

21世纪全国高等院校规划教材

沟通与礼仪



COMMUNICATION AND ETIQUETTE

主 编 张晓明 袁 林



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

沟通与礼仪

主 编 张晓明 袁 林



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

内 容 简 介

本书由沟通篇和礼仪篇两部分组成。沟通篇主要包括沟通概述、沟通的语言系统和非语言系统、沟通自我、沟通的原则、沟通的障碍及其对策、沟通的艺术等内容;礼仪篇主要包括礼仪概述、仪容仪态礼仪、仪表服饰礼仪、社交礼仪、宴请礼仪、公务礼仪、公共场所礼仪等内容。

本书内容体现了时代性、实用性和新颖性,注重从心理学、美学、语言学、民俗学、伦理学、公共关系学、社会学等学科角度,综合且细致地叙述,总结了在人际交往中所反映的沟通理念和各种礼仪规范。本书注重理论与实践的结合,提供了案例分析,并设计了思考与分析题;每一章有复习思考题。

本书可作为普通高等院校素质教育教材,也可以作为自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

沟通与礼仪/张晓明,袁林主编. —杭州:浙江大学出版社,2013.8(2014.5重印)

ISBN 978-7-308-11879-8

I. ①沟… II. ①张… ②袁… III. ①心理交往—礼仪 IV. ①C912.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第170938号

沟通与礼仪

张晓明 袁 林 主编

责任编辑 邹小宁

文字编辑 李凤慧

封面设计 王聪聪

出 版 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州教联文化发展有限公司

印 刷 浙江云广印业有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 20.5

字 数 512千

版 次 2013年8月第1版 2014年5月第2次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-11879-8

定 价 35.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

编委会名单

主 编	张晓明	袁 林		
参编人员	张晓明	袁 林	孙冬英	张 辉
	严宽容	陈金花	乔秋敏	祝明霞
	沈中印	崔明月	杨婵容	

前言

中国自古就是礼仪之邦、君子之国。孔子的儿子伯鱼说他一次经过庭院,被孔子问道:“学诗乎?”伯鱼回答没有,孔子便告诉他:“不学诗,无以言。”又一次,他经过庭院时被孔子问道:“学礼乎?”伯鱼回答没有,孔子又告诉他:“不学礼,无以立。”诗被古人看作是沟通的重要手段,礼仪学习则是立身的必要条件。

礼仪具有继承性,也具有时代性。随着中国社会现代文明程度的不断提高,特别是走向世界的步伐不断加快,沟通与礼仪在人际交往中的重要性越来越被广大人民群众所认识。另一方面,伴随着我国高等教育改革的不断深入和素质教育的长足发展,沟通与礼仪作为课程建设也越来越受到各高校的高度重视,大学生中涌现出许多像演讲协会、礼仪之家等这样的社团组织。为了帮助当代大学生掌握沟通与礼仪的基本原则、常规知识和运用技巧,以适应日益发展的新形势和今后工作的需要,有必要编写一本适应时代,符合实际,宜于教学,便于自学的教材。

编者在多年教学、管理的实践过程中,曾浏览并采用过不少有关沟通、礼仪的教材,感到其中一些教材或多或少存在结构繁杂、体系陈旧、内容重复等方面的不足,理论与实践脱节的矛盾也比较突出。为了更好地适应新时代对素质教育发展的要求,适应当前社会经济发展、文化交流、教育改革等方面的需要,我们有意识地从多方面搜集相关资料,组织几位长期从事沟通与礼仪教学的专家编写了这本素质教育教材。教材在不少高校课堂中得到选用,得到了许多专家和大学生的好评,也提出一些修改建议,给我们以巨大的鼓舞,促使我们进一步修订本教材。此次修订即吸取了教学实践过程中许多师生的意见,谨致谢意!

在编写过程中,我们力图使教材体现时代性、实用性和新颖性的特点,注重吸收最新科学研究成果,从心理学、美学、语言学、民俗学、伦理学、公共关系学和社会学等学科,多角度总结了人际交往中所反映的沟通理念和各种礼仪规范。书中既有理论阐述,又提供案例分析,还设计了思考分析题;既有较为系统详细的原则、原理的分析,也有相应的艺术与技巧讲解;每一章节还提供相应的复习思考题。我们的宗旨,完全是从培养、提高学生的素质出发,希望通过生动、活泼的教学手段,达到培养、提高学生素质的目的,帮助读者营造良好的学习、生活和工作氛围,为他们架起通向成功的桥梁。

本书分沟通篇和礼仪篇两大部分。沟通篇主要包括沟通概述、语言沟通系统和非语言沟通系统、沟通自我、沟通的原则、沟通的障碍及其对策、沟通的艺术等内容;礼仪篇主要包括礼仪概述、仪容仪态礼仪、仪表服饰礼仪、社交礼仪、宴请礼仪、公务礼仪、

公共场所礼仪等内容。

本书既可作为普通高等院校教学用书和素质教育教材,也可作为自学及生活参考用书。

张晓明、袁林任本书主编,张晓明、袁林、孙冬英、严宽容、张辉、陈金花、乔秋敏、祝明霞、沈中印、崔明月、杨婵容参加了本书的编写。在编写过程中李松志、樊春梅、吴冬艳、王文锋、刘春霞、徐培、龚双双、史术光、杨云仙、苏媛娥、梦令凤、蔡飞、钟芸、张建新、丁侃、陆赛杰等老师对本书的成稿提供了很大的帮助,在此一并表示衷心感谢。

对于本书参考和引用过的国内外资料的原作者、译者,谨向他们表示感谢,对于书中欠妥之处,恭请读者不吝指正。

编 者
2013年3月

目 录

沟通篇

第一章 沟通概述	3
第一节 沟通的概念	3
第二节 沟通的过程	8
第三节 沟通与人生	16
第二章 沟通工具	23
第一节 语言沟通系统	23
第二节 非语言沟通系统	38
第三章 沟通自我	57
第一节 自我沟通的重要性	57
第二节 什么是自我沟通	59
第三节 自我概念的改进	61
第四节 自我情绪管理	65
第五节 自我情绪的调节	68
第六节 大学生自我认知与就业	74
第四章 沟通的原则	87
第一节 沟通原则的内涵和意义	87
第二节 有效沟通的七大原则	88
第五章 沟通障碍	104
第一节 语言障碍	104
第二节 习俗障碍	106
第三节 观念障碍	107
第四节 角色障碍	110
第五节 个性心理障碍	111
第六章 沟通的艺术	123
第一节 有效倾听技巧	123
第二节 沟通对象的认识和策略艺术	132
第三节 说服的艺术	136

礼仪篇

第七章 礼仪概述	147
第一节 礼仪的起源和发展	147
第二节 礼仪的概念及特征	151
第三节 礼仪的作用与学习方法	154
第八章 仪容仪态礼仪	161
第一节 美的真谛	161
第二节 仪容修饰	164
第三节 仪态举止	173
第九章 仪表服饰礼仪	183
第一节 仪表服饰的内涵	183
第二节 着装的技巧	184
第三节 饰物的佩戴	199
第十章 社交礼仪	204
第一节 相识礼仪	204
第二节 拜会礼仪	217
第三节 媒介使用礼仪	227
第十一章 宴请礼仪	236
第一节 宴会的筹备	236
第二节 宴会服务礼仪	241
第三节 席上用餐礼仪	243
第四节 酒水礼仪	247
第十二章 公务礼仪	255
第一节 常用公务礼仪	255
第二节 会议活动	264
第三节 公关仪式	272
第四节 求职礼仪	276
第十三章 公共场所礼仪	300
第一节 特定公共场所的基本礼仪	300
第二节 公共交通礼仪	304
第三节 校园礼仪	310
参考文献	319

沟通篇

第一章 沟通概述

有生命的存在就有沟通的存在,任何一个人在达成他人生的各项愿望过程中,都难免会遇到需要与他人合作的机会,而别人对你的协助意愿和配合程度,往往决定了你是否顺利以及是否能加速达成目标。你在一生中都面临着与他人沟通,人生发展的过程实际上就是沟通的过程,生命的品质就是沟通的品质。

其实我们每个人在生活中处处需要沟通,时时需要沟通,沟通可以说是无处不在,无时不在。在工作中,我们需要和领导沟通,和同事沟通,和客户沟通,工作的配合及合作才能得以顺利进行。也许我们很多人因为设防、固执、懒惰、高傲、自闭而不愿意和别人沟通,使得合作没有效率,相处不够融洽,从而缺少了本来应该有的和谐氛围。在家里,我们要和爱人沟通、孩子沟通、父母沟通,才能更好地和家人相处,使婚姻更美满,家庭更幸福。不论我们走到哪里,只要有人的地方,就有沟通的存在,良好的沟通是我们与别人打交道的保障。很多人因为把握不准社会上的好人坏人,所以害怕和别人沟通,但是现实告诉我们,只有沟通才会有良好的人际关系,所以,对于我们每个人,都要学会放下自己那独傲的自尊和怯懦的心理,主动并勇于沟通,大胆说出自己的心里话,微笑面对每一个人,用有声和无声的语言与这个世界沟通,让自己的人生更加完美。

第一节 沟通的概念

到底什么是“沟通”呢?沟通是个外来语,译自英文的“communication”。Communication也有人翻作“传播”,但就人际互动或社会互动的角度来说,将communication译为“沟通”,更能显示出交流、互动、双向历程的含义。

“communication”一词则是拉丁字“Communis”演变而来,原意是“分享”或“建立共同的想法”。行为学者佛德认为沟通是信息传递和被人了解的过程,这个过程主要包括以下几个要点:

- (1)其主体主要是两人或两人以上的团体。
- (2)沟通过程主要是信息的传递。
- (3)沟通通常是有目的的。

一、沟通的定义

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”对于什么是沟通，可以说是众说纷纭，莫衷一是。据统计，有关沟通的定义竟达100多种。

★沟通是用任何方法，彼此交换信息，即指一个人与另一个人之间用视觉、符音、电话、电报、收音机、电视或其他工具为媒介，所从事交换信息的方法。

——《大英百科全书》

★沟通是文字、文句或消息之交流，思想或意见之交投。

——《韦氏大辞典》

★沟通是意义的传递和理解。

——斯蒂芬·P·罗宾斯

★沟通是什么人说什么，向什么路线传至什么人，达到什么结果。

——拉氏韦尔

★沟通可视为任何一种程序，借此程序，组织中的一成员，将其所决定意见或前提，传送给其他有关成员。

——西蒙

但总的来说，这100多种定义归纳起来可以分为以下这四大类：

(1)影响说：这一类定义强调的是沟通的结果，认为沟通是传受双方相互影响的过程。

(2)交流说：这一类定义强调的是沟通的双向性，认为沟通是有来有往的双向活动，有效的沟通不仅有信息传出的过程，而且接受者也要对其所接受的信息发出一定的反馈才行。

(3)共享说：这类定义强调的是沟通的作用，沟通本质上就是满足人们对信息分享的一种需要，沟通是传者与受者对信息分享的一种过程。

(4)符号说：在很多传播学者看来沟通就是各种信息符号在人们之间流动的过程。

综合各相关的定义，本书认为所谓的沟通就是人们在交往过程中，借助于共享的语言与非语言系统，在知识、观点、感情、愿望、态度、观念等方面进行传递、交换的社会行为过程。

二、沟通的特征

案 例

有一次，法国作家大仲马去德国一家餐馆吃饭，他想尝尝有名的德国蘑菇，可是服务员听不懂法语，而他又不会讲德语，大仲马灵机一动，拿来一张纸条在上面画了一个蘑菇图，然后交给了服务员。服务员一看，恍然大悟，马上飞奔出去，大仲马拈须微笑，心想总算让服务员明白了自己的意思，谁知一刻钟后，服务员气喘吁吁地跑回来，递给他一把雨伞。

从上面的案例中我们可以看出，有效的沟通具备下列四个特点：

1. 沟通双方互为主客体

人与人之间的信息沟通不是某一发送系统接受的单向信息传递,而是沟通双方两个系统之间的双向信息交流。这里需要指出的主体就是沟通活动的发动者,客体是沟通活动的受体,也就是主体的沟通对象。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,乙方是主体而甲方是客体。这一沟通中甲乙双方互为主客体。在上例中,大仲马和服务员在沟通的过程中,他们的地位随着他们谈话的进行而随时发生改变,他们的主客体地位在不断地变换。

2. 沟通双方在沟通过程中必须使用统一的符号系统

人际沟通通常借助共享的符号(如语言、文字等)。因此,双方必须使用能够共享的符号或对所使用的符号所代表的意义有相同的理解。否则,沟通就难以进行,信息也就无法交流。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。

在上述的案例中,大仲马和服务员正是由于彼此的语言不通,所以才带来了沟通障碍,大仲马说法语服务员听不明白,服务员的德语大仲马也听不懂,所以他们之间无法进行有效的沟通。

3. 沟通双方必须对沟通的情境要有相同的理解

案 例

下岗女工兰妹通过中介公司找到一份在外国专家家里做保姆的工作。兰妹热情活泼,精明能干,第一天就给对方留下了不错的印象。她的主要工作之一是打扫房间,包括布朗夫人的卧室。细心的布朗夫人特意给兰妹定制了一份时间表,上面规定每天上午8点清理卧室,让兰妹按照上面的计划严格执行。开始几天,兰妹都干得相当好,很令布朗夫人满意。直到有一天,兰妹照例去清理布朗夫人的卧室,却发现布朗夫人并没有像往常一样不在家,仍在休息。兰妹心想,我还是得按照计划办事,而且我打扫并不会影响她休息。热情的兰妹认真地干起活儿来。这时,布朗夫人突然醒了,发现兰妹在她的房间里,很惊讶,马上用不是很流利的汉语叫起来:“你来干什么?请出去!”兰妹仍是一片好心,“您接着休息吧,我一会就打扫完了。”布朗夫人提高了嗓门,一字一顿地说:“请——你——出——去!”并且用手指着门。兰妹不明白自己哪里惹了布朗夫人,怎么这种态度。她心想,不是你叫我按时打扫的吗?满肚子委屈地走了。

情境是指事先存在并将延续下去的所有人和自然的因素。沟通总是在某种特定的环境条件下进行的。不同国家不同种族受当地历史、文化等因素的影响和经济发展水平的限制,有着地区独特的社交礼仪和沟通方式。每个人在家庭、学校、社会以及不同的场合会使自己的行为自觉、不自觉地调整和适应这些场合。在沟通中,双方对交往的情境必须有相同的理解,否则就无法沟通。

上例中,兰妹的行为在我们中国人眼里看来是待人诚恳热情、做事认真负责的表现。但在外国人的观念中,兰妹的举动侵占了他们的私人空间,妨碍了他们的私生活,是绝对无法理解的。兰妹坚持原则认真工作固然是值得赞扬,但她心存中国的传统观念,认为熟人在一起距离越近越亲近,因此在误闯了布朗夫人的私人空间后,仍以过度

的热情坚持己见,自然会引起对方的不快。所以说在沟通过程中沟通双方对沟通情境的理解存在差异的话,容易产生误会分歧,沟通自然就无法有效进行。

4. 沟通双方相互影响

古人云“近朱者赤,近墨者黑”,和什么样的人生活在一起,我们的思想、价值观、人生观都会受到相互的影响。例如,我们大家都听过的“兽孩”,“兽孩”是指从小在荒野中长大的儿童,如狼孩。狼孩在诞生后即与狼群为伴,跟随着狼群长大。于是狼孩不但学会四脚走路,而且也学会了以“狼嗥”来表达情感与需求,对于“人话”却一无所知。另一个相近的例子是家喻户晓的“人猿泰山”。电影中的泰山自幼与猩猩为伴,在猩猩妈妈的哺乳下长大,泰山因此学会了猩猩双手捶胸,发出怒吼,来表达愤怒,也能够以“猩语”来与猩猩们沟通,可是对于人话却是一窍不通。狼孩与泰山的例子,正可以说明沟通双方是相互影响的。互动的对象是野狼,长此以往,可能就学会了狼嚎;例如互动的对象是猩猩,可能学会了猩语。假如,互动的对象是人,当然就学会了人类的生活方式。

三、沟通的分类

早在1950年,如罗素和贝特森就尝试以不同的层次来区分各种沟通,后来通过其他传播学者的修正和补充,于是将沟通分为以下几种:自我沟通、人际沟通、群体(组织)沟通、领导沟通、公共场合沟通和大众媒介沟通。

1. 自我沟通

自我沟通是发生在我们自身的内部沟通,它包括思想、情感和自我认知等。由于自我沟通是以自我为中心的,所以就个人来说,自身既是发信者也是接受者,信息是由思想和情感构成的,大脑是渠道,它对你所思所想所感进行加工。

每一个人都希望自己与周围人们的关系和谐融洽,虽然良好的人际关系产生和建立取决于交往双方,但一个人是否被他人接受,关键在于自己的形象如何,包括认识自我、改造自我、完善自我的问题,这就是自我沟通的问题。所以说每个人都要培养良好的自我沟通能力,要树立正确的人生观、世界观,要培养良好的个性特征,同时更应该正确地认识评价自己,扮演好自己的角色。

案 例

英国著名的维多利亚女王,与其丈夫相亲相爱,感情和谐。但是,维多利亚女王乃是一国之王,成天忙于公务,出入于社交场合,而她的丈夫阿尔伯特却和她相反,对政治不太关心,对社交活动也没有多大兴趣,因此两人有时也闹些别扭。有一天,维多利亚女王去参加社交活动,而阿尔伯特却没有去。已是夜深了,女王才回到寝宫,只见房门紧闭着,女王走上前去敲门,房内阿尔伯特问:“谁?”

女王回答:“我是女王。”门没有开,女王再次去敲门。

房内的阿尔伯特问:“谁呀?”

女王回答:“维多利亚。”门依然没开。女王徘徊了半晌,又上前去敲门。房内的阿尔伯特仍然问:“谁呀?”

女王温柔地回答：“你的妻子。”这时，门开了，丈夫阿尔伯特伸出热情的双手把女王拉了进去。

2. 人际沟通

人际沟通是在一对一的基础上进行的沟通，通常是在非正式、不规则的环境中进行的。这种沟通大多数发生在两个人之间，当然有时也包括两个以上的人。

沟通是双方交往的过程，人际沟通越好，朋友越多，相处的时间越长，相互间也越觉得欢乐、温暖、友好。中国人注重人情，人情是密切人际关系的重要手段，而人际沟通则是“情感投资”的必经途径。在人际沟通过程中，我们应该多去看看别人的优点，多肯定和赞扬别人，多去关怀别人，多从对方的立场考虑问题，不对自己的利益斤斤计较等，以此保证人际沟通的正常进行。

3. 群体沟通

主要包括群体行为与小群体沟通。小群体讨论发生在少数人员聚到一起解决某个问题时，如头脑风暴。小群体沟通人数不能太多，少则3~5人，多则10多人。小群体是由一些发信者与接受者组成的，所以沟通过程比人际沟通更为复杂，如此多的人发送信息，造成迷惑的机会更多，由于小群体是为了某个特定目标聚在一起的，所以信息的结构性更强。然而，小群体利用了与人际沟通相同的渠道，并且有大量的反馈机会，为保持小群体解决问题的本质，与人际沟通相比，其场合就比较正规。

4. 领导沟通

主要是领导者、被领导者与环境之间的沟通。每一个人都处在一个领导和被领导的地位，领导者的素质和行为直接影响着被领导者的积极性，领导者作为沟通的主要一方，对于沟通的有效性影响很大。对于领导者来说，应该正确对待下级，首先要尊重下级。一般来说，人们尊重上级比较容易做到，可是尊重下级并不是人人都能做得到的，而这个往往被人们忽视的尊重下级问题，恰恰是最不容忽视的。其次，不尊重下级，不礼贤下士，必然不能调动广大群众的积极性。

5. 公共场合沟通

公共场合沟通也称为公众演讲。在演讲中，演说者向听众发表演说。在这里演说者是发信者，听众是接受者，演说者通常传递一种高度结构化的信息，在公共场合沟通中，渠道比人际沟通中扩大了，因为听众人数增多了，所以声音要更高，手势幅度要更大，演说者也可利用附加的视觉渠道，如幻灯片、抛物线图。总的来说，在公共场合沟通中，语言反馈的机会受到限制，在演说结束时，听众可能有机会提问，但是在演说期间通常是不能随便发问的，然而他们可以做出非语言反馈，如果他们喜欢听讲，可以通过掌声打断演说，如果不喜欢，则可能变得非常烦躁或干脆转移注意力。大多数公共场合沟通的场合往往是正式的。

6. 大众媒介沟通

大众媒介沟通，是通过媒介所进行的沟通。主要有报纸、杂志、广播、电影、电视以及网络沟通等。

第二节 沟通的过程

沟通的过程,实际上是沟通要素不断循环的过程,研究和了解沟通的各种要素,对于提高沟通效果有着重要的意义。

一、沟通过程图

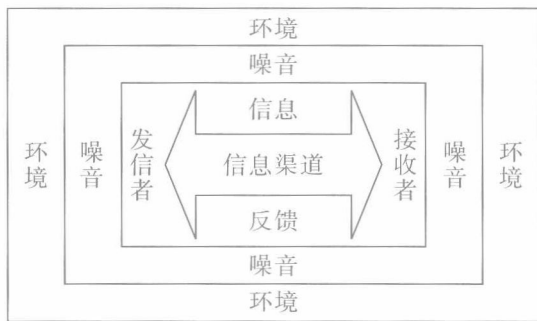


图 1-1 沟通过程图

二、沟通要素

如图 1-1 所示,在一次完整的沟通活动中,其沟通要素主要包括以下几个方面:

1. 发信者

发信者,又称传者,是信息的发送者,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、传递和对反馈的反应。

(1)选择信息。发信者必须选择其所要发出的信息以及通过何种渠道和途径,并且决定如何将它们做最有效的运用。要使沟通有效进行,不能光考虑我们要讲什么,也要去思考听众想听些什么。我们必须站在对方的立场上去想想,从对方的立场来确定沟通的方式,怎样才可能进行更有效的沟通,怎样沟通对方更容易接受。

至于背景和环境可能更难控制,不过对于发信者来说,我们要想办法去了解沟通的环境背景,以便做有利的运用。时间的掌握也很重要,在沟通的过程中一定要找个合适时机去跟对方交流。

(2)相互影响。沟通的影响是相互的,发信者也会受到沟通的影响。事实上,发信者所受到的影响还要大于接受者。沟通是我们帮助自己找出解决问题方法的最佳途径之一。

(3)发信者也是接受者。发信者跟接受者可能是同一个人,如我们很多人自己记笔记、写日记或是自言自语等。思想也是一种沟通,只不过是“对内”沟通,它具有跟“对外沟通”同样的要素。

(4)发信者的人格魅力。发信者在人们心目中的地位也会影响到他的沟通成效。一个恶名昭彰的骗子在呼救命的话,那么他所发出的信息很可能只被当做是“他又来这一套了。”如果这一叫喊是出自一位受人尊敬的人之口,而我们以前也从未听过这人喊过救命,那么他的叫喊一定会立刻得到我们的注意。虽然事实上这两个人所遭遇的处境可能完全相同。

2. 接受者

接受者是发信者的信息传递对象。因为人们有要分享的信息、思想和感情,所以要进行沟通。然而,这种分享不是一种单向的过程,即一个人表达思想、其他人接受,这个过程可逆向进行。在大多数情景中人们是发信者又是接受者,在同一时间既发送又接受。在人际沟通中,发信者与接受者可以面对面地进行交流,接受者在交流中,可以及时地把自己的意见和情感反馈给发信者一方。因此,接受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。

接受者也有他们的目标和期望,他们不只是听者而已。正在客厅里宴客的母亲,尽管置身宾客喧哗之中,仍然可以听到卧室里婴儿的哭声。每个人都选择他要听的声音去听,这种情形也发生在视觉上。在我们眼睛所接收到的多种影像当中,我们会“选择”看到那些我们认为重要或有趣的,所有的接受者都倾向于听到或看到“他们所期望听到或看到”的东西,他们所看到或听到的往往并非对方实际所发出的信息。比如,人们经常认为他们所读到的文章或报道,其观点与他们自己的相符,实际上可能正好相反,这种自行过滤信息,并影响人们对信息诠释的“成见”,便是心理学家所谓的“参考架构”。接收同样信息的人,会根据自己的成见和参考构架,对其做不同的诠释。

3. 信息

信息就是发信者所发送的内容。是由发信者与接受者要分享的思想和情感组成的。所有的沟通信息都是由语言和非语言两种符号组成,思想和情感只有在表现为符号时才得以沟通。

语言中每一个词都是表示某一种特定事物或思想的语言符号,语言符号也是非常复杂的。例如,我们说“桌子”,我们认同的是使用的某种东西,这样桌子就是一个具体的符号,一个代表物品的符号,然而当我们听到“桌子”这个词时,我们可能产生各种不同的印象。它可以是办公桌、电脑桌或者餐桌等。

表达思想的抽象符号更为复杂。例如,我们理解挫折、饥饿、伤害这些词时存在着巨大差别,怎样解释这些词是由我们的经验决定的,因为人们的经验在一定程度上是有区别的,所以他们给这些词赋予不同的含义。

非语言符号是我们不用词语进行沟通的方式。如面部表情、手势、姿势、语调和外表等。和语言符号一样,我们给非语言符号赋予特定的含义。打哈欠意味厌烦或疲倦,皱眉表明疑虑、不看着别人的眼睛可能是隐瞒着什么东西等。和语言符号一样,非语言符号会误导别人。我们不能控制绝大多数的非语言行为,而且经常发出甚至连自己也不知道的信息。

许多非语言信息在不同的文化间有区别。在某种文化中,如果你跷起二郎腿,露出鞋底对人是一种极度的侮辱;而另一种文化中,尊敬人的举动是由鞠躬来体现的;而有