



复 旦 新 闻 与 传 播 学 译 库

人际传播研究手册

(第四版)

The SAGE Handbook of Interpersonal Communication
(The Fourth Edition)

[美] 马克·L·耐普 (Mark L. Knapp) 主 编

[美] 约翰·A·戴利 (John A. Daly)

胡春阳 黄红宇 译



复 旦 新 闻 与 传 播 学 译 库

人际传播研究手册

(第四版)

The SAGE Handbook of Interpersonal Communication
(The Fourth Edition)

[美] 马克·L·耐普 (Mark L. Knapp) 主 编
[美] 约翰·A·戴利 (John A. Daly)
胡春阳 黄红宇 译

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

人际传播研究手册(第四版)/[美]耐普(Knapp, M. L.),[美]戴利(Daly, J. A.)主编;胡春阳,黄红宇译.
—上海:复旦大学出版社,2015.11
(复旦新闻与传播学译库)
书名原文:The SAGE Handbook of Interpersonal Communication
ISBN 978-7-309-11725-7

I. 人… II. ①耐… ②戴… ③胡… ④黄… III. 传播学-研究 IV. G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第207406号

The SAGE Handbook of Interpersonal Communication (the fourth edition)

Edited by Mark L. Knapp & John A. Daly

Copyright© 2011 by SAGE Publications, Inc.

English language edition published by SAGE Publications Inc., A SAGE Publications Company of Thousand Oaks, London, New Delhi, Singapore and Washington D. C., © [2011] by SAGE Publications, Inc.

This authorized Chinese translation edition is published by Fudan University Press Co., Ltd. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2015 by Fudan University Press Co., Ltd.

上海市版权局著作权合同登记 图字:09-2013-227号

人际传播研究手册(第四版)

[美]耐普(Knapp, M. L.) [美]戴利(Daly, J. A.) 主编 胡春阳 黄红宇 译
责任编辑/孙程姣

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路579号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

浙江新华数码印务有限公司

开本 850×1168 1/16 印张 47.25 字数 1118 千

2015年11月第1版第1次印刷

ISBN 978-7-309-11725-7/G·1502

定价:168.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

本书翻译出版受到复旦大学信息与传播研究中心的资助，以及胡春阳主持的“复旦大学人文社会科学青年团队建设创新项目”（2015年度）的支持，特此致谢！

编者简介

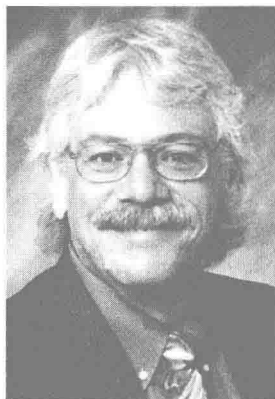
马克·L·耐普 (Mark L. Knapp), 得克萨斯大学奥斯汀分校传播学领域杰西·H·琼斯百年荣誉退休教授。其代表作有: 与 J·A·霍尔 (J. A. Hall) 合著的《人类互动中的非语言传播》(*Nonverbal Communication in Human Interaction*), 与安妮塔·L·万杰利斯妮 (A. L. Vangelisti) 合著的《人际传播和人类关系》(*Interpersonal Communication and Human Relationships*), 以及《人类互动中的撒谎与欺骗》(*Lying and Deception in Human Interaction*)。他曾任国际传播协会和美国国家传播协会会长, 是国际传播协会研究员, 国家传播协会杰出学者。曾担任《人类传播研究》(*Human Communication Research*) 的编辑, 首次策划并连续主编了世哲 (SAGE) 人际传播系列丛书。他于 1966 年从宾夕法尼亚州立大学获得博士学位。

约翰·A·戴利 (John A. Daly), 得克萨斯大学奥斯汀分校利德尔传播教授, TCB 管理学教授, 杰出教学教授。曾分别担任国家传播协会会长以及国际传播协会与国际消费者服务协会委员会会长。他发表了 100 余篇学术文章和著作章节, 曾担任《传播教育》(*Communication Education*) 杂志的编辑以及《书面传播》(*Written Communication*) 杂志的合作编辑。其最新著作是《鼓吹: 倡导创新并影响他人》(*Advocay: Championing Innovations and Influencing Others*, 2011)。他于 1977 年从普渡大学获得博士学位。

译者简介

胡春阳博士，复旦大学新闻学院副教授，教育部人文社会科学重点研究基地“信息与传播研究中心”研究员。美国哈佛大学伯克曼研究中心 (Berkman Center) 研究员 (2013—2014)、普渡大学访问学者 (2013)、加州州立大学客座教授 (2007—2008)、香港珠海书院客座教授 (2011)。致力于人际传播、传播的话语分析等领域的研究与教学，出版专著两部、译著两部、教材一部，在权威和核心期刊上发表学术论文 50 余篇，主持一项国家社科项目和七项省部级课题。代表作有：《话语分析：传播研究新路径》《寂静的喧嚣，永恒的联系：手机与人际互动》《传播政治经济学》(译著)。

黄红宇博士，美国西点军校外语系中文助理教授，致力于中西文化的交流与融通。1997 年毕业于上海复旦大学中文系，2007 年获得美国耶鲁大学东亚文学系哲学博士学位。参与美国著名汉学家倪豪士 (William Nienhauser) 教授主持的《史记》英译与研究，编著《石评梅小说选》，译著《媒介与文化研究方法》《传播政治经济学》。其学术论文散见于《北京大学学报》《中山大学学报》《九州学林》《国际汉学》等。



(Brant Burleson, 1952—2010)

谨以此纪念布兰特·伯利森

我们谨代表那些认识布兰特、热爱布兰特并受益于布兰特学术成就的人,把这本书献给他。布兰特是社会支持研究领域的权威学者,他为我们理解传播技巧作出了巨大贡献。他作为导师、朋友以及家庭成员为他人提供了支持,而这些支持又使他人也变得乐善好施。正如他常常言及的,他在研究传播的过程中找到了快乐,他也确乎把这种快乐留存于我们的心底。

致 谢

为了更好地满足读者的需要,《人际传播研究手册(第四版)》发生了一些明显变化。下面这些学者为这些变化作出了贡献,他们为本书提供了具体的建议和详细的述评。

在此,作为编者的我们以及未来的读者向他们致以诚挚的谢意!

塞克利·卡马拉(Sakile Camara)(加州州立大学北岭分校)

凯瑟琳·格林尼(Kathryn Greene)(罗格斯大学)

杰维特·海因斯(Javette Hayes)(加州州立大学富勒顿分校)

艾米·强森(Amy Johnson)(俄克拉荷马大学)

莫林·吉利(Maureen Keeley)(德克萨斯州州立大学圣马克斯分校)

特里·肯尼(Terry Kinney)(韦恩州立大学)

迈克尔·科特维斯基(Michael Kotowski)(田纳西大学)

林美晨(Mei-chen Lin)(肯特基州立大学)

艾琳娜·麦克乔治(Erina MacGeorge)(普渡大学)

威廉·姆林(William Mullen)(自由大学)

凯罗琳·闰金(Caroline Rankin)(肯塔基大学)

珍妮弗尔·桑普(Jennifer Samp)(佐治亚大学)

克雷斯·塞格林(Chris Segrin)(亚利桑那大学)

罗拉·斯塔福德(Laura Stafford)(肯塔基大学)

中文版前言

作为英文版《人际传播研究手册》的编者,看到中国读者即将从这本书的知识中受益,我们喜不自禁。我俩自20世纪70年代起,一直专注于人际传播的研究,并一直见证着人际传播在过去40—50年里成长为美国传播研究的重要领域。来自社会科学,主要是社会心理学、精神病学、社会学以及人类学的学者们从事着人际研究,但人际研究的学术家园还是在传播研究领域里。我们努力要把构成人际研究的理论和研究成果整合在一起,于是,邀请了著名学者各自写作一个篇章来评述其专业领域的研究成果,并阐明我们已知和未知的领域。

跨文化传播这一章指出了几个研究,是比较中国人际视角和其他文化的人际视角的。有关社会支持、语言、社交网络以及以计算机为中介的传播这些章节简明扼要地描述了一些针对中国学生的研究。但是,本书的大部分内容还是聚焦于西方人——通常是大学生的非正式行为。我们希望和人际研究多个领域有关的理论、研究成果以及方法将会激发中国读者去开展自己的研究,探索中国人际传播的微妙差别。这将让我们对发生于不同文化场景中的人际传播的异同有更进一步的认识。我们诚挚地希望,随着更多的中国学生和学者专注人际传播领域的学术追求,他们作出的重要智识贡献将构成本书将来版本的一个主要部分。

《人际传播研究手册》不仅是那些追求基础研究的学生和学者的参考书,还为这些知识如何能够被运用于日常生活的重要方面提供了一种洞见。聚焦于工作场所、跨文化相遇、健康保健、贯穿一生的人际行为、浪漫关系以及家庭的章节清楚地阐明了,我们日常生活的大部分都取决于我们如何有效地管理我们的人际关系。这就是为何人际能力已成为无数研究的主题,为此,我们还专辟一章探讨人际能力的研究成果。

人际传播的未来研究为我们展现了诸多重要而又让人心醉神迷的领域,这都值得我们继续探索。例如,我们需要进一步理解冲突和合作的复杂性,了解是否冲突关涉国家间或者配偶间的协商;我们需要了解在面对面互动中为有效传播开发的技术的效果;我们需要更多地了解人际传播在用来鼓吹大众的运动(比如使用清洁能源、戒烟、注射疫苗、食用健康食物等方面)中扮演的角色;我们需要更多地了解生物学和生理学如何通过与社会学习过程互动来影响人际行为的。我们有很多事情可做,我们诚挚地希望《人际传播研究手册(第四版)》中文版成为我们更广泛地理解这些重要领域的铺路石。

我们要把我们最深厚、最真挚的感谢献给胡春阳教授。从和作为编者的我反复沟通到联系世哲(Sage)出版社,再从和复旦大学出版社策划该项目,到执行把该书从英文版翻译为中文版,她承

担了长时间的、枯燥乏味的而又艰难的任务。能够在仅仅一年的时间里把这么大部头的书翻译出来,实属不易。她扎实的传播学专业知识、耐心、认真和专注的学术追求精神使得该项翻译工作非同寻常,每个阅读这本书的读者都将对她充满感激之情。同时,我还要向胡春阳教授致以我最深切的同情,正当她全神贯注于翻译时,她失去了她最亲爱的父亲。作为人际传播的研究者,我们最清楚失去最重要的家庭成员对我们的生活意味着什么,我们能最痛楚地体会到要向前走是多么的艰难。我们愿意和她一起度过这一段最艰难的日子!

我们还要感谢胡春阳教授的翻译合作者黄红宇博士,其在西点军校繁忙的工作中挤出宝贵时间奉献于翻译工作,也是感人至深的。

我们也想感谢世哲出版社对这个项目的支持,感谢复旦大学出版社慧眼识宝,看到把这本书翻译给中国读者的价值,并愿意出版这本书的中文版。

马克·L·耐普(Mark L. Knapp)

约翰·A·戴利(John A. Daly)

译者序言

种种原因促使我们强调人际传播的重要性,也促使我们下决心把这本风靡美国各大专院校、全面概括该领域最前沿研究成果的《人际传播研究手册(第四版)》(*Handbook of Interpersonal Communication*, fourth edition)翻译出来呈献给中国读者。

从实践来看,缺乏沟通规则的群体需要协商规则,重塑人际传播行为;缺乏人际传播知识和技巧的人,需要开始学习;而懂得这些知识的人,需要开始去实践。

从人际传播的时代与技术语境来看,社会变迁和新型传播技术(比如社交媒介)正在剧烈地改变着中国人人际传播的模式、交往规则与伦理,改变了中国人的家庭结构以及家庭成员之间的传播模式,诸如友谊、恋爱、家庭、夫妻、亲子等亲密关系的保持遭到极大挑战。随着性别在家庭和社会中的角色的改变,以及职场关系从传统向现代嬗变,中国人承受着人际关系认知和人际传播能力的巨大挑战,需要更多更系统的知识来引导人们的人际传播实践。

从理论上来讲,20世纪六七十年代以后,人际传播学在美国发展为一门独立学科,成为美国传播学的重要分支,其研究者和实践者不仅活跃在夫妻关系、亲子关系,以及恋爱等亲密关系及其传播的咨询领域,更是活跃在世界各类公共机构和商业机构传播咨询的舞台上。而在深受儒家学说浸染的中国乃至东方世界,人际传播既没有传统的知识起源,也没有在适应人际关系的现代嬗变中发展出相应的传播知识领域。这个在国外已被系统深化和细化的理论领域,在国内却是“独怜幽草涧边生,上有黄鹂深树鸣。春潮带雨晚来急,野渡无人舟自横”。因此,需要更多的研究力量来关注该领域。

一、“交流”是如何成为问题的?

花样翻新的物质进步与技术(包括传播技术)革新让我们的时代显得非常完美,而“完美的罪行”(鲍德里亚语)也大行其道。人类在享用社会生活“世界性”与“技术化”的双重变迁带来的福祉时,也在饱尝纷争和冲突之苦——大到在具有不同政治经济体系的国家之间如果没有战争就难以沟通,中有族群偏见/歧视、性别歧视以及国际旅游带来的“游客凝视”(吉登斯语)产生的不同(亚)文化之间的冲突,小到家庭暴力、代沟以及用暴力或戕杀方式来解决日常冲突等。

究其原因,一是哲学问题:人类是可以交流的吗?“无奈的交流”(彼得斯《交流的无奈》的书

名)成洋洋大观——人们越是渴望交流,交流越是缺乏;越是交流缺乏,人们越是渴望交流^①。技术进步是这种渴望与改变意愿的明证,但是,“交流”又处处成为问题。这就为我们提出这样的问题:交流问题与人的关系问题是否可以被简化为一个“调频”或“减少噪声”的问题?技术与交流的本质关联如何?

二是技术化后果。因为中介介入交流,我们有“不能拥抱的遥远”^②。虚拟移动加速催生了“电子茧”“个人社区”,速度毁灭了理想传播的暗含条件:时间、功能性参与。现代性的来临,通过对“缺场”的各种其他要素的孕育,日益把空间从地点分离了出来,从位置上看,远离了任何给定的面对面的互动情势^③。技术改变了人们对时间和空间的感觉和体验,丧失亲密交谈能力,“孤独症”使人际交往越来越“无声化”“间接性”“非共同在场性”。这就为我们提出这样的问题:面对面的互动(F2F communication)还有意义吗?

三是交往的世界性后果。因为见面,我们有无法亲近的咫尺!全球化加剧,生活的地域特征逐渐消失。国际旅游、人口流动等改变了人际互动的频率和性质,“游客凝视”(吉登斯语)的互动特征使种族、性别、不同文化、信仰的群体产生紧张感,人际冲突变得普遍而激烈。人类的物理移动加速,社区衰落后的陌生人社会失去乌托邦、温柔乡、桃花源,现代都市里充满孤独忧伤和失去安全感的灵魂。这就为我们提出这样的问题:隔阂的心灵又怎能交流?交流就跟是否经由中介没有多大关系了。

四是交往的工具理性。市场对生活的殖民化正是以独白式的语言行为进行的,独白式的语言行为对工具理性来说是重要的,但主体间的交流行为却不能还原为工具行为。当我们的社会生活不断堕入世俗化深渊时,一切人与人的关系就变成了人与物的关系或者物与物的关系。难道我们不需要质疑这种关系的本质吗?

保障人们的社会关系顺畅的要素固然很多,但最不争的事实是,传播必占据重要的一席之地。冲突和纷争乃是“在于人们无法倾听彼此的声音”^④;在中观和微观层面上,更是由于人们缺乏适当的人际传播能力与人际关系建立和维护能力。不幸的是,大众传媒和“心灵鸡汤式”的畅销读物宣扬的交往理念、影视剧呈现的刻板关系角色正在成为困惑和误导人际关系与传播行为的不良源泉,给了人们尤其是青少年以坏的典范。

冲突和压力不断增长的时候,也正是改变和解决问题的时候。尽管社会冲突的根源异常复杂,其改变也是一个多因素参与的系统过程,但人际传播始终应该是其中一个重要因素。当人们对人际传播的普遍规则有着一定程度的共识和共同实践的愿望时,人际传播问题以及人际关系冲突和压力才能有所缓解,和谐与自由的生活才会有一个最为坚实的基础。

二、“关系”,是如何变成生命中无法承受之重的?

中国社会正处于一个剧烈转型时期,社会结构、组织结构以及家庭结构/形式的巨大变迁大大

① [美]彼得斯:《交流的无奈:传播思想史》,何道宽译,华夏出版社2003年版,第3页。

② 出自江美琪的歌曲《亲爱的,你怎么不在身边》,“电话再甜美,传真再安慰,也不足以应付不能拥抱你的遥远”。

③ [美]安东尼·吉登斯:《失控的世界》,周红云译,江西人民出版社2001年版,第9页。

④ John Stewart, *Bridges Not Walls: A Book About International Communication* (9th Edition), New York: McGraw-Hill, p. 43.

改变了中国人的人际传播模式并促进了人际关系网络的重组。今日中国的人际传播与交往模式混杂着传统的“伦理本位”与现代社会的工具理性。崇尚“交情”的传统价值观使我们人际关系的魑魅顽强而持久,而工具理性的算计——“交易而退,各得其所”的本质又使人际关系非常之脆弱;人们煞费苦心地经营着某些关系,同时又强烈地想要摆脱某些关系;人们大方地索取由“交情”和“交换”带来的自我利益但却坚决不愿承受“伦理本位”的枷锁与工具理性的被算计。这为我们提出这样的问题:技能和技巧具有文化特别性。在一个特定社会,没有共同遵循的交往、传播规则真的可以造成双赢的人际关系吗?

无论在国际还是人际间,单方面遵守某种规则或者伦理原则将导致交往互动行为的紊乱,由此导致人际关系中的功能不良。如果许多人都认为,为获得利益,欺骗和巧取豪夺是正常的,那任何技巧也没有普世性;当人们在交往中还人人自危,怀着冷漠、隔阂、戒备的心理,任何人际知识也只能是雕虫小技。因为你可能是某种交往关系的受益者,但也将是另一交往关系的受损者。此外,当社会各个阶层还是对立的时候,当我们自己还和自己对立的时候,谁也没有获得交流的自由;当遵守善的规则而导致生存成本很高的时候,参与恶的游戏规则成为绝大多数人的选择,大家都知道每个人都在受损。

但现在,僵在那里,很难突破。谁先改变,谁吃亏!这让我们必须关注如下问题:纲常名教,礼崩乐坏之后,如何重建交往与会话规则?人际传播技巧不是万灵药,人际传播伦理与规则具有基础性。

交往价值观的改变及其不舒适使中国人正承受着前所未有的巨大人际压力,面临无处不在的人际传播和人际关系处理适应性的夹缝——在上下级关系中,是服膺于现代科层制基于职位分工的沟通规则,还是遵循传统社会基于人伦等第的沟通规则?在一般人际交往中,在社会政治和经济资源不断重新分配以及社会阶层属性不断分化的状态下,工具理性的交换利用特征与传统社会重“情”尚“义”看来水火不容;男女的社会角色和家庭贡献越来越趋同,夫妻关于家务琐事、子女养育以及家庭角色分工的谈判看起来越来越频繁,两性角色趋同的现实与两性角色的传统安排激烈碰撞而导致家庭关系紧张;等等,不一而足。总之,在人际交往的价值观和行为选择方面,传统的和现代的因素都在我们身上决斗,角色关系的处理规则和亲密关系规则无处不在地充满着含混和冲突。许许多多的人际相逢和相遇都充满选择的痛苦和煎熬。

在一个制度和规则失据的社会里,一切个人福利和利益的获取都有赖于种种关系。传统社会如此,利益诱惑更为多元化的当代还是如此,只不过后者对资源的嗜血本质使关系争夺更盛。关系,还是关系,成为我们非常强烈和普遍的焦虑——你会因为与人隔绝而害怕,也会因为与人过从甚密而受伤;你多少次会因为防范过度、显得过于冷漠而失去与人修好的机会或者让关系肆意恶化,又有多少次因为侵犯过余而与人交恶;你既怕过于热情受到伤害,又怕过于冷漠而失去机会。你总是斤斤两两患得患失。

面对这无法承受之重,正是我们学习人际传播和人际关系知识的时候。然而,无论传统社会还是现代社会,我们都没有发展出专门的人际传播知识领域。象征人际关系能力高境界的“人情练达,世事洞明”,显得玄妙神秘、近乎天成;即便需要历练,这种历练也更多是一种左右逢源的计谋和策略。有趣的是,人际传播知识似乎又在被海量生产出来,比比皆是的“心灵鸡汤”恶补着我们对人际传播知识的饥渴。

但我们不得不思考这个知识系统的本质,难道它不是“一切皆为我所用”的以自我为中心的

功利系统?“不准动我的奶酪”是根本原则;这种强调外在报酬而不是内在报酬的关系到底是人—人关系(人际的),还是人—物关系抑或物—物关系?

如果我们对现实人际传播和人际关系状态还有遗憾甚至悲哀,那我们一定还需要有关这方面的健全知识。可是,何方可求呢?在我们每个人的成长中,谁告诉过我们如何与他人互动?谁给我们提供了处理与我们生命息息相关的各种人际关系冲突的指南?

三、人际传播知识:东方何以缺?

在以儒家文化为传统的东方国家里,人际传播一直未能发展为主要科目^①,这与儒家文化的特殊性大有渊源。

儒家把五种伦常关系看作所有社会关系的基础,即君臣关系、父子关系、夫妇关系、朋友关系、昆弟关系。五伦关系以及其他关系又不过是血亲和姻亲关系的拟制或者扩展,比如,君臣关系是父子关系的扩展,朋友(结拜与金兰之交)是兄弟关系的拟制。五伦为基,中国人人相连、代代相传,建立起了复杂而又和谐的人际关系网络。

但是,这个庞大的关系网络与其说是源于传播,不如说是基于道德义务,与其说是依赖于传播技巧和理性自觉,不如说是依赖于人生智慧和直觉。儒家以“仁”来调节包括人际关系在内的所有社会关系和行为,“己所不欲,勿施于人”就是一条具体的协调规范。然而,这种“推己及人”并不具有技能操作性,而是内含着道德标准——“正己”然后能推人,如果离开了道德准则,以己之好恶推及他人既害了别人,也损害了自己的仁德之心。“做人要方,处事要圆”、“要“深藏不露”是古人总结的人际关系的日常要领,这也是需要智慧去把握的,而非一时一地的技巧。因此,“五伦”不是外在行为,而是操练、发展个人仁心的场所,是道德实践的领域。因此,在人际关系中,除了个人的道德实践和内心自省,岂有它哉?虽然我们也强调说话(与传播有关)要“拿捏得当,进退有方”,但这难道不也就是基于人伦和等第的关于权衡的智慧吗?既如此,人际关系的奥妙怎可能来自外在技巧呢?人际传播的技巧又怎能通过书本而学来呢?于是,无法发展出西方的人际传播学,似在情理中。

此外,对于人际传播人们还有诸多误解,这些误解更是阻碍了现代中国社会人际传播知识的扩散与发展。

其一,由于中国人的社会行为特别镶嵌在人际关系上,谁都懂得并会实践“生时靠人带,死时靠人拜”,“在家靠父母,出门靠朋友”。所以,在一些人看来,中国人天生就是人际关系的专家,谁还需要专门的人际关系及其传播知识呢?

其二,在中国文化价值观中,会说话的人被赋予“巧舌如簧”“三寸不烂之舌”的贬义,而“君子讷于言而敏于行”也贬低了“言”的重要。如此比附而来,人际传播不过是蛊惑人心、败坏世道的雕虫小技。

其三,由于倡导“礼之用,和为贵”,中国人际关系显示出重人情、崇血缘、重乡情的温情面,但

^① Chang. H., “Harmony As Performance: The Turbulence Under Chinese Interpersonal Communication”, *Discourse Studies*, 2001, 3(2).

也发展出极端的另一面——表面的和谐与暗斗、窝里斗并存；“为朋友两肋插刀”“士为知己者死”的帮里不帮外的义气导致重情不重法、不讲理的偏狭；中国的官文化里“观察风向，避免冲突”的圆滑大概也源于“和”文化。因此，对庸俗、虚伪的人际关系深恶痛绝的人们也可能会对发展一个所谓的人际传播知识领域不以为然。

其四，深受儒家伦理影响的中国人的复杂人际关系得到社会学家的广泛关注和深入研究，由于社会学进入中国早于传播学，有限的人际传播知识掩藏在社会学的人际交往知识中。人际传播与人际互动、社会交往既有本质上的关联，但也有各自面对的不同的学术焦点话题。中国社会学更强调人际关系的独特文化语境，而人际传播更强调如何通过传播来推动关系的建立、保持，并有效处理关系冲突与挑战。对于这两个不同的知识传统和体系。学术界有两类学者对此持有非常狭隘也非常有害的极端认识。一类过于夸大差异，另一个是无视差异。

一类学者强调中西方语境的差异，而否定甚至打压美国人际传播知识的扩散，贬低研究人际传播的价值。的确，人际传播学及其文化价值观发源于美国，在文化基础、交往规则及其具体实践方面，我们与它们都有差异。比如，受个人主义价值观影响，美国人在关系出问题，习惯坐下来谈谈，通过沟通找寻自我的意义，并在亲密关系里获得肯定与满足，让他人了解自我；而在华人社会中，当关系出问题，人们以找第三方调停来代替坐下来谈谈。因为华人受亲缘、血缘和地缘的影响，强调“看在谁的面子”选择做某事或者不做某事、选择与人交好还是交恶。因此，考虑两种文化的差异对人际传播的实践是必要的，但搞得势不两立就大错特错了。适应华人的人际传播自然要顾忌华人的文化习俗，但是，我们也应该看到并考虑现代社会的共同变迁，比如交往的世界性、媒介化等。有时不承认差异，会造成传播互动的障碍；但过于夸大差异，也会造成互动障碍。比如，大家通常都认为美国人沟通更为直接、不考虑对方的感受。但笔者邀请美国教授来复旦讲学的经历毫无例外地证明了他们在拒绝他人时非常委婉，甚至比华人更为间接。笔者写邮件给美国教授邀请其来复旦讲学，第一封回信基本都是表示感谢给他/她这么宝贵的机会，接着抱歉自己时间安排满了，接着表达如果将来可以一定考虑他/她。我再回信，表示要预约他/她次年夏季的时间。对方回信说，很高兴自己成为候选人，能不能多介绍一下合作项目以及待遇。中国的讲学待遇当然比较低。对方收到信后，会再回复目前无法确定明年，或者不再回复表示拒绝。问过熟悉的教授这些美国教授毫无例外的模棱两可的含义，熟悉的教授告诉我他们可能是嫌待遇低，或者担忧环境污染等。你看，美国人也并非那么直接得让人下不了台。笔者无数次与美国人交往的经历都表明了这一点。他们与华人世界在保持面子与礼貌方面的差异可能在于，华人拒绝陌生人非常容易、坚决，而拒绝熟人和高等第阶层非常困难，美国人不分熟人与否，非常注重在私人或公共领域中保持社交礼仪的一致性。

人固然以群分，但人类对于生理的、自尊的、归属的、安全的以及自我实现的基本需要却是相似的。在笔者阅读西方大量人际传播理论和研究个案时，以及在课堂上讲授人际传播知识并与学生讨论时，都不断得到来自我个人以及绝大多数学生个案的印证。因此，笔者认为，除了传播的伦理基础的巨大差异，西方人际传播知识在中国是有很程度的适应性的。当然，这还有待于进一步观察、研究以及同行们补充正反例证。

从微观方面来说，虽然华人不注重关系中的传播，但华人复杂的人际世界里，仍然讲究说话得体、察言观色、维护面子和关系。人际传播的语言和非语言知识可能为此提供帮助，形象管理和面子礼貌原则仍然可以用来解释中国人的面子观。当然，由于华人的人际关系更为绵密，重人情、讲

面子,以及区分“自己人”与“外人”这样的文化习性,因为在人际传播时强调的不只是如何表达自我,而是在繁复的语言互动中顾全人一我,并维护彼此关系。

因此,毋庸讳言,社会学关于中国人际关系的知识为我们理解中国人的人际传播提供了重要基础和来源。但如果因此而否认人际传播学知识的扩散并阻碍中国人际传播学的建构那就过于狭隘了。

另一类学者对美国人际传播知识如获至宝、食古不化、不太注意一些传播技能和技巧的文化适应力。这类学者主要是在传播领域,相比第一类极端认识的强势,这类学者显得弱势、被动应战——你越是否定人际传播知识,越是过度强调中国人际关系的文化庸俗性,我越不买你的账!

因此,现在也正是我们打破学科藩篱、开放视野、清理人际关系及其传播地基的时候,从而推动中国人际传播知识建构和研究的发展。

四、人际传播知识：现代何以盛？

人际传播知识的起源可以追溯到古希腊诸如亚里士多德和柏拉图等哲学家谈论修辞或者作为参与市民生活技巧的公共传播。后来扩展为包括许多种类的互动,如,小组讨论、家庭传播、口语传播和人际传播。人际传播的现代知识起源可以追溯到20世纪20年代的芝加哥学派,以及当时在一些院校的英语系开设的公共演讲课程。尽管如此,人际传播学并非源于公共演说与大众传播学,而是在特殊语境下发展的——美国社会的变迁、精神病学对人际困扰的兴趣等^①。

20世纪50年代的整个十年是“传播革命”发生的十年,心理学家、精神病学家和社会学家在人际关系领域耕耘,形成了后来被称为人际传播学科的早期知识传统。比如,弗雷兹(Fritz Hider)在《人际关系心理学》(*The Psychology of Interpersonal Relations*, 1958)中对归因理论的系列研究,该理论是今日人际传播研究不可或缺的领域。费斯廷格(Leon Festinger)对群体压力和认知不和谐的研究。社会学家戈夫曼(Erving Goffman)在《日常生活的自我呈现》(*The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959)对人际舞台上的角色扮演发表了深刻而富有启发性的洞见,其著作成为几代研究生“必读”之书目。

20世纪60年代,人际传播成为传播学的核心研究领域。随着美国市民权利运动的发展,人们对大众媒介讯息的操纵性和欺骗性产生了根深蒂固的厌恶,遂强调个人日常生活的质量是由其个人关系的完整性,而不是由广告机构和政治顾问捣鼓出的劝服性把戏塑造的。瓦兹拉威克等人(Watzlawick et al.)在《人类传播语用学》(*Pragmatics of Human Communication*, 1967)中提出的众多概念对随后的人际传播研究产生了深刻影响。比如:著名的人际传播五个公理、所有讯息都有内容和关系向度、对称性传播和互补性传播,等等。

20世纪70年代,人际传播走上学科化道路,越来越多的学校提供了人际传播课程,一系列的教科书应运而生。传播学科学术和专业协会中的重点领域这时候正式建立,主要有:言语传播协会的人际传播和小群体互动兴趣组(现在叫国家传播协会)、国际传播协会人际传播分部。这些都

^① 20世纪60年代,人际传播逐渐成形,很快脱离以修辞学为基础的个人口语技巧训练;而方兴未艾的大众传播关心传媒对众人的劝说,对个人与个人之间的互动并不感兴趣。参见胡春阳:《人际传播:学科与概念》,《国际新闻界》2009年第7期。

标志着人们对人际传播过程的教学和研究与日俱增的兴趣。

20世纪80年代以来,传播学者把互动、认知过程以及讯息研究置于研究的核心位置。随着1984年《社会和个人关系杂志》(*Journal of Social and Personal Relationships*)的创办,人际传播研究成为人们关注的焦点并显得发展动力十足。

20世纪90年代,人际传播学者开始使用多种方法展开调查。比如,质化和量化、微观和宏观。新的学术期刊如《个人关系》(*Personal Relationships*)成为人际传播知识交流的大本营。从机构上来说,在国家传播协会以及国际传播协会两大机构中一度是单一分支的人际和小群体行为研究产生了大量机构实体,这些实体以其使用的名字命名为人内传播、家庭传播、社会互动、传播回避和忧虑,以及小群体传播。各种文卷不断问世扩大了人际传播各个领域的知识基础,传播以及人际传播领域的学术引起其他学科的关注并逐渐得到认可。

当代,大多数美国传播学院都有人际传播专业,大多数传播学博士项目中都设置有人际传播方向。以在人际传播博士教育领域享有盛誉的德克萨斯大学奥斯汀分校为例,其人际传播方向除了“人际传播理论”等基础理论和方法课外,还开设了“人际传播的黑暗面”(表面生产性的传播可能是机能不良的,表面解构的传播可能是发挥功能的。涉及如下主题:关系违背、主题回避和保密、社会敏感反应、语词和身体侵犯以及围捕等)、“应用人际传播”,以及“非言语传播”等细化研究课程。

就西方人际传播实践来看,宗教、家庭、学校和媒体一直被看作美国社会人们获得各种社会化知识的场所与渠道,当然也包括人际传播与关系知识。深受基督教文化影响的美国人在家庭和教堂中习得大量重要的人际传播知识以指导自己的人际传播实践。比如,如何鼓励别人,如何面对人生困境,如何面对恋爱、求职中的问题;男人的研读组可能彼此分享体贴妻子的技巧,寻找解决夫妻矛盾的方案;而女士组则常常讨论如何爱丈夫,如何教育子女以及处理家庭成员之间的冲突。此外,自成体系的庞大的传播咨询行业,无处不在地给西方人提供着人际传播知识,并经久不息地锤炼着人们的人际传播能力。

五、翻译缘起与致谢

20世纪90年代以来,人际传播知识领域出现以下两个趋势。一个是人际传播知识不断综合化,成为系统知识;另一个是注重把人际传播过程放置于广阔的社会、文化和技术、生物学基础的语境中考察,新的主题不断出现,以计算机为中介的人际传播、跨文化相遇、女性主义以及终生传播为人际传播理论提供了新思维。美国著名人际传播学者耐普、米勒,以及戴利等人长期追踪人际传播学的发展,大约每隔十年(1985,1994,2002,2011)更新出版新版《人际传播研究手册》。这些手册的不同版本记录了该学科的最新发展和前沿成果,反映了人际传播知识领域如上两个趋势。

怀着对该手册以及在这个领域耕耘的学者的敬意,基于对以上问题的长期思考与研究,加上我十年来一直从事人际传播的本科生和研究生教学,学生对该领域的兴趣与日俱增,2013年年初,我决定将该手册翻译成中文。奇思妙想甫出,天时地利人和。编者马克·耐普教授发来热情洋溢的支持邮件,并立即写邮件请世哲出版社把版权尽快授予我和复旦大学出版社;复旦大学出