

人,作为传播的存在

我们生活在传播的海洋里。

走在街上,会有熟人打招呼;各种各样的广告总要吸引你;做生意的大声向路人吆喝;也会有人朝你手里塞张产品介绍;超大型的电子屏幕上正播送着国际要闻;大街上,开来了宣传车,呼吁你立即投身到戒烟运动之中……各种各样的信息传播真如山阴道上,目不暇接。

我们彼此交谈是传播,看书、读报是在传播,看电影、听演讲当然也是在传播;一人独处当然要安静很多,可也会思考问题,自言自语,这也是一种传播。比如,李太白写过一首诗:床前明月光,疑是地上霜;举头望明月,低头思故乡。如此的心潮起伏岂又逊于大庭广众的人声鼎沸?而晚年的李清照独自幽居,一阵秋雨,竟也引发了这位饱经战乱流离之苦的女才子无限的心绪,所谓:“寻寻觅觅,冷冷清清,凄凄惨惨戚戚”;所谓:“雁过也,正黄昏,却是旧时相识”;所谓:“梧桐



更兼雨“点点滴滴”。真是写不尽的忧思和感叹,即使千百年之后,依然令人感奋不已。

我们白天有学习、有工作,或参加会议或忙于应酬,要处理各种各样的信息而不亦乐乎,这是在传播;回到家里虽然可以轻松轻松了,但聊聊天,看看电视,不时还换换台,这也是在传播。睡觉了,一切该安静了罢?非也!一会儿做这个梦,一会儿做那个梦,梦中的景观甚至比白天还要热闹。同样是在传播。

我们常见一些小说中写道:“随着一声响亮的啼哭,一个小生命来到了人间……”是的,一声啼哭传递了生命的信息,又一个生命加入了人类的传播世界。过去说一个人死了,标准是心脏停止跳动,如今准确定义为脑死亡,还是使我们想起了传播。

除了各种有声有色的传播,我们生活中发生的一切,我们的衣食住行也无一不是在传播着信息。

毫无疑问,衣着决不仅仅是为了遮体。孔子说“微管仲,吾其被发左衽矣”,在这里,服是区别不同阶层的标志。像黄袍加身,就体现了不同身份,够“黄袍加身”,

如今虽然没有那么多的讲究,可是一个人穿什么样的衣服,意思还是大不相同。是西服还是中山服,是制服还是便装,不同的场合有不同的要求,一点也马虎不得。专家们认



为,两个穿着便服谈判的人要比两个穿军装的人更易化解敌对态度。时髦的女士则为了领导服装新潮流,“宁要风度,不要温度”。而大文豪萧伯纳干脆走到了极点,建议两个大国领导人在举行军备控制谈判时什么衣服也不要穿,真是赤裸裸的天真。

我们的“食”当然也不仅仅是为了填饱肚子。毛泽东爱说不吃辣椒就不会干革命,这固然是谈笑风生。然而,君子渴而不饮盗泉,就是一种认真的生活态度了。古人有不食嗟来之食的硬汉,有不食周粟而逃上首阳山的伯夷和叔齐,今人有宁可饿死也不吃美国救济粮的朱自清,在这里,“食”的意义也就是生命价值的意义。

同样,我们的住和行也在传播着特定的文化信息。一个人当了大官,如何出车非常有讲究:过去是八抬大轿,鸣锣开道;如今则比较坐什么牌子的车子。北京故宫是世界上保存下来的最大的古皇宫建筑群。它的意义当然也不仅仅是留下了那么多的房子,体现了古代劳动人民的智慧结晶。有位海外归来的老学者说,当他来到北京的故宫时,心灵就会感到强烈的震撼。他说:“我研究了一辈子封建社会,今天才真正感受到什么是封建社会。”这就是建筑在说话,是故宫特有的文化意蕴。

的确,在人类世界无物不传媒,传播无时不在,无处不在。你可以不说话,可你的眼睛、脸色、行为、姿势在说话;一



个人可以遗世孤立,隐居深山,但这么做本身也就是在向世界传播不与社会认同的特定信息。两个国家可以没有外交关系,可依然通过各种各样的途径互相做生意,民间的往来也是热闹非凡。一个社会组织成立了,发宣言发消息做广告,当然是传播。只要它试图继续存在下去,它就必须继续以不同的方式向社会传播信息,要召开专门的会议,印发专门的刊物,成员之间也要进行经常性的沟通。可以说,我们一生都在做传播的工作。

而且,传播具有一定的不可控性。我们可以从字里行间听出弦外之音,也可以从衣帽服饰对一个人做出判别。过去有个大官,走起官步来气势十足,可每次吃饭总要在手心齐齐篋,就是这么一个动作,人们一下子明白了他的出身。因为过去只有打鱼的人才习惯那么做。果然,那人是因渔暴富之后,花钱捐的官。明末洪承畴被清人俘获后,态度非常坚定,连皇太极也失去了信心。可是皇太极的谋臣却从一件很小的事情上看到了希望:洪承畴对落到衣服上的灰尘掸得很细心。连一件衣服都那么爱惜,何况生命呢?美国总统林肯曾经不要某个人来当自己的秘书,因为那人的面容不好。林肯说,人过四十就该对自己的面容负责。无独有偶,中国古代的圣人孟子也早就提出了类似的看法。

你看,我们根本无法拒绝传播。

当然,各种各样的传播无论在形式上还是内容上都带有



自己的特点。有的喃喃细语,有的人声鼎沸;有的羞羞答答,也有的理直气壮;有眉眼传情,也有怒目金刚;有的传播直截了当、开门见山,也有的传播转弯抹角、费人思量。我们通常用的最多的是人际传播,只要张口就行;但是如果上电视,就不那么简单了,得由专业的人员来安排。比如如何化妆,如何上镜头,如何展示自己最有魅力的一刹那……

当然,我们也可以提出各种各样的问题:

——我们为什么爱听别人讲好话?至少,不爱听别人教训自己。

——中国人年年有个大年三十,讲究合家团聚,究竟有什么意义?

——传宗接代的观念是如何深入人心的姑且不论,一个人姓什么却是非常讲究的。有户人家喜得贵子,丈夫要跟自己姓,妻子要姓娘家的姓,连孩子的奶奶和外婆也不甘寂寞,要孩子跟着自己姓。这场奇特的姓氏之争的结果是,最后孩子取名为“点”。每姓占一点。这个现象又说明了什么?

——社会是人际关系的联络网,人与人之间的关系是借传播而建立起来的。但是考察我们与别人的关系,有的是天涯若比邻,而有的,则恰恰相反,是比邻若天涯,为什么?

——我们不少人都是生活中的大好人,可是为什么喜欢看恐怖影片?而且越刺激越好?

——据调查,美国拳击比赛中最多的忠实观众是老年妇



女,为什么?

——报纸上某地建成一条防洪大坝,可保护下游多少地区生命财产安全的消息可能未引人注目,但是,倘报道某地发了大水,洪水肆虐,淹没多少人家,则必定是引人注目的。同样,一条关于谋财害命的报道所引起的注意也远远要超过一条拾金不昧的报道。所以,有许多的小报和杂志就专爱登这些东西,至少,也从一个方面说明了它们有市场,为什么?难道真是人心不古,世风日下?

——我们是以什么样的心态看广告的,又是以什么样的心态听气象预报的,二者有什么不同?

——真的是有理走遍天下?人真的是有理性的动物?

——什么叫礼尚往来?如何往来?当年子路禀告老师孔子自己要“以德报怨”,孔子问,“又何以报德?”于是子路无言以对。孔子的回答是:以德报德,以直报怨。为什么?

——夫妻争吵、朋友反目,起因常常不是什么了不起的大事情,甚至不知为什么就闹到了这一步,这又是为什么呢?

——交通路口,红灯停,绿灯行。可要是红灯一直亮下去,你又会作何感想,为什么?

——常有人说,名字不过是个符号,对上号就行。真是这样吗?什么叫符号?为什么同一个人的名字,在不同的人的心目中却可以引起不同的反应?

——我们是如何应对世界的?人和人之间的差别,真的



比人与野兽之间的差别还要大吗？

——命运是什么？一个人的命运是由什么决定的？或者，真有命运吗？命运难道是不可改变的？

——在庄严的法庭上，小偷的话与法官的话谁更可信？小偷有可能使自己的话与法官一样可信吗？

——一条吸烟有害的广告对一个老烟枪有什么作用？他会去注意吗？如果他说，“是的，吸烟是有害，可是我们生活中有害的生活习惯又岂止是吸烟！而且，吸烟帮助我缓解了精神紧张，增进了我对生活的信心……这些都使我长寿，两相比较，说不定还多活几年呢？”对此，你又该作何感想？

——两人相识，总是有许多时间来谈论天气，看起来都是无用的废话，果真无用？

——有个作家在与一位女士交谈时，无意问道：“你今年多大了？”女士反问“你为什么问这问题？”幸亏作家圆得快，说：“哦，我很想知道女人的妙龄是在什么时候？”倒也是，为什么对男士不可问收入，对女士不可问年龄呢？

——我们用代价券购物，要比直接用钞票来得大方，我们逛超级商场，往往会有更大的购买欲；失恋平常事，然而如果恰在情人节那天收到“拜拜”的信息，则又格外伤心。这些都是为什么？

——当你得知面前这位正与你交谈的漂亮女性还是个大學生，是不是感到她更加美丽了？但是，当你知道那位外语



出众的小伙子的父亲就是外语教授,是不是对小伙子也更钦佩了呢?

——我们如何与别人打交道?采用什么方式?选择什么途径?古话说“物以类聚,人以群分”,用今天的话说,就是人们总爱与自己社会地位差不多的人打交道。可是工作中的无能者却为什么总是设法与领导拉关系呢?领导可不应该是无能者。

——唐代张九龄为夫人画眉毛而被好事者告至皇上。张九龄回皇上说:“夫妻之间事,更有甚于此者,画眉又算什么呢?”今天的麦当娜之“暴露”更是引得全球的“关心”,如何理解?其实,世上之事,有些是做得说不得;有些则是说得做不得。那么,我们的判别标准是什么?

——孟子劝齐宣王行仁政,宣王信心不足。孟子便举了他不忍杀牛的故事,说:你见了牛泪流满面而不忍杀之,吩咐以羊取代。可老百姓并不以为是大王的善心,反而认为你小气。这是为什么呢?见齐王没法回答,孟子又说:其实,以羊易牛,不是因为吝惜,更不是羊就该杀,而是你是看见了牛的悲伤而没有看见羊的悲伤。这就是不忍之心呀!加以发扬光大,必定可行仁政。你看,连孟子也玩起了“眼不见为净”的名堂。这又该如何理解?

——中国人说要“实事求是”,中国人说“有话当面说”,中国人又说“谁在背后不讲人,谁在背后不被人讲?”反



正,都是中国人说的。

——作家谌容写过《减去十岁》的小说,颇有点黑色幽默的意味。大概是:某地盛传为了弥补十年内乱的时间损失,中央有意发文将每人的年龄减去十岁。于是人们纷纷躁动起来。有年届退休的,庆幸自己又可以在岗位上再干十年;有徐娘半老的,赶着去做时装,因为她们又回到了美妙的青年时代;当然,也有许多刚到结婚年龄的年轻人却成了减去十岁的受害者,他们迫不及待去登记结婚,以免文件一下倒成了少男少女……小说固然虚构,却又并非神话。有史为证:

项羽灭秦之后急着回家,怎么劝也不行,他的理由就是若是称王而家乡父老不得见,那就犹如穿绣衣而夜行,一点意思也没有了。这就是以传播为标准。后来他垓下大败后,宁可自刎也“不肯过江东”,也是自感“无面目复见江东父老矣!”

——曹操官渡之战以弱胜强,部下多有与袁绍暗中书信往来的。胜战之后,曹操却对那些信看也不看,当着众人的面统统烧个干净。如此一烧,人心顿安,军心大定。这又是为何?

——过去的古话说:“好事不出门,坏事传千里”;“王婆卖瓜,自卖自夸”。如今,却要提倡好事要出门,坏事要讲清楚。王婆卖瓜,就是要夸。这正是许多人在做的公共关系。为什么会有如此的观念演变?

——我们无处逃遁传播,我们无法隐瞒自己,这就是传



播的不可避免性。但是,在另一个方面呢,传播又是一件非常困难的事情。美国的一项调查结果表明,60%的人最怕讲话。为什么?过去邮局门口常有代人写信的,但也不是什么都写,一是绝命书不写,二是爱情信不写,又是为什么?

——为什么好心好意会被误解?你的朋友向你借钱而你又不想借,这话该怎么说?你善意地指出了别人的错误,为什么有时反而招致怨恨?

——“误读”是什么意思?人与人真的难以彻底沟通吗?能不能让艰难的对话变得轻松一些?

.....

还可以提出100个问题,它们就发生在我们身边,就发生在我们身上。

的确,传播是人类最普遍的现象,如同空气一样须臾不可离开,传播就是我们这个社会躯体的血液。但有趣的是,人们对传播的研究也如同对空气的认识一样,真正的起步非常迟。真正试图揭示各种各样的传播在构成上的共同性,研究人们如何通过共享信息而建立关系的传播学,也不过就几十年的时间。当然,没有或缺乏研究不等于没有传播艺术,中国是个文明古国,传播学大师宣伟伯说:“中国人数千年有记录的历史中,和我们在比有记录的历史更长的悠久传统中,恐怕已经经历了一切人的传通经验与尝试。不少中国人并没有一本教他传播之道的书,也未受任何传播的专门训练,但运



用媒介、进行说服,其匠心独运与娴熟的程度,教许多精研传播的西方人都惊异不止。”

我们这几本书,主要就是谈人们如何理解信息、做出抉择和实施申张的艺术。因而,也主要是关于传播学或主要从传播角度来看问题的。其中:

《自由沟通——人际交往的金点》:主要从沟通和人际交流的角度,谈传播作为人所特有的信息交流方式,介绍了我们如何运用符号进行有力的申张,如何巧妙地设计、选择和实施准确的传播。传播学大师宣伟伯说:人既不完全像上帝,也不完全像野兽,他们的传播行为证明他们确是人。

《转危为安——冲出困境的金点》:主要谈人们如何通过思维中介而应对环境、如何做出贴切的判断和决策,以及如何摆脱面临的困境,并扭转败局。书中事例往往有多种的可能性,其解决方法不乏深刻的创造性,既有精妙见识,也有意外的教训。

《不循常道——超越定势的金点》:主要通过一些奇智和诡智的事例,谈人们如何利用现实世界和传播世界的分离而为我所用。这些事例往往不循常道、怪异莫测,充满了人类的大智慧。其中,有大人之智,也有小人之智,皆当可鉴可察。

《一言千钧——论辩致胜的金点》:这儿主要讲述了论辩中的智慧与机智,书中所谓奇辩,就是理由或论证方式奇特生动,能思人所未思、先人所见、言人所未言。所有事例都



构思独特,方式灵活,语言精妙幽默,而论辩风格潇洒轻灵。其一问一答、三言两语,均给人以极深刻的印象。

《攻心为上——说服对方的金点》:这儿主要侧重谈有关改变人们态度或观点的方法和艺术。说服力传播也叫劝导,现代的研究中,是一种科学性和艺术性的统一,也是“是什么”与“应如何”的统一。

《双赢天下——成功谈判的金点》:主要谈人们是如何运用谈判来建立关系、传递信息、施加影响并满足需要的。谈判有谈判的谋略和艺术。它们各有什么特点,又是如何起作用的,乃至谈判中的主体人格、心理情感、语言风格等,都是本书要讨论的对象,而所有这些方面无一不涉及谈判的策略与计谋。

所以,这六本书既各有侧重而又有着内在的联系。在表现形式上,依然是掘井及源式的,即尽可能寓抽象的理论于生动的实践典型之中,寓系统的结构于自然的议论之中。在我看来,在解决智慧与内化的关系上,这种方法比高头讲章自有其独到的地方。

我们在十多年前就开始了关于传播及其应用的探讨,先后参加这个工作的朋友有:卫军英、洪加祥、单东、朱家华、李振华、黄自立、张建功、王京芝等,也出版过若干这方面的图书。时至今日,还经常有热心的读者和我们联系,有讨论问题的,也有提出自己的更为新颖的思路和方式的。这些都使我



们很受鼓舞,从而也有了进一步调整和琢磨的想法。在此,我非常感谢中央编译出版社副总编王吉胜先生,他给我们提供了将可能性转变为现实的机会。

本次的改编和修改是由我来完成的,应该说,许多方面依然带有探索的性质,失误和不足之处定然存在。这是应该由我负完全责任的,也恳请读者朋友不吝教正。

王政挺 2001年12月于心远斋



第一篇

利益、公平

因为需要

入世谈判,让两步赢得五大步

提起谈判,不少人会想到唇枪舌剑、你输我赢。然而,这并不全面,也不深刻,比如我们可以从一滴水知晓所有的水滴,然而却不能从一片树叶知晓整个泰山,虽然树叶也来自泰山。

谈判的奥妙在于人们的需要!

唇枪舌剑、你死我活是为了需要;满面春风、携手共庆也是为了需要。故布疑阵、暗度陈仓是为了需要;开诚布公、坦率直陈也是为了需要;委曲求全、言辞卑怯是为了需要;义无反顾、慷慨激昂也是为了需要……需要,还是需要。需要是旋转谈判的魔方;需要是谈判运作的答案;需要是人类谈判的目的;需要,同样也是一种谈判的谋略。



让我们先看一个故事：姐妹俩共享一只橘子，一人一半。妹妹吃肉扔了皮，姐姐正相反，她只是要桔皮做蛋糕。如果她们明白各自的需要，最佳的方案可能是妹妹吃整个桔肉，姐姐拿走全部桔皮，两利相衡择其大、争取满足最大需要。

再看一个真实的故事：达尼尔·斯瓦罗斯基家族的玻璃制造在奥地利享有盛名。不幸的是，它在二战期间曾奉纳粹德国之命制造军需品；更不幸的是，战后它的公司将因此而被法国当局依法接收。一个叫罗恩斯坦的美国人知悉上情后，立即与达尼尔·斯瓦罗斯基家族交涉：“我可和法国交涉，不接收你的公司（法军不能接收美国人财产），不过条件是：交涉成功后，请将贵公司的代销权让给我，收取卖项的百分之十好处，直到我死为止，阁下以为如何？”

这个算盘打得太精了，斯瓦罗斯基家族大发雷霆，但结果呢？还是接受了罗恩斯坦的要求。——罗恩斯坦未花分文便设立了赚大钱的代销公司，而斯瓦罗斯基家族两害相权择其轻，也是有利的。

谈判的本质便是通过不同的利益交换来满足自己的需要。或者，交换自己不需要的东西而得到自己需要的东西，“一个人的垃圾可能是另一个人的财富”；或者，拿自己不太需要或不迫切需要的来交换自己更需要的东西。这也就是为什么流浪汉可能不得不用金元宝去换面包的道理。

中国为加入世界贸易组织，谈判长达15年，因为在一个



开放的、多元化的国际环境中,中国必须走进世界贸易大家庭。这其中,有坚韧的争取,也有明智的妥协。中国首席谈判代表说,当中美谈判几乎再次面临破裂之时,中国总理朱镕基亲自出面要与美国代表谈。七个棘手的问题,谈判刚开始,中国总理就对第一个问题作了让步,第二个问题拿出来,中国总理又作了让步。然后,中国总理对美国代表说,“涉及的七个问题我已经有两个作了让步了,还是我们最大的让步!”美国代表惊愕之余,经过商量,终于同意与中国达成协议。

我们每个人的需要各有不同,一个人不同时期也有不同的需求,这便使交换有了可能。像《悲惨世界》中的孩子,最大的需要是满足“我饿了”;得意的暴发户最需要的是上层社会的面具;《红楼梦》中贾母和刘姥姥同游大观园,前者满足了至尊的需要,后者因此而多得了不少财物。当然也有一些需要是共同的。一个笑话说,某地一位非常富有的犹太人,遗嘱要求将金钱装满棺材,“我要拥抱着现金到极乐世界去!”在送葬的途中,富翁的一位好友得知有巨款陪葬,便立刻启开棺盖,双手伸进去捧出一大团现钞,开进一张自己的与现钞同额的支票,并且顺手拍拍老友的肩膀道:“喂,老兄,换一张同额的支票给你,想你在九泉之下该会感到同样满足吧!”瞧,也实现了满足各自需要的交换。

所以,谈判的谋略就在于弄清双方的不同需要,并以此为基础寻求最大的利益。其要点有四:

