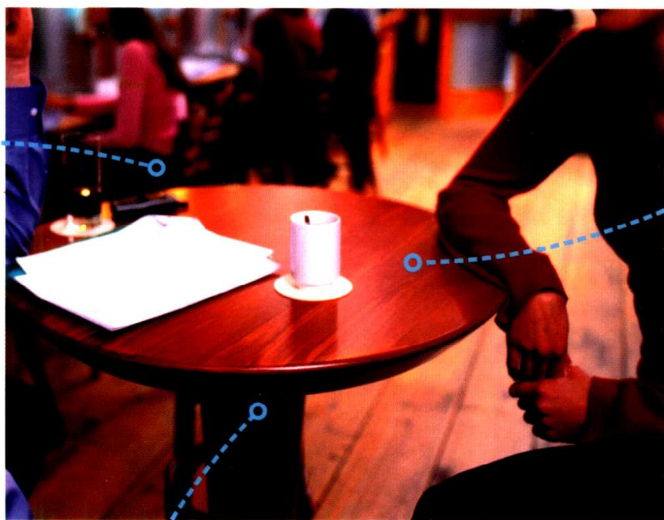


新世纪大学生心理研究



◎ 陶国富 王祥兴 主编

大学生交往心理



华东理工大学出版社

教育部推荐书目 大学生素质教育读本
上海市教委人文社会科学专项任务研究项目滚动课题

B844.2
T315.

大学生交往心理

主 编 陶国富 王祥兴

副主编 高树良 刘曙刚 李艳玲
欧 亚 李 叶 金 梅
陈荣武 王静怡 曲玉萍

华东理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大学生交往心理 / 陶国富, 王祥兴主编. —上海: 华东理工大学出版社, 2003. 6

(新世纪大学生心理研究)

ISBN 7-5628-1405-8

I. 大... II. ①陶... ②王... III. 大学生-人际交往-青年心理学 IV. B844.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 043796 号

责任编辑 高虹

封面设计 王晓阳

大学生交往心理

陶国富 王祥兴 主编

出版	华东理工大学出版社	开本	850×1168 1/32
社址	上海市梅陇路 130 号	印张	13.25 插页 2
邮编	200237 电话(021)64250306	字数	330 千字
网址	www.hdlgpress.com.cn	版次	2003 年 6 月第 1 版
经销	新华书店上海发行所	印次	2003 年 6 月第 1 次
印刷	上海崇明裕安印刷厂	印数	1—13 300 册
ISBN 7-5628-1405-8/G·231		定价: 26.00 元	

前 言

“新世纪大学生心理研究丛书”面世后,受到了广大年轻大学生朋友的欢迎,也得到了青年研究学者和学生教育工作者的充分肯定。衷心感谢青年读者朋友的诚挚厚爱,感谢华东理工大学出版社领导的热情支持,感谢合作同仁的鼎力相助。

继上次面世的《大学生恋爱心理》与《大学生择业心理》后,这次又隆重推出《大学生交往心理》与《大学生学习心理》。这是针对时下新世纪大学生中“人际交往困惑”和“学习动力不足”现象而撰写的,这两本书的出版,是集体的智慧、团结的产物、合作的结晶、耕耘的硕果。

撰写具体分工是:前言陶国富;第一章陶国富、龙忻;第二章陈荣武、陶峰、程毅;第三章陈荣武;第四章高树良、张苑琛;第五章刘曙刚、李建东、梁作甲、何伟琴;第六章王静怡、张麒、熊琼、时明惠;第七章李艳玲、陈君贤;第八章金梅、苏卓君、蒋立峰、高延坤;第九章陶国富、王愉华;第十章李叶、陆连明;第十一章王祥兴、张静;第十二章苏少华、曲玉萍;第十三章王红宝、孙宇伟;第十四章陈林、崔亦田;第十五章欧亚、肖建国、吴玲。

由于时间、人力和精力方面的诸多原因,书中不尽如人意处在所难免,敬请读者朋友指点雅正。

陶国富

2003年5月



陶国富，毕业于华东师范大学，现为上海财经大学政治系副主任、人文学院培训部主任、人文研究所副所长、经济伦理所副所长、副教授、硕士生导师。国家级学术刊物《中国青年研究》特约撰稿人，上海市教委“两课”评估专家组成员，上海市邓小平青年思想研究中心研究员，上海大学生研究中心研究员，上海青年管理干部学院兼职教授。著有学术著作9部，其中《共和国第四代的成长与发展》、《当代大学生道德心理理论纲》、《大学生人格重塑》和《人才心理学》获奖。主编学术著作20多部，其中《色彩斑斓的校园文化》、《跨世纪大学生思想心理行为指导》、《当代大学生心理健康与调适》、《大学校园文化》和《跨世纪大学生能力论》分别获奖。公开发表学术论文150多篇，多次获奖。部分论著为《新华文摘》、《人大报刊复印资料》等刊用。公开发表作品300多万字。入编《世界名人录》、《世界优秀专家人才名典》、《中国当代社会科学专家学者大辞典》、《中华英才大典》、《中国专家大词典》、《华夏英杰》等20余部大型工具书。



王祥兴，毕业于上海外国语大学，现任上海外国语大学学生处处长、副研究员，上海市大学生研究中心副主任，全国外语外贸院校学生协作会秘书长。在《思想道德修养教程》、《求索集》、《大学校园文化》《跨世纪大学生能力论》、《面向21世纪上海女性高等教育研究》、《新世纪大学生热点问题研究》、《大学生恋爱心理》、《大学生择业心理》、《大学生交往心理》和《新型学生公寓的学生工作研究》等著作中任主编或副主编。另外还参编学术著作多部，并公开发表学术论文30余篇，其中《加强心理健康教育 提高学生综合素质》和《外语外贸院校毕业生就业指导的现状与展望》等获优秀论文奖，《完善配套措施 加强学风建设 推进教育改革》获上海市高校教学成果二等奖。曾荣获上海市优秀教育工作者称号和上海市育才奖。



目 录

第一章 构建友谊的心桥	1
一 人际交往的现实背景	1
1 经济全球化的交往时代	2
2 交往科学素质的提升	5
3 交往媒介的迅速普及	8
二 人际交往的现代化趋势	12
1 人际交往的全新态势	12
2 交往方式的丰富和发展	15
3 人际关系的现代化	18
三 人际交往关系的科学涵义	21
1 大学生人际交往的目标	21
2 大学生人际交往的途径	24
3 大学生人际交往的作用	26
第二章 人际交往的策划心理	30
一 人际交往沟通的障碍	30
1 人际交往沟通的语言障碍	31
2 人际交往沟通的习俗障碍	34
3 人际交往沟通的心理障碍	37
二 人际交往的心理策略	41
1 大学生交往目标的确立	41
2 大学生交往主题的拟定	44



3 大学生交往媒介的选择	47
三 人际交往的心理模式	51
1 大学生建设性人际交往	51
2 大学生服务性人际交往	55
3 大学生维系性人际交往	58
第三章 人际交往的传播心理	63
一 传播者与受传者的心理分析	63
1 大学生传播主体的心理分析	64
2 大学生受传客体的心理分析	66
3 大学生大众传播的效率分析	70
二 大学生人际传播的心理策略	73
1 人际交往传播的预热策略	73
2 人际交往传播的暗示策略	76
3 人际交往传播的情感策略	80
三 大学生人际传播的心理效果	83
1 人际交往传播的顺序效果	84
2 人际交往传播的层次效果	86
3 人际交往传播的影响效果	89
第四章 大学生的人际交往心理	93
一 大学生交往的心理机制	93
1 大学生交往的心理动机	93
2 大学生交往的情境反应	96
3 大学生交往的心理过程	97
二 大学生交往的心理谋略	100
1 大学生交往的最佳时机	100
2 大学生交往的非语言艺术	102
3 大学生交往的说“不”技巧	105



三 大学生交往的人际吸引.....	107
1 交往中人际吸引的阻碍因素	107
2 交往中人际吸引的自我展示	110
3 交往中人际吸引的增值方法	116
第五章 大学生交往的网络心理.....	120
一 大学生网络交往的心态.....	120
1 大学生网络交往的心理特征	121
2 大学生网络交往的心理效果	122
3 大学生网络交往的心理误区	124
二 大学生网络交往的心理策略.....	129
1 大学生网络交往的相关礼节	129
2 大学生网络交往的推拉技术	132
3 大学生网络交往的防危意识	135
三 大学生网络交往的主要工具.....	137
1 大学生网络交往中的电子邮件	137
2 大学生网络交往中的文件传输	140
3 大学生网络交往中的“万维网”	141
第六章 人际交往中的沟通心理.....	146
一 大学生交往的信息沟通.....	146
1 大学生交往信息沟通的意义	147
2 大学生交往信息沟通的模式	151
3 信息沟通的增益方法	152
二 大学生交往的情感沟通.....	155
1 大学生交往情绪的体察	156
2 大学生交往情感的互动	159
3 大学生交往情感的满足	161
三 大学生交往的特殊沟通.....	163



1 大学生交往受挫者的沟通	163
2 大学生交往失败者的沟通	166
3 大学生交往异常者的沟通	168

第七章 大学生交往的意识心理..... 172

一 大学生交往的主体意识心理.....	172
1 大学生交往的主体意识与主人地位	173
2 大学生交往的主体意识与人性归因	175
3 大学生交往的能力特征与自我归因	178
二 大学生交往的态度心理.....	181
1 大学生交往态度的类别与功能	181
2 大学生交往态度的特点与表现	184
3 大学生交往态度的强化与转变	186
三 大学生交往印象心理.....	190
1 大学生交往印象的形成	190
2 大学生交往印象的形成途径	193
3 大学生交往印象的意义	196

第八章 大学生交往的群体心理..... 199

一 大学生交往的个性心理特征.....	199
1 大学生交往的气质特征	199
2 大学生交往的人格特征	202
3 大学生交往的能力特征	205
二 大学生交往的群体心理特征.....	209
1 大学生交往群体的一般特征	210
2 大学生交往领袖的心理特征	212
3 大学生交往知己的心理特征	214
三 大学生交往的角色心理特征.....	215
1 大学生交往的异性心理特征	216



2 大学生交往的年龄差异特征	218
3 大学生交往的文化心理特征	221
第九章 大学生交往的心理定势	224
一 大学生交往的微观心理定势	224
1 大学生交往的首次效应	225
2 大学生交往的晕轮效应	227
3 大学生交往的经验效应	230
二 大学生交往的宏观心理定势	232
1 大学生交往的文化心理	233
2 大学生交往的地域心理	237
3 大学生交往的刻板心理	239
三 大学生交往的流行心理定势	241
1 大学生交往的骚乱心理	242
2 大学生交往的时尚心理	243
3 大学生交往的流言心理	247
第十章 大学生交往的心理倾向	250
一 大学生交往的需求倾向	250
1 大学生交往的需求类别	251
2 大学生交往的需求层次	252
3 大学生交往的需求体验	254
二 大学生交往的兴趣倾向	255
1 大学生交往的个体兴趣	256
2 大学生交往的公众兴趣	259
3 大学生交往的兴趣转移	262
三 大学生交往的价值倾向	263
1 大学生交往的价值理念	264
2 大学生交往的价值取向	268



3	大学生交往的价值评价	272
第十一章	大学生交往的心理障碍	275
一	大学生交往的自卑心理	275
1	大学生交往的害羞心理	276
2	大学生交往的猜疑心理	279
3	大学生交往的恐惧心理	282
二	大学生交往的封闭心理	286
1	大学生交往的孤独心理	286
2	大学生交往的倦怠心理	289
3	大学生交往的文饰心理	291
三	大学生交往的孤僻心理	293
1	大学生交往的偏执心理	294
2	大学生交往的虚荣心理	296
3	大学生交往的嫉妒心理	298
第十二章	大学生交往危机的管理	301
一	交往危机形成的原因	301
1	个人性格缺陷	302
2	交往沟通障碍	305
3	社会文化差异	307
二	交往危机管理的价值	309
1	交往危机的消极影响	310
2	交往危机的积极作用	312
三	交往危机的管理理念	314
1	提高对交往危机的正确分析	314
2	重视对交往危机的应对能力	315
3	加强对交往危机的因势利导	318
四	交往危机管理的策略	321



1 自我检查策略	321
2 求同存异策略	323
3 情谊联络策略	326
第十三章 大学生交往中的设计与礼仪	328
一 大学生交往中的形象设计	328
1 大学生素养形象设计	329
2 大学生体态语言设计	331
3 大学生服饰形象设计	333
二 大学生交往中的礼仪	336
1 大学生交往中的迎送与拜访礼仪	336
2 大学生交往中的介绍与馈赠礼仪	339
3 大学生交往中的拒绝与道歉礼仪	342
4 大学生交往中的外事与会务礼仪	345
三 大学生交往中的接待艺术	348
1 大学生交往中的微笑语言艺术	349
2 大学生交往中的赞美交流艺术	352
第十四章 大学生交往的技巧与方法	356
一 大学生交往的基本原则	356
1 大学生交往的真诚与信任原则	357
2 大学生交往的热情与坦率原则	360
3 大学生交往的理解与互利原则	363
二 大学生交往的有效技巧	367
1 大学生交往的聆听与交流	367
2 大学生交往的容忍与劝说	370
3 大学生交往的自信与帮助	373
三 大学生交往的成功方式	376
1 大学生交往的沙龙与舞会	376



2	大学生交往的游览与联谊	378
3	大学生交往的座谈与招待	380
第十五章 大学生交往的心理训练		382
一	大学生交往的心理素质	382
1	大学生交往的心理角色	383
2	大学生交往的移情宣泄	386
3	大学生交往的心理防卫	389
二	大学生交往的心理测试	391
1	大学生交往的个性测试	392
2	大学生交往的情绪测试	396
3	大学生交往的能力测试	400
三	大学生交往的心理训练	403
1	大学生交往的社会心理训练	403
2	大学生交往的公关能力训练	405
3	大学生交往的短期强化训练	407



第一章

构建友谊的心桥

网络时代提倡交往，互递信息文化时尚。
调适心理提升技艺，增进友谊相得益彰。

友情——大学生生活中的一盏明灯。爱因斯坦曾言：“世间最美好的东西，莫过于有几个头脑和心地都很正直的严正的朋友。”富兰克林则强调：“人与人之间的相互关系中，对人生的幸福最重要的莫过于真实、诚意和廉洁。”由此可见，自我的生存与发展离不开他人的合作。大学生应该与什么样的人交往，怎么样与人交往，如何与人沟通才能得到事半功倍的效果，这正是我们关注的课题。大学生作为新世纪文化新生代，这个社会亚群体具有独特的交往心态。探索与研究大学生交往心理，把握与遵循大学生交往心理，因势利导，循循善诱，使之提升交往素质，增强交往艺术，是培养新世纪有用人才的重要环节。使新世纪大学生的交往心理在探索中推进，在互动中整合，在交往中和谐，在运作中成熟。

一 人际交往的现实背景

自诞生伊始，人和自然界、人之间就结成了一定的关系。而人与人的关系则是一切社会关系的总和。社会关系的内容涵盖广泛，包括生产关系、政治关系、法律关系、道德关系、宗教关系、艺术关系等。这些关系相互作用，纵横交织而



成一张社会关系的网,人到哪里,社会关系便延伸到哪里,失去这张网,“皮之不存,毛将焉附”,人们将找不到可以依赖生存的土壤;离开这张网,人们在社会中所起到的作用将微乎其微,甚至被社会中“看不见的手”的力量所控制、摆布,屈服于社会的自然力量;改变这张网,人类的生活方式也会相应地有所变化。如何正确认知人际交往的背景,对于提高交往的有效性具有积极的意义。

1 经济全球化的交往时代

1992年,中国社会正式宣布:我们要推行社会主义市场经济。

人们开始困惑。他们的困惑不是没有道理的,从搞“产品经济”到搞“商品经济”,从搞“商品经济”到搞“市场经济”,这无疑是一个巨大的经济转型,而社会的经济形态是社会其他方面之本,一动则全动,这样的转变必然对其他方面产生相应的影响。而与此同时,全世界都在发生着变化,经济全球化,知识经济化,贸易一体化,社会的发展不再只是一个国家或者一个地区的问题,而是时时刻刻都有可能牵动全世界任何一个角落的神经末梢。

马克思、恩格斯认为资本主义市场经济条件下的人际关系,是使人和人之间除了赤裸裸的利害关系,除了冷酷无情的“现金交易”,就再也没有任何别的联系了。它把宗教的虔诚、骑士的热忱、小市民的伤感这些情感的神圣激发,淹没在利己主义打算的冰水之中,它把人的尊严变成了交换价值,用一种没有良心的贸易自由代替了无数特许的和自力挣得的自由。总而言之,它用公开的、无耻的、直接的、露骨的剥削代替由宗教幻想和政治幻想掩盖着的剥削。资产阶级抹去了一切向来受人尊崇和令人敬畏的职业灵光。它把医生、律师、教士、诗人和学者变成了由它出钱雇佣的劳动者。资产阶级撕下罩在家庭关系上的温情脉



脉的面纱,把这种关系变成了纯粹的金钱关系。由此可以看出,资本主义市场经济条件下的人际关系是利己主义的,彼此背离的,剥削他人的,以金钱为媒介的。

自古以来,儒家思想教育人们“重义忘利”、“君子不言财”,而中国社会历来都是“重农轻商”,中国人看不起有钱人,更加看不起经商的有钱人,宁与家徒四壁的读书人一起嗅书香,也不愿与腰缠万贯的大财主同室闻铜臭。这些思想在中国人心中根深蒂固,虽然时代已经跨越到了 21 世纪,但社会主义下的市场经济是什么样的,谁也答不上来。“入鲍鱼之肆,久闻不知其臭”,人们唯恐中国社会会“近墨者黑”,搞市场经济久了,也会像资本主义社会人和人之间的关系那样冷漠,不近人情,只知道“Business is business”(生意场上无父子),而根本就忘记了老祖宗留下的“仁义礼智信”。其实需要解释的是,在观念上,我们社会的市场经济不同于资本主义的市场经济。中国实行的是“社会主义的市场经济”,所以它给人际关系带来的影响会与资本主义有所不同。但毋庸讳言,中国社会中的人际关系确实因为市场经济的运行而发生了变化。有人说,在西方社会中争的是权利,而在我们这里却是攀关系、讲交情。每个人都在与他人发生关系,形成了一个纵横交错的关系网络。每个人都是他的人际关系网的中心,中国的社会生活就是在这样的关系网络中进行的。随着市场经济的推行,这些传统的人际关系是否已经发生了改变?中国人是否已经不注重发展人与人之间的“网络”,而是像西方人那样,大家都成为理智的市场主体,在一视同仁的市场上进行冷冰冰的交易?

功利论的解释认为,感情性人际关系在社会上之所以如此重要,在于它能够给关系“结点”上的人带来利益,提供所需要的资源。关系者为了获得利益或资源,经常需要借助感情性人际关系的通道,因而必须建立和维持感情性人际关系。而建立和维持感情性人际关系,就必须向这一关系的对象提供资源。这