

GXJH 工学结合新思维高职高专财经类
“十二五”规划教材

RenJi GouTong Yu LiYi

人际沟通与礼仪

主 编 冀巧英 谷静敏

副主编 苏 琦 齐红燕 肖 斌



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材

出版说明

“十二五”规划教材

人际沟通与礼仪

主 编 冀巧英 谷静敏
副主编 苏 琦 齐红燕 肖 斌

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

人际沟通与礼仪 / 冀巧英等主编. —北京: 对外
经济贸易大学出版社, 2010 (2014.08 重印)
工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-81134-818-7

I. ①人… II. ①冀… III. ①人际关系学—高等学校
: 技术学校—教材②人间交往—礼仪—高等学校: 技术学
校—教材 IV. ①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 174774 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

人际沟通与礼仪

冀巧英 谷静敏 主编

责任编辑: 朱翠娥 王文君

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装

新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm×260mm 12 印张 278 千字

2010 年 10 月北京第 1 版 2014 年 8 月第 5 次印刷

ISBN 978-7-81134-818-7

印数: 115 001—16 500 册 定价: 18.00 元

出版说明

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材是对外经济贸易大学出版社贯彻教育部教高〔2006〕16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》精神,联合天津对外经济贸易职业学院、天津职业大学、河北工业职业技术学院、北京工业职业技术学院、天津国土资源和房屋职业学院、天津海运职业学院等国家、省(直辖市)级示范性高等职业院校推出的一套面向高职高专层次、涵盖不同专业的立体化教材。本系列教材包括国际经贸、财会金融、工商管理、物流管理、电子商务、旅游与酒店管理六个专业。

根据教高〔2006〕16号文件关于“高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程,根据技术领域和职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,改革课程体系和教学内容,建立突出职业能力培养的课程标准,规范课程教学的基本要求,提高课程教学质量”的要求,本套教材以提高学生专业实际操作能力和就业能力为宗旨,采取情景模块、案例启发、任务驱动、项目引领、精讲解、重实训的编写方式,让学生在理论够用的基础上,在专业技能培养环节,特别是“教学做一体化”方面有所突破,“确保优质教材进课堂”。

根据国家职业教育的指导思想,目前我国高职高专教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位,其教材建设突出强调应用性和适用性,既要满足专业教育,又能适应就业导向的“双证书”(毕业证和技术等级证)的人才培养目标需要。根据教育部提出的高等职业教育“与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材”的要求,本套教材的作者不仅具有丰富的高等职业教育教学经验,而且具有企业第一线实践经历,主持或参加过多项应用技术研究。这是本套教材编写质量与高等职业特色的重要保证。

此外,本套教材配有教师用PPT文稿,方便教师教学参考。

愿本套教材的出版对“十二五”期间我国高等职业教育的创新发展和高职人才培养质量的稳步提升有所助益!

对外经济贸易大学出版社

2010年2月

编者

2010年7月

前言

国家教育部在《关于加强大学生文化素质的若干意见》中提出：“大学生的素质教育，以文化素质为基础，文化素质中又以人文素质为重点”。

人文素质，就是做人的基本素养，是指做人的基本修养或涵养，一个合格的人应该具备基本的人文素养包括：热爱生命，尊重平等，诚实守信，团队合作，学会感恩。

人文素养培养的目的，简单地说就是引导学生如何做人，培养学生正确处理人与自然、人与社会、人与人的关系的社会能力，提高学生管理自身的理性、情感、意志等方面的人文情怀。

《人际沟通与礼仪》编写组经过大量走访社会企业工作人员，并在听取企业专家的意见建议的基础上，将人际沟通能力培养与礼仪素养有机结合起来，在教授高职高专学生沟通交流的方法和技巧时，将礼仪修养贯穿始终，使学生在获得社会交往和人际沟通的社会能力的过程中始终以优雅得体、进退有序、诚实守信、尊重有礼为基础，培养高尚文明的道德情怀和积极主动的敬业精神，培养和提升爱己、爱人、爱校、爱国的精神力量，以获得和谐共赢的良好人际关系和社会关系。

《人际沟通与礼仪》在内容安排上涵盖了人际沟通的基本知识与人际交流技巧，同时全面地介绍了人际沟通时必备的礼仪知识与个人修养，帮助高职学生在校养成优雅的生活习惯，具备求职面试的礼仪技巧，培养和提高学生走入社会、构建良好人际关系社会能力。

《人际沟通与礼仪》没有说教式的长篇理论，而是从细节着手，具体实用地把人际沟通与礼仪知识展现出来，突出实践性教学的特点，具有很强的操作性。本书在每章结构上不但设置了学习目标、教学方法、教学内容、本章小结、自测与训练、知识拓展，同时增加了大量的案例分析、礼仪图示，大大增强了学习的趣味性和生动性。为了方便广大师生的教学与自学需要，您可以登录本课程的精品课程网站，在线浏览交流。
<http://jpk.hbcit.edu.cn/guojiaji/2010/2010-g-rjgtyly/2010-g-rjgtyly/index.html>。

《人际沟通与礼仪》在编写过程中参考了许多专家学者的研究成果，在此谨以致谢并致敬！由于编者水平有限，如有疏漏与不足之处，敬请专家和广大读者批评指正。

编者

2010年7月

目 录

第一章 了解沟通

第一章 了解沟通

1

- 第一节 沟通的基本原理 2
- 第二节 沟通的基本原则 5
- 第三节 沟通的形式 9

第二章 沟通与人际关系 17

- 第一节 人际关系概述 18
- 第二节 在沟通中建立良好的人际关系 24
- 第三节 沟通障碍及其改善 29
- 第四节 沟通能力的培养 40

第三章 语言沟通与非语言沟通 49

- 第一节 语言沟通 50
- 第二节 非语言沟通 66

第四章 沟通策略与技巧 77

- 第一节 沟通的过程策略 78
- 第二节 沟通的技巧 84

第五章 职场关系沟通 97

- 第一节 与上级的有效沟通 97
- 第二节 与下级的有效沟通 100
- 第三节 与同事的有效沟通 102
- 第四节 与客户的有效沟通 105
- 第五节 团队沟通与合作 108

第六章 沟通中的个人礼仪 115

- 第一节 礼仪概述 116
- 第二节 个人形象塑造 119

第七章 社交基本礼仪 135

- 第一节 社交礼仪的基本原则 135

2 人际沟通与礼仪

第二节 日常礼貌用语	137
第三节 见面的基本礼仪	138
第四节 拜访与馈赠礼仪	141

第八章 办公室基本礼仪 149

第一节 办公室日常工作礼仪	149
第二节 迎送礼仪	159
第三节 宴请礼仪	165

第一章 了解沟通

学习目标

通过本章的学习，应掌握以下内容：

1. 沟通的基本概念
2. 沟通的要素及作用
3. 沟通的目标及原则
4. 沟通的形式

教学方法

1. 问题主导
2. 案例分析
3. 课堂讲授

引 例

宋朝时，有一位青年，为人乐善好施，喜欢四处游学，机缘巧合，偶然认识了微服出巡的皇帝。皇帝心血来潮，写字画儿去卖，只可惜水准实在不高，这位青年告诉皇帝，他的画儿只值一两银子，皇帝听了很生气，但也不方便当场发作。

第二年，这位青年进京赶考，高中状元，觐见皇帝时才发现，原来当年卖画儿的人竟然是皇帝，皇帝也认出了他，皇帝拿出当年只值一两银子的那幅画，问道：“你认为这幅画价值几何？”

这位状元赶紧上前一步说道：“这幅画如果是陛下送给为臣的，那就价值万金，因为无论陛下送的任何物，对为臣来说，都是无价之宝，但如果拿去卖的话，这幅画就值一两银子。”

皇帝听了，不禁拍掌大笑，知道自己有了一位才学渊博、品性端正的忠心之士。

这个故事告诉我们在与人沟通时，不管遇到任何情况，都应得体地表达自己的真实想法，站在“理”字这边，做到有据有节。有据，指的是要说实话，反映真实情况，而不是歪曲事实，顺风说好话。我们在与人谈话时，还要有自我控制能力，即“有节”，每个人都有自己的利益、立场、观点和看法，也许对方的见解、主张与你不同，这时一定要保持冷静，寻求沟通，以达到互相理解。

第一节 沟通的基本原理

一、沟通的概念与特点

(一) 沟通的概念

沟通本意是指开沟使两水相通,在信息社会又泛指信息沟通。沟通是一个宽泛的概念,其外延在不断地扩展,因此,对于沟通的定义,学者们各抒己见。据不完全统计,沟通的定义迄今已有 150 多个。概括地说,有以下几种类型。

1. 共享说

共享说强调沟通时传播者与接受者对信息、思想和情感分享的任何过程。美国学者桑德拉·黑贝尔斯、里查德·威沃尔在其最新的《有效沟通》一书中指出沟通这种分享过程不仅包括口头语言和书面语言,也包含形体语言、个人的习气和方式、物质环境——赋予信息含义的任何东西。例如,美国著名传播学家施拉姆认为:“我们在沟通的时候,是努力想确立共同的东西,即我们努力想共享信息、思想或态度。”

2. 交流学

交流学强调沟通是有来有往、双向的活动。例如,美国学者霍本认为:“沟通即用言语交流思想。”《大英百科全书》也认为,沟通就是“用任何方法,彼此交换信息。即指一个人与另一个人之间用视觉、符号、电话、电报、收音机、电视或其他工具为媒介,所从事的交换信息的方法。”

3. 影响(劝服)说

影响说强调沟通是传播者欲对接受者施加影响的行为。如美国学者露西和彼得森认为:“沟通这一概念,包含人与人之间相互影响的全部过程。”拉氏韦尔也认为,沟通就是“什么人说什么,由什么路线传至什么人,达到什么效果。”

4. 符号(信息)说

符号说强调沟通是符号(信息)的流动。如美国学者认为贝雷尔森认为:“所谓沟通,即通过大众传媒和人际沟通的主要媒介……所进行的符号的传递。”

以上这四种学说基本概括了沟通的本质和主要特性。沟通(Communication)是指在社会交往中,人们借助符号系统(语言、文字、图像、记号)、形体手势及物质环境传递、理解信息和情感的社会行为。

(二) 沟通的特点

沟通无处不在,我们所从事的任何一项工作都离不开沟通。沟通具有自身的特点,主要表现在以下几个方面。

1. 沟通需要借助一定的载体

人与人的交流中,语言是最基本的工具,包括口头语言、书面语言,甚至可以是身体语言,例如一个手势、一个动作等。即便是同样内容的文字,仅仅是语调不同,有时也会表达出截然不同的含义。心理学家给出了这样的公式:口语的表达 = 7% 的文字内

容+38%的声音语调+55%的表情。因此,选择恰当的方式,借助一定的载体对于沟通的效果有着直接的影响。

2. 沟通双方符号划一

双方必须使用统一的符号(如语言文字等),或由中介者将双方不相通的符号转化为相同的符号。例如,两个分别只懂英语或汉语的人不借助翻译就无法进行语言沟通。

3. 沟通双方情景相融

由于每个人都具有爱与恨、喜好与厌恶等感情,因此人们在进行交流的时候,会不由自主地受外界和内心心理因素的影响。可以说,沟通总是在某种特定的环境、场合和条件下进行的。人们的沟通方式受情境制约。在通常情况下,人们总是根据时间、空间和双方关系等不同的情形来选择不同的话题,进行恰当的沟通。

4. 沟通双方影响互伴

沟通双方两个系统之间是双向信息交流,而非一方只传递信息、另一方只是接受的单项行为。例如甲方发信给乙方时,甲方为主体,乙方为客体;乙方发信给甲方时,乙方为主体而甲方为客体。这一沟通中甲乙双方互为主客体。在沟通的过程中,我们不仅需接收信息,而且还要给予信息。可以看出,沟通是培养感情,交流感情的过程。因此,人们在进行沟通及完成沟通后,各自的心理和行为都会受到对方一定的影响。人类沟通的最大特点就是沟通者在交往活动中是平等参与和相互影响的。只有相互影响,才能向沟通目标靠近,使双方达成一致意见。

二、沟通的要素及程序

(一) 沟通的要素

沟通的要素包括传送者和接收者、信息、媒介、噪音、反馈。

1. 传送者和接收者

传送者又称信息员。任何一次沟通都必然存在传送者和接收者,他们是沟通的主体。在一些沟通过程中每一个参与者都既是传送者也是接收者。

2. 信息

信息指沟通双方之间传递的思想和情感等。

3. 媒介

媒介又称渠道,是指信息传递所依赖的载体。在人际沟通中,人们一般通过听觉、视觉或者触觉来实现沟通。

4. 噪音

噪音是指信息形成、传递、接收、理解、反馈过程中的各种干扰因素。

5. 反馈

反馈是信息传送者和接收者之间的相互作用,是沟通成立的必要条件。

(二) 沟通的程序

沟通一般包括六个步骤或程序。

4 人际沟通与礼仪

1. 概念形成

发送者形成想要传递的概念或思想。对于一个有效的沟通过程来说，这是最为重要的。因为，如果没有形成有价值的信息，其他步骤则毫无意义。

2. 编码

发送者把已形成的概念编译适当的传输符号，如言语、文字、图片、身体姿势、表情动作等。这时，发送者要决定信息传送的方式或手段，以便组织好恰当的传输符号。

3. 传输

通过适当的渠道和方式进行传输。信息发送者一方面要把握沟通的时机；另一方面要设法保持传输渠道畅通，免遭干扰或梗阻，以便信息能有充分机会送达接收者。

4. 接收

传送的信息应由接收者接收。如果发送者传输的信息没人接收，或接收者不能尽职，信息就会丢失。所以，要千方百计地引起接收者的注意。

5. 解码

发送者要求接收者按照他的本意准确地理解信息。事实上这是很困难的。在绝大多数情况下，只要做到足够接近符合发送者的本意就算是成功的沟通。

6. 利用

信息接收者对接收的信息进行利用。通常，接收者要根据得到的信息有所反应和行动。

以上步骤充分显示，良好的信息沟通与信息的采集、传输和接收过程的工作质量有关，也与信息沟通过程中参与人的素质密切相关。

三、沟通的作用

英国文豪萧伯纳说过：“假如你有一个苹果，我也有一个苹果，而我们彼此交换这个苹果，那么，你我仍然是各有一个苹果；如果你有一种思想，我也有一种思想，而我们彼此交换这种思想，那么，我们每个人将各有两种思想。”这段话生动地说明了沟通的作用。

（一）沟通是人际关系的构成条件和促成“人和”的措施

人们通过沟通与周围的社会环境相联系，而社会是由人们互相沟通所维持的关系组成的网络。沟通就像血液流经人的心血管系统一样流过社会系统，为社会这个有机整体服务。在社会网络中，沟通是一种自然而然的、必需的、无所不在的活动。

（二）沟通贯穿于我们生活的所有领域

人的绝大多数活动都是通过沟通进行的。我们把它用于劝说、协调关系，以及分享快乐、共同谋求发展和披露信息。人们的行为也告诉我们，良好的沟通是我们的工作和相互关系取得成功的关键。多方面的调查表明，企业经理应把口头沟通和倾听列为取得工作成就的重要技能。生活要有沟通，良好的沟通就是更充分地享受生活。

（三）沟通是人们获取知识和信息的重要途径

据专家分析，在人们所掌握的知识中，20% 来源于直接学习，80% 来源于社会学

习。社会知识可以从与朋友、同行、老师的聊天、讨论和聚会中获得,也可以通过演讲、上课等形式获得;而这些都是沟通的重要形式。人们通过沟通可以开阔视野、互通信息、获取知识与技能。

(四) 作为衡量个人情商水平的一个重要尺度,沟通是衔接智商和情商的重要手段,是人们以智商为基础,迈向成功的桥梁

总之,沟通是人们分享信息、思想和情感的过程。当今世界,良好的沟通能力,对于人们个体的发展,乃至整个经济和社会的发展关系重大。在个体发展中,良好、有效的沟通对于个体素质的全面提高、很好的发展人际关系、发挥自身的内在潜力和事业的成功影响甚大。据权威的《工商管理硕士就业指南》(1995年英文版)所载:经过对全球近千家企业的调查分析,在10项MBA才能指标中,最为重要的3种能力是分析判断能力、商业经营思想和良好的沟通能力。美国普林斯顿大学曾对1万份人事档案进行分析,“专业技术”和“经验”只占成功的25%,其余75%取决于良好的人际沟通;哈佛大学就业指导小组1995年调查结果显示,在500名被解职的男女中,因人际沟通不良而导致工作不称职者占82%。可见,良好的沟通能力在人们的一生中具有多么重要的意义。日本企业之神,著名的松下电器公司的创始人松下幸之助有句名言:“伟大的事业需要一颗真诚的心与人沟通。”松下幸之助就是凭借其良好的人际沟通艺术,赢得了他人的信赖、尊重和敬仰,并使松下电器成为全球电器行业的巨星。

第二节 沟通的基本原则

一、沟通的目标

人们在进行不同的沟通活动中可能具有不同的目标,例如,传递、说明、教育、娱乐、解释、劝导、宣传、号召等。根据沟通深度和难度的不同,沟通目标可以分为传递、理解、接受和行动。

(一) 传递

传递是沟通最初级的目标,也是最容易达到的目标。只要信息的发出者能够使信息到达特定的个人或组织,就可以视为达到了沟通的目标,而并不追求信息一定对其他人或组织产生影响。

当信息的发布者受法律等因素制约不得不发布某种信息或者信息的内容很简单时,信息沟通常常以传递作为目标,例如,各种类型的通知、公告就属于此类。

(二) 理解

理解是较深层次的沟通目标,它要求信息的受众能够广泛、深入明了信息的性质、含义、用途和影响。文化教育、娱乐以及一部分解释、说明就属于这种性质的沟通。要达到使人能够理解的目标,就要求信息发出者在进行信息策划时,必须考虑符合信息受众习惯和能力的信息编码和表达方式。

（三）接受

接受的含义是信息受众不仅要能够广泛、深入明了信息的性质、含义、用途和影响，而且要认同、同意信息的内容。接受的核心是态度上的趋同。很多解释、说明、劝导就是以接受作为沟通目的的。

（四）行动

行动是沟通的最高层次的目标，它要求信息受众不仅能够接收、理解、接受信息的内容，而且会受到信息的影响而采取某种行动。一些劝导、宣传、号召活动往往是以说服这些人采取某种行动作为目标的。

二、沟通的原则

沟通在日常生活和工作中时时存在，但事实表明并非所有的沟通都是有效的，无效的沟通大量存在于我们的生活和工作中。如何尽量避免无效的沟通，提高沟通的效果，克服沟通中存在的障碍，更好地促进工作的开展和进行，需要我们掌握有效沟通的基本原则。

无数事实表明，沟通的有效性越明显，组织的智能就越高。美国著名的公共关系专家卡特利普和森特在他们合著的被誉为“公关圣经”的著作《有效的公共关系》中提出了有效沟通的“七C原则”，具体如下。

可信赖性（Credibility），是指建立对传播者的信赖。

一致性（Context），又可译为情景架构，是指传播必须与环境（包括物质、社会、心理、时间等）相协调。

内容的可接受性（Content），是指传播内容必须考虑受众，要能够激发他们的兴趣，满足他们的需要。

表达的明确性（Clarity），是指信息的组织形式应该简洁明了，易于公众接受。

渠道的多样性（Channels），是指应该有针对性的运用传播媒介以达到向目标公众传播信息的作用。

持续性与连贯性（Continuity and consistency），这意味着沟通是一个没有终点的过程，要达到渗透的目的，就必须对信息进行重复，但又必须在重复中不断补充新的内容，而且这一过程应该持续地坚持下去。

受众能力的差异性（Capability of audience），也就意味着沟通必须考虑沟通对象能力的差异，包括注意力、理解力、接受力和行为能力等。只要充分考虑这些能力的差异，进而采取不同的方法实施传播才能使传播易为受众理解和接受。

上述“七C原则”基本涵盖了沟通的主要环节，并涉及传播学中的控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析、效果分析和反馈分析等主要内容，因此具有很强的实践应用性。

三、沟通的基本内容

要有效地进行沟通，不仅要遵循有效沟通的若干原则，还要明了沟通的基本内容，

并进行细致的分析和准备。概括起来,沟通的基本内容可以归纳为6个方面的问题,即何因(Why)、何人(Who)、何事(What)、何地(Where)、何时(When)、如何(How),即5W1H。

(一) 何因

“何因”也就是沟通的目标、目的。沟通的目标是沟通的灵魂,是所有沟通计划、准备和实施过程都必须围绕的主题。如果目标不明,整个沟通过程就会南辕北辙。

确定沟通目标是一件非常重要,也是比较困难的事情。我们经常讲到的成语“与虎谋皮”就是一个不恰当沟通目标的典型例子。

确定沟通目标首先要确定沟通各方的底线,包括沟通双方的沟通理解能力,态度转变、行动能力和意愿的空间,在谈判中也称为可谈判空间。确定这一点是十分重要的,因为,如果将沟通目标确定在了底线之外,就相当于去做不可能实现的事情。

例如:一个幼儿园的老师对一个两三岁的孩子讲要学好文化、造福社会,恐怕是不会有结果的,这就超出了这个年龄的孩子的理解范围。但是如果这个幼儿园的老师以一种这个孩子喜欢的玩具作为奖赏,去要求这个孩子去背一首唐诗则是可能的。

在大部分的商务活动中,沟通各方的底线不是很容易就能摸清的,需要收集大量的信息并做好调研工作。有时这个底线是在沟通过程中逐渐了解和确定的,需要采取试探的方法,逐步摸清对方的意图和态度。这就要求沟通双方具有根据实际情况不断调整沟通目标的能力和技巧。

在沟通过程中,我们要注意区分主动沟通方、被沟通方和对等沟通方。主动沟通方是指在沟通过程中事先经过计划、具有明确沟通目标的一方。被沟通方是指事先没有计划,也没有明确的沟通目标,只是被动卷入沟通过程的一方。

一般来说,主动沟通方在沟通中处于有利地位,但有时也会遭到被动沟通方的拒绝。对于主动沟通方而言,只要他能够避免被另一方完全终止沟通,就可以通过不断调整具体沟通目标和范围获得利益。对等沟通则是指在沟通之前各方都具有一定计划和目的的沟通过程。谈判就是以一种典型的对等沟通。在对等沟通中,由于双方都具有一定计划和目标,就会产生双方目标的冲突和协调问题。

(二) 何人

“何人”指的就是沟通的对象。使用同样的沟通信息、方法和过程对不同的沟通对象产生的沟通效果是不一样的。在沟通过程中,很多人把注意力仅仅集中在自身的沟通目标和沟通信息的清晰、简明、准确和完整上,而忽略了沟通的另一方的感受,这样的沟通必然是失败的。

实际上,评价沟通效果的最终标准是接收信息一方的理解和接受程度,而不是信息传递一方表达的清晰程度,有时一个十分准确的表达方式所带来的结果只能是信息受众的一片茫然甚至误解。

例如:同样对于一个科学原理的介绍,提供给专业人士使用的科学著作和提供给一般大众的科普书籍在写法上就存在很大的差异。前者的基本准则是尽量使用专业术语,力求逻辑和论证严谨;后者的基本原则是尽量减少专业术语,更讲究通俗易懂。如果我

们说“鼻黏膜受到某种刺激而引起的防御性反射动作”大家可能不太明白这种专业的说法,但如果说“打喷嚏”就无人不晓了。

在与人沟通之前,有必要搞清楚以下问题:

沟通的对象是谁?

属于哪一类人群?

他们的性别、年龄、种族、民族、受教育程度、地位、身份、经历如何?

沟通对象对沟通信息了解多少?

沟通对象对沟通本身和沟通信息的内容持什么态度?是欢迎还是排斥?会如何反应?

(三) 何事

“何事”指的是沟通的主题。主题是指沟通活动紧密围绕的核心问题或话题。在沟通活动中,主题的作用主要表现在它是串起所有相关信息的线索。在沟通过程中,主题作为基本的背景和对象,是帮助沟通者理解和记忆沟通内容并作出反馈的主要依据。

在时间比较长的沟通中,特别是做演讲和报告时,听众很难长时间全神贯注地倾听,会出现走神或中途退场的想象,如何才能继续下去?这时,如果主题很清晰,听众就比较容易把新接收的信息与前面的信息联系起来,否则就会不知所云。

另外,有时由于交流过程中的不确定性和随意性,沟通过程随时可能转入细节或一个不相关的话题,确定明确的主题并保持主体意识,是实现高效沟通的重要途径。

(四) 何地

地点是指沟通活动发生的空间范围,包括地理区域、特定场所和室内布置等。

大的地理区域往往暗示着某种文化背景和区域特征,例如,法国容易让人们联想到浪漫、考究、富裕、艺术,非洲则容易使人联想到落后、干旱、豪爽、自然,尽管实际情况不一定如此或者不一定当地的每个人都是这样,但是还是有一定的代表性。在购买商品的过程中,人们也往往会根据产品的产地来判断产品的质量和价值。

特定场所往往暗示着一定的身份和地位。例如,同样一场商务谈判,如果安排在一家五星级饭店,则暗示着主办方对此事非常重视;如果是在公司的普通会客室进行,则可能被理解为接待方不很重视。很多擅长沟通的人往往选择某些特定的场合作为见面或谈话的地点,以显示自己的特殊背景或关系。

室内场所的布局和陈设对沟通双方的心理也有影响。试想,如果一个企业的老板坐在硕大的办公桌后面的老板椅上,桌前放了一张很小的椅子给员工坐,那么员工在与老板沟通过程中一定会感到紧张和压力。反之,如果在办公室内呈垂直角度摆放两张完全相同的沙发或椅子供老板和员工使用,则两人沟通起来会更加充分。

沟通的地点常常被称为场合。场合在沟通中的重要性主要在于场合决定着人们对信息的解读方式。人们通常会根据经验形成一些思维定势或习惯,这些定势和习惯是人们快速解读信息的线索。大多数人都知道,同样的信息或词汇在不同场合的含义是不同的,因此,场合决定着人们如何理解信息的含义。

(五) 何时

时间对沟通效果的影响非常复杂,是多方面的。

1. 作息规律存在差异

不同的人在作息规律上存在很大差异,在同一时间,不同沟通对象在情绪、体力、注意力等方面差异很大,如果时间选择不当就会影响沟通效果。

2. 具有不同的时间观念

不同的人具有不同的时间观念。在很多沟通场合,当事各方并不一定能够准时在同一时间到达约定地点,有时还会出现迟到问题。在通常情况下,迟到会给另一方造成对方不尊重、不重视自己和心情烦躁的感觉,影响沟通的顺利进行。

3. 注意沟通效率

时间的长度对沟通效率也有很大的影响。一般来说,交谈、谈判的时间越长,人们的注意力越差,头脑反应越慢。有的时候,也有人利用拖延时间的战术来麻痹对方,在谈判中达到自己的目标。

4. 注意把握沟通时段

不同的时间段会影响人们对信息的理解。例如,同事之间在工作时间所讲的内容往往被理解为正式的沟通,需要为此承担责任,而在休息时间或下班以后所讲的话常常被理解为非正式的沟通,不需要为此承担责任。

(六) 如何

“如何”是指实现沟通目标的手段,也是沟通中最复杂、最困难的要素。

有效的组织和实时沟通,需要考虑以下几个要素:

- 信息的表现形式是什么,如文字、图片、多媒体、身体语言、符号标志、模型等。
- 采用什么样的沟通媒介,主要分为口头和书面两大类形式。口头形式包括面对面谈、不见面的语音交谈、远程多媒体视频交谈等;书面形式包括信件、备忘录、通知等。
- 信息的组织形式,可分为归纳法和演绎法。归纳法是从一个个具体的事例出发,经过分析、解释,得出主要观点或一般性结论;演绎法则从一个一般的结论或主要观点出发,对具体的事例进行解释、分析和说明。
- 采取什么样的语气和表达风格,如庄重、轻松、戏谑。
- 如何布置和安排沟通的场所。
- 在沟通的时间选择上要注意哪些事情。

在沟通过程进行计划时,要特别注意,并不存在放之四海而皆准的最佳表达方式,应该根据不同的情况选择最合适的表达方式,特别是要根据沟通的需要创造出恰当的沟通气氛。

第三节 沟通的形式

沟通形式指的是信息传递的形式,即用什么样的信息媒介将信息内容传递出去并使

接收者理解。对于沟通的分类,有自我沟通、人际沟通、组织沟通和公众媒体沟通。这里主要是就人际沟通所采用的不同媒介,对于沟通形式做了如下区分。

一、按照是否面对面沟通分

直接沟通:是以语言和形体语言为媒介的面对面的沟通。如谈话、演讲、上课等。它是人际沟通的主要形式。

间接沟通:以语言、文字或符号与信件、电子媒介(电话、电视、互联网)等构成的符合媒介进行的非面对面的沟通。

二、按照语言的运用形式分

语言沟通:是指以语言符号形式为媒介的沟通行为。语言有口语和文字两种形式,于是,语言沟通又分为有声的语言沟通或称书面沟通(以书面语言方式传播,如写信、发通知、讲课中的板书等)

非语言沟通:主要是指以形体语言或非语言符号为媒介的沟通行为,加以表情、身体动作、衣着、外形、气质等作为工具进行沟通。声音是非语言沟通的一个重要方面,它能反映沟通者内在的感受。在求职面谈中,一个人可能会表示他对这个职务很感兴趣,他将勤奋工作等等,但是如果他的声音呆板,面部毫无表情,你就可以凭直觉感受到求职人是言不由衷。很少有人明确地了解自己的声音给他人的感觉。

非语言沟通的特点是往往会泄露人们难以掩饰的内心世界。另外,非语言沟通往往只是在面对面的范围内使用。

三、按沟通的组织程度分

正式沟通:在组织中按明文规定的渠道进行的信息传递,如传达指示、汇报工作、召开会议等。

非正式沟通:人以个人身份进行正式沟通渠道以外的信息交流活动,如私下交换意见、传播小道消息、议论某人某事等。现代管理很重视非正式沟通的研究,因为人们真实思想和动机往往是在非正式的沟通中表露出来的。

四、按沟通信息有无反馈分

单向沟通:是指单向信息流动无信息反馈的人际沟通。此时,沟通双方地位不变。一方发送信息,另一方接收,如做报告和大型演讲。实际上,严格意义的单向沟通是罕见的,接收者或多或少地有信息反馈。

双向沟通:指双向信息流动有信息反馈的人际沟通。信息发送者与接收者地位不断变换,沟通的信息反馈往复多次,如交谈、协商、谈判等。双向沟通较之于单向沟通,对促进人际关系和加强双方紧密合作方面有更重要的作用。

五、按照传递信息的方式分

书面沟通:是指采用书面文字形式进行的沟通。它的特点是比较正式,可以长时