

中央广播电视大学教材

人际沟通

RENJI GOUTONG



王国元 主编



中央广播电视大学出版社
China Central Radio & TV University Press

人际沟通

RENJI GOUTONG

本书作者认为，人际沟通更多的是一种实际能力，而不仅仅是一门理论知识。为了帮助读者提高人际沟通的能力，每章均以一个或有趣或实用的案例引出正文，读者可以结合“了解—理解—掌握”三步走的学习目标，由浅入深、由易到难地学习人际沟通的基本理论知识，分析实际案例，掌握沟通技巧。每章后附有学习自测题，可供读者自我检测学习效果。

ISBN 978-7-304-05008-5



9 787304 050085 >

网址 <http://www.crtvup.com.cn>

定价：25.00元

中央广播电视大学教材

人际沟通

王国元 主编



中央广播电视大学出版社
China Central Radio & TV University Press

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

人际沟通 / 王国元主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 304 - 05008 - 5

I. ①人… II. ①王… III. ①人间交往—电视大学—教材 IV. ①C912. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 249586 号

版权所有, 翻印必究。

中央广播电视大学教材

人 际 沟 通

王国元 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 营销中心 010-58840200

总编室 010-68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号

邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 韦 鹏

版式设计: 何智杰

责任编辑: 安 薇

责任版式: 张利萍

责任印制: 赵联生

责任校对: 张 娜

印刷: 北京云浩印刷有限责任公司

印数: 0001~2000

版本: 2010 年 12 月第 1 版

2010 年 12 月第 1 次印刷

开本: B5

印张: 17 字数: 295 千字

书号: ISBN 978 - 7 - 304 - 05008 - 5

定价: 25.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)



编写前言

人际沟通，无论对生活，还是对工作，都既是基础和前提，也是内容、目的和方式。因此，提高人际沟通的实际能力，无论对愉快生活，还是对有效工作，其意义和作用都是不言自明的。

一、本书的适用读者与编写目的

本书是为中央广播电视大学汉语言文学专业（文秘方向·专科升本科）必修课程“人际沟通”所编写的教材，也适合管理、法律、社会学、公共关系等专业相关课程选用，同时，也可供有志于提高人际沟通能力的读者参考。

本书作者认为，人际沟通更多的是一种实际能力，而不仅仅是一门理论知识，因此写作中一直着眼于人际沟通实际能力的提高。考虑到本书的读者大多是尚未离开学校或刚刚进入社会及职场的年轻朋友，因此在写作中作者希望既能够服务于朋友们的工作，也能够服务于朋友们的生活。至于是否能达到上述目的，还有待于实际使用来检验。

二、本书的体例结构与使用方法

本书共分八章，大体上前四章侧重于基础知识，后四章侧重于操作实践。各章均由引导案例、学习目标、正文论述、学习自测四个部分组成。

使用本书可由阅读引导案例开始。各章引导案例通常都有一定的趣味性或实用性，并附有具有启发性的提示。

如能对案例反映的沟通问题产生兴趣、引发思考，则可以研究学习目标，以具体了解本章内容是否适合自己的兴趣与需要。学习目标分为“了解”、“理解”、“掌握”三个层次。了解是基础知识层次，能够知晓即可。理解是基本原理层次，要求能够懂得、感悟、思考。掌握是实践操作层次，注重知识向能力的转化，学会分析问题、解决问题。

如果发现学习目标要求了解的东西自己不熟悉，要求理解的东西自己不懂得，要求掌握的东西自己不会做，那就请进入本章正文的学习，在正文中能够

寻找到答案。正文论述在表述上追求文字简明、层次清晰，以利于读者理解并形成知识系统。正文中的关键概念均由黑体字表示，以求醒目。正文重要的知识点均附有应用案例及简要的分析，目的不仅是深化知识的理解，更为了迅速将知识引向应用。

每章末均附有学习自测，可供梳理、检测本章学习效果。除“名词解释题”因正文中已有明确标示不再赘述外，其余“判断正误题”、“单项选择题”、“多项选择题”等客观题目均在书末附有参考答案，可供参考。“简答题”侧重于学习目标中所要求的“理解”层次，“案例分析题”侧重于学习目标中所要求的“掌握”层次，属于主观题目，这两种题型没有提供统一答案，以利于读者自己提炼梳理和开放性思考。

三、本书的写作与分工

参加本书编写的人员都是中国人民大学长期从事人际沟通及相关课程教学与科研的教师。王国元教授担任本书主编，统筹全书写作，包括编写写作大纲及全书润色文字、统一体例、调整案例、编写学习自测及参考书目等统稿工作。各章写作具体分工为：王国元教授负责第一、三、七章，王国元教授与李永平副教授负责第二、四章，安维副教授负责第五、六章，喻志军博士负责第八章。此外，张践教授参与了部分内容的研讨，杨庆芳博士参与了部分资料收集整理工作。

四、致谢

本书是集体劳动的成果。本书写作得到了中央广播电视大学文法学院、资源建设管理处、出版社等部门和单位的大力支持。中央广播电视大学胡吉成老师担任课程组组长，策划、协调了全书的写作并作教学设计。中国人民大学张践教授，北京广播电视大学李杰群教授，河北广播电视大学王明铭教授，北京信息科技大学刘建华副教授，中央广播电视大学徐长威副教授、陈凌明副教授等专家先后参与了教学大纲、多媒体教材建设一体化方案和文字教材稿的审定工作，为本书的编写提出了许多宝贵意见。中国人民大学继续教育学院人力资源管理、工商管理等专业部分学生配合了相关调研工作。在此向以上为本书付出辛苦、智慧的单位和个人，一并表示感谢！

由于本书成书仓促，错讹之处在所难免，敬请朋友们批评指正。

编者

2010年8月20日

人际沟通课程组

课程组组长	胡吉成	
主 编	王国元	
教学 设计	胡吉成	
教材 编写	王国元	安 维
	李永平	喻志军
审 定 专 家	张 践	李杰群
	王明铭	刘建华
	陈凌明	徐长威
主 持 教 师	胡吉成	



目 录

第一章 人际沟通的内涵、机制、作用	1
第一节 人际沟通的内涵	2
一、人际沟通的含义	2
二、人际沟通的特点	4
第二节 人际沟通的机制	10
一、人际沟通的要素	10
二、人际沟通的过程	15
三、人际沟通的模式	16
第三节 人际沟通的作用	17
一、认识人与社会	17
二、表达内心世界	20
三、定位和调整人际关系	21
四、实现决策	22
五、实现管理	23
第二章 人际沟通的主要方式	29
第一节 语言沟通和非语言沟通	30
一、口头沟通和书面沟通	30
二、语言沟通和副语言的作用	34
三、非语言沟通	36
第二节 单向沟通与双向沟通	40
一、单向沟通	40
二、双向沟通	41
第三节 直接沟通与间接沟通	43
一、直接沟通	43
二、间接沟通	44



第四节	垂直沟通、水平沟通与斜向沟通	45
一、	下行沟通与上行沟通	45
二、	水平沟通	47
三、	斜向沟通	47
第五节	正式沟通与非正式沟通	48
一、	正式沟通	48
二、	非正式沟通	50
第六节	传统沟通与现代沟通	53
一、	传统沟通	53
二、	现代沟通	57
第三章	人际沟通的心理因素	63
第一节	需要与沟通	64
一、	需要及其结构	64
二、	需要与人际沟通	67
第二节	知觉与沟通	71
一、	知觉及其特性	71
二、	社会知觉与人际沟通	72
第三节	态度与沟通	75
一、	态度及其改变	75
二、	态度与人际沟通	77
第四节	角色与沟通	80
一、	信息发送者	80
二、	信息接收者	82
三、	信息传递者	84
第四章	人际沟通的有效性	91
第一节	人际沟通的障碍	92
一、	人际沟通的有效性	92
二、	人际沟通的障碍	94
第二节	人际沟通的基本原则	102
一、	共享与交换	102
二、	尊重与定位	103

三、诚意与选择	105
四、主动与互动	106
第三节 人际沟通的常用技巧	108
一、表达的技巧	108
二、倾听的技巧	112
三、传递的技巧	114
第五章 组织内部的人际沟通	121
第一节 与上级的沟通	122
一、与上级沟通的原则	122
二、与上级沟通的方式	125
三、与上级沟通的技巧	128
第二节 与同事的沟通	130
一、与同事沟通的原则	130
二、工作沟通	132
三、交往沟通	135
第三节 与下级的沟通	139
一、与下级沟通的原则	139
二、与下级沟通的方式	141
三、与下级沟通的技巧	143
第四节 会议沟通	144
一、会议及其构成要素	144
二、会议的筹划与准备	146
三、会议的主持技巧	149
四、会议的总结评估	151
第六章 与社会公众的人际沟通	159
第一节 演讲	160
一、演讲及其特点	160
二、演讲的准备工作	161
三、演讲的语言艺术	163
四、演讲的形体艺术	164
五、演讲的控场艺术	165

第二节 谈判	167
一、谈判及其特点	167
二、谈判的基本原则	168
三、谈判的准备工作	169
四、谈判的一般过程及技巧	171
第三节 说服	173
一、说服及其特点	173
二、说服的技巧	175
第四节 应聘与面试	178
一、应聘与面试的过程	178
二、应聘与面试的技巧	180
第五节 网络沟通	183
一、网络沟通及其特点	183
二、网络沟通的操作	185
第六节 跨文化沟通	188
一、语言的区别	189
二、宗教的不同	191
三、习俗的差异	192
第七章 社会交往中的人际沟通	198
第一节 社会交往与人际沟通	199
一、人际关系与庸俗关系	199
二、社会交往沟通在人际关系中的作用	203
第二节 社会交往沟通的原则	206
一、诚信原则	206
二、平等原则	208
三、适度原则	208
四、宽容原则	209
第三节 社会交往沟通的艺术	211
一、开放与保密的艺术	211
二、求同与存异的艺术	213
三、尊重与自尊的艺术	214
四、热情与沉默的艺术	215

第四节 社会交往沟通的禁忌	217
一、忌故弄玄虚与假话连篇	217
二、忌过度好奇与过度倾诉	218
三、忌谄媚吹捧与自吹自擂	219
第八章 人际沟通的礼仪	223
第一节 人际沟通礼仪概述	224
一、礼仪及其特征	224
二、人际沟通的礼仪及其作用	227
三、人际沟通礼仪的基本原则	230
第二节 人际沟通中的个人礼仪	231
一、仪容礼仪	231
二、仪态礼仪	234
三、服饰礼仪	238
四、交往礼仪	241
第三节 人际沟通中的工作礼仪	244
一、接待礼仪	244
二、宴请礼仪	247
三、馈赠礼仪	249
[学习自测] 部分参考答案	255
参考文献	258

第一章

Chapter 1

人际沟通的内涵、机制、作用

◎ 引导案例

《象棋的故事》是著名奥地利作家斯台芬·茨威格（Stefan Zweig，通译斯蒂芬·茨威格）的一部小说。小说的主人公B博士是一位专门服务于皇室和教会的律师。德国法西斯入侵奥地利后，将小说的主人公逮捕入狱，希望从他口中得到皇室和教会财产的去向以及其他一些重要的秘密。出人意料的是，纳粹没有对他进行任何肉体折磨，而是把他“极为人道”地安置在一家大饭店的单间里，有床，有沙发，有洗脸盆，不必服苦役，不必挨饿受冻，不必忍受严刑逼供；但没有书报，没有纸笔，没有钟表，完完全全地与世隔绝。除了看守，他看不到任何人，就是看守也不和他说话。“从早晨到夜晚，从夜晚到黎明，我的眼睛、耳朵以及其他感官都得不到丝毫滋养”。“我就像潜水球里的潜水员一样，置身于寂静无声的大海里”。“我没有什么事情可做，没有什么可听，没有什么可看。我的身边是一片虚无，一个没有时间、没有空间的虚无之境，处处如此，一直如此”。“从早到晚你老是在期待着什么，可是什么事情也没有发生。就这样等着等着，什么也没有发生。等啊等啊，想啊想啊，一直想到脑袋发痛。什么也没有发生。你仍然是独自一人。独自一人。独自一人。”他开始羡慕集中营里的囚徒，虽然他们的双手会被磨得鲜血淋漓，双脚会被冻坏，会几十个人挤在又臭又冷的斗室里，但那里毕竟可以看见好多人。他甚至渴望审讯，渴望交代，似乎那也是一种交流。终于，在一次审讯中他设法偷到了一本书，回到牢房后却发现那是一本再枯燥不过的象棋棋谱。万般无奈之下，他开始研究这本棋谱，进而

用面包屑做成棋子自己与自己下棋，最后干脆在脑子里自己与自己下盲棋。这种“自己与自己的鏖战”实际上是一种极其痛苦的“人为的精神分裂”，但这又是对抗孤寂折磨的唯一办法。在越陷越深的危险游戏中，小说的主人公的精神终于彻底崩溃了。^①

启 示：

残酷的故事为我们揭示了一个深刻的真理，人与人的沟通之于人类，犹如空气、阳光、食物、饮水等一样，是人类维持生存与发展所必需的，须臾不可或缺。

◎ 学习目标

1. 了解沟通的含义及分类，了解人际沟通的内涵及本书对人际沟通外延的界定。
2. 理解人际沟通不同于人机沟通和机器沟通的特点，理解人际沟通不同于大众沟通的特点，理解人际沟通的要素、过程及主要模式。
3. 掌握人际沟通在社会生活与社会交往中的作用。

第一节 人际沟通的内涵

一、人际沟通的含义

1. 沟通与人际沟通

英文中，“沟通（communication）”一词来自于拉丁语动词“communcare”，本意是传授、参与、分享等。这个词最初多用于具体事物的给予或赠与，后演变为主要指对无形的或抽象的事物，如情感、意愿、态度、消息等的传递或分享。

中文里，“沟通”古义指开沟通渠，使两水相连，也是指具体事物的交流。如今具体事物的交流多用交换、交易、流通等词，而沟通也演变为主要指信息的交流与共享。就此而言，沟通一词在中文与西文中的演变颇有相似之处。

^① 参见张玉书编选：《德语国家中短篇小说选》，393～454页，北京，中国青年出版社，1983。

沟通，就其最一般的意义而言，指的是信息的交流与共享。

在信息交流与共享这个意义上，“communication”有交流、传播、沟通、通信等多种中文译法。译为“交流”的历史较为久远，有强调双向、交互的意味，现多用于日常生活中，如“交流感情”、“交流观点”等。“传播”或“沟通”等译法，始自20世纪70年代末，几乎与我国的改革开放事业同步，从港台到内地、从学界到民间，开始为越来越多的人所接受。其中，“传播”似乎更突出传递、扩散的意味，现多用于新闻界，如“传播学”、“大众传播”等；而“沟通”似乎更强调互动、交往、交际的意味，现多用于管理界，如“人际沟通”、“管理沟通”等。“通信”的译法主要是在信息技术领域使用，如“通信技术”、“微波通信”等。

上述不同的译法，各有道理，无所谓高下。在某些场合，即使是同一位学者、同一部著作中，不同译法也可以交叉并用。如在公共关系学中，往往既讲“大众传播”，也讲“人际沟通”。而在另一些场合，由于学科的差异、使用的习惯以及国人的理解等，有了一些约定俗成的固定译法，已不可随意通用。如“管理沟通”是管理专业的核心课程，不会有人称其为“管理传播”；而新闻界通行“传播”，甚至有的新闻学院改称“传播学院”，但从未闻“沟通学院”之类的表达。

如果仅从沟通是信息的交流与共享这个层面上来看，可以将我们日常工作与生活中常见的沟通按照沟通主体的性质不同而区分为三种：

第一种是机器与机器之间的沟通，可称为“机器沟通”。如两台计算机之间的数据交换、计算机与投影仪之间的信息传递等。

第二种是人与机器之间的沟通，可称为“人机沟通”。如人给计算机以指令、计算机给人以应答等。

第三种是人与人之间的沟通，可称为“人际沟通”。如上下级之间的谈话、同事之间的讨论等。

沟通实践中，“机器沟通”与“人机沟通”更多涉及的是设备、技术等物的问题，主要是工程技术人员负责；而“人际沟通”则主要是人的问题，无论职务高低、职责大小，也无论何种部门、何种岗位，人皆与之，无所回避。

人际沟通，就其最一般的意义而言，指的是人与人之间的信息交流与共享。

2. 广义人际沟通与狭义人际沟通

在人际沟通中，作为沟通主体，沟通双方所扮演的社会角色是不同的，沟通双方的关系也是不同的，据此我们可以将人际沟通分为三种：

第一种是沟通双方作为特定的社会个体成员直接进行的人际沟通，可称为个体沟通。这既包括个体内部的沟通，有学者称为人内沟通，即个人自己与自己的沟通，如某人头脑内部的反思、自我批评、思想斗争等；也包括个体外部的沟通，即个体与个体之间的沟通，如两个人之间的谈话、交流、批评等。

第二种是沟通双方作为特定社会组织的成员直接进行的人际沟通，可称为组织沟通。这既包括组织内部的沟通，即同一组织的成员之间的沟通，如公司内部会议、研讨、争论等；也包括组织外部的沟通，即某一组织的成员与其他组织成员或特定社会公众的沟通，如某公司向公众的演说与展示、不同公司之间的谈判与参访等。

第三种是作为不特定个体或组织的社会大众通过大众媒体进行的人际沟通，可称为大众沟通，如报刊的消息、电台的报道、电视台的节目等。

基于不同的研究目的，可以对人际沟通的外延有不同的界定。一般来说，狭义的人际沟通主要指上述第一种人际沟通，即个体沟通。广义的人际沟通则包括了上述全部三种人际沟通，即个体沟通、组织沟通、大众沟通。对于作为本书主要读者的普通组织成员，如学校的学生、机关的干部、公司的员工、办公室的文秘等，其所实际从事的人际沟通实践一般要宽于狭义人际沟通，而窄于广义人际沟通，具体而言就是主要包括第一种作为社会个体的个体沟通和第二种作为组织成员的组织沟通，而较少涉及第三种作为社会大众的大众沟通。因此，我们这样界定本书所讨论的对象：本书所讨论的人际沟通是指组织成员以社会个体或组织成员身份所进行的，不利用大众媒体的，人与人之间的信息交流和共享活动。

二、人际沟通的特点

1. 人际沟通不同于机器沟通和人机沟通的特点

人际沟通是发生在人与人之间的沟通，与机器沟通或人机沟通最根本的不同在于具有属人的特性。这主要是：

第一，人际沟通受社会因素和心理因素的影响。人际沟通是人与人之间发

生的人的行为，而人的行为都是在一定的社会环境中发生，同时又受人的心理活动的支配和影响，因此在人际沟通中，沟通双方表现于外的相貌、衣着、体态、举止，隐藏于内的需要、动机、态度、观念、理解、表达，以及沟通的客观环境、背景、时间、地点等社会的和心理的因素及其变化都会对沟通产生极其复杂的影响。例如，在机器沟通或人机沟通中，同样的指令可以精确无误地重复执行成千上万次，但在人际沟通中，很难有严格意义上的重复与再现，往往是“有多少个观众，就有多少个哈姆雷特”。

人际沟通的这个特点启示我们，要高度重视人际沟通的复杂性。

第二，人际沟通具有主动性和策略性。人际沟通的参与双方都是作为沟通主体的人，因此只有在双方都具有沟通意愿和主动性的情况下，充分发挥各自的能动性，运用适当的沟通策略，沟通才可能顺利和高效地完成。如果在人际沟通中，沟通主体缺乏对沟通的主动参与，即使置身于沟通现场，作为信息发送方也可以言不由衷、闪烁其词，作为信息接收方也可以视而不见、充耳不闻，无法顺利完成沟通。进一步考虑问题，如果人际沟通中的主体虽有沟通诚意，但不善于运用正确的沟通策略，那么沟通即使完成也不可能是高效的。在机器沟通或人机沟通中，作为沟通参与方的机器是没有主动性和能动性的，它只要“开机”就可以进行沟通，而沟通的有效性则主要取决于器的技术性能与配置。

人际沟通的这个特点启示我们，要高度重视人际沟通中的诚意和策略。

第三，人际沟通主要通过人类语言进行。沟通的内容是信息，但信息本身的特性使其不一定适合传播，于是沟通中常常要把信息转换成适合传播的特定代码，然后以代码为信息载体进行沟通。人际沟通的主要载体是人类的语言。尽管人际沟通也可以借助一些非语言的载体进行，但语言仍然是人类独有的，也是最重要的信息载体，因此语言本身的特点，如概括性、丰富性、多义性、差别性、变异性等，以及沟通主体对语言的掌握与运用能力等，都对沟通有着极其深刻而复杂的影响。可以说语言既是人际沟通最重要的桥梁，也是人际沟通最大的屏障。相比较而言，机器沟通或人机沟通中虽然也需要一定的代码系统作为信息载体，我们甚至将这些代码系统称为“C语言”、“JAVA语言”等，但这种“人造语言”不过是人类语言的数据化和程序化，因其本身所固有的和设计者所刻意追求的机械性、简单性等，这些“人造语言”是无法与人类的自然语言相提并论的。

人际沟通的这个特点启示我们，要高度重视人际沟通中语言的艺术。