



普通高校“十三五”规划教材·工商管理系列

商务沟通

3



黄漫宇 ◎ 编著



清华大学出版社



普通高校“十三五”规划教材·工商管理系列

商务沟通

黄漫宇 ◎ 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

在商务活动中,唯有具备高效的沟通能力,方可在工作中左右逢源、游刃有余,从而取得令人瞩目的成就。围绕着提升商务人员沟通能力这一教学目的,本书详细介绍了商务人员在日常管理工作所需掌握的各种技能,这些技能包括有效的口头表达、倾听、面谈、电话沟通、会议沟通、演讲与演示、求职以及跨文化沟通等内容。

本书的编写注重务实和操作性,旨在介绍关于商务沟通的一些实用技巧和技能。根据该课程教学特点,案例将穿插于整个书之间。在每章开头以案例形式引入本章的教学内容,必要时根据书的内容安排一些小案例于书中间,每章后面安排案例讨论,让读者根据所学知识解决实际问题。

本书适应的读者包括经济管理类专业的学生、MBA 学员以及企业管理人员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商务沟通/黄漫宇编著.--北京:清华大学出版社,2016

(普通高校“十三五”规划教材.工商管理系列)

ISBN 978-7-302-44288-2

I. ①商… II. ①黄… III. ①商业管理—公共关系学—高等学校—教材 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 164305 号

责任编辑:左玉冰

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:14.5

字 数:335 千字

版 次:2016 年 8 月第 1 版

印 次:2016 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00 元

产品编号:057953-01

在社会发展过程中,沟通是人们交换信息、获取信息必不可少的环节。尤其是在经济全球化、信息大爆炸的今天,高效沟通已经成为工商界人士必备的技能。对于有志于从事管理工作的人士以及正在从事管理工作的人士而言,掌握高效沟通的精髓是增强其职场竞争力的有效保障。

鉴于沟通的重要性在现代社会中正日益显现,为了培养出具有卓越才能的企业家和高级管理人才,欧美的商学院都把“管理沟通”作为培养 MBA 的主干课程之一。为适应当今经济形势发展的需要,在我国,越来越多的高校在经济管理类专业的学生中设立了诸如“商务沟通”“管理沟通”课程。虽然,有关这些课程的读物数量繁多,但是多数以翻译引进为主,即使是我国作者自己编写的相关书籍也主要是针对 MBA 学员的“管理沟通”课程。鉴于中外国情的差别、本科教育与 MBA 教育的差异,笔者认为很有必要编写一本以经济管理类学生为主要读者的商务沟通类书籍,以满足这一层次的需要。

在总结多年“商务沟通”课程教学经验的基础上,笔者于 2006、2010 年分别在机械工业出版社出版了《商务沟通》第一版和第二版,在市场上受到广泛认可,这说明越来越多的高等院校已经开始重视针对经济管理专业的在校学生开展沟通技能的培训,而本书的内容设置恰如其分地满足了这一市场需求。

根据近年来商务沟通教学的发展现状,本书在前两版的基础上丰富了求职沟通、跨文化沟通等部分的内容,增加了更有代表性的案例,现有内容具体包括沟通过程、言语沟通技巧、倾听、非语言沟通、电话沟通、面谈、演讲与演示、会议沟通、求职面试技巧、无领导小组讨论技巧、求职书面材料准备与跨文化沟通。

本书的编写注重务实和操作性,旨在介绍关于商务沟通的一些实用技巧和技能。根据该课程教学特点,案例将穿插于整个书之间。在每章开头以案例形式引入本章的教学内容,必要时根据书的内容安排一些小案例于书中间,每章后面安排案例讨论,让读者根据所学知识解决实际问题。为了满足教学需要,作者也提供了每章的 PPT 演示材料,供教师参考使用。

本书适应的读者包括经济管理类专业的学生、MBA 学员以及企业管理人员。

全书由中南财经政法大学工商管理学院黄漫宇教授编写,李圆颖、张晋、吴佩佩等人参与了部分章节的编写工作。本书最后由黄漫宇总纂定稿。

本书的出版与清华大学出版社左玉冰编辑的大力支持是分不开的,为了本书的出版,

平,难免有疏漏之

编 者
2016 年 6 月

教学支持说明



扫描二维码在线填写
更快捷获取教学支持

尊敬的老师：

您好！为方便教学，我们为采用本书作为教材的老师提供教学辅助资源。鉴于部分资源仅提供给授课教师使用，请您填写如下信息，发电子邮件给我们，或直接手机扫描上方二维码在线填写提交给我们，我们将会及时提供给您教学资源或使用说明。

（本表电子版下载地址：<http://www.tup.com.cn/subpress/3/jsfk.doc>）

课程信息

书 名			
作 者		书号（ISBN）	
开设课程1		开设课程2	
学生类型	☐ 本科 ☐ 研究生 ☐ MBA/EMBA ☐ 在职培训		
本书作为	☐ 主要教材 ☐ 参考教材	学生人数	
对本教材建议			
有何出版计划			

您的信息

学 校			
学 院		系/专业	
姓 名		职称/职务	
电 话		电子邮件	
通信地址			

清华大学出版社客户服务：

E-mail: tupfuwu@163.com

电话：010-62770175-4506/4903

地址：北京市海淀区双清路学研大厦 B 座 506 室

网址：<http://www.tup.com.cn/>

传真：010-62775511

邮编：100084



目录

第1章 绪论	1
1.1 沟通的目标与类型	1
1.1.1 沟通的含义	1
1.1.2 沟通的目标	2
1.1.3 沟通的类型	3
1.2 沟通过程图及其应用	4
1.2.1 沟通过程	4
1.2.2 沟通过程的障碍因素分析	5
1.2.3 越过沟通的障碍	6
1.3 高效沟通的标准与方法	7
1.3.1 高效沟通的标准	7
1.3.2 情境分析法及其应用	8
1.4 商务沟通的发展趋势	9
1.4.1 对质量和客户需求的重视	9
1.4.2 现代信息技术被广泛用于商务活动中	9
1.4.3 随着全球经济一体化进程加速,商务沟通呈多元化发展趋势	10
1.4.4 讲求团队精神	11
本章小结	12
第2章 言语沟通的艺术	13
2.1 有效口头表达的特征	14
2.1.1 有效口头表达的要素特征	14
2.1.2 有效口头表达的效果特征	15
2.2 言谈礼仪	16
2.2.1 基本的讲话技巧	17
2.2.2 语言表达的规范与礼仪	19
2.3 语言艺术	22
本章小结	29
第3章 倾听技巧	30
3.1 倾听概述	31

3.1.1	倾听的概念	31
3.1.2	倾听的重要性	32
3.1.3	倾听的作用	33
3.1.4	倾听的类型	34
3.1.5	倾听障碍	35
3.2	如何成为一个好听众	38
3.2.1	克服倾听者障碍	38
3.2.2	提高倾听技巧	39
3.2.3	对员工的倾听	43
3.2.4	对顾客的倾听	45
3.2.5	对上级的倾听	45
	本章小结	47
第4章	非语言沟通	49
4.1	非语言沟通的功能	49
4.1.1	代替语言的作用	50
4.1.2	强化效果的作用	50
4.1.3	体现真相的作用	51
4.2	非语言沟通的表现形式	51
4.2.1	非语言沟通的环境	51
4.2.2	非语言沟通表现形式的分类	52
4.3	非语言沟通相关礼仪知识	59
4.3.1	服饰礼仪	59
4.3.2	见面礼仪	60
4.3.3	目光礼仪	63
4.3.4	馈赠礼仪	64
	本章小结	66
第5章	电话沟通	68
5.1	商务活动中使用电话的要求	69
5.1.1	通话时间的选择	69
5.1.2	通话地点的选择	70
5.1.3	通话对象的选择	70
5.1.4	通话内容的选择	71
5.1.5	分析打电话的原因	71
5.2	电话礼仪	71
5.2.1	电话礼仪中的声音控制	72
5.2.2	电话礼仪中的措辞	72

5.3 打电话的技巧	73
5.3.1 打电话的准备工作	73
5.3.2 通话过程中	75
5.3.3 结束电话后的整理工作	76
5.4 接电话的技巧	77
5.4.1 接电话的准备工作	77
5.4.2 通话过程中	77
5.4.3 结束电话后的整理工作	78
5.5 使用手机应注意的问题	80
5.5.1 手机放置位置	80
5.5.2 注意使用手机的场合	80
5.5.3 注意通话的方式	80
5.5.4 选择合适的铃声	80
5.5.5 尊重他人隐私	81
本章小结	83
第6章 面谈	84
6.1 面谈概述	85
6.1.1 面谈的概念	85
6.1.2 面谈的特点	85
6.1.3 面谈的性质	86
6.1.4 商务活动中面谈的要求	87
6.2 面谈计划的制订	87
6.2.1 确立面谈目的	87
6.2.2 设计问题	88
6.2.3 安排面谈环境	89
6.2.4 预计各种可能出现的问题,做好应对准备	90
6.3 面谈的实施	91
6.3.1 开始面谈	91
6.3.2 展开面谈	92
6.3.3 结束面谈	95
6.4 常见的面谈类型及技巧总结	96
6.4.1 信息收集面谈	96
6.4.2 雇佣选聘面谈	97
6.4.3 绩效评估面谈	97
6.4.4 离职面谈	100
6.4.5 销售面谈	101
6.4.6 面谈技巧总结	102

本章小结	103
第7章 演讲与演示技巧的应用	105
7.1 演讲与演示的准备	106
7.1.1 听众分析	106
7.1.2 确定目标	108
7.1.3 整理思路	109
7.1.4 准备有效的视觉帮助工具	112
7.1.5 对演讲进行演练	112
7.1.6 放松心情	113
7.2 发表演讲	114
7.2.1 组织演讲结构	114
7.2.2 演讲和演示过程中的非语言沟通	119
7.2.3 展现你的声音	123
7.2.4 保持听众注意力的技巧	125
7.3 视觉辅助工具的使用	126
7.3.1 选择设备	126
7.3.2 编写信息题目	128
7.3.3 使用视觉辅助工具的规则 and 技巧	130
本章小结	133
第8章 群体沟通	134
8.1 群体沟通的优缺点及常见形式	135
8.1.1 群体沟通的优点	135
8.1.2 群体沟通的缺点	136
8.1.3 影响群体沟通效率的因素	137
8.1.4 群体沟通的常见形式	139
8.2 组织会议的工作重点	143
8.3 参加会议	156
8.3.1 参会准备工作的要点	156
8.3.2 关于积极参与的指导	156
本章小结	158
第9章 求职面试技巧	160
9.1 求职信息获得的来源	161
9.1.1 求职信息获取的正式渠道	161
9.1.2 求职信息获取的非正式渠道	162
9.2 求职面试的常见类型及特点	164

9.2.1	结构化面试与非结构化面试	164
9.2.2	单独面试与集体面试	165
9.2.3	压力性面试与非压力性面试	165
9.2.4	一次性面试与分阶段面试	166
9.2.5	常规面试、情景面试与综合性面试	167
9.2.6	鉴别性面试、评价性面试和预测性面试	167
9.3	结构化面试的应对技巧	167
9.3.1	结构化面试的内涵	167
9.3.2	结构化面试的特点	168
9.3.3	应对结构化面试的具体技巧	168
9.4	无领导小组讨论的应对技巧	170
9.4.1	无领导小组讨论的内涵	170
9.4.2	无领导小组讨论的特点	171
9.4.3	应对无领导小组讨论的具体技巧	172
	本章小结	179

第10章 求职书面材料的准备 180

10.1	自荐信的写作	180
10.1.1	自荐信的基本格式与内容	181
10.1.2	自荐信的注意事项	182
10.1.3	自荐信的主要内容	182
10.2	求职简历的准备	185
10.2.1	制作简历的注意事项	185
10.2.2	简历的一般格式	186
10.2.3	简历成功要诀	188
10.3	英文求职书面材料的准备	188
10.3.1	叙述信息来源	188
10.3.2	自我介绍	188
10.3.3	申请原因	189
10.3.4	如何在求职信中体现自己的能力	189
10.3.5	请求答复	189
10.3.6	表达自己的感激之情,署名	189
	本章小结	191

第11章 跨文化沟通 193

11.1	掌握跨文化沟通技巧的意义	194
11.1.1	跨文化沟通	195
11.1.2	认识到跨文化沟通的日益重要性	196

11.1.3 掌握跨文化沟通技巧的重要意义	198
11.2 东西方文化的差异	199
11.2.1 理解文化	200
11.2.2 东西方文化差异	205
11.2.3 克服跨文化沟通中文化差异的对策	208
11.3 跨文化沟通的技巧	211
11.3.1 跨文化沟通的常用技巧	211
11.3.2 跨文化沟通的特殊技巧	214
本章小结	215

附录 商务沟通游戏精选	217
--------------------------	-----

参考文献	221
-------------------	-----



第 1 章

绪 论

● 习目的

1. 了解沟通的目标与类型以及商务沟通未来的发展趋势；
2. 熟悉沟通过程以及了解沟通障碍产生的原因；
3. 理解商务沟通的管理职能；
4. 熟练掌握情境分析法在商务沟通中的应用。

引例



管理工作中的“双 70 定律”

即管理者平均花费约 70% 的时间用于沟通，而日常管理中大约 70% 的管理问题是来自沟通障碍。可见沟通技能的重要性，以及沟通障碍的普遍性。200 名世界 500 强的 CEO 当被问及：你认为职业经理人最重要的职业技能是什么？70% 的人回答是沟通技能，因为管理工作大多是沟通工作，无法沟通当然就无法管理。

案例来源：安世全主编，《职场关键能力》，人民邮电出版社，2010。

国外有的学者曾经将管理人员的工作定义为：收集传递信息+企业决策+增进团结。这一系列工作内容源于沟通。在现代信息社会，管理人员对信息的搜集、加工和处理能力已经成为决定其职场竞争力的关键因素。要成为一个优秀的管理人员，必须具备良好的沟通能力。

1.1 沟通的目标与类型

1.1.1 沟通的含义

沟通不是万能的，但没有沟通却是万万不能的。

沟通是一个经常使用的词。对于什么是沟通，可以说是众说纷纭。统计结果表明，沟通的定义竟有一百多种。

在英文中，“沟通”(communication)这个词来自拉丁语词根 common，common 这个词的含义是共有、共同的意思。综合分析沟通的一百多种定义，大致有两种观点是比较普遍的。一种是说服派的观点，即强调信息的单向传播和送达。比如西盟认为，沟通：“可

视为一种程序,借此程序,组织中的每一成员将其所决定的意见或前提传送给其他有关成员。”另一种是共享派的观点,即认为沟通是信息发送者与信息接收者共享信息的过程,强调信息传递的双向性。

本书倾向于第二种观点,从管理的角度出发,特别是从领导工作职能特性的要求出发,将沟通定义为:沟通是人们在交往过程中,通过借助某种载体和渠道将信息从发送者传递给接收者,并获取理解的过程。

1.1.2 沟通的目标

按照共享派来理解沟通的含义,不难得出沟通目标的四个层次。

1. 沟通首先是实现信息被对方接收

沟通首先是意义上的传递。如果信息和想法没有被传递到,则意味着沟通没有发生。也就是说,说话者没有听众或写作者没有读者都不能构成沟通。

2. 信息不仅要被传递到,还要被充分理解

要使沟通成功,信息不仅需要被传递,还需要被理解。如果一个不懂英文的人阅读英文原版小说,那么他(她)所从事的活动就无法称为沟通。沟通是意义上的传递和理解。有效的沟通,应该是信息经过传递后,接收者感知到的信息与发送者发出的信息完全一致。

值得注意的是,一个观念或一项信息并不能像有形物品一样由发送者传送给接收者。在沟通过程中,所有传递于沟通者之间的,只是一些符号,而不是信息本身。语言、身体动作、表情等都是一种符号。传送者首先要把传递的信息“翻译”成符号,而接受者则进行相反的“翻译过程”。由于每个人“信息-符号储存系统”各不相同,对同一符号(例如身体语言)常存在着不同的理解。例如,在我国,人们把大拇指伸出来时,表示赞赏对方;而在意大利等国家则表示数字“一”。如果人们在交往中忽视了不同成员之间“信息-符号储存系统”的差异,自认为自己的词汇、动作等符号能被对方还原成自己欲表达的信息,则会导致不少的沟通问题。

3. 所传递的信息被对方接受

这是沟通目标的更高层次。但是信息是否可以被对方接受,这只是我们追求的目标,而不能成为判断沟通是否高效的标准。按照这一观点,如果有人与我们意见不同时,不少人认为此人未能完全领会我们的看法,但是这种理解不一定是正确的。因为,很多时候由于其他原因的存在,对方可以非常明白我们的意思但却不同意我们的看法。事实上,沟通双方能否达成协议,别人是否接受我们的观点,往往并不是沟通良好与否这一个因素所决定的,它还受到双方根本利益是否一致、价值观是否相同等其他关键因素的影响。例如,在谈判过程中,如果双方存在着根本利益的冲突,即使沟通过程中不存在任何噪声干扰,谈判双方技巧十分娴熟,往往也不能达成一致协议,但沟通双方每个人都已充分理解了对方的观点和意见。

4. 引起对方反响

沟通的目的不是行为本身,而在于结果。如果对方在接收、理解、接受我们所传递信息的基础上,能够改变行为或态度,那么沟通可以产生预期的结果,这样沟通的整体目标

可以得到最完美的实现。比如,通过绩效评估面谈,主管指出了某位员工工作中的问题,这位员工在接受这些批评以后,在工作态度和工作质量方面都进行了相应的改进,提高了工作效率,那么此时主管和员工的沟通则实现了最高目标。当然,对方是否会产生反响是与他(她)的性格、价值观以及个人态度和能力等因素息息相关的。

以上四个目标能够在沟通活动中全部实现是比较困难的,因为这不仅仅只与沟通技能相关,它还取决于其他一些主、客观因素的影响。但是如果未能实现以上四个目标中的任何一个目标,则意味着沟通的失败。

1.1.3 沟通的类型

依据不同的划分标准,可以将沟通分成不同的类型。如根据信息载体的不同,沟通可分为语言沟通和非语言沟通两种类型;按照沟通所涉及的范围不同,又可以分为自我沟通和人际沟通等。由于本书的内容侧重于介绍在各种信息载体中沟通的技能和技巧,因此在此主要介绍第一种分类。

1. 语言沟通

语言沟通建立在语言文字的基础上,又可细分为口头信息沟通和书面信息沟通两种形式。

(1) 口头信息沟通

人们之间最常见的沟通方式就是交谈,也即口头信息沟通。口头信息沟通方式灵活多样,既包括演讲、正式的一对一讨论或小组讨论,也包括非正式的讨论以及传闻或小道信息传播等。

口头信息沟通是所有沟通形式中最直接的方式。它的优点是快速传递和即时反馈。在这种方式下,信息可以在最短时间内被传递,并在最短时间内得到对方回复。如果接受者对信息有疑问,迅速的反馈可使发送者及时检查其中不够明确的地方并进行改正。

但是,口头信息沟通也有缺陷。信息从发送者一段段接力式传送的过程中,存在着巨大的失真的可能性。每个人都以自己的偏好增减信息,以自己的方式诠释信息,当信息经长途跋涉到达终点时,其内容往往与最初的含义存在重大偏差。如果组织中的重要决策通过口头方式,沿着权利等级链上下传递,则信息失真可能性相当大。

(2) 书面信息沟通

书面信息沟通包括信函、报告、备忘录等其他任何传递书面文字或符号的手段。书面记录具有有形展示、长期保存、法律防护依据等优点。一般情况下,发送者与接收者双方都拥有沟通记录,沟通的信息可以长期保存下去。如果对信息有疑问,过后的查询是完全可能的。对于复杂或长期的沟通来说,这尤为重要。一个新的投资计划的确定可能需要好几个人的大量工作,以书面方式记录下来,可以使计划的构思者在整个计划的实施过程中有一个依据。

通过书面信息沟通,可以促使人们对自己要表达的东西更加认真地思考。因此,书面沟通显得更加周密,逻辑性强,条理清楚。书面语言在正式发表之前能够反复修改,直至作者满意。作者所欲表达的信息能被充分、完整地表达出来,减少了情绪、他人观点等因素对信息传达的影响。书面沟通的内容易于复制、传播,这对于大规模传播来说,是一个

十分重要的条件。

当然,书面沟通也有一些缺点。相对口头沟通来说,书面沟通耗费时间较长。同等时间的交流,口头沟通比书面沟通所传达的信息要多得多。此外,书面沟通不能及时提供信息反馈,结果是无法确保所发出信息能被接收到,即使接收到,也无法确保接收者对信息的解释正好是发送者的本义。发送者往往要花费很长的时间来了解信息是否已被接收并被准确地理解。

2. 非语言沟通

非语言沟通指通过某些媒介而不是讲话或文字来传递信息。非语言沟通的内涵十分丰富,包括身体语言、时间、沉默和空间等。

1.2 沟通过程图及其应用

1.2.1 沟通过程

沟通过程就是发送者将信息通过选定的渠道传递给接收者的过程,见图 1.1。沟通过程包括信息发出者、编码和译码过程、信息传播渠道、信息接收者等要素。此外在这个过程中还有可能存在一些干扰或者妨碍沟通的因素。



图 1.1 沟通过程

(注: Z 为干扰/妨碍)

1. 信息发出者

信息发出者是沟通过程的主要要素之一。发信者是利用生理或机械手段向预定对象发送信息的一方。发信者可以是个人,也可以是组织。发信者的主要任务是信息的收集、加工及传播。

2. 编码与译码

编码是发送者将信息的意义符号化,编成一定的文字等语言符号及其他形式的符号。译码则恰恰与之相反,是接收者在接收信息后,将符号化的信息还原成为思想,并理解其意义。

完美的沟通,应该是信息发出者的思想 1 经过编码和译码两个过程后,形成的思想 2 与思想 1 完全吻合,也即,编码和译码完全“对称”。对称的前提条件是双方拥有类似的经验,如果双方对信息符号及信息内容缺乏共同经验,也就是缺乏共同语言,则编码、译码过程不可避免地会出现误差。

3. 渠道或媒介

不同的信息内容要求使用不同的渠道。如工作总结报告就不宜采取口头形式而多采用正式文件作为通道。邀请朋友吃饭如果采取备忘录的形式就显得不伦不类。有时根据

需要也可以使用两种或两种以上的传递渠道。此外,在各种方式的沟通中,影响力最大的仍然是面对面的沟通方式。

4. 接收者

接收者是发信者的信息传递对象。人们通过沟通分享信息、思想和感情,这种分享不是一种单向的过程,这个过程可逆向而行。在大多数情况下,发信者与接收者在同一时间既发送又接收。因此,接收者的主要任务是接收发信者的思想和情感,并及时地把自己的思想和情感反馈给对方。

5. 反馈

反馈是接收者接收发信者所发出的信息,通过消化吸收后,将产生的反应传达给发信者的过程。沟通实质上不是行为而是过程。这意味着在沟通的每一个阶段都要寻求受众的支持,更重要的是给他们回应的机会。通过反馈,才能真正使对方对沟通的过程和有效性加以正确的把握。在沟通过程中,反馈可以有意的,也可以是无意的,如演讲者在登台演讲时就存在一个与观众之间的沟通过程,此时观众可能以喝倒彩表示他们对演讲者的不满,也可以在听演讲时显得疲惫与精神不集中,这种无意间的神情与表情的流露,同样可以反馈出他们对演讲内容和方式不感兴趣。所以,在沟通中反馈是非常重要的一环,反馈让所有发信者得知对方是否接受与理解他所发出的信息,并了解对方的感觉。

6. 噪音

噪音是沟通过程中的干扰因素,它是理解信息和准确解释信息的障碍,可以说妨碍信息沟通的任何因素都是噪音。噪音发生在发送者和接收者之间,分为外部噪音、内部噪音和语义噪音等。

1.2.2 沟通过程的障碍因素分析

在沟通的过程中,经常会出现干扰有效沟通的噪声,从而引起沟通不畅。下面分析产生这些障碍的原因,以便于在沟通中克服这些障碍,尽可能减少其影响。

1. 感觉差异

人们对于词汇的理解在很大程度上取决于过去的经验。由于人们在年龄、国籍、文化、教育、职业、性别、地位、个性等方面具有不同的背景,因此每种因素都可能引起感觉差异和对情境的不同认识。感觉方面的差异往往也是产生许多其他交流障碍的根源。

2. 武断

人们往往观其所想看的和闻其所想听的,而不是客观事实,因而易做出以偏概全、以点代面的结论。

3. 成见

由于人们需要吸取经验,因而也存在这样的风险,即对不同的人一概而论:“你只要见过一个警察、学生、售货员和汽车推销员,你就会认识所有的这类人了!”我们经常听到这种话或类似的意思。

4. 缺乏了解

背景不同的人之间进行沟通是困难的,人们对所讨论专题的知识程度不同时也难以沟通。当然,沟通仍然可能进行,但是要求沟通者能够意识到双方的知识水平的差异,并