

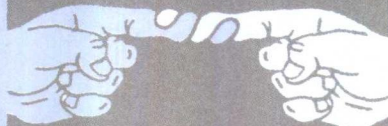
分享人际交流的顶尖智慧
造就人际交流赢家的必备指南

伍茂国 徐丽君◎编著
汗 牛◎策划

人际交流

**Interpersonal
Communication**

极具理论和实用价值的人际沟通策略/技巧



人际交流的本质,言语和非言语交流,自我表现,自我辩解,自我表露,人际关系的建立、保持、增进和疏远,人际遵从和冲突以及如何培养人际沟通能力,达到各种人际目的……

 中国纺织出版社

人际交流

汗 牛 策划

伍茂国 徐丽君 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

人际交往对每个人来说,都是相当重要的。不管在日常生
活中或工作生涯上,每个人每天都要面对形形色色的人,并要
和他们做某些沟通。本书在探讨人际交往的理论基础上介绍
极具实用价值的人际沟通策略和技巧。内容包括人际目的,人
际交流的本质,言语和非言语交流,自我表现,自我辩解,自我
表露,人际关系的建立、保持、增进和疏远,人际遵从和冲突以
及如何培养人际交流能力等。本书的目标有两个,一是使读者
了解基本的人际沟通原理和知识,运用良好的人际沟通技巧,
达到各种人际目的;二是希望能建立和谐的人际关系,以促进
整个社会的安定繁荣。本书既适合做各类大中专院校的教材,
也适合其他一切有志于提高人际沟通能力的读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

人际交往/伍茂国,徐丽君编著. —北京:中国纺织出版社,
2003.9

ISBN 7-5064-2627-7/C·0026

I. 人… II. ①伍… ②徐… III. 人际交往-通俗读物 IV.
C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第032214号

责任编辑:李秀英 郭慧娟 特约编辑:冯晓玲

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

电话:010-64160816 传真:010-64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2003年9月第一版第一次印刷

开本:880×1230 1/32 印张:11

字数:250千字 印数:1—5000 定价:22.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

自序

科学巨匠爱因斯坦曾无可奈何地感叹：“物理很简单，人际关系很复杂。”爱因斯坦也许是因为沉潜神秘浩淼的物理世界，不通“人情世故”才发出这番感叹（据说，爱因斯坦从不知道自己赚多少钱，所以当年普林斯顿大学跟他谈年薪时，他给出的数目竟然不及一个守门人的薪金要求）。但即使人情最为练达的人，对于这番心声，除了迷茫于神秘的物理世界而对大师心存微词外，不得不承认其中的常识性的“真理”。既然复杂，也就意味着处理人际关系的潜在困难和重要。所以美国前总统罗斯福说：“成功公式中，最重要的一项因素是与人相处。”而世界巨富洛克菲勒则声明：“我付高薪给处理人际关系的能力，远超日光之下任何其他能力。”人际关系的动态形式是人际沟通或者说人际交流，换句话说，人际关系的建立、保持和疏远的任务经由人际沟通或交流行为来完成。因此，说人际关系

重要，无非是说人际沟通重要。这一点是编著本书的基本前提，也可以说是“微言大义”中“大义”的一面。

那么“微言”又是什么呢？

打记事起，平生识字只能勉强阅读《三字经》、《百家姓》之类书籍的父亲便谆谆告诫我熟读《增广贤文》。这是一本流传在民间的、有关人际沟通的通俗读物，据说由明代一个叫增广的和尚编辑而成，故名。这本小册子在中国民间享有崇高的声望，这一点可以从一句尽人皆知的俗语看出，“学好《论语》治天下，熟读增广会说话”（增广即《增广贤文》）。老实说，这本书陪伴了我许多年。在这些年里，我所有的人际沟通知识和技巧都取自这个“锦囊”，而且屡试不爽。但所谓“这些年”，已是10多年前。之后再读，竟然漏洞百出。原因呢？仔细推敲，在于《增广贤文》只是经验总结。经验有效的前提条件是相同的交流环境，但随着中国国门日益打开，人们的生活态度、交流习惯、甚至人生观、价值观已经“与时俱进”，《增广贤文》许多条目适用的交流环境就像现今的自然生态一样，日益“面目全非”。所以，其效果的衰减自在情理之中。我曾经做过努力，也就是想在坊间再找一本当代的《增广贤文》，但失望的时候颇多。不

是没有人际交流的著作——这类书很多，多得似乎有点滥，但大都不过“新瓶装旧酒”，只得作罢。增广说过：求人不如求己。正是从那时起，我便留心起有关的人际交流与沟通资料，尤其是科学的人际交流与沟通资料，因为在求人际沟通“新路”的过程中，我渐渐感到真正的人际沟通著作，或者说能够真正与读者“沟通”的人际交流著作，应该是建基于文化学、人类学、心理学、社会学、语言学、传播学等各门学科之上的科学著作，而不像某些传统或时髦的人际关系或交流书籍那样，仅仅流于经验总结和道德劝戒。这样，写一本“新”的人际沟通著作的念头也随之油然而生。所以，尽管我无法承诺读者朋友将从这本书中收获多少东西，但有一点可以肯定：只要“开卷”，你将得到真正科学意义上的人际交流知识和技巧。

完成这样一本书，算是完成了一桩宿愿，为读者，也为我自己。

任茂园

于白云山下

目 录

第一章 人际交流概述 / 1

- 一、人际目的类型 / 5
- 二、人际目的特性 / 10
- 三、人际交流基本观点 / 14

第二章 人际交流本质 / 17

- 一、人际交流定义 / 19
- 二、人际交流功能 / 25

第三章 语言交流 / 31

- 一、语言和言语 / 32
- 二、语言交流的特点 / 34
- 三、语言信息分析 / 39

四、语言意义阐释 / 48

五、倾听 / 53

第四章 非言语交流 / 57

一、非言语交流手段 / 59

二、非言语交流的基本方式 / 77

三、洞察非言语行为奥秘 / 81

第五章 自我表现 / 91

一、什么是自我表现 / 92

二、自我表现控制 / 93

三、自我确认和自我表现 / 95

四、合法标志 / 99

五、自我表现的直接策略 / 102

六、自我表现的间接策略 / 118

七、自我表现的非言语交流策略 / 121

第六章 自我辩解 / 125

一、什么是自我辩解 / 127

二、自我辩解类型 / 127

三、自我辩解的功能 / 134

四、自我辩解与人际目的 / 135

五、归因理论和自我辩解 / 149

第七章 自我表露 / 159

一、自我表露类型 / 160

二、自我表露的几种理论 / 161

三、自我表露归因 / 165

四、调整隐私界限 / 169

五、影响自我表露行为差异的因素 / 170

六、影响自我表露认知的因素 / 174

第八章 增进关系 / 183

一、增进关系的内涵 / 184

二、增进关系的好处 / 185

三、增进关系的弊端 / 186

四、人际魅力：增进关系的催化剂 / 187

五、通过交流增进关系 / 192

六、增进关系过程 / 196

七、亲密关系：爱的类型 / 206

第九章 保持关系 / 209

一、关系保持和平等 / 210

二、保持关系策略 / 213

三、保持关系的模式 / 218

四、保持婚姻关系 / 225

第十章 疏远关系 / 229

一、为什么疏远关系 / 231

二、疏远关系的阶段划分 / 235

三、保持关系与人际平等 / 238

四、疏远关系的理由 / 240

五、分手的策略 / 244

六、关系破裂的后果 / 247

第十一章 人际遵从 / 253

一、什么是人际遵从 / 255

二、人际遵从的基本原理 / 258

第十二章 人际冲突 / 275

一、研究人际冲突的意义 / 277

二、人际冲突成因及定义 / 278

三、人际冲突类型 / 282

四、人际冲突中的选择 / 284

五、处理人际冲突 / 287

第十三章 培养人际交往能力 / 297

一、个性和人际交往的关系 / 298

二、人际交往能力 / 312

附录 人际交往的自我测试 / 319

一、人际交往能力测试 / 319

二、马基雅佛里主义倾向测试 / 321

三、性向测试 / 322

四、气质测试 / 328

五、自我辩解症测试 / 332

六、人际交往自控能力测试 / 334

参考文献 / 336

后记 / 339

第一章

人际交往概述

投我以木瓜，报之以琼琚。匪报也，永以为好也。

——《诗经·卫风》

礼尚往来。

——《礼记·曲礼》

苏辙（1039—1112），字子由，号颍滨遗老，眉州眉山（今属四川）。在文学史上，与父苏洵、兄苏轼并称“三苏”。公元1057年，年仅18岁的苏辙与哥哥苏轼同榜考中进士，为了能尽快进身，仕途通畅，他给当朝权臣太尉（太尉是官职名）韩琦写了一封求见信，这就是至今令人赞不绝口的《上枢密韩太尉书》。信中首先说明自己从小就喜欢写文章，由此引出养气与作文的关系。按照古人的看法，要养胸中之气，必须增广阅历，于是说明自己如何遍阅名山大川，广识京华闻人，由此自然而然推进到求见太尉韩琦的具体要求。

人们向来把这封求见信当作谈文论艺的名作来读，其实在我看来，它首先还是一篇成功的社交文书，一桩成功的人际交流事件。这种成功集中体现在有明确的交流目的。苏辙是新进之士，为人沉静简练，求见韩琦意在显山露水，以示才华。所以，信写得既沉稳纾徐，又波澜四起，非常得体。信表面看来大谈“作文”、“养气”之道，但其实，这样做的目的还是向韩琦毛遂自荐，因为苏辙毕竟是个文人，能于文章做法上独出机杼，自然让人觉得才华横溢。编辑《古文观止》的吴楚才深知这封求见信的玄机，他说“意只是欲求见太尉”，“却以得见欧阳公，引起求见太尉；以历见名山大川京华人物，引起得见欧阳公；以作文养气，引起历见名山大川京华人物。注意在此而立言在彼。绝妙奇文。”（清·吴楚才等《古文观止》卷十一）。这段文字的意思是，苏辙写信的目的是要求见太尉，却先说明自己见过了当时的文坛领袖也是政坛重要人物欧阳修，再提出求见韩琦；先说明游历名山大川，见识京华人物，引出与欧阳修的交情；由谈作文与养气，引出游历名山大川。也就是说，文章时时都注意表现自己良好的文学才能和深刻的文学见解，以及与其他重要人物的交往

等等，从而达到求见韩琦的目的。这就是运用人际交流（语言交流中的书面形式）达到人际目的，即与他人建立关系的目的。关系目的只是日常人际交流中所要达到的众多人际目的中的一种。我们不禁要问，在人际交流中还有哪些目的呢？或者说通过人际交流，人们能够达到什么样的人际目的？进一步说，这些人际目的的达到，需要我们做出怎样的交流行为，采取什么样的交流策略呢？我们即将要完成的正是这样一本研究如何运用交流达到人际目的的书。

这本书有两个基本前提。第一个前提就是，人生在社会之中不得不交流，而交流总带有目的。人际交往中追求目的十分平常，只要我们静下心来想一想自己的所作所为就能感觉得到。比方说，刚搬入新家，你会迫不及待地与邻居招呼，那可能是你最需要帮忙的时候；你突然对朋友大献殷勤，也许这时候正打算向他借钱或求他办事；虽然你能说会道，但有时却沉默寡言，可能希望给别人留下诚实、严肃和能干的印象。所有这些都是日常人际交流中追求的基本目的。

本书第二个前提是，人们总是有意或无意地运用交流达到人际目的。不言而喻，与人交流的方式直接影响人们是否能实现自己的愿望，《孙子兵法》说“天时不如地利，地利不如人和”，所谓“人和”，就是说良好的人际关系能助人事业成功。良好的人际关系靠什么建立呢？靠交流！人际交流的大量研究也表明，交流或说沟通是我们与人相处时达到目的的基本工具。

在接下去的讨论、阐释和介绍中，我们将时时强调人际目的。那么，读者也许要问，为什么关注人际目的就能有助于开展人际交流呢？我们认为：

首先，人的社会行为之所以能被理解，大体上是因为人的行

为是受目的驱使的。让我们看下面一段短文：

与李丽约会9个月之后，张成准备结婚。张成认为，恋爱会浪费很多时间，并且这事不会永远那么浪漫。张成爱李丽，他想像不到他还会爱其他女孩。因为他相信他找到了理想的恋人，他已准备好承担做一个丈夫的义务。

李丽是一个摄影师，在一个广播电视大学上夜校。她是在上课时结识张成的。以前李丽并没有特别注意张成，但是有一天下午，他们这个夜校班组织了一场篮球赛，张成出手不凡的球技让李丽眼前一亮，从此他们开始约会，慢慢地李丽发现自己越来越喜欢跟张成在一起。

他们喜欢当太阳快要落山、暑气消散的时候到江边散步。一天，散步的时候，张成从口袋里掏出一个精致的小盒子，里面装着一枚钻石戒指，含情脉脉地递给李丽。

当李丽明白张成是在向她求婚的时候，她几乎喘不过气来，一时不知道如何办才好。她爱张成，但还不能确定是否要嫁给他。她知道生活比篮球和江边漫步要复杂得多，她需要文凭、需要工作。李丽把自己的想法告诉了张成。当张成站起来，默默地走开的时候，李丽油然而生一种负罪感。

这个故事中，要理解张成和李丽的交流行为，只要理解他们的目的就行。张成的目的是增进与李丽之间的关系，按照这个目

的，张成向李丽献戒指这个行为能比较清楚地理解。李丽与张成的目的不一样，因此她的那种既爱又不想结婚的感情我们也能理解。

其次，人际目的不同直接导致人们对交流行为的选择。比如，如果想给人留下楚楚可怜的印象，以激发他人的同情，你肯定不会粗声大气或尖酸刻薄地说话，而是时时在意，事事谨慎，就像大观园中的林妹妹那样。

再次，强调人际目的是为了人们清楚地理解人际交流如何影响自己的生活。众所周知，人际关系对人生活的影响十分显著。《红楼梦》的作者曹雪芹曾经一针见血地指出“世事洞明皆学问，人情练达即文章”。日本的铃木健二在《人际关系趣谈》中更是用数字说明了人际关系的重要。他援引美国卡内基工业大学对1万个人的案例记录分析，结果发现个人智慧、专门技术和经验，只占成功因素的15%，其余85%决定于良好的人际关系。哈佛大学就业指导小组调查的结果证实：数千名被解雇的男女中，人际关系不好的比不称职的高出两倍。铃木自己的调查也表明，因薪俸丰欠而调动的，在日本大约仅占调动人员的5%，其余都和人际关系有关。我们知道，人际关系的建立需要通过人际交流来实现，而人际交流都是有目的的，所以分析人际目的能让我们看到人际交流对生活影响的深度和广度。

一、人际目的类型

人们通过交流想要达到的人际目的相当繁杂，大到事业有成、发财致富、结婚生子，小到得人夸奖、博人一笑。虽然如此，我们还是可以将其加以分类。概括起来说，通过人际交流人们想要达到的目的有三种类型。

第一种是形象目的。这是指通过特定的交流行为使自我形象按照既定的目标出现在人们面前。比方说，韩国电视剧《看了又看》中，有一个表演得十分成功的人物郑银珠。这是一个处理人际关系十分老到的女孩子，在人们的眼中温柔又坚强，这样的形象是日常生活中许多女孩子汲汲以求的理想效果，当然也是郑银珠的自我形象定位。为了达到这样的效果，郑银珠一方面待人温柔诚恳，比如对自己的白马王子检察官朴基正；另一方面又不惜做出令人吃惊的粗鲁行为，以示自己“不好欺负”，比如，后来的情敌李胜美在一次医疗事故中冤枉了她，就在事故的当天晚上，她竟然跑到李胜美的家门前“讨个说法”，以致拳脚相加。

第二种是关系目的。所谓关系目的是指人们通过交流行为，如何建立、保持、疏远和结束关系。比如为了结识某一个人，虽然是初次见面，我们却会积极主动地向前招呼；而为了疏远某一个人，即使擦肩而过，也会装做没看见。

第三种是工具目的。所谓工具目的是指人际交流既不是为了向他人展示自己的形象，也不是为了建立更进一步的人际关系，而是为了获得帮助、支持或得到某种有用的资源。比如说，踢足球的时候，球踢出了球场，我们招呼场外的人把球踢过来，这种交流就是为了达到“帮助拣球”这个目的。当然这只是一个简单的例子，事实上，人际工具目的还要多得多，也要复杂得多，接下去我们会更详细地加以讨论。

（一）形象目的

通过人际沟通，人们表达自我形象。普遍认为，人际交流是自我表现的一种策略，也就是说，我们做出的种种行为，无非是要别人按照我们内心所希望的那样看待自己。可以这样认为，在