

及商务沟通指南(中英文对照)

[美] Mary Munter 著

钱小军 张洁 译

PEARSON

Prentice  
Hall

Guide to Managerial Communication

# 管理沟通指南(第六版)

## 有效商务写作与交谈

Effective Business Writing and Speaking

Pearson  
Education

清华大学出版社

高级商务沟通指南(中英文对照)

F715  
43

[美] Mary Munter 著

钱小军 张洁 译

Guide to Managerial Communication

# 管理沟通指南(第六版)

## 有效商务写作与交谈

Effective Business Writing and Speaking

北方工业大学图书馆



00546641

清华大学出版社  
北京

Bilingual edition copyright © 2003 by PEARSON EDUCATION ASIA LIMITED and TSINGHUA UNIVERSITY PRESS.

Original English language title from Proprietor's edition of the Work.

Original English language title; Guide to Managerial Communication, 6th ed by Mary Munter, Copyright © 2003.

EISBN: 0-13-046215-2

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall.

This edition is authorized for sale and distribution only in the People's Republic of China (excluding the Special Administrative Region of Hong Kong, Macao SAR and Taiwan).

本书双语版由 Prentice Hall 授权给清华大学出版社出版发行。

For sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macao SAR).

仅限于中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)销售发行。

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2003-4358

本书封面贴有 Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签,无标签者不得销售。

#### 图书在版编目(CIP)数据

管理沟通指南——有效商务写作与交谈(第6版)/(美)蒙特著;钱小军,张洁译. —北京:清华大学出版社,2003

(高级商务沟通指南)

书名原文: Guide to Managerial Communication Effective Business Writing and Speaking: Six Edition  
ISBN 7-302-06920-4

I. 管… II. ①蒙…②钱…③张… III. ①商务—英语—写作—指南②商务—英语—口语—指南  
IV. H31-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 060425 号

出版者: 清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社总机: 010-62770175

地址: 北京清华大学学研大厦

邮编: 100084

客户服务: 010-62776969

责任编辑: 王青

封面设计: 钱诚

版式设计: 刘祯森

印刷者: 北京牛山世兴印刷厂

发行者: 新华书店总店北京发行所

开本: 185×230 印张: 23 字数: 469 千字

版次: 2003年8月第1版 2003年8月第1次印刷

书号: ISBN 7-302-06920-4/F·578

印数: 1~5000

定价: 36.00 元

# 中文版序言

## Guide to Managerial Communication

认识《管理沟通指南》的作者玛丽·蒙特(Mary Munter)以及该书的中  
文译者钱小军和张洁是我的荣幸,我也很高兴自己曾为她们之间建立  
联系,从而为中文版的完成做过一点工作。

管理沟通——管理人员与各种相关人员之间的有效沟通——是商业企  
业的中心问题。很长时间以来,在美国的商学院本科教育中一直有商务写作  
和商务沟通课程,但是当时人们普遍认为这些课程对于工商管理硕士学生不  
是必需的。直到大约 20 年前,美国商学院的毕业生以及他们的雇用单位开  
始感到工商管理课程设置在管理沟通方面的缺陷,因此呼吁商学院在工商管  
理教育中引进管理沟通课程。当时在斯坦福商学院、目前在达特茅斯大学阿  
莫斯·塔克商学院任教的玛丽·蒙特教授从那时起,就是在工商管理硕士教  
育中发展和推广管理沟通课程的首创者,同时也是最主要的人物之一。

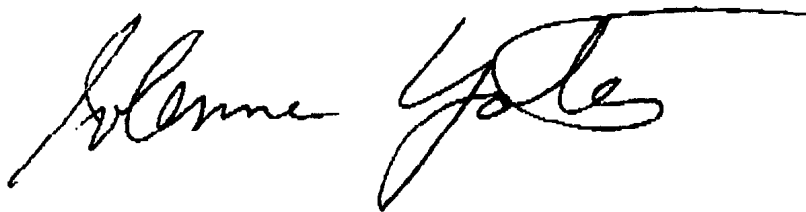
玛丽·蒙特从一开始就注意到,像本科生那样仅仅强调写作技巧对于工  
商管理硕士学生来说是不合适的。《管理沟通指南》提出并不断地强调管理  
沟通课程侧重点上的两个变革。第一,该书强调的是沟通策略而不是技巧,  
认为特殊的技巧与有效的沟通策略相比不是最主要的。这种对策略的强调  
对当前工商管理硕士教育中管理沟通课程的地位起着十分关键的作用。第  
二,该书不是把写作与交谈分开来处理,而是把它们结合在一起,不仅承认这  
两种沟通形式的共同性,而且指出它们的特殊性。以上两点使得玛丽·蒙特  
的这部著作成为美国以及国际上许多国家管理教育中第一部最好的,并且目  
前仍然是最好的管理沟通教材。

在中国的国际化商务企业开始飞速发展的时候,把蒙特的《管理沟通指  
南》这样一部西方管理方面的主要教材翻译成中文将是非常有益的工作。我  
认为钱小军和张洁两位女士是翻译该书的适当人选有以下几个理由。首先,  
在近来清华大学和复旦大学开始的国际工商管理硕士教育中,她们率先在中

国开设了管理沟通课程。为此,她们访问了麻省理工学院斯隆管理学院,在为时一个学期的访问期间,她们观摩了管理沟通课程的许多课堂——全部采用蒙特的《管理沟通指南》,亲历了一个美国著名管理学院讲授该书内容的全过程。她们还和我以及其他管理沟通课程的老师一起工作,为开设适合清华大学和复旦大学国际工商管理教育的管理沟通课程做了充分的准备。所有这一切,都使她们对自己的使命,对管理沟通,对于当代美国及国际商务以及工商管理硕士教育的重要性有了深入的理解,使得她们成为将该书翻译成中文的最佳人选。

最近出版的一本书(Robert Wechsler. *Performing Without a Stage: The Art of Literary Translation*, Catbird Press, 1998)中提到,文字翻译是艺术再现过程,而不是机械复制过程。这个艺术再现的实现不仅要求译者理解原文的字面意思,同时要求他们对文字所隐含的文化以及译著未来读者所具有的文化都有充分的理解。尽管《管理沟通指南》不是小说,也不是诗歌,对它的翻译仍然是既需要对两种语言的熟练掌握,也要有深刻文化理解的艺术再现过程。根据我对钱小军和张洁的了解,我深信她们有能力译好这部著作。这部译著的顺利完成是我对她们的信心的佐证。

《管理沟通指南》中译本是对中国管理教育的重要贡献。我向所有有志从事国际商务的中国学生以及所有商务从业人士郑重推荐这本书。



麻省理工学院斯隆管理学院沟通  
与信息研究系管理学副教授

琼安·耶兹(JoAnne Yates)

1998年11月

# 译者序

## Guide to Managerial Communication

19 97年8月至1997年12月,译者有幸在美国麻省理工学院斯隆管理学院进修,有机会在琼安·耶兹(JoAnne Yates)教授和凯·亨利(Kay Henry)女士的指导下集中地、同时也是系统地研究学习了工商管理硕士(MBA)“管理沟通”课程,深深感到管理沟通对于管理人员的重要意义以及我国在管理人员沟通意识和沟通技巧方面教育培训工作的欠缺。这一看法也从我们与数家外企公司的接触中得到印证。因此,为提高我国教育界和工商管理界对沟通意识重要性的认识,掌握沟通技巧的主要方法和具体内容,我们决定翻译一本管理沟通方面的书。琼安·耶兹教授热情地向我们推荐了玛丽·蒙特(Mary Munter)的《管理沟通指南》(第4版)。

该书强调沟通策略,同时介绍有效的商务口头与笔头沟通技巧,在沟通策略、写作过程、商务文件的结构设计、风格及语气选择、编辑修改、专题讲演、组织会议及小组讨论、视觉工具的运用以及非语言性表述和倾听技巧等方面做了清晰、实用和简练的阐述。

该书是美国麻省理工学院斯隆管理学院以及许多著名美国商学院工商管理专业管理沟通课程的教材。与其他同类书籍相比,它没有练习和例子,只有原则性的阐述,十分实用,易读,简练。不仅可以作为我国大专院校本科生、研究生管理沟通课程的教材,同时也可以作为从事管理工作以及其他技术人员的手册式参考书。

为了奉献给读者一本质量上乘的译作,我们几经修改,努力做到使全书的译文能准确、贴切,并且更加符合中文的语言习惯。

如今,清华大学出版社再次引进《管理沟通指南》(第6版),作为译者,我非常高兴将本书的最新版本奉献给广大读者。

我们要特别感谢琼安·耶兹教授郑重推荐原书的作者和这部教材,深深地感谢她和作者对我们翻译能力的信任和鼓励。同时,复旦大学管理学院学

生汪超、孙俊信、李伟、王铮以及清华大学经济管理学院研究生龚白云参与了本书的初译工作,在此我们表示由衷的感谢。全书由清华大学的钱小军和复旦大学管理学院的张洁负责审校,并由钱小军统校定稿。书中疏漏错谬之处在所难免,恳请广大读者不吝指教。

译者  
2003年5月

中文版序言 .....	I
译者序 .....	III
引言 .....	1
本书能向你提供哪些帮助? .....	1
本书的使用对象 .....	2
本书的写作目的 .....	2
本书的组织结构 .....	3
鸣谢 .....	3
<b>第一章 沟通策略 .....</b>	<b>5</b>
沟通者策略 .....	6
沟通对象策略 .....	10
信息策略 .....	16
渠道选择策略 .....	19
文化背景策略 .....	24
沟通策略检查清单 .....	26
管理沟通指南之指南 .....	27
<b>第二章 写作：效率问题 .....</b>	<b>29</b>
一般情况下的写作 .....	30
特殊情况下的写作 .....	36



<b>第三章 写作：宏观问题</b> .....	41
具有“快速浏览价值”的文件设计 .....	42
显示连接的结构化标志 .....	48
有效划分段落和章节 .....	52
<b>第四章 写作：微观问题</b> .....	55
去繁求简 .....	56
文体选择 .....	62
写作检查清单 .....	69
<b>第五章 演讲：语言结构</b> .....	71
叙述型与说服型演讲 .....	72
问答过程 .....	75
商讨型与参与型会议 .....	78
其他演讲情况 .....	81
<b>第六章 演讲：视听辅助</b> .....	87
视听辅助工具的总体设计 .....	88
每张图表的设计 .....	95
视听辅助设备的选择 .....	108
视听辅助设备的操作演练 .....	111
<b>第七章 演讲：非语言技巧</b> .....	115
非语言表达技巧 .....	116
非语言倾听技巧 .....	124
演讲核查清单 .....	127
<b>附录 A 备忘录、报告和信件的格式</b> .....	129
备忘录 .....	129
报告 .....	130
信件 .....	131
信件的格式 .....	133

附录 B 无歧视性语言 .....	135
附录 C 语法和习惯用法 .....	139
附录 D 标点符号 .....	145
参考文献 .....	151



## 本书能向你提供哪些帮助

如果你正面临一个具体的沟通难题,请翻阅此书的有关部分寻求指点。例如:

- 你将要同一群陌生人说话或有书面来往。该如何展示和增强自己的可信度?该如何吸引他们?
- 有份书面报告的写作令你不知从何着手。该怎样克服写作障碍?
- 一想到下周要做的演讲便让你寝食不安。你能做些什么来得到放松?
- 你的电子邮件得不到回应,怎样让电子邮件更加有效?
- 你的新电脑程序能制作一流的视听辅助图表及文件格式。该怎样最好地利用它们?
- 你的上司退回了你所写的备忘录和报告并要求你重写。该如何组织你的思绪?怎样才能更简洁地表达自己的想法?
- 会议上的许多时间被浪费了。你该怎样获得更多的成效?

假如你没有具体的问题但却需要总体上的指导、程序及技巧,请阅读全书。

例如:

- 你需要一个有助于整个管理沟通策略思维的框架。
- 你需要更多地了解有关有效写作和修改的过程。
- 你需要掌握为口头演讲做准备的完整步骤。

假如你正在参加一个职业培训课程、一个大学课程或某一研讨会,本书亦可用作参考。

- 或许你已是个很好的沟通者。然而你可能想通过参加一个课程或研讨班来进一步完善你的书面和口头表达技巧。

## 本书的使用对象

如果你需要在一个管理、商务、政府或职业性场合下演讲或写作,也就是说,如果你需要与别人一起或依靠他人获得成就,那么本书就是为你而写的。你或许已经了解这些事实:

- 你的大部分时间都花在为工作而进行的沟通上 各类研究显示有 50%~90% 的工作时间耗费在沟通任务上。
- 你的成功是建立在沟通上的 其他研究显示你在事业上的升迁与你的沟通能力有关。
- 沟通在当今正变得越来越重要 当前的一些趋势,诸如不断加剧的全球化、科技化和专业化使得说服性沟通比任何时候都更重要。

## 本书的写作目的

在我所教授的各类商务和职业性演讲及写作课程中,有成千上万名参加者希望有一个沟通技能的简单总结。许多繁忙的专业人员发现其他一些沟通技巧方面的专著要么过长,要么矫枉过正或者只是充满了无关紧要的信息。

如果你需要简短的、较职业化且可读性强的系统指导,那么本书便是最为合适的选择。

- 简洁 本书总结了从上万页课本和研究材料中精选出来的结果和模型,省去了大量的实例、案例、脚注和练习。
- 专业化 本书只包含对于专业人士有用的信息。在书中你不会找到有关以下内容的提示:学习技巧,如课上写作及测试;文秘技巧,如信件打字和接听电话;艺术技能,如编写对话和剧目朗诵;求职技巧,如书写简历及求职面试。
- 可读性强 我尽了很大努力使本书清晰实用。本书的格式便于阅读或浏览。语调颇为直接、简朴且非理论化。

## 本书的组织结构

本书分为四个主要部分。

### 沟通策略(第一章)

有效的管理沟通——无论是书面还是口头——皆建立在有效策略上。因此在进行笔头或口头表达之前,首先需要分析这一章所探讨的五大策略性的变化因素:(1)沟通者策略(目标、风格及可信度);(2)听众策略(他们是谁,他们了解什么,他们感觉如何以及如何怎样激励他们);(3)信息策略(如何强调和组织);(4)渠道选择策略(何时运用书面表达,何时运用口头表达);(5)文化策略(文化差异如何影响你的策略)。

### 写作(第二章、第三章、第四章及附录)

第二章就写作过程中如何更有效地写作提供了技巧。第三章讨论了宏观或更大的写作问题——包括文章内容设计、连贯与重点以及有效分段。第四章包含了微观或更小的写作问题——去繁就简以及文体选择。附录中含有写作格式、语法及标点。

### 口头表达(第五章、第六章、第七章)

口头表达部分讨论了商务性演讲的三个方面。第五章对言辞方面做了解释,其中包括演讲内容、问答过程、会议以及其他演说场合的言辞运用。第六章描述了视听辅助工具的运用,其中包括设计、设备及操练。第七章分析了非语言性的表达及倾听技巧。

### 参考

本书后面部分的附录涉及商务写作格式、无歧视性语言、语法及标点运用等。本书最后的参考文献目录列出了本书参考资料的来源。

## 鸣谢

我要衷心地感谢那些对本书的写作、出版给予过帮助的人们。感谢本书的书评人: Weber State 的 Lon Addams; 南卡大学(U. S. C.)的 Anne Hill; 约翰霍普金斯(Johns Hopkins)大学的 Larry Jarvik; 杜克(Duke)大学的 Martin McNamee; 金门(Golden Gate)大学的 Walt Stevenson。我尤其要感谢本书的特别编辑 Lynn Russell。当然,我还想向 Misty 表示我的爱戴和尊敬之情。

在过去 20 年里,我有幸与极其优秀的同事、高级管理人员以及学生们一起工作。我

要感谢管理沟通协会和商务沟通协会的同行们,我还要感谢来自 80 多家公司和企业的数以千计的高级管理人员,感谢他们的亲身实践和深刻见解给予我的启发。我几乎不能相信,在达特茅斯的阿莫斯·塔克(Amos Tuck)商学院、斯坦福商学院、日本国际大学和赫尔辛基经济学院我已经教过了成千上万的学生,感谢他们的质询和看法。

达特茅斯大学  
阿莫斯·塔克商学院

**玛丽·蒙特(Mary Munter)**  
**mary.munter@dartmouth.edu**

# 第一章

## Guide to Managerial Communication

# 沟通策略

### 概要

#### 一、沟通者策略

你的目标是什么

你所选择的沟通形式是什么

你的可信度如何

#### 二、沟通对象策略

他们是谁

他们了解什么

他们感觉如何

如何激发他们

#### 三、信息策略

怎样强调

如何组织信息

#### 四、渠道选择策略

写作

与群体(面对面)口头沟通

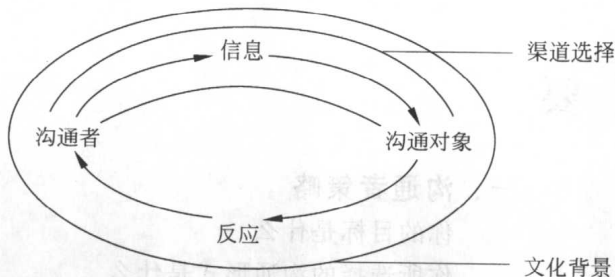
与群体(通过电子方式)口头沟通

与单个人口头沟通

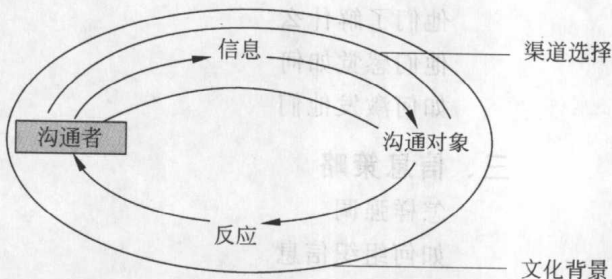
#### 五、渠道选择策略

**管**理沟通与其他沟通不同。为什么？因为在商务和管理场合中光有绝妙的信息还不够：只有当信息让你的沟通对象做出你所期望的反应时，才算成功。因而我们不该把沟通视为一条从发送者至接收者的直线，而是要把沟通想像为下面图示的循环，其中的听众反应则是关键因素之一。

为了获得期望的听众反应，需要在书写或说话之前对沟通进行策略性思考。策略性沟通基于五大相互影响的构成要素：(1)沟通者（作者或说话者）策略；(2)沟通对象策略；(3)信息策略；(4)渠道选择策略；(5)文化背景策略。一定要考虑这些因素如何相互影响。例如，对沟通对象的分析会对沟通者的沟通形式有影响，沟通渠道的选择会影响到沟通的信息，文化背景也会对渠道的选择产生影响。



## 沟通者策略



沟通策略的一个方面必然是有关作为沟通者的你自己的。不论是写还是说，沟通者策略都包括你的目标、你的沟通形式和你的可信度三个方面。

### 你的目标是什么？

确定你的目标有两大重要益处：(1)更有效率，因为如果没有明确的目标，你不会浪费时间去进行沟通；(2)更有效益，因为确切构想出你的目标将使你的沟通更加清晰无误。为了明确自己的沟通目标，应当对它们从一般到具体地仔细琢磨。



**总体目标** 这些是你的综合目的。它们是你所希望实现的目标的概括性陈述。

**行动目标** 为了更具体地定义你的目标,请确定你的行动目标。它们是指导你走向总体目标的具体的、可度量的并有时限的步骤。可用以下方式陈述行动目标:“到某一具体时间取得某一具体结果。”

**沟通目标** 你的沟通目标需要更加具体。沟通目标是指你希望通过一次沟通努力——如一个报告、一封电子邮件或一次演讲——所取得的结果。为了明确沟通目标,可以从“作为这次沟通的结果,我的沟通对象将……”开始,然后明确通过你的沟通努力,你想让你的沟通对象做什么、知道什么或者想什么,并以此来结束这句话。

目标实例		
总体目标	行动目标	沟通目标
沟通各部门工作情况	每个季度汇报两次	这次演讲后我的老板将了解两个新人力资源项目的结果
扩大顾客群	每个月与 20 个新客户签订合同	读完此信客户将签订合同。
建立良好的财务状况	保持不超过 X 的年度资产负债率	读完这份电子邮件后会计将为我报告提供季度支出数据 这份报告的结果是董事会将同意我的建议
扩招女员工	到 2004 年 3 月 31 日前,招聘 30 名女员工	通过这次会议我们将构思一项策略以实现这一目标 通过这次演讲,至少有 10 名女性将报名参加我们公司的面试
保持市场份额	在某日之前达到 X 数量	通过这一备忘录,我的老板将批准我的市场计划 通过这次演讲,销售代表们将了解产品的三项新改进

### 你所选择的沟通形式是什么?

一旦确定了沟通目标,就需要选择合适的形式实现这一目标。以下引自坦南鲍姆(Tannenbaum)和施米特(Schmidt)的架构显示了在不同时刻每个人在实际工作中都会用到的各种沟通形式。不要指望能找到一个“正确”的形式,相反,你应在适当的场合使用适当的形式,同时不要一直使用同一形式。

何时使用叙述或说服形式?当你需要沟通对象向你学习时,就使用这类形式。在叙述形式中你是在叙述或解释;沟通的结果是你要你的沟通对象理解一些你已了解的内容。在说服形式中你是在劝说;沟通的目的是你要你的听众改变他们的想法或做法。在叙述、