

Ying chou xinlixue

三山 / 编著



# 应酬

## 心理学

大眾文藝出版社

著名心理学家王极盛教授推荐并作序

- 第一印象效应
- 灰色心理效应
- 应酬场合的选择
- 应酬中的自我介绍
- 应酬中的品格 塑造
- 应酬的表演性与随机性

应  
酬  
心  
理  
学

三  
山 / 编著

ying chou xinlixue

大众文艺出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

应酬心理学/三山编著.

—北京:大众文艺出版社,2001.8

(大众心理学丛书)

ISBN 7-80171-021-5

I. 应…

II. 三…

III. 人间交往—社会心理学

IV. C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 057957 号

**应酬心理学**

大众文艺出版社出版发行

(北京朝阳区潘家园东里 21 号 邮编:100021)

保定市印刷厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 8.875 字数 197 千字 插页 2

2001 年 9 月北京第 1 版 2001 年 9 月河北第 1 次印刷

印数:1—10000 册

ISBN 7-80171-021-5/C·5

定价:18.00 元

版权所有,翻版必究。

大众文艺出版社发行部 电话:84040746

北京东城区张自忠路 3 号 邮编:100007 1136 信箱

# 序

王极盛

人类已经跨入了 21 世纪,人类的认识世界和改造世界的能力与 20 世纪前中叶以前相比发生了翻天覆地、革命性的变化,人类心理的飞猛发展是 20 世纪前中叶无法比拟的。现在,人上可九天揽月,也可下五洋捉鳖。现代科技的发展对人类的社会生活发生了革命性的变革。人类的一切物质文明建设的成果与精神文明建设的成果,都是人类心理的“物化”。

人类对自身的认识与对外界的认识差别很大。人类对自身特别是对人的大脑、对人类的心理,认识得很不够。我相信,21 世纪,在人类变革自然与社会的过程中,人类的心理会获得更大的发展,同时人们对人类心理的规律会有进一步的认识,从而更加加速了社会的发展和人类的进步,进一步提高人的生命质量,提高心理生活质量。

21 世纪不仅是知识经济时代,而且必将是创新时代和心理时代。在 21 世纪,心理学、特别是创造心理学、健康心理学和社会心理学,必将获得长足的发展。心理学必将成为 21 世纪的带头学科之一。

在 21 世纪,人的智力大发展,人的智力结构大优化,人的个性大解放,人的创造力大发挥,人的心理健康水平大提高,是 21 世纪人的心理素质五大特征。

同任何事物一样,人的心理活动是有规律的。人类在各个领域的活动都是要受人类心理支配的。因此,在这个意义上,可以

说,凡是有人活动的地方就有心理学。

人们在活动中掌握了心理规律,就能有效地提高工作效率,提高生活质量,从而有益于身心健康;人们在活动中违反心理规律,就要受到惩罚,不仅降低工作效率,而且可能有损身心健康。

改革开放给我国的心理学发展带来了春风。20多年来,我国心理学获得了长足的进步。随着我国社会发展、经济发展与科技发展,随着我国人民物质生活水平和精神生活水平的提高,人们越来越需要心理学,越来越需要心理学书籍的帮助。

人们在生活实践中会遇到这样那样的心理问题,这是很自然的事情。特别是随着社会的变革,竞争愈加激烈,生活节奏加快,人际关系复杂,人们在心理上产生一些暂时不适应的现象,这也是不可避免的。问题的关键在于提高人们的心理素质。心理素质提高了,人们适应社会的能力相应得到提高,人们的心理问题自然减少。怎么提高自身心理素质呢?不断接受教育,不断学习是其中重要的方式之一。从心理学书籍中汲取营养,也是提高心理素质的一种途径。从科学心理学书籍中汲取的营养越多,越有助于提高心理素质、提高生活质量,越有助于心理健康。

由大众文艺出版社推出的《爱情心理学》、《嫉妒心理学》、《逆境心理学》、《应酬心理学》和《崇拜心理学》五本大众喜闻乐见的心理读物,正是适应了人们对心理读物的需要应运而生。我想,读者会从这些书中汲取丰富的心理学营养。掌握人的活动某些心理规律,就能帮助人们适应生活、适应变革,帮助提高自己的生活质量,促进心理健康,促进人际交往、人际关系的成功,促进事业的成功。

是为序。

# 前 言

读书时,我们时时刻刻记住老师和父母的教诲,废寝忘食,如饥似渴地啃书本,学习文化科学知识,以期将来能有一技之长,立足于社会。可当我们面对竞争日益激烈、纷繁芜杂的社会时,却感到无所适从,茫然若失。蓦然回首,原来在学校、在书本上学到的仅仅是一种“硬件”,还有一种与人沟通、交流、合作的“软件”,那就是应酬。

应酬,是现代社会人与人交往的一种沟通艺术,是士农工商处世待人的一种重要的沟通技巧。可以这样说,应酬是每一个人生活中不可缺少的生活哲学。

既然人生活在实实在在的社会中,而不是生活在真空中,就不能不与人进行交往。与人交流又不得不注意人际关系,而应酬则是人际交往的润滑剂。

目前,写人际关系的书可谓汗牛充栋,讲应酬术的著作也日渐其丰,但这些著述绝大多数是从社会学的角度来论述的,而本书最大的特点则是从心理学的角度来洞察应酬。其实,不管怎样注重应酬技巧,其实质也就是抓住对方的心理,这样,你才能在各种各样的应酬活动中应付自如。

应酬心理也许是最微妙最复杂的心理活动。应酬绝不能一味油滑,损人利己,或不择手段。缺乏自信与真诚的人也绝不可能赢得真正的朋友。因此,真诚和自信是应酬取得成功的大前提。当然,话又得说回来,人是社会的人,应酬也是人的社会行为,因而,应酬不可避免地披上“功利”的外衣。满足、应酬、妥协等等心理,是人生有需求的具体体现。在应酬中适当满足他人,是应酬

成功的法宝。但是,给应酬心理加上过多的“功利性”砝码,就会走向人际交往的误区。

当今社会是一个瞬息万变、竞争激烈的社会。物竞天择,适者生存的自然法则,必然会迫使人们为成功而奋斗,为人生而规划。在应酬活动中,光凭满腔的热情不一定能取得成功。应酬时把握一定的应酬知识和应酬技巧是必要的。虽然应酬会因人、因时、因地、因事而异,但毕竟有它的自然规律,这就是前人在社会实践中,不断积累出的有关应酬方面的经验和技巧。善用应酬技巧,会为你的成功开辟一条捷径。

最后,希望你读完本书,能对应酬的学问产生浓厚的兴趣,从而使你的事业走向成功。

编著者

2001年8月

ying chou xinlixue

ying chou xinlixue

ying chou xinlixue

ying chou xinlixue

ying chou xinlixue

策划人：章 蓉

# 目 录



序 / 1

前言 / 1

## 第一章

## 应酬心理概论

应酬，是当今社会的人与人交往的一种沟通艺术，是在生活中处世待人的一种重要的沟通技巧，懂得应酬心理，并给你的人际交往抹一剂润滑剂。

### 应酬的心理因素 3

应酬心理的界定 / 3

应酬的原因 / 4

应酬心理的几种理论 / 7

### 应酬的行为与动机 9

应酬是自己行为目标的实现 / 15

应酬的类型 / 24

## 第二章

## 应酬的基本心理特点

应酬作为一种社会现象，它首先是具体的，而不是抽象的；是

特殊的,而不是一般的。但是,应酬的动机、目的乃至决定采取哪一种应付对象的办法,都是受心理支配的。从这一意义上说,应酬心理具有明显的心理特征。

---

|             |    |
|-------------|----|
| 应酬的满足性      | 31 |
| 应酬的互酬性      | 33 |
| 应酬的妥协性      | 38 |
| 应酬的保护性与长远性  | 40 |
| 应酬的亲切性      | 43 |
| 应酬的表演性与随机性  | 46 |
| 应酬中的自信与真诚心理 | 56 |



## 应酬心理效应

---

在特定的情绪、环境或其他条件下,作为主体的人,在心理的行为上,便会具有规律性和一般概括性的反应。在现代社会纷繁复杂的人际关系中,这些反应也随着客观事物的变化和人的情绪的变化而变化,即产生了应酬心理效应。

在一定的环境、心境下,在主客观高度结合中,这种效应便会有释放的可能。

---

|        |    |
|--------|----|
| 第一印象效应 | 63 |
| 定势心理效应 | 66 |
| 推理效应   | 69 |
| 互补心理效应 | 70 |
| 吸引效应   | 75 |
| 需求心理效应 | 78 |
| 灰色心理效应 | 82 |

2011/08

晕轮效应 [89]

社会助长心理效应 [93]



## 应酬对象心理特征

根据对方的情绪变化和心理变化，我们要善于在瞬间迅速地改变自己说话的态度，调整自己的情绪，或者另换话题，变换表达方式，这样才能有效地控制场面，避免陷于被动局面，变不利因素为有利因素，掌握主动。

对应酬对象的个性气质、倾向的把握特征 [99]

应酬要因应酬对象脾性不同而异 [102]

应酬要因应酬对象年龄不同而异 [104]

年轻人的应酬心理特征/106

中年人的应酬心理特征/109

老年人的心理特征/110

对应酬对象的亲和性特征 [113]

应酬对象的信息传递特征/118

眼睛的传递作用 [120]

手、足的心理传递特征/121

应酬对象的应酬态度/123

应酬对象所流露出的性格和心声 [126]

不同性别、职业、阶层的人的应酬心理特征 [129]

男性的应酬心理特征/129

女性的应酬心理特征/131

不同职业的应酬心理特征/133

不同阶层的应酬心理特征/134

情境、空间与应酬对象心理 [135]

- 应酬的距离和位置/136  
应酬场合的选择/138  
应酬势力范围/141  
不同情景中的应酬特征/144



## 应酬心理障碍

面对平凡而复杂的应酬场面，你是怎样将形形色色的对手攻克的，认识自我，克服应酬中心理障碍的沙漠，前面就是阳光大道。

- |          |     |
|----------|-----|
| 应酬中的焦虑心理 | 149 |
| 应酬中的羞怯心理 | 153 |
| 应酬中的猜疑心理 | 157 |
| 应酬中的孤独心理 | 160 |
| 应酬中的世故心理 | 163 |
| 应酬中的自大心理 | 165 |
| 应酬中的偏狭心理 | 168 |



## 应酬技巧

所谓“磨刀不误砍柴功”，当你具备了一定的应酬技能以后，你就可以随心所欲地“砍柴”了。

- |            |     |
|------------|-----|
| 应酬中自我形象塑造  | 175 |
| 应酬中的自我心理把握 | 187 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 应酬中的语言交流       | 190 |
| 应酬中非方式的运用      | 195 |
| 应酬中忍耐宽容与“防守反击” | 199 |
| 应酬中如何恭维别人      | 200 |
| 应酬中说服别人的心理     | 203 |
| 扩大自己的应酬空间      | 206 |
| 应酬中的自我介绍       | 209 |
| 应酬中的“其他感官”效应   | 212 |
| 应酬场面的控制        | 214 |
| 自信在应酬心理中的作用    | 216 |
| 应酬中的禁忌         | 219 |
| 应酬切勿耍阴谋        | 219 |
| 应酬中切记勿锋芒毕露     | 220 |
| 应酬中不要自以为是      | 222 |
| 应酬斗智勿力         | 224 |



## 不同民族的应酬心理

随着人们视野的开阔和交游的日趋广泛，如何同外国人进行应酬也提到了许多人的议事日程上来。因此，了解各民族的应酬心理及应酬礼仪显得极为重要。

|             |     |
|-------------|-----|
| 欧美应酬礼仪与心理   | 229 |
| 亚洲应酬礼仪与心理   | 235 |
| 大洋洲应酬礼仪与心理  | 242 |
| 拉丁美洲应酬礼仪与心理 | 244 |
| 非洲、中东应酬礼仪心理 | 244 |
| 西方的节假日      | 247 |



## 人格魅力与应酬心理

---

“万事人为本”当你在应酬交往中充分施展自身的人格力量，你就等于成功了一半。

---

应酬中的品格塑造 253

应酬的幽默力量 255

应酬中的勇气力量 258

应酬中的友情力量 260



## 21 世纪人类应酬心理展望

---

现代化的社会，现代化的生活方式，呼唤着人们应该具备良好的应酬心理，努力做一个现代化的成功应酬者。

---

应酬是恢复人与人之间正常关系的纽带 266

知识在 21 世纪应酬中的日益重要性 269

参考书目 / 271

# 第

# 一章

## 应酬心理概论

应酬，是当今社会的人与人交往的一种沟通艺术，是在生活中处世待人的一种重要的沟通技巧，懂得应酬心理，并给你的人际交往抹一剂润滑剂。

应酬心理学

Y · I · N · G · C · H · O · U · X · I · N · L · I · X · U · E

# 原书空白页

孤独是人的朋友,又是人最大的敌人之一。人有时需要独处,来净化自己的思想、心灵。回味自己的过去,反思自己的行为,思考自己的未来。但是,一个长期生活在独室的人更容易导致精神失常,甚至忧郁而亡。对于许多人来说,离开所熟悉的人与环境是一件痛苦的事情。一个来到陌生国度的人。四顾人海茫茫,却仿佛是生活在一个孤岛上,对身心都是巨大的考验。

现实生活中的人,看上去似乎都是独立的、具体的,人与人之间并不相干。但人是一种社会动物,不可避免地与人应酬,或生人、或同事、或朋友、或上级、或下级、或家人。他们都从属于不同的社会群体。

为了满足某种心理需要,人们获取某些利益日渐丰盈。怎样迫使自己进行应酬较量,与应酬比赛,是伟大智慧的天才体现。具有不同目的、不同动机、不同个性、不同气质、不同感情的人,进行应酬,其行为和方法是千变万化无规律可循的。

## 应酬的心理因素

### 应酬心理的界定

应酬在现实生活中起着举足轻重的作用,与朋友聚会是应酬,参加会议是应酬,出入酒会,各种宴会、舞会同样是应酬,漫