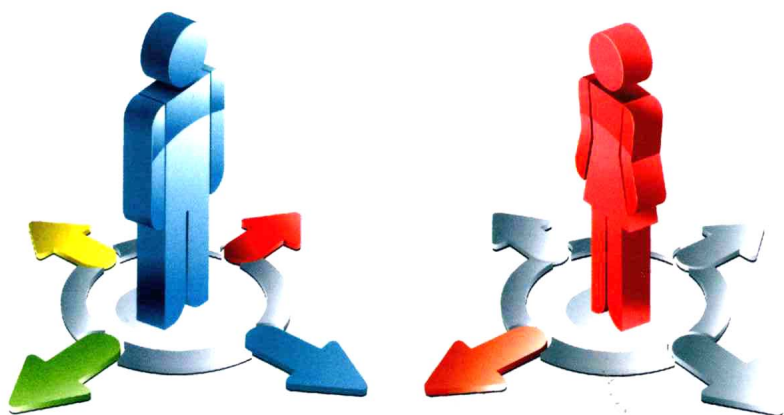


# 人际沟通

RENJI GOUTONG JIQIAO **技巧**

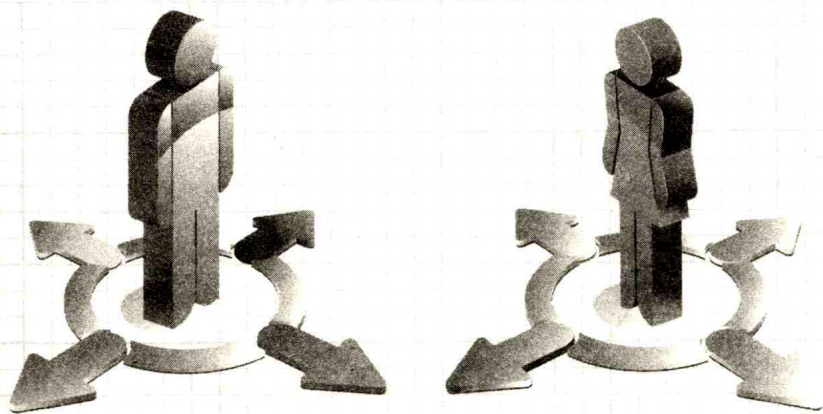
主编 范文琼 丰晓流



# 人际沟通

## RENJI GOUTONG JIQIAO 技巧

主 编 范文琼 丰晓流  
副主编 曾 慧 廖传文  
孔惠惠 王 燕



华中科技大学出版社  
中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

人际沟通技巧/范文琼 丰晓流 主编. —武汉:华中科技大学出版社,2009年6月

ISBN 978-7-5609-5433-2

I. 人… II. ①范… ②丰… III. 人间交往-通俗读物  
IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 094695 号

人际沟通技巧

范文琼 丰晓流 主编

责任编辑:史永霞

封面设计:旻昊图文空间

责任校对:朱 玢

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:武汉星明图文制作有限公司

印 刷:华中科技大学印刷厂

开本:880mm×1230 1/32 印张:5.25

字数:139 000

版次:2009年6月第1版 印次:2009年6月第1次印刷

定价:12.60元

ISBN 978-7-5609-5433-2/C·117

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

## 内 容 简 介

本书分为两篇,即理论篇和实践篇。理论篇包括四章,分别为概论、语言沟通、语言沟通的修辞技巧和非语言沟通;实践篇包括六章,分别为情商与人际沟通、职场沟通、营销沟通、日常生活沟通、网络沟通和测试。

本书既可作为高职高专各专业学生开设人际沟通的必修教材,又适用于各类短训,也可作为有关管理专业的学生及在职人员自学修炼的自助性教材。

## 序 言

沟通是一个社会组织和社会人基本的行为方式之一。

沟通是一门科学,又是一门艺术。说沟通是一门科学,是因为它是运用现代哲学、社会学、心理学、行为学、语言与文字科学、计算机与网络科学及技术等多学科原理研究沟通理论与实践的一门交叉学科;说沟通是一门艺术,主要是指沟通时机的选择、沟通过程的控制、沟通方式的运用等。沟通要讲究技巧,才能使沟通行为与沟通对象和目的相统一,如语言(直面)沟通中的逻辑、修辞、幽默,以及与语境相协调的体态、语调、表情等。

人们常说,21世纪社会的基本形态是信息时代,而信息时代典型的特征之一就是激烈的竞争。著名军事家徐向前元帅曾说过,“胜由信息通”。我认为,在竞争日愈激烈的信息社会里,只有通过有效的沟通,才能获取有价值的信息;只有通过有效的沟通,才能使浩如烟海而又稍纵即逝的信息转换为一种资源,提升核心竞争力,进而才能在激烈的竞争中胜出。

成功学理论认为,就个体而言,成功必须具备三要素,即一定的社会环境、一定的发展机遇和主体的成功素质。其中,主体的成功素质起决定作用。从一定意义上讲,一个追求成功的人,要想很好地适应和改造环境,发现、把握与创造机遇,沟通的作用不可低估。由此可见,沟通能力是一个人重要的成功素质。

大学生直接面临由“学业人”向“职业人”(或社会人)的转向。学好一个专业,提升专业素质无疑十分重要,但要想得到他人或组织的理解、认可与支持,沟通与交往能力等非专业素质同样不可或缺。所以,每一个社会人都必须深谙沟通之“学”,讲求沟通之“术”。

寄希望于每个学子早作准备,进求沟通技巧,提升沟通能力,以备日后更好地适应环境、融入社会、参与竞争。



## 前 言

卡耐基说过:一个人的成功,15%靠专业知识,85%靠人际沟通。

现代社会竞争越来越激烈,人与人的交往越来越频繁,沟通有助于增进相互之间的理解与融合。拥有良好的人际沟通能力已经成为一个人的基本素质,否则,你将会被社会所淘汰。

《人际沟通技巧》是根据“成功素质教育”理念而特别编订的一门非专业素质课,本课程旨在启发和提高人与人交往的水平,把公共关系学、现代礼仪、心理学、人际沟通、商务交流、网络应用等知识融为一体,强化团队意识,提高学生的社会适应能力,采用互动、模拟、角色演练等授课方式,使学生在轻松的氛围中获得人际交往的技巧,更好地发挥自己的能力,融入社会,更好地服务于社会。

本书分为两篇,上篇为基础篇,侧重于人际沟通的基础理论,下篇为实践篇,将人际沟通分为职场沟通、营销沟通、日常生活沟通及网络沟通四大部分,分别阐述各个沟通实践中的原则、技巧,并通过实例分析和情景设置练习提高学生的沟通能力。上篇虽然为理论篇,但均配有案例分析。通过案例分析,使学生掌握人际沟通的各个知识点,既有利于对概念性内容的阐述,又为下篇作好了铺垫,并且使理论部分也不至于枯燥乏味。

编写体例基本采取理论、实例、分析相结合,配合情景设置练习模式。每一部分的理论包括原则、技巧两大块,而每一理论部分都会结合生活中的实例逐一分析,然后设置相类同的情景模式进行测试训练,并根据不同的情景反映分析原则及技巧的实际运用。

本教材信息量大,理论体系新颖独特;案例丰富,实训模式简便易行。每章后附有思考与练习题。本书既可作为高职高专各专业学生开设人际沟通的必修教材,又适用于各类短训,也可作为有关管理专业的学生及在职人员自学修炼的自助性教材。

编写人员说明:本书参与编写人员均为实践教学中具有丰富教学实验的教师组成,并聘请专家组成编委会,进行评审,提出指导意见,融权威性与实用性于一体。

# 目 录

## 理论篇

第一章 概论	(3)
第一节 沟通概述	(3)
第二节 人际沟通概述	(6)
第三节 人际沟通的结构与条件	(8)
第二章 语言沟通	(12)
第一节 语言沟通概述	(13)
第二节 语言沟通的基本原则	(16)
第三节 语言沟通的表现方式	(21)
第三章 语言沟通的修辞技巧	(27)
第一节 形式技巧	(28)
第二节 幽默的艺术	(32)
第四章 非语言沟通	(43)
第一节 非语言沟通概述	(44)
第二节 非语言沟通的主要形式	(49)
第三节 非语言沟通的应用	(61)

## 实践篇

第五章 情商与人际沟通	(67)
第一节 情商概述	(68)
第二节 自我认识与人际沟通	(70)
第三节 管理自我与人际沟通	(72)
第四节 自我激励与人际沟通	(75)
第五节 识别他人情绪与人际沟通	(77)
第六节 处理人际关系的技巧与能力	(80)

第六章 职场沟通 .....	(83)
第一节 如何做受欢迎的职员 .....	(83)
第二节 职场间的合作与竞争 .....	(85)
第三节 同事间的沟通 .....	(87)
第四节 与上级的沟通 .....	(88)
第五节 与下级的沟通 .....	(92)
第七章 营销沟通 .....	(99)
第一节 与客户沟通的原则 .....	(100)
第二节 与客户沟通的技巧 .....	(103)
第八章 日常生活沟通 .....	(109)
第一节 与陌生人的沟通 .....	(110)
第二节 与朋友的沟通 .....	(114)
第三节 与长辈的沟通 .....	(117)
第九章 网络沟通 .....	(120)
第一节 网络沟通概述 .....	(121)
第二节 网络沟通的形式 .....	(127)
第三节 网名的命名技巧 .....	(129)
第四节 个人资料的设置技巧 .....	(132)
第五节 常用的网络用语 .....	(135)
第六节 网络沟通的负效应 .....	(137)
第十章 测试 .....	(140)
参考文献 .....	(160)



# 理 论 篇





# 第一章 概 论

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，而我们彼此交换这些思想，那么，我们每个人都将各有两种思想。”这段话生动地告诉了我们什么是沟通。

## 第一节 沟通概述

### 一、沟通的含义与意义

沟通不是万能的，但没有沟通却是万万不能的。沟通既是一门科学，也是一门艺术。在经济发展的现代社会，沟通的重要性正日益显现，在市场经济占主导地位的今天，沟通正日益发挥着强大的作用。

就现代信息论的一般含义来说，沟通是指信息的传递交流过程。有时人们也用交往、交流、意义沟通、信息传达等术语，它是一个人获得他人思想、感情、见解、价值观的一种途径，是人与人之间交往的一座桥梁。通过这座桥梁，人们可以分享彼此的感情和知识，也可以消除误会，增进了解。沟通是人为行动，没有人为行动，也就无所谓沟通。21世纪是一个充满竞争的时代，要成为一名成功人士，不仅要有应对问题和挫折的能力，还要与客户、同事、合作伙伴和供应商等建立良好的人际沟通关系，这是事业成功的重要保证。沟通并不是一种本能，而是一种能力。也就是说，沟通不是人天生就具备的，而是在工作实践中培养和训练出来的。也有另外一种可能，即我们本来具备沟通的潜在能力，但因成长过程中的种种原因，这种潜在能力被压抑住了。在这里，我们把沟通定义为：沟通是人们在互动过程中，通过某种途径或方式，将一定的信息从发送者传递给接受者，并获取理解的过程。

按照不同的标准，沟通可以分为不同的形式。沟通按照传递信息

是否采取语言形式,可以分为语言沟通和非语言沟通;按照发生的主客体分类,可以分为人际沟通、人机沟通和组织沟通;按照一个沟通过程所涉及的人员是否属于一个组织内部,可以分为内部沟通和外部沟通;按照沟通的正式性程度,可以分为正式沟通和非正式沟通;按照沟通双方在组织中所处的层次高低,可以分为纵向信息沟通、横向信息沟通和斜向信息沟通;按照沟通信息主体的文化背景是否相同,可以分为同文化沟通和跨文化沟通。

别人对你的问题是否能够理解,对你的想法是否能够接受,这完全要靠沟通获取成果。沟通的基本问题是你的心态对不对,其基本原理是你有没有关心别人,对于别人的主动要求,你是否会主动支持和主动反馈。世界上没有天生的演说家,成功沟通的技巧不外乎两点:一是讲话的人怎么讲,二是听话的人怎么听。

## 二、沟通的目标

人们在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。

### 1. 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。

### 2. 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、深入地明了信息的性质、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。

### 3. 接受

接受的含义是信息受众不仅要能够广泛、深入地明了信息的性质、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标的。



#### 4. 行动

行动是沟通最高层次的目标,它要求信息受众不仅能够接收、理解、接受信息的内容,而且会受到该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某些人采取某种行动作为目标的。例如,环保主义者通过各种形式宣传环保主张,号召人们改变生产生活方式,以促进人类与环境的和谐发展。

### 三、沟通的原则——6C 原则

为了更有效地进行沟通,在沟通过程中必须遵循一些原则,这些原则简称为 6C 原则,即清晰、简明、准确、完整、有建设性和礼貌。

(1)清晰(clear)是指表达的信息结构完整、顺序有效,能够被信息受众所理解。

(2)简明(concise)是指表达同样多的信息要尽可能占用较少的信息载体容量,这样既可以降低信息保存、传输和管理的成本,也可以提高信息使用者处理和阅读信息的效率。

(3)准确(correct)是衡量信息质量最重要的指标,也是决定沟通结果的重要指标,不同的信息往往会导致不同的结论和沟通结果。

(4)完整(complete)也是对信息质量和沟通结果有重要影响的一个因素。大家都非常熟悉的“盲人摸象”的故事,讲的就是片面的信息导致判断和沟通错误的一个生动的例子。

(5)有建设性(constructive)实际上是对沟通的目的性的强调。沟通的目的是促进沟通双方的信息传播、态度和观念的转变,以及可能采取的行动,因此,沟通中不仅要考虑所表达的信息是否清晰、简明、准确、完整,还要考虑信息接受方的态度和接受程度,力求通过沟通使对方的态度有所改变。

(6)礼貌(courteous)。得体的语言、姿态和表情能够在沟通中给对方留下良好的第一印象,甚至可能产生移情作用,有利于沟通目标的实现;相反,不礼貌的语言和举止会使沟通无法进行下去,更不要谈到沟通的目标了。

## 第二节 人际沟通概述

### 一、人际沟通的特点和意义

如果沟通是在人与人之间进行的,我们就称之为人际沟通。人们与其他人进行沟通,总是带着一定的目的:或是为了分享信息,以协调大家的行动;或是为了宣传劝说,以影响和改变他人的态度;或是为了娱人耳目,以愉悦人的心智;或是为了宣泄情感,以求得自己的精神安慰;或是为了日常寒暄,以保持与他人的正常关系,等等。由此可以看出,人际沟通不仅仅是信息本身的传递交流,更重要的是沟通双方可以借助于信息在心理和行为上相互影响,结果可能使双方的思想、情感、态度、行为,以及相互关系等发生改变,这是人际沟通不同于其他沟通的一个突出特点。

在人际沟通中,人与人之间传递交流的主要是社会性、心理性的信息,因此可以更确切地说:人际沟通是人们相互之间交流思想、观点、意见、知识、消息、情感、态度、动作等的过程。

人际沟通是人与人之间相互联系的一个最主要的方面,人醒着的大约70%的时间都是用在与他人的沟通上。我们衡量一个人生活质量的高低,很重要的一个指标就是其人际沟通的广度和深度。

首先,人际沟通是人社会生存的必要条件。社会性是人的本质属性,这个本质属性决定了每个人都必须参加社会的经济、政治、文化、教育等活动,在这些社会活动中才能获得和展现人所具有的社会性,才能成为真正意义上的“人”,而社会活动则必须依赖于人与人之间的沟通,否则不可能进行。

其次,人际沟通是建立和发展人际关系的必要条件。俗话说,“远亲不如近邻”,这句话生动地说明了人际沟通与人际关系两者之间的联系。人们在相互沟通中相识、相交、相知,甚至于相依、相恋,建立、维系和发展着亲情、友情、爱情等丰富多彩的情感联系。

再次,人际沟通是形成自我意识的必要条件。人对自己的认识并不完全是主观自生的产物,而更多地是在人际沟通中,通过感受、反省、



比较他人对自己的认识和评价逐渐形成、发展的。一个学生想要确定自己的品学是不是属于优秀之列,往往就要以老师、同学和父母对自己的评价作为重要的参照点,这样得到的认识才比较客观全面。

## 二、人际沟通的内容——5W1H

要有效地进行交流,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结为六个方面的问题,即何因、何人、何事、何地、何时、如何。

### 1. 何因(why)

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,人们经常讲到的成语“与虎谋皮”就是一个不恰当的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。确定这一点非常重要,因为,如果将沟通目标确定在了底线之外,就相当于要去做不可能实现的事情。

### 2. 何人(who)

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、准确和完整性上,而忽略了沟通另一方的感受,这样的沟通必然是失败的。在沟通之前,有必要搞清楚: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?

### 3. 何事(what)

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,主题的作用主要体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做出反馈的主要依据。

#### 4. 何地( where)

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。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。在沟通过程中,必须注意沟通的场合,错误的场合比起含混不清、不合时宜的表达来,其后果更加严重,因为它会被严重地误解。

#### 5. 何时( when)

时间对沟通效果的影响非常复杂,是多方面的。不同的人在作息规律上存在很大差异,不同的人具有不同时间观念,时间的长度对沟通效率有很大影响,不同的时间段会影响人们对信息的理解,等等。

#### 6. 如何( how)

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。在对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 人际沟通的结构与条件

信息本身既不是物质,也不是能量,是人认识自然、社会和自己主观世界过程中的精神产物,需要借助于一套物质化的符号才能保存和表达其意义,从而被人们感知、加工和交流。所以,人际沟通必须用一定的符号系统作为工具,才能进行信息的传递交流。

人际沟通所使用的符号系统主要有语言符号系统和非语言符号系统两类。使用语言符号系统进行的沟通叫做语言沟通,使用非语言符号系统进行的沟通叫做非语言沟通,它们是人际沟通中最主要的两种类型。





## 一、人际沟通的结构

人际沟通服从于信息沟通的一般规律,为人要讲究艺术,处世要注重方法,只有正确地掌握了与人沟通的技巧,才可能在经营事业和人生时达到无往不胜、左右逢源的境界。而想要提高沟通的技巧,首先要掌握沟通整个过程的五个基本要素:发送者、接收者、信息、信息通道、信息反馈。

### 1. 信息发送者

信息发送者也叫信息源,是拥有信息并具有沟通动机的人。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. 信息接收者

信息接收者就是接收信息的人。信息接收者收到信息后,必须根据自己掌握的知识经验来分析和还原信息的意义,即进行译码,以便自己能够理解它们。

### 3. 信息

信息即沟通的具体内容,不论是什么样的信息,在被发送之前,发送者都必须采用恰当的文字、图像、声音、图形、色彩、数字、动作等对它们进行组织,即编码,以便让其他人能够接受和理解其意义。

### 4. 信息通道

信息通道即传递信息所使用的载体或媒介,如发音和表情器官、电话、广播、电视、报纸、广告、信件、互联网等。

### 5. 信息反馈

在现代生活中,人际沟通多为双向沟通,信息在沟通双方之间会进行多次往返,这种回返过程就叫做信息反馈。反馈使人际沟通成为一个社会互动过程,每个人都是主动参与,交替扮演信息发送者和信息接收者的角色,可以对沟通过程进行及时的调控。

此外,人际沟通在进行过程中,还会受到来自主客观方面一些不良因素的干扰,如编码出现错误、信息通道选择不当、误解歪曲信息意义、心情恶劣及环境嘈杂等。干扰会使信息失真,影响沟通的效率和效果。