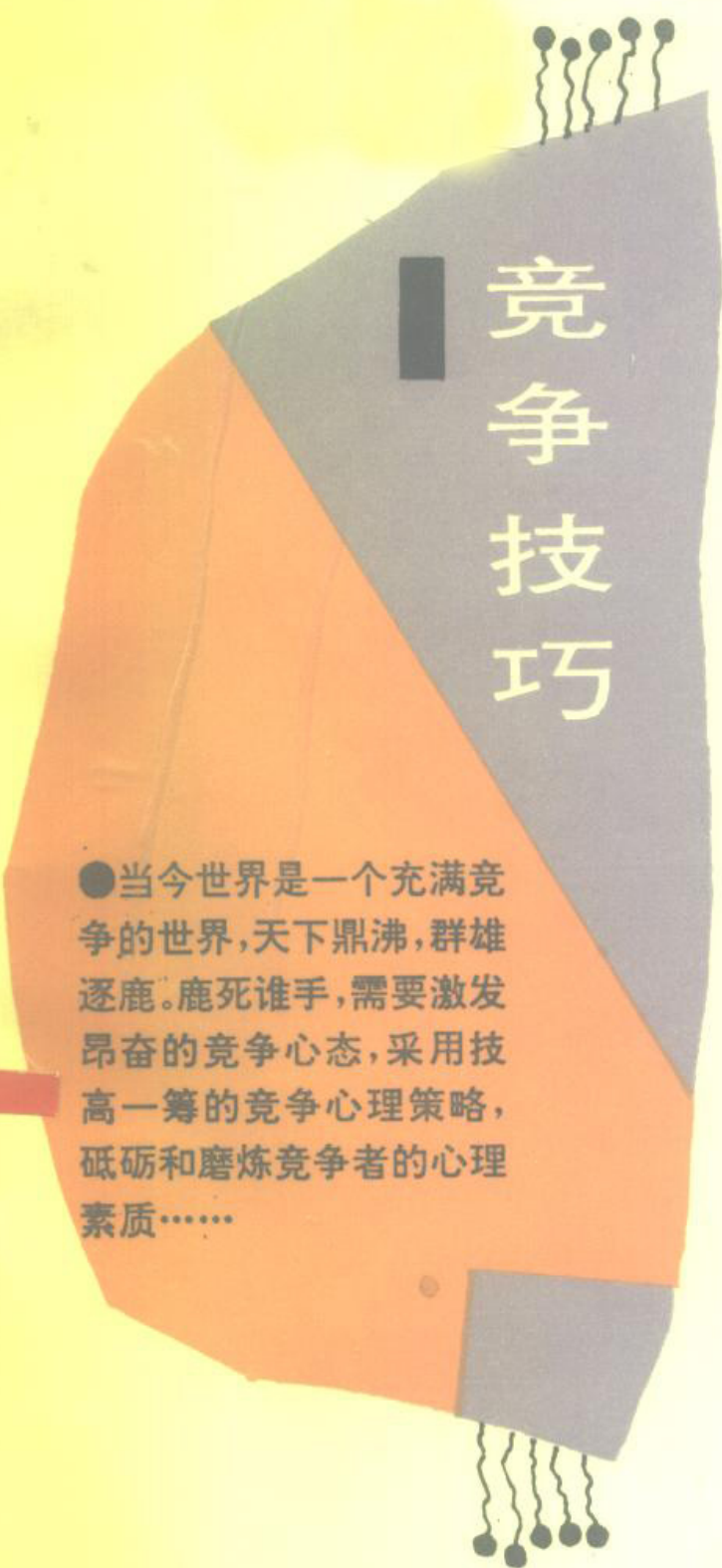




竞争技巧

●当今世界是一个充满竞争的世界,天下鼎沸,群雄逐鹿。鹿死谁手,需要激发昂奋的竞争心态,采用技高一筹的竞争心理策略,砥砺和磨炼竞争者的心理素质……

• 日常生活心理学丛书

竞 争 技 巧

刘红松 著

知 识 出 版 社

北京·1990

日常生活心理学丛书

竞 争 技 巧

刘红松 著

知识出版社出版发行

(北京阜成门北大街17号)

新华书店总店北京发行所经销 文字六〇三厂印刷

开本 787×960 1/32 印张 6.125 字数 104 千字

1990年11月第1版 1990年11月第1次印刷

印数:1—9000

ISBN 7-5015-0440-7/B·39

定价: 2.50 元

(600.411)

内 容 简 介

当今世界是一个充满竞争的世界，天下鼎沸，群雄逐鹿。鹿死谁手，需要激发昂奋的竞争心态，采用技高一筹的竞争心理策略，砥砺和磨炼竞争者的心理素质。

竞争遍布于政治、经济、军事、文化、科技、以及日常生活与学习的各个领域。竞争给现代人普遍造成了心理上的精神紧张，社会的分配不公、主体的攀比失衡、利益冲突导致的妒嫉和攻击行为等等，引发了竞争心理的病态反应。为此，要优化竞争的社会心理环境，锻造有利于竞争的经济机制和文化机制，调适竞争心理的不良反应，使竞争成为人们通向胜利者的阶梯。

《竞争技巧》一书就是从历史和现实的纵向跨度，描述了竞争性的起源与发展，与竞争心理相联系的成就动机、自尊需要、危机与忧患感给人类文明带来的跃迁。记述了当代中国人在改革的大潮中竞争心理的变迁。

前 言

人们所面对的世界，是一个变幻莫测、丰富多彩的世界；人们所处的社会，是一个纷繁复杂、生机勃勃的社会。我们每个人每天生活在其中，与各式各样的人和事发生联系，各自品味着不同的生活感受：有喜、有悲，有欢乐、有忧伤，有顺畅、有曲折，幸福与痛苦交织，明晰与困惑并存。人人都希望自己的日常生活美满、如意，都不希望有欠缺、烦恼。为此而把目光投注于科学，也有的去祈求上帝、神灵的保佑。对于后者，当然不会有丝毫的益助，唯有科学才有可能真正满足人们的美好生活愿望。在这方面，一门十分年青并具有强大生命力的科学——社会心理学正愈来愈大地发挥着它特有的功能。这是由于这门科学自身的性质所决定的。我们知道，人们的日常生活，是整个人类社会生活的一个基本方面，而作为生活主体的人，既是有着生理和心理活动的生命个体，每个人同时又是在一定的社会中生活的，因此人的心理活动也无不具有社会性。以研究人们的社会心理活动为己任的社会心理学，无疑与人们的日常生活息息相关，其研究成果可以在很大的程度上

有效地帮助人们解决日常生活中所遇到的许多问题。正是为了满足人们追求美好的日常生活的热望，我们编辑了一套以社会心理学知识解答人们日常生活中的心理问题的通俗性丛书，以便于广大读者掌握一门驾驭日常生活的心理技术。

这套书总名为《日常生活心理学丛书》，共12本，内容涉及人们日常生活的诸多方面：有关于夫妻、母子、父女、朋友等关系中的心理问题及其调适方法；有关于如何在当今社会激烈的竞争中，或在与他人包括领导、下级、同事等人际交往中应付裕如的心理技术；有能使小孩显得更加活泼可爱，使成年男女增辉添色、更具魅力，使老年人重唤青春光彩的打扮技巧；有对走向现代化社会进程中的中国人种种心理问题的全景式曝光，也有对长期困扰人们的迷信、谎言等现象的心理透视。对于日常生活中存在的心理问题、心理障碍，本丛书并不仅仅限于诊断，同时也提供了有效的治疗方法和技巧。如：不用仪器、无需药物的催眠术，或通过笑的心理疗法来解除烦恼、忧愁等等。

本丛书没有冗长的篇幅（每本书一般都在10万字左右），没有深奥的哲理，没有晦涩难懂的概念。通过作者及编译者的努力，已经尽可能地把社会心理学及其相关学科的知识转换成为通俗易懂的语言，所举的例子大多是你亲身经历过或在你身边发生的事。阅读本丛书，应当说是一件轻松、惬意的事。工作之余或旅行途中，都可以拿出其中的一本

随意翻阅,相信它对你的日常生活会有所裨益。

坦率地说,由于我们的水平有限,本丛书无论在总体设计上,或者书稿内容本身,总难免有这样那样的缺陷和不足,我们诚恳地欢迎广大读者提出批评。

本丛书得以问世,是众多著译者、编辑及出版人员共同努力的结果。我们首先要感谢各位作者、译者,正是由于他们的辛勤劳作,才使我们关于这套丛书的设想变为现实;我们由衷地感谢吴尚之、滕振微、朱建毅这三位责任编辑,他们是在担负着大部头工具书《中国大百科全书·社会学》卷这一繁重的编辑任务的状况下,利用自己的业余时间从事本丛书的文稿编辑加工工作的,尤其是吴尚之同志还协助我们做了不少主编方面的工作。承担封面设计的专家张慈中及胡杰同志,中国大百科全书出版社出版部的徐崇星、社科一部负责人钟国豪、龚莉同志,以及严峻、刘芳等同志,对本丛书的编辑出版都给了不少的支持和帮助,在此一并表示感谢。

吴尚之 滕振微

一九九二年二月

目 录

引言 通向成为胜利者的阶梯	(1)
第一章 竞争的激发	(8)
一、目标制导	(8)
1. “皮格马利翁效应”的遐想	(9)
2. 期望理论与目标管理	(11)
二、压力与竞争	(12)
1. 危机、忧患与发展	(13)
2. “倒转”的 U 型曲线	(16)
三、设置差别境界	(17)
1. 小房子与宫殿的比较	(18)
2. 首钢巨变话承包	(20)
3. 劳动合同制引发的竞争心态	(23)
四、公平与竞争	(24)
五、绩效评价	(28)
六、欲望与激励	(30)
1. “霍桑实验”的启示	(31)
2. “马太效应”与杯和海绵	(36)
第二章 竞争法则	(39)
一、以信制胜	(39)
二、知己知彼	(41)
1. “偷斧头”的思维定势	(42)

2. “水涨船高”的遮障	(43)
3. 反观而求	(44)
三、适应法则	(45)
四、开放心态	(47)
五、洁身自好	(48)
六、超常规思维	(49)
第三章 竞争策略	(51)
一、经营竞争策略	(51)
1. “萝卜白菜,各有所爱”	(52)
2. 捕捉“时尚”的变化	(54)
3. 激发购买欲望	(55)
4. 广告的心理妙用	(58)
5. 价格竞争策略	(62)
二、国际市场竞争策略	(64)
1. 出奇制胜	(64)
2. 行诡道之术	(65)
3. 避实击虚	(68)
4. 战胜不复	(69)
三、谈判策略	(70)
1. 迎合民族心理	(70)
2. 声东击西	(71)
3. “彼竭我盈”	(72)
4. “你们看着办!”	(73)
5. 说服的力量	(74)
四、人才竞争策略	(75)
1. 锻造成才的心理素质	(77)

2. 成才的心理设计	(79)
3. 共生效应	(81)
4. 智力开发的社会工程	(83)
五、体育竞争策略	(88)
1. 先胜而后求战	(89)
2. 朱建华与韦西格的跳高比赛	(90)
3. “不要换”的启示	(91)
4. 示弱的“诱惑”	(92)
5. “板刷头”效应	(93)
六、军事竞争策略	(94)
1. 反推的“心理演习”	(94)
2. 巧用逆反心理	(96)
3. 进入心理的“盲点”	(97)
4. 顺水推舟	(98)
5. 感伤情调刺激	(99)
6. “钢铁棺材”与暗示联想	(101)
第四章 竞争心理的调适	(102)
一、缓解精神紧张	(103)
1. 时代的节拍与心理的代价	(103)
2. 兴趣陶冶	(104)
3. 学会生物调节技术	(105)
4. 频繁紧张与适应性	(107)
5. 中年人的“加减乘除” 与紧张的综合治理	(107)
二、挫折、失落与升华	(108)
1. 挫折感是一种主观体验	(108)

2. 失落感从何而来?	(109)
3. 建构心理防御机制	(112)
4. 激情、宣泄与心理训练	(114)
5. 升华与补偿	(116)
6. 利益的调适	(117)
三、冲突与沟通	(118)
1. 两种冲突观	(119)
2. 鱼或熊掌?	(120)
3. 信息沟通	(122)
4. 调解六法	(124)
四、嫉妒心的矫治	(126)
1. 竞争中滋生嫉妒	(126)
2. 嫉妒心的产生	(127)
3. 嫉妒的后果	(129)
4. 嫉妒心的防治	(131)
五、强化心理承受力	(134)
1. 阈限值与对应性	(134)
2. 小步子原则	(135)
3. 宣传与“期望值效应”	(136)
4. 增加点“透明度”	(137)
第五章 现代竞争性的塑造	(139)
一、现代竞争性与时代发展	(139)
二、现代竞争性的设计	(142)
1. 心理设计论的提出	(142)
2. 竞争人格特质的历史积淀	(144)
3. 现代竞争人格构想	(146)

三、现代竞争性的培植	(150)
1. 闯开竞争激流的心理截门	(150)
2. 文化观念的舆论制衡	(152)
3. 竞争的组织	(153)
4. 竞争机制的物化效应	(155)
第六章 竞争与合作	(159)
一、合作的社会功效	(159)
1. 群居的效用	(159)
2. 走进全球村	(161)
3. 从危机到合作	(162)
4. “尤里卡”计划的诞生	(164)
二、沟通与合作	(167)
1. 氯和钠的化合	(168)
2. 代沟、行沟和位沟	(171)
3. 柏恩的 PAC 分析理论	(173)
三、群体的和谐	(176)
1. 曹刿进谏与“上下同心”	(176)
2. 让非组织群体闪光	(178)
3. P 2—2 组合	(180)
后 记	(182)

引 言

通向成为胜利者的阶梯

竞争，是自然界和人类社会一种恒古的现象。

人类的竞争从蒙昧时代就已经开始，在人类社会生活的每个角落和方方面面都可以看到那有形或无形的竞争。对生产的原材料、生产技术、科技人才以及作为生产结果的产品和利润的争夺，可视为经济竞争；对权力、势力范围，及至意识形态的争夺，属于政治竞争；科学研究、教育发展、艺术创作、体育比赛则是文化竞争；为获得较好的职业、收入、职务、声誉等的争夺，可称为社会地位的竞争；为获得爱情、配偶，赢得人际关系资源的“角逐”，也都属于竞争之列。

不仅人类存在着竞争，而且自然界有生命的机体也存在着生死的搏斗和抗争。林中的树木努力伸展枝叶去争取阳光，以求长得挺直高大；动物拼命奔跑争夺食物，以图繁衍生存。自然界从有机物的感应性发展到多细胞的腔肠动物和节足动物，从鱼类、两栖类、鸟类到高级哺乳动物，从猿猴到人类，其间经过几十亿年的角逐、繁衍，再生和消亡，弱肉强食，优胜劣胜。

正因为竞争,动物得以进化,人类得以发展,社会得以进步。同时,扭曲和变形的竞争也给社会带来了罪恶和灾难,使人们产生了诸多的困惑、迷惘,甚至失落的痛苦。社会发展的历史,印刻着人类竞争的轨迹。

人类竞争的产生有着重要的经济根源和社会根源。在自然经济占统治地位的时代,商品经济很不发达,市场范围狭小。在封建社会的城市里,同行的或手工相近的手工业者组成各种行会,不但阻止外来的手工业者的竞争,而且也限制了本地手工业者相互之间的竞争。当商品经济取代自然经济之后,竞争也得到了飞速的发展。

除了经济的原因之外,人类自身的各种需要也是导致竞争的重要根源之一。需要是人类全部活动的原动因、目的、归宿。它是整个社会进化的“密码表”,社会的发展便是它不断复制和展开的过程。人类的需要从低级层次上升到高级层次,经过了漫长的过程。人类曾有过一个茹毛饮血、刀耕火种的时代,那时的采集与狩猎等,仅仅是为了满足其生存的需要,还没有从意识中把这种行动与安全需要联系起来。只是在农业与畜牧业分离后,一个以人类安全需要为标志的时代终于到来了。

在人类社会的早期,人们为了生存,依靠群体的力量,相互合作,共同对付险象环生的自然界。随着阶级的形成、国家的出现,便产生了维护和谋求国家利益的争斗。这种争斗始终是围绕国家生存、安全

与发展需要而展开的。比如，超级大国出于在国际事务中争当霸主的需要，从意识形态、社会制度的异同寻求合作伙伴，构建自己的同盟。而埃及与以色列、伊朗与伊拉克、伊拉克与科威特，则是通过诉诸武力来解决关系到国家和民族利益的争端。作为一个现代国家，生存与发展的需求是多方面的，谋求国家利益的手段也是多种多样的。政治外交，经济合作，科技、文化的交流，以及军事行动，其出发点和归宿都集中在国家利益的需要上。

对于竞争行为的起源，许多学者围绕“需要”作了大量的探索。英国社会心理学家麦独孤认为，本能是人类所有竞争活动的推动者。他比喻说，人的本能好似钟表的发条和火车的蒸汽机，正如钟表的发条断了或是火车的蒸汽机坏了，它们就会停止活动一样，人若是没了本能，一切行为心理也就将不会产生。麦独孤把人的本能需求划分为 14 种：①逃跑本能——恐惧情绪；②搏击本能——愤怒情绪；③厌恶本能——反感情绪；④亲子本能——柔情；⑤恳求本能——困苦情绪；⑥交配本能——情欲；⑦好奇本能——好奇情绪；⑧屈服本能——服从情绪；⑨自夸本能——得意情绪；⑩好群本能——孤独、寂寞、多愁情绪；⑪猎食本能——食欲；⑫贪得本能——所有感；⑬建造本能——创造欲；⑭哭本能——欢乐情绪。人的这些本能因素，制约着人的竞争行为。

奥地利心理学家弗洛伊德则认为，人类的一切竞争行为都是为了获得性欲的满足。弗洛伊德所谓

的“性”与一般意义上所讲的“性”有所区别。日常生活中一般把“性”与“生殖”视为同义词,而他认为,生殖只是性的一种重要表现。此外,性还有诸种广泛的表现形式,包括机体的某些器官或组织也能因刺激而产生快感,例如接吻、抚摸等等。同时,在性本能后面有一种潜在的“里比多”,它是性本能的能量,驱使人去寻求快感,从而成为生命发展与竞争行为的内驱力和冲动力。

弗洛伊德的弟子、著名心理学家阿德勒把对竞争行为内驱力的解释范围,从生物学领域扩展到社会人类学领域。他认为,人类社会存在着竞争,是因为人生下来就要求高人一等,人总是在有意和无意中比“上下”,比“强弱”和“胜负”。但是,人总有那样那样的缺陷,或生理器官,或精神因素,或文化素养,或出生背景等,都有不尽人意之处。这就使个体在与环境和社会的作用过程中产生一种自卑感。人的竞争成功,就在于他总是力图设法补偿自己的缺陷。他甚至把许多伟人成功的原因解释为一种“过渡补偿”,即一个人通过努力把原来的缺陷方面反而变成优势方面。譬如,著名演说家德谟司尼斯小时候患有口吃症,但由于自卑感的补偿作用,他每天面对大海,口含石子进行苦练,最后终于成为一位大演说家。

社会的变迁,文化的积淀,塑造了不同时代的竞争人格特质。这种嬗变是一股看不见的潜流,是一场静悄悄的革命。在嬗变之中,找不到瀑布似的落差,找不到惊心动魄的突变性转折。每一个人都是

这股潜流中的一滴水珠，又在潜流中洗刷每个人自己的心灵。

竞争人格的嬗变是与人们需要的变化相联系的。人们的需要一方面推动着社会的发展，同时又受社会的制约。需要本身不仅仅受人的意识以及心理和生理的影响，更取决于社会生产的发展状况。比如，原始社会，人们的主要精力都是用于求生存，即满足生存需要；奴隶社会，减少了采集与狩猎的奔波、危险，从而使人们获得安全感，因而人们要求生活有进一步的保障，人生能得到安全；在以封闭的自然经济为基础的封建社会，人们获得了一种稳定感，当人的生存需要和安全需要有一定的满足后，即要求建立家庭、繁衍后代，安居乐业；随着工场手工业和大工业的出现，使人类的需要上升到更高的层次。这时，由于商品经济的竞争，人的自尊需要得到充分展现。随之，人的现代竞争性也开始萌生。

商品经济的运行机制，造就了现代的竞争人格，培植了人类的竞争意识，诸如变革意识、创造精神、开放意识、自由意识、独立意识、自觉的自我意识、“全球”意识等等。

当今世界是一个充满竞争的世界，竞争遍布于政治、经济、军事、文化、科技、教育以及日常生活各个领域。进入 80 年代之后，世界高科技竞争日趋激烈，国际社会逐渐形成了以微电子、信息工程、生物、航天、新能源、新材料为代表的高科技群。高科技正以其巨大的活力改变着传统的社会生产方式和生