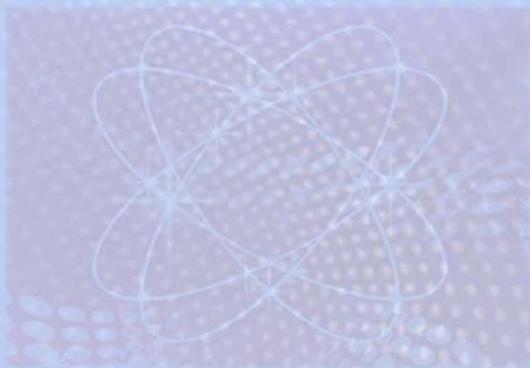


名师解惑丛书

# 交流沟通不短路

刘化标 主编



远方出版社

名师解惑丛书

# 交流沟通不短路

刘化标 主编

远方出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

交流沟通不短路/刘化标主编. —2版. —呼和浩特:远方出版社,2007.4

(名师解惑丛书)

ISBN 978-7-80723-110-3

I. 交... II. 刘... III. 人间交往—青少年读物

IV. C912.1—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 060179 号

### 名师解惑丛书 交流沟通不短路

---

主 编	刘化标
出 版 社 址	远方出版社 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号
邮 编	010010
发 行 所	新华书店
印 刷 厂	华北石油廊坊华星印务有限公司
版 次	2007 年 4 月第 2 版
印 次	2007 年 4 月第 1 次印刷
开 本	850×1168 1/32
印 张	180
印 数	3000
字 数	3500 千
标准书号	ISBN 978-7-80723-110-3
总 定 价	450.00 元(共 20 册)

---

远方版图书,版权所有,侵权必究  
远方版图书,印装错误请与印刷厂退换

# 再版说明

2005年11月出版的《名师解惑丛书》推出后受到广大专家与教师的一致好评。在实验与使用过程中,也反馈许多问题。因此,从去年开始,编委会组织人员对书稿进行了部分修订,修订后:

1. 时效性加强,更加注重发挥学生的主体性和主观能动性。

2. 时间性与可操作性加强。鉴于较强的理论性与学生阅读兴趣的矛盾,在修订过程中将语言更加简练化、趣味化。

3. 增加了互动性。学生间积极的互动才能达到良好的学习阅读效果,如果学生在阅读过程中有任何问题和质疑,您可以随时登陆我们的网站([www.cneedu.com](http://www.cneedu.com)),通过相关栏目直接与专家交流沟通。

本系列丛书在修订与更新过程中参考了众多作者的相关文字资料,特此致谢。

本书编委会



## 前 言

---

随着教育的不断深入，素质教育作为我国教育目标模式及质量效益的总要求，正在全社会形成共识，这是着实让奋斗在教育第一线上的教育工作者们兴奋和欣慰的。

但是随着素质教育的展开，学生们自身素质不断提高的同时，旧的应试教育体制遗留下来的弊端在青少年的生活、学习过程中也慢慢的显现出来，首先，以往的教育制度以学习课本知识为第一主体，往往用来衡量一个学生优秀与否的标准就是学习成绩，这就使得这一批学生成了课堂中的佼佼者，学习成绩遥遥领先于另外一批学生。而课堂之外的现实生活中，这些“佼佼者”们的表现却往往让人大失所望。他们可以出色的解决一道奥林匹克竞赛题目，却不知道与同学有了矛盾要如何解决；他们可以完整的背诵一篇篇美文，却不知道如果家中来了客人要如何与之交谈；他们可以完美的做完一次化学或者物理实验，却在参加一次社交活动中畏手畏脚不知如何自处；他们可以响亮的回答教师提出的每一个问题，却无

法处理在学习中出现的最简单人际关系问题。

两耳不闻窗外事，一心只读教科书。在十年、二十年前，这无疑是一句褒义的话，可是在大力提倡素质教育的今天看来，这句话却充满了讽刺意味，升学考试是用分数来衡量的，但是，分数不能代表一切，高分低能这四个字我们说了那么多年，可是到现在也依然存在着，很多学习成绩优秀的同学，只关心书本知识，书本以外的似乎都与他无关，这种学生不懂与人沟通，所有心思都在书本知识上，甚至自己的情绪也不甚了了，如果长期持续下去，实在是让人担心他们日后将如何在竞争激烈的社会中生存下去。

也正是为了配合素质教育的进行，让青少年们在学习之外懂得如何面对社会中形形色色的人际关系，如何通过有效沟通解决学习和生活中出现的一些问题，特编写了《交流沟通不短路》一书，书中内容生动易懂，希望会给读过这本书的人以帮助作用。

刘化标

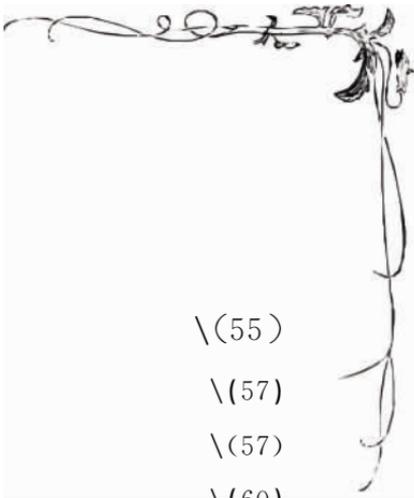
# 目 录

## 目 录

第一章 社会人际关系	\(1)
<b>内容描述</b>	\(3)
社交中的印象与观察	\(3)
心理与社交心理	\(9)
<b>重点透视</b>	\(12)
社交中的知己知彼	\(12)
<b>温馨提示</b>	\(21)
学会调节自己的情感	\(21)
<b>相关链接</b>	\(24)
社交中的认识偏差的纠正与观察	\(24)

第二章 学校中的人际交往	\(31)
<b>内容描述</b>	\(33)
人际关系的调适方法	\(33)
<b>重点透视</b>	\(43)
朋友间的重要影响	\(43)
<b>温馨提示</b>	\(45)
解决不良人际交往的钥匙	\(45)
<b>相关链接</b>	\(47)
改善同学关系的策略	\(47)

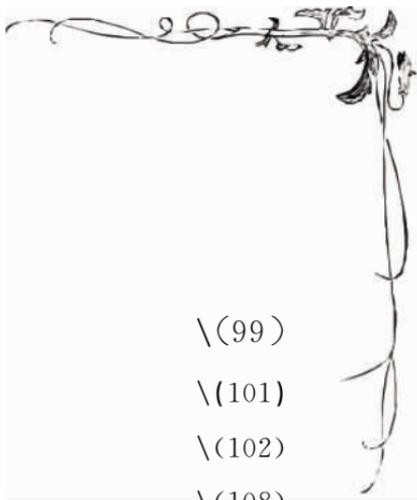
# 目 录



第三章 社会中的人际交往	\(55)
<b>内容描述</b>	\(57)
个人的成功与交际能力	\(57)
<b>重点透视</b>	\(60)
社交进行时——自信的重要性	\(60)
<b>温馨提示</b>	\(65)
从容不迫的谈话艺术	\(65)
热情直接的谈话艺术	\(68)
<b>相关链接</b>	\(69)
人际交往应注意什么	\(69)

第四章 交流沟通面面观	\(73)
<b>内容描述</b>	\(75)
人际交往的社会空间	\(75)
人在社交中的多彩性	\(80)
<b>重点透视</b>	\(86)
对人切忌“先入为主”	\(86)
<b>温馨提示</b>	\(90)
别人的成绩不是影响你进步的原因	\(90)
<b>相关链接</b>	\(92)
批评的技巧	\(92)

# 目 录



第五章 交流沟通中的礼仪	\(99)
<b>内容描述</b>	\(101)
见面介绍的礼仪	\(102)
交际与交谈	\(108)
<b>重点透视</b>	\(113)
去他人处做客的礼节	\(113)
<b>温馨提示</b>	\(117)
“礼尚往来”的礼节	\(117)
<b>相关链接</b>	\(121)
舞会中的礼仪	\(121)



第六章 交流沟通口才操纵术	\(127)
<b>内容描述</b>	\(129)
口才操纵训练	\(129)
如何掌握口才操纵规则	\(140)
<b>重点透视</b>	\(151)
让对方处于被动策略	\(151)
<b>温馨提示</b>	\(155)
谈判高手速成技巧	\(155)
<b>相关链接</b>	\(166)
语言的幽默技巧	\(166)

# 第一章

## 社会人际关系

SHE HUI REN JI GUAN XI







# 社交中的印象与观察

印象可以针对人,也可以针对物,它是指人在日常生活中所接触的客观事物在大脑中遗留下来的记忆痕迹。社交是人与人的交往,因此,它研究的印象一般是指对人的印象。人与人随着接触次数的增多,在互相熟悉的同时,印象也会逐次加深,最终产生较为完整的印象。人的印象来自对客体行为的多方观察,观察不禁受客体影响,同时也受观察者自身的主观因素影响,社交中印象产生的过程,是主客体双方相互作用的复杂过程。

### (一) 初次印象

人与客体第一次接触的时候对客体的一种主观感知,叫做初次印象或者第一印象。

在社交过程中,初次印象属感性认识,即由客体谈吐、表情、相貌、姿态、身体、仪表、性别、年龄、服装等直接获取

的信息,并对客体职业、身份、兴趣、爱好、能力、气质、性格等情况作出初步分析与判断。有时,也可以从一些书面材料中获得尚未接触过人的初步印象,这种印象可称为间接的初次印象。

社交中,第一次接触时间上肯定是有限的,故相互认知也不可能十分准确、清晰、客观,而是大致的、朦胧的、片面的、零星的,甚至有时还是比较主观的。

人和人的第一次直接感知,可分为有意感知和无意感知。有意感知指个体有心理准备,包括一方有准备或主客体双方都有准备,见面有目的性,如经准备后去找导师或上级,记者采访明星,双方约定会面、会谈等。无意感知指主体在无心理准备情况下与客体相识,具有很大的随机性,如餐厅、俱乐部、广场、影院、宾馆等公共场所,主体因各种原因不得与客体交往。无论是有意感知,还是无意感知,人都会产生初次印象。

### 初次印象的特点

1. 初次印象时常是非常深刻,让人难以忘怀的印象。通常情况下,人们偶然的相遇,并不会留下什么特别深刻的印象。但是在某些特别的环境中,某些独特的、对主体具有刺激性的信息,可能使人产生十分强烈的印象,或者极好,或者极坏,让人终身难忘。

2. 初次印象往往影响人一生中的机遇。机遇指好的境遇或机会。人一生的事业和发展往往取决于机遇。而多数情况下,机遇就是能不能在交往中给人留下良好的初次印象。机遇经常是稍纵即逝,好印象可使机遇之门敞开,坏印象则会把机遇拒之门外。好的印象更多的是要靠人自身来把握创造。日常生活中用毛遂自荐方法把握机遇的例子可谓屡见不鲜。如参加某个工作面试的毕业生,面试被否决后,顽强地讲自己的曲折经历,常常会感动考官而被破例录取;男女恋爱双方经人介绍初次约会,一方对另一方感到满意时,必然更主动地表现自己;大学生毕业前参加招聘会,总是西装革履,衣冠楚楚,伶牙俐齿地“推销”自己,随身备有计算机打印的“个人简历”包括个人特长、爱好、智力、成绩、奖励、社会职务等,尽量给用人单位留下良好的初次印象;甚至年轻干部要被上级提拔初次印象有时也占很大的份量。

3. 初次印象与认识的主客体的互动有很大的关系。社交本身具有互动性,第一次交往主客体双方都会产生对彼此的初次印象,初次印象产生于交往互动,互动的内容包括交往的环境、交往者的素质、情境,以及交往发出信息的强弱。假定交往者“素质高”,即使能容忍、宽容消极信息,消极信息也绝不可能由于交往者的谅解而变为令人积极、愉