

東方處世韜略

——現代人心理實戰700題

暢游情海

戰立克 主編

要目

交往 · 友誼篇
戀愛 · 婚姻篇
家庭 · 社會篇

DONG FANG
CHU SHI TAO LUE

克

王效道

战立克

王效道

汤建南

宗彝

博姑

刘大红

孙秀媛

袁军

梅雨

张维信

王云光

畅游情海

主 编：战立克

责任编辑：王 云

农村读物出版社出版

秦皇岛市卢龙印刷厂印刷

新华书店首都发行所发行

787×1091毫米1/32 9.5印张 208千字

1990年4月第1版 1990年4月卢龙第1次印刷

ISBN 7-5048-1132-7/B·44 定价：4.00元

序

近10年来，心理科学普及工作的发展极为迅速，随之心理学通俗读物也日益增多，其中不乏好。然而，也存在着一个明显的通病，即雷同者居多，具特色者少。这使读者不是感到深奥难懂，就是觉得浅不解“渴”。这就要求我们心理学工作者深入实际搞科研，在实践中出成果、出理论，而不是照搬老套子；在著作风格上也应不拘一格，而避免千篇一律。本书作者们在这方面进行了有益的探索，做出了卓有成效的努力。这在本书中得到了充分体现。战立克同志及本书全体作者均从事心理科学普及工作多年，通过长期合作，共同探讨，汲取国内外大量心理学科普读物成功之处，避开其不足的地方，形成了自己的著作的独特风格。本书集中表现了这一风格。

本书思想活跃，立意新颖。以人生为轴，以思辨性、反思性、知识性为线索，围绕成功之要素，持心理、社会之解剖刀层层剖析，既阐明基本原理，又面对普遍存在的问题进行诱导。

本书理论联系实际，讲究实用。寓深刻理论于现实生活，采用促膝谈心的语气，与读者一起探讨真理，思索人生，追求生活的真善美，使读者在轻松中得到启迪，在亲切中顿获醒悟，从而产生物质文明和精神文明建设的动力。

本书结构合理，查阅方便。全书分14篇，近700题，内

容丰富，条理井然。全书广铺侧面，面面相叠，串成整体，形成一个合理的结构体系，使之具有查阅方便，答疑明确的特点，读者不仅可系统阅读，从中获得多方面的知识，而且能随时根据需要查阅有关章节，以解工作、学习和生活中所遇之疑难。

总之，本书是有志成功者的良师益友，是在通往成功的道路上劈荆斩棘的锋利武器，是达到成功的彼岸的风帆。它对宣传辩证唯物主义世界观，普及心理科学知识，帮助青年进行自我完善，都会起到一定的作用。

全国政协委员
中国社会心理学会副会长
北京师范大学教授

林传鼎

1989年元月24日

畅游情海

1. 交往·友谊篇

1·1 罗宾逊的妙喻——交往的心理要义	(1)
1·2 整合·调节·保健——交往的功能	(3)
1·3 接近和相似——影响人际吸引因素之一	(4)
1·4 互补和报偿——影响人际吸引因素之二	(6)
1·5 才能和仪表——影响人际吸引因素之三	(7)
1·6 受人欢迎的人——“人缘儿”的心理分析	(9)
附：你的人缘自测	(10)
1·7 令人讨厌的人——“嫌弃儿”的心理分析	(15)
附：让人讨厌自测	(16)
1·8 社会交换——交往原则之一	(19)
1·9 心理相容——交往原则之二	(20)
1·10 自我暴露——交往原则之三	(22)
1·11 严己宽人——交往原则之四	(24)
1·12 因人制宜——交往原则之五	(25)
1·13 主题——友谊结构之一	(26)
1·14 旋律——友谊结构之二	(28)
1·15 音符——友谊结构之三	(29)
1·16 益友与损友——友谊的种类	(31)
1·17 知心——友谊的纽带之一	(32)
1·18 知己——友谊的纽带之二	(34)
1·19 知音——友谊的纽带之三	(35)
1·20 道义相砥，过失相规——畏友面谱试析	(37)
1·21 缓急可共，死生可托——密友面谱试析	(38)
1·22 甘言如饴，游戏征逐——昵友面谱试析	(39)
1·23 利则相攘，患则相倾——贼友面谱试析	(41)
1·24 忘年交——友谊模式之一	(42)
1·25 刎颈交——友谊模式之二	(43)
1·26 总角交——友谊模式之三	(45)

1.27	莫逆交——友谊模式之四	(46)
1.28	讲究仪容美——交往艺术之一	(47)
1.29	讲究举止美——交往艺术之二	(49)
1.30	讲究语言美——交往艺术之三	(51)
1.31	讲究会话美——交往艺术之四	(52)
1.32	讲究问候美——交往艺术之五	(54)
1.33	讲究人情美——交往艺术之六	(55)
1.34	顾盼祛场——交往障碍之一	(56)
1.35	自卑自艾——交往障碍之二	(58)
1.36	言语笨拙——交往障碍之三	(59)
1.37	为对方保守秘密——交往道德之一	(61)
1.38	言必信，行必果——交往道德之二	(63)
1.39	不弃旧友——交往道德之三	(65)
1.40	不弃后进——交往道德之四	(66)
1.41	不以亲疏分爱——交往道德之五	(68)
1.42	正确对待荣誉——交往道德之六	(70)
1.43	正确对待恩怨——交往道德之七	(71)
1.44	正确对待小节——交往道德之八	(73)
1.45	不能万能交——交往一忌	(74)
1.46	不能江湖义气——交往二忌	(76)
1.47	摒弃异性意识——男女交往之一	(77)
1.48	公开交往——男女交往之二	(79)
1.49	防止早恋——男女交往之三	(81)
1.50	友情与爱情的泾渭——男女交往之四	(82)
1.51	性报复——男女交往之大忌	(84)
附:	交际能力自测	(88)
附:	交友能力自测	(88)
附:	处世能力自测	(90)

2. 恋爱·婚姻篇

2.1	爱者，情之质也——爱情的机制	(93)
2.2	爱情是性爱与情爱的相嵌——爱情的机制续	(95)
2.3	外在美——异性相吸之一	(97)

2•4	内在美——异性相吸之二	(98)
2•5	性感——异性相吸之三	(101)
1•6	小和尚偏爱“老虎”——情窦初开心理	(102)
2•7	无意识的爱情——初恋心理	(104)
2•8	外在型——择偶向标之一	(106)
2•9	拜物型——择偶向标之二	(107)
2•10	内在型——择偶向标之三	(109)
2•11	完美型——择偶向标之四	(111)
	附：择偶类型心理自测	(113)
2•12	外倾者择偶——青年择偶心态之一	(117)
2•13	内倾者择偶——青年择偶心态之二	(119)
2•14	择偶的力学杠杆——析“男女匹配”	(120)
	附：男女择偶匹配自测	(122)
	附：恋爱观心理自测	(123)
2•15	外部吸引——恋爱三部曲第一曲	(126)
2•16	价值观的肯定——恋爱三部曲第二曲	(128)
2•17	角色的配合——恋爱三部曲第三曲	(130)
2•18	爱情的脚步——恋爱的模式	(132)
2•19	掌握求爱火候——求爱方式之一	(134)
2•20	灵活求爱策略——求爱方式之二	(135)
2•21	讲究求爱艺术——求爱方式之三	(137)
2•22	爱情的源流——理解——爱情要素之一	(138)
2•23	爱情的根系——诚实——爱情要素之二	(140)
2•24	爱情的灵魂——理想——爱情要素之三	(142)
2•25	爱情的基石——尊重——爱情要素之四	(143)
2•26	一厢情愿——恋爱错觉之一	(145)
2•27	一见钟情——恋爱错觉之二	(146)
2•28	情人眼中出西施——恋爱错觉之三	(148)
2•29	过早亲昵——恋爱一忌	(150)
2•30	婚前性关系——恋爱二忌	(151)
2•31	乱赠礼物——恋爱三忌	(153)
2•32	多角恋爱——恋爱四忌	(154)

附：爱情度测量表	(156)
2·33 渴望·隔离——大龄男女心态之一	(158)
2·34 超脱·逆反——大龄男女心态之二	(160)
附：大龄青年恋爱成功率预测	(164)
2·35 失落·羞耻·虚无——失恋心理	(164)
2·36 从情人到眷属——结婚心理	(166)
2·37 奔放——婚后心理四部曲第一曲	(168)
2·38 转移——婚后心理四部曲第二曲	(169)
2·39 负重——婚后心理四部曲第三曲	(170)
2·40 深沉——婚后心理四部曲第四曲	(172)
附：婚姻心理自我测定	(173)
2·41 观念相同——夫妻契合之一	(175)
2·42 感情相合——夫妻契合之二	(177)
2·43 异质整合——夫妻契合之三	(179)
2·44 自我宽容——夫妻契合之四	(181)
2·45 爱的专一——夫妻契合之五	(182)
2·46 性的和谐——夫妻契合之六	(184)
2·47 性猜疑——爱情的害虫	(187)
2·48 性嫉妒——爱情的卫道士	(189)
2·49 不要拴绑死亡的婚姻——离婚心理	(190)
2·50 病树前头万木春——再婚心理	(192)
附：婚姻心理调查检测	(194)

3. 家庭·社会篇

3·1 “家”字为什么这样写——家庭真谛	(214)
3·2 家庭像座楼房——家庭结构	(215)
3·3 “一家客不得三姓”析——家庭结构续篇	(217)
3·4 创造物质与精神财富——家庭职能之一：生产职能	(219)
3·5 满足物质与精神需要——家庭职能之二：消费职能	(220)
3·6 生育必须优生——家庭职能之三：生育职能	(222)
3·7 养老送终，勉往开来——家庭职能之四：赡养职能	(223)
3·8 感情支柱与感情庇护——家庭职能之五：愉快生活职能	(225)
3·9 造就社会合格公民——家庭职能之六：抚养职能	(226)

3·10	优生还须优育——家庭职能之七：教育职能（一）	（ 228 ）
3·11	教育要从“摇篮期”开始——家庭职能之七：教育职能（二）	（ 230 ）
3·12	独生子女的教育——家庭职能之七：教育职能（三）	（ 232 ）
3·13	密可白的快乐与忧愁公式——家庭管理之一：经济管理（一）	（ 234 ）
3·14	统而不死，紧中有活——家庭管理之一：经济管理（二）	（ 235 ）
3·15	民以食为天——家庭管理之二：饮食管理	（ 237 ）
3·16	放置有序，物尽其用——家庭管理之三：物资管理	（ 238 ）
3·17	美化环境，怡情悦性——家庭管理之四：环境管理	（ 239 ）
3·18	谨防万一，安全第一——家庭管理之五：安全管理	（ 241 ）
3·19	填平父子代沟——家庭心理调适之一	（ 242 ）
3·20	填平婆媳代沟——家庭心理调适之二	（ 244 ）
3·21	姑嫂亲，全家和——家庭心理调适之三	（ 246 ）
3·22	家务家务，一家之务——家庭心理调适之四	（ 248 ）
3·23	文化生活，精神食粮——家庭心理调适之五	（ 250 ）
3·24	休养生息，——家庭心理调适之六	（ 251 ）
3·25	有客自远方来，不亦乐乎——家庭心理调适之七	（ 252 ）
	附：家庭职能调适自测	（ 254 ）
3·26	人是社会关系的总和——社会的心理学要义	（ 255 ）
3·27	人生的发展——社会化与人生	（ 256 ）
3·28	男人与女人——社会的特别角色	（ 258 ）
3·29	首因效应——社会认知偏见之一	（ 260 ）
3·30	光晕效应——社会认知偏见之二	（ 262 ）
3·31	刻板效应——社会认知偏见之三	（ 263 ）
3·32	近因效应——社会认知偏见之四	（ 265 ）
3·33	为什么人会言不由衷——社会态度浅谈	（ 266 ）
3·34	近朱者赤，近墨者黑——社会态度的形成与转变	（ 268 ）
3·35	说服宣传者的威信——影响态度转变的客观因素	（ 270 ）
3·36	接受者的心理结构——影响态度转变的主观因素	（ 271 ）
3·37	逆反心理——态度转变的心理抵抗	（ 273 ）

3•38	助长与阻碍——社会对个体活动的影响.....	(274)
3•39	三个皮匠——社会责任依从原则.....	(276)
3•40	三个和尚——社会责任分散原则.....	(278)
3•41	人人为我，我为人人——社会利他行为浅析.....	(279)
3•42	多行不义，必自毙——社会侵犯行为浅析.....	(281)
3•43	人生不能无群——社会群体心理.....	(282)
3•44	人云亦云，随波逐浪——社会从众心理（一）.....	(284)
3•45	从众现象面面观——社会从众心理（二）.....	(285)
3•46	服从不是奴隶主义——社会服从行为浅析.....	(287)
3•47	榜样的力量是无穷的——社会模仿心理浅析.....	(288)
3•48	风靡只能一时——社会流行心理浅析.....	(290)
3•49	一传十，十传百，越传越玄——社会流言心理浅析.....	(291)
3•50	主观意愿的假说——社会暗示心理浅析.....	(294)

交往·友谊篇

1.1 罗宾逊的妙喻

——交往的心理要义

罗伯特·罗宾逊有个妙喻，说：“莎士比亚写完《哈姆雷特》第二场第一行话的时候，他深深地吸了一口气又吐出来，从那时起，风将他呼出的这部分空气同其它空气混合到一起了。而你现在吸入肺部的空气中就包括着莎翁当时呼出的空气的两个分子。”

罗宾逊是英国的化学家，他的这段比喻乍看是对化学道理的阐述，其实是对生活辩证法的一个生动而又深刻的揭示：问题不在于我们吸入的空气中，是否包含着某人呼出的空气，重要的是我们确实生活在互相联结的世界上，你中有我，我中有你，彼此之间都受着密不可分的系统性制约。

植物界有一种众所周知的现象：当某种植物单独生长时，会枯萎、死亡，但当它同另一种植物共同生长时，就会

不长冗枝，挺拔笔直，显得生机勃勃。这种现象，生物学家谓之“共生效应”。人类呢？也一样。独居，孤陋而寡闻，终于窒息；群居，博采而广益，择良友，增智慧，长见识，建友谊，通信息，添能力。

因此，英国文豪萧伯纳说：“倘如你手中有一只苹果，我手中有一只苹果，彼此交换一下，那么你我手中仍各有一只苹果；但倘若你有一种思想，我有一种思想，彼此交换一下，那么，各人将各有两种思想了。”这就是交往的心理真谛。

交往，是人类社会生活的影子。马克思说：“社会是人们交往作用的产物。”的确，人类的社会史，就是一部人与人之间的交往史。在小国寡民时代，人们日出而作，日入而息，封闭、狭隘的单色生活，构成了他们“鸡犬之声相闻，老死不相往来”。祖祖辈辈厮守于方寸之地，父子相传，终身守一业，习一艺，一家门口一个天，人们当然“见闻不出乡里，交往止于四邻”。

今天，现代化的通讯与交通，使“村庄”无限扩大，成了全球性的“地球”村。大洋远隔数万里，可以“千里江陵一日还”，芸芸众生50亿，电钮一按，立即就能近在眼前，彼此“疑义相与析”。地球的这一方到那一方，犹如从一个村庄的东头到西头那么容易、迅速，甚至更容易、更迅速。这就促使我们这一代，必须抛弃传统的垂直交往方式，步入横向网络交往，即全方位、多色彩的开放式交往。

新兴的系统论有这样一个著名定律：“整体大于各孤立部分的总和。”这个定律向人们揭示着：一个系统，一个整体，由于其中各个组成部分的相互联系和作用，使所具有的功能和属性超过各个部分孤立时机械相加的水平。因此，我们必须学会交往，善于交往，不断地增智慧、长见识、添能

力，以适应瞬息万变的社会生活，扬起自己的成功风帆。

1.2 整合·调节·保健

——交往的功能

人们为什么要交往，而且必须交往呢？巴尔扎克有段话说得十分精辟。他说：“精神生活和肉体生活一样，有呼也有吸，灵魂要吸收另一颗灵魂的感觉来充实自己，然后以更丰富的感情送回给人家。人与人之间要没有这点美妙的关系，心就没有了生机。”

是的，社会交往的过程，就是充实自己的灵魂，使自己的心充满生机的过程。因为，人类社会生活的本身是绚丽多彩的，它需要人们变单色调的生活为多色彩的生活，增加求知、审美、娱乐等方面精神生活的色彩。

这个“心的生机”功能怎样发挥呢？心理学家们认为是通过整合、调节与保健等3个方面而实现的。

所谓“整合”，是指以个体为生活与生存单位的人，通过交往的纽带而连结成为社会群体。在社会群体中，各人扮演着各自的社会角色，为着实现共同的目标而殊途同归。

事实告诉我们，社会是个开放性系统，而任何个体或群体，囿于一定的活动圈子，相对地说，都或多或少地存在着闭合性。要打开这种闭合，使之成为正常运转的一环，唯有借助交往；如果缺乏或削弱了交往，或者交往不通畅，则“整合”功能便要受阻。

所谓“调节”，就是协调人与人之间的行为，使之在社会生活中保持平衡，避免产生相互干扰与矛盾冲突。

任何一个企业，其产品之畅销、成本之降低、利润之增多、技术之革新等，都必须从社会上得到信息。这些信息，

领导人还必须在企业内部进行上下左右的沟通，才能引导大家统一步调、集中力量去实现目标。这个从外部得到信息和在内部的沟通，就是通过交往而实现的。如果欠缺交往，沟通阻塞，相互之间便会产生隔阂、误会、矛盾与纠纷，形成不良的群体气氛，群体目标就难以实现。

因此，交往是提供信息，增进了解，调节情绪，增强团结的源泉。

所谓“保健”，就是说交往对个人的身心健康有利。人是社会性的，每个人都有着合群的需要，通过彼此间的相互交往，诉说各人的喜怒哀乐，这样就增进了成员间思想感情的交流，产生一种亲密感，发生相互间的依恋之情，从中吸取力量，保持心理平衡，促进健康。

整合、调节、保健这3个功能，在良好的交往过程中是同时实现的，可谓一箭三雕。

1.3 接近和相似

——影响人际吸引因素之一

人与人之间，在情感上的亲疏和远近的关系，不是等同的，而有着不同的层次。人们虽然在同一社会群体中相处，有的虽互相认识但并不直接打交道，有的只是点头之交，有的甚至势不两立，有的来往密切非常友好，也有的成为心腹之交，这就是人和人之间的心理距离。心理距离越近，人们相互之间越吸引；距离越远，越缺乏吸引力。

在影响人际吸引的众多因素中，接近因素和相似因素的作用是明显的。

所谓“接近”，指的是空间距离。空间距离越小，双方越接近，越容易引为知己。空间的接近，相互接触交往的频

率，相对地说要多些，容易形成共同的经验、话题、感受，所以关系密切，相互吸引力增强。如学习中的同座、邻座，生活中的街坊邻居。

关于接近因素，研究还表明这样3种现象。

一是陌生人交往的早期，空间因素特别重要；

二是当双方第一印象恶劣时，空间越接近，人际反应越消极，成正比例；

三是随着时间的推移，接近因素的作用越来越少，成反比例。

所谓“相似”，包括年龄、性别、社会地位、教育水平、经济收入、职业、籍贯、兴趣、价值观、信念、态度等，其中以信念、态度、价值观为最重要，即所谓“志同道合”。

相似之所以具有较大吸引力，是因为：

第一，相类似的人，如具有相似兴趣爱好的人，多趋于参加类似的社会活动。在共同的活动，交往机会多，接近相悦。

第二，彼此态度一致，情意相投，经过社会比较，相互能正确反应自己的能力、感情和意向，对双方都会产生相当高的社会强化作用，维护和提高双方的自尊，从而增强吸引力。

第三，相类似的人，彼此容易沟通，较少因意见传递困难而造成误会或冲突。即使是初次见面，也会减少陌生感。

对于接近与相似对人际吸引的影响，心理学家纽卡姆做了研究。他以大学生住宿为实验。入舍前测定他们关于政治、经济、审美、社会福利等方面的态度和价值观以及他们的人格特征，然后混合安排宿舍，一起生活4个月，定期测定他们对上述问题的看法和态度，让他们互相评定室内人

员,喜欢谁,不喜欢谁。研究的结论是:在相处的初期,空间距离决定了人们之间的吸引,到了后期彼此间的态度和价值观越是相似的人,相互之间吸引力越大。

1.4 互补和报偿

——影响人际吸引因素之二

所谓“互补”,是指当双方的需要以及对对方的期望,正好成为互补关系时,就会产生强烈的吸引力。

有机化学的创始人维勒和李比希,两人的性格如同水火。李比希激烈、爽朗、勇敢、自信、好奋斗、肯牺牲,是个风风火火的人,是“一团烈火”;而维勒温柔、平和、有耐心、有见识,遇攻击不动声色,显得没有生气,是“一盆冷水”。

这两人长期合作共事,相得益彰,共同对无机化学、有机化学作出贡献,被人们誉为“水火相容”的科学家。李比希在自传中写道:“我有个大运气,即得到一位志趣相投和目标相似的朋友。……我们毫无妒嫉,手携手地努力向前,这一位要行动时,那一位已经准备好了。”

美国民主党总统候选人杜卡基斯和他的夫人凯蒂,个性和背景的歧异,简直令人吃惊。他冷静,她热情;他谨慎,她开放;他在家铜板一个个地存,她在外头大钞一把把地花;他酷爱清洁,案头纤尘不染,她大而化之,桌上废报堆积如山;他是希腊后裔,她是真正的犹太人;听到笑话,他微微一笑,她哈哈大笑。两人性情迥异,情意却相投,伉俪恩爱,形影不离。杜卡基斯竞选总统,凯蒂是他最得力的助选员。

脾气暴躁的人和耐心随和的人成为好朋友,喜欢主动支

配他人者和期望别人支配自己者友好相处，是互补；活泼健谈的人和沉默寡言的人结为金兰，乃至夫妻，是互补。这种彼此特点的取长补短、相互满足的互补心理现象，一般说来，多半发生于友情深厚时，建立于“感情相同、正直无私相同、致力于目标相同、奋斗务实相同”的四相同的基础上的。

所谓“报偿”，与互补相近，是指在人际交往中，双方都要达到一定的目的，满足一定的需要。因此，报偿就成为自觉或不自觉的人际交往的社会动机。

现实生活说明，人们相互交往的频率，往往受预期中的报偿因素所支配。他人若能满足对方的需求，吸引力便增强，否则，吸引力将削弱，直至消失。

当然，这里的“报偿”，并不只是指物质的追求，重要的是指精神上的期望。如在交往中企图得到别人的赞成、同情、安慰、鼓励、怀念等，或自己对别人有所期待，希望他能做出成绩，为集体争得荣誉等，或力求个人的抱负、信念、理想、利他愿望的实现等。

1.5 才能和仪表

——影响人际吸引因素之三

民间流传着这么一句话：愿宁为有能者拎包袱（行李），也不愿给无能者当军师。这句颇具哲理的话，却反映出人们在社会交往中，受着“才能”因素的制约，喜欢同有才能的人交往。

所谓才能，是指能力与特长。一个人在能力与特长方面，如果出众或比较突出，就具有较大的吸引力。因为，有才能的人在观察、分析事物时，往往比较准确，决断比较果