



高校秘书学专业系列教材 总主编◎杨剑宇

人际沟通概论

强月霞 唐邈芳 陈伟莲◎编著

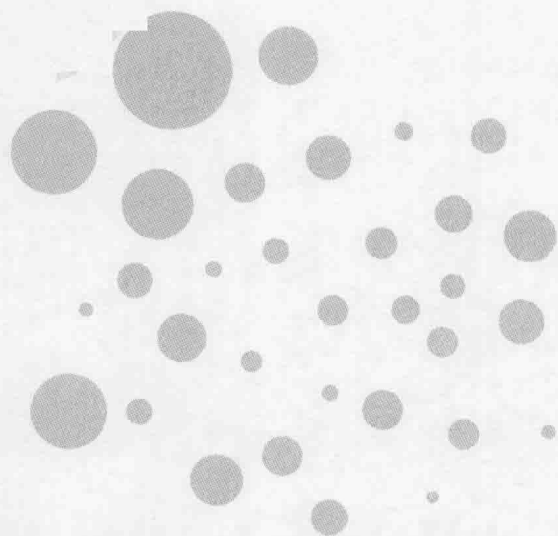


华东师范大学出版社



人际沟通概论

强月霞 唐邈芳 陈伟莲◎编著



图书在版编目(CIP)数据

人际沟通概论/强月霞,唐邈芳,陈伟莲编著. —上海:
华东师范大学出版社,2014.11

高校秘书学专业系列教材

ISBN 978-7-5675-2805-5

I. ①人… II. ①强…②唐…③陈… III. ①人际关
系学—高等学校—教材 IV. ①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 277894 号

人际沟通概论

编 著 强月霞 唐邈芳 陈伟莲
项目编辑 范耀华
审读编辑 许环环
责任校对 王丽平
装帧设计 卢晓红

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 浙江临安市曙光印务有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 17.75
字 数 356 千字
版 次 2015 年 6 月第 1 版
印 次 2015 年 6 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5675-2805-5/G·7762
定 价 35.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

高校秘书学专业系列教材 编委会

总主编 杨剑宇

编 委 杨剑宇 钱明霞 杨 戎
黄存勋 郝全梅 郑健儿
何宝梅 李玉梅 朱欣文

秘书学专业已于2012年正式被列入教育部本科专业目录。我们努力了30余年,终于使学科正式跻身于高等教育本科专业之林,这是学科发展史上里程碑式的跨越,是学科正规化大发展的起步。秘书学科的春天真正来临了!

教材建设成为专业建设的首要任务之一。近年来,全国多家出版社纷纷组织编写秘书学专业系列教材,呈现出百家争鸣、百花齐放的势头,这是专业兴盛的表现,同时,通过竞争,教材也能越编越好。

回顾30余年来,秘书学专业的教材大致经历了两代。

第一代教材产生于20世纪80年代前期,名称有《秘书学概论》、《秘书工作》、《秘书学和秘书工作》、《秘书学》等等。各书的内容一般分三部分:首先是对秘书工作粗浅简单的经验总结;然后,大部分篇幅是文书工作程序介绍和法定行政公文的介绍及写法;最后,再加些秘书工作、档案工作等法规的附录。对这一代教材,宽容者称之为集专业教材、学术著作、工作手册三位一体的连体。批评者斥其难以用作教材,不成工作手册,更远非学术著作,属生硬拼凑、不伦不类的三不像和大杂烩。客观而论,与文史哲等成熟的学科相比,这一代教材确实粗糙、幼稚,难登大学殿堂。然而,任何学科总是从低级到高级,从幼稚逐步到成熟的,因此,其开拓、铺路之功不可抹杀。

第二代教材产生于21世纪初,以全国统编秘书专业自考教材为代表。其主要标志是将秘书学专业的内容分解为“论”、“史”、“应用”三部分,出现了《秘书学概论》、《中国秘书史》、《秘书实务》、《文书学》、《档案学》、《秘书写作》、《公共关系学》等课程教材。这些课程教材既有相对独立的内容和理论框架,又彼此联系,初步形成了学科体系。但是,这一代教材一定程度上存在着基本概念含混、学科界限不清、研究对象欠明、体系不够完整等不足之处。

近年来组织编写的一系列教材,总结了30余年来的经验,是为第三代教材。本系列教材就是试图弥补第二代教材的缺陷,希望成为第三代教材中的集大成者。为此,我们要求各册达到基本概念明确、研究对象明确、课程界限明确、体系基本完整的要求。

本系列教材具有专、全、新的特点:

专——秘书学已成为独立的本科专业,其系列教材应当具有明显的专业性,即:

第一,每册教材都有各自专门的基本概念、研究对象、课程界限、基本体系。而不再是既夹有“史”,又有所谓“论”,还有文书写作、实务等等于一书的三不像和大杂烩,也不能是相互混淆、重叠的复制品。

第二,本系列教材全部由长期从事该课程教学、研究的具有高级职称的专业教师对口主编,凝聚了他们十多年或者几十年的教学经验和研究成果。例如,我们邀请四川大学知名文书学专家杨戎教授、知名档案学专家黄存勋

教授主编《文书处理和档案管理》，邀请山西省写作学会会长、山西大学郝全梅教授主编《秘书应用写作》，邀请从事秘书专业管理学课程教学近二十年的常州工学院人文学院院长钱明霞教授主编《管理学原理》，等等，以此保证本系列教材的专业性和高质量。

全——我们同时着手编撰秘书学专业系列教材和涉外秘书专业系列教材，这两个系列的教材，可相互交叉使用。这是至今最全的秘书学本科专业系列教材。

秘书学专业的主干课程，经学界在哈尔滨、杭州、厦门等召开的几次全国研讨会上反复讨论，认为应以七门课程为核心课程，在此基础上编写教材，即《秘书学导论》、《中国秘书史》、《秘书实务》、《秘书应用写作》、《秘书公关原理与实务》、《文书处理与档案管理》和《管理学原理》。本系列教材除此七册外，还包括了专业主要课程《秘书心理学》、《秘书实训》等。

鉴于涉外秘书专业与秘书学专业有明显区别，我们策划、组织一批长期从事涉外秘书课程教学的专家编写了涉外秘书专业系列教材，共七册，包括《涉外秘书导论》、《涉外秘书实务》、《涉外秘书英语综合》、《涉外秘书英语阅读》、《涉外秘书英语写作》、《涉外秘书英语听说》和《涉外商务单证》。

新——各册尽可能增加新内容、新观点，选用新案例、新数据、新材料。同时，文风和版面适应新时代大学生的需求，力求新鲜活泼，一改秘书专业教材严肃、刻板的面貌。

参与这两套系列教材编写的专业教师，多达几十人，来自各高等院校，北到哈尔滨、南到湛江、东起上海、西到广西，遍布全国，是一次学界的大兵团作战。我们希望将教材编写得尽可能好些，能成为受大家欢迎的教材，我们为此付出了不少努力。但是，由于秘书学专业尚是发展中的新专业，还在摸索探讨中行进，也由于参编人员能力有限，所以，书中不足之处难免，还望学界同仁批评指正，不吝赐教。

总主编：

楊劍宇

2012年12月于上海

前言

美国现代人际关系教育的奠基人戴尔·卡耐基曾经坦言:一个人的成功 15% 取决于专业知识, 85% 则取决于社交能力; 掌握了与人交往的技巧, 才会拥有一个好人缘, 在通往成功的道路上才能左右逢源, 如鱼得水。正因为意识到人际沟通的重要性, 在这个万事都被量化的“Q 时代”, 人们在“IQ(智商)”、“EQ(情商)”之外又提出了融二者于一炉的新概念“ICQ”作为人际沟通指数, 因为人际沟通对智商和情商都有要求, 这个指数的高低除了直接反映沟通能力的强弱, 还能间接反映智力和情绪管理能力的高低。

的确, 人人都渴望成功, 更渴望被人认可、接纳和喜欢。但很多人发现, 要做到在社交、职场关系中如鱼得水, 成为受人欢迎的宠儿, 并不是一件容易的事。由于应试教育和非面对面沟通的现代通信方式大行其道的影 响, 当代大学生普遍缺乏良好的沟通及合作能力; 而人才招聘信息却显示, 沟通能力及合作精神是各大企业录用人才时重点考察的因素。两相矛盾的现实, 给人才培养者提出了严峻的课题, 培养人才沟通合作能力的任务迫在眉睫。

本书以满足读者人际交往需要, 真正提升读者沟通能力为目标, 在大量参考国内外有关沟通文献、广泛收集各类沟通案例的基础上, 并经过四年“人际沟通”课程的教学实践检验, 最终形成现有的内容和结构体系。本书具有以下特点:

一是全面与重点相结合。本书的前两章重在为人际沟通提供基础理论指导: 第一章阐述沟通的功能、媒介、类型和过程, 影响人际沟通的主要因素以及阻碍人际沟通的常见问题; 第二章指出提高沟通能力应具备哪些正确的理念和心态, 应养成哪些良好的沟通习惯。第三章到第八章就各单项沟通能力提供系统的方法论指导, 以将日常的人际沟通能力培养落到实处: 第三章阐述了提高语言表达能力和非语言表达能力的 方法和技巧; 第四章阐述了倾听与反馈的原则、方法及其具体运用; 第五、第六章对赞美、批评、接受批评、致谢、致歉、说服、请求、拒绝等沟通中的难题一一进行破解; 第七章专门探讨影响事业成败的职场沟通, 重点指出应如何与同事、下属、客户有效沟通; 第八章则指出应如何利用各种现代沟通媒介实现更高效的人际沟通。第九章探讨特殊情境下的、难度很大的人际沟通问题, 系统阐述人际冲突的原因、过程及作用, 以及应如何有效预防和正确处理人际冲突。由此可见, 本书既注重知识和技能点的全面性, 也注重根据实际沟通需要而突出重点和难点, 在兼顾全面和重点的前提下安排整个内容和结构体系。

二是理论性与实践性交融。沟通是一项需随时随地运用的实践能力,而实践能力的提升有了理论的指导才能变成自觉行动。本书除了章节的安排有理论部分、方法部分、理论与方法的结合部分,在具体的阐述中也紧紧抓住人际沟通的实践应用性本质,注重将理论与实践相结合,很多理论阐述都是在大量实践性论据的支撑下完成的。为了巩固和提升实际沟通能力,本书在每章后面也按由浅入深、由易到难的顺序设置了思考和练习题,兼顾对理论和实践能力的考察,其中思考题重理论分析,练习题重实践演练。

三是注重前沿性与创新性。“人际沟通”是一门新兴学科,中外的理论和实践成果都相对较少,体系化的、严谨的专著更是凤毛麟角。“人际沟通”还是一门跨专业的综合性学科,涉及哲学、人类学、社会学、传播学、管理学、语言学等多个领域,研究难度较大,没有现成的模式可循。在这种情况下,我们在广泛吸取相关专业理论和实践成果的基础上,整合与重新定义了一些基本概念,对一些已有的理论进行了修正和补充,提出并实践检验了一些新的沟通方法、策略与技巧,力图将大胆创新与严谨治学相结合,推动“人际沟通”学科走向独立和成熟。同时,本书除了注重人才培养意识的前瞻性、参考资料的前沿性,在内容上也具有前沿性,及时为读者提供了电子信息时代最新的沟通媒介使用礼仪、方法与技巧。

四是具有广泛的适用性。本书内容丰富、体系完整、案例生动有趣、表达深入浅出、语言精确洗练,既适合高等院校作为本科的沟通课程教材,也可作为国家机关、企事业单位的沟通能力培训教材,还可供组织管理人员、营销服务人员及所有希望提升沟通能力的人自学使用。

下面介绍一下本书的学习方法:

一是将反思与借鉴相结合。在人际交往过程中,我们自己亲身经历,也观察到他人经历了众多沟通的成功和失败。学习本书之前,对沟通经验教训的总结是感性的、带有思维定势和成见的;学习本书之后,应结合书中的理论和技能指导,反思自己以前的沟通经历,总结自己沟通的特点和问题,规划今后提升沟通能力的训练方案;同时,注意分析书中案例,观察他人沟通活动的成败得失,总结其经验教训,作为提高自己沟通能力的借鉴。

二是自觉将所学用于指导沟通实践。学习本书的最终目标是提高沟通能力,而不是仅仅知道一大堆知识和技巧。因此,我们应积极地将所学的内容用以指导所有的沟通实践,自觉将其外化为良好的沟通行动。例如,了解了沟通应有的心态后,当和家人、同事发生矛盾时,就要明确意识到不该和对方计较,应该有宽容的心态;当向他人请教问题时,即使自己是“学霸”,也要怀着空杯的心态倾听。

三是学习方法要多样化。学习方法的多样化由学习内容的多元化决定:系统提升沟通能力,需要我们充实自己的知识储备,进行良好的沟通思维、心态及语言的训练,还要针对具体的沟通情境,学习如何采取恰当的言行完成沟通任务。建议综合运用下面几种技能训练方法:一是观察

揣摩法,观察同学在沟通中的行为表现,揣摩其在沟通中的心理活动,并巧妙地进行确认,以此学会换位思考;二是小组讨论法,对沟通案例或小组成员在沟通实训过程中的心态、行为进行讨论分析,总结成败得失,提出改进措施;三是结对互助法,两人结成一对,进行倾听、反馈,说服、拒绝等沟通技能练习,互相指出语言表达及身体语言运用上的问题,并加以纠正。

本书由三位编著者紧密协作、共同商议确定结构和内容。第一、二、三、四章由唐邈芳执笔,第五、六、八章由陈伟莲执笔,第七、九章由强月霞执笔。强月霞、唐邈芳负责书稿的审核、校对工作。

本书在编著过程中,参考了国内国外、网上网下大量的文献资料,引用了部分科研成果,在此表示诚挚的敬意和感谢;本书的编著工作还有幸得到杨剑宇教授的大力支持和耐心指导,在此表示深深的谢意。

虽然我们付出了努力,但因编写者水平有限,不尽如人意之处在所难免。本书尽量将所参考的资料来源列入注释和参考文献,但也难免疏漏。不足之处,敬请各位方家指正。

强月霞 唐邈芳 陈伟莲

2014年10月

目 录

前言 / 1

第一章 人际沟通概述 / 1

- 第一节 沟通的功能、媒介、类型和过程 / 1
- 第二节 影响人际沟通的主要因素 / 11
- 第三节 阻碍人际沟通的常见问题 / 21

第二章 人际沟通应有的认知、心态与习惯 / 30

- 第一节 人际沟通应有的核心认知 / 30
- 第二节 人际沟通应有的心态 / 41
- 第三节 人际沟通应培养的习惯 / 49

第三章 语言表达和非语言表达 / 60

- 第一节 语言表达能力的提升 / 60
- 第二节 增强副语言的表现力 / 73
- 第三节 正确理解和运用身体语言 / 82

第四章 倾听与反馈 / 93

- 第一节 倾听 / 93
- 第二节 反馈 / 101
- 第三节 提问 / 108

第五章 赞美、批评、致谢与致歉 / 122

- 第一节 赞美 / 122
- 第二节 批评与接受批评 / 130
- 第三节 致谢与致歉 / 141

第六章 说服、请求与拒绝 / 151

第一节 说服 / 151

第二节 请求 / 160

第三节 拒绝 / 166

第七章 职业关系中的人际沟通 / 175

第一节 职场人际沟通的基本原则 / 175

第二节 与领导的人际沟通 / 178

第三节 与同事的人际沟通 / 185

第四节 与下属的人际沟通 / 189

第五节 与客户的人际沟通 / 198

第八章 现代通信媒介的人际沟通 / 208

第一节 电话沟通 / 208

第二节 电子邮件沟通 / 212

第三节 即时通信沟通 / 218

第四节 博客沟通 / 226

第九章 人际沟通中的冲突管理 / 238

第一节 人际冲突概述 / 238

第二节 人际冲突的预防 / 245

第三节 人际冲突的处理 / 254

参考文献 / 269

第一章 人际沟通概述

沟通作为信息交流活动,是人类基本的社会化行为。人际关系的建立、情感需要的满足、分工协作的实现、利益分配的协商、矛盾冲突的化解等等,无不依赖于有效沟通。了解沟通的四大功能、两大媒介系统、四种类型划分、完整沟通的五个阶段,理解影响人际沟通的个人因素、人际因素、过程因素、任务因素,反省阻碍人际沟通的沟通理念问题、自我意识问题、主观臆断问题、沟通技能问题以及情绪化问题,是培养正确的沟通理念、心态和习惯的基础和前提。

第一节 沟通的功能、媒介、类型和过程

一、沟通的含义

沟通是指两个或两个以上的人或组织之间借助一定的信息传递途径,达成对某一特定信息的相同理解的过程。

这里的“人或组织”是沟通者,即沟通信息的发出者和接收者。如果沟通是以个人名义进行,就是广义的人际沟通;如果是以组织名义在组织内部或外部进行的沟通,则被称为组织沟通,也称管理沟通。

这里的“信息”一词,包括沟通双方了解和把握的事实、过去和现在的情感历程、对自身和外部世界的认识和观念,以及彼此的需要、要求和欲望等。

“信息传递途径”是指信息得以在沟通者之间进行交流的渠道、媒介,或借助的工具、手段。它既可以是口口相传,也可以是书面往来,还可以是手势暗语;既可以通过正式文件,也可以通过捎话、便条;既可以当面直接交流,也可以借助电话、传真、电子邮件、微信、QQ 即时交流等等。

沟通信息的传递是双向甚至多向的,沟通者们期望自己传递出的信息能被对方正确理解,同时也期望对方传递出的信息被自己准确把握。

可见,沟通就是把沟通者之间信息交流的“管道”打通,让彼此存储的信息“死水”成为可以交流分享的信息“活水”,让彼此能对话、能理解、能协作、能共赢。

二、沟通的功能

人们在生活和工作中需要建立起一定的人际关系,并在此基础上进行人际交往、分工合作,以满足自身物质和精神上的需要。人际关系的建立和维护,乃至世间绝大部分工作的完成、问题的解决,都依赖于人和人之间的沟通。沟通能力和学习能力、创新能力,被视为决定现代人事业成败的三大能力。不仅是事业,整个人生的成败很大程度上也都取决于是否愿意去沟通,是否能有效地沟通。

沟通的巨大作用,是由沟通的四大功能决定的:

(一) 分享资讯

这里的资讯是指人们亲自看到、听到、经历,或通过各种渠道(他人、报纸杂志、广播电视、电子网络等)了解到的信息,这些信息在传递过程中不带有个人的主观感受和评判。

人们在日常沟通中,常用寒暄、聊天的方式较为自由地分享大家共同感兴趣的资讯,如天气情况、股票行情、社会新闻等。较为熟悉的人之间还会分享彼此最近的身体状况、生活工作经历等。至于同事、同学之间,主要是分享和工作、学习任务有关的各种资讯,包括学习工作的内容、调研报告、决策计划、统计汇报、规章制度、操作方法等。例如:

“我从电视上看到,明天最高气温会达到摄氏 40 度。”

“她在昨天的晚会上穿着一件宝蓝色的无袖旗袍。”

“小樊,你要查的资料在小李旁边的柜子里,左上边。”

资讯的分享,使人们对外界和他人有更丰富、更客观的了解,并在较短的时间内掌握较多的信息,是自我学习、把握世界的重要手段。

(二) 交换意见

意见也称“看法”,是指人们对听到、看到和观察到的事情的总结、推论、评价,是头脑对客观资讯进行进一步加工之后的产物,带有较强的主观色彩。人们通过交换对各种事情的看法,借以帮助双方对所了解到的一切信息进行正确全面的分析,弄清事情的本质,理解事情发生的原因与机制,并预测未来发展的趋势。如果再加入价值评判,还能够进一步判断出好与坏、对与错。

沟通者的意见常以信念(我相信)、观点(我认为、我推测)以及评价判断(我断定)等形式进行表达。例如:

“我相信)包容对于友谊能否长久是至关重要的。”(信念)

“(我推测)他一定很怕老板,去老板办公室的时候总是显得很紧张。”(观点)

“(我断定)你不分青红皂白就乱发脾气是要不得的。”(评判)

充分交换意见对于做好需要大家合作的事情至关重要。对于任何事情,大家的意见不可能完全一致,需要通过反复细致的沟通,使相关人员理解和认可彼此的观点,才能最终统一思想,顺

畅地分工协作以解决问题、完成工作。

（三）交流感受

感受是指人们在所见、所闻、所思、所遇过程中的情感状态和情绪体验。感受是主观的、具有隐私性的,常与内在需要的满足与否紧密联系。相对来说,情感较为稳定,情绪则起伏波动较大。如:

“她是我最好的朋友,我为她感到自豪!”(情感)

“哈哈,我中奖啦,中午咱们庆祝一下!”(情绪)

人们的情绪、情感很多时候需要与人分享,在分享的过程中,人们的正面情绪得以感染他人,负面情绪得以疏导宣泄。通过交流彼此的感受,人们可以得到精神抚慰和支持,从而更好地维持心理平衡、心境安宁。人们彼此分享感受的频率高低,可以显示出彼此间关系的亲密程度。

与人分享感受需要较大的自我坦露,而自我坦露对很多人来说是一件窘迫甚至危险的事,所以,比之于资讯和思想,感受的交流更困难、更难以把握好时机和分寸。

感受的交流比较难,但交流彼此的感受却是拉近人们之间距离的捷径。例如,当你告诉别人什么情况下自己会生气、害怕和高兴的时候,会有两种结果:一是对方对你有了更深的了解,二是对方会自我调整以更加配合你的喜好。所以,感受的沟通对人际关系和彼此合作的作用是微妙而重要的。

（四）影响行为

不论是与他人分享资讯、交换意见还是交流感受,其都是一个行为过程,有时我们的沟通目的就是这个过程本身;而更多情况,我们是希望通过这个行为过程来影响他人的行为:希望对方听取我们的忠告、接受我们的建议、按我们的意愿行事,能与我们的和谐相处、默契合作等。

影响他人行为是沟通的主要功能,也是很多沟通活动的根本目的;是否能影响他人的行为,影响的程度如何,是衡量沟通能力强弱的重要标志。

三、沟通的媒介

媒介本意是指事物之间得以建立联系的中介和桥梁。在沟通活动中,人们头脑中的信息要传递给对方并让对方理解,就必须将头脑中的信息编码成双方都能理解的语言(包括口头语言和书面语言)、符号、动作、仪式等。这些语言、符号、动作、仪式是沟通双方最基本的信息链接纽带,如果没有这些沟通媒介,人们彼此之间就无法交流信息。

具体而言,沟通媒介主要包括两大类:

（一）语言符号系统

语言符号系统,包括一定人群之间约定俗成或人工制定的语言、符号或信号系统。这些信息

媒介由群体成员共同使用,是群体之间进行交流的基本工具。由于其具有系统性、复杂性的特点,群体成员都必须通过学习才能掌握,群体成员之外的人要想与这一群体的成员交流,必须请人进行“翻译”。

人类发明的语言符号系统具体又可分成以下几种:

1. 口语和文字

口语和文字共同构成狭义的语言(广义的语言指一切可传递信息的沟通媒介),分别是语言的听觉和视觉形态。正常人大部分的资讯、看法和感受都是借助口语和文字来传达的。

2. 各类符号、标识

传递抽象信息的视觉沟通媒介,除了文字,还有人们进行信息提炼、浓缩后设计出的各种符号、标识,以表明特定的含义。目前,这些符号、标识在各个专业领域广泛使用,如各种数学、物理、化学的符号和公式;商品包装上表明该商品性能、成分、体积等的标识;表明危险、转弯等信息的交通标识等。各种符号或标识尽管抽象,但如果对公众进行广泛宣传与教育,它们会越来越普及,逐渐成为公众共享的沟通媒介。

3. 图形、图表、图片、图像等

这几种都是比较形象化的视觉沟通媒介。其中,图形和图表是将抽象的信息进行视觉形象化,图片和图像是直接传递视觉信息,比图形、图表更形象,接受起来更容易。相比于抽象的文字、符号和标识,人们更乐意接受较为形象化的图形、图表,当然,图片和图像更受欢迎。所以,在语言符号系统的选择上,能使用图片、图像的,不使用图形、图表;能使用图形、图表的,不使用符号、标识;能使用符号、标识的,不使用文字——因为信息传递越形象、直观,信息接收、理解和记忆就越容易。

4. 手语、旗语、信号灯语等

在特殊情况下,口语或文字、符号或标识、图表或图像等无法满足沟通的需要,人们就自觉发明了借助一定动作或工具传递信息的语言体系,如为无法使用口语的聋哑人发明了手语;为在工作中彼此能看见对方,但距离较远无法听到对方说话的人们发明了旗语;为距离更远,使用口语、文字和旗语都不方便的人发明了信号灯语(如交通灯语、航海灯语、航空灯语等)、密码电报等。可以预见,出于更多特殊需要,将来还会有更多借助一定工具来传递复杂信息的新语言系统被发明。

(二) 非语言的沟通媒介

非语言的沟通媒介不像体系化的口语和文字那样需要后天专门的学习,多数是人类代代遗传下来的,具有某种程度的“世界通用性”。当然,它也难免受到文化传统和社会习俗的影响,在不同地域或国家呈现出一定的差异,需要在理解和使用时的加以注意。

非语言的沟通媒介包括两大类:

1. 副语言

副语言也称辅助语言,指的是与口语信息表达相关的听觉因素,包括音色、音量、音调、语速、重音、节奏和停顿等。

心理学研究成果显示,副语言在沟通中起着十分重要的作用,人们通过副语言无意间就可以流露出真实的情绪和态度,所以副语言也被称为“口语的表情”。语音语调的变化,可以使同样一句话具有完全不同的含义。比如:一句简单的口头语“太好了”,当音调洪亮、语气肯定时,表示由衷的高兴;而当音调高细、尾音上扬时,则变成了嘲讽。

叹息、呻吟、吐一口长气、两句话之间“嗯”、“啊”等声音,尽管并非语言,却能向他人传递担忧、痛苦、放松、在思考、很犹豫等个人身心状态的信息,也属于副语言的范畴。

2. 身体语言

身体语言是指通过目光、表情、身体动作、姿态、空间位置及衣着打扮等“无声”的手段来传递信息的视觉沟通媒介。人的面部表情和目光可以生动地表现恐惧、腼腆、傲慢、愉快、愤怒、攻击等情绪或意图;人的身体姿态和肢体动作可以为口头语言增添色彩和气氛,对话语起加强、重复、替代等作用;人们的衣饰打扮可以严重地影响别人对他的第一印象和整体感觉;人与人之间的身体距离可以反映彼此间的关系亲疏;人与人之间的空间关系也对沟通有着重要的影响,如同样内容的发言,站到讲台上讲话与在台下自由发言,产生的效果可能相差很大。

四、沟通的类型

沟通的种类很多,根据不同的划分标准,可将沟通划分为不同的类型。

(一) 按沟通渠道划分

这里的沟通渠道是指沟通时使用了何种沟通媒介、采取了何种沟通方式、运用了何种沟通工具。根据沟通渠道的不同,可以划分为以下几种:

1. 当面口头沟通

当面口头沟通指人与人之间能彼此看着对方进行沟通。当面沟通运用的沟通媒介既包括口头语言,也包括语气声调等副语言,还包括目光、表情、身体动作、人际距离等身体语言。根据参与当面沟通的人数不同,可以进一步将当面沟通分为:

(1) 单独沟通:指只在两个人之间进行的当面口头沟通。

(2) 小群体沟通:包括家庭聚会、团队成员讨论等。

(3) 会议沟通:指有较多人数参加的、有明确议题的正式团体沟通。

(4) 公众演讲:指一人发表议题明确的讲话,同时有多人倾听的沟通。

当面沟通是所有沟通形式中最直接、最高效的,它的优点是信息传递全面、快速、及时。沟通者可综合运用听觉、视觉、触觉等,使信息在最短时间内被最有效地传递,并在最短时间内得到理解和回应。如果接收者对信息有疑问,可以直接提出,谈话者可以及时加以说明和补充。当面沟通还能拉近双方的心理距离,深入了解彼此的内在需求,增进双方的感情,如《三国演义》中的刘备“三顾茅庐”,感动了诸葛亮,诸葛亮才答应出山。

当然,当面沟通也有缺陷:交流的信息转瞬即逝,难以被记录和保存,也就不便事后的核查和记忆;当面沟通的信息还会随着不断转述而逐渐失真,因为传递信息的每个人都习惯根据自己的兴趣增删信息,根据自己的理解诠释信息,使得到达终点时的信息,往往与始发信息之间存在很大误差。

2. 语音沟通

语音沟通指沟通者之间无法见面,只能借助一定的交流工具进行语音通话,口头传递信息。语音沟通的媒介只有口头语言和语气声调等副语言,无法运用身体语言传递信息,所以传递信息的质和量都比不上当面沟通。

根据使用的沟通工具不同,语音沟通又分为:电话沟通、语音网聊、网站的语音会客室交流、语音短信等。

3. 书面沟通

书面沟通是指借助一定工具和物品,让接收者可以用阅读的方式接收信息的沟通方式。书面沟通可以动用文字、符号、标识、图形、图表、图片等多种付诸视觉的信息传递媒介。

就使用的工具和物品而言,书面沟通又分为以下几种:

(1) 手写。它包括便条、书信、备忘录等。较之其他书面沟通形式,手写方式的最大特点是从书写者的笔迹中能阅读出其性格、健康状况以及书写时的情绪状况。

(2) 借助电信系统。它包括借助传真机的传真,借助无线通信的短信和图片收发,借助互联网的电子邮件、QQ等即时交流平台的文字聊天或留言、论坛发帖、博客等。如今借助手机上网已非常便捷,还涌现出了微博、微信等参与人数多、交流效率高的书面沟通形式。

书面沟通具有可以有形展示、长期保存、便于复制、能充当法律依据等优点。同时,较之口头沟通,书面沟通更加周密,且条理清楚、逻辑性强,因为在发布之前,作者可以反复修改,确保信息能被充分、完整地表达出来,减少自身情绪、他人影响的干扰。

但是,书面沟通也有自身的缺陷。相对于口头沟通,书面沟通耗时较多,而信息传递效率较低。同时,书面沟通常常难以得到即时反馈,无法确保所发出的信息能被接收、理解,并达到预期目的。另外,书面沟通方便反复阅读和大量传播,一旦用书面方式来传播负面信息,如网络谣言所带来的网络暴力等,其造成的伤害将是非常持久、巨大的。