

交际与沟通

冯威 张福松 编著



新华出版社

交际与沟通

冯威 张福松 编著

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

交际与沟通/冯威,张福松编著.

北京:新华出版社,2006.9

ISBN 7-5011-7654-X

I. 交… II. ①冯…②张… III. 人际关系学—教材 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 112363 号

交际与沟通

组 稿:白云罩

责任编辑:鞠 景

装帧设计:金榜图文设计室

出版发行:新华出版社

地 址:北京石景山区京原路 8 号

网 址:<http://www.xinhupub.com>

邮 编:100043

经 销:新华书店

印 刷:北京云浩印刷有限责任公司

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:8.75

字 数:200 千字

版 次:2006 年 9 月第 1 版

印 次:2006 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-5011-7654-X

定 价:25.00 元

若有印装质量问题,请与印刷厂联系(010)69076260

前 言

本书主要是为即将上交际与沟通这门课的学生写的,第一章、第二章和第七章由张福松老师撰写,其余部分由冯威老师撰写。由于时间比较仓促,内容还不是很完善,我们会在教学的过程中不断修正。

对他人的认识和对自我的认识是进行交际与沟通的基础,本书的前两章试图用比较通俗易懂的语言向大家讲述这部分内容,期望能引起同学们探知人类心理的兴趣,进而产生交际与沟通的愿望。

沟通是一个复杂的过程,我们无时无刻不在沟通,却又无时无刻不在为沟通所扰。如果你能知道沟通的基本原理,则可能会对你有所帮助。因此,我们在第三章至第六章为大家介绍沟通的基本原理,并展示了与其他人相遇时沟通是怎样从语言和非语言上发挥作用的,同时,阐述了有效倾听对于实现有效沟通的积极作用。

本书第七章讨论了影响人际关系的因素,第八章讨论如何进行有效的人际沟通,第九章则介绍人际沟通中一个重要的方面——工作场所中的沟通,希望能帮助学生在将来的工作中处理好相关问题。

本书第十章讨论在小组中的沟通问题,人是生活在群体之中并受群体影响的,如何在小组中进行沟通,如何发挥小组的积极作用,是此章的重点所在。

本书第十一章是传统的沟通学的重点内容——演讲。能在公共场合进行演讲,是一种重要的沟通技能,我们在此章给出详细的指导,通过这部分内容的学习,你会成为一个成功的演讲者。

我们在每一章后面都会安排一些讨论和游戏,这些实际的练习对提高学生的交际与沟通技能会有所帮助。最后还摘录了九个综合游戏,学生既可以在课堂上做,也可以在课后自己做。

信任是进行交际与沟通的前提,技巧固然重要,但是能打开心灵的坚冰,拥有“同理心”才是建立良好人际关系的密匙。

编 者

2006 年 9 月

目 录

第一章 认识他人	(1)
一、社会认知的概念	(1)
二、社会认知的内容	(1)
三、影响社会认知的主要因素	(5)
四、印象的形成与整合	(8)
五、认知判断的准确性	(12)
六、社会认知的常见偏差	(14)
七、欺骗的觉察	(16)
第二章 认识自我	(19)
一、什么是自我认知	(19)
二、自我认知的内容	(20)
三、人如何认识自我	(21)
四、自我认识的社会比较理论	(25)
五、自我调控	(26)
六、自我认知中的防御心理	(29)
第三章 沟通过程	(38)
一、沟通是一种过程	(38)
二、沟通是一种相互作用	(44)
三、沟通的种类	(46)
四、沟通的障碍	(50)

五、有效沟通	(54)
第四章 语言沟通	(60)
一、语言怎样发挥作用	(61)
二、语言环境	(62)
三、风格、角色和团体成员	(65)
四、进行沟通	(69)
第五章 非语言沟通	(83)
一、非语言沟通本身的重要性	(84)
二、非语言沟通的特点	(86)
三、非语言符号的种类	(87)
四、改善非语言沟通	(96)
第六章 倾听	(102)
一、倾听方式	(102)
二、影响有效倾听的问题	(104)
三、倾听过程	(106)
四、倾听的种类	(109)
第七章 影响人际关系的因素	(121)
一、人的社会属性	(121)
二、人际吸引	(122)
三、人际关系的社会交换理论	(130)
四、情商与人际交往	(133)
第八章 人际沟通	(138)
一、人际沟通的动机	(139)
二、相互交谈	(140)

三、自我袒露——重要的交谈	(146)
四、相互关系的发展阶段	(148)
五、相互关系中的沟通问题及解决	(153)
六、人际间冲突的解决	(159)
七、人格结构的 PAC 分析理论在人际沟通中的应用	(161)
第九章 工作场所中的沟通	(167)
一、上级与下级之间的沟通	(167)
二、下级如何与上级沟通	(176)
三、重视员工成长沟通	(182)
四、面试中的沟通	(186)
第十章 小组中的沟通	(195)
一、小组的特点	(195)
二、小组中的讨论	(197)
三、对小组进行领导	(201)
四、小组中的角色	(206)
五、小组中的冲突	(210)
第十一章 公共场合的沟通——演讲	(218)
一、开始着手演讲	(219)
二、搜集演讲的材料	(220)
三、演讲的组织	(222)
四、发表演讲	(226)
五、直观教具	(233)
六、控制紧张情绪	(234)

七、对演讲进行演练	(235)
综合游戏	(245)
综合游戏一：“听与说”游戏	(247)
综合游戏二：瞎子摸号	(248)
综合游戏三：狗仔队	(249)
综合游戏四：数字传递	(250)
综合游戏五：撕纸	(251)
综合游戏六：解手链	(252)
综合游戏七：你说我做	(253)
综合游戏八：蒙眼作画	(254)
综合游戏九：头脑风暴	(255)
几种基本社交礼仪	(257)
微笑	(259)
良好的仪态	(261)
常用礼节	(264)
名片的使用方法	(266)
陪同客人	(268)
附录：参考文献	(270)

第一章 认识他人

学习目标:

1. 理解社会认知的概念。
2. 理解社会认知的内容和影响因素。
3. 掌握在印象的形成与整合过程中的基本规律。
4. 能够分析人际交往中的认知偏差和认知的准确性。
5. 了解社会认知中的欺骗及其觉察。

人际交往是建立在对自己和对他人的认知基础上的,只有了解自己和他人才能进一步发展良好的人际关系。社会认知所研究的就是人们如何对自己和他人做出判断,社会认知是产生和发展人际关系的基础。

一、社会认知的概念

认知是指在感觉信息的基础上,经过人脑的加工,对客观对象做出直接解释和判断的过程。一般认知的对象可以是周围世界的人和一切事物,而社会认知的对象只是“人”和社会环境,是人们从社会环境中获得信息,并形成对人的了解和评判的过程。社会认知就是人们对他人或社会团体、社会角色以及人们自身进行认识和做出判断的过程。

二、社会认知的内容

社会认知是一个由表及里的过程。认知者最初只能接收到认

知对象的外部特征信息,依据经验做出大概的判断,然后在进一步的交往中,逐步地加深认识和了解。

(一) 对他人外部特征的认知

外部特征包括一个人的仪表、面部表情、身段表情和言语表情等可以直接看到和听到的特征。

仪表构成一个人的具体的外在形象。初次和一个人接触时,我们首先要通过观察对方的衣着服饰、身高体态、肤色等外表特征来形成对他(她)的印象。我们可以根据以往的经验,通过仪表大致判断认知对象的年龄、职业、社会地位,甚至部分性格特征。

表情包括面部表情、身段表情、声音表情。面部表情是以面部肌肉变化为标志的。研究表明,人们能够比较准确地从面部表情上判断出他人的情绪状态,包括快乐、悲哀、惊奇、恐惧、愤怒、懊恼等。眼神是人们判断他人心理状态的重要信息来源,因为人的许多内心体验都可以表现在眼神的变化中,眼神的坚定或游移很容易反映出人的自信心等心理特征。因此,人们常把眼睛比作“心灵的窗口”。

身段表情或称姿势,如耸肩、搔首、点头、鞠躬等。这些肢体动作有时比面部表情更容易透露出人的内在心理状态,因为这些肢体动作可能是无意识做出的,更不容易掩饰。双手是身段表情中的重要部位,手指的细微动作很可能折射出人的内心情感和情绪状态。

声音表情或称言语表情,不是指“所说的话”本身,而是指说话时的音量、音调、节奏等特征。声音表情传达的信息有时比言语本身更可靠,理由同样是声音表情不容易掩饰。比如撒谎的人可能被自己控制不住的声音颤动所揭穿。

(二) 对他人个性的认知

个性是指个体经常地、稳定地表现出来的心理特征的总和。一个人的个性是其独特的精神面貌和习惯化的行为方式,它是一

个人在一定生理发展的基础上、在社会生活实践中逐渐形成的。比如有的人冷淡,有的人热情;有的人温和,有的人易怒;有的人害羞,有的人大方。这些都是人的个性表现。个性的“大五”(Big Five)理论指出,在不同文化背景下的人们都表现出比较一致的五种个性维度,它们是:

外倾性——反映个体是否善于和人交往、言谈,是否自信、乐观。

随和性——反映一个人是否随和、合作、值得信赖。

责任心——反映个体的责任心、本分和道义感。责任感强的人更可靠,做事坚持,有成就倾向。

情绪稳定性——表明个体情绪和行为的稳定程度。稳定性高的人平和、热情、有安全感,能够自律和克制,喜欢有序和稳定的生活。缺乏稳定性的人,容易紧张、焦虑、失望。

开放性——表明对外界的开放和对自己的接纳程度。开放性高的人对新事物敏感,喜欢独特和创新,容易沟通,而且自我感觉良好,乐于接纳自己。

上述这些个性特征仅通过观察一个人的外表是很难判断的,需要长期的交往和相处才能够准确地认知。

(三)对人际关系的认知

对人际关系的认知是指人们对自己与他人关系和他人与他人关系的认知。

人们在认识他人的同时,也会选择对待他人的方式,确认自己和他人的关系。在认识了某人的品质时,也会选择是反感、疏远他还是喜欢、亲近他。一般来讲,一个人更愿意选择和自己在兴趣、价值观、态度方面近似的人接近。

人际关系认知的另一个方面是估计他人与他人之间的关系状况,确认某个人在群体中的位置,了解别人对他是怎么看的。其实这也是我们认识他人的一个重要渠道,在我们对某人不太了解的情况下,我们可以通过别人对这个人的态度和评价来认识他。当

你进入一个新的群体中,如找到一份新工作,在短时间内还无法了解周围的人,这时别人之间的相互关系和相互评价是我们尽快了解他们的重要渠道。

关于人际关系的认知及相关理论,在本书的后文中将有更加深入的介绍和分析。

(四)对人的行为原因的认知——归因

他为什么周末总喜欢待在家里而不是出去玩?这个同学为什么总是迟到?他为什么做出一件大家都意料不到的事情?我自己为什么没有按时完成一项计划好的工作?我们经常需要对别人和自己的行为原因做出推断,回答这些“为什么”。根据相关的外部信息、线索对自己或他人的所作所为进行分析、解释和推测行为原因的过程,就是归因。

归因过程是人的认知活动的需要,是人类不断认识世界、了解世界的需要,这种认知活动既包括对自然界的认知,也包括社会认知。无论是何种认知,归因过程都可以被看做是对规律的发现,是对原因和结果的发现。事物的结果是可见的,原因却可能有很多,需要由结果推断原因。而归因的结果使人类可以对事情有预见性,使他人的行为在自己眼里看起来更合理,使自己的行为更好地适应周围环境。归因的目的不仅是理解自己和他人的行为,也可以帮我们更好地预测自己和他人的行为。

人们对行为的最简单归因可以分为内因和外因,内因是指“结果是由个人的内在原因所造成的”,这些原因包括很多方面,人格、能力、动机、态度、努力、情绪等方面。外因是指事件或行为发生的外部条件,包括背景因素、他人的影响、难度、机遇、不可预计因素。

海德是归因理论的创始人,他认为人在同他人交往时有两种基本需要:一是取得与他人一致的认知;二是在行为上对他人进行适当的控制,取得行为的一致。而如果要满足这两种需要就必须有一定的预见力,预见情况的发展趋势,计划自己的应对措施,这就是为什么人要进行归因的原因。海德提出四种基本的行为原

因：能力、努力、难度和机遇。这四个原因中，能力和努力是内因，难度和机遇是外因。

维纳在海德的归因理论基础上提出了自己的归因理论。维纳认为内因、外因的分类只是归因判断的一个方面，还应该增加稳定性的维度。内、外因维度和稳定性维度是相互独立的。在进行成败归因时，当把成功或失败归因于稳定的因素时，可以预期下次他也会和原来一样地成功或失败；当把成功或失败归因于暂时的不稳定因素时，就不会预期将来同样地成功或失败。因此，维纳按照原因的稳定性和内、外因这两个维度，分析了四种基本的归因：(1)不稳定的、内在的原因，如努力程度、心情、疲劳因素等；(2)不稳定的、外在的原因，如运气、机遇等；(3)稳定的、内在的原因，如能力、聪明程度、身体素质等；(4)稳定的、外在的原因，如难度、环境的障碍等。

三、影响社会认知的主要因素

(一)认知者因素

1. 认知者的经验。

我们在认知一个新的社会对象时，总是搜寻大脑中已有的经验，找到已有的原型，从而使认知更加迅速、简单。看到医院里一位穿白大褂的人，我们不需要去询问或了解，而是根据经验把他认知为医院的医生。虽然这可能是错误的，但我们在认知过程中总是依赖这些已有的经验。我们大脑中存储了关于一些人的基本模型，形成对某一类人的刻板印象，在其他信息不明确的情况下，我们会通过基本模型来认知他人。

2. 认知者的价值观。

人的价值观影响人对人或事物的判断。所谓价值观也就是在社会生活中形成的认知事物的标准，评判人或事物重要性的准则。已经形成的基本的标准和原则，自然会运用到以后的认知活动当

中去,其作用也是使认知活动简化、迅速。比如在信仰佛教的人眼里,烧香拜佛是求福祈愿的、再正常不过的行为;而在不信佛教的人眼里,这是不理智的行为。价值观很多时候决定了人们如何认识和解释行为。

3. 认知者的情绪状态。

一个人可能认为自己的恋人聪明、漂亮、勤奋,但周围的朋友可能都不这么认为。“情人眼里出西施”这种现象,一种原因就是人们已经形成对恋人的强烈的积极情绪,这时人的情绪、情感对认知产生了很大的影响。处在恐惧情绪中的人,一个轻微的响声也会把他吓一跳。

带有强烈情绪的感知常常使人不能准确、理性地做出认知判断。高兴的人喜欢自己周围的一切,对未来充满希望,觉得周围的人都友善,也会更多地想到周围人和事物的优点和好处,而情绪差的人则更多地考虑一些不尽如人意的方面,对周围人也会做出更多负面的判断。

另外,情绪状态也会影响我们的记忆和推理以及决策过程。因此,认知一个人的行为,最好了解他当时处在什么样的情绪状态之下,这可以帮我们更准确地理解他人的行为。

(二)认知对象因素

1. 认知对象的魅力。

说一个人有魅力,意味着他(她)具有一系列的积极属性,如容貌美、有能力、正直、聪明、友好等等。构成个人魅力的因素既有外表特征、人的行为方式,也有内在的心理特点方面的因素。研究表明,很多时候对一个人的魅力评价可能受到了光环效应的影响。简单来说,光环效应是指当某人具有某一两项突出的优秀品质时,我们就把各种其他的积极属性都自觉地赋予他;反之,我们会把各种消极属性都赋予他。后文中对光环效应还会有更详细的介绍。

2. 认知对象的知名度。

一个人的知名度大小也影响着别人对他的认知。这是指人们在真正认识某个人之前,受到他人或者传播媒介的影响,事实上已经形成了对他的初步认知。人们依据的是间接材料,受到他人暗示的成分比较多,在进一步了解他人时已经有了一些先入为主的印象。

3. 认知对象的主观意图。

在多数情况下,认知对象并不是认知活动中完全被动的一方。一些人会带有表演性的故意“让”人认识,这些认知对象的主观意图势必影响别人对他的判断。

按照戈夫曼的理论,每个人都在通过“表演”试图控制别人对自己的印象,强调自己的某些属性而隐瞒了另一些属性。这种方法有时很成功,使得不同的人对同一个人形成完全不同的印象,或者使同一个认知者对某人在不同场合的行为形成不同的印象。认知对象的自我表演和主观意图使得他们的行为在不同情境下缺乏一致性,从而影响他人的认知判断。

(三)认知情境因素

1. 空间人际距离。

这是指人们在面对面交往中身体接近的程度。在社会认知活动中,这是一种情境因素。亲密的人、一般的熟人、陌生人之间在交谈时的自然距离是有差别的。我们可以通过他们之间的物理距离远近来判断他们之间的关系。人际距离是人们在无意中自然形成的,比如我们不希望陌生人过于接近自己,过近的距离会让多数人觉得紧张窘迫,觉得受到了侵犯。但与亲密的人在一起时,自然就可以接受更近的人际距离。

不同人对人际空间距离地要求和感受是不一样的,一个人的性格、经验都会影响人际距离的远近。同样的人际距离,对于性格外向的人来说可能觉得有些疏远,但对内向的人来说可能觉得窘

迫。

2. 环境参考。

在认知活动中,对象所处的场合、情境是影响认知的重要因素,有时甚至是关键因素。当你看到一个人在微笑时,如果没有当时情境、场合的参考,可能难以判断微笑代表的到底是高兴还是难堪。社会认知的准确性,很大程度上受到情境因素的影响。情境本身就能提供很多有用的认知信息,这些信息帮助我们做出更准确的认知判断。当遇到和过去经验中类似的情境时,我们会更迅速地做出认知判断。

四、印象的形成与整合

对他人的印象决定了我们对他人的基本看法和期望。有时,我们只看到一张照片、只听到一个声音,或者仅仅与一个人匆匆地擦肩而过,都会形成对他的大概印象,甚至只听说一个人的名字,也可以让我们形成关于这个人的一些印象,比如大概判断叫这个名字的人的性别。当然,仅仅靠少量的信息做出的判断通常很不准确,随着更多的接触,对对方的印象会越来越清晰,而这些印象决定了彼此是否有好感,如何与他相处,会不会成为朋友和亲密的人。

(一)对外在特征的观察

多数情况下,印象的形成首先来自对他人外在特征的观察,包括其相貌、衣着、形体姿态、行为动作等(当然,有的第一印象是来自别人的介绍和评价、报纸等媒介的报道等)。

当我们通过直接观察来认知别人时,我们首先注意的外在特征一般是最显著的、最突出的特征。比如,在缓慢行走的人群中,我们首先会注意到其中一个奔跑的人;大街上的人流中,我们会首先注意一个衣着特别抢眼的人,或者一个大喊大叫的人。根据心理学的知觉规律,知觉对象的亮度、声音强度、运动或新异程