

小博士文库



公关交际

李淑梅 程树群 编

青海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

小博士文库/黄振波主编. —西宁:青海人民出版社, 2004. 6

ISBN 7 - 225 - 02291 - 1

I. 小… II. 黄… III. 科学知识—青少年读物 IV. Z228.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 005221 号

责任编辑:陈 浩

封面设计:姜 浩

小博士文库

黄振波 主编

出版:青海人民出版社(西宁市同仁路 10 号)

邮政编码 810001 电话 6143426(总编室)

发行部:(0971)6143516 6123221

印刷:北京密云胶印厂

经销:新华书店

开本:850mm × 1168mm 1/32

印张:180

字数:360 万字

版次:2004 年 6 月第 1 版

印次:2004 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—2000

书号:ISBN 7 - 225 - 02291 - 1/Z · 141

定价:398.00 元(共 24 册)

版权所有 翻印必究

(书中如有缺页、错页及倒装请与工厂联系)

出版说明

一个学生知识的积累,人生视野的拓展,思想的成长,都离不开阅读。只有阅读荟萃了人类智慧的各种读物,才能汲取生命成长所需要的营养。就像人的身体发育需要吸收多方面的物质营养一样,滋养心灵的精神营养同样要丰富而全面。

作为家长和教师,应该努力培养学生广泛的阅读兴趣,应当努力扩大学生的阅读面,要提倡吃五谷杂粮式的“杂读”,因为“杂读”吸取的营养全面。例如,读文学作品,能丰富学生的情感,丰富学生的想象;读科技类作品,可以使学生的思维严谨,可以激发学生探索发现的热情;读历史读物,可以使学生掌握历史发展的规律,以古鉴今……正如鲁迅先生所说:“必须如蜜蜂一样,采过许多花,这才能酿出蜜来。倘若叮在一处,所得就非常有限,枯燥了。”

新课标明确指出:“培养学生广泛的阅读兴趣,扩大阅读面,增加阅读量,提倡少做题,多读书,好读书,读好书。鼓励学生自主选择阅读材料。”

为了给广大中小學生提供一套知识容量大、知识点多,又能激发阅读兴趣的“阅读超市”。我们组织各专业的专家学者数十位,精心编撰了这套《小博士文库》丛

书,包括自然之谜、万象溯源、学习窍门、百事指迷等 24 个方面,各部分都照顾到知识的系统性。本丛书依据新课标精神和原则编写,通俗易懂,难易度适当,生动性、故事性、趣味性兼顾,是给广大中小学生“量身订做”的权威性的课外读物。如本丛书果能得到广大师生及家长的厚爱,则是对我们辛勤劳动的最好回报。

编 者

目 录

现代性格的开放性	(1)
人际交往心理种种	(3)
排行与性格	(6)
从饮食仪态观察性格	(7)
从用钱看个性	(8)
从握手方式看性格	(9)
折信与个性	(10)
打电话中窥性格	(11)
赞美声中显性格	(12)
口味与性格	(14)
双腿姿态显示性格	(15)
胡涂乱写与性格	(16)
进食方式与性格	(17)
说话与性格	(18)
举止和性格	(19)
步姿与个性	(20)
从笔迹看人的能力和性格	(21)
从笑声看性格	(22)
嗜好显示个人性格	(22)
性格与精神健康	(23)
青年人的良好性格特征	(24)
什么是性格	(25)
性格的结构	(26)
性格结构的动力特征	(27)

人的性格分类及特征	(28)
血型与性格	(29)
血型与同事关系	(30)
血型与夫妻关系	(31)
血型与教子方法	(32)
血型与民族特性	(33)
如何保持愉快的情绪	(36)
现代人与系统思维方式	(36)
不成熟个性的心理特征	(38)
何为成熟的个性	(38)
怎样培养成熟的个性	(40)
人际距离与人际关系	(41)
奖励心理效应浅见	(42)
克服青年心理的十个弱点	(43)
情绪成熟的四条标准	(45)
为什么女子的性格一般比男子温柔	(46)
青春期交友八益	(46)
谁容易搭上车	(47)
四种气质	(48)
思考形式种种	(49)
征服危难的良方	(50)
为什么人的感情大多能从眼睛中反映出来	(51)
风度种种	(51)
人际吸引律	(52)
什么人最爱说话	(52)
“之交”种种	(53)
心理距离及其作用	(54)

哪些人爱生嫉妒心	(55)
晕轮效应	(56)
恋爱中的逆反心理	(57)
中国传统人格的主要特点	(57)
人有无第六感官	(58)
孤独的魅力	(60)
人生也需独处	(61)
学会忘记	(62)
不妨把自己看得笨拙些	(63)
做人不必太精明	(64)
羞怯心理的产生及克服的方法	(65)
害羞与遗传有关	(67)
害羞为何给人好感	(68)
聪明的五种告辞方式	(69)
日常客套话二十六例	(69)
破坏友谊的十个隐患	(70)
开玩笑九忌	(70)
人类语言种种	(71)
语言与动作	(73)
微笑的警告语言	(75)
劝你学点“颜色语言”	(76)
邮政编码纵横谈	(77)
我国邮政编码为何要六位数	(78)
台湾的邮政编码	(79)
挂发国际电话电报应注意对方与我国的时差	(79)
寄往港澳台信件请写繁体字	(80)
书信名称特别多	(80)

信件的代称与轶闻	(81)
信封上“缄”字是怎么来的	(82)
怎样写信	(83)
形形色色的信	(84)
邮政趣史	(84)
点头与摇头的礼俗	(86)
奇特礼俗	(87)
有教养的人有哪些特征	(88)
朋友类型及应取的态度	(88)
自信的美德	(90)
怎样树立威信	(91)
“讨厌”的问题	(92)
怎样避免发生冲突	(93)
更重要的欣赏	(94)
闭一只眼看朋友	(95)
邻里交往的艺术	(96)
家庭的合格成员的标准	(98)
怎样调适家庭人际关系	(100)
亲属称呼的演变	(101)
男女主人,谁发邀请	(102)
怎样选购礼品	(102)
如何招待客人	(103)
举办家庭舞会的方法	(105)
理想的交往结构	(106)
大学生人际关系的主要表现	(109)
增进人际关系的技巧	(110)
意大利请客——目的在于交朋友	(112)

澳大利亚请客——常以烤肉款待	(113)
泰国人请客——在烛光下设康笃宴	(114)
朝鲜人请客——少不了冷面条	(115)
你对目前工作满意吗	(116)
A 血型所适合的职业	(122)
B 血型所适合职业	(122)
O 血型所适合的职业	(122)
AB 血型所适合的职业	(123)
把握机会写好应聘信	(123)
认真填好你的求职履历表	(124)
写求职信及履历表应注意的事项	(125)
如何应付面试	(126)
选择适合自己的公司	(127)
初次见面的礼仪	(127)
你会自我介绍吗	(129)
办公事时要将手提包拿在手上	(130)
公司文件放在公文箱携带较为雅观	(131)
在皮包未脏之前就要善加保养	(131)
职业女性的形象设计	(132)
生意与人情共存——购销人员交际术	(133)
搞好社交应具备哪些条件	(134)
聚餐的多种形式	(135)
参加宴会应注意什么	(138)
女性喝酒技巧宜	(139)
敬酒的艺术	(140)
餐桌上的礼仪	(142)
涉外人际关系	(143)

国际交际礼仪	(144)
交谊舞会上的礼仪	(147)
交谊舞——世界社交语言	(149)
表现自我的“卡拉 OK”	(150)
礼节的由来	(151)
中外不同的风俗习惯	(152)
法国式礼貌	(154)
欧美传统礼貌点滴	(155)
送礼规则各国不同	(156)
西方尊重妇女礼仪点滴	(157)
名片趣闻	(159)
最古老的名片	(160)
名片在日常生活中的使用	(160)
名片在日本	(161)
名片趣话	(162)
名片种种	(164)
因人而异	(167)
孟子休妻	(168)
孙元觉智救祖父	(169)
折箭教子	(170)
“贪财”的王翦	(171)
自我保护的妙方	(173)
知几是神人	(175)
巧劝梁上君子	(176)
要想人不知,除非己莫为	(177)
曹睿又喻鹿感化父亲	(178)
敞开门扉的用意	(179)

陶渊明的劝学诗	(180)
郭进的肚量	(181)
说实话是最大的智慧	(182)
刘伯温巧断黄豆案	(183)
勤劳就是黄金	(185)
小钱没一个	(187)
独特的推荐法	(187)
谁是大真正的大科学家	(189)
掀起呼啦圈热的厂家	(190)
给孩子以掌声	(191)
“王麻子”借诗验身	(191)
巧借“危机”打开市场	(192)
借尼克松访华扬名	(192)
靠体育明星作广告	(193)
免费饮用打开市场	(194)
让群众“抢”面包	(195)
艾科卡的贷款战术	(196)
苏珊小姐的语言艺术	(198)
“雀巢”摆脱窘况的招术	(198)
“西铁城”的推销秘诀	(199)
“SONY”——响亮的名字	(199)
熟记人名招喜爱	(200)
“白兰地”打入美国的秘诀	(200)
“杜康酒热”传日本	(201)
巧借里根的答谢宴会扬名	(202)
各种讨债人	(203)
鬼才公司的发明设计	(203)

向人们出租“天伦之乐”	(204)
古怪的职业介绍所	(205)
俄罗斯的私人保镖局	(206)
温馨的“爱情诊所”	(206)
明星旧衣店	(207)
催人起床的公司	(207)
代写情书致富的诗人	(208)
专门起名字的公司	(208)
“点子市场”巧策划	(209)
重庆的“上门读报小姐”	(210)
最大的“拆车专业乡”	(210)
“治疗工厂”专治残次品	(211)
“买不到”的美国商店	(211)
德国的“穷人商店”	(212)
改衣店“钱”景广阔	(212)
西德的“儿童服务台”	(213)
香港的“辉记玩具急诊所”	(214)
香港玩具租赁店	(215)
深圳的花卉出租公司	(215)
“出租名人”的商店	(216)
世界第一家水酒吧	(217)
巴西有家“笑话台”	(217)
“幻想”生意兴隆的公司	(218)
欧美的“减压公司”	(218)
奇特的命名公司	(219)
日本礼品的处理方法	(220)
温馨的“离婚餐厅”	(220)

英国的女人酒店	(221)
日本的禁止吸烟餐馆	(221)
飞机上的咖啡馆	(222)
日本的“出气商店”	(222)
“经销意见”公司	(223)
美国的“电话道歉公司”	(223)
代客排队公司	(224)
“仿膳饭店”吸引顾客	(225)
“猎头公司”主动出击	(225)
代客吃饭公司	(226)

现代性格的开放性

在信息交流、人际互动日益加强的现代社会,一个人要得心应手地生活,没有开放的性格是很困难的。

开放的性格同外向的性格不是一回事。性格的外向、内向,主要是就人的神经系统活动类型而言的,它们各有长处和短处。性格的开放与封闭,主要是就人的行为倾向的社会性而言的。性格的是否开放,不取决于生理类型,而取决于主观的塑造。

衡量、检验一个人的性格是否开放,主要依据三个参数:内部世界的开放度,外部世界的悦纳度,内部世界与外部世界交流中的开朗度。

1. 内部世界的开放度。开放内部世界具有两方面的要求:一是不要把自身封闭在狭小的圈子里,二是在与外界的联系与交流中尽可能开放自己。

从第一个要求来说,现代人应该是一个乐于与他人、与环境、与社会发生联系的人。人是在社会中生活的,与社会不发生任何联系的人是没有的,只是这种联系又有自然的与自觉的、被动的与主动的、感应的与适应的之分。性格不开放的人,往往习惯于或者满足于自然的、被动的、感应的联系,在与他人的交往中,圈子很小,朋友更少,而且往往是感应于别人采取的主动。

开放内部世界,不仅需要扩大自己与社会的交往与联系,而且在这种交往与联系中,绝不封闭自己的心灵;而这两者又是互相联系的。一个人与他人的联系虽然多,但“为人只说三分话,不可全抛一片心”,缺乏真诚的态度,那么这种联系既难以持久,也无法取得沟通的效果。心理学家指出,沟通的第一要素是信

任,而信任的建立离不开双方内心的开放。没有这种开放,相互间无法建立了解,交往永远处于缺乏安全感的状态之中,良好的沟通只能成为纸上谈兵。当然,现代人乐于开放自己的内部世界,不等于没有自己的隐私,也不等于不分时间、场合、对象,都把自己的内心一览无遗地大曝光。开放,主要是指态度的真诚,而不是具体形式。

2. 外部世界的悦纳度。对外部世界的悦纳部,也就是对环境与他人的乐于接纳程度,它主要表现在两个方面:悦纳的对象与悦纳的程度。

人对环境的选择与悦纳,是同对该环境中成员的选择与悦纳相联系的。如果一个人觉得周围的同事、成员好相处,他对这个环境一般也会感到满意,乐于接纳。反之,他就会认为这个环境同他格格不入。性格开放度低的人,对环境尤其是交往对象的选择与悦纳大多比较苛刻,缺乏适应性与宽容性。理智性,是现代开放性格对外部世界悦纳的重要特征。一般来说,一个人同地位、才干、机遇比自己差的人交往,常有开朗、宽容态度。但是,在同地位、才干、机遇比自己好的人交往时,尤其是这些人如果原先是同自己“平起平坐”甚至还不如自己的话,往往表现出强烈的嫉妒情绪,就因为性格比较狭隘,悦纳度低。开放性格的一个重要表现,就是自觉地通过竞争,通过主观努力来改变自己与他人、与环境的关系,获得自己希望获得的利益。一个人如要适应现代社会的发展,就很需要在这方面锻炼自己的开放性格。

3. 内部世界、外部世界交流中的开朗度。开放内部世界、对外部世界开放,本身都不是目的,目的是为了促进自身与他人、与社会的联系与交流,而这种联系与交流正是自身全面发展及其社会实现(表现为成功、成就)的必要条件。

性格的开朗有两层含义:一是豁达,二是乐观。通情达理、

豁达大度,才能促进个人与他人、与社会的联系与交流。乐观更是现代人的重要品质。

人际交往心理种种

人际交往是人与人之间的一种心理交往,这就需要每一个人,尤其是青年同志能够掌握一定的交往心理知识。

1. 交往中的“首因效应”。所谓“首因效应”,是一个心理学术语,简单地通俗解释,就是人与人交往中的“第一印象”。首因效应对人际交往是十分重要的,不少青年人虽说都很重视这第一面的初步印象,却并不懂得如何正确利用和充分发挥它。为了给别人留下良好的“第一印象”,常会弄巧成拙,造成别人的错觉和误解。注意首因效应的人一般是最善于发现自身独具的气质和风度的,他们扬长避短,发挥优势,在一颦一笑,一喜一嗔,一言一行中展现出自己的风韵和魅力。这种人在各种交往环境中都如鱼得水,与环境相谐调,给几乎每个人都能留下美好的“第一印象”。这就在于他懂得“首因效应”在交际中的意义,也在于他平时比较注重礼仪、谈吐和举止的修养。

“首因效应”有你给人的,也有人给你的。在不同的时地,不同的环境都要观察他人的言行,留心他人给你的印象,在学习他人长处的同时,也会决定有无必要继续与他(她)交往。首因效应不是终生效应,但它能在一定程度上给人以一定的影响。效应心理是一种特殊心理,因此,我们一定得注意首因效应在交往心理中的作用。

2. 交往中的隐私心理。人的各种社会属性中存在着各种隐秘,因此,人都有心理上的隐秘,也都享有隐私受保护的权利,