

現代生活藝術叢書



徐永新 主编

交際 的藝術



金曜日
は例の
映画を
見にい
こう

中国人民公安大学出版社

●现代生活艺术丛书

交际的艺术

江苏工业学院图书馆

主 编：徐永新
副主编：万蔚
编 委：徐成、高翔、保春山

藏书章

中国人民公安大学出版社

一九九四年·北京

(京)新登字第 165 号

交际的艺术

主编 徐永新

中国人民公安大学出版社出版发行

(北京木樨地南里 邮编 100038)

新华书店北京发行所经销

中国人民公安大学印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/32 4.25 印张 85 千字

1994 年 10 月第 1 版 1994 年 10 月第 1 次印刷

ISBN7—81011—653—3/Z·7 定价:4.00 元

印数 0001—5000 册

总 序

现代生活日新月异；市场经济业已运作，社会观念日趋嬗变，股票热、下海热、“大款”现象……面对崭新的生活，人们一时有些茫然，“换一种艺术的活法”，便活生生地涌上了人们的心头。

林语堂先生在《生活的艺术》中说：“我们应当能够体验出这种人生的韵律之美，像欣赏大交响曲那样地欣赏人生的主旨，欣赏它急缓的旋律，以及最后的决定……”

过去，我们历尽生命的沧桑；现在，我们追求生活的艺术。现代生活，给予我们全新的人生感受；艺术时代，让我们体验最崇高的生命情趣。踏着历史的足迹，迎接新一轮的滚滚商潮，我们坚信：市场经济的发育和完善后带来的，必定是现代生活艺术的明媚春色。

新视野、新气魄、新感觉——《现代生活艺术》系列丛书推崇现代观念，讲究艺术品味、笔法精到、版式别致，旨在从中带给您艺术的启迪和盎然的生活情趣。丛书包括《服饰的艺术》、《美容的艺术》、《送礼的艺术》、《求职的艺术》、《交际的艺术》、《婚恋的艺术》、《幽默的艺术》、《赚钱的艺术》、《经营的艺术》、《广告的艺术》共10本。

朋友，当节日的钟声又一次敲响，您是否已经意识到，《现代生活艺术》将化作酹酹的深情，在礼尚往来之中，成为您馈

赠亲朋好友的最佳选择呢。图书礼品,既经久实用,又高雅别致,虽摒弃了口腹之乐、衣饰之美,却钟情于智力开发、生活时尚,给您和您的朋友人生天空中描上一道最美丽的七彩虹。

编者

1994年5月

目 录

第一章 关于交际	(1)
● 人的社会化及个性形成	(2)
● 无形的“维生素”	(4)
● 交际最优变量组合	(6)
● 成功的事业离不开交际	(15)
第二章 日常交际礼仪	(18)
● 见面与介绍	(19)
● 交谈与交际	(25)
● 待客的礼节	(29)
● 做客的礼节	(34)
● 宴会礼仪	(36)
● 舞会礼仪	(42)
● 馈赠的礼节	(45)
第三章 交际谋略技巧	(48)
● 社交热身,拥有自信	(48)
● 社交——科学——艺术	(53)
● 赞许的艺术,交际的良方	(62)
● 亮出你的交际色	(65)
● 金无足赤,人无完人	(72)
第四章 女性交际指南	(74)
● 女性形象	(74)

●	女性如何展示自己的交际魅力	(79)
●	少女成功交际的六乐章	(83)
●	学会应付各种交际场合	(86)
●	女性的处世之道	(93)
第五章	男人的社交艺术	(97)
●	了解你的对手的方法及技巧	(97)
●	如何与你的上司交往	(101)
●	有关男性社交问题的几个要点	(104)
第六章	交际的禁忌	(114)
●	日常礼仪几不宜	(114)
●	谈情说爱的忌讳	(116)
●	念一本难念的经	(118)
●	从婆媳妯娌到街坊邻里	(121)
●	上班族的“护身符”	(126)

第一章 关于交际

- 人的社会化及个性形成
 - 无形的“维生素”
 - 交际最优变量组合
 - 成功的事业离不开交际
-

爱因斯坦说：“物理很单纯，人际关系很复杂。”研究交际还找不到现成的科学模式，这种研究和研究对象不确定性之间根深蒂固的缘故，甚至可以使任何一个具体结论都得不到其他学科那样的验证。

但是，无论如何，交际的确已经日见明显地困扰着这个星球上的男男女女。美国卡内基工业大学对1万人的案例记录进行分析，结果发现个人“智慧”、“专门技术”、“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。日本人际学专家铃木健工的调查也表明：在日本，因薪俸低而调动工作的，大约仅占调转人员的5%，其余95%都与人际关系有关。在中国，抱怨“做人难，人难做，难做人”的几乎100%。

所以，交际无论怎样复杂，怎样难于观察和研究，我们都不应当逃避，因为逃避没有出路，现实早已向人们提出了这样的课题。

人们要想处理好人与人之间的关系，需要有理论的指导。

● 人的社会化及个性形成

你、我、他呱呱坠地，来到这个大千世界。此时，我们只是一个求生存的自然本能的小生命而已，还不具有人的本质——社会性。如果，一个婴幼儿离开社会，那么，他就不能发展成为人，因为他失去了使人社会化的主要条件——交际。

印度狼孩卡玛拉(后来人们给他取了名字)自幼生活在狼群中，失去了与父母接触的机会，因此，不能认识自我，认识世界，变成了具有人形的动物；四肢着地爬行，吞吃生食，学会象狼一样的嚎叫。他不认识人、世界，没有意识。人们发现了他，让他重回人的世界，教育他，这才使他逐渐认识自我和世界。我国不久前发现的“猪孩”与“狼孩”有相似之处。“猪孩”虽与父母生活在一起，但平时父母只顾种田，让孩子与猪为伍，结果孩子就学到了猪的习性：在地上打滚、爬行、吃猪食。自从中央电视台披露了这一事实后，“猪孩”问题受到社会的重视，得到了专门的教育，但智力发展、个性形成已受到巨大的影响。

人，只有通过社会化过程才会获得社会性。所谓社会化过程，就是人意识到他人对自己的行为期望，掌握并理解一个社会或某个社会群体的社会行为规范、道德、价值观念和文化的过程。社会化过程与交往是不可分的。人际交往是精神的，也是物质的、社会现实的过程。在交往过程中，人们交换和交换信息、经验、情感、意见、观念和习惯，也交换金钱、实物——一切作为社会价值和人的意识的体现物的物质客体，满足各自的各种需要。在交往过程中，人们不仅在肉体上，而且在精神上“互相创造”。

社会心理学家林德·史密斯言简意赅地阐明了孩子的社会化问题：“孩子只有在可能与他人进行交往的条件下，通过语言影响他人和接受他人的影响，才开始社会化。”我们正是在母亲的怀抱中认识别人，学会第一句话的。美国社会学家戴维斯在自己的著作中，以小安娜的遭遇为例，说明一个人即使生活在人类社会中，但如果失去交往的机会，特别是与父母交往的机会，那么，对个性的形成和社会化的实现，必将产生破坏性的影响。事情正是这样的：1938年，美国宾夕法尼亚州政府，在该州一个农民家里意外地发现了一个已满5岁的小女孩安娜。她出生后，她的母亲（精神不正常）就把她单独关在楼上的黑房子里，每天仅给她足以维持生命的牛奶，此外不与她接触。在当地官员发现她时，小安娜又瞎又聋，不会说话，不会笑，不会走，不会咀嚼，不认识自己。

苏联科学院社会学研究所的研究人员，从调查研究中得到了美国同行相同的结论。苏联社会学家协会副主席哈尔切夫指出，家庭、父母是孩子社会化的必不可少的、具有深刻的独特意义的因素。他特别强调，在社会发展的现阶段，科技革命迅猛发展，城市化及人口流动日益加剧，信息量急剧增长，大众传播日益普及，家庭气氛及父母与子女的关系对孩子的社会化和今后个性的和谐发展，有特别重要的意义。

所以，作为家长，不仅有养育之责，更有教诲之任；作为教师，不单纯是传播知识，更需注意通过交往（教学是交往的一种特殊形式），培养学生个性的全面、和谐地发展；作为朋友，不单是在一起谈笑、游玩，也需注意相互在行为、处世方面的影响；作为同事和领导，不单要考虑任务、计划的完成，也应考虑在交往中相互满足需要，建立良好的人际关系；作为传播媒

介的工作人员,除了关心发行率、收看率、收听率、上座率之外,更应注意社会效益,关心传播内容对观众、听众、读者的影响。

● 无形的“维生素”

我们每个人的健康和机体的生长,都离不开人体所必需的各种维生素,缺一就会导致机体功能失调,产生疾病。交往,不仅对个人的社会化和个性的发展起着至关重要的作用,它对我们每个人的生理和心理健康,生命的延续,同样起着至关重要的作用,完全可以称得上是不可缺的“维生素”。

美国心理学家曾在普林斯顿大学做过一次实验,目的是测验孤独对人体的影响。他请一些应试者单独住进完全与他人隔绝,尽可自由吃喝睡,但没有任何东西可以阅读。任何人只要能在这些实验室孤独地住上4天即可获得一笔相当丰厚的酬金。应试者起先都以为这是一次得来全不费功夫的好机会。但结果事与愿违,竟无一人能“睡享其福”。两天后,所有应试者都开始拼命敲打墙壁,要求出来。当他们重回“人世”后,都呈现出:神情痴呆,表情麻木,动作的协调性、灵活性大大降低,并且要经过一段时间才能全部恢复。

这个实验告诉我们:一个人一旦脱离社会群体,失去社会交往的可能,处于孤独境地时,会产生不安全感和恐惧感,会对人的健康带来严重破坏。

健康的交往可以帮助你戒除恶习——如酗酒,使你重新回到正常人的队伍中来。人为什么会酗酒,原因很多,说法不一。有人认为,酗酒是由于“某些人人格错综所致”,这些人存

在着某种程度的忧虑不安及自卑感,于是藉酒自我麻醉,所谓“何以解忧,唯有杜康”。西方及前苏联社会中人们酗酒者日众,与社会内部的冲突、矛盾和工作压力日益严重有关,无法摆脱者、失意者只得沉缅于杯中之物,乘醉酒之机放浪形骸。酗酒已成为西方社会,包括前苏联的一大祸害,每年有数以十万计的人直接因酗酒而丧生,如联邦德国一年至少有 17000 人因此而死亡。因而戒酒俱乐部就应运而生。戒酒俱乐部所组织的活动是小组讨论。这种讨论不拘形式,不受限制,人人都可以无所不谈,可以交流人生经验,也可一吐心中郁闷。在这里,有着类似经历的酒徒们,互不岐视,大家互相帮助,交流感情,最后产生了神奇的效果:许多被医生诊断为“不可救药的酒鬼”的人,戒掉了恶习,获得新生。故而,1983 年联邦德国法兰克福戒酒俱乐部在庆祝他们 30 周年的节日时,总统亲自发贺电,市长亲临致词表彰。

国外医学界对大量高血压病人进行调查,发现 70% 的高血压患者的人际关系不好,处于紧张的状态,特别是家庭不和,夫妻关系紧张。因此,世界卫生组织近年来一直强调,健康的标准不仅仅是不得病。一个真正健康的人,除了身体健康之外,还必须包括心理健康和社会交往方面的健康。

健康的新概念是在精神上、身体上和社会交往上保持健全状态。在日本,过去一直有这样的说法:健康的标准有“三快”——吃得快(食欲好)、便得快(消化排泄能力好)、入睡快(神经系统好)。现在加上一快:说得快。这要求一个人思维敏捷,善于交际,能迅速、准确地理解对方说话的内容并作出应对,提出问题。实际上,就是要求现代人具有相应的社会交往能力。

因此,交往不仅是社会化和个性发展中的重要因素,不仅是工作、学习、生产的必要手段,也是我们保持个人健康、生命延续的基本需要之一。交往使我们得以交流感情、排遣孤寂,消散由紧张工作和快速的生活节奏所造成的压力。交往,使人增添力量,产生幸福感和满足感。

如果你要身心健康,延年益寿,除注意摄取必要的营养,锻炼身体之外,切莫忘记:多多与人交往!

● 交际最优变量组合

早在两千多年以前,亚里士多德就曾在《雄辩篇》中,探索过提高演说效果的途径。他认为,演说本身并没有什么魔力,重要的是演说前制定周详的计划并进行多次演说技巧的训练。

1940年,美国社会学家卡赖特开始用科学方法研究交往的过程和效果,他认为,首先信息一定要达到接受者的感官;其次要使信息成为对方认知结构中的一部分;再次,要让对方看到交往能给自己带来一定利益;最后要使对方将自己的行动控制在一定认知结构内。卡赖特的效果模式比亚里士多德前进了一大步。

西方学者从本世纪50年代开始,对人际交往的效果进行了深入研究,并做了许多试验,积累了大量资料和依据。

人际交往是一种有目的、有意识的互动形式,交际双方都希望达到最佳效果。但这决不是一件容易的事情。事实上,它涉及到交往双方的可信度、相似性、权力、相互调适、场所和时机的选择等多种因素,是多种变量相互作用的复杂过程。所

以,人际交往是一种艺术,也是一门科学。

在人际交往这个复杂的过程中,有多种变量制约着交往的效果,这里分析几个主要的变量。

A. 主体的可信度。从主体的角度来看,任何交际都要引起对方的共鸣,或规劝别人弃恶从善,或唤起对方的激情以便共同行动。也就是说,交际总有一个明确的目的或目标。然而,这只是主体隐含在内心的主观愿望,也可能是一厢情愿,能否达到预期目的,在很大程度上取决于交往的另一方,取决于另一方的态度。交往的另一方同样是有意志、能自治的人,对来自各方的信息都要经过判断,而判断的最初依据,就是主体的可信度。

主体的可信度是客体根据经验判断出来的。一般说来,客体从以下几个方面来判断:

a. 能力。即主体对传播内容熟悉的程度、是否内行、专业知识水平的高低等等。同样的内容,出自普通人之口与专家之口,具有极不相同的分量。表达能力也是能力的一种,具有流畅、得体、生动感人的表达能力,同样可以提高主体的可信度。

b. 品质。即主体的道德水平。人们通常对朴实、善良、忠诚的人投信任票,而对阴险、奸诈和心地歹毒的人嗤之以鼻,根本谈不上信任,即使他们偶尔说出真理,在接受者心目中也会打折扣、画问号。心地善良的老实人,即使能力稍差,和他交往虽不能给对方带来更多的益处,但他决不会存心害人。可见,主体品质的好坏,对其可信度有举足轻重的影响。

c. 性格和态度。一般说来,性格开朗、办事爽利的人善于交际,这种人具有人们喜欢的外表和外倾的性格。初到一处,他能很快打开局面,以他为主,马上形成一个交往中心。性格

内倾的人,一则没有吸引人的魅力,二则不善于表达自己的思想感情,使人难以捉摸其思想脉络,很难取得对方的信任。同样,态度也是决定主体可信度的重要因素,任何主体首先要有一个友好的愿望,与人为善,使对方愿意接近。谦恭和平易近人的态度,遇事与人商量、从不强加于人的作风,给人以态度和蔼可亲的感觉,这就是主体赢得人心,取得客体信任的重要保证。而那些骄横不可一世的人,使人望而生厌,任何形式的交往都很难继续下去。

主体的可信度是客体长期归纳出来的。随着时间的推移和交往的深入而不断变化着。交往初期,客体对主体的可信度作出初步估价,进行试探性的交往。通过反复交往,和主体频繁接触,客体可能修改最初的估价。交往结束时,主体的可信度给客体留下最后的知觉,形成终结可信度。

总而言之,人际交往的效果与主体的可信度成正比关系。

B. 交际双方的相似性。古人说:“人以群分,物以类聚。”主体与客体的相似性对交往的延续与效果,具有重要作用。所谓交往双方的相似性,主要是指双方在动机、文化素养、性格、品质和价值观等方面的类似。

a. 只有双方都有加强理解,增进友谊的动机,才能达到预期的目的,产生最佳交际效果。双方动机方面的差异,通过相互启发、劝导也可能会减小。但如果差异长期不能缩小,其交往可能中断甚至停止。

b. 相同的文化素质或同属一个文化层次,也是影响交往效果的重要因素。基本同等的文化水平保证双方有共同语言,有共同的交往深度。除此之外,还包括传统习惯以及文化的运用。这些传统文化和特定的使用范围,也可能使交际者结成一

定的群体,使其交往成为群体内的交流。文化差异给人际交往设置了障碍,不少情侣因为没有共同语言而分手。值得注意的是,文化差异并不是指学科差异,而主要是文化水平的差异。根据现代学科趋向综合的趋向,和不同知识结构的人交往,非但不影响交际效果,还能起到智力互补作用。

c. 性格相似可以缩短双方调适的时间,加深理解,在较短的时间内可以取得理想的交际效果。美国不少心理学家所做的实验表明:白人宁愿与自己性格、态度相同的黑人交往,也不愿与自己个性相异的白人交往。性格存在差异的人并非都不能交往。不同性格的人之间的互补效应,吸引着想改变自己性格的现代人。

d. 品质相似对交际效果的影响很大。忠诚老实的人,彼此之间能开诚相见,实事求是地评价对方,并能严以律己,宽以待人,对别人的失误能够谅解。品质高尚的人总是牺牲自己成全别人,双方都设身处地地为对方着想,他们之间的交往能达到事半功倍的效果。

e. 价值观相似也是影响人际交往效果的因素。中国有句成语“志同道合”,揭示出价值观与交往效果的关系。事业心强的人在彼此交往中,往往心心相通,很容易结下不解之缘。目光短浅,囿于见闻,心中只有个人和家庭的人,与前者相比,几乎没有共同之处,正所谓“燕雀安知鸿鹄之志”。价值观的差异对高层次的精神交往影响更大。

总之,相似性是相对的,它与相异性比较而言,两者之间并没有不可逾越的鸿沟,通过频繁的交往和情感移入,一般会使双方差距缩短,相似性增加,以提高交往的效果。

C. 权力变量。权力是影响交往效果的另一个重要变量,

它并不固定属于哪一方,对交往双方都能起控制和协调作用。

表面看来,人际交往似乎是自发的、无秩序的进行着,其实不然,交往规范起着重要的制约作用。另外,权力也通过组织和非组织对交往效果实施其影响。

在交际中起作用的权力包括以下几种类型:一是奖赏权力。主体对客体能尽快理解其信息,并积极协同行动予以肯定和鼓励;而对那些无动于衷、不闻不问的客体,则给予不同形式的否定或批评。二是参照权力。主体求助于客体与之保持一致,并协调行动,其中只有请求支持的成分,而没有任何强制成分在内,这种权力就是参照权力。三是内行权力。这是客体感知到主体拥有较多的学识或业务专长,而自觉赋予主体的权力。这种权力,更确切地说,是权威。是靠它在人们心目中的威望自发地起作用。四是合法权力。客体自愿推崇主体,将对方的价值观内化为自己的行为规范,确认其施加影响的合法性,形成一种遵从模式。

权力对交往的影响分为强制性与非强制性两个方面。一部分交往规范,如法律制度、行政奖惩制度,群体或组织领导人委派的任务等,这些规范规定了交往的界限,带有一定的强制性,没有讨价还价的余地。然而,对于交往而言,影响更大的还是非强制性权力,道德、习惯、文化传统等规范,基本属于参照权力。对权威的崇拜,对英雄人物的尊敬,逐渐内化为自觉的行动。在现代社会里,人们要求自由和自立,要在多种行为模式中进行选择,所以,非强制性权力更符合现代人的心理机制,他们乐于接受这种权力的指导。可见,非强制性权力比强制性权力将对交往效果发生更大的影响。

D. 交往双方的相互调适。交往双方的相互调适是影响交