

1000



赵玉鹏

刘淑敏

华

程

远

风

1000 社交公关智慧丛书

实用社交技巧

河北教育出版社

1000社交公关智慧丛书

1000 实用社交技巧

赵玉鹏 刘淑敏 华程远 风

河北教育出版社

(冀)新登字006号

1000社交公关智慧丛书

1000实用社交技巧

赵玉鹏 刘淑敏 华程远 风

河北教育出版社出版(石家庄市城乡街44号)

河北新华印刷三厂印刷 河北省新华书店发行

787×1092毫米 1/32 12.5印张 270,000字 1993年12月第1版
1993年12月第1次印刷 印数: 1—5,000 定价: 6.55元

ISBN 7-5434-1426-0/G·1181

(如发现印装质量问题,请寄回我厂调换)

前 言

社会开放了，人际交流日趋频繁，心灵间更需沟通。交际修养、社交技法、公关知识，一下子备受青睐。人际关系的艺术固然不是万应灵药，但是一个言语低俗、行为粗野、仪表丑陋的人，一开始便注定失败了八九成。正像美国钢铁大王、人际关系理论大师戴尔·卡耐基所云：成功是二十分的才干和八十分的人际艺术造就的。

社会傲告人们，一招鲜，未必仍能吃遍天，独领风骚的专业特长，加之深厚的社交素养，才可能使人在社会活动中应付自如。所以，每一个锐意进取的现代人，都早已有意识地加强各方面的社交修养，学习交际方法，掌握公关工具，以适应自己的社会角色。

上乘的社交、公关才能，需要长期自觉地学习、磨炼才能臻于完善，但速成最基本、最常用的东西完全是可以的。系统地编写一套包

括多侧面交际、公关理论、知识的丛书，自然可供时需，以应众求。出于这种目的，本套丛书广泛解答人际交往的各个方面的问题，荟萃各种成功的社交范例，每则书共1000则左右，从实用的角度，分门别类，便于系统学习和应时使用。

我们祈望，此套丛书可以在许多场合助读者一臂之力，为成功拓宽路径。

本套丛书第一辑：

《1000最新赠言妙语》

《1000最新赠诗精品》

《1000社交文书范例》

《1000书信套语精粹》

《1000实用交际要诀》

第二辑：

《1000贤哲社交忠告》

《1000精彩书信实例》

《1000实用社交技巧》

《1000成功交谈妙例》

《1000为人应变佳话》

本书为丛书中的一册，愿它使您人缘广结，左右逢源，事事如意。

目 录

每人都应掌握的基本技巧

- 艺术交际的要点····· (2)
- 表现出真诚与谦逊····· (12)
- 克服不良情绪····· (15)
- 结好人缘····· (20)
- 初次见面····· (31)
- 记住姓名····· (46)
- 防止尴尬局面····· (52)
- 拒绝别人····· (62)
- 折服对方····· (76)

与不同类型的人交往技巧

- 与各种行为方式的人交往····· (80)
- 与各种品行的人交往····· (87)
- 与各种性情的人交往····· (91)
- 与各种身份的人交往····· (103)
- 与敌对者交往····· (106)

与上下级、同事的相处技巧

- 领导下级····· (116)

对待上级·····	(139)
与合作者相处·····	(164)
由表入里的观察技巧	
由说话特征观察·····	(174)
由姿态上观察·····	(182)
由表情上观察·····	(192)
由人际交往上观察·····	(202)
由禀性爱好上观察·····	(210)
由色泽、爱好、衣着、美容上观察·····	(215)
公关技巧	
公关交涉的总则·····	(230)
公关工作中的具体技巧·····	(240)
自我推销·····	(254)
求职·····	(257)
形形色色的谈话技巧	
诱人谈话·····	(274)
幽默·····	(288)
劝说对方·····	(296)
批评、报怨·····	(300)
应付羞辱、批评·····	(308)
找借口·····	(320)
探察对方·····	(323)
辩解、辩驳·····	(326)
多种情况下得体的谈话·····	(343)
交谈忌讳·····	(368)
改变窘境·····	(381)
语言之外的魅力·····	(385)

每个人都应掌握的
基本技巧



艺术交际的要点



时刻重视你的三个“社交圈”

一般说来，每个人都有三个社交圈。家庭是第一社交圈；同窗同事、亲朋好友是第二社交圈；知其名不知其人者，比如影视演员的观众、新闻记者的读者这类通过大众传播媒介而发生联系的受体，乃是第三社交圈。

第二、第三社交圈狭小的人，对第一社交圈特别重视。过去有“满足于老婆孩子热炕头”的说法，反映的就是这类人。第一社交圈不理想的人，常常会把精力集中、升华到第二、第三社交圈中去。不同的人在三个社交圈中自有不同的处境，唯有在三个社交圈中都能获得良好关系的人，才称得上是真正幸福的人。

影响人际关系的主要原因

①不尊重别人的人格，随便伤害别人的自尊心，对他人缺乏同情心，不关心他人的悲欢情绪。

②自我中心，只关心自己的利益和兴趣，忽视他人的处境和利益，甚至把别人作为自己的工具。

③圆滑、伪善，待人不真诚，与人交往的目的就是利用他人，没有利用价值就丢开。

④过分服从并取悦别人，过分惧怕权威而又欺凌弱小，过分依赖他人，丧失自尊心。

⑤心胸狭窄、小气、刻薄、尖酸、嫉妒心强。

⑥情绪偏激、蛮横粗鲁、刚愎自用、喜怒无常，不接受他人规劝，过分使用防御机能，对他人戒备心、猜疑心、报复心强。

⑦过分自卑，缺乏自信心，孤僻、冷漠、不合群。或者相反，过分清高孤傲，目中无人。

⑧势利眼，喜欢巴结上司，溜须拍马；趣味低级庸俗；喜欢打听、传播小道消息，热衷于谎言、流言。

⑨苛求他人，对他人批评过分，喜欢背后议论人、整人。

明确各种人际关系是待人处世的基础

在现实社会中，必然要与各种不同类型的人打交道。哪些人是可以接近的，哪些人是应敬而远之的，哪些人是可相信的，哪些人是要极为小心留意的都要有个明确的交往方式。

因此，应细心观察你周围那些人的气质，认清究竟是哪一类型的人，去采取不同对策。

社交成功的公式

如在一个较大的工厂或机关，你经常在门口、路上、走廊里碰到同单位的同志，彼此心里都明白是一个单位的，但从不打招呼，你若是先和他招呼，保证你的收获是意想不到的，——他以后总是和你先打招呼。

——社交的成功=主动+诚恳+有术

——应酬的三大原则是：先了解对方的立场；请别人了解自己的立场；请别人帮助达到自己的目的。

需要补偿的交往要点

只有补偿能够满足双方的需要时，才会导致喜欢倾向的产生和友谊的萌发；补偿的范围也是有选择的，换句话说，它同思想、人格、价值定向等方面的共鸣是相辅相成的。当两个人有相同的角色作用时，决定交往与友谊的重要因素基本上是相似性；当两个人有不同的角色作用时，互补性则起着重要的作用。

感情上的互酬

感情上的“酬”，是同情他人的人；关心他人的人，能够倾听别人诉说的人；善于疏导、安慰别人的人，常常朋友多，

这是因为这些人能给别人以感情上的满足与补偿。

兴趣上的互酬

兴趣上的“酬”，兴趣、爱好的相似，能成为交往的内趋力。然而，人们的兴趣程度和兴趣水平，又是各不相同的，而且这两者之间也不存在正比关系。对跳舞有瘾的人，不一定舞姿优美；喜欢下棋的人，未必是棋坛高手。兴趣程度越大，水平相对低的人，对于兴趣相同而水平较高的人，越是有交往的愿望。于是，后者在对前者提供帮助的过程中，也可能成为受前者欢迎、感谢的人。

性格上的互酬

性格上的“酬”，如有的人乐观、幽默，语言诙谐，人们同他在一起，能笑口常开，感到愉快；有的人豁达大度，能宽容人，别人同他相处，无所顾忌，颇少烦恼；有的人为人热情，乐于助人，别人有难，常得益于他的帮助；这些人的性格行为都能为别人提供帮助，因而受人欢迎是自然的。

能力上的互酬

能力上的“酬”，它包括知识、才干、技能等方面的帮助和补偿。如成绩好的同学为成绩差的同学解惑排难，这就属于知识上的“酬”。有的人会做木工，利用工余为同事打个小木柜什么的，就属于技能上的“酬”。人与人交往中，能力比

较强的人，只要他不自恃能干，不轻视别人，一般说来，总是比较容易成为人们的交往对象。

物质上的互酬

物质上的“酬”，既可采用一般等价物的货币形式，也可以实物形式出现。如同事、朋友结婚或遇有经济上的困难，人们往往会提供物质上的帮助。

信息上互酬

信息上的“酬”，消息灵通人士周围，常会聚集一些消息相对不灵通的人。在同经营活动性有关的人群中，谁能及时，准确地提供信息，谁就能获得朋友好感。

人际吸引的相邻性

俗话说，远亲不如近邻。相近的同事、邻居，总是比较容易相互帮助。正是这种从自己所处群体尤其是接触较多的人那里获得帮助的心理愿望，造成了相邻交往的吸引力。一个人总希望生活在愉快的环境里，这样，他就很自然地产生同周围人搞好关系的愿望。当他预计在自己工作或居住的环境里，某些人今后同他接触机会较多时，他就会带着一种友善的美好愿望去同对方交往，希望这种愿望得到对方的响应，从而在交往中产生并发展友情。这种由相互作用的期望心理所激发的交往吸引力，是人际交往的重要动力。

人际吸引的相悦性

这里的相悦，首先是指外在的吸引。谁都可以发现，长得漂亮、风度翩翩的人总是比较容易引起别人的注意，尤其是在素昧平生的情况下。

在人们的相互交往尤其是青年男女之间的交往中，当着彼此还不相识的时候，“相悦性”有时能表现出不小的魅力。外形美对人（尤其是异性）无疑会有一种天然的吸引力，但交往过程中吸引力的维持与加强，则取决于交往双方的内在气质、人品和能力，这也正是“相悦性”的更重要的内涵。

人际吸引的相似性

同相邻性、相悦性比较，相似性对人际吸引的影响更大一些。

一是兴趣、爱好相似，铺垫了交往的通衢。生活中这样的镜头很多：烟客相逢，一支烟来去，话闸已开；球迷邂逅，一场球品评，即成好友。

二是地位、经历的相似，心理上也比较接近，共同语言相对较多，由此产生的亲近感，同样会激发互相交往的吸引力。

三是态度、观点的相似，是重要的媒介。现实生活中，一个班组、一个车间乃至一个工厂，如果正副职之间闹不团结并为职工知晓，那么，在职工中无疑会出现不同的倾向性；有的倾向于正职，有的为副职助力。这些不同的倾向，实际上

就是不同态度、观点的相似，是人际交往定向的主要坐标，也是产生人际交往吸引的持久因素。

人际交往的有效性

所谓有效交往，就是能使人产生快感的交往。感情的深浅增减，主要不取决于交往的次数，而取决于交往给双方带来什么。

同样的交往方式，在不同的条件下，也会产生不同的效果。用对待老朋友的“快言快语”去对待陌生人，就有可能引起误解。一个人身处逆境时，你伸出援助之手，甚或一句宽慰、鼓励的话，他可能记恩一辈子，引以为莫逆之交；但当一个人在顺风船上遨游人生时，你几十次向他表示友谊，他未必引你为知己。

交往品质影响交际心距的远近

每个人生活在社会中，有一种本能的安全要求。对友谊的寻求，还包含着感情的倾诉和心灵的共鸣的需要，他的满足在很大程度上也取决于友谊的真诚程度。加上人的自尊心在交往过程中也是显著的参与因素，而人的互相尊重又是以感情的真实所产生的信任为基础的。所有这些常人普遍具有的交往动机与心理，都使真诚的行为成为受人欢迎的交往品质，虚伪和做作则为人们所讨厌。除了真诚外，为人热情、友善、宽容，也是良好的交往品质。因为从他们身上，人们能获得愉快的交往感受，收获有益的友谊之果。

交往的需要度

交往的需要度不仅影响着人际交往的主动性，也影响着交往水平。交往的需要度越大，交往的有效度越高。锦上添花所以远不如雪中送炭使人铭感不已，顺境中的帮助所以远不如逆境中的支持为人终生难忘，就因为两者的需要度有悬殊的差别。善于交往的人，大都具有善于发现别人的需要并适时地加以满足的本事。人们需要帮助的时候你不帮助，人们不需要帮助的时候你却不断上门问候，这样的交往就是次数再多，热情再高，人际心距也是难以增值的。

尽快完成新环境中角色认同的注意要点

第一，真诚待人。在我们社会，绝大多数人都喜欢同诚实、正直的人相处。人们对任何一个新角色的了解，都有一个过程。第二，学会同人交谈。人的感情具有互导性，而在轻松愉快的环境里，感情互导的阻力比较小。有的人给人“一本正经”的感觉，别人同他的感情就难交流。随和总是容易获得朋友。人与人之间还要学会聊天。第三，懂点人情世故。懂得人际交往中的一些常情。第四，善于礼让。人的感情可以诱导，绝大多数人也是识好歹的。别人对你的态度，在很大程度上取决于你对别人的态度。

角色互换的交际要素

角色弹性的含义，则是角色互换，古人说的“将心比心”，也就是这个意思。什么事情都站在别人的立场上设身处地想一想，许多隔阂就能消除，许多不快就能冰释，随之而来的将是人际间的理解、谅解与愉快。

自我评价的弹性要素

人对自己境况的评价，对情绪的快乐与否及其程度，很有影响。“随遇而安”者之所以能“安”（也可以理解为一种快乐），盖因其对所“遇”的评价很有弹性。“因遇不安”者之所以“不安”（也可以理解为一种不快），源出其对所“遇”固执己求，缺乏弹性。古来有知足常乐的说法，其实也是一种弹性评价导致的心绪满足。善于弹性地评价自己的境遇，即使身处逆境，也会寻觅到难得的快乐。

生活快乐的弹性目标

每个人的生活都有自己的目标。目标的确定，大致取决于主观的需要和客观的许可。自己需要的未必就是环境许可的，环境许可的未必就是自己需要的。于是，在主观与客观之间就会有矛盾。解决这个矛盾无非是两种办法：一是通过主观努力改变客观环境，使不许可成为许可；二是经过主观努力仍然无法改变或者无法根本改变客观环境，那就明智地