

人·際·關·係 與·溝·通

周談輝 編著

人際關係與溝通

周談輝 編著

 全華圖書股份有限公司

人際關係與溝通／周談輝 編著. -- 三版 --
-- 新北市土城區：全華圖書，2011.12
面；公分

ISBN 978-957-21-8329-8 (平裝)

1. 人際關係 2. 人際傳播 3. 溝通技巧

177.3

100024444

人際關係與溝通

作 者 / 周談輝

執行編輯 / 余孟玟

發行人 / 陳本源

出版者 / 全華圖書股份有限公司

郵政帳號 / 0100836-1 號

印刷者 / 宏懋打字印刷股份有限公司

圖書編號 / 09048002

三版一刷 / 2012 年 3 月

定 價 / 320 元

I S B N / 978-957-21-8329-8

全華圖書 / www.chwa.com.tw

全華網路書店 Open Tech / www.opentech.com.tw

若您對書籍內容、排版印刷有任何問題，歡迎來信指導 book@chwa.com.tw

臺北總公司(北區營業處)

地址：23671 新北市土城區忠義路 21 號

電話：(02) 2262-5666

傳真：(02) 6637-3695、6637-3696

中區營業處

地址：40256 臺中市南區樹義一巷 26 號

電話：(04) 2261-8485

傳真：(04) 3600-9806

南區營業處

地址：80769 高雄市三民區應安街 12 號

電話：(07) 862-9123

傳真：(07) 862-5562

有著作權・侵害必究

社會愈來愈發達，也是拜科技所賜，人們的物質生活愈來愈充實，食衣住行育樂樣樣滿足以前所沒有的，同時不斷的創造新的需求。在這樣的過程中，人是不是真的變快樂了呢？在創造與追求中，人與人的互動無疑的會大量的增加，因互動的增加而產生磨擦與衝突的機會自然會隨著加劇。這些衝突抵銷了人們追求幸福的努力，也實質的拉低了生命的品質。時代的潮流隨著科技的進步快速向前邁進，無法以拉回降低人類需求的手段去解決問題，只能設法在互動的過程中求其圓融、順暢。

近年來各大學及科技院校努力的增加通識課程，而人際關係與溝通成為最普遍的選修科目之一。本書的編撰也是希望在這樣的趨勢中提供一個比較實用的教材給技專院校的學生，針對他們在就學中、畢業後的職場工作、社會環境以及家庭生活中可能遇到的問題提供一些實際可以解決問題的方法。為配合學校教學進度，本書共分為十六章，以一般學校每週一個不一樣的主題，一學期授課完畢。前半部闡述人際關係與人際溝通的基本理論與方法，後半部則著重在學校、職場、社會、家庭等實際的問題及解決。希望這樣的安排能有助於講授與學習。

從計畫撰寫到成書付梓，雖然有近兩年時間，但因個人公務、課務兩忙，雖不能說倉促成書，但實際可投入的時間還是有限，因此，疏漏舛誤的地方必定在所難免，尚祈各界方家不吝指正，以作為未來修訂的重要參考。

敬字

周談輝

第 1 章

人際關係與溝通概說 1

第一節 人際關係與溝通的理論基礎 2

第二節 人際關係與溝通的討論範圍 4

第三節 人際溝通的意義 8

第四節 人際溝通分析 14

第 2 章

人際行為模式 19

第一節 個體自我知覺 20

第二節 個體的人際知覺 23

第三節 人際間自我認識與表現 25

第四節 人際行為與社會調適 29

第 3 章

影響人際關係的因素 35

第一節 個人特質 36

第二節 表達能力與方式 38

第三節 家庭生活與經驗 41

第四節 立場與觀念的差異 44

第 4 章

建立與維持人際關係 49

第一節 人際關係建立過程 50

第二節 人際關係的疏離過程 52

第三節 人際關係的維繫 53

第四節 實用人際關係技巧 54

第 5 章

人際衝突與處理 63

第一節 衝突的成因與過程 64

第二節 衝突的表現方式與結果 67

第三節 衝突的正面與反面意義 69

第四節 衝突的處理與解決 72

第 6 章

人際溝通的基本概念 79

第一節 人際溝通的意涵 80

第二節 人際溝通的性質 82

第三節 人際溝通的模式與溝通原則 86

第四節 人際溝通的技巧 90

第 7 章

人際溝通的操作媒介 97

第一節 以語言為溝通媒介 98

第二節 以文字與符號為溝通媒介 100

第三節 以非語言為溝通媒介 101

第 8 章

溝通的技巧 107

第一節 傾聽的技巧 108

第二節 同理心 112

第三節 表達的技巧 114

第四節 自我表露 117

第五節 讚美的技巧 119

第六節 批評的技巧 122

第9章

職場的人際關係與溝通 129

第一節 與上司的溝通 131

第二節 與同事的溝通 136

第三節 與部屬的溝通 139

第四節 與客戶的溝通 143

第10章

社會、家庭的人際關係與溝通 149

第一節 傳統倫理的關係 150

第二節 家庭親子關係與溝通 150

第三節 社區人際關係與溝通 156

第四節 校園人際關係與溝通 158

第11章

兩性關係與溝通 161

第一節 性別差異 162

第二節 兩性的情愛關係 164

第三節 性觀念與性行為 166

第四節 法律的兩性關係 169

第12章

談判的技巧 175

第一節 談判的基本概念 176

第二節 談判的理論模型 178

第三節 談判的過程 180

第四節 談判技巧的應用 183

第 13 章

領導統御的藝術	187
---------------	-----

第一節 領導的基本概念	189
-------------------	-----

第二節 有效的領導行為	194
-------------------	-----

第三節 組織行為的管理	197
-------------------	-----

第四節 領導統御的要領	201
-------------------	-----

第 14 章

情緒控制與壓力管理	205
-----------------	-----

第一節 情緒與壓力的基本概念	207
----------------------	-----

第二節 生命中的壓力管理	212
--------------------	-----

第三節 EQ 與情緒管理	218
--------------------	-----

第 15 章

網路的人際關係	225
---------------	-----

第一節 虛擬世界的實際行為	226
---------------------	-----

第二節 網路的人際關係	226
-------------------	-----

第三節 網路倫理	228
----------------	-----

第 16 章

溝通的世界、圓融的人生	231
-------------------	-----

第一節 人際溝通的定義	232
-------------------	-----

第二節 溝通的方式	233
-----------------	-----

第三節 溝通的世界、圓融的人生	237
-----------------------	-----

人際關係與溝通概說

前言

每一個人幾乎每日都在不知覺中有意無意的與他人有某種關係存在，彼此間也有一些互動的情況。雖然人際關係與溝通像是無聲無息的存在著，但我們如果能仔細用心的去看待他，則一定可以使生活更為美好，使生命更有意義。本章概括性的介紹本書的概要內容，共分四節為人際關係與溝通的理論基礎、人際關係與溝通的討論範圍、人際溝通的意義以及人際溝通的分析。

第一節 人際關係與溝通的理論基礎

別 人對我們了解，僅止於我們自我了解的程度，在我們希望別人關心我們以前，我們必須與自己有一種關心的關係。我們要對自己負完全的責任，不能在外尋求理由，可是，我們永遠把我們的情感和行為歸咎於外在的力量，而很少問「為什麼我選擇那樣的行動和反應」，只有當我們為自己的言行承擔完全責任時，快樂和真正的自由才會來臨。

優柔寡斷是不能夠建立關係的，怯懦、狐疑不定、怕冒險，使我們不能互相接近。如果要建立關係，我們必須大膽、果斷和專心致志的努力。

因此，在可信賴的人際關係中，每一個人是真正的關懷別人。在了解人際關係基本性質時，本節將從相關理論探討：

一、人際需求理論

(一) William Schutz 的人際需求論

William Schutz 認為人際關係與溝通是基於人對愛、歸屬和控制的慾望。

1. 人都有表達和接受愛的慾望
2. 人都有希望存在於別人團體中的慾望
3. 人都有希望影響周圍的人與事的慾望

(二) Maslow 的需求層次論

根據 1968 年行為科學家馬斯洛(Maslow)的需求層次論，人類的需求共可歸納為五種基本類型與層次：

1. 生理需求(Physiological Needs)：包括饑餓及性等需求。
2. 安全需求(Safety Needs)：即求避免遭受傷害或危險之需求。
3. 社會需求(Social Needs)：即對於愛和被愛、友誼及歸屬需求。

4. 自尊需求(Esteem Needs)：即自尊和被他人尊重之需求。

5. 自我實現需求(Self-Actualization Needs)

此需求理論的自我實現需求，說明想要成功是人們在基本需求滿足之後所呈現出來的一種更上一層的需求與自我提升。此外，提高學生的學習動機一向是教育界關注的焦點，因此一些教育政策與有趣的教學活動因應而生。學習是屬於比較高層次的需求，它需要在一些基本需求被滿足後才會產生。因此我們不妨在學習之前，檢查先前的需求是否滿足了，才會提高學習需求與動機，並且增加學習效率。

二、交換理論

李淑娥(1996)引述 Thibaut & Kelley 的交換理論，指出社會互動其實就是一種交換行為；而個人在交換行為時，必定考慮過可能牽涉的利益和報酬。換言之，在交換過程中，個人對與他人互動所可能產生的利益，必先加以估量。如果在交換過程中雙方不能得到滿足的結果或報酬，則沒有交換的必要。交換理論雖然從利益和賞酬的觀點來剖析個人與個人之間互動關係的進行；但在現實社會裡，有許多的交換關係卻是社會規範所制定，而非個人所能自由選擇的。例如在家庭內父母與子女之間的交換，就是一種社會的道德規範。

人際交往，在訊息處理中所謂人際溝通(Interpersonal Communication)是指，某一個人懷著生產某種效用的意圖，將訊息傳遞給另一個人的過程。易言之，人際溝通是一種交換訊息的歷程，其交換的途徑，可能是語文的，也可能是非語文的。

人際的關係可用所付出的代價(Cost)與所獲得的報酬(Reward)加以解釋：其中代價是指付出的時間、精力、互動的壓力、物質等，而報酬則是指愉快的感覺、聲譽、感情滿足、經濟利益等。

第二節 人際關係與溝通的討論範圍

每一件東西或每一件事情都可以從不同角度去看而呈現不同的面貌。人際關係與溝通這樣的議題，我們一樣可以從不同的面向加以討論，本書討論的範圍可以從下列各個不同的面向來看：

一、從不同的關係對象來看

- (一) 陌生人：路人、偶遇
- (二) 認識的人：同學、同事、鄰居
- (三) 朋友：通常從認識的人中發展出來
- (四) 親密朋友：幾近一體的感覺
- (五) 家屬關係：有父母、子女等
- (六) 性別關係：男性間、女性間、朋友間

二、從不同的人際距離來看

- (一) 親密距離(intimate distance)：最親密的人所保持的距離。
- (二) 個人距離(personal distance)：一般交往談話是在這個距離之內。
- (三) 社會距離(social distance)：一般公事交往的距離。
- (四) 公眾距離(public distance)：一般公開演講或表演。

三、從不同的人際活動來看

人際關係與溝通活動的定義為：從各項活動參與中，了解群己關係及自己在團體中的角色與定位，並學習情緒管理及有效的人際溝通技巧，以增進正確生活管理的能力和良性的人際互動。

1. 群己關係
2. 個體在團體中角色定位
3. 情緒管理技巧
4. 人際溝通技巧

資訊社會引發眾多的新興生活型態，其中透過電腦網路所展現出來的社會關係和人際互動，更是特殊。網路上的聯繫宛如當初的電話、傳真這些電子媒介，提供人際交往嶄新的空間與契機。

四、人際關係的發展可能導致下列的結果

- (一)利人利己(WIN/WIN)
- (二)損人利己(WIN/LOSE)
- (三)損己利人(LOSE/WIN)
- (四)兩敗俱傷(LOSE/LOSE)
- (五)獨善其身(WIN)
- (六)好聚好散(WIN/WIN, No DEAL)

五、溝通技巧之發展

- (一)非語言技巧：是一種面部表情、音調和姿態的運用技巧。
- (二)語言技巧：使用文字以增加訊息的清晰性。
- (三)自我表達技巧：幫助你使別人更瞭解你。
- (四)傾聽和反應技巧：幫助解釋他人的涵義並且分享所接受涵義。
- (五)影響技巧：幫助你說服別人改變他們的態度或行為。
- (六)營造氣氛的技巧：創造一種正向氣氛使有效的溝通較易達成。

六、從互動歷程看

- (一)接觸期：表面訊息交換、介紹、問候
- (二)涉入期：進入共同活動、分享共同經驗
- (三)親密期：身體相親、靈犀相通
- (四)惡化期：不滿意、降低關係、惡化
- (五)解體期：不再往來、分道揚鑣

人際溝通提供心理上、社會上和決策性的功能。心理上人們為了滿足社會性需求和維持自我感覺而溝通；人們也為了發展和維持關係而溝通；在決策中，人分享了資訊和影響他人而溝通。有效的人際溝通視個人的溝通能力而定。由於溝通情況是複雜的、多元化的，最重要的是要具有彈性的溝通能力。

七、從互動範圍看

以我為主體，逐漸發展出複雜的人際關係，人類在生物中是屬於高等動物的靈長類，是具有思考創造並有實踐能力的生命體。人與其他生命體一樣，自出生至死亡會不斷地與環境相互作用，企求充實、美好、幸福的生活。為此，自幼會不斷地動腦，人際間互動的累積經過選擇的良好經驗，以適應生活。

人自出生首先接觸的是家庭環境，其次是學校與地區社會等環境，這些環境均包含在自然的物質環境內。依據教育學者的看法，人的生長發育受遺傳與環境兩大因素的影響，雖然影響的程度因身心的器官與機能而不同，但不能否認環境對人的影響。教育是運用環境的影響力量促進人的身心機能、充實謀生知識、技能、待人處事等具有目標的活動過程，也可以說是最佳動身、動腦、人際關係互動的過程。

站在歷史的觀點看教育時，教育與時代潮流、社會需求有密切關係。不論處於何種時代、社會，教育的最高目的在於培養能適應該時代潮流與社會的理想人。

以生存在現代以及未來的人來說，透過教育所培養的人應具備：(1)強壯的體魄；(2)生活所必須的豐富知識與技能；(3)良好人際關係（尊重自己與他人）；(4)正確的人生觀；(5)民主、自由、守法。

八、從生理成長看

個人發展主要受三個範疇影響：生物社會範疇，包括腦部和身體自然轉變，以及社會環境對個人生理成長的影響；認知範疇，包括思考過程、感知能力和語文運用能力，以及教育對個人認知能力的培育；心理社會範疇，包括情緒、性格和人際關係，以及複雜的社會環境對個人心理成長的影響。

嬰孩期和幼年期是心智和情緒發展的一個重要階段，對人的信任或不信任是在零至一歲形成，而獨立自主的個性或羞愧和猜疑的心理，則主要在三歲形成。在這個極為關鍵的階段，培育方式對兒童日後的學習能力有莫大的影響。為人父母者有需要知道這方面的知識和技巧，確保所有學前兒童有理想的開始。

生理成長各時期包括以下：

- (一) 嬰幼兒期：與母親的親子依附關係與手足的相處與相助
- (二) 兒童期：從親子轉稱為同儕關係
- (三) 青少年期：同儕關係、社會次團體關係
- (四) 成年期：穩定性的職場與社會關係
- (五) 老年期：老伴、老友與社區關係

九、從心理發展看

心理學是研究人類心理活動的規律，包括人的感覺、知覺、記憶、思維、情緒和意志等。此外，心理學的範疇還包括探索這些規律如何產生、發展，受哪些因素影響以及相互間有甚麼聯繫等。

西格蒙德·弗洛伊德 (Sigmund Freud)，為奧地利心理學家、精神病學家、精神分析學派的創始人，他認為解決心理問題的關鍵是揭示出病因。在精神分析治療中，他也會使用夢的分析的技術，去做洞察一個人的人生意識的心理過程。

下表為一個人一生中心理發展的歷程表示：

表 1-1 個人心理發展階段表

心理發展期	發展內容	重要關係人	發展結果
口慾期	對人的信任與不信任	母親	充滿希望或焦慮不安
肛門期	自主或懷疑的人格	父母	意志空乏或優柔寡斷
性蕾期	主動或被動性格	家庭成員	積極進取或退縮不前
潛伏期	自信或自卑	鄰居、同學	施展長才或自慚形穢
青年期	認同或混淆	同儕	奉獻心力或自我否定
成年期	親密或孤獨	朋友、伙伴	友誼深厚或孤獨落寞
中年期	建設或停止	同事、社區	創造事業或退出工作
老年期	安祥或絕望	社區、人群	安享天年或抱憾而終

第三節 人際溝通的意義

一、溝通的定義

溝通可以是積極的、建設性的；也可以是消極的、破壞性的。其中，良好的溝通具有刺激成長、溝通是生活的良伴、溝通發展人際關係、溝通是一種工作技能（因為溝通能蒐集意見、交換意見、促進觀念互動、表現民主精神）、溝通能幫助學習等功能，且唯有從開放、誠摯、建設性的溝通中才能體驗到，也因而才能建立良好的自我概念與自我成長。

首先，吾人需先界定何謂溝通？溝通(communication)一字是由拉丁字「communis」蛻變而來，原意是「分享」或「建立共同的想法」，Sanford 認為溝通是訊息傳送和被人了解的過程，包括三項要點：通常發生在兩人或兩人以上的團體之間、包含訊息的傳送、溝通通常

有其道理。Philips 等人則認為溝通是一種過程，意指兩人或兩人以上的團體，經由符號的交換而建立關係的過程，這些符號產生意義，並經由此意義而使因此關係得以發展。換言之，溝通是「一種傳達意思給別人，且為別人覺知到的行為。這種行為可以是語言或非語言的，只要是傳達意思，就算是溝通。

最常被採用的溝通的定義與模式則是「藉由某種符號，將一個觀念或訊息由一個人傳至另一個人的過程」(見圖 1-1)(蕭淑貞、李明濱,1998)：

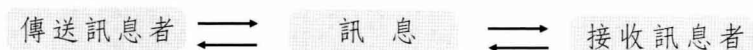


圖 1-1 溝通的基本模式

二、人際溝通的意義

溝通模式包含兩位溝通者（一人是傳遞訊息者，另一人是訊息接收者）、溝通的訊息，以及溝通的管道，然而在溝通的過程中，會影響到溝通結果的干擾因素也必須列入考量：

(一) 傳遞訊息者

為了使對方了解所傳遞的訊息，在傳遞時必須先建碼(encoding)，也就是訊息傳遞者將訊息轉換成他認為對方可以了解的符號的過程，如此，才有可能將訊息經由適當的溝通管道傳給對方。

(二) 溝通的管道

包括了符號語言、肢體語言與副語言等內涵。符號語言之文字不但具有明確意義的外延性，也可能有隱含意義的內涵性；句子或片語則有傳達特定信息而以某些順序排列的字所組成的語法，也可能有傳遞某種意圖的意涵。肢體語言則可能包括了臉部表情（如驚訝、害怕、生氣）、眼光接觸（時間長短，避免眼光接觸與敵意等）、身體動作與姿勢（動作之符號表徵）、身體接觸（地位差異與性別）及身體距離，從這些肢體語言中又透露出許多符號語言所沒有顯示出來的訊息。