



21 世纪高职高专规划教材

公共基础系列

人际交流艺术

张喜春 刘康声 盛暑寒 编著



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·公共基础系列

人际交流艺术

张喜春 刘康声 盛暑寒 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

人际交往在人际交往中具有重要作用。交流能力是一个人生存与发展的必备能力,也是决定一个人成功的必要条件。我们有选择性、有针对性地吸收了国内外人际交往最新研究成果和实务经验,针对高职院校学生的特点,针对国家劳动和社会保障部提倡的培养职业核心能力的需要,编写了这本适合职业院校学生学习需要的教材。主要内容包括:口头交流、书面交流、网络交流、职场交流、日常生活交流等。本教材的突出特点是:可操作性强,突出职业特色,让学生听了就能懂,看了就能会,学了就能用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

人际交往艺术 / 张喜春, 刘康声, 盛暑寒编著. — 北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2009. 4

(21 世纪高职高专规划教材·公共基础系列)

ISBN 978-7-81123-576-0

I. 人… II. ①张… ②刘… ③盛… III. 人际关系学-高等学校: 技术学校-教材 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 052425 号

责任编辑: 解 坤

出版发行: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686414

印刷者: 北京瑞达方舟印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印张: 12.5 字数: 245 千字

版 次: 2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-81123-576-0/C·60

印 数: 1~4 000 册 定价: 23.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全国范围内组织并成立了“21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21 世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所选教材进行审定。

目前，“教材研究与编审委员会”计划用 2~3 年的时间出版各类高职高专教材 200 种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2009 年 4 月

Preface

前 言

为了适应我国社会经济发展对高素质、高技能劳动者的需求，劳动和社会保障部职业技能鉴定中心开发了一个为就业服务的职业核心能力体系，包括与人交流能力、数字应用能力、信息处理能力、与人合作能力、解决问题能力、自我学习能力、外语应用能力和创新能力等8个职业核心能力。这表明目前对高职学生开展人际交往能力培养是十分必要和迫切的任务。为此我们编写了此教材。

为了更好地满足高职高专教学的需要，以及职业院校学生走上一线工作岗位后的实际需求，本教材着重突出了两个特点。一是特别突出可操作性。不在理论上纠缠，不在概念上下力气，单刀直入地介绍相关知识、技巧和方法，基本可以满足学生“听了就能懂，看了就能会，学了就能用”的要求。二是特别突出职业特色。作为供职业院校使用的教材，本教材在内容选择上既兼顾人际交往的共性内容，又突出职场人际交往的个性特点，有意识地编写了“与上司交流的艺术”“与下属交流的艺术”“与同事交流的艺术”“与客户交流的艺术”“面试交流艺术”“电话交流艺术”等内容。

本教材分为3篇，共8章。第1篇介绍进行有效交流的关键问题，内容包括倾听、身体语言和人际交往的障碍与冲突；第2篇介绍不同方式的交流，内容包括口头交流、书面交流和网络交流；第3篇介绍不同对象的交流，内容包括职场交流和日常生活交流。为了便于读者很好地理解和接受相关知识及技巧，本教材每个章节都安排了适量的案例故事，从正（“交流之得”）反（“交流之失”）两个方面讲述交流的经验教训。为了便于学生巩固所学知识和技能，本教材在各章节的后面还安排了“交流自测”、“交流自训”及“交流之窗”：用生动灵活的测试题提高学习兴趣，检验所学知识和技能；用具有情境感的训练方式提高技能，更加深入地掌握交流艺术；用独立短小的文章补充交流知识，开阔视野。

在编撰本教材时，我们一方面根据高职院校教学实际需要撰写了部分内容，一方面

广泛参考、吸收了国内外专家、学者的论著和教材的研究成果，在此，向他们表示深深的谢忱！另外，还要特别感谢北京交通大学出版社的解坤编辑，在她的帮助下使这部教材得以顺利出版。

作 者

2009 年 4 月

Contents

目 录

第 1 篇 有效交流的关键

第 1 章 倾听	(3)
1.1 倾听在交流中的重要作用	(4)
1.1.1 更加准确、全面地了解对方	(5)
1.1.2 给人留下良好印象,改善双方关系	(6)
1.1.3 获得相关信息,取得意外收效	(7)
1.2 倾听过程中的回应艺术	(11)
1.2.1 通过提问回应的艺术	(11)
1.2.2 通过沉默回应的艺术	(14)
1.3 倾听中获取信息的艺术	(18)
1.3.1 充分获取信息的技巧	(19)
1.3.2 倾听中获取言外之意的办法	(21)
第 2 章 身体语言交流	(25)
2.1 表情语言交流	(26)
2.1.1 眼神	(27)
2.1.2 微笑	(29)
2.2 肢体语言交流	(32)
2.2.1 手部的动作语言	(33)
2.2.2 头部的动作语言	(36)
2.2.3 腿脚部的动作语言	(36)
2.2.4 姿态语言	(37)
2.3 身体语言的禁忌	(39)

2.3.1	表情语言的禁忌	(39)
2.3.2	握手的禁忌	(41)
2.3.3	跨文化交流中握手的禁忌	(42)
2.3.4	交流中肢体语言的禁忌	(43)
第3章	障碍与冲突	(49)
3.1	人际交流障碍	(49)
3.1.1	心理障碍	(50)
3.1.2	语言障碍	(55)
3.1.3	文化障碍	(57)
3.1.4	角色障碍	(60)
3.1.5	环境障碍	(62)
3.2	人际冲突	(66)
3.2.1	冲突的原因和激化	(67)
3.2.2	化解冲突的技巧	(68)
3.2.3	对待对立观点的方法	(69)
3.2.4	人际冲突的处理策略	(70)

第2篇 不同方式的交流

第4章	口头交流	(79)
4.1	面谈交流	(80)
4.1.1	做好面谈前的准备	(80)
4.1.2	实现面谈最佳效果的原则	(81)
4.1.3	面谈的艺术	(82)
4.1.4	面谈中的错误做法	(84)
4.2	面试交流	(87)
4.2.1	面试的基本原则	(88)
4.2.2	回答问题的技巧	(89)
4.2.3	提出问题的技巧	(91)
4.2.4	面试中的忌语	(92)
4.3	演讲交流	(95)
4.3.1	演讲的准备	(95)

4.3.2	演讲的开篇技巧	(96)
4.3.3	演讲的语言技巧	(99)
4.3.4	演讲的结尾技巧	(101)
4.4	电话交流	(105)
4.4.1	电话交流的常规艺术	(106)
4.4.2	接听电话的艺术	(107)
4.4.3	拨打电话的艺术	(108)
第5章	书面交流	(111)
5.1	书面交流的原则	(112)
5.2	书面写作	(114)
5.2.1	书面写作的策略	(114)
5.2.2	提高写作效率	(116)
5.3	消极信息书面交流	(119)
5.3.1	委婉开头	(120)
5.3.2	说明原因	(120)
5.3.3	进入传递过程	(120)
5.3.4	积极结尾	(121)
第6章	网络交流	(124)
6.1	电子邮件交流	(125)
6.1.1	电子邮件宜“三短”	(125)
6.1.2	电子邮件宜“两长”	(127)
6.2	网络聊天交流	(129)
6.2.1	网络聊天的原则	(130)
6.2.2	要学会尊重他人	(130)
6.2.3	要学会交流艺术	(131)
6.2.4	要遵守公司规定	(132)

第3篇 不同对象的交流

第7章	职场交流	(139)
7.1	与上司交流	(139)
7.1.1	工作中的交流环节	(140)

7.1.2	请示汇报的基本态度	(141)
7.1.3	与副职上司交流的艺术	(141)
7.1.4	与各种类型的上司交流的艺术	(142)
7.1.5	避免与上司的矛盾冲突	(143)
7.2	与下属交流	(146)
7.2.1	正确下达命令	(147)
7.2.2	确保下属接受命令	(148)
7.2.3	赞扬下属的艺术	(149)
7.2.4	批评下属的艺术	(150)
7.3	与同事交流	(153)
7.3.1	把同事当成朋友	(154)
7.3.2	注意语言表达	(155)
7.3.3	善待分歧和矛盾	(155)
7.3.4	与同事交流的忌讳	(156)
7.3.5	学会与各种类型的同事打交道	(157)
7.3.6	新员工与老同事的交流	(158)
7.4	与客户交流	(160)
7.4.1	接近客户的技巧	(161)
7.4.2	与初次见面的客户交流	(162)
第8章	日常生活交流	(167)
8.1	与长辈交流	(167)
8.1.1	与父母交流	(168)
8.1.2	与老年人交流	(170)
8.1.3	与老年人交流的忌讳	(172)
8.2	与同学交流	(173)
8.2.1	与同学交流的艺术	(174)
8.2.2	同学聚会的交流	(175)
8.3	与老师交流	(178)
8.3.1	与老师交流的原则	(180)
8.3.2	与老师交流的艺术	(180)
8.3.3	如何给老师提意见	(181)
8.3.4	与不同类型的老师交流	(182)
8.4	与陌生人交流	(184)
参考文献		(189)

第1篇

有效交流的关键

- 倾听在交流中的重要作用
- 倾听过程中的回应艺术
- 倾听中获取信息的艺术
- 表情语言交流
- 肢体语言交流
- 身体语言的禁忌
- 人际交流障碍
- 人际冲突

第1章 倾 听

在日常生活中，人们往往特别重视口才的培养，即锻炼说话的能力，可是却忽略了另一种重要技能的培养，即倾听。事实上，在每天的人际交流过程中，倾听占有十分重要的地位，人们花费在接受上的，尤其是倾听的时间，要超出其他交流方式许多。美国学者经过调查指出，在人们日常的语言交流活动中，听的时间约占40%，说话的时间约占35%，阅读的时间约占16%，书写的时间约占9%。可能正因为每天用于倾听的时间如此之长，以至于忽略了它的重要性，认为这不过是自然而然、不费吹灰之力的事，但事情并非如此简单。平心静气想一想，曾有多少次误解了别人的话？又有多少次没能听懂对方的意图？从别人的谈话中获得过多少有益的信息？结果会发现，我们并没有学会倾听，也没有利用好倾听，让倾听在交流中发挥有益的作用。



交流之得

乔·吉拉德被誉为当今世界最伟大的推销员，回忆往事时，他常提起以下一则令其终身难忘的故事。

在一次推销中，乔·吉拉德与客户洽谈顺利，就要签约成交时，对方却突然变了卦——快进笼子的鸟飞走了。

当天晚上，按照顾客留下的地址，乔·吉拉德找上门去求教。客户见他满脸真诚，就实话实说：“你的失败是由于你没有自始至终听我讲的话。就在我准备签约前，我提到我的独生子即将上大学，而且还提到他的运动成绩和他将来的抱负。我是以他为荣的，但是你当时却没有任何反应，而且还转过头去用手机和别人打电话，我一恼就改变主意了！”

这一番话深深触动了乔·吉拉德，使他领悟到“听”的重要性，让他认识到如果不能自始至终倾听对方讲话的内容，认同顾客的心理感受，难免会失去自己的顾客。



交流之失

有一个人在山间小路上开车，正当他悠然自得地欣赏路边美丽风景时，突然迎面开

来一辆大货车。货车司机摇下车窗，露着满嘴的黑牙，对他大喊了一声：“猪！”这个人听了很纳闷儿，也很生气，于是他也摇下车窗回头大骂道：“你才是猪！”刚刚骂完，他便迎头撞上一群过马路的猪。

点评：倾听是对他人的一种尊重，交流过程中，不仅要认真倾听，而且要善于倾听，只有这样，才能更好地理解对方所说的话的含义。相反，如果不善于倾听，有些时候，就会错误地理解别人的好意，使别人受辱，吃亏的最终还是自己。

1.1 倾听在交流中的重要作用

在人际交往中，善于倾听别人说话，及时地把握信息，理解他人，是人际交流的重要方式。

耐吉公司总裁鲍尔曼说过：“上帝给我们两只耳朵，却只给我们一张嘴巴，意思是要我们多听少说。”在人际交往中，那些游刃有余、如鱼得水的人不仅仅是因为他们伶牙俐齿、能说会道，更重要的是他们善于倾听别人说话。

倾听作为交流活动的一个重要组成部分，它和说话一样具有说服力、感染力。倾听是细细地听，而不是泛泛地听。倾听者会对对方的话语做出相应的反应，表示出理解或疑惑、支持或反对、愉快或难过等；既有对语言信息的反馈，也有对身体语言信息，即表情、姿势等的反馈。由于倾听者与说话者形成了相应形式的互动，便很好地促进了交流活动的顺利展开和完成。因此有很多人认为：倾听是尊重他人的笑脸，倾听是美好关系的赠礼，倾听是打开别人心扉的钥匙，倾听是缩短自己与他人之间距离的高速路，倾听是为自己赢得信任和尊重的邀请函。由此看来，一个善于交流的人不仅要会说，更要会听。



本田宗一郎被誉为20世纪最杰出的管理者之一，回忆往事时，他常讲述一个令其终身难忘的故事。

有一次，一个来自美国的技术骨干罗伯特来找本田，当时本田正在自己的办公室休息。罗伯特高兴地把花费了一年心血设计出来的新车型拿给本田看：“总经理，您看，这个车型太棒了，上市后绝对会受到消费者的青睐……”罗伯特看了看本田，话还没说完就收起了设计图纸。本田觉得不对劲，急忙叫了声“罗伯特”，可是罗伯特头也没回就走出了总经理办公室。

第二天，本田为了弄清昨天的事情，亲自约罗伯特喝茶。

罗伯特见到本田后，第一句话就是：“尊敬的总经理阁下，我已经买了返回美国的机票，感谢您这两年来对我的关照。”

“啊？这是为什么？”

罗伯特看着本田的满脸真诚，就实话实说：“我离开您的原因是由于你没有自始至终听我讲的话。就在我拿出我的设计前，我提到这个车型的设计很棒，而且还提到车型上市后的前景。我是以它为荣的，但是您当时却没有任何反应，而且还低着头闭着眼睛在休息，我一恼就改变主意了！”

后来，罗伯特拿着自己的设计图纸到了福特汽车公司，受到了那里高层领导的关注。新车上市给本田公司带来了不小的冲击。通过这件事本田宗一郎领悟到了“听”的重要性——如果不能自始至终倾听员工讲话的内容，不能认同员工的心理感受，难免会失去一位技术骨干，乃至一个企业。

1.1.1 更加准确、全面地了解对方

人与人之间进行交流活动，往往是为了了解对方，掌握更多信息。听一个人说话，不仅可以了解他说话的内容，还可以感觉到对方的气质特点、性格特征、文化品位等。比如，有的人在交流时喜欢问别人：“我说的话你听明白了吗？”“刚才这句话你懂不懂？”这表明说话者多半是一个好为人师、自以为是的人。又如，有的人喜欢这样说：“我这么说，你觉得有一定道理吗？”“这只是我个人的看法，也不知道是否正确。”这表明说话者多半是一个谦虚谨慎、平易近人的人。在描述相同事物时，不同的人也会说不同的话，比如，有人说：“这个员工思想僵化。”由此基本可以判断，说话者具有较高文化程度；而有人却会说：“这个打工的简直就是死脑瓜骨。”由此大致上可以判断，说话者文化素养较低。通过倾听，首先了解到了说话内容，通过说话内容、方式、语气，又了解到说话者的性格特点、文化修养等。可见，没有什么方式能比倾听更直接、更简便地了解对方的信息了。



交流之失

威尔德曾结识过一位餐厅老板，他待人和蔼可亲，彬彬有礼，可是在自己的员工面前，却是满脸严肃。在威尔德看来，他最大的缺点在于，不善于与员工进行有效的沟通。他总是试图通过一些干瘪问题来了解工作的进展，来了解员工的真实想法。例如，他动辄会说：“你怎么会这样做？赶快给客户送过去！”“怎么又是你？我不是告诉你不

要这样做吗？”“无论如何，你都是错的，我不想听你的辩解了。”

点评：如果这位老板可以冷静下来倾听一下员工的真实想法，了解一下事情的真相，就会改变对一些事情的看法，可惜他不善于这样做。这是很多人都容易犯的一个通病，他们总认为自己在各方面的能力都比员工强，员工只要按照自己的指示去办总没错，而当出了错之后，又会将问题推给员工，总之，“我是对的，你是错的。”但是他们都不愿意知道员工到底“错”在哪里，问题有没有改善的可能。

1.1.2 给人留下良好印象，改善双方关系

交流时，如果能够专心致志地听对方讲话，则表示倾听者对讲话者很尊重，并对他所表述的内容很重视，能使讲话者对倾听者产生信赖和好感，使讲话者形成愉快、宽容的心理。从精神需要的角度看，当今社会有许多人渴望获得精神上的满足，比如被理解、被肯定、被关注、被赏识。这种情况下，就需要进行面对面的交流，渴望能有亲朋好友听他们倾诉。如果听者认真对待，仔细聆听，会使讲话者心理上获得满足，于是，讲话者对倾听者在感情上就有了一个飞跃，认为倾听者能理解自己，并欣慰于自己终于找到了一个可以倾诉的对象。如此一来，彼此心灵间的交流就使得双方的感情距离缩短了。



交流之得

邱次雪，就是因为懂得听，10年卖出500辆奔驰车，是10年间蝉联台湾地区“奔驰”前三名的超级业务员。“每个顾客都像一本书，你要用心听才读得到。”她说。

但在此之前，她还是个蹩脚的业务员，客人一上门，三句话后她就不离“车”，业绩总挂零。直到有一次，一位顾客要她先闭嘴，对她可谓是当头棒喝。“后来，我就要求自己先不要说话，”她说，“让客人先说话，才听得到他的需求与考虑点，而不是径行推销。”

有一回，一位老板娘下巴抬得高高的，走进店里看车。同事亲切地上前问候：“您来看车吗？”老板娘不悦，没好气地反问：“来这不是看车，是要看什么？”这时，只见邱次雪静静地端上一杯水，不发一语。老板娘又开口了：“你们这里业务员服务态度很差，卖的车又贵。”邱次雪虚心请教：“那我们要如何改善呢？”随之，她挽着对方的手，来到贵宾室坐下，门一关，30分钟后，一份200万元的订单就到手了。

“在这个过程中，我都没说什么，只是听她抱怨20分钟。”原来，这位顾客早就看中了一款车型，但逛了几间车行都没碰到满意的业务员。邱次雪一边用心听她抱怨，一

边回应着她的话，同时也在整理自己的思绪。等客户气消后，她开始与对方聊起家庭生活的经验。就这样，不过30分钟，交易便完成了。

1.1.3 获得相关信息，取得意外收效

交谈中有很多有价值的信息，有时它们常常是说话人一时的灵感，自己并没意识到，但对听者来说却很有启发。实际上就某事的评论、玩笑、交换的意见、交流的信息、各地的需求，都是最快的信息，只要积极倾听，就可能抓住，而且由此取得意外的收效。

有人曾说，一个随时都在认真听他人讲话的人，在与别人的闲谈中就可能成为一个信息的富翁。这句话说得一点都不夸张。丽·凯·阿什创业之始公司只有9人，但她善于倾听各种意见，获取相关信息，很多产品都是由于销售部门听取了顾客的建议，按照顾客的需要制作的，所以无须大做广告，产品销路照样很好。



交流之得

有一家美国汽车公司，想要选用一种布料装饰汽车内部，有三家厂商提供样品，供汽车公司选用。公司董事会经过研究后，请他们每一家来公司做最后的说明，然后决定与谁签约。三家厂商中，有一家布料厂的业务代表患有严重的喉头炎，无法流利讲话，只能由汽车公司的董事长代为说明。董事长按公司的产品介绍产品的优点、特点，各单位有关人员纷纷提问题，董事长代为回答。而布料厂的业务代表则以微笑、点头或各种动作来表达谢意，结果，他博得了大家的好感。

会谈结束后，这位不能说话的业务代表却获得了50万码布的订单，总金额相当于160万美元，这是他有生以来获得的最大一笔成交额。事后，他总结说：如果他当时没有生病，嗓子还可以说话的话，他很可能得不到这笔大数目的订单。因为他过去都是按照自己的一套办法去做生意，并不觉得让对方表达意见比自己头头是道地说明更有效果。



交流之窗

学会有效地倾听

卡耐基

有效地倾听能增加信息交流双方的信任感，是克服交流障碍的重要条件。要提高倾