

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

传播学

Comm

鲁道夫·F·韦尔德伯尔 (Rudolph F. Verderber)

[美] 凯瑟琳·S·韦尔德伯尔 (Kathleen S. Verderber) 著

迪安娜·D·塞尔诺 (Deanna D. Sellnow)

周黎明 译

 中国人民大学出版社



新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

传播学

Comm

鲁道夫·F·韦尔德伯尔 (Rudolph F. Verderber)

[美] 凯瑟琳·S·韦尔德伯尔 (Kathleen S. Verderber) 著

迪安娜·D·塞尔诺 (Deanna D. Sellnow)

周黎明 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学/ (美) 韦尔德伯尔等著; 周黎明译. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 1
(新闻与传播学译丛·国外经典教材系列)
ISBN 978-7-300-16700-8

I. ①传… II. ①韦…②周… III. ①传播学-教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 280419 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

传播学

鲁道夫·F·韦尔德伯尔 (Rudolph F. Verderber)

[美] 凯瑟琳·S·韦尔德伯尔 (Kathleen S. Verderber) 著

迪安娜·D·塞尔诺 (Deanna D. Sellnow)

周黎明 译

Chuanboxue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 215 mm×275 mm 16 开本

版 次 2013 年 1 月第 1 版

印 张 22 插页 2

印 次 2013 年 1 月第 1 次印刷

字 数 536 000

定 价 49.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列” 出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，精选了欧美著名的新闻传播学院院长长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书最大限度地体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学专业教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》，新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极强的可操作性，不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

需要说明的是，丛书在翻译的过程中提及的原版图书中的教学光盘、教学网站等辅助资料由于版权等原因，在翻译版中无法向读者提供，敬请读者谅解。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种做双语教材，收入“高等院校双语教材·新闻传播学系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

中国人民大学出版社

目 录

第一部分 传播基础

第 1 章

传播视角 / 3

- 学习目标 1 传播过程 / 4
- 学习目标 2 传播功能和传播背景 / 7
- 学习目标 3 传播原则 / 10
- 学习目标 4 提高我们的传播能力 / 13

第 2 章

自我知觉和他人知觉 / 17

- 学习目标 1 知觉过程 / 17
- 学习目标 2 自我知觉:自我概念和自尊 / 19
- 学习目标 3 他人知觉 / 24
- 学习目标 4 讯息知觉 / 27

第 3 章

语言传播 / 31

- 学习目标 1 语言的性质和使用 / 31
- 学习目标 2 提高语言技能 / 36
- 学习目标 3 适当地讲话 / 40

第 4 章

通过非语言行为进行传播 / 45

- 学习目标 1 非语言行为的特征 / 46
- 学习目标 2 非语言传播的来源 / 46
- 学习目标 3 自我表现暗示 / 51
- 学习目标 4 非语言传播的文化和性别变化 / 53
- 学习目标 5 提高非语言传播的指导方针 / 54

第二部分 人际传播

第 5 章

跨文化传播 / 59

- 学习目标 1 文化和传播 / 59
- 学习目标 2 识别文化规范和价值标准 / 63
- 学习目标 3 有效跨文化传播的障碍 / 67
- 学习目标 4 跨文化传播能力 / 70

第 6 章

关系传播 / 74

- 学习目标 1 关系类型 / 74
- 学习目标 2 关系的披露和反馈比例 / 77
- 学习目标 3 关系发展阶段的传播 / 79

第 7 章

倾听和反应 / 84

- 学习目标 1 注意 / 85
- 学习目标 2 理解 / 86
- 学习目标 3 记忆:保持信息 / 88
- 学习目标 4 评价或批评地分析 / 90
- 学习目标 5 对给予安慰做出支持反应 / 91

第 8 章

在关系中发展亲密性:自我披露、反馈及冲突解决方案 / 96

- 学习目标 1 自我披露和隐私 / 97
- 学习目标 2 披露感受 / 99
- 学习目标 3 给出个人反馈 / 101
- 学习目标 4 自主性 / 104
- 学习目标 5 管理关系冲突 / 106

第 9 章

访谈 / 109

- 学习目标 1 访谈使用的问题 / 109
- 学习目标 2 信息访谈 / 111
- 学习目标 3 实施工作面试 / 113
- 学习目标 4 为获得工作进行面试 / 114
- 学习目标 5 媒体采访 / 119

第三部分 群体传播

第 10 章

参与群体传播 / 123

学习目标 1 有效工作群体的特征 / 123

学习目标 2 群体发展的阶段 / 129

学习目标 3 群体问题解决方案 / 132

第 11 章

群体中的成员角色和领导力 / 138

学习目标 1 成员角色 / 138

学习目标 2 群体会议中的成员职责 / 141

学习目标 3 领导力 / 143

学习目标 4 主持群体会议 / 146

学习目标 5 评价群体的有效性 / 149

总结 / 153

第四部分 演讲

第 12 章

发展话题和进行研究 / 157

学习目标 1 识别话题 / 158

学习目标 2 分析受众 / 159

学习目标 3 分析讲话背景 / 161

学习目标 4 选择话题 / 162

学习目标 5 写出讲话目标 / 163

学习目标 6 确定和评价信息来源 / 165

学习目标 7 识别和选择相关信息 / 168

学习目标 8 记录信息 / 170

第 13 章

组织讲话 / 174

学习目标 1 发展讲话的主体 / 175

学习目标 2 创建导语 / 181

学习目标 3 准备结论 / 185

学习目标 4 列出资料来源 / 186

学习目标 5 审视讲话提纲 / 187

第 14 章**语言适应和视觉适应 / 191**

学习目标 1 在语言上适应受众 / 191

学习目标 2 在视觉上适应受众 / 198

第 15 章**通过练习讲话方式来克服讲话焦虑 / 210**

学习目标 1 演讲焦虑 / 211

学习目标 2 讲话方式的要素 / 214

学习目标 3 讲话方式 / 217

学习目标 4 讲话方式的类型 / 220

学习目标 5 排练 / 221

学习目标 6 评价讲话的标准 / 225

第 16 章**解说性演讲 / 231**

学习目标 1 有效的解说性演讲的特征 / 231

学习目标 2 解说性方法 / 235

学习目标 3 解说性演讲的常见类型 / 238

第 17 章**劝说性演讲 / 249**

学习目标 1 人们如何处理劝说性讯息:劝说详尽可能性模型 / 249

学习目标 2 将劝说性演讲目标写成主张 / 251

学习目标 3 通过情感诉求提高受众参与 / 256

学习目标 4 劝说性演讲的组织模式 / 260

章节练习

第 1 章 传播视角 / 270

第 2 章 自我知觉和他人知觉 / 273

第 3 章 语言传播 / 276

第 4 章 通过非语言行为进行传播 / 278

第 5 章 跨文化传播 / 281

第 6 章 关系传播 / 284

第 7 章 倾听和反应 / 286

第 8 章 在关系中发展亲密性:自我披露、反馈及冲突解决方案 / 289

第 9 章 访谈 / 292

第 10 章 参与群体传播 / 295

第 11 章 群体中的成员角色和领导力 / 298

- 第 12 章 发展话题和进行研究 / 301
- 第 13 章 组织讲话 / 306
- 第 14 章 语言适应和视觉适应 / 308
- 第 15 章 通过练习讲话方式来克服讲话焦虑 / 311
- 第 16 章 解说性演讲 / 314
- 第 17 章 劝说性演讲 / 316

索引 / 319

参考文献 / 331

译后记 / 335



第一部分

传播基础

学习目标

1. 界定传播过程。
2. 讨论传播功能和传播背景。
3. 识别传播原则。
4. 探索如何提高传播能力。

第 1 章

传播视角

3 雇主从大学毕业生身上寻求的第一项技能就是传播，包括讲话技能和写作技能。

多年研究得出的结论认为，对于几乎任何工作而言，雇主寻求的两项最重要的技能是口头传播能力和人际交往能力。即使在通常被认为不需要强大传播技能的领域里，雇主也在寻求这种能力。举例来说，一篇有关工作场所传播角色的文章认为，工程领域是一个高技术领域，在对该领域 72% 的雇主进行的调查表明，讲话技能非常重要。由美国全国大学和雇主协会（National Association of Colleges and Employers）所做的一项调查，指出了雇主从大学毕业生中寻求的前 10 项个人素质和技能，第一项技能就是传播，其中包括讲话技能和写作技能，第 7 项是人际交往技能。因此，这门课程能够显著地提高你找到一份工作的能力，并使你在选择职业生涯方面获得成功。

你与他人如何进行有效的传播，对你的职业生涯至关重要，它也是你全部个人关系的基础。建立和保持朋友关系的能力、成为一名优秀的家

庭成员的能力、拥有满意的亲密关系的能力、参与或领导群体活动的的能力以及准备和发表讲话的能力，均取决于你的传播技能。在学习这门课程的过程中，你将学习传播过程，同时，你将有机会练习基本的传播技能，这些技能能够有助于你改善各种关系。

在第 1 章里，我们解释基本的传播过程，全面概述传播需要满足的功能，并探讨传播出现的各种背景。然后，我们介绍传播的主要原则。最后，我们讨论传播能力以及一个可以用于提高你的传播技能的过程。

你怎么认为

在分享我的想法时，我喜欢在一对一的基础上这么做。

强烈反对

强烈赞同

1 2 3 4 5 6 7



学习目标 1 传播过程

传播 (Communication) 是在非正式会谈、群体互动或演讲中创设或分享意义的过程。为了理解这个过程是如何进行的，我们首先描述传播的

基本要素：参与者（何人）、讯息（何事）、语境（何处）、信道（如何）、有无噪音（分散注意力的东西）和反馈（反应）。

参与者

参与者 (Participants) 是在某个相互作用过程中，承担讯息发送者和接收者角色的个人。作为发送者，参与者使用语言符号和非语言行为，

形成并传送讯息。作为接收者，参与者解释传送给他们的讯息和行为。

讯息

> 传播

在非正式会谈、群体互动或演讲中创设或分享意义的过程。

> 参与者

在某个相互作用过程中，承担发送者和接收者角色的个人。

> 讯息

在传播过程中赋予意义的语言表达方式和非语言行为。

> 意义

在我们头脑中的想法以及对他人的讯息所做出的解释。

> 符号

一般被理解为表示具体想法和感受的词语、声音和行为。

> 编码

将我们的想法和感受转换成词语或非语言暗示的过程。

> 解码

解释另一个人的讯息的过程。

讯息 (Messages) 是在传播过程中赋予意义的语言表达方式和非语言行为。为了理解讯息产生和接收的方式，我们需要理解意义、符号、编码、解码以及形式或组织。

意义

意义 (Meanings) 包括一个人头脑中的想法以及一个人对另一个人的讯息所做出的解释。意义是指传播者搞清讯息的方式。重要的是，要认识到意义并不是从一个人转移到另一个人，而是在交流过程中产生的。有些传播背景能够使参与者证实他们已经分享了意义，而在其他传播背景下，使参与者证实他们已经分享了意义则是比较困难的。举例来说，如果莎拉通过讯息的交流，向蒂芙妮描述她的猫又老又肥的话，她们就可以在在一定程度上共同理解“年老”和“肥胖”的意义。但是，如果有 200 人在倾听

莎拉发表有关猫的讲话，蒂芙妮是其中的一名受众，那么，她质疑莎拉并协商共同意义的能力就会受到限制。

符号

为了表达你自己的想法，你形成由语言符号和非语言行为组成的讯息。符号 (Symbols) 是试图表示具体想法和感受的词语、声音和行为。在讲话时，你选择文字符号来表达你的意义。同时，面部表情、目光接触、手势以及声调——所有符号的非语言暗示——伴随着你的话语，试图表达你的意义。作为一名倾听者，你要对听到的讯息做出解释或赋予其意义。

编码和解码

编码 (Encoding) 是将我们的想法和感受转换成词语或非语言暗示的过程。**解码** (Decoding) 是解释另一个人的讯息的过程。通常，你不会有意地考虑编码或解码过程。只有当遇到某种困难时，如以第二语言讲话或必须使用比较简单的词汇跟孩子们讲话，你才会意识到编码。你也许不会考虑解码，除非某个人看上去似乎在兜圈子或使用陌生的技术性词语讲话，而且，你解释或理解这个人所说的话有困难。

形式或组织

当我们希望分享的意义比较复杂时，我们也许就需要按部分或以一定的顺序对它进行组织。

语境

语境 (Contexts) 是传播发生的背景，包括人们说话的前后背景。语境影响参与者的预期、这些参与者得出的意义以及他们随后的行为。语境包括围绕传播事件的自然、社会、历史、心理、文化环境。

事实一点通——密码机

在第二次世界大战期间，密码机被德军用来传送编码讯息。一条讯息一旦被准备发送出去，德国情报人员就会使用密码机，将这条讯息进行编码，这样，不知道编码的人们就无法理解它。一旦这条讯息被发送出去，接收者就能够使用密码机，将这条讯息解码为最初的形式。

5 自然语境

自然语境 (Physical Context) 包括地理位置、环境条件 (温度、照明、噪音水平)、传播者之间的距离、座位排列和时间。上述各个因素都能够对传播产生影响。举例来说，一次交谈分享的意义，也许会受到在一个拥挤的公司自助餐厅、一个雅致的烛光餐厅、通过电话或在互联网上进行交谈这些环境的影响。

社会语境

社会语境 (Social Context) 是已经存在于参与者之间的关系性质。无论传播发生在家庭成员、朋友、熟人、同事之间，还是陌生人之间，都会对讯息形成、分享和解释的方式和程度产生影响。举例来说，与大多数人在同朋友交谈时相互作用的方式相比，他们在同父母或兄弟姐妹交谈时，相互作用的方式发生了改变。

历史语境

历史语境 (Historical Context) 是由以前的传播事件在参与者之间提供的背景，它影响着参与

当一个人在没有被打扰的情况下，进行如演讲等相对长时间的讲话时，或在工作中向一个同事汇报某件事的时候，讯息形式便尤为重要。

者对现在遇到的传播事件的理解。举例来说，假设在一天上午，查德告诉谢尔比，他将拿到他们留给老板圈阅的报告草稿。当谢尔比在那天下午走进办公室时，她看见查德并说道：“你拿到它了吗？”另一个人听到他们的谈话，不会知道谢尔比所指的“它”是什么。可是，查德却可以准确地回答：“在我桌上。”谢尔比和查德由于较早交流过这个话题而彼此理解。

心理语境

心理语境 (Psychological Context) 包括每个

人带入人际交往中的语气和感受。假设科琳处于许多压力下，当她正在为一次考试学习时，一位朋友来访并恳求她休息一下，约她一起去健身房，平时有着很好性格的科琳也会勃然大怒，为什么？因为她所处的压力程度提供了这种心理语境，在这种心理语境下，她听到这个讯息，这种心理语境影响了她回答的方式。

文化语境

文化语境 (Cultural Context) 包括普遍存在于某个社会的人们中间的价值观念、态度、信仰、倾向以及潜在的假设。

文化渗透到我们生活的各个方面，对我们的思考、交谈和行为方式产生影响。每个人都是或多种种族文化的组成部分，虽然我们也许在认同种族文化的程度方面存在着差异。当两个来自不同文化的人相互作用时，由

► 语境

传播发生的背景，包括人们说话的前后背景。

► 自然语境

传播事件的地理位置、环境条件 (温度、照明、噪音水平)、传播者之间的距离、座位排列和时间。

► 社会语境

存在于参与者之间的关系性质。

► 历史语境

以前的传播事件在参与者之间提供的背景，它会影响到人们对现在遇到的传播事件的理解。

► 心理语境

每个人带到交谈中的语气和感受。

► 文化语境

普遍存在于某个社会的人们中间的价值观念、态度、信仰、倾向以及潜在的假设。

于在他们之间存在着文化差异，因此误解就可能产生。例如，在某种亚洲文化中，学生的角色也许意味着非常文雅和恭敬，而在美国课堂上，学

生的角色则可能意味着积极发言、过于自信，并针对别人的观点发生争论。

信道

信道 (Channel) 不仅是讯息传播的途径，也是传输的手段。讯息通过感官信道进行传送。面对面传播有两个基本的信道：语言符号和非语言暗示。在线传播使用与上述相同的信道，尽管一些像动作、触摸以及手势等非语言暗示也许看不

到。然而，如面部表情、各种噪音和时间的使用等非语言信道的诸多方面，确实在线传播中存在。

我们将在第4章“通过非语言行为进行传播”中更多地解释这些概念。

噪音

► 信道

不仅是讯息传播的途径，也是传输的手段。

► 噪音

妨碍分享意义过程的任何刺激。

► 自然噪音

环境中的景象、声音和其他刺激物，吸引人们的注意力偏离预设的意义。

► 心理噪音

基于对符号的想法、感受和情感反应的内部分散注意力的东西。

► 内部噪音

争夺注意力并妨碍传播过程的想法和感受。

► 语义噪音

由特定符号引起的注意力分散，使我们的注意力偏离主要讯息。

► 反馈

对讯息做出的反应和回答。

噪音 (Noise) 是妨碍分享意义过程的任何刺激。噪音可以是自然噪音 (基于外部声音)，也可以是心理噪音 (基于内部分散注意力的东西)。

自然噪音 (Physical Noise) 包括环境中的景象、声音和其他刺激物，吸引人们的注意力偏离预设的意义。举例来说，当一位朋友正在指导你如何操作新型MP3播放机时，你的注意力也许被你喜欢的电视剧的外部噪音分散，这部电视剧正在隔壁的房间里播放。然而，外部噪音却不一定有某种声音，也许在这个人指导你如何操作时，你的注意力瞬间被一个有吸引力的男子或女子所吸引，像这种视觉性的分散注

意力的东西，同样是外部噪音。

心理噪音 (Psychological Noise) 包括基于对符号的想法、感受和情感反应的内部分散注意力的东西。心理噪音可以分为两类：内部噪音和语义噪音。

内部噪音 (Internal Noises) 是指争夺注意力并妨碍传播过程的想法和感受。如果你在课堂上听教授讲授课程时开小差，做起白日梦或想到一次过去的谈话，那么，你便经历了内部噪音。

语义噪音 (Semantic Noises) 是指由特定符号引起的注意力分散，使我们的注意力偏离主要的讯息。如果一位朋友将一个40岁的秘书描述为“办公室的女孩”，而你认为，对于一个40岁的女人来说，“女孩”是一个古怪的和施惠于人的词语，你甚至可能不去听朋友要说的其他的话。每当我们对某个词语或行为做出情感反应时，我们就在经历语义噪音。

反馈

反馈 (Feedback) 是指对讯息做出的反应和回答，表示是否以及怎样听到、看见和解释发送者的讯息。我们既可以通过词语

在语言上表达反馈，又可以通过身体语言用非语言方式表达反馈。当我们倾听一个人讲话时，我们要不断地给出反馈。只要我们专心倾听，我们可以流露出一副迷惘的样子，也可表现出厌烦的

迹象。我们可以通过说“我不理解你提出的观点”或者“你刚刚做出的评论太棒了”，进行非常直接

的反馈。

传播过程的基本模式

图1—1说明了两个人之间的传播过程。这两个人打算分享他们脑海里的意义、想法或感受。他们的全部阅历，包括价值观、文化、环境、经历、职业、性别、兴趣、知识和态度等因素，产生、形成并影响着他们的想法或感受的性质。为了传播讯息，发送者就要将想法或感受编码为一条讯息，用一个或多个信道进行发送。

接收者解码或解释符号，试图理解讲话者的意图。这个解码过程受到接收者全部阅历的影响——也就是说，受到形成编码过程的全部相同因素的影响。反馈讯息完成编码过程，从而，发送者和接收者能够达到对讯息的相似的理解程度。

这个模式将语境描述成参与者周围的区域。自然、社会、心理和文化语境渗透到这个过程各个组成部分。同样的，这个模式表明，在谈话过程中，自然和心理噪音，包括内部和语义噪音在内，

可以出现在不同位置上，并因此影响人们分享类似意义的能力。正如你可能想象的那样，当两个以上的人进行交谈时，或某个人面对一个大量的和多样化的受众讲话时，这个编码过程就会变得更加复杂。

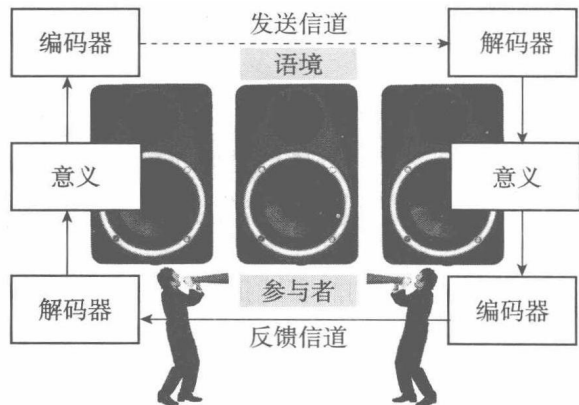


图1—1 两个人之间的传播模式



学习目标2 传播功能和传播背景

传播提供了诸多功能，并在各种背景下发生。当我们了解了传播的不同目的时，我们就可以做好准备，更好地理解传播情境的目标。当我们认

识到背景如何影响这个过程时，我们就可以调整我们的行为，从而更加有效地进行传播。

传播功能

传播为我们提供了几种功能，包括社会功能、发展功能和影响功能。

满足社会需求

我们进行传播用以满足我们的社会需求。正像我们需要食物、水和住所一样，作为社会动物，我们也需要和他人联系。两个人可以愉快地交谈几个小时，闲聊无关紧要的、事后谁也记不住的

事情，分手时，他们可能没有交流真正的信息，他们可能再也不见面了，但是，他们的传播却发挥了作用，以满足与他人简单交谈的重要需求。同样的，为了遵守社会规范，我们从别人旁边经过时，都要与他们打招呼。

发展和保持自我

我们通过传播发展和保持我们的自我意识。

通过相互作用，我们认识到我们是谁、我们擅长什么以及人们对我们的行为表现做出怎样的反应。我们在第2章“自我知觉和他人知觉”中，将详细探讨这一重要的传播功能。

发展关系

我们通过传播发展关系。我们不仅通过与他人进行沟通开始了解他们，而且，更重要的是，我们发展了与他们的关系——逐步发展并使关系密切，或者停滞并使关系恶化。我们在第6章“关系传播”中，将讨论传播如何创建和保持关系。

交流信息

我们通过传播交流信息。有些信息是我们通过观察得到的，有些信息是我们通过阅读得到的，有些信息是我们通过媒体得到的，还有大量的信息是我们通过与别人进行面对面或在线的直接传播得到的。无论我们热衷于把自己打扮成什么样，还是设法决定投票选举谁为下一届总统，我们所

有人都无数次地进行与发送和接收信息直接有关的交流。我们在第10章“参与群体传播”和第16章“解说性演讲”中，将讨论作为信息交流的传播。

影响别人

我们通过传播影响别人。你恐怕不可能在一天里不从事任何劝说行为，如设法说服朋友去一家特色餐馆吃饭或观看影片、劝说上司修改你的时间表、说服老师更改你的课程分数等。我们在第11章“群体中的成员角色和领导力”和第17章“劝说性演讲”中，将讨论影响他人的角色。

传播功能

1. 满足我们的社会需求
2. 发展和保持我们的自我意识
3. 发展关系
4. 交流信息
5. 影响他人

上述基本的传播过程描述了分享意义的方式，但是，你还是可以学到各种传播技能，从而使你在各种背景下有效地使用这些技能。在本书中，我们将向你介绍在人际传播、问题解决群体、演讲以及电子媒介背景下的各种技能，这些技能将有助于你提升传播能力。

我们对人际传播的研究，首先探讨我们如何发展、保持、改善和终止与他人的关系，然后，我们将研究倾听和移情反应的理论和技能、分享个人信息以及自我披露和反馈。我们还将讨论怎样与人们进行在线交谈，并描述你在访谈中做到游刃有余所需要的各种技能。

人际传播背景

在彼此有关系的少数人之间进行的非正式的相互作用。

问题解决群体背景

参与者聚集在一起，以解决问题或做出决策为特定目的。

人际传播背景

我们的大多数传播是在人际传播背景（Interpersonal Communication Settings）下发生的，人际传播背景是以彼此有关系的少数人之间进行的非正式的相互作用为特征的。你在校园里和一群同学交谈、在电话中与母亲聊天、跟兄弟争论一部电影的价值、向

几个朋友发送即时讯息以及安慰遭受损失的某个人，这些都是人际传播的事例。

问题解决群体背景

问题解决群体背景（Problem-Solving Group Settings）具有参与者聚集在一起，以解决问题或做出决策为特定目的的特征。大多数这类传播在正式或非正式的会议中发生。

我们对问题解决群体背景的研究，涉及有效群体特征的讨论、群体发展的阶段、解决问题和做出决策以及包括领导力在内的参与者扮演的角色。