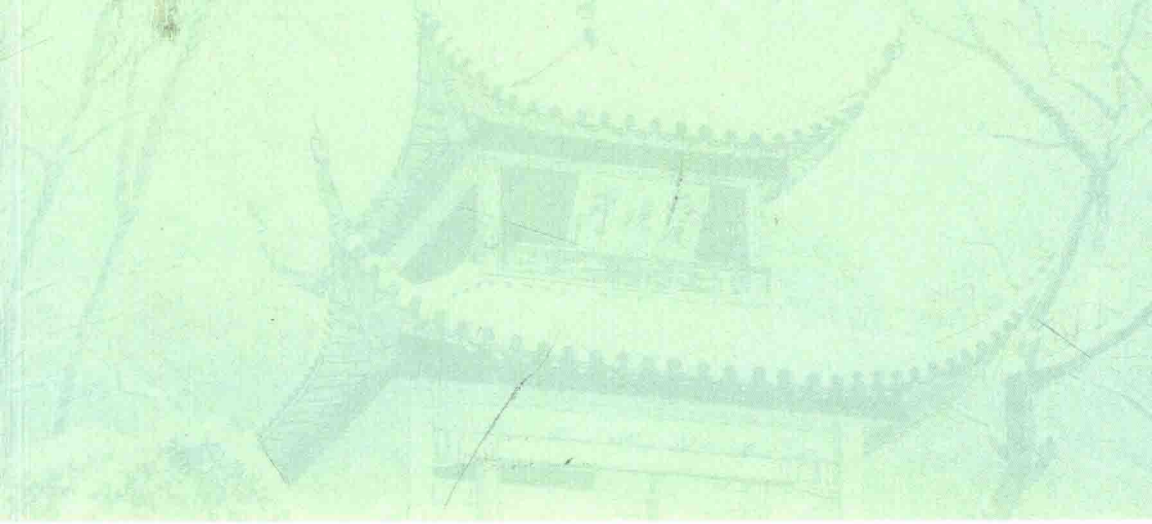




人际传播与沟通

禹建湘

主編



科学出版社

中南大学卓越工程师培养系列精品教材

人际传播与沟通

禹建湘 主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书主要阐述人际传播与沟通的内涵、规律、特点、过程、情境、技巧等,论述言语行为与非言语行为在人际传播与沟通中的运用,讲解在跨文化语境和新媒体语境中如何进行人际传播与沟通。本书融合了传播学、心理学、行为学、社会学、语言学等前沿知识,理论联系实际,注重人文精神,突出实用性,以案例展示的方式辨析了人际传播与沟通中的共性与个性问题。

本书对日常生活中的人际传播与沟通具有针对性的指导作用,可作为传播学、秘书学、公共关系学、国际交流等专业本科生及研究生的教材或参考书使用,也可以作为大学人文素质课教材使用,同时能为那些有意提升人际传播与沟通能力、提升个人素养与魅力的人士提供参考。

图书在版编目(CIP)数据

人际传播与沟通 / 禹建湘主编. —北京: 科学出版社, 2017.9

ISBN 978-7-03-054141-3

I. ①人… II. ①禹… III. ①人际关系—研究 IV. ①C912.11

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第194000号

责任编辑: 张 达 / 责任校对: 邹慧卿

责任印制: 张欣秀 / 封面设计: 铭轩堂

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017年9月第 一 版 开本: 720×1000 B5

2017年9月第一次印刷 印张: 19 7/8

字数: 340 000

定价: 52.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

目 录

第一章 人际传播与沟通概要	1
第一节 人际传播与沟通的内涵	1
第二节 人际传播与沟通的功能	15
第三节 人际传播与沟通的类型	21
第四节 人际传播与沟通的历史发展	29
第二章 人际传播与沟通的规律和特点	34
第一节 传统人际传播的特点	34
第二节 网络人际传播的特点	43
第三节 人际传播的基本规律与具体规则——基于传播理论的视角	57
第三章 人际传播与沟通的过程	71
第一节 信息储备：获知背景阶段	71
第二节 信息呈现：展示彼此阶段	74
第三节 信息认知：了解主客阶段	81
第四节 信息评价：人际吸引阶段	91
第四章 人际传播与沟通的情境	102
第一节 家庭情境中的人际传播	102
第二节 朋友圈子情境中的人际传播	114
第三节 职场情境中的人际传播	124
第五章 人际传播与沟通的技巧	137
第一节 人际传播与沟通的基本技巧	137
第二节 几种主要日常情境中的人际传播与沟通技巧	149
第三节 职场中基本人际关系的传播沟通技巧	160

第六章 人际传播与沟通的言语行为	178
第一节 人际传播与沟通的言语行为理论	178
第二节 人际传播与沟通的言语交际模式与原则	184
第三节 人际传播与沟通的言语会话结构	193
第四节 人际传播与沟通的言语意义	200
第七章 人际传播与沟通中的非言语传播	206
第一节 非言语传播概述	206
第二节 人际传播与沟通中副语言的传播	218
第三节 人际传播与沟通中行为语言的传播	230
第八章 跨文化的人际传播与沟通	247
第一节 跨文化人际传播与沟通的认知	247
第二节 跨文化人际传播与沟通的障碍	259
第三节 跨文化人际传播与沟通的对策	273
第九章 新媒体环境下的人际传播与沟通	285
第一节 新媒体的一般理论	285
第二节 新媒体中人际传播与沟通的走向	294
第三节 构建理性和谐的新媒体人际关系	305
后记	312

第一章 人际传播与沟通概要

第一节 人际传播与沟通的内涵

自从人类诞生开始,为了个体的生存和族群的发展,人们就不断进行着沟通和传播。人际沟通与传播是与人类互为因果、共生共存的一种社会现象。作为个体,谁也不可能真正与世隔绝。人总是处于与他人紧密联系的互联传播圈中,沟通与传播不仅是人类生存与发展的必然之途,也是人类精神领域的永恒渴求。逃避孤独是人类与生俱来的本能倾向,自出生之日起,人便踏上了表达与倾听之途。终其一生,人类竭尽所能运用他所可能拥有的语言文字、肢体动作等各种手段,传达信息,获取认同,赢得支持。同时,人类也不断观察世界,接收来自他人的讯息,以便了解生存环境,应对挑战,给予他人理解。

人际沟通与传播是一门既古老又年轻的学科。作为一种人类现象,人际沟通与传播的历史可追溯到远古时期,早期的人们便已学会通过表情、手势、动作等体态语言来表达自己的思想感情。而作为一门真正意义上的学科,它却显得较为稚嫩。大约从 20 世纪 70 年代初期开始出现在美国等欧美国家大学的课程中,然后迅速蔓延至全球。学者们在 20 世纪 70 年代末 80 年代初将沟通与传播学引入中国。定义人际沟通与传播的内涵,首先必须关注其核心词“沟通”和“传播”。中文中,“沟通”的古义指开沟通渠,使两水相接,也可指具体事物的交流。具体事物的交流逐渐被“交易”、“交换”、“流通”等词所指称,而沟通更侧重信息的交流与分享。在此意义上,中文中“沟通”一词与西文中的“communication”非常相近。“communication”有通信、传达、交流、沟通、传播等多种中文译法。“传播”与“沟通”等译法,始自 20 世纪 70 年代末,逐渐被更多的人接受。随着实践的发展与不断完善,“communication”不仅指单向的物质实体和精神内容的扩散、传布,而且具有双向的人际交往、思想沟通、信息共享等意蕴,它的外延扩展领域越大越宽。而在文化接受与约定俗成

的用法中，“传播”一词似乎更突出传递、扩散的含义，更多地被新闻界所使用，如“新闻传播学”、“大众传播”、“网络传播学”等，传播原理作为新闻专业学生的必修课程在大学中普遍开设。而“沟通”则更强调互动、交际、交往，现多用于管理界，如“管理沟通”、“人际沟通”等。上述各种译法，各有千秋，无所谓高下。很多学者，之于这两个词也并未截然区分，他们在同一部著作中，也经常交叉使用这两个概念。如在公共关系学中，既有“人际沟通”的说法，也存在“大众传播”的概念。因此，为避免纠缠于无休止的概念辨析，本书将“沟通”与“传播”合二为一，重点探讨“人际传播与沟通”。

综上所述，早期的传播定义重视的是信息交换。随着传播思想的发展，学者们开始强调作为人们用来创造意义之符号过程的传播。约翰·斯图尔特(John Stewart)曾指出人类建构他们自身的现实：传播是人们建构自身的方式。人类世界不是由物体构成的，而是由人们对物体的反应构成的，或者是由物体的意义构成的，而这些意义是在传播中商定出来的。不要企图将传播仅仅看作是一种共享思想的方式，因为它远远不止于此。人们正是使用这个过程来限定现实本身的。

从这个角度来说，人际传播就不仅是两个人之间的信息传递，而是人们通过人与人之间的传播来商定意义、身份和关系的方式。围绕着人际传播的问题，存在着丰富多样的理解方式和研究方式。西方在人际传播研究领域起步较早，积累了大量的研究成果。国外学者探讨人际传播主要有三种宽泛的方法：以个体为中心的人际传播；以对话或互动为中心的人际传播；以关系为中心的人际传播。

以个体为中心的人际传播理论是西方研究者的一个研究侧重点。这个视角注重理解个体如何计划、生产和加工人际传播的信息。这些理论将传播视为一种以个体为中心的认识活动。此项工作始于杰拉尔德·米勒等人，他们论证说，当人们就其互动者做出预测，其基础是将人视为个体，而不是视为一个社会角色时，如教师或职员，人际传播就产生了。对人际传播采取这一视角的学者们注重精神表达，因为它会影响人们如何解释信息、如何行事。

人际传播理论的第二个侧重点是以对话或互动为中心。这个视角将人际传播理解为一种信息，或是一种发生在人与人之间的、与行为有关的联合行动。这一视野从个体以及他或她的性格或认知状态转向多种多样的理论，侧重于信

息的内容、形式和功能,侧重于互动方的行为交往。学者们感兴趣的问题是,“在传播中,我们的理解、意义、规范、角色和规则如何在互动的意义上被创造出来”。^①

人际传播理论的第三个视角以关系为重点。在许多研究者看来,关系是人际传播的核心。采取这一视角的学者们重视理解传播在发展、维持、终止社会和人际关系——包括朋友关系、约会关系、浪漫关系和同居关系——方面的作用。对于这一视角的学者而言,重要的是关系范围内的信息如何影响或建构关系。

在审视人际传播的著作和论文时,我们发现精确地定义人际传播是有难度的,不同学者彼此也承认存在着许多不同的定义。但大部分学者都认同:人际传播是一个过程,它涉及两个或数量不多的人,涉及创造意义;而且,它是通过言语或非言语信息行为得以实现的。^②人际传播是20世纪70年代末80年代初的“舶来品”,国内学者立足于国外学者的研究成果,对人际沟通与传播也进行了种种界定:

王国元等人认为:“人际沟通,就其最一般的意义而言,指的是人与人之间的信息交流与共享。”^③

贾启艾等人认为:“人际沟通就是人们运用语言符号系统和非语言符号系统传递信息的过程。把人的观念、思想、感情等看作信息,人际沟通就可看作信息沟通的过程。”^④

史锋认为:“人际沟通是指人与人之间的信息、思想与情感的相互传递的过程。”^⑤

段京肃、罗睿认为:“人际传播是指个体与个体之间的信息传播,其中包括了面对面的交流和非面对面的交流(如通过书信、电话等媒介进行的交流)。人际传播是建立人际关系和其他社会关系的必要手段与过程。”^⑥

周庆山认为:“人际传播在广义上使用,就是人与人之间的信息交流。大

① Littlejohn & Foss. 2005. *Theories of Human Communication*. San Francisco: Wadsworth Publishing.

② 莱斯莉·A. 巴克斯特,唐·O. 布雷斯特。2010. 人际传播:多元视角之下。殷晓蓉,赵高辉等译。上海:上海译文出版社。

③ 王国元等。2010. 人际沟通。北京:中央广播大学出版社。

④ 贾启艾等。2010. 人际沟通。南京:东南大学出版社。

⑤ 史锋。2011. 人际沟通与礼仪。北京:北京师范大学出版社。

⑥ 段京肃,罗锐。1996. 基础传播学。兰州:兰州大学出版社。

凡个人与个人、个人与群体、群体与群体之间通过个人性媒介（面对面传播时所使用的自身感知器官与非面对面时使用的个人性通信媒介）进行的信息交流，都是人际传播的范畴。”

张迈认为：“人际传播是确定的个人之间的符号相互作用。这样的定义，可以使人际传播同组织传播、大众传播等区别开来。”^①

李彬认为：“所谓人际传播，一般是指人们相互之间面对面的亲身传播，所以又称为面对面传播、人对人传播。”^②

黄晓忠等人认为：“人际传播通常指个人与个人之间的双向互动传播。”^③

基于目前学术界对于人际传播与沟通尚没有公认统一的认识，本书为了讨论方便起见，在综合考虑众多学者研究的基础上，将人际传播与沟通定义为：人际传播与沟通是指个体或者群体之间运用语言符号系统或非语言符号系统进行信息交流、情感沟通、行为协调的互动过程。这个相对简单的定义揭示了人际传播与沟通的一系列特征。

一、人际传播与沟通发生在相互联系和依赖的个体或群体之间

当代哲学家马丁·布伯（Martin Buber）曾经指出，构成人类世界的本质是关系。人是关系的存在。“人生存的基本事实是彼此关联着的人。”“人无法逃避与他人发生关系。我与你相遇，我和你彼此关联，即使我们的交往是一场相互斗争。即使在彼此的关联中，我已不完全是我，你也不完全是你。”但是“只有在生动的关联中，才能直接认识人所特有的本性。”^④纵观人的一生，无时无刻不处在各种关系中，刚出生的婴儿脱离母亲的乳汁便无法生存，长大的孩子穿梭在家庭和学校中，人际关系日渐复杂。进入社会的成年人更处在多重身份下，不得不随时调整自己的角色，以配合纷乱的各种关系。脱离了与他人的关系，人就无法定义自己，也无从认识世界，终将失去人自身特有的属性。

人际沟通与传播在相互联系的个体与个体之间进行，如丈夫与妻子、恋人朋

① 周庆山. 2004. 传播学概论. 北京：北京大学出版社.

② 李彬著. 2003. 传播学引论. 北京：新华出版社.

③ 黄晓忠，杨效红，冯钢. 2005. 传播学关键术语解读. 成都：四川大学出版社.

④ 马丁·布伯. 1997. 对人的问题的展望//熊伟主编. 存在主义哲学资料选辑（上卷）. 北京：商务印书馆；

友、顾客与售货员、教师与学生等；也可以在是个体与群体之间的交流，如演说与展示等；同时，沟通与传播还可以在群体与群体间进行，如辩论、会议、研讨、争论等。进行传播与沟通的个体或群体必然有着简单的联系，或者存在血缘关系，如兄弟姐妹、父母子女的训诫等；或者因工作关系存在业缘关系，如上司对下属、同事之间、推销员对顾客等；因为地缘关系而形成的邻居、老乡等。

互相交流的个体或群体不仅只是单纯的联系，而且也彼此依赖、互相影响。一个人的行为可能对另一人或群体产生影响，反之亦然。如组织的负责人在董事会议上宣布的决定及规章制度对整个组织的个体都有约束和规范作用，那么组织中群众共同的诉愿也会影响到领导的决策与判断。在家庭中，由于个体间的紧密联系，人际传播有时会牵涉整个家庭成员，如开过家长会的父亲，因为孩子学习成绩差、调皮等原因受到老师的责备，回来可能会责罚孩子，也可能指责妻子家教不严，过于娇纵孩子，从而挑起家庭大战。

二、人际传播与沟通主要通过语言符号系统或非语言符号系统

人际传播与沟通包括语言和非语言的信息交流。人们所使用的语言文字、面部表情、眼神传递、身体姿态等都传递着人际信息。同样，人们也通过自己的视觉、听觉等感官尤其是视觉和触觉来接收信息。甚至沉默也传递着人际信息。

语言是人们交际的工具，是人类传递信息最重要的手段。它在人际传播与沟通中有着独特的力量。语言又可分为口头语言与书面语言两种。

（一）口头语言

口头语言是人际沟通与传播最直接的工具。“最常用的信息传递方式是口头交际”，具体包括“演说，正式的一对一讨论，小组讨论以及非正式的小道消息传播”。其“优点在于快速传递和快速反馈。在这种方式下，信息可以在最短时间里进行传递，并在最短时间得到对方的回复。如果接收者对信息不确定，迅速的反馈可以使发送者及时核查其中不够明确的地方，因此它能使我们及早更正错误。”^①

① 斯蒂芬·P. 罗宾斯. 2005. 组织行为学（第10版）. 孙健敏，李原译. 北京：中国人民大学出版社.

（二）书面语言

书面语言是人际传播与沟通的文字符号系统，“包括备忘录、信件、组织内部发行的期刊、布告栏以及其他任何传递书面文字或符号的手段”。书面语言的优点在于“它有形而且可以核实。一般情况下，发送者与接收者双方都拥有沟通记录，沟通的信息可以无限期地保存下去。如果对信息内容有所疑问，完全可以而后进行查询。对于复杂而长期的沟通来说，这点尤为重要”。^①

在人们传播和沟通中，非语言符号系统也有着极为重要的作用。在某些场合，非语言信息甚至传递着比语言信号更多的意义。情到深处，恋人间脉脉含情的注视有时胜过千言万语；感动之时，紧握的双手传递的温暖比任何语言更为真实。非语言符号系统主要分为视—动符号系统和辅助语言系统。

1. 视—动符号系统

视—动符号系统包括手势、面部表情、体态变化等内容，又称为“身体语言”。人们的微笑、皱眉、咧嘴等都表达着思想感情，传递着信息内容。人们的每一种身体动作都包含有一定的信息和意义，甚至是面无表情也可能暗示着个体的心不在焉或者内心的不认同。身体语言是语言沟通的辅助者，并常常使言语沟通更为复杂，蕴含更多的信息。如口头表示认同的对方却不断触摸自己的鼻子，嘴角咧开微笑，但眼角却无动于衷，这样的听者或许只是碍于情面认同你的观点，实质心里却是抵触的。

2. 辅助语言系统

辅助语言系统，指的是口头语言交往时的“语言表情”：如音质、音幅、声调以及说话时的停顿、速度等。在传播过程中，它能起到强化或削弱信息的语义分量，完善语言本身无法表达的意见的作用。

事实上，在具体的人际传播与沟通中，信息和意义在更多的情况下是由语言符号系统和非语言符号系统共同表达。有时人们传达的信息清晰无误，如表意明确的放假通知，吐词清晰、概念清楚的交谈，但更多的时候，我们必须全方位运用我们的感官去捕捉蕴含在语言及非语言中的稍纵即逝的信息。例如妻子满含期待地询问丈夫：“今天你要外出应酬吗？”妻子希望丈夫能留在家

^① 斯蒂芬·P. 罗宾斯. 2005. 组织行为学（第10版）. 孙健敏，李原译. 北京：中国人民大学出版社.

陪自己，所以眼神中饱含留恋，先生如果未能留意到此讯号从而加以情感上地安抚，只简单地回应“是的”，必然让妻子异常失望。

三、人际传播与沟通是一个无法回避、不可逆转、无法重复的过程

（一）人际传播与沟通是一个过程

人际传播是一个不断变化发展的过程。把传播看成过程，意味着每一个传播情境只是不断发展的系列传播活动中的一部分，各种事件和关系总是不断变化，持续发展着。有些变化很容易被人捕捉，如表情的急剧变化。而有些变化则很难被人所察觉，如心理活动的微妙动荡。但它们总是在处在不断变化中。

在这个过程中，传播和沟通的主客体总是相互影响，一个人的情绪可以刺激另一人的情绪，这反过来对第一个人又产生影响，如此无限循环。譬如，夫妻争吵中，其中一方情绪失控，大声咆哮指责，另一方出于保护自我的本能，也会相应地提高嗓音，大声申辩或反向批评对方，如此双方都不断被对方激怒，陷入交流的恶性循环中。而假设在这种情境下，其中一方能够先冷静下来，放弃敌意，静心诚意地交流，必然会让对方失控的情绪也逐渐平缓下来，进入沟通的良性循环中。把每次传播看作循环过程，意味着我们在沟通与传播中，既要关注我们对他人发出信息所产生的效果，也应重视他人对我们所做出的反应。然后，我们可以根据新信息不断做出调整。

1. 无法回避

传播与沟通活动往往被视为有意的、有目的的、有动机的。通常情况下确实如此，因为购物，所以我们需要咨询相关的营业员；因为分歧，所以我们争论，试图让对方理解自己的立场与观点；因为宣传，所以我们四处散发传单。但事实上，人际沟通和传播是即使你有意逃避，不愿意参与也无法回避的存在。设想你在站台等车，心绪不佳，不愿与人交谈，双手插在衣服口袋里，目光呆呆地直视远方，双唇紧闭。然而，旁边的路人都能从你的状态中解读出你此刻所传达的一系列信息——也许是缺乏交谈的兴趣，也许是等车颇为无聊，又或者是正在沉思某事。在这种情境中，你虽然没有主动进行传播与沟通，但周边的人却接收到了来自你的信息。在一个互动情境中，所有可见的行为举止皆可以是传播，并被认为是一种信息。无意识的言辞、姿势或体态，甚至是穿着都

概莫能外。譬如你一身正装，喻示着你对某事或某人的重视；而相反，一身俏皮活泼的休闲搭配亦能让人察觉你轻松愉悦的心情。明白我们无法不传播的事实，会让我们更加注意自己的言行举止，调整自己的行为。

2. 不可逆转

中国成语“覆水难收”形象地表明了传播与沟通的不可逆转性。电脑中，程序是可以逆转的，重启系统又可以恢复到最初的设置。生活中，水可以变成冰，冰又可以还原成水，只要人们愿意，冰与水可以不断地转换。然而，世界上更多的存在是不可逆转的，米可以变成饭，饭却无法变成米；房子旧了，只能重新装修，却已不是原来的房子；情感淡了，即使努力经营，也只能感慨“人生若只如初见”的美好了。人际传播与沟通就是不可逆转的。每个人际传播与沟通的过程与经验都是独特的，在任何情况下都不可能回收，一旦信息开始传递并被接收，传播活动就无法逆转了。人际冲突时，人们总是由于冲动说出一些负气伤害他人的话语，而事后冷静下来又颇为后悔，然而伤害一旦造成，便在对方心里刻下了永久的烙印，无法再弥补。有时我们在沟通与传播中，无意中说的话或做的事情，自己转瞬即忘，似乎无迹可寻，但也许给那些偶然听到或看到的人留下了深刻的印象，无法消除。譬如满口道德的教师随地吐痰，自己可能忘得干干净净，可无意中窥见的学生或许颇受刺激，心目中教师形象一落千丈。

3. 无法重复

人类之于美好的景色、情感、场景、谈话等都希望永远定格在当下。然而，遗憾的是，人际传播与沟通除了不可避免和不可逆转外，也无法重复。道理很简单，人际沟通与传播总是处于时间的长流里，每次人际传播和沟通的经验都是独一无二的，在任何情况下都不可能丝毫不差地重现。所有的人和所有的事情都在持续地变化着，人们永远也不可能重回当时的环境、想法、关系和行为情境中。即使我们在原地将所有的过程重演一遍，也无法再拥有当时的感觉。譬如曾经一度让人们落泪的电影，重看时却不再哭泣，只因为当时触动自身的契机，或许是氛围，或许是回忆，现在已经不存在了。因此，在人际沟通中，我们可以通过近因印象，通过最近的活动努力塑造或改观自我的形象，但却永远无法消除曾经的首因印象，即第一印象。因此，在正式的传播与沟通中，譬如应聘、相亲等，我们必须重视自己的表现，塑造良好形象。

理解人际传播与沟通的内涵,在掌握其概念所涵盖的三个基本特征外,还需了解人际传播的八个基本要素。在所有的人际传播与沟通中都包括:①信息源—接收者;②编码—解码;③信息;④渠道;⑤噪音;⑥语境;⑦伦理;⑧能力。

(1) 信息源—接收者。人际传播与沟通活动的参与者是人为主体的,其中拥有并发送信息的一方,称为信息源,而接收并做出响应的一方则是信息接收者。在实际的传播与沟通过程中,信息源与接收者的角色常常互换,每个个体都具有双重功能。

作为独一无二的存在,每个个体由于先天遗传、个体生理及后天习得、社会实践的不同,其个性也迥然相异。对于具体的个体而言,潜藏在内心深处的无意识的欲求、意图、兴趣、理想、信念、人生观、世界观等,呈现在表层的为人处世乃至惯常的习惯倾向、说话的语速、声调的高低等都影响着沟通与传播的内容及方式,同样也决定了怎样接收和处理信息。譬如,性格乐观通达的人善于接收和挖掘信息中的积极因子,也更易传递正面讯息;反之,悲观抑郁的人则会将视线聚焦于万里晴空的一片乌云,从而灰心失望,无法享受当下的景色,传递给他人的,也常常是负面信息、负面情绪居多。

(2) 编码—解码。随着时代的发展,信息化产业的全方位渗入,在信息的处理流程中,编码的内涵有了更广阔的天空,语言、文字、图表、数据等都是人们创造的符号世界。就符号系统而言,人们用各类符号进行思维和交流信息的过程,也正是编码与译码的过程。广义上的信息的编码包含着人们以文字、图表、数据、声像、色彩等符号对一切信息做出的系统的、形象的、逻辑的表述。换言之,各类文稿的编写、商业广告的制作,以及进行计算机处理信息过程中代码转换的过程,都是广义上的编码过程。

解码亦称译码,是指把在信道中传递的信号重新还原成信息。具体说来,就是把信号、符号译成它们所表达的思想内容,使之完全或基本上还原为本来的信息。精确的译码更多地发生在机器系统内,譬如电脑。而人际传播与沟通以人为中心,存在于个体的主观理解中。杜威认为:“意义产生于人与环境的互动之中,而语言是我们获得意义的一个必不可少的条件。”理查兹则断言:“意义主要不存在于符号,而存在于人。”每个人都有自己的独特的“意义体系”。解码过程,就是意义互现的过程。人们传递的符号的形式、言称对象和部分意

义及语言本身所具有抽象和概括性,加之个体的经验范围以及传播活动的具体情境等主客观条件使人们在认识与理解编码意义上,呈现多样性和复杂性。^①

(3) 信息。信息是人际传播与沟通中信息发送者与接收者之间传播与沟通的具体内容,它可以是听觉、视觉、触觉、嗅觉、味觉或者他们的结合体。在传播过程中,走路、握手、摸耳朵、打哈欠、哭等都在传播信息。同样,衣服的款式、皮包的颜色、电脑的墙纸乃至字迹、遣词造句的方式等都传播着关于自己的信息。自然,人们不仅传递信息,同时也反馈信息。人们往往通过微笑、点头、皱眉、抚摸、拍打等方式传递自己对信息的认可或否定。

信息有很多种分类法。具体来说,大致可分为数据性信息和情感性信息。所谓数据性信息是指人们传播和沟通中的有关事实、事件、过程、资料等客观性的信息。它往往指涉现实世界,也可称为内容信息。所谓情感性信息是指人际沟通与传播过程有关个体意愿、态度、感受等主观性信息。它往往侧重人们交流时彼此间的关系,也可称为关系信息。

一般而言,人们会根据彼此间的关系传递相应的内容信息。例如,主管可能对下属说:“你立刻到办公室来见我。”这一信息反映了他们地位间的差别,揭示了上下级的关系。而情人之间的对话则可能是这样的:“亲爱的,下班后到办公室等我,一起回家吧。”这一信息在内容上与上一个例子是相似的,但却映射出两者平等且亲密的关系。

人际传播与沟通中所产生的问题,往往在于关系方面,而不在内容方面,也就是不能正确地区分内容信息和关系信息。心理学家徐浩渊博士在《我们都有心理伤痕》一书中列举了这样一个例子:

妻:累死我了,一下午谈了第三批客户,最后那个女的,挑三拣四,不懂装懂,烦死人了。

夫:别理她,跟那种人生气,不值得。(提建议)

妻:那哪儿行啊!顾客是上帝,是我的衣食父母!(觉得丈夫不理解她,烦躁)

夫:那就换个活儿呗!(接着提建议)

妻:你说得倒容易,现在找份工作多难啊!甭管怎么样,每个月

① 黄晓忠,杨效红,冯钢. 2005. 传播学关键术语解读. 成都:四川大学出版社.

我还能拿回家三千多块。都像你的活儿，是轻松，可是每个月那几百块钱够谁花呀？眼看涛涛就要上大学了，每年的学费就万把块吧？！

（觉得委屈，丈夫不理解，还说风凉话，开始抱怨）

夫：嘿，你这个人怎么不识好歹？人家想帮帮你，怎么冲我来了？
（也动气了）

妻：帮我？你要是有本事，像隔壁小萍丈夫那样，每月挣个四五千，就真的帮我了。

夫：看着别人好，和他过去！不就是那几个臭钱吗？有什么了不起？！

在这个案例中，导致夫妻争吵的原因并不是内容信息，丈夫充分理解了妻子所传达的内容信息，但是却忽略了彼此间的特殊关系。妻子想交流感受，宣泄烦恼，希望得到丈夫的理解与关怀，但是丈夫却只针对内容层面，试图解决问题，导致妻子颇为失落。如果丈夫在接收内容信息同时，能敏锐地捕捉到妻子传递信息中的情感诉求，情形就大不一样了。

妻：累死我了，一下午谈了第三批客户，最后那个女的，挑三拣四，不懂装懂，烦死人了。

夫：大热天的，再遇上个不懂事的顾客是够呛。快坐下来喝口水吧（把她平日爱喝的冰镇酸梅汤递过去）。（对感受表示理解）

妻：唉，挣这么几个钱不容易，为了涛涛今年上大学，我还得咬牙干下去。（感到了丈夫的理解和关切，继续倒苦水）

夫：是啊，你真是不容易，这些年，家里主要靠你挣钱撑着。我这个挣公家饭的人，最多能整个宽敞的房子回来。（表示接受）

妻：话不能这么说，涛涛的功课、人品，没有你下力，哪儿能有今天的模样？唉，我们都不容易。（感受到了接受，也回报接受）哎，厨房里烧什么哪，这么香？

夫：红烧狮子头。（得意地笑）涛涛，别学啦，吃饭！你妈回来了。

案例小结：男女双方沟通时，男性更容易接收信息的内容层面，而女性更关心信息的关系层面。了解到两性沟通的差异，关注不同性别的取向，就容易扫除两性传播间潜在的障碍。

人际传播与沟通中，内容信息相对较容易处理。因为一般来说，传播的讯息内容对参与双方来说都是外在的，存在于客观世界中，往往是可见可辨的。譬如如下对话：“有人敲门吗？”“没有啊”。“可是我好像听到敲门声了。”对于这样的分歧，只需打开门看是否有人即可解决。人们常常以为自己在为传播的内容而争论，事实上，他们争论的实质是关系问题。尤其是亲密关系中，让人们不满的并非谈话的内容，而是感觉受到忽视与不尊重。

(4) 渠道。信息渠道在人际沟通中是指信息发送者和接收者之间的媒介环节。信息在传递过程中经常被转换成更便于传递的语言、文字、肢体动作等符号形态，通过听觉渠道、视觉渠道、嗅觉渠道、触觉渠道等传递给接收者。电话、电子邮件、新闻、电影、电视、广播、传真、报纸等传播媒体也属于信息传递过程中的中介环节。此外，还有一类较为特殊的传播渠道，在人际传播与沟通中，个体所依托的人际关系也可以成为信息渠道。如中国社会科学心理学家周晓虹在《现代社会心理学》中所总结的中国人的三种人际关系：人情模式、人伦模式、人缘模式。正式沟通一般依托人缘模式，而非正式沟通则往往依托人情模式、人伦模式。

传播与沟通的过程很少只通过一个渠道发生，通常是同时通过两个、三个乃至更多渠道进行。每种信息渠道都有自己的优势，也有自己的局限，多种渠道并用，可以形成互补优势。例如，教师授课时，清晰流利的口头表达是主要的传播渠道，多媒体的绚丽色彩和音影效果、潇洒漂亮的粉笔字加上优雅生动的教学手势表情，合奏出完美的教学内容。

然而，渠道并非是供个体交流的无障碍通道。在实际生活中，人们会通过渠道传递一些信息，但是也会阻止一些信息通过。例如，在教育的过程中，教育者倾向于让年幼的学生接收正面讯息，而有意识地保留一些负面信息，以免伤害孩子幼小而懵懂的心灵。谈恋爱初期，恋爱的双方也有意无意地遮掩自己的缺陷及毛病，尽力塑造出一个近乎完美的自我形象，以获取对方的好感。

(5) 噪音。噪音在人际传播与沟通中是指对信息传递和理解产生干扰的一切因素。在人际沟通中，各种客观存在或有意无意制造的噪音作为沟通与传播的背景是无所不在的，也是无所回避的，作用于沟通与传播的各个环节。噪音可分为内源噪音与外源噪音两大类，亦可具体化为物理噪音、生理噪音、心理噪音、语义噪音等。