

21 21世纪全国高校应用型人才培养英语类规划教材



商务英语

沟通与技巧

李治 William Goh 王英男 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高校应用型人才培养英语类规划教材

商务英语沟通与技巧

Business English Communication and Skills

李 治 William Goh 王英男 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书从商务沟通的实际出发,用英汉双语阐述了不同的沟通技巧,使读者在学习英语的同时,掌握商务英语沟通的基本形式和方法。

第一章介绍商务沟通的目的、层次以及组织内的沟通流向;第二章介绍批判性思考的概念和过程;第三章介绍倾听作为沟通技巧的概念、有害的倾听习惯及如何训练有效倾听;第四章介绍高效讲话的概念和技巧;第五章介绍商务信函的写法;第六章介绍商务报告和总结的写法;第七章介绍如何准备一份有效的简历;第八章介绍求职信的写法;第九章介绍面试的准备、如何留下好印象、怎样商谈工作条件等知识;第十章介绍电话沟通技巧;第十一章介绍讲演技巧;第十二章介绍电子邮件和电子会议的知识。

本书适合作为各类商务英语专业以及国际贸易、金融、商务管理等强调双语教学的课程的教材;各类与商务英语相关的继续教育课程的参考用书;企事业单位管理人员在职英语培训用书或自学教材。

图书在版编目(CIP)数据

商务英语沟通与技巧/李治, William Goh, 王英男编著. —北京:北京大学出版社, 2008.8
(21世纪全国高校应用型人才培养英语类规划教材)
ISBN 978-7-301-14073-4

I. 商… II. ①李…②W…③王… III. 商务—英语—高等学校:技术学校—教材 IV. H31
中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第107622号

书 名: 商务英语沟通与技巧

著作责任者: 李治 William Goh 王英男 编著

责任编辑: 栾鸥

标准书号: ISBN 978-7-301-14073-4/H·2034

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62756923 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 涿州市星河印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×980毫米 16开本 17.5印张 343千字

2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

定 价: 29.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

随着经济全球化的日益深入和扩展，国与国之间的贸易、文化、教育等方面的交往也迅速扩大。英语作为世界上使用最广泛的语言已经成为了国际性的商务交往的语言，学会如何使用英语进行有效的沟通和交流就显得非常重要。《商务英语沟通与技巧》一书正是基于此目的，由长期进行商务英语教学与实践的中国和新加坡教师编写的实用性教材，是英、汉双语结合的有益尝试。

本书围绕商务环境中的英语交流，针对那些已经掌握了一定的英语知识并且想提高英语沟通技巧的读者，致力于帮助他们掌握英语的实际运用技巧，使他们不仅能有效、自如地使用英语表达自己的想法，而且能充分理解对方使用英语传递的信息。通过本书的学习，读者可以了解使用英语进行沟通的基本知识，树立运用英语表达的自信，增强利用英语进行有效沟通的技巧，有助于进一步发展职业生涯和提高在国际商务活动中更加轻松地使用英语的能力。本书不涉及英语的语法和使用规则，而是着重讲述在日常真实的商务环境中，如何准确、得体、简洁地使用英语进行有效的沟通。

本书首先在结构上介绍了沟通的基本内容，并且用单独的一章强调了进行有效沟通的基础环节——批判性思考，国内外许多沟通方面的书籍都忽略了这一关键内容；随后的章节分别介绍了高效听说、商务信函、报告、简历、求职信、求职面试、电话技巧、讲演以及电子沟通的相关知识。为方便读者，本书在附录中列举了商务英语沟通的常用词语，使读者能够在一本书中较全面地了解 and 掌握商务英语沟通的知识。

本书在每一章的开篇先使用英语进行介绍，然后用汉语进行讲解，并且在内容上有所扩充，目的是让读者真正地了解和掌握本书的内容。通过基本知识、技巧介绍、建议、相关案例和练习，帮助读者提高使用英语沟通的能力。

本书由李治（开封大学）、William Goh（新加坡）和王英男（北京工业大学）编著。在本书的编著过程中，许多同志积极参与并提出了大量切实可行的方案。马倩参编了第5章及附录，袁长征和蒋大山提供了翔实的素材，陈志娟进行了排版和文字校对工作，还有一些同志提供了许多具有参考价值的建议。在此，编著者对他们的支持表示衷心的感谢！

特别感谢北京大学出版社的黄庆生主任以及本书的责任编辑栾鸥，感谢他们为本书的质量和出版所作的辛勤工作。

李 治

2008年6月6日于北京

目 录

Chapter 1 Business Communication	1
1.1 Purposes of Communication	1
1.2 Four Levels of Communication	1
1.3 Communication Flow in Organization	3
Exercises	4
第一章 商务沟通	6
一、沟通的基本知识	6
二、沟通的四个层次	9
三、组织内沟通流向	17
Chapter 2 Critical Thinking	27
2.1 Critical Thinking Defined	27
2.2 Approaches to Reasoning	28
2.3 Informed Decision Making	30
Exercises	33
第二章 批判性思考	34
一、批判性思考	34
二、判断和推理	37
三、决策	39
Chapter 3 Effective Listening	46
3.1 Listening as an Interpersonal Skill	46
3.2 Bad Listening Habits and Practices	47
Exercises	49
第三章 高效倾听	50
一、倾听作为一种沟通技巧	50
二、有害的倾听习惯及倾听技巧训练	52
Chapter 4 Effective Speaking	57
4.1 Preparation	57
4.2 Putting Yourself Across	60
4.3 Different Methods of Putting the Message Over	62
Exercises	64

第四章 高效讲话.....	65
一、讲话的定义及重要性.....	65
二、对讲话内容进行充分准备.....	65
三、高效讲话技巧.....	66
Chapter 5 Letter Writing.....	73
5.1 Steps to Be Taken to Get Letter Right.....	73
5.2 Dealing with Different Types of Letters.....	79
Exercises.....	81
第五章 商务信函.....	83
一、商务信函的基本构成.....	83
二、商务信函的格式.....	87
三、书写商务信函的步骤.....	90
四、正确处理不同形式商务信函应遵循的原则.....	91
五、日常交往商务信函实例.....	92
六、进出口贸易商务信函实例.....	100
Chapter 6 Report Writing.....	123
6.1 Objectives.....	123
6.2 Preparation.....	124
6.3 Writing.....	126
6.4 Review.....	128
6.5 Making a Summary.....	129
Exercises.....	129
第六章 报告的书写.....	131
一、高质量报告的重要性.....	131
二、报告的定义和类型.....	131
三、商务报告的基本写作原理.....	132
四、商务报告的构成.....	132
五、书写报告的准备工作及书写步骤.....	134
六、核检报告.....	135
七、报告后的总结.....	135
Chapter 7 Preparing Resume.....	139
7.1 How to Prepare an Effective Resume.....	140
7.2 Electronic Resume.....	142
Exercises.....	143

第七章 准备简历.....	144
一、如何准备一份有效的简历.....	144
二、电子简历.....	145
Chapter 8 Application Letters.....	149
8.1 Content.....	149
8.2 Formatting.....	150
8.3 Writing Tips.....	151
Exercises.....	153
第八章 求职信.....	154
一、写好求职信的重要意义.....	154
二、求职信的结构.....	154
三、求职信的写作要点.....	156
四、写好求职信的注意事项.....	156
五、英文求职信的格式及常用表达方式.....	157
六、实例分析.....	163
七、常见错误分析.....	165
Chapter 9 Job Interviews.....	169
9.1 Preparation.....	169
9.2 Making a Good Impression.....	172
9.3 Common Job Interview Questions.....	174
9.4 Negotiating Job Offers.....	177
Exercises.....	179
第九章 求职面试.....	181
一、面试类型.....	181
二、面试前的准备.....	182
三、面试时留下好印象的着装要求.....	183
四、面试技巧.....	184
五、常见面试问题.....	185
六、面试常用英语句型.....	190
Chapter 10 Telephone Techniques.....	207
10.1 Communicating Over the Telephone.....	208
10.2 Difficult Calls and Difficult Callers.....	211
Exercises.....	213
第十章 电话技巧.....	214
一、电话沟通的基本要求.....	214

二、电话沟通的基本技巧	215
三、英语电话沟通的基本礼仪	217
四、困难、麻烦电话的处理	220
Chapter 11 Planning Your Speech	223
11.1 Purposes of Speeches	223
11.2 Styles of Speech	225
Exercises	226
第十一章 计划你的讲演	228
一、讲演的定义	228
二、讲演的目的	228
三、讲演的方式	229
四、讲演的技巧	230
Chapter 12 Communicating Electronically	237
12.1 The Basics of Computers	237
12.2 Electronic Mail	238
12.3 Teleconferencing	240
Exercises	240
第十二章 电子沟通	242
一、计算机简介	242
二、电子邮件	243
三、电子会议	245
附录 商务英语沟通常用词语	246
参考文献	270

Chapter 1 Business Communication

During your income-producing years, you will probably spend most of your communicative time within an organization. As a manager in business, government or other industry, you will have a variety of responsibilities. You will be required to motivate, to instruct, and to control people in ways that will contribute to the success of your organization. This success depends greatly on the ability to communicate.

1.1 Purposes of Communication

Communication is a process by which information is exchanged between or among individuals through a common system of symbols, signs and behavior. As a process, communicating has synonyms such as expressing feelings, conversing, speaking, corresponding, writing, listening and exchanging.

People communicate to satisfy needs in both their work and non-work lives. People want to be heard, to be appreciated and to be needed. They also want to accomplish tasks and to achieve goals. *Obviously, then, a major purpose of communication is to help people feel good about themselves and about their friends, groups and organizations.*

Communicating informs, persuades and entertains through verbal and non-verbal messages. *Verbal* means “through the use of words”, either written or oral. To be precise, speakers and writers should avoid using “verbal” when they mean “oral”.

Non-verbal means “without the use of words”. People constantly send non-verbal messages through body motions, appearance, aromas, clothing, uniforms, facial expressions, automobiles and a variety of other symbols, signs and behaviors.

1.2 Four Levels of Communication

- **Intrapersonal Communication.** This is the way in which individuals process information based on their own life experiences. Therefore, communicating may be

difficult when a sender of a message has significantly different life experiences from the recipient of the message.

- **Interpersonal Communication.** This level of communication takes place primarily when two people are involved in the process. They have two goals: (1) They want to accomplish whatever task confronts them, and (2) they want to feel better about themselves as a result of the exchange. These two goals are commonly referred to respectively as task goals and maintenance goals, and they exist side by side in varying degrees in most of our daily activities.
- **Group Communication.** A group consists of more than two people, so does a committee, a club, or all the students enrolled in a class. Groups are formed usually because the combined efforts of a number of people result in greater output than the individual efforts of the same number of people. In other words, groups can do more for the individual than the individual can do for himself.
- **Organization Communication.** This level of communication arises when groups discover that they are unable to accomplish their goals without some kind of organization.

Despite the differences in size and complexity, each of these levels of communication continues to have task and maintenance goals. And the idea of maintenance goals can be expanded, or divided, into two distinct goals: (1) the self-maintenance goal that describes the individual's need to maintain his or her personal worth or psychological well-being, and (2) the group-maintenance goal that describes the group's need to maintain its *esprit de corps* – the non-task relationships they have established by interacting with one another as a team.



Factors in Group Communication

- **Leadership.** The ability of a group leader to work toward task goals while, at the same time, contributing to the development of group and individual maintenance goals is often critical to group success.
- **Longevity.** Groups formed for short-term tasks, such as to arrange for a dinner or a program, will spend more time on the task than on maintenance. However, groups formed for long-term assignments, such as an audit of a major corporation by a team from a public accounting firm, may devote much effort to maintenance goals.
- **Size.** The smaller the group, the more its members have the opportunity to communicate with each other; conversely, large groups often inhibit communication because the opportunity to speak and interact is limited.

- **Perception and Self-Concept.** People who are invited to join a group have perceptions of how the group should operate and what it should achieve. The member also has a self-concept that dictates fairly well how he will behave. When expectations and satisfaction of self-concepts fall short, the group will probably be ineffective.
- **Status.** Some group members will appear to be better qualified than others. Consider a group in which the chief executive of the organization is a member: when the chief executive speaks, members agree; when members speak, they tend to direct their remarks to the one with high status – the chief executive. As a generalization, groups require balance in status and expertise, not homogeneity.
- **Group Norms.** A norm is a standard or average for behavior, and all groups possess norms. A teacher's behavior helps establish classroom norms. When a teacher is generally late for class, students will begin to arrive late. People conform to norms because conformity is easy and non-conformity is difficult and uncomfortable. Conformity leads to acceptance by other group members and creates communication opportunities.

Thus the performance of group depends on several factors, but none is more important than leadership. The leader can establish norms, determine who can speak and when, encourage everyone to contribute, and provide the motivation for effective group activity.

1.3 Communication Flow in Organization

- **Downward Communication.** This flows from superior to subordinate, from policy makers to operating personnel, or from top to bottom on the organization chart. As messages move downward through successive levels of the organization, they seem to get larger. A simple policy statement from the top of the organization may grow into a formal plan for operation at lower levels.

Downward communication normally involves both written and oral methods and makes use of the following guides:

- People at high levels in the organization usually have greater knowledge of the organization and its goals than do people at lower levels.
- Both oral and written messages tend to become larger as they move downward through organizational levels. This expansion results from attempts to prevent distortion and is more noticeable in written messages.

- Oral messages are subject to greater change in meaning than are written messages.
- **Upward Communication.** This flow of organization contains risks. Upward communication is the feedback to downward communication. When the management requests information from lower organizational levels, the resulting information becomes the feedback to that request.

Accurate upward communication keeps management informed about the feelings of subordinates, helps management identify both difficult and potentially promotable employees and paves the way for even more effective downward communication.

The factors to be considered in an upward communication are:

- Upward communication is primarily feedback to requests and actions of superiors.
- Subordinates often tell the superior the way they think the superior wants to hear even though their messages may contradict their true observations and perceptions.
- Upward communication is based on trust in the superior.
- Upward communication is frequently a threat to the subordinate.
- **Horizontal or Lateral Communication.** This is used to describe exchanges between organizational units on the same hierarchical level. This description is one of the major shortcomings of organization charts. Charts really do not leave much room for horizontal communication when they picture authority relationships by placing one box higher than another and define role functions by placing titles in these boxes.

In fact, horizontal communication would probably exist as part of the internal system even though it is not defined by the formal chart. Workers at the same level tend to talk with one another about their work, their superiors and their working conditions. No doubt, they also talk with one another about various personal, non-work problems. As a result, horizontal communication can contribute to self-maintenance goals as well as to task goals.

Exercises

Question 1

Define communication and list down its purposes.

Question 2

What the four levels of communication are and explain each.

Question 3

Describe the factors in group communication and explain each.

Question 4

Explain the following communication flows in an organization:

- Downward Communication;
- Upward Communication;
- Horizontal Communication.

Question 5

What are the factors to be considered in an upward communication?

Question 6

Differentiate “verbal” from “non-verbal” communication.

Question 7

What are the two distinct goals of “maintenance goals”?

第一章 商务沟通

一、沟通的基本知识

（一）沟通的含义与特点

“沟通”一词在《现代汉语词典》中的解释是：“人与人之间的往来接触。”可见“沟通”是标志人类活动的特殊领域的概念。“沟通”一词在汉语中出现，至少有已经两千多年了。

“沟通”一词在英语中一直使用“communication”来表达，也可以译作交流、交往、通信、交通、传达、传播等。尽管这些词在中文中的使用有差异，但它们本质上都涉及到了信息的交流或交换，其基本含义是“与他人分享共同的信息”。本书从商务交往的角度，特别是从在英语环境中工作的职能要求出发，综合各种有关沟通的定义，把沟通定义为：沟通是人们在互动过程中，通过某种途径或方式将一定的信息、思想和情感从发送者传递给接收者，并获取理解的过程。沟通的目的是追求人类作为一个群体的共同生存和发展。在准确理解沟通的含义同时，要注意它与其他概念的区别。

1. 沟通与交往。交往可以说是与沟通最为接近的概念。在日常用语中，人们往往将沟通与交往完全等同使用。严格地说，两者是有区别的。

与沟通相比，交往是一个含义更广泛的概念。一般来说，凡是发生在人与其有关的一切对象（可以是人，也可以是物）之间的活动，都属于交往。因此，交往可以是人与人之间的活动，也可以是人与物之间的活动。而且，交往的手段可以是信息，也可以是其他有价值的客体。例如，我们既可以将人与人之间的眼神交流叫做交往，也可以把市场上的货币交换或以物易物叫做交往，还可以把人类征服大自然的活动称之为人与大自然的交往。相比之下，沟通的概念要小一些，它是指发生在人与人之间的一种社会活动。但是我们可以发现，交往与沟通之间存在着密切的联系——发生在人与人之间的交往，实际上就是沟通；或者说，人际交往即沟通。

2. 沟通与人际关系。沟通与人际关系可以说是同一个事物的两个方面：即沟通是动态的人际关系，而人际关系可以被称为静态的沟通。所谓沟通是动态的人际关系，是指人们之间形成的一定的人际关系是通过沟通主体之间不同的沟通方式表现出来的；同时，沟通方式还是我们划分不同类型的人际关系的依据和标准。

（二）构成沟通的基本要素

沟通是人们社会生活中不可缺少的因素。了解沟通的要素，是运用沟通技巧和方法的前提。在现实的人际交往中，沟通主体、沟通动机、沟通环境和沟通手段是沟通中不可缺少的主要因素。

1. 沟通主体。沟通必须在人与人之间进行，沟通的现实参与者就是沟通主体。由于沟通活动是一个相互作用的过程，沟通活动中的参与者很难区分谁是主体，谁是客体。因而沟通活动不像其他活动一样有主体和客体之分，而统称为主体。另外，两个沟通主体构成了沟通活动的基本单位。个人所进行的活动尽管可能涉及另外的人，但不能称为沟通。沟通有个体之间的人际交流、个体与群体交流和群体与群体交流之分，其中以个体之间的人际交流最为常见，在数量上占人际交流的绝大多数。群体（国家、民族、阶级、阶层或社会组织）间的交流也经常是通过个体进行的。大多数情况下，谈到沟通一般都是指个体之间的沟通。

2. 沟通动机。沟通动机也叫沟通目的。沟通本身是一个过程而不是目的，为沟通而沟通的行为是不存在的。人类的任何沟通活动都是由特定的动机推动的。换句话说，是为了满足某种需要，即使是在旅途中的闲聊，也有解闷和打发时间的目的。

沟通动机表现为人类的预期目的、愿望、要求、兴趣等。动机所指向的目标可能是物质的，也可能是精神的。由于每个人的个性心理特征不同，所以每个人的沟通动机也不同。在现实生活中，沟通动机可能是沟通主体非常明确的、也较易为他人所察觉和了解的，也可能是沟通主体自身不明确或对他人非常隐匿的。例如，有的人出于某种原因，有可能掩饰自己真实的沟通动机。

3. 沟通环境。沟通环境即沟通活动发生的社会文化背景和场合地点，它包括沟通的时间要素和空间要素。任何一种具体的沟通都不可能真空中发生，总是在特定的环境中 and 某一特定的时间里进行的。特定的环境是指一定的社会背景和社会环境，包括宏观环境和微观环境。在沟通中，沟通环境尤其是沟通主体所处的现实微观环境会给沟通带来直接的影响。

4. 沟通手段。沟通手段是沟通的重要组成部分。可以说，沟通活动就是沟通主体借助一定的沟通手段而进行的活动。所有的沟通都需要利用一定方式手段进行。从某种意义上说，沟通手段即沟通媒体，指的是沟通过程中运载和传播沟通主体信息的载体。人类的沟通之所以不同于动物，就在于使用的沟通手段不同。人类使用符号作为沟通手段，而动物使用的则是信号。一般情况下，人们主要采用语言符号和非语言符号（即有声语言和无声语言）进行沟通。有人认为礼仪也是一种沟通手段，但是礼仪并不是沟通手段本身，至少不能独立地进行沟通。

（三）沟通的类型

沟通活动的普遍性决定了沟通类型的多样性。通常可以按照沟通过程中的不同标志对沟通进行分类。

1. 按沟通主体的沟通方式进行分类，可以分为传统沟通与现代沟通。传统和现代本来是两个表示时间的概念，但这种时间的划分是模糊的。这里，现代似乎是确定的。问题在于以什么时间界限来划定传统时代，显然只能用某项活动的内容来界定，在沟通学中是用沟通活动的方式来划分传统沟通和现代沟通。尽管这种划分仍然不甚明确，但比

按时间先后来划分要清晰一些。一般来说，传统沟通多采用封闭的、保守的和单一的沟通方式；现代沟通多采用开放的、灵活的和多元的沟通方式。在这里我们会更进一步发现用时间来划分传统沟通和现代沟通的局限性。因为在现代社会，有人可能仍然使用传统的沟通方式。

而在旧时的传统社会里，某些有识之士的沟通方式可能并不比我们今天的现代沟通方式逊色。

2. 按沟通主体使用的沟通符号进行分类，可以分为言语沟通与非言语沟通。言语沟通是指以言语作为主要手段的沟通活动。这是人类最普遍、最重要的沟通形式；非言语沟通则是人们使用非言语符号作为沟通手段所进行的沟通活动。非言语符号包括面部的表情、手势、身体的各种姿势以及类语言等。一般来说，除了聋哑人之间的沟通主要是非言语沟通外，正常人的沟通通常是言语沟通而辅之以非言语沟通。二者相互配合，共同发挥沟通的功能。

3. 按沟通主体进入角色的程度进行分类，可以分为角色沟通与非角色沟通。角色通常以一定的身份地位作为基础，受到一定的行为规范制约，从而表现出某种相对固定的行为模式。一般来说，严格按照一定角色的规范和行为模式所进行的沟通属于角色沟通，反之则是非角色沟通。例如领导者和被领导者是两种不同的角色，在工作中，领导者命令指挥，被领导者则服从命令听指挥，这属于角色沟通。如果反过来，被领导者命令指挥领导者，就不是角色沟通，而属于非角色沟通。由此可以看出，角色沟通与非角色沟通同样与沟通情境有密切关系。在正式情境中进行的通常是角色沟通，而在非正式情境则大多可不顾角色规范而进行非角色沟通。如在工作中是领导者与被领导者，而在娱乐时则可能变成了“对手”、“搭档”等关系。当然，也有正式情境下发生非角色沟通和非正式情境中发生角色沟通的情形。显然，角色沟通与正式沟通，非角色沟通与非正式沟通的含义相似，只是划分的标准不同而已。

4. 按沟通活动中沟通主体的沟通愿望的状态进行分类，可以分为主动沟通与被动沟通。主动沟通与被动沟通有几层含义：其一，从沟通行为的发生是出于沟通者的主动愿望还是为情境所迫而做出的反应来看，属于前者的沟通是主动型沟通，属于后者的沟通则是被动型沟通；其二，当沟通主体中的一方（A）具有沟通愿望，而另一方（B）却缺乏沟通热情，只是出于情境压力或礼貌被迫与A进行沟通活动，这种情况也属于被动型沟通。因为，一旦B所受的压力消失或情境发生改变，A与B之间的沟通活动就会中止；其三，撇开沟通主体A与B的沟通愿望，单就沟通活动过程中A与B沟通行为的主动或被动状态来看，有时存在一方（如A）始终主动出击，而另一方（如B）则处处被动应答（出于没有沟通愿望或其他原因，如羞怯等）的情况，这就需要具体分析，有可能是主动型沟通，也有可能是被动型沟通。

5. 按沟通环境的不同进行分类，可以分为正式沟通与非正式沟通。正式沟通是发生在正式场合下的沟通，而非正式沟通则是在非正式场合中进行的沟通。这里，正式场合与非

正式场合的划分通常又是以沟通进行的模式化与否作为条件的。正式场合下的沟通通常意味着沟通将按照一定的模式进行，如国家领导人的出访，教师上课等等，都属于正式沟通。而非正式场合下的沟通则意味着沟通的非模式化，如家庭成员之间的沟通，朋友之间的闲谈等都不存在一套固定的模式，因而属于非正式沟通。

（四）沟通的目的

人类总是为达到一定的目的、满足一定的需要而进行沟通的，这就是沟通的目的性。不同的沟通目的制约着人们的沟通行为，沟通目的是多种多样的：有的是说明一个事理，希望对方明知；有的是提出一个问题，希望得到解答；有的是表达一种请求，希望对方满足；有的是抒发一种情感，希望引起共鸣；有的是表示道歉，希望对方能接受谅解；有的是施加影响的言语行为，诸如发布命令、对某人提出劝告或警告等，希望对方遵照执行等等。

沟通的目的性同样是反应沟通本质的主要属性，它也使人类的沟通区别于其他动物的活动。因为，目的是与思维联系在一起的。目的作为人们追求的某种对象物，通常存在于人们的行为之外，但在追求该目的的行为发生之前，这个目的已出现在人们的想象或思维之中，并以此引导沟通的进行。

总之，言语沟通总是有一定目的的，直接的目的就是想达成某项交易或想得到某方面的指导。如果只是为了加深关系、增进了解，以使关系长期保持，则是间接的目的。沟通时最好让对方明白你的沟通目的，否则一旦对方产生戒心，就很难进行深入交往。

二、沟通的四个层次

按照沟通主体的不同，沟通又可以分为自我沟通、人际沟通、群体沟通、企业（组织）沟通、跨文化沟通等多种形式。本书主要涉及前四种沟通。

（一）自我沟通

自我沟通（Intrapersonal Communication），或称内向沟通，是指个人接受外部信息并在大脑中进行信息处理的活动，是主我（I）和客我（Me）之间进行的信息交流，这种自我沟通的双向互动性，如图 1-1 所示。自我沟通是其他一切沟通活动的基础，任何一种其他类型的沟通，如人际沟通、群体沟通、大众沟通等，都必然伴随着自我沟通的环节、性质和结果，也必然会对其他类型的沟通产生重要的影响。成功的自我沟通是确保实践活动成功的前提。良好的自我沟通也是个体自我发展和自我实现的基本前提和根本保证。一方面，正是由于成功的自我沟通，个体才得以对自我进行审视与反省，进而树立自己的奋斗目标，制订自己的行动计划，从而为以后的自我发展和自我实现奠定基础；另一方面，在个体自我发展和自我实现的过程中，无论是目标的树立、方向的确立、计划的制订还是具体行为、行动的采取、实施、调整、控制，每一步骤的顺利完成都是以个体一定的自我沟通为手段的，实际上也都是个体自我监控能力的具体表现。