

人际传播新论

〔美〕泰勒等著 朱进东等译



跨世纪传播研究丛书

南京大学出版社

跨世纪传播研究丛书

人际传播新论

[美] 泰勒 罗斯格兰特 迈耶 桑普莱斯著

朱进东 于文杰 彭凤仪 伍梦岚译

朱进东 译校

(苏)新登字 第011号

责任编辑: 徐 丰

封面设计: 培 人

人 际 传 播 新 论

[美] 泰勒、罗斯格兰特、迈耶、桑普莱斯著

朱进东、于文杰、彭凤仪、伍梦岚译

朱进东 译校

南京大学出版社出版发行

(南京大学校内 邮政编码: 210008)

淮安市文教印刷厂印刷

开本850×1168毫米1/32 印张: 12.75

插页4 字数: 315千字

印数1——1000

1992年1月 第1版 1993年3月 第1次印刷

ISBN——7——305——01974——7

C·57

定价: 6.80元

邵培仁*

中译本序

人类越是进步，越是文明，就越是要相互传播信息，沟通思想。

传播是人类进步的助推器，沟通是人际关系的润滑剂。对于人类来说，传播与沟通就象空气一样，既无所不在，又不可或缺。不仅说、唱、跳、写、画、做等可见可听可触的传播行为充塞在我们的周围，而且那些似乎与他人无关的私下里的独白、沉默、反思、祈祷等传播行为也如影相随地贴附在每一个人的身上，使我们被它左右，被它驱使，被它困扰……。但是，若真正没有了它，人类便无法生存、繁衍。“传播是人类最重要的生存技能。”“人类依赖沟通（传播）来满足物质要求、锻炼心智和提供精神食粮。”不过，人类在自己有记录的八千年的历史进程中，对自身的和外界的许多现象都进行过十分周密、细致的分析与研究，却偏偏对自身的传播行为视而不见、充耳不闻。人类对传播现象的粗心与疏忽，既给现代社会科学家的研究提供了一片未开垦的处女地，也给社会科学研究带来了许多困惑和难题。

*邵培仁 男，39岁，副研究员，著名传播学家，《当代传播学丛书》执行主编。其著述或主编的传播学著作有：《传播学原理与应用》（1988），《经济传播学》（1990），《政治传播学》（1991）《教育传播学》（1992），《艺术传播学》（1992），《现代宣传学概论》（1992），《舆论传播学》（合作，1992），等等。

传播学是一门非常年轻的学科。它孕育于20世纪20年代，形成于20世纪40年代，是第二次世界大战以后，特别是随着当代电子传播媒介的飞速发展和行为科学的建立而产生和发展起来的。人际传播学则是在传播学中与众传播学、组织传播学相并列的一门重要分支学科。人际传播学也叫人际沟通（“communication”可以译为“传播”、“沟通”、“交流”等）学，是以人与人之间借助语言媒介传播与沟通知识、意见、感情、愿望等日常社会活动为研究对象的。人际沟通的过程是传播者与受传者之间的信息互动过程，也是行动协调过程。它既包括交谈、交往、约谈、谈判、演讲等面对面的直接传播，也包括通过书信、电话传真、音带等媒介进行的间接传播。没有人际信息的沟通与传播，人际关系就无法得以建立、维持和发展，人类就难以进行集中、统一、协调的群体行动，自然也就没有人类的文明和进步。因此，运用社会学、心理学、人类学、语言学等学科的知识和方法，系统地分析和研究人与人复杂多变的小范围的信息传播现象，归纳和总结其活动与运作的内在机制和本质规律，以及论述它在人际关系、社会交往中的作用，是很有意义的。

泰勒和罗斯格兰特等人的《人际传播新论》是美国刚出版不久的关于人际传播研究的一部最为全面系统的著作，受到美国传播学界的好评，也是一部深受学生欢迎的大学教科书。

本书重点从宏观和微观相结合的层面分析了人际传播如何影响诸如夫妻、情人、朋友、同事、同行、员工之间人际关系的建立、维持、发展和破裂、修补、恢复，如何影响我们与所处的世界保持有机的联系，以及人际传播过程中的各种要素和复杂情形；同时，针对很多人虽可以沟通却不能进行科学地理想地沟通的实际，提出了一系列人际沟通的原理和许多谋略与技巧。

与美国人际传播学家库什曼、卡恩的《人际沟通论》和罗洛

夫的《人际传播——社会交换论》等同类著作相比,《人际传播新论》一书具有鲜明的特点和不少优长之处:一是结构宏大,条理清晰。作者由人际沟通的基本概念入手,先阐述了人际沟通的目的、过程、功能、特点、效果、障碍等一般沟通问题,接着分别探讨了人际沟通的原理与知识在组织决策、家庭沟通、工作沟通、演讲、劝说等具体的传播实践中的应用问题。全书31万字,洋洋洒洒,有条不紊。二是内容丰富,分析细密。纵观全书,涉及面很广,内容很丰富。由于作者博学,因此即使在分析人际沟通中一些细小的易为一般人所忽略的但却很有意义的问题时,也能通过仔细分析道出“人人心中有,而人人笔下无”的真谛。例如分析人际传播中的信息接受问题,作者就不是从抽象意义上论述接受,而是从听、看、嗅、尝、触摸和译码(解释)等细小方面去分析,而对于听的接受还能进一步从听到、听进、听懂等层次作深入解剖,让人看得更清,体味更深。三是通俗易懂,有实用性。作者写道:“本书所提出的沟通原理和观点,能帮助你较好地沟通,”但是,也同时提醒,“这并不是是一本‘烹调书’。你也不会发现简单的诀窍和能使你顷刻间成为超级沟通明星的公式。……但原理确实存在。如果你学会应用这些原理将会提高沟通技能。如同工具一样,这些原理在实际运用中熟能生巧。”同时,本书行文明白晓畅,取例生动活泼,从而也使本书具有较强的可读性。

“人目短于自见,故借镜以观形。”中国传播学(包括人际传播学)研究要走向成熟,形成特色,跨出国门,成为世界社会科学园地中的一朵奇葩为世人所赏识,就必须大胆引进和借鉴他人的先进成果,特别是要从起步较早的西方国家的传播学研究中学习和吸收一切有用的东西。很显然,传播学研究创新与超越的出路不在于固守传统、强调独立,也不在于生搬硬套、全盘西

化，而在于既大胆借鉴、择善而从，又自主创造、以我为主，进而构建扎根于中国学术土壤、符合中国社会实际的传播学研究体系。我向读者推荐朱进东、于文杰、彭凤仪、伍梦岚四位青年学者翻译的这部人际传播学著作，目的也在这里。我相信，本书不仅对从事传播学、社会学、心理学研究和教学的专家、学者有较大的参考价值，而且对每一个关心并希望建立良好、和谐的夫妻关系、家庭关系、工作关系、社交关系的读者也有较大的实用价值。

1992年3月2日于淮阴

目 录

中译本序	邵培仁
第一章 关于人的世界：沟通	1
第一节 为什么要研究沟通	1
第二节 过程界说	3
第三节 作为过程的沟通	4
第四节 人对信息的感知	11
第五节 本书重要术语定义	16
第二章 人怎样认识自己：自我概念——中心态度	19
第一节 何谓自我概念	19
第二节 自我概念如何发展	24
第三节 自我概念对人际沟通的影响	33
第三章 语言的使用：共具所指意义	42
第一节 意义之意义	42
第二节 语言与意义的沟通	53
第四章 非词语讯息载体：共具所指意义	62
第一节 非词语讯息源	63

第二节 非词语讯息的使用	87
第五章 思考：内向加工	95
第一节 记忆	96
第二节 推理	99
第三节 思考的错误	104
第六章 听与反应：有效的接受者	110
第一节 关于有效的听的定义	110
第二节 听的情境	111
第三节 积极的听	113
第四节 移情的听	121
第五节 为评价而听	128
第七章 发展人际关系	135
第一节 感知人	135
第二节 理解沟通者形形色色的动机	145
第三节 境环对人际关系的影响	155
第八章 维持和修补人际关系	161
第一节 信任促进人际沟通	161
第二节 克服人际沟通中的防卫心理	176
第九章 组织决策	184
第一节 影响组织沟通的因子	184
第二节 组织的目的	192
第三节 优化决策	201
第四节 领导	208
第十章 家庭沟通	214
第一节 家庭沟通一般问题举隅	215
第二节 改善家庭沟通	227
第三节 与老年人沟通	231

第十一章 工作沟通	238
第一节 面谈.....	238
第二节 组织.....	255
第三节 工作中的沟通问题与对策.....	263
第十二章 准备演讲：组织思想	278
第一节 设置演讲的目的.....	279
第二节 组织和展开思想观点.....	288
第三节 导言与结尾.....	300
第十三章 发展思想：证明材料与吸引注意力的因子	309
第一节 证明材料.....	309
第二节 吸引听众注意力的秘诀.....	320
第十四章 公开演说：使用声音与身体	326
第一节 实现成功演说的最重要原则.....	326
第二节 身体的使用.....	327
第三节 如何使用声音.....	331
第四节 克服演说忧虑.....	337
第十五章 劝说：理论与实践	342
第一节 劝说的含义.....	342
第二节 劝说与态度.....	343
第三节 设置劝说的目的.....	351
第四节 成功劝说的谋略.....	356
第十六章 对演说的反应与大众媒介	372
第一节 作为反应者的角色.....	372
第二节 认识大众媒介的影响与控制.....	373
第三节 理解广告.....	378
第四节 理解辐射过程.....	386
译后记	391

第一章 关于人的世界： 沟 通

第一节 为什么要研究沟通

大多数人认为人能富有成效地沟通。坦率地说，的确如此。当我们向药剂师要阿斯匹林时，就得到阿斯匹林而并非维生素 C。但我们是否总能进行理想的沟通呢？让我们来考察一下下面这些情境：

背 景：两个公务员在咖啡间。

克里斯：伙计，这座城市肯定将要毁灭。

帕 特：那你为何不搬到其它地方去呢？

克里斯：我为什么要这样干呢？

帕 特：你刚才不是说讨厌这个地方吗？

克里斯：不，我是说该城将要毁灭！

帕 特：就我所理解，你的意思是不喜欢该城，的确并不意味着你在这里是快乐的，对吧？

克里斯：瞧你，为何要管我的事呢？

帕 特：好，我们的谈话到此为止，不过话题并不是我引起的——而是你。假如开始你不要求我

发表意见的话，你应该保持沉默。

背 景：父与子在就餐。

子：嗨，我今晚可以用这辆小汽车吗？

父：咳，我不知道。到上夜校的时间了。

子：噢，得啦！还早着呢！我们全组打算今晚去看露天电影。

父：我不清楚，你不是还要做家庭作业吗？

子：全做完啦。

父：你能肯定吗？近来你的成绩并不太理想，我认为你这些天在校太分心了。你和那帮人混在一起致使你学坏了。

子：你总是埋怨我，贬低我。你为什么嘲笑我呢？成绩好坏是我自己的事。无论如何，我记不起来，最后一次看到你读这本书的时间了！

这些情境意味着什么？沟通障碍。总之，有谈话者必有听话者，但听者所接受的信息与传者意欲表达的信息往往大相径庭。对于这些传播者来说，沟通障碍是造成这些差异的主要原因。

障碍司空见惯，这方面的例子在人们的生活实践中俯拾即是。然而，几乎没有人能举出沟通障碍的例子。我们依赖沟通来满足物质要求、锻炼心智和提供精神食粮。沟通是人类最重要的生存技能，但大多数人都认为并不能进行理想的沟通。

正是因为很多人既可以沟通又不会科学地沟通，我们才写了这本书。本书所提出的沟通原理和观点，能帮助你较好地沟通。我们可以借助于一种清楚的、容易理解的、有用的方法进行缜密地思想。我们认为，如果你在日常生活中应用这些原理，定能较富有成效地沟通。

不过你应该知道，这并不是一本“烹调书”。你也不会发现

简单的诀窍和能使你顷刻间成为超级沟通明星的公式。对一个人如何才能比较富有成效地沟通这一问题，我们未作简单的回答，但原理确实存在。如果你学会应用这些原理，将会提高沟通技能。如同工具一样，这些原理在实际运用中熟能生巧。所以，学习本书的知识，与你的朋友讨论书中所提出的问题，勤于实践，你就会懂得沟通是怎样实施的，就能使沟通更好地为你服务。

沟通在生活中扮演什么角色这个问题无需我们在工作中加以说明，或在学校加以说明；无需我们比较富有成效地听督学员所给予的指导——甚或无需向朋友和家长较清楚地陈述这些思想。这是一个十分重要的问题。对它的回答为本书其它所有问题提供了基础。

沟通，是人类最重要的生存技能，因为它关系到我们怎样与所处的世界保持联系。毫无疑问，物理世界的存在是不以我们的意识为转移的。即使我们自己不存在时，它也仍然存在。但我们与物理世界有什么联系？沟通是我们认识皮肤“外面”世界的唯一方法。当我们受到外部世界刺激时，通过中枢神经系统对刺激作出解释，这就是沟通。这就是我们如何认识世界。

我们不断地接受和解释，每一分钟都不间断。因此沟通是一个过程。沟通过程观点影响着本书的全部内容。为此，我们要花较多的笔墨来阐释所谓沟通是一个过程的意旨。

第二节 过程界说

过程一词涉及到导致与初始原理不同的原理间的一系列相互作用。例如，薄膜加工成图片，小麦加工成面粉；办理申请表；新汽车是经装配线工序制造的。在每一过程中，要素相互作用，从而由原料中产生一种新产品；在每一过程中，原料改变其自身的

形态,但其质量是守恒的。当生产出图片时,薄膜并未被摧毁;当面粉被加工出时,小麦只是改变其形态,并没有被消灭。可以把申请表中的信息转移到电子计算机磁带上,将申请表付之一炬,但其中的信息并未丢失,只是在燃烧中由纸变成了碳和气。在制造汽车过程中,矿石经历了下面这样一个变化系列:岩石→铁→钢→汽车的构架→完整的车。虽然在此过程中产生很多副产品,但没有任何东西完全消灭了。

过程中的活动并不是刚一发生就结束,每一要素或活动,都相互影响其它活动。每一相互作用依次产生将影响其它要素的新东西,如此,循环往复,永无止境。这就是过程的含义。

第三节 作为过程的沟通

雷·伯德惠斯特尔(Ray Birdwhistell)说:“个体并不沟通,但单个的人与人沟通或成为沟通的一部分。”这一论述概括了作为过程的沟通思想。只要人们存在,沟通就必须包括很多要素,这些要素在一系列连续的相互作用中相互影响。因为一些相互作用有规律地产生,所以它们被描写成沟通过程。视它们为亚过程,这对我们来说可能是有帮助的,但我们拟将沟通的这些方面描写成沟通过程。

我们首先讨论沟通要素,然后介绍重要的、被称之为沟通过程的相互作用这一概念。当我们讨论沟通要素和沟通过程时,必须记住我们还在谈论着过程。这使你想起,部分之间是互动的。如果我们认为部分是孤立存在的,将会导致对沟通的理解陷入混乱。

实际上,沟通过程的所有部分几乎同时发生,它们发生时即相互作用。为了研究沟通,我们又必须孤立地看待每一部分。这

好象是在看电视足球赛，直播停止了比赛中的精彩场面。单个画面显示给我们的只是精彩场面的一部分，而并未显出全部比赛。但使用能够把比赛分离成几个部分的分镜头照相机，能帮助我们较好地理解全部比赛。我们在本书这一部分将孤立地看待沟通过程的各个部分。这样做，是为了使全部过程变得比较清楚。如果弄懂沟通的各个部分，也就能懂得它们是如何共同发生作用、产生沟通的了。

一、关于沟通的要素

我们可以确定如下八个沟通要素：（1）信源，（2）受传者，（3）传感器，（4）信息载体，（5）信息，（6）响应器，（7）反馈，（8）环境。

1、信源和受传者

为了说明这些要素，让我们看一个沟通的例子：你正在读一本书。这本书就是信源，你就是接受器。你的眼和手构成了传感器。当你看一本图文并茂的书时，就会感到书在你手中，你的眼、手的神经和肌肉将你所见的情景和触感传到大脑。这就是你被描写成受传者的原因。

如果说沟通情境（situation）涉及到两个人之间的对话，那么，对话的双方既是受传者又是信源。每一方都看并听另一方。每一方都拥有收集感觉并将这些感觉传到大脑的传感器。因此，当我们谈论人际沟通时，要把每个人看作既是信源又是受传者。

我们把人际沟通中的人说成是传者（source）和受者，而不是把他看作是说话者和听话者。这是强调我们所接受的感觉内容（不只是信息）能导致沟通。在绝大多数普通类型的人际沟通中，我们既听到人又看到人。从这些人看起来怎

么样，如何穿着和运动等中，可以获得很多信息。此外，人们相遇时常常互相挥手，因而产生接触沟通。他们常搽着香水或科隆香水，刚刮过胡须，身涂除臭剂，所有这些都是通过嗅觉所获得的信息传播源。沟通中非词语信息源是如此重要，以致我们后面将辟专章来讨论人们是如何实现非词语沟通的。

2、信息和信息载体

我们正在谈论着传播信息和信息载体，并注意到几种信息载体。现在我们将考察两种重要的信息类型：潜在信息和可见信息。

潜在信息。在人际沟通中，潜在信息是指传播者要求受传者加以理解或认知的思想或情感。潜在信息只“存在于”传播者中。人们为了传播潜在信息，通常需对其实施“编码”。

编码一词指词语信息（或许是非词语信息）在传播中如何发挥功用。所谓对潜在信息进行编码，就是借助选择词和句子结构来表述打算陈述的内容。理解这一点是十分重要的。潜在信息即为传播者意欲沟通的信息。词语并不是潜在信息，词语仅仅阐述或代表潜在信息。

信息载体。我们把沟通中的一个人实际言行的东西称做信息载体。除了所写或所说的词语之外，很多东西载有信息，例如、姿势、由一地到另一地的运动、微笑、皱眉、目的、时间与空间的使用以及任何嗅或其它类型的刺激，即当一个人讲话时或听另一个人讲话时可能“释放出来”的刺激。

这部分传播过程是短暂的，绝大部分信息载体的存在是随机的，不能重获。当然，录像带能够录下许多信息载体，但也并非全部信息载体。此外，很多人怎么能够通过磁带把我们正在与他人相互沟通时所说所做的一切事都记录下来呢！如果只是记住信息载体并非持续的，大多数人就能大大改善与他人的沟

通。

可见信息。可见信息包括受传者听、看、触摸、嗅或尝和译码等。可见沟通不仅需要听或看，同时还包括解释（译码）。一个听到词语的人算是接受了感知内容，但他仍未接受信息。听者首先必须译码，这意谓着一个人必须解释所接受的内容，必须对所感知的内容给出含义。我们常会听到一些声音，如乐器发出的声音，厨房中碟子落地声，或者是我们以前从未听到过的声音。

听到Pozə这个词将不是一个有意义的可见信息，除非你懂得俄语编码。假若那样，你的可见信息可能是你正在听一种外国语或讲话的人对那个字未能正确地发音或者是讲话的人出现了错误。对此也可能作出一些其它的解释。关键是不管你如何解释可见信息，它都不是人们所说的实在词语。

我们必须找出潜在信息和可见信息之间的本质差异。受传者经常理解传播者无意发送的信息，我们获得（和反馈）的很多信息来自于信息载体。而传播者对这些信息载体过去完全没有意识到。受传者常常从未曾述及的某物中，从一个人看、听的方式中，或从未曾发生作用的某物中得出结论。这些就是可见信息，即使传播者没有意识到它们。这种无意识的信息发送对于非词语传播是至关重要的，但它并不是限于非词语传播。可见信息意指受传者偏爱接受感觉内容而这些感觉内容可能或者有意发送或无意发送。

如果我们全都记住并且依据潜在信息、可见信息和信息载体之间的重要区别行事，我们就全都实现比较富有成效地沟通了。大多数人既能够进行沟通而又不善于沟通的理由之一，在于他们是如此健忘，以致经常词不达意，受传者并未总是象传播者那样接受词语，也并非象传播者那样有意识地感知词语。本书的以下部分将致力帮助你记住这些区别，并用这方面的知识改善你的沟