



沟通与演讲

INTERPERSONAL COMMUNICATION & PUBLIC SPEECH

杜广强 张 韬 编著



吉林人民出版社

沟通与演讲

杜广强 编 著
张 韬

吉林人民出版社

沟通与演讲 GOUTONGYUYANJIANG

编 著:杜广强 张 韬

责任编辑:谷艳秋 封面设计:程翠霞 责任校对:曲明璐

吉林人民出版社出版发行(长春人民大街4646号 邮政编码:130021)

电 话:0431-5649710

印 刷:大连铁道学院印刷厂

开 本:850mm×1168mm 1/32

印 张:11.75 字数:300千字

标准书号:ISBN7-206-03014-9/Z·267

版 次:2003年7月第1版 印 次:2004年1月第2次印刷

印 数:3001—6300册 定 价:17.80元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

前言 心想事成

你是不是常羡慕那些心想事成的卓越人士？

他们自信地出入各种场合，周旋于各类人士之间，侃侃而谈，挥洒自如。

这些人往往手捧金饭碗，是媒体追逐的焦点，青年崇拜的偶像。他们朋友遍天下，人们希望与其交谈，聆听高见。

且慢！此类人未必有你聪明，教育程度也许不如你，甚至形象也不怎么样。

究竟是怎么回事呢？有人说是继承祖产，有人猜是遇上了伯乐，有人想纯粹是交了好运。

其实这些说法都不完全正确，重要的原因是他们深谙交往之道！你也许很懊恼自己为何把事情搞砸？

在发言时不到规定时间的一半已无话可说。

与人交往的时候总显得很不自在，语言笨拙且不知从何处入手，到手的生意转眼即逝。

别慌！其实谁都不是天生的一副成功样。即使有，最多三分先天遗传，最少七分后天修炼。重要的原因是你没有掌握沟通之术！

你可能抱怨我是怎么怀才不遇、生不逢时？

工作的地方换了一个又一个，可业绩照旧。

与上司、同事交往总不如意、孤独和烦闷挥之不去。

止住！这种境况不能再下去。无论身居何处，搞好人际关系不但必须，而且可能。

人是自然的人，但更是社会的人，交往属于人的本性。问题的真正原因是你没有运用融会之策！

从现在起，从这里开始，再迈你铿锵坚定的步伐，演绎你的沟通人生，演讲人生。

你定会心想事成，前程光明！

本书写作的情况是：总论篇和演讲篇由大连铁道学院杜广强执笔，沟通篇由东北大学东软信息技术学院张韬执笔。

本书的内容汲取了许多书籍的成果，特表谢意。在编写过程中得到了大连铁道学院党委副书记葛继平教授、教务长张继和教授及丁传华、宫德芳、李镇、高卫东同志，东北大学东软信息技术学院院长温涛博士、副院长张伟博士和刘慧老师以及一些同事和学生的大力支持，在此深表感谢！

作 者

2004. 1

目 录

总 论 篇

第一章 明晰概念	3
一、沟通的基本概念	5
二、演讲的基本概念	11
三、沟通与演讲的关系及其它	14
第二章 把握原则	17
一、理解与互动原则	19
二、反馈与有效原则	21
三、自信与鼓励原则	24
四、欢乐与传播原则	26
第三章 活现策略	33
一、发送者策略—目标很重要	35
二、接收者策略—为你着想与意见反馈	36
三、信息策略—合适的信源是关键	39
四、渠道策略—无所不在	40
五、文化策略—无文化无沟通	41
第四章 跨越障碍	49
一、跨越心理障碍	51
二、消除语言障碍	57
三、克服人际障碍	62
四、摆脱环境障碍	63

五、超越文化障碍	65
六、了解中外禁忌	66

沟 通 篇

第五章 听说技巧	77
一、听话技巧	79
二、说话技巧	89
第六章 谈的方法	109
一、交谈方法	111
二、谈判方法	119
第七章 身体妙用	133
一、人体语言展示	135
二、仪表服饰光彩	142
三、非语言的综合	146
第八章 媒体支撑	155
一、书面交流	157
二、传媒覆盖	158
三、网络应用	163
四、场所表现	167
五、其他形式	168
第九章 求职诀窍	179
一、树立求职新观念	181
二、个人简历的一般写法	187
三、完美的面试	191
四、走近外企	204

五、网上求职	207
第十章 营销有方	213
一、满足客户需求	215
二、选择适当策略	217
三、运用可行措施	221
四、评估沟通效果	225
第十一章 团队和谐	233
一、与上级沟通的艺术	235
二、与下级沟通的艺术	241
三、与同级沟通的艺术	246
四、促进团队沟通和谐	248

演 讲 篇

第十二章 精心设计	259
一、精心构思一语不惊人死不休	261
二、技巧运用一语言与非语言表现	264
三、认真设计一上台演讲与演讲方式	269
四、心理调适一人人都有恐惧	272
第十三章 真情演练	285
一、内容演练一语言与副语言提升	287
二、包装演练一衣着服饰重要	291
三、形姿演练一形体语言光彩	294
四、细节演练一每次都是关键	296
第十四章 充分展示	305
一、有始有终一画龙点睛的开场白与结束语	307

二、幽默生动—人生的光辉	310
三、雅俗共处—寻找最佳结合点	312
四、简明扼要—时间是金	314
第十五章 使人信服	321
一、动之以情	323
二、晓之以理	330
三、示之以利	334
四、讲之以实	338
第十六章 应变自如	347
一、吸引听众之法	349
二、消除对立之态	352
三、应对变化之术	353
参考文献	365

沟通与演讲之

总 论 篇

这是一个张扬的时代
这是一个自我显现的时代
这当然是一个必须充分掌握和运用
沟通与演讲的时代

本篇通过	明晰概念
	把握原则
	活现策略
	跨越障碍

让你明白怎样才是一个沟通
与演讲的世界！

第一章 明晰概念

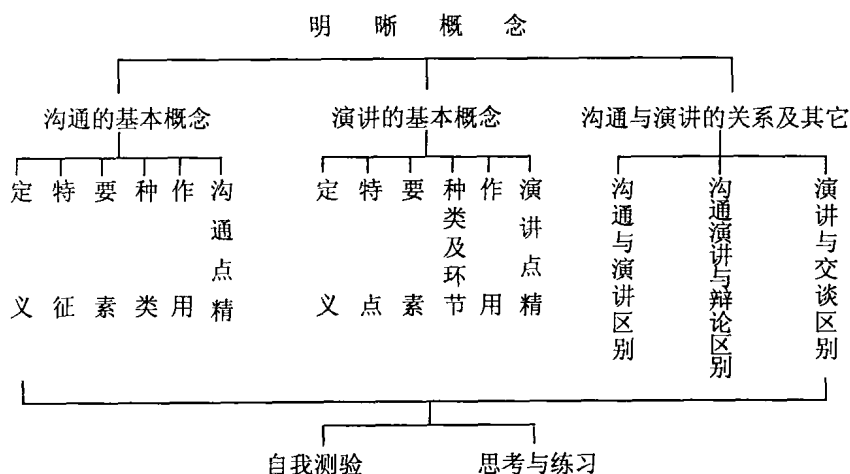
沟通创造要求。

—— 德鲁克

在沟通中,我们不仅传递消息,而且还表达赞美与不快之情,或提出自己的意见观点。

—— 艾米耐特

本章结构



要点点击：

- 信息时代就是沟通革命时代
- 沟通是一个双向、互动的过程
- 文化背景影响沟通效果
- 演讲是人际沟通的重要手段
- 演讲者要有运用不同的方法、知识、技巧的能力

沟通—缩短人与人之间的距离

沟通—在大家与小家之间

沟通—架起事业成功的桥梁

这些在央视一套黄金时段频频出现的社会公益广告，足以证明沟通在人与人、人与政府、人与社会的重要地位和作用。

一、沟通的基本概念

基本概念是事物的基本属性，是对事物分析与理解的起点和基点，也最值得我们明白、清晰。本书涉及的沟通基本概念包括其定义、特征、要素、种类和作用五个部分。

阿尔文·托夫勒说，与其说我们已经深深卷入信息时代，还不如说我们正处于沟通革命的时代。那么，到底什么是沟通呢？

（一）沟通的定义

1. 有关沟通的定义有 150 多种，例如：

沟通，原为开沟使两水相通。根据强调重点不同可分为：共享说、理解说、交流说、影响说、符号说等，例如：

• 沟通是文字、文句或消息之交流，思想或意见之交换。

——《韦氏大辞典》

• 沟通是意义的传递和理解。

——斯蒂芬·P·罗宾斯

2. 本书的界定

★沟通是发送者凭借一定的渠道，将信息传递给接收者，并寻求反馈以达到相互理解的过程。

它包括以下三层意思：

• 沟通首先是信息的传递。如树林中有一棵树倒了，却没有听见，那么它是否发出了响声？从科学的角度讲，确有响声，但从沟通学角度讲，却是不存在的。

• 信息不仅要传递，还要被充分理解。如法国作家大仲马到德国一家餐馆就餐，因语言不通，他想吃馒头，就在一张纸上画了一个像蘑菇的图案。一刻钟后服务员给他拿来了一把雨伞。这是理解的错

误。

· 沟通在信息传递、被充分理解的基础上,更要过程中互动的反馈。如篮球场上的乔丹和皮蓬都说,在球场上两个人的沟通相当重要,从相互的眼神、手势、表情中获得对方的意图,于是他们传、切、突破、得分,非常默契。

文化背景在双向互动的沟通中起了很大作用,在跨国沟通中尤其如此。因为交流双方的语言不同,语境不同,观念不同和环境不同,造成误解的次数就格外多,范围格外广。

3. 广义沟通与狭义沟通

广义沟通是指发送者与接收者双方引发的有形或无形、有声或无声、有意或无意的一切过程、行为和结果。具体而言,包括语言沟通(听说、交谈、阅读与演讲)、非语言沟通(肢体、媒体、书面和写作)、副语言沟通(声音、声调与速度)、人际沟通(爱情、婚姻、家庭、组织、社会和国家)、工作沟通(求职、营销与事业)及因各种原因、条件、环境、地域的人与人之间的联系。

狭义沟通旨在强调发送者与接收者双向直接互动沟通,是强力沟通。具体而言,包括语言沟通、媒体沟通、身体沟通、组织沟通、营销沟通和求职沟通。本书采用狭义沟通的定义。

(二)沟通的基本特征

从沟通的定义展开分析,可以看出沟通的四个基本特征:

1. 沟通双方角色互换

沟通双方两个系统之间双向信息交流而非一方只信息传递,另一方只是接收的单项行为。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,乙方是主体而甲方是客体。这一沟通中甲乙双方互为主客体。

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),或由中介者使双方不相通的符号转换相同。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. 沟通双方情境相融

沟通总是在某种特定的环境条件下(即一定的文化背景下)进行的。不同种族、不同国家、不同地区乃至不同人群受当地历史、文化等因素的影响和经济发展水平的限制,有着独特的社交礼仪和沟通方式。所以在沟通中,双方往来中的情境必须相同的理解。例如日本人与欧洲人同样鼓掌,其意不同,日本人鼓掌时用手指击板,表达欢迎。在英国看戏或听音乐会,如果也这样鼓掌,则意味着演出不受欢迎。

4. 沟通双方影响互伴

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一定的影响。沟通的目的不是为了获得信息,更重要的是使双方的思想和行为得到某种程度的改变。例如,在学术交流会上,观点相对双方,因为全方位接触与讨论,都在吸收对方的观点以完善自己,有的甚至通过交流改变了自己原来的学术观点。

(三)沟通的基本要素

沟通过程由各种要素组成:发送者、接收者、信息、渠道、反馈和环境。

1. 发送者

是通过一定的渠道向接收者发出信息的一方。它可以是个人,也可以是组织。发送者的主要任务是信息的收集、加工、传递及对反馈的反应。

2. 接收者

是发送者信息传递的对象。多数情况下,发送者与接收者在同一时间既发送又接收,角色互换传递,过程可逆向进行。接收者的主要任务是接收发送者的思想、情感和意图,并及时把自己的思想、情感和意图反馈给对方。

3. 信息

是由语言和非语言两种符号组成的发送者所发送的内容,由双方共同分享这特定符号所带来的思想、情感和意图。

4. 渠道

是信息经过的路线,是发送者把信息发出和接收者接受和反馈的手段,渠道主要由听觉(收音机、电视机)、视觉(着装、报纸、杂志、网络、电视机)、触觉(握手)、声音(音调、语气)等组成。

5. 反馈

是接收者接收发送者所发出的信息,通过消化吸收后,将接受程度等反应传给发送者。沟通中参与人数越少,反馈的机会越多。

6. 环境

环境包括大、小环境两个方面,小环境如噪音等干扰因素,有外部干扰、内部干扰和语义干扰等。大环境即一个区域,更多地为一种大的文化背景,尤其是在国际沟通中,文化的不同影响更大。

(四)沟通的种类

沟通可以从不同角度进行分类:

从表达形式上可分为语言沟通、非语言沟通和副语言沟通;从涉猎范围可以分为广义沟通和狭义沟通;从实际应用上可分为语言沟通(包括口头沟通、阅读沟通、书面沟通、演讲沟通)、媒介沟通(包括身体沟通、媒体沟通)、人际沟通(包括个体沟通、渠道沟通、群体沟通、团队沟通)、工作沟通(求职沟通、营销沟通)等。

本书介绍的种类是实际应用类沟通中更具有价值的沟通部分,它们是:口头沟通、身体沟通、媒体沟通、求职沟通、营销沟通、团队沟通等六方面具体沟通。

1. 口头沟通

这是沟通的主要方式,也是最直接的形式。优点是快速传递和即时反馈。缺点是存在失真和不是总省时。包括听话、说话、交谈、谈判等。

2. 身体沟通

这是沟通不可小视的形式。身体语言沟通是通过动态无声的目光、表情、手势语言等身体运动或静态无声的身体姿势、衣着打扮等形式传递或表达沟通信息。其优点是适应了当今读图动感潮流,有声情并茂之感。缺点是稍不留神则导致失败。