

交流学

十四讲

在中国走向世界时，学会与人交流，学会与人沟通，不大叫大喊而使人信服，显然十分重要。

——吴建民

吴建民◎主编

14 Lessons of Communication

浙江人民出版社

交流学

十四讲

ISBN 7-213-02951-7



9 787213 029516 >

ISBN 7-213-02951-7

定价：28.00元

14 Lessons of Communication

交流学十四讲

吴建民◎主编

浙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

交流学十四讲/吴建民主编.—杭州:浙江人民出版社,2004.12

ISBN 7-213-02951-7

I.交... II.吴... III.人间交往—研究
IV.C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 128251 号

交流学十四讲

吴建民 主编

出版发行 浙江人民出版社
(杭州体育场路 347 号)
市场部电话 0571-85176516
责任编辑 朱丽芳
责任校对 张振华
激光照排 杭州天一图文制作有限公司
印 刷 杭州富春印务有限公司
(杭州桐庐瑶琳镇)
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 16.25
插 页 2
字 数 28.2 万
版 次 2004 年 12 月第 1 版
2004 年 12 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 7-213-02951-7
定 价 28.00 元
如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

序 言

国务院新闻办主任 赵启正

“交流”是人类生活中必不可少的基本活动。我们无法想象一个没有交流活动的人是什么样的。古代西方哲学家苏格拉底通过与学生们交谈传授他的观点,中国儒家的鼻祖孔子通过与徒弟们对话传播他的思想。若没有交流活动,人类的智慧如何传承、积累和发展?

把中国学术界盛行的“传播学”转换为“交流学”,可以说是吴建民大使主政外交学院后的又一项开创。在中外大学的新闻学专业都有传播学课程,传播学和“交流学”的英译都是communication,但是从这本《交流学十四讲》中可以看出,它与当前通常认为的传播学的内容有许多不同,大大超出了传统意义上的通过媒体的舆论传播范畴,也突破了西方传播学的理论框架。

交流,在本质上应该是人与人之间信息的传递、交换,人或人群可以分别是或同时是发送者、接收者和反馈者。然而,近年来,随着“communication”这个词在被翻译成中文“传播”以后,在学术界和新闻界产生了很大的偏差,使得一些人误认为“传播”就是“communication”的全部含义,减弱了“communication”中交流、沟通、参与的意思,而被更多地理解为一种单向的信息流动,“传播”又回到了过去的那种信息单向流动的宣传模式。比如:传统的报刊的传播,虽然也有读者来信栏目,但它是经过编辑选择的,其互动性相当勉强。而事实上,即使是最重要的国际交流也是先从人际间,如首脑间、外交官之间、外事参与者之间开始,尔后才经媒体传播的,交流与传播是上游和下游的关系。作为人类最基本活动的交流其重要性不言而喻,但它却为人们所忽视,没有登堂入室成为“学问”。实际上个人与个人之间的信息的交流是人与人之间社会关系的直接体现。这种交流传递信息的渠道多,方式灵活,





感觉直接,互动性高,效率也高,是一种高质量的传播活动。交流的效果小到只是传递一个信息给对方,有时可以影响一个人的思想或行为,大到可以影响国际关系和一个国家及政府的国际形象。

有效的交流应该是,信息的传递者将自己想要讲的话以接收者容易理解的形式告诉他,在传递信息中也能激发起对方的“兴趣”,引起对方的关注。如何做到这一点呢?

在交流过程中,我们的态度应该坚持朴实和诚实,从而建立交流中的信任感。建立“信任”是人与人交往中的第一步。不够朴实的语言将会拉大彼此之间的距离,套话、空话和卖弄是有效交流的大忌。高效的交流是通过思想新鲜、语言简洁、重点突出来实现的。在讲话中或写作中,高手总是把复杂的问题简明化,能够用一句话表达的就不用两句话。另外,相关性也是有效交流的要素之一。这是指在交流中,理解了对方的背景才容易把我们想说的变成对方想听的,把我们传递的信息变成对方需要的。具有针对性的交流,才可以事半功倍。

还需要强调的一点就是“以人为本”的交流原则。在交流中,我们要牢记,我们谈话的对象是人,我们谈论的既是典型的政治、经济、文化问题,也是关于人和人的活动的。让我们再多学习一下邓小平同志是如何与中外人士交谈的,我们会从中学到很多。

随着传播技术的进步、社会的发展,人们的交流变得更加频繁、更加直接、更加具有双向性或多向性,这就需要我们更加注意交流的效果,掌握交流的艺术。高科技的发展支持了现代社会人们对信息交流的需求,典型的新技术包括了卫星电视、互联网和近年登场的移动电话。到目前为止,中国移动电话和网络用户的增长速度是全世界最快的,也许到2008年,北京举办奥运会的时候,三个中国人中就有一个人有手机,每十个人中就有一个网民。在中国,手机短信已达到每天三亿条之多,其中,互联网站的“群发”方式短信具有大众传媒的性质。

新闻发布会是引导和影响境内外主流媒体报道的成本最低和最有效的方式。作为新闻发言人面对记者就需要有更多的交流学训练,不懂交流就无法取得记者的信任和认同。比如,有时候发言人在面对镜头时,会下意识地以为不是在与交流,而是在进行“人机对话”,从而失去感觉,此时发布信



息就会态度冷漠;遇到某些记者蓄意挑衅的时候,不能在落落大方中保持镇静从容;有时候不善于挑选恰当的语汇抓住记者的注意力。其实,发言人与媒体交流的基础是日常生活中与周围人们的交流经验。发言人经过严格的训练和实践、磨炼才能培养出来。从2003年夏天“非典”结束至今,国务院新闻办在清华大学国际传播研究中心等单位的协助下,为中央和各省市连续举办了近10期发言人培训班,用马克思主义新闻观、现代新闻学、全球传播、政治传播和交流学原理及技巧培训了1000多名新闻发言人。在今后的培训中,这本《交流学十四讲》就将列入首选参考书了。

不仅政府发言人要掌握交流学,中国的记者也要学习交流学。在新闻发布会上往往外国记者较中国记者更为踊跃,针对性强且表达顺畅。在国际会议场合,中国参与者往往过于谦让,甚至羞于提问。我曾在上海与美国大陆谷物公司总裁斯泰里先生主持一个食品全球流通的讨论会,法国达能公司总裁Franck Riboud先生作了一个精彩的主旨发言,开始提问后出现了很长时间的静场,令我十分尴尬。《交流学十四讲》可以使读者理解交流学的基本理论体系,掌握交流所涉及的基本要素和常用手段,并通过大量的模拟案例促使学生将理论学习与亲身实践相结合,增强他们进行言语交流、非言语交流和跨文化交流以及处理与媒体关系的能力,由此培养中国大学生(不限于外交和新闻专业)进行沟通的良好习惯、态度和能力。

在外交部当新闻发言人应该说是吴建民同志最辉煌的时期之一。90年代初,他做新闻发言人后又兼任新闻司司长时,共做了200多场新闻发布会,新闻界说吴建民是非常有魅力的新闻发言人。那时正是中国外交困难时期,他却能收放自如地控制着发布会的现场气氛,准确把握国家利益所在。参加过他的发布会的记者无不佩服他应对老练却不圆滑,知识广博却不卖弄。吴建民作为发言人乐意接受采访,认真对待每一个面对公众的机会。他喜欢记者提有挑战性的问题,在他看来,问题越尖锐,越能碰撞出有意思的回答。他认为新闻发言人语言上犯点错误比拒绝发言要强得多。他有一种能力或者说是人格:批评了对方,还能让人家给他鼓掌。他在1998年至2003年就任中国驻法大使期间,先后参与策划了“中国文化周”等活动,我直接领略了他的智慧与坦诚。他还获得了由法国总统希拉克亲自授予的“大将军”勋章,这是仅次于授予外国总理的荣誉。他又作为第一位中国人、第一位亚洲人、第一





外交学十四讲

位来自发展中国家的人士当选为国际展览局主席。吴大使运用其娴熟的交流能力在交流中表达中国立场,在交流中化解误会,特别是在日内瓦人权会上,对西方的反华提案给予了有力的反驳。直到今天,在欧洲的一些场合,一提到他的名字,人们就会问:“吴建民?就是在日内瓦痛打西方人权提案的那个人,太棒了!”

随着我国改革的深入,经济的快速发展,国际舆论对我国的报道和看法出现了一些好的变化,对我国经济发展报道较为客观。然而,在政治意识形态领域对我国成见仍然很深。要想改变这种状况绝非易事,需要长期不懈的努力。这本书的问世,必将会为改善我国的国际舆论环境、搞好外宣工作作出应有的贡献。

2004年8月25日



目 录

CONTENTS



序 言	赵启正(1)
第一讲 绪论	吴建民 主讲(1)
什么是交流学	(2)
为什么要设立交流学	(3)
交流学的要素	(10)
第二讲 交流学的基本理论和原则	吴建民 主讲(14)
交流学的基本理论	(15)
交流的原则	(20)
在进行交流时,需要遵循的五条具体原则	(24)
交流的分类	(33)
第三讲 短时间的交流	吴建民 主讲(34)
不要轻视短暂交流	(35)
短暂交流的形式和技巧	(39)
抓住短暂交流提供的机遇	(42)
第四讲 中等时间交流	吴建民 主讲(45)
形 式	(46)
内 容	(48)





交流学十四讲

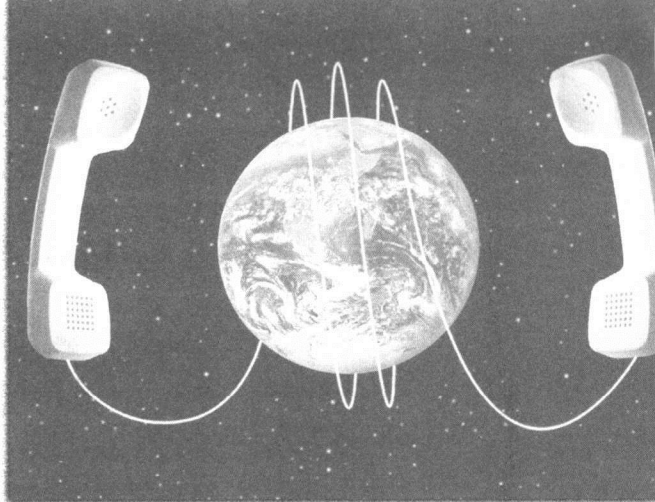
第五讲	长时间的交流	吴建民 主讲	(58)
	开好头		(59)
	抓住听众关切的问题和兴奋点,讲话要有理、有据		(61)
	用对比来说明问题		(65)
	幽默的力量		(66)
	要有人情味		(68)
第六讲	言语交流的语言学基础	衡孝军 主讲	(70)
	交 流		(71)
	言语交流:语言的微观研究		(72)
	言语交流:语言的宏观研究		(80)
第七讲	非言语交流	徐小红 主讲	(89)
	非言语交流的定义与性质		(90)
	非言语交流的方式		(90)
	非言语交流的特点		(97)
	非言语交流的作用		(99)
第八讲	交际礼仪	文泉 主讲	(103)
	礼仪的概念		(104)
	普遍遵循的礼仪原则		(106)
	礼仪的分类与交际礼仪		(108)
	交际活动中的着装礼仪		(109)
	交际活动中的仪容礼仪		(119)
	交际活动中的言谈礼仪		(124)
第九讲	跨文化交流	林茂荪 主讲	(133)
	什么是文化		(134)
	中西文化深层次的差异及其对交流形成的障碍		(138)
	如何克服文化障碍,做到有效交流		(142)
	重视“软力量”对有效交流的影响		(144)
第十讲	与媒体的交流	吴建民 主讲	(147)
	与媒体的交流是影响最大的交流,也是难度最大的交流		(148)
	新闻记者的特点		(150)

	与媒体交流的方式	(152)
	与媒体交流的基本原则	(156)
	附录 吴建民在国务院新闻办“新闻发言人培训班” 上的讲话摘录	(166)
第十一讲	与外国媒体的交流	李蓓芬 主讲(168)
	与外国媒体交流和沟通的意义	(169)
	如何与外国媒体进行有效交流	(171)
第十二讲	如何当发言人	金桂华 主讲(182)
	发言人工作难做	(183)
	新闻发布和发言人制度的建立过程	(184)
	我国外交部发言人实践的不断发展	(185)
	国外外交部发言人的做法	(187)
	发言人的技巧、策略和做法	(188)
	发言人和中外记者的关系	(194)
	发言人的素质	(196)
第十三讲	如何进行竞争性陈述	吴建民 主讲(198)
	三国申办2008年世博会的情况	(199)
	进行竞争性陈述的基本原则	(200)
	对三国陈述的几点看法	(204)
	附录1 观看西班牙、希腊、意大利三国申办2008年 世博会陈述录像前的说明	(211)
	附录2 西班牙、希腊、意大利三国申办2008年世博 会陈述材料	(212)
第十四讲	如何主持国际会议	吴建民 主讲(227)
	知己知彼	(228)
	开场白的重点是要引导会议	(229)
	主席要对某些发言适当评论	(230)
	善于对会议做出总结	(231)
	附录1 观看南京名城市长对话会录像前的说明	(233)
	附录2 南京名城市长对话会材料	(234)

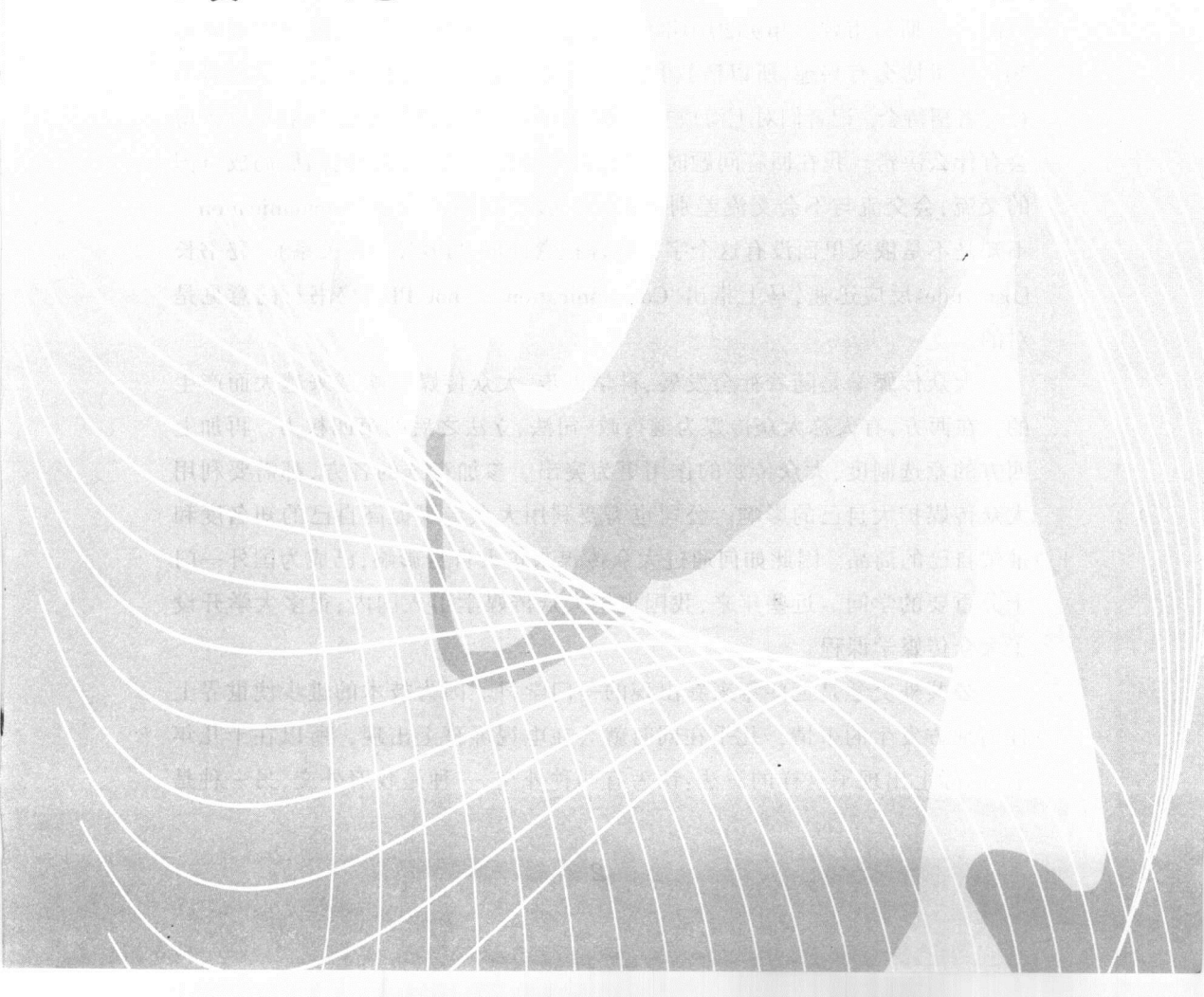


第一讲

吴建民 主讲



绪 论





什么是交流学

交流学是人与人之间进行接触、沟通和交流的学问。

交流学与公共关系学、大众传媒学和公共外交学都不一样。公共关系学是随着市场经济发展而出现的一门学问,公司需要向顾客推销自己的产品,就需要搞好同顾客特别是大顾客的关系。在此基础上发展起来一门如何同政府、公司、公众搞好关系,增进他们对本公司产品和本公司技术实力的了解的学问即公共关系学。公共关系学在改革开放之后传到中国,各大公司都设有公关部门,设置有公关人员。从总体上看,公共关系学有比较浓厚的商业气息。

2004年2月,我作为国际展览局的主席,应俄罗斯政府邀请到莫斯科去访问。莫斯科市曾经申办2010年世博会,但没有成功。当时,俄罗斯对申办2015年世博会有兴趣,所以请我和国展局秘书长去。2月13日,我在莫斯科举行记者招待会。记者们对上海成功申办2010年世博会很有兴趣,问我申办世博会有什么诀窍。我在回答问题时指出,申办世博会需要加强同国展局成员国的交流,会交流与不会交流差别很大。“交流”我用的词是“communication”,不知是不是俄文里面没有这个字,翻译把它译成“PR”(公共关系)。秘书长 Loscertales 反应迅速,马上指出“Communication is not PR.”秘书长的意见是对的。

大众传媒学是随着社会发展、科学进步、大众传媒影响越来越大而产生的。在西方,有人称大众传媒为继行政、司法、立法之后的第四权力。再加上西方的竞选制度,大众传媒的作用更为突出。参加竞选的各方,都需要利用大众传媒扩大自己的影响。公司也需要利用大众传媒提高自己的知名度和推销自己的商品。因此如何通过大众传媒来扩大自身影响,已成为国外一门十分重要的学问。近些年来,我国也把大众传媒学引入国内,很多大学开设了大众传媒学课程。

公共外交学是近些年来新出现的一门学科。因为技术的进步使世界上任何地方发生的事情,几乎在同时就会在电视屏幕上出现,所以在十几年前,国际上出现了这样的看法:认为有两种外交,一种是政府外交,另一种是



新闻外交,也称公共外交。政府外交大家都清楚,是各国政府、各国外交部门所从事的活动。所谓公共外交或新闻外交是指通过新闻传媒介绍外交活动,使公众对外交活动有所反应和参与。媒体对事件的报道会影响政府的外交行动;同时,政府的外交行动也需要公众的理解和支持,而公众要求了解政府外交和参与其中的欲望也越来越强烈。因此如何把政府的外交行动向公众介绍,争取公众的理解,并且引导公众参与,就成为一门新的学问。中国外交上蒙着神秘面纱的时间太久了,这种状况不利于中国公众了解中国外交的状况,也不利于争取公众的支持和参与。中国外交部已经充分认识到了这种情况,所以出现了外交部长李肇星与网民对话;外交部打开大门,邀请公众去参观;外交部领导接受传媒采访,与公众对话等,这些都是可喜的举措。

我们所要讲述的交流学与上述三门学科都不同。上述三门学科都有自己特定的领域:公共关系侧重于经济,大众传媒侧重于传媒,公共外交侧重于外交。而交流学要研究的是人与人之间进行接触、沟通和交流的学问。它与上述三门学问不同之处在于:

1. 交流学是基础。因为不论是公共关系、大众传媒或公共外交,基础都是同人打交道。交流学即是同人打交道的学问,是上述三门学问都需要的。
2. 交流学涉及的面更广。人与人打交道的形式是多样的,在某种意义上,交流学可以涵盖上述三门学问所涉及的内容。
3. 交流学是人人都需要的。人活在世界上总要同别人打交道的,打交道就需要懂得交流学。

为什么要设立交流学

中国亟需交流学

在几十年的外交工作中,通过对中国人和外国人的观察与对比,我发现交流学是一门当前中国十分紧缺的学问。很多中国人不懂得交流,我想给大家举几个例子。

第一个例子:在80年代初,我国一位中央领导同志接见西欧某国的知名





不礼貌的举止：讲话时不看对方，看翻译

人士代表团。我们事先向这位领导汇报了代表团的情况，该代表团是由该国政界、学术界的知名人士组成。这些人层次很高，在国内都有相当影响，属于上流社会人物。把这些人的工作做好了，对促进该国与中国的关系将会产生积极的影响。中央领导同志接见代表

团，是该团访华期间最重要的活动，团长和代表团很重视这场活动。这位中央领导同志听取了汇报之后，就想对代表团多做一些工作，所以接见的的时间比原定的时间更长一些。结果接见完之后，代表团团长对我发了一大通牢骚，很不满意。他说，我不知道你们这位领导是接见我们，还是接见你们的翻译，因为在整个接见过程中，他一直面朝右边对着翻译讲话。从领导的讲话内容看对对方相当友好，对方却不领情。我们这位领导不懂得，讲话的时候，眼睛要看客人，即使听不懂也要看，表示对对方的尊重。就像钱其琛副总理所说的，即便听不懂，从对方讲话的表情中，也能够琢磨出一二。虽然只是在细节上出了毛病，但让对方感到你“目中无人”，大大影响了交流的效果。

第二个例子：我国有一个大企业代表团到欧洲去谈生意，谈判谈得还可以，而欧洲这家大公司的领导却对中方人员愤怒地说，我以后再也不想见你们这位中方的代表团团长了。原来中方团长几次与他握手时眼睛不看对方，手虽然握了，但缺少目光交流，因而显得目中无人。作为大公司的一把手，在与别人进行接触时，人家都很尊敬他，而唯独中国这位代表团团长与他握手时眼睛都不看他，他



不礼貌的举止：握手时不注视对方

觉得不被尊重,受到了伤害。从公司的业务来讲,双方的业务还要继续进行下去,但人与人之间的接触让对方感到不快,这种状况怎能不对双方合作产生影响?中国代表团团长也是一个大公司的老总,他并不是对对方不友好,不尊重对方,他在国内也很有社会地位,大家都很尊重他。然而他不懂得如何同人家握手,以至于伤害了人家,使对方感到不快,自己却全然不知。

第三个例子:我在法国任大使期间,接待了许多国内来的代表团,参加过许多国内省市团到法国的招商会。我发现,招商会上中方代表团的主要领导的讲话很少能打动对方。他们的很多讲话,往往参照我们国家领导人访问法国时的一些讲话。从一开头就有若干个“尊敬的某某某”,这就占去了一两分钟的时间;然后再大讲一通中法友好以及代表团如何在春光明媚的时节来到了塞纳河畔美丽的巴黎,法国人民具有光荣的革命传统等等。这些话同他们招商之间的关系不太大。在具体讲到该省市的情况时,他们往往把在国内讲的一番套话照搬过去,特点是虚多实少。比如,某省(市)是一块投资的热土,商机无限;我们省(市)贯彻邓小平理论和“三个代表”重要思想,正在全面建设小康社会的道路上阔步前进;我们省(市)的工业门类齐全,人力资源雄厚,我们的对外开放是全方位、多层次、宽领域,我们欢迎大家到我省、市投资,等等。这些讲话都是对的,但引不起外商的兴趣,吊不起他们的胃口。

第四个例子:有一次,我在巴黎出席布尔热航展,国内一家航空公司的老总也应邀出席,他是前去购买空客飞机的。对于公司来讲,顾客就是上帝。他去了之后,受到了很好的接待,法方人士对他很尊重。在航展期间,我和他以及有关人士应邀出席午餐会,由于午餐会人很多,所以采取自助餐形式。这位老总吃完热菜之后,拿了一个桃子和一把刀,直接在雪白的桌布上用刀切桃子。当时场面之狼狈可以想见。桃子汁很多,汁流在白桌布上面,桃子弄得水淋淋的,他的吃相因而也很难看。我注意到当时有的法国人对此景流露出看不起的神情。他们的表情似乎在说,没有教养,吃桃子都不会吃。我想这个老总在法国人眼中因为这件小事可能有些掉价。当我看到他吃桃子的样子时,已经来不及提醒他了。周围人的眼神有些异样,但这位老总却毫无察觉。人和人之间的交往,不完全是言语上的交往,有的时候自己做的事情不妥或不懂礼仪就会在别人心目中掉价。人家对你有些看法,不会直截了当对



希拉克总统参观布尔热航空展中国展台

你说的,中国人之间都是如此,何况是外国人呢?

第五个例子:我在荷兰期间,国内一个城市的女市长到海牙访问。她想与荷兰某城市结好。我为了促成此事,专门请了女市长和荷兰某城市市长一起到我的官邸吃晚饭。这位女市长穿着打扮很入时,与对方谈话也不错。吃到甜食的时候,这位女市长开始用牙签剔牙。显然她不懂如何在饭桌上剔牙,她用一根牙签剔出了,呸一下,呸到盘子里,每剔一次呸一下,接连呸了



不礼貌的举止:当众剔牙

三四下。我注意到在她“呸”时,荷兰市长看了她一眼,流露出了不以为然的表情,她却一点没有察觉。中国是一个文明古国、礼仪之邦,礼仪包含有礼貌及仪表、仪容等方面的含义,保持一定的礼仪对良好的交流有极大的促进作用。而这位女市长的举止就有失礼