

## 第三章

# 人际沟通的基本原则

### 学习目标

#### 知识要点：

1. 了解人际沟通的基本原则，并能在日常交往中用心体验；
2. 领会在日常交往过程中遵循人际沟通原则的重要性。

#### 技能要求：

1. 在人际交往中，能熟练运用人际沟通的基本原则；
2. 客观地分析自己的做人原则，并能逐渐加以改善。

### 引导案例

#### 礼貌的力量

安德鲁·霍纳梦想有一天能拥有一家属于自己的公司。然而在19世纪20年代的达拉斯，他却难以找到一份工作。作为家中13个孩子中最小的一个，霍纳出生在北爱尔兰的贝尔法斯特。他与妻子琼近来刚从加拿大移民到了美国。在经过几次不成功的求职面试后，霍纳无意中听到有人说起，约翰逊父子公司想招一个人。唯一的问题是该岗位要求有大学学历，而霍纳在16岁时就从高中辍学了。

霍纳毫不畏惧，驱车到约翰逊公司，拜访了地区经理兰斯福德先生。后者说他正在考虑一个具有大学学历的求职者，不过霍纳还可以保持联系。“我知道我能胜任这份工作。”霍纳写道，“在我离开大楼时，我向办公室里所有的女士作了自我介绍。每天我都去看一看兰斯福德先生是否已经雇用了别人。在那里，我会停下来与女士们交谈，了解她们的家庭，与她们逐渐熟悉起来。这样做了一周之后，兰斯福德先生下定了决心，要让办公室的女士们决定谁来做她们的老板。女士们异口同声地说，就是那个从加拿大来的可爱的小伙子。就这样，我被雇用了。”

霍纳说他之所以喜欢讲这个故事，是因为这个故事表现了构建人际关系的力量。他虽不具备公司要求的经历和学历，但他关注人，关心她们的生活，而且对她们彬彬有礼。

霍纳构建人际关系的努力，成为他拥有的每份工作的一部分。1985年，他和妻子在德克萨斯州欧文市创建了Premier设计公司。该公司的经营之道，即建立在霍纳早就践行过的原则上：人人都有自己的价值。现在，这家全国性的珠宝销售公司拥有超过250名雇员，每年的销售收入超过2亿美元。如果没有礼貌的态度，这家公司可能就不存在。

资料来源：奥里森·马登. 正能量修习[M]. 悦生, 编译. 苏州：古吴轩出版社, 2012.

## 第一节 人际沟通基本原则的内涵和意义

人际交往,其实并不困难,只要大家都能够遵守一个共同的原则。人际沟通的原则是我们沟通的前提,我们很难想象沟通双方彼此所遵循的原则不同还能进行顺畅的沟通,并能达成沟通的效果。因此,要想成功地建立良好的人际关系,成功地进行人际交流与沟通,就要在社会生活中了解、遵循和掌握人际沟通的基本原则。

### 一、人际沟通基本原则的内涵

#### 1. 人际沟通原则应遵循一定的行为准则或行为规范

原则是指经过长期检验整理的合理化现象,是说话或行事所依据的法则或标准。沟通原则是指在沟通过程中,沟通双方或多方应当遵循的行为准则或行为规范。

在现实生活中,人们可能有不同的世界观、人生观和价值观,在不同的生活环境甚至不同的文化背景下成长,可能会养成不同的生活习惯,造成不同的性格特点,具有不同的行为倾向。尽管如此,在沟通过程中评价沟通对象时,大多数人还是有着共同的评价标准,那些多数人都认可的、经得住实践检验的沟通行为准则就形成了沟通的原则。

#### 2. 人际沟通原则应根据一定的伦理道德观念形成

中国汉族的伦理观念比其他民族发展得早,而且比较完善。孟子说:“使契为司徒,教以人伦:父子有亲,君臣有义,夫妇有别,长幼有叙,朋友有信。”就是说,父子之间有骨肉之亲,君臣之间有礼义之道,夫妻之间挚爱而内外有别,老少之间有尊卑之序,朋友之间有诚信之德,这些观念成为某一特定时期人际沟通的行为准则。

孔子讲的“仁义道德”都是从自身做起,自我修身,“反求诸己”“己所不欲,勿施于人”。不仅严于律己,也不去伤害别人。而且它还有一个其他文化没有的特点,就是没有宗教色彩。在天道下修身养性,正己为人,它强调的是以德治人。这种宽容文化,任何社会、宗教、国家、民族都可以接受。如此来说,儒家文化,作为天下文化当之无愧,它是可以担当对话沟通的平台。

时至今日,中国的“孔孟之道”还深深地影响人们的日常交往,成为指导人们交际行为的准则。理解别人,为他人着想,这是营造良好的人际关系的关键。无论何事,你希望别人怎样待你,你也要怎样待人,像你期望别人对待你的方式一样对待别人。

#### 3. 人际沟通原则具有时代特点

值得注意的是,人际沟通的原则是与时俱进的,具有时代性的特点。不同的社会有不同的社会价值观,也就有不同的社会认知。随着社会的发展,人们的观念也在不断地更新,人们的需求也有不同程度的变化。在不同的社会背景下,法律和道德等会有所不同,一个时期内这样做是对的,而同样的做法放到另外一个时期就可能是错误的,甚至是违法的。

人际沟通的原则要随变化的社会有所调整。例如,封建社会遵循的“君臣等级”“妇随夫便”的伦理关系,在现代社会中是领导与下级之间、夫妻之间相互尊重、互为平等的沟通

原则。

#### 4. 人际沟通原则具有文化性的特点

中西方的伦理观念具有很大的差异性,因此在处理人际关系上也会有所不同。例如,中国人特别注重“长幼有序”,而西方人更看重“自由、平等、独立”,因此父子之间常常直呼其名,子女满18岁便自谋生路,父母也不再干涉其行为,这是他们遵循的沟通原则。但是,随着国际交往的日趋频繁,东方人和西方人对家庭内部的沟通原则也相互融合。现在,一些中国的家庭内对子女的教育反而学习了一些西方人的沟通原则。

#### 5. 人际沟通原则还具有民族性、地域性特点

“一方水土养一方人”,中国是一个多民族国家,每个区域都有不尽相同的民族习惯。例如,处于雪域高原的藏民族几乎全民族信教,一些教义教规无形当中影响他们的沟通原则,所以在处理不同民族、不同地域的人际关系中也要尊重本民族、本地区的沟通原则。再如,不同的民族都有自己的语言,即使是同一个民族,由于地域的不同,语音也有很大差异。所以当不同民族,不同地域的人们进行交流时,由于语言或语音上的差异,肯定会对沟通造成一定的影响。因此,沟通过程中要注意民族和地域的差异性。

### 案例

日本企业在国际市场竞争中,常占有优势地位,这与日本企业充分重视文化的差异性密切相关。日本企业在制定国际营销决策时,充分考虑目标市场上的文化特点,根据各国文化的差异性设定自己的营销策略。比如日本的两则汽车广告“有朋自远方来,喜乘三菱车”“车到山前必有路,有路必有丰田车”,由此可以看出日本企业营销人员对中国文化理解之深刻。

对异国文化的高度敏感性,使得日本企业能够更深入地了解各国顾客的需求特点和购买心理,从而为他们更好地满足顾客需求、在国际营销中扩大市场份额奠定了基础。

## 二、坚持人际沟通原则的意义

《孙子兵法》云:“上兵伐谋,其次伐交,其次伐兵,其下攻城。”此“交”即为谈判、沟通,可见古人对沟通的重视。人际沟通原则如同人生的风向标,引导我们为人处事的方向。掌握了这些沟通原则有利于我们在沟通过程中规范自己的行为,完善自己的人格,更有利于我们鉴别沟通对象、选择合适的朋友。我们应该在沟通中运用这些原则、审视自己的行为、指导自己的沟通实践,以实现有效的人际沟通。

需要注意的是,沟通的各个原则之间并不是相互独立的,有些原则之间是辩证统一的关系。比如人际沟通基本原则中讲到的“主动沟通”“互利共赢”与“适度距离”看起来似乎是矛盾的,但是仔细分析发现三者是辩证统一的。所以,我们在人际沟通中,使用单一原则不一定会奏效,只有综合地理解和运用这些原则,才能真正实现有效沟通。

## 第二节 人际沟通的基本原则

在社会组织中,有的领导人际关系好,与群众交往密切;有的领导性情高傲,与群众疏远。在家庭中,有些婆媳亲密,全家和睦;有的夫妻不和,婆媳争斗。在日常交往中,有的人朋友遍及五湖四海,有的却孤家寡人。为什么不同的人有截然不同的人际关系呢?因为人际交往是一门艺术,有原则、有方法、有技巧。一个人原则用得好,方法用得恰当,技巧用得灵活,就会有好的人际关系;相反,就会人情淡薄,关系疏远。

本章所有原则都是基于这一基础思想。在人际交往中,以己之心,度人之心,以人之所欲给予满足。这样,为自己架起人际之桥就会发现,保持自己自尊的同时,维护别人的自尊;喜欢自己的同时,也用心地去爱护别人;听取别人的意见,适时地赞赏别人,你的付出必有丰厚的回报。

人际关系是一种错综复杂的社会现象,其存在和发展受多种规律所支配。原则也是多种多样的,重点介绍几种主要原则。

### 一、互相尊重原则

尊重是一缕春风,一泓清泉,一颗给人温暖的舒心丸,一剂催人奋进的强心针。它常常与真诚、谦逊、宽容、赞赏、善良、友爱相得益彰,与虚伪、狂妄、苛刻、嘲讽、凶恶、势利水火不容。给成功的人以尊重,表明自己对别人成功的敬佩、赞美与追求;给失败的人以尊重,表明自己对别人失败后的东山再起充满信心。

尊重是一种修养,一种品格,一种对人不卑不亢、不俯不仰的平等相待,对他人人格与价值的充分肯定。任何人不可能尽善尽美,完美无缺,我们没有理由以高高在上的目光去审视别人,也没有资格用不屑一顾的神情去嘲笑他人。假如别人某些方面不如自己,我们不要用傲慢和不敬的话去伤害别人的自尊;假如自己某些方面不如别人,我们也不必以自卑或嫉妒去代替应有的尊重。一个真心懂得尊重别人的人,一定能赢得别人的尊重。

俗话说,种瓜得瓜,种豆得豆。尊重别人就会得到别人的尊重,瞧不起别人也会被别人瞧不起。不管是什么人,我们都应都尊重他们。尊重上级是一种天职。下级服从上级,全党服从中央,令行禁止,这是现代管理的基本要求。尊重同事是一种本分。现代社会强调团队精神,合作艺术。一项任务、一件事情的完成,往往靠的是集体的智慧、大家的力量。尊重下级是一种美德。红花需要绿叶辅佐。尊重所有人是一种教养。尊重所有人有助于人际关系的安全,有助于交际沟通。

尊重是人的基本需要。美国心理学家马斯洛在对人类的千差万别、纷繁复杂的需要进行仔细研究后提出了著名的“马斯洛需求层次理论”。他认为人有五种需要,并按照人的发展需要,由低级到高级排列是生理需要—安全需要—社会需要—尊重需要—自我超越的需要,如图 3-1 所示。在马斯洛看来,人的尊重需要是人的一种高级需要,其地位仅次于自我超越的需要。

心理学认为,人们对尊重的需要分为两类,即自尊和来自他人的尊重。尊重自己就是

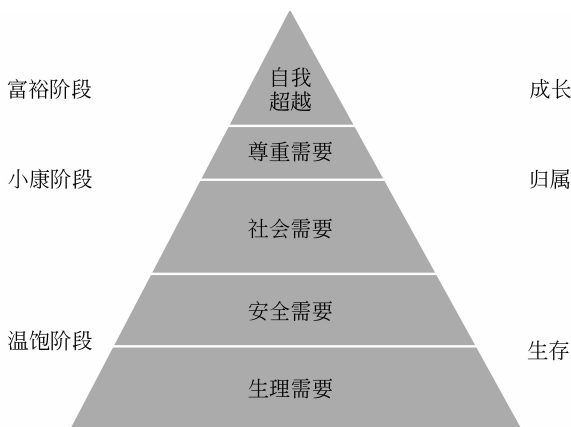


图 3-1 马斯洛的需求层次

维护人格的尊严。自尊包括对获得信心、能力、本领、成就、独立和自由的愿望。尊重他人就是尊重他人的选择,不强求他人按自己的爱好、习惯去生活、行事。尊重是交往双方的互动行为。古人说过:“敬人者,人恒敬之。”俗话说得好:“你敬我一尺,我敬你一丈。”

马斯洛认为尊重需要得到满足,能够使人对自己充满信心,对社会充满热情,进而体验到生活的价值和意义。

### 案例

#### 尊重的力量

一位商人看到一个衣衫褴褛的铅笔推销员,顿生一股怜悯之情。他不假思索地将10元钱塞到卖铅笔人的手中,然后头也不回地走开了。走了没几步,他忽然觉得这样做不妥,于是连忙返回来,抱歉地解释说自己忘了取笔,希望不要介意。最后,他郑重其事地说:“你和我一样,都是商人。”

一年之后,在一个商贸云集、热烈隆重的社交场合,一位西装革履、风度翩翩的推销商走到这位商人面前,不无感激地自我介绍道:“您可能早已忘记我了,而我也不知道您的名字,但我永远不会忘记您。您就是那位重新给了我自尊和自信的人。我一直觉得自己是个推销铅笔的乞丐,直到您亲口对我说,我和您一样都是商人为止。”没想到这么一句简简单单的话,竟使一个自卑的人顿然树立了自尊,使一个处境窘迫的人重新找回了自信。正是有了这种自尊与自信,才使他看到了自己的价值和优势,最终通过努力获得了成功。

不难想象,倘若当初没有那么一句尊重鼓励的话,纵然给他几千元也无济于事,断不会出现从自认乞丐到自信自强的巨变。这就是尊重的力量!

人际沟通中,损害他人自尊心往往会导致沟通失败。如果我们在沟通中伤害了某人的自我意识,那么就别指望能够与他进行良好的沟通,甚至可能会因此付出惨重的代价。

为了做到对他人的尊重,我们在人际沟通中应该做到以下几点。

#### 1. 尊重他人的价值观念

为了表示对他人的欣赏,我们必须依照他人的价值观念去接受他人,不要总想着去改