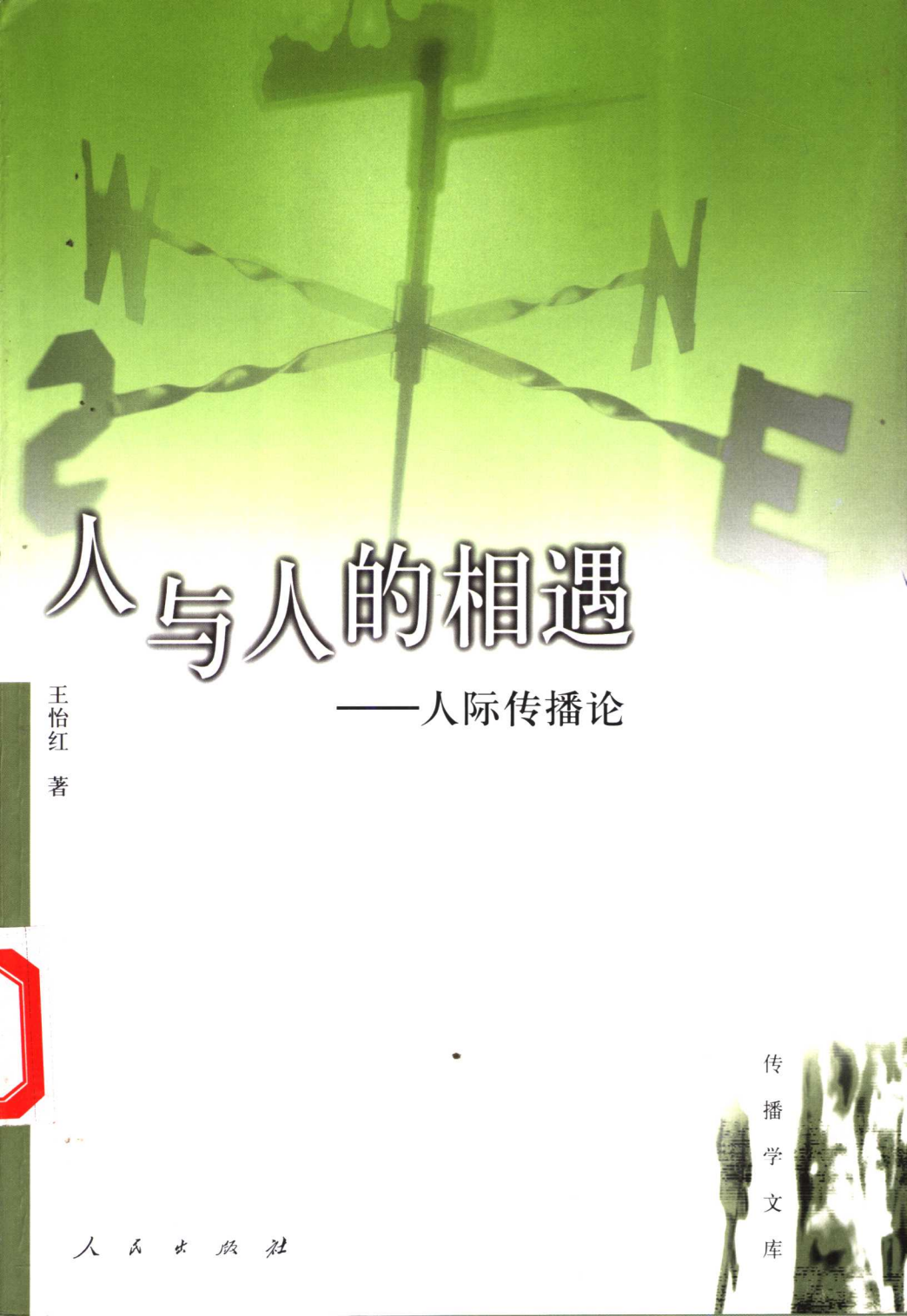




人与人的相遇

——人际传播论

王怡红
著

传播学文库

人民出版社

人与人的相遇

——人际传播论

王怡红 著

传播学文库

人民出版社

责任编辑:孙英春

装帧设计:曹 春

版式设计:程凤琴

图书在版编目(CIP)数据

人与人的相遇/王怡红著. -北京:人民出版社,2003.2

ISBN 7-01-003771-X

I. 人… II. 王… III. 人间交往-传播学 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 077909 号

人与人的相遇

REN YU REN DE XIANGYU

——人际传播论

王怡红 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

新华出版社印刷厂印刷 新华书店经销

2003 年 2 月第 1 版 2003 年 2 月北京第 1 次印刷

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32 印张:10.25

字数:246 千字 印数:1-5,000 册

ISBN 7-01-003771-X 定价:18.00 元

内 容 简 介

人际传播是传播学一个传统的核心领域，本书运用传播研究基本理论及其原理，谈论了人与人从相遇、相交到相知的整个传播过程，从日常使用的语言、沉默、倾听、协商对话式的“我—你”关系、个体传播者的独特性等重要方面，细致地描述了人际传播在现代社会中的诸种表现，集中探讨了人类传播中的对话思想，涉及了当代人际传播及其研究领域所面对的各个主要问题，是一部系统论述人际传播的原创性著作。

目 录

绪论 关于传播的事情	(1)
------------------	-------

第一编 谈相遇：“我”与“你”

第一章 传播的魔力	(13)
第一节 传播过程的内在律动	(13)
第二节 传播打开语言的奥秘	(19)
第三节 传播创造“我”与“你”	(32)
第四节 传播说出“我”是谁	(47)
第五节 传播寻求对话之光	(57)
第六节 传播与文化合一	(71)
第二章 词语与非词语传播	(80)
第一节 词语的描述与理解	(80)
第二节 非词语的言说	(89)
第三节 沉默	(101)
第四节 倾听	(108)
第五节 网络上的“面对面”传播	(121)

第二编 谈相交：关系的空间

第一章 关系的可知性	(133)
------------------	-------

第一节 关系的不同阶段	(133)
第二节 关系的辩证法	(145)
第三节 关系的讯息及暗示	(154)
第四节 伤害性讯息	(162)
第五节 自我暴露	(173)
第二章 自我与他人	(185)
第一节 用传播建造自我	(185)
第二节 与人交往的“怕”	(191)
第三节 肯定他人与否定他人	(201)
第三章 亲密的关系	(207)
第一节 夫妻关系	(207)
第二节 朋友圈子	(218)
第三节 男性友谊	(227)
第四节 女性友谊	(233)
第五节 异性友谊与“柏拉图式恋爱”	(240)

第三编 谈相知：对话与理解

第一章 传播的策略	(251)
第一节 传播能力的可塑性	(251)
第二节 传播能力与说话	(259)
第三节 人际冲突的“危”与“机”	(265)
第二章 对话	(276)
第一节 对话的道德与追求人的本相	(276)
第二节 对话直面差异	(285)
第三节 对话的瞬间相遇	(293)
第四节 对话与独白	(302)

第五节 人在对话中相遇	(312)
后 记	(320)

绪论 关于传播的事情

传播是怎么一回事？对此，人们很少认真想过。按照一般观念，所谓传播是指，人与人发生了谈话与倾听交流的活动。言者说，闻者听，言者有心，闻者有意，传播自然而然就存在了。传播并无神秘之处。任何人都可以通过亲身经验，轻而易举地解释这种人之说现象。然而，传播的表述并非如此简单。

传播是人生在世的立足之地。这里既有来自宇宙本根的道理，说明传播是人自然而然、不得不走的道路，也有来自人类精神领域的切实要求。作为传播者个体，谁也不能与世隔绝，站到社会和其他人之外去。人总是想办法到广大的人群中去，串联到世界的“互联网络”中去，彼此还觉得相聚的时间过于短暂。

我渴望与你说话，向你表露我自己，与你一起生活，结成一个共同体，发生“我一你”的交流，并向世人说出“我是谁”的奥秘。通常，这个“我”总是体现在人际传播的环境中。“我”的父母兄弟、夫妻伴侣、亲密恋人、左邻右舍、同事朋友、竞争者、敌人和对手，都与我们要谈论的传播、与“我”的交往世界、与“我”的生活质量有着密切关联。对于人，传播就含有这样重要的意义。

1998年的一项调查显露出人际传播的问题。53%的美国人认为，不恰当的传播是造成婚姻破裂的主要原因。^①应该说，现代人

① Julia T. Wood, *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*, Wadsworth, 2000, pp.19—20.

的婚姻不靠统治理念的维持,不受社会秩序的推动,也不依赖个人独自的梦想。促成婚姻成败的重要因素来自于人的个性化传播。我想,除了婚姻关系,我们还有其他亲密的人际关系,无不以传播或交流作为相互联结的保障,作为自我表现的场所。

美国作家亨利·戴维·梭罗(Henry David Thoreau)说:“人性最美好的品质,犹如果实上的粉霜,只有轻手轻脚,才能得以保存。然而,人与人相处,缺乏的就是这种柔情。”^① 一个人若是明白了传播之道的奥秘,认识到传播对人的帮助或伤害,可能会愿意小心地保护对他人的柔情。因此,了解传播的基本原理,掌握传播的基本规则,对我们建构和谐的人际关系,对提高个人的生活质量,也包括那些在新闻媒体、销售、教学、法律和外交等领域的工作,需要有很强说话能力的人,都是十分重要的。

人的传播圈子是人生活的圆心。人站在里面,向外画出多少个半径,就会经历多少种传播。这是人类传播的一个重要特色。大众媒介传播、组织传播、跨文化传播等,都属于人类传播的重要领域。本书谈论的是人际传播。这不是一种被称作“拉关系,走后门”式的传播,而是融于个体生命中的,与显露个体本色有关的,也与他人有关的,一种特殊样式的传播。

人际传播是人类传播的一种特殊样式。人们时常会问,人类的传播还有什么不同的么?难道我们还有不是属于人的传播吗?应该没有的。不过,人际传播对于“人”有着特别界定。

“人际的”(interpersonal)一词指,人与人之间的内在联系。在汉语里,“际”字有“彼此之间”、“会合”与“交际”之义,突出建立交往所需要的根基、背景与空间,表示人与人可以在此相遇、相关、会

^① 亨利·戴维·梭罗:《湖滨散记》,王光林译,作家出版社1998年版,第4页。

合、召唤,甚至发生相互的伤害。个体交往者也可以通过传播,彼此联系,获得和谐的、困厄的、深刻的、肤浅的,甚至无从解释的传播关系。可见,“人际的”含义并不限于数量之多少,两人还是三五人,也不问是否面对面,有无媒介夹在其中等表面的问题。

应该说,人际传播所定义的“人”首先是一个独特个体与另一独特个体之间的相互联系、区别与交往。由于个体之间有其不同的社会文化背景,作为相互联系的传播者,我们是否能够通过协商与合作的交流,表现出“我”这个人的丰富特征来。否则,这种特殊的传播就不能充分表述一个基本的事实:人际传播发生时,我们每个人都置于交流者主体的位置上。每个传播者都是一个独特的个体之人。^①这样的个体不但含有“个人”、“亲身”、“私人”、“自身”等意味,其传播还包括词语与非词语的运用、自我暴露、倾听与对话,能与他人协商自我属性等特征。

人际传播中的“人”有两层含义。其一,人必须经历个体间传播的孕育,自我才能真正诞生。我们每个人都是一个独特的传播者。在传播中,人不能舍弃那个深层的,有个性的,隐藏的自我。“我是谁”永远是传播者个体向世界寻问的一个重要的精神主题。其二,人从传播过程的内部与外部,与他人,与社会,与文化建立不同的传播关系。一般而言,人与人之间主要有三种不同品质的交往关系。一种被称作“人格的”(personal)关系;一种是“次人格的”(quasi-personal)关系;还有一种为“非人格的”(impersonal)的关系。^②

① John Stewart, *Bridges Not Walls: A Book about Interpersonal Communication*, McGraw-Hill, 1999, p. 36.

② John Stewart, *Bridges Not Walls: A Book about Interpersonal Communication*, McGraw-Hill, 1999, p. 363.

“人格的”关系指一种高品质的人际关系。在这里,“人格的”指一个人的特殊属性。主要包括一个人所携带的个体的、文化的与社会的传播特性。“人格的”传播有利于形成和表现人的个性特征。在人际交往过程中,传播者从求同到相异,交流者双方都有充分的自我属性的表现。在此基础上,交流者相互注视,认识个性的差异。经过传播过程的深化,经过人格的关系传播,人的差异不再成为我与你之间的隔膜,不再成为隔绝我们交往的鸿沟,而是作为人个性的魅力,不断地吸引这个人与那个人的交流接触。“人格的”关系意味着,交流者能克服差异的阻碍,不断创造“我”与“你”协商对话的传播关系。

通常,“次人格的”关系也被看做人的关系,但不是我们这里要突出讨论的,表现“我一你”独特性的亲密关系。“次人格的”关系更像社会角色的关联体。这种关系容易将人格降低为事物,视他人为自己操纵的对象。通常,人对人的认识局限于社会角色提供的价值标准之中。角色容易使人产生社会差别意识,产生人看人的尊卑等级定式。在社会生活中,人喜欢借助角色,确立各自的身份属性。面对一个人,当领导与被领导的角色意识出现时,一种命令与服从的关系也就出现了。应该说,这种人的关系尚未意识到个体及其真正价值的存在。除开社会角色之外,人们闭上眼睛,再看不到这个人还有其他可爱之处。由于人的视野为角色重重覆盖,人对人的个性特征也就可以熟视无睹,可以漠不关心了。

对此,当代美国思想家丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)认为:“在19世纪,人们是根据各自的信仰(mythos)确立身份的。”^① 这是说,通过信仰而非通过角色来判断一个人,也许更能接近人的本色。因

① 丹尼尔·贝尔:《资本主义文化矛盾》,赵一凡等译,三联书店1989年版,第141页。

为信仰来自一个人内在的生命追求。包括人以自己尊敬的品行、道义、宗教等内容,作为自己行为的榜样或指南。人们凭借一个人的信仰表现,指认“你是谁”,你是一个什么样的人。相反,角色就不同。角色大都是拟态的,像竹节虫的身体,通过为自己涂上一层又一层的保护色,来掩盖自己的真实面目。

事实上,我们所认识的大部分关系,都属于社会角色式的关系。尽管传播者也是由角色关系联结起来的,但从角色的消极方面看,人的关系总达不到那么亲密的程度。人类越来越细的角色分工拼凑起个体虚假的自我映像也是极不可靠的。虽然社会需要不同的分工,需要各个人按照角色行事做人,以保持社会关系的稳定秩序,但在丰富的私人性关系中,一个人与另一个人的联结,一个人对自我的认识,仅有角色的标准,显然是不够的。除了角色给人的定型外,人还有属于他自己的面目。

此外,角色关系使人不愿意对一个异己者给以真正人的理解和待遇。于是,伤害性传播就会频繁发生。在角色关系里,“我”与“你”都是多余者。角色完全可以由其他人来扮演,来代替,而建立在“我一你”关系基础上的亲密传播,则需要“我”与一个完整的人,一个与己不同者的会面与相遇。

这么说来,划分人际传播,意在超出社会角色的束缚,使人际交流更接近一个人的完整特性,达到“我”与“你”的最终相遇。所谓“相遇”是指,人通过传播与交流,由彼此相处,而相互了解的交往过程。在人际传播中,传播的落脚点始终放在“我一你”关系独特性的交往方面,并最大限度地通过言语传播,彰显个体间自我属性的差异,以满足人认识自我和他人的需要。显然,这是其他人类传播类型较少关注的重要问题。

至于“非人格”关系,离开真正人的关系就更远了。实质上,“非人格”关系是一种工具性或物性的传播关系。人与人从相识到

相交,总免不了有一种想要拿来使用的目光。人对他人的认识主要着眼于有何用和如何用方面。这种关系从不把他人当作人来对待。工具性关系使人的交往最终变成人与人的周旋与应酬,由周旋应酬再生成相互利用,相互虐待,相互坑害的对象。与此相反,人格关系所表现出来的传播质量与角色的、工具性的传播关系极为不同。

在人际传播中,我们除了注意人的社会属性,还要注意人的文化属性对传播的影响。文化也是传播的主要内容,包括人的种族、社会等级、性别、年龄、语言、宗教、人的共同爱好等特征。人的这些最为基本的文化特征,都会自觉或不自觉地体现在人际传播中。事实上,文化的因素无不影响着我们对他人的传播与回应。文化上的接近性,使人与人特别容易相处。当人与人围绕文化的属性,相互间进行交流时,“我们所经历的接触都可以称做是文化的传播。”^①

尽管如此,人际传播仍可超越文化差异的局限,直接进入个体本身,发挥沟通的作用。由社会到文化再到个人的传播,这是一条通向人际传播的必经之路。同时,也是一种后浪推前浪的传播统一体形式。经由这个动态的“传播的连续体”,真正的人际传播才能将人的个性特征放在第一位。如此,人际传播可谓人类传播的一种特殊样式。

对于“传播”,我们取“共享”的含义,旨在强调传播的相互性。传播是指人共同在做的事情。“传播”(communication)这个词语源于一个拉丁词“commun”(共同),加一个后缀“ie”(做或者行动),构

① John Stewart and Carole Logan, *Together Communication Interpersonally*, The McGraw-Hill Company, 1998, p. 46.

成了“共同做事”的含义。^①“共同”和“共享”是就人的经验和思想等讯息的传递而言的。人际传播的特点表明，传播有在人群中进行交流、交往与联结的共同交流功能。没有共同交流，人与人之间就形同互不相识的影子。传播的“共同交流”性表明，人与人相依而存，合作而生，享有共同受益或者共同受害的双向反馈的交流效果。传播的好与坏，是非成败，人情冷暖，均由交流者双方共同担负。

其次，按照“共享”的上下文理解，人际传播还具有言说与倾听相互促进的语言交流功能。人能共享的经验是通过言语传播，得到传递和被人感知到的。人的自我也是经过语言塑造和表现出来的。传播者运用词语和自己的身体说话做事，共享语言交流的欢乐，包括那些可听、可看、可触摸的自我经验的传播等，都是我们这里要探讨的问题。

传播作为人言说自我及意义的交流过程，也作为人对他人经验不断给以回应和倾听的过程，创造着人与人可能相遇的某些传播事件。人在倾听与言说的相遇途中，在此时此地与他人的谈话中，不断地认识“我是谁”。这种传播既含有自我的讯息，也含有与他人关系的讯息；既有共同的经验，也有差异的冲突。

为了与他人相遇，人在言语传播中不能不把对话作为“共同做事”的核心，不能不将自我纳入与他人协商的、健康的传播语境中去。事实上，“对话也可以说成是两个人在共同做事，也就是，一起创造新的事物。”^②因之，在这本书里，对话将是我们着重谈论的

① David Bohm, *On Dialogue*, Edited by lee Nichol, by Routledge, 1996, p. 2.

② E. M. Griffin, *A First Look at Communication Theory*, McGraw-Hill, 1997, p. 19.

另一个问题。

从前,美国人际传播学一直是“美国之梦”所追求的个人主义价值观的体现。其研究取向始终放在个人功效和工具性价值观的基础上。这也是美国社会科学研究的一个主要特征。近年来,美国人际传播领域出现不少新的变化。人们开始关注传播如何造就人与人关系的个性、相互性、合作性、协商性和对话性等问题。有人说,“从前,西方的主流文化和科学观点一直是独白式的‘自我赞颂’。如今,却变成了颂赞他人。”^①特别是在对话理论的冲击下,具有笛卡尔和康德主客两分传统的传播思想也受到了极大地颠覆。以对话思想为指导的人际传播研究者,放弃了那个曾经把人描绘成“孤立的和原子的人格”词——“个人”,转而使用“人格”或“人化”等一些与他人发生关联的词语,有意沟通人与人之间的联系、对立与隔阂。仅此,我们在认识人际传播这个问题时,就有许多可以借鉴和共享的精神财富了。

• 在现代传播文明的建设中,我们正在向他人学习。学习和借鉴西方人的传播理论和传播思想,目的在于促生我们自己的东西。当我用汉语初步理解和谈论许多西方人已经谈过的传播问题时,我已深深感到对我国传播思想研究的逼迫。我国传统文化的传播对人的造就,早已悄无声息地融入我们的血脉之中。我们的举手投足,我们的思维方式,都有中国人的样儿,中国人的味儿。中国人对人情世故的了解,可谓专精而厉意,生动而深刻。我国文献典籍中有关人际传播的论述,也洋洋江河,蔚为大观。我们不仅拥有含义丰厚的传播思想资源,当今社会上的人际传播现象,也是敞现给研究者的一片开掘之地。然而,我国现代人际传播研究尚处于

① Edward E. Sampson, *Celebrating the Other: A Dialogic Account of Human Nature*, Westview Press, 1993, p.32.

起步阶段。在短时间内,还不能对我国博大精深的传播思想进行认真地清理,并对当今我国社会上的传播现象进行深入地思考,取得可观的本土化研究成果。好在这个时间也是我们多听多看的时候。这本小书就算作一个起步的尝试罢。

在这种借鉴他人的写作中,我加入了个人对人际传播的理解与思考。我觉得,无论在人的精神深处,还是在现实的传播活动中,人际传播本身就是很个人化的传播,同时也是人与人自然而然,不期而然的相遇。在确定研究线索时,我决定将研究的着眼点放在由相遇引导出的人与人的相交、相知,从而达到认识自我与他人的个体间的传播过程中。围绕这个传播研究的框架,我选择了一些与“相遇”有关的理论及观点。这两年,我自己一直处在与众多人际传播理论不断相遇的过程中。我越来越感到,对于人际传播,“相遇”是一个非常有意义的研究课题。其涵义之宽阔厚重,足以容纳人际传播的许多重要内容。诸如人与人的言说、倾听、冲突、协商、合作、对话等。

现代社会,我们总是因技术、交易、买卖、竞争的加剧,而备感灵魂的孤独与张惶。然而,在人类追求和谐与合作的精神屋宇下,人更渴望相互理解,渴望相遇、渴望沟通与对话。无论如何,面对特殊的传播个体及其传播经验,这本书里所涵盖的内容实在微不足道,所起的作用也只是促使人们更多地思考个体在传播中的诸多问题而已。

我们每个人都有自己的传播体验。在此,人们可能会找到许多属于个人的例外,或许还有许多与此处的描述相当不同的“独白”,那是不能避免的。

