互构:行为作为人类的外化表达与技术进化

行为与人的互构关系主要体现在三个层面,首先媒介中介的行为是人类可被观测和分析的外化表达。从微观个体到宏观族群,行为实践表征着人类生存状态和文明图景。我们需要承认这种联系,也需要承认这种表征一旦脱离媒介中介,就将转为现象的、虚无的、转瞬即逝的关联。麦克卢汉曾提出“媒介即讯息”的著名论断,指出媒介形式的变革导致我们感知世界的方式和行为发生变革,进而导致社会结构发生变革。随后媒介化范式对这一论断给出更进一步注解,即媒介作为人借以经验世界的技术与非技术的中介手段,是社会实践的构成部分,它遍布于社会也构造了社会<sup>[35]</sup>。因此,我们不能简单地将行

为视为人类的表达,而更应认识到媒介本身构造了行为实践,媒介本身即是实践,只有媒介中介的行为实践才能作为透视人类本体和社会文明的根本性窗口。在整个社会浸润在数字媒介场域的今天,这种技术构造的实践更加超越肉体所关联的简单形式,成为表征全部人类文明的“元实践”。

其次,媒介中介的行为也是人类得以不断进化的技术实践,即伴随着媒介技术对行为自由度的拓展,人类能够实现超越生物进化的技术进化。数字媒介中介的行为实践一方面使人们拥有包括虚拟化身、数字孪生等多元维度的形体、身份和社会连接,使人们自由地游弋于千态万状的、真实或虚构的社会场景之中,并对人类关于信息和关系表达的吸收逻辑、吸收形式、吸收程度形成全新的定义和尺度;另一方面使人类的认知模式、知识结构、情感逻辑、决策过程具有了以高速度、高容量、高密度为导向的时空特征。人类在数字智能技术的强大中介下实质上实现了超越生物进化的技术进化,得以具备对主客观世界更高水平的把控能力,实现更高维度的实践自由和全面发展,并进入更高层次的文明阶段。

最后,元宇宙技术体系使得人类有可能进一步具备心智建构的可实践性。作为一种革命性的技术集成,元宇宙技术体系极大地拓展了人类的实践半径,使肉身所限的社会需求和行动进一步被释放,使人类的形体特征、心智样态、行为模式等全部要素进入全新的阶段。在这个过程中,人类在现实世界中积累知识、技术和想象力及构筑元宇宙的同时,也有可能使个体进一步具备心智建构的可实践性,这种行为实践能够超越贯穿既有人类文明史的“改造环境—更新认知”实践逻辑,直接作用于人的心智世界,促进它构造的变化乃至革命,使人类实现更高维度的实践自由<sup>[36]</sup>。因此,我们需要给予这种技术可能以高度关注,并将其视为媒介技术演化及其中介行为模式的更深层次追求。

## (二) 行为与环境的互构:行为作为实践环境构型的动力与要素

行为与环境的互构关系主要体现在两个层面。首先,自组织的行为实践通过环境化使得微粒化网络社会成为现实。在深度媒介化进程中,传统的科层制社会解构为微粒化网络社会,正如曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)对“网络社会”(network society)的定义“网络化逻辑的扩散实质地改变了生产、经验、权力与文化过程中的操作和结果……在网络中现身或缺席,以及每个网络相对于其他网络的动态关系,都是我们社会中支配与变迁的关键根源”<sup>[37]</sup>(P569)。这种社会的结构性演化一定程度上解构了既有的关系结构和圈层格局。在宏大的再组织浪潮中,不同个体、组织、族群在网络社会中不断根据本体取向和环境可供性进行新的探索性行为实践,形成自组织涌现,并进一步赋予新的网络社会以结构、规则和价值,换言之,自组织的行为实践通过环境化构筑了人类网络实践的全部场景,使微粒化的网络结构能够实质上形成可供人类生存的社会样态。

其次,元宇宙技术革命使行为与环境进入深度的互融互构态。一方面在元宇宙技术中介的社会场域中,现实与虚拟环境深度融合,人类的形体、感官、行为都将完成数字化,并将构成环境的一部分,这种新社会构造内嵌的行为规则也制约着个体进一步的行为实践。另一方面,当人类栖居于数字智能技术织就的扩展现实空间时,全部自然规律与自然环境将荡然无存,人类将进入乌托邦式的生存场域。基于数字智能技术赋予的空前实践可供性,人类将有机会穷尽心智世界包蕴的全部想象力和能动性,经由媒介中介的行为实践对生存环境进行颠覆式改写,甚至创造出完全违反自然生物常识的异构世界。比如2021年8月7日,美国一线流行歌手爱莉安娜·格兰德(Ariana Grande)在Epic旗下游戏“堡垒之夜”中连续举办了5场演唱会,观众可以自行通过虚拟化身参加演唱会并与主唱互动,这在大众传播时代是难以想象的。另外,元宇宙技术将时空尺度极大压缩,使得人类的数字化生存全面进入场景时代,极大地降低了用户参与实践的门槛,并革命性地改变了环境支撑人类行为实践所能供给的时空容量,使社会生存进入“永远在线、无限空间、自由实践”的新阶段。

## (三) 人与环境的互构:行为中介下人与环境的互融互生

随着数字智能技术的迭代和媒介化进程的加深,人类的生存环境正在实现系统级重构。新的生存环境塑造了人类新的行为模式,新行为实践的累积又进一步定向了人类的生存样态,使人能够适应新的

环境,并与新环境互融互生。

这种互融互生一方面体现在环境特征深深内嵌于人类本体特征中。在微粒化网络社会,传播权力重新回到以节点为表征的用户手中,不光体现个体具有平等的发声渠道,更体现在用户对传播内容的选择,只有构成关系、构成圈层的信息才能抵达用户。因此,在深度媒介化范式作用下环境中的信息和关系呈现出全新的样态,使用户的认知与关系表达形成新的模式。另外,元宇宙技术使得环境中越来越多的感官信息得以被激活并进一步凝结,使得单位时间内个体所能吸纳信息与关系表达的质量密度空前压缩。与此同时,元宇宙技术使千态万状的社会场景得以在分秒间无缝流转,这使得人类的生存样态与环境同频,进入到高速高容的时空模式中。互融互生另一方面体现在人类本体对环境的融入,构成每个个体所冀望生存的“超真实”环境。让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)曾提出名为“超真实”(hyperreality)的后现代概念,即比真实更真实<sup>[38]</sup>。在后现代拟像社会,缺席表现为存在,想象表现为真实,媒介营造出由被操控的符码组成的“超真实”世界,人们将生存于大大超越社会现实的感性世界中。这一现象正在元宇宙技术时代得到凸显。在虚拟现实、人工智能、数字孪生等技术能够塑造出视感、听感、触感越来越逼真的虚拟人类时,真实和虚拟的界限正在消失。元宇宙技术使人类生存中想象的他者成为现实,并经由拟像投射与叠加,形成每个个体冀望栖身的拟像社会环境,使个体能够超越现实社会的行为规范和可供性,找到超真实的、独一无二的心灵归宿。

#### (四) 行为传播视野下的社会系统:基于系统科学范式的全景想象

如何宏观地把握上述三种复杂的互构关系?具身认知理论中的动力系统理论(Dynamical Systems Theory,简称DST)可以给予我们启发。该理论认为,人类的认知系统是由大脑、身体与环境共同构成。在这种复合的认知系统中,不同变量通过某种形式的同时且连续的共同变化,彼此之间相互作用、相互塑造着。认知系统具有某种类型的一致模式,这些模式是自组织的、涌现出的稳定结构,可以由非线性动力系统状态的相对稳定性或相对不稳定性来加以描述<sup>[39]</sup>。具身认知的动力系统为行为传播视野下的社会系统构造提供了三种视角,其一是系统的非线性,其二是局部的自组织与涌现性,其三是通过把握系统的相对稳定性以把握系统的整体演进。由此,我们可以大致想象出行为传播学视野下的社会系统将呈现出怎样的图景。

首先,该系统至少包含三个维度,即行为、人、环境,媒介技术同时隶属于三种维度之下,并表现出不同的特征。比如媒介技术在环境维度表现为媒介中介的多模态信息环境,在人的维度表现为对人类要素的技术中介,在行为维度表现为人机界面行为线索等。宏观上表现为,媒介技术中介着三个维度的运动。这种中介作用不妨理解作为一种深层次的媒介化,即除了以传播逻辑对社会要素的重构外,还构造着人与行为的模式。在这种中介关系中,媒介技术属于底层要素,当媒介技术完成革命性的迭代,其为社会要素、社会关系提供了新的连接方式和尺度,为人类的生存提供了新的框架和规范,为行为提供了新的模式和价值准则,使整个系统结构升维重组,进入以高速、高容为特征的新时空结构。这种时空结构革命实质上形成类似于自然环境演化的社会与技术环境变迁,它对所有人、社会要素构成进化意义上的环境压力,并推动行为实践变异的再选择,最终构造全新的人类文明样态。整个社会系统就在这种交融的逻辑中螺旋上升。社会系统的动力来自于生物本能的负熵趋向。20世纪70年代,马图拉纳(H. Maturana)和瓦雷拉(Francisco J. Varela)提出和发展了自创生理论,指出生命的根本特征是一个源于内部自我生产过程的自我维持,换言之,即生物本身就具有走出混沌走向秩序的意识倾向<sup>[40]</sup>。社会系统的稳定性则依赖整个社会系统的负熵流。社会系统存在自发的传播失序、心智失序、行为失序现象,这为整个系统带来熵增。因此,系统的整体稳定性依赖社会的熵平衡机制,这种机制隐秘且广泛地内嵌于政治、资本、技术和文化中。

时至今日,技术革命和风险社会已成为各学科理论研究的核心背景,作为人与社会要素链接的关键

要素,行为需要被传播学科重新认识。随着元宇宙技术概念对传播学理论的冲击,行为在传播中的意义得到突破性扩展,对行为的关注和研究将助益于系统变革传播学框架,以及突破传播学科内部与外部的研究困境。相较于其他研究范式,本文所建构的行为传播学范式更加遵循以人为本的传播观,以系统科学、大数据科学和认知神经科学为核心工具,能够开展比传统传播研究更加细粒度和高维度的研究,并有助于沟通传播研究的社会科学范式以及诠释研究范式,是富有潜力的学科整合方向。而未来传播学需要回答传播与行为如何共同推动社会系统的运转与进化等关键性问题,并为人类生存与发展及社会文明的不断进化绘制实践的行动路线图。

### 参考文献

- [1] A. Lang. Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research. *Communication Theory*, 2013, 23 (1).
- [2] R. M. Perloff. Progress, Paradigms and a Discipline Engaged: A Response to Lang and Reflections on Media Effects Research. *Communication Theory*, 2013, 23(4).
- [3] 张涛甫. 立足中国现场回应时代之问——兼论中国新闻传播学的主体性问题. 新闻记者, 2022, (5).
- [4] 马克思恩格斯选集:第2卷. 北京:人民出版社, 1995.
- [5] 童世骏. “行动”和“行为”:现代西方哲学研究中的一对重要概念. 社会观察, 2005, (3).
- [6] 牛文君, Klaus Vieweg. 理解与实践. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2020, (1).
- [7] M. M. 巴赫金, 林山. 论行为哲学. 哲学译丛, 1992, (1).
- [8] 刘永谋. 行为科学与社会工程:斯金纳的技术治理思想. 山东科技大学学报(社会科学版), 2021, (4).
- [9] 高申春. 自我效能理论评述. 心理发展与教育, 2000, (1).
- [10] 张志安, 黄桔琳. 传播学视角下互联网平台可供性研究及启示. 新闻与写作, 2020, (10).
- [11] 陈章龙, 龚廷泰. 马克思主义的科学世界观和方法论. 南京:南京师范大学出版社, 1996.
- [12] 江汀生. 马克思主义哲学纲要. 北京:中国政法大学出版社, 1995.
- [13] 南京熙, 李红霞. 礼或曰仪式礼节:儒家人类行为哲学导言. 第欧根尼, 2017, (1).
- [14] 中国科学院心理研究所战略发展研究小组. 行为科学的现状和发展趋势. 中国科学院院刊, 2001, (6).
- [15] 托马斯·库恩, 伊安·哈金. 科学革命的结构. 金吾伦、胡新和译. 北京:北京大学出版社, 2012.
- [16] 何苗. 认知神经科学对传播研究的影响路径:回顾与展望. 新闻与传播研究, 2019, (1).
- [17] 丁方舟, 韦路. 西方传播学研究的理论体系及其演化. 南京社会科学, 2017, (3).
- [18] 胡翼青. 对“魔弹论”的再思考. 国际新闻界, 2009, (8).
- [19] 郭庆光. 传播学教程. 北京:中国人民大学出版社, 2011.
- [20] 秦峰. 当代行为科学的三个基本假设. 商业文化(学术版), 2009, (12).
- [21] 刘继云, 孙绍荣. 行为科学理论研究综述. 金融教学与研究, 2005, (5).
- [22] 陈静茜, 吴卉. 传播之于社会的意义:建构主义取向的传播学研究——克劳斯·克里彭多夫(Klaus Krippendorff)教授学术访谈录. 新闻记者, 2021, (4).
- [23] H. Song, J. M. Eberl, O. Eisele. Less Fragmented than We Thought? Toward Clarification of a Subdisciplinary Linkage in Communication Science, 2010-2019. *Journal of Communication*, 2020, (3).
- [24] 李彬, 关琮严. 空间媒介化与媒介空间化——论媒介进化及其研究的空间转向. 国际新闻界, 2012, (5).
- [25] 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.
- [26] L. Leydesdorff. The Communication Turn in the Theory of Social Systems. *Systems Research and Behavioral Science*, 2002, 19(2).
- [27] S. Waisbord. *Communication: A Post-discipline*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2019.
- [28] M. Castells. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- [29] L. Brillouin. *Science and Information Theory*. New York: Academic Press, 1962.
- [30] 尼古拉·尼葛洛庞蒂. 数字化生存. 胡泳、范海燕译. 海口:海南出版社, 1997.
- [31] 库尔特·勒温. 拓扑心理学原理. 高觉敷译. 北京:商务印书馆, 2003.
- [32] A. Bandura. Human Agency in Social Cognitive Theory. *American Psychologist*, 1989, (9).

- [33] 殷融. 论班杜拉三元交互决定论中蕴含的先锋思想. 心理研究, 2022, (2).
- [34] A. Bandura. Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 2001, (3).
- [35] 喻国明, 耿晓梦. “深度媒介化”: 媒介业的生态格局、价值重心与核心资源. 新闻与传播研究, 2021, (12).
- [36] 喻国明. 未来媒介的进化逻辑: “人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来. 新闻界, 2021, (10).
- [37] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起. 夏铸九、王志弘等译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001.
- [38] 石义彬. 批判视野下的西方传播思想. 北京: 商务印书馆, 2014.
- [39] 张博. 从离身心智到具身心智: 认知心理学研究范式的困境与转向. 长春: 吉林大学博士学位论文, 2018. 中国知网, 2018-11-16. [2022-11-24] [https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CDFD&dbname=CDFDLAST2018&filename=1018225548.nh&uniplatform=NZKPT&v=f7618yZLBM3r2TqCBZioPwl0NZIyl07T80Eu4AhgsxitJ7DOEvZ\\_xR8auPSa9Pn2](https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CDFD&dbname=CDFDLAST2018&filename=1018225548.nh&uniplatform=NZKPT&v=f7618yZLBM3r2TqCBZioPwl0NZIyl07T80Eu4AhgsxitJ7DOEvZ_xR8auPSa9Pn2).
- [40] 李恒威, 肖云龙. 自创生: 生命与认知. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2015, (2).

## Behavioral Communication: The Core Paradigm of the Future Communication Discipline

Yu Guoming, Su Jianwei, Yang Ya (Beijing Normal University)

**Abstract** Entering the digital era, the communication discipline is currently facing such crises as fragmentation, complexity, and difficulty in explaining rapid proliferation of communication phenomena. How to build a unified discipline reconstruction of communication studies and construct a research paradigm suitable for future communication is a key issue from the perspective of global and contemporary development. The construction of a behavioral communication paradigm focusing on the "communication-mind-behavior" collaborative model is the key path to overcome the dilemma of communication discipline construction. According to the behavioral communication paradigm, communication research cannot be separated from behavior, nor can behavioral research be separated from the media of communication; the behavior must be a major indicator for analyzing people and their practice environment. More specifically, the behavioral communication paradigm views environment, human beings, and behavior as three fundamental dimensions. Its major developmental path includes the innovation of conceptual viewpoints, improvement of interpretative perspectives, and refined classification of communication effects. By concentrating on behavior, the goal of behavioral communication is to incorporate the present dominant research paradigm in communication studies and find answers to the fundamental question of how communication shapes society.

**Key words** behavioral communication; mediatization; metaverse; discipline paradigm; communication theory

■ 收稿日期 2022-08-01

■ 作者简介 喻国明, 法学博士, 北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师, 传播创新与未来媒体实验平台主任; 北京 100875;

苏健威, 北京师范大学新闻传播学院博士研究生;

杨雅, 文学博士, 北京师范大学新闻传播学院副教授、认知神经传播学实验室副主任。

■ 责任编辑 杨敏