

人情消费能不能不那么累？

人情消费是在日常生活中人与人之间人情往来的费用支出,它具有加深情感和促进交往的功能。随着人们的生活水平不断提高,人情消费也在不断升格,不知不觉间,人情消费已经成为一个沉重的负担。要怎样把握个中尺度,让人情消费为生活加分,让自己和他人在人际互动中更自如,考验的是现代人的智慧。

【事件回放】

中国青年报社会调查中心通过题客调查网和新浪网,发起的一项题为“你为人情消费所累吗”的调查显示(5795人参加),多数人每年在人情消费上花费1000元~6000元之间(64.4%),但超过6000元的也占到近两成(19.1%)。53.2%的受访者感觉人情消费负担重。

来自四川的谢先生在国有企业上班,年工资5万元左右。一年下来,他在人情消费方面要花到5000元,而且集中在春节前后两个月。“现在人们的人情消费越来越多。比如结婚的礼金就从50元涨到200元,又涨到三四百元,几乎翻了好几倍。”

(来源:《中国青年报》)



适当的人情消费给生活增添美好

人情来自于人与人之间的关系和互动模式,其中包括很大程度的相互依赖的社会关系。这类社会关系主要有父母、朋友、老师、伴侣、同事等等。社会心理学研究过人们身处的这种社会关系,并提出了相互依赖理论。关于这一理论,国家二级心理咨询师廖丽娟解释说:“我们和我们的社会关系往往存在着互动模式。在互动的过程中存在我们付出和得到的

结果,换言之就是回报和成本。我们与人互动的时候,总是试图让自己的回报最大化,付出的成本最小化。但是因为这是每一个人的期待,于是就会形成回报和成本之间的互惠原则。人们常常在很小的时候就学会了这种互惠原则——应该回报那些给我们好处的人。如果有人帮助我们,或者可能帮助到我们,我们就认为有义务去帮助他。如果我们请人吃饭,我

们期望对方会明白礼尚往来的道理。这样的期望未必是清晰的意识和动机,但往往是彼此都心知肚明的。”

“适当的人情消费可以很美好。”廖丽娟说起了自己的经历,“我高中时有一位好朋友,当时我住在县城,她家就在县城,周末时,她经常会在家里烧点菜拿来给我吃,帮我补充营养,我问她,为什么对我这么好,她说:‘就希望看到你吃得健康,然后可以得到更高的名次。因为我学习不好,你就帮助我完成这个心愿,考一所很好的大学!’这个朋友是我一辈子的亲人!”

从众心理让人情消费成为压力

人情本来的含义就是在社会关系彼此互动中的一种付出和回报的具体形式或者载体,很符合人与人之间交往和关系亲密性的建立。是什么使得人情消费的支出越来越高,令人烦恼不已呢?影响的因素有很多。

有些烦恼来自于互相之间的比较,在所有人际互动的回报类型中,只有金钱是可以直接比较的,也可以清晰衡量——亲戚的孩子满月酒选在高档的饭店,自己家孩子的满月酒要是选个低档的饭店,花的钱比较少就会觉得没面子。

有些压力因从众而产生。社会心理学的研

究发现,在相对集体主义文化特征的国家,人们更容易发生从众,而在个人主义文化特征的国家,虽然也会有很多从众行为,但在个体相对成熟的情况下,就不容易发生从众。人情消费高,从积极方面来看,反映出人们的物质相对宽裕,也希望通过更多的投入在人际关系中获得更多的回报。但是客观上来说,的确会给那些比较容易从众的人带来压力。廖丽娟举例分析道:“一个单位给结婚的同事包的红包中,往往是领导给的多一些,其他同事都一个标准,这样的好处是省心,但同等数额的开支,对于工作业绩好、收入高一些的人来说不是负担,对于刚刚工作

在大系统中付出和回报让自己更自如

人情消费不可避免,如何让它为生活加分,而不是成为沉重的负担?廖丽娟给出了一些建议。

如果你总在抱怨要送的人情太多,那么,真的每一笔支出都无可避免吗?如果希望系统改变,是否先从自己这个小系统的改变开始?根据自己的情况、自己的期待,送你认为合适的礼物就可以。“比如,我们大学时一个宿舍的8位同学就约好,结婚、生孩子等情况下,彼此不要送红包……这样的感情就很轻松啊。”

有意识地增大付出和回报之间的系统,可以让我们在人情消费中更自如。“有时候,我们收到一个人的礼物,或者得到了一个人的帮助,会想着要尽快回报给这个人,这样才比较轻松。但是,我个人的建议是,增大这个付出和回报的系统。具体说就是,我得到过很多朋友的帮助,往往不会立刻就回报对方,因为我知道如果我的朋友(未必是这些朋友)需要得到我的帮助时,我也会尽力的,尽力的程度不取决于对方是否回报。用自己得到的帮助,让自己成长,通过

不久、收入还低,或者家庭开销本来就大的人来说,就可能是个负担。所以,送礼用平均主义或者一刀切的集体标准,往往容易滋生出更高的人情消费。全是一刀切,就容易忽略付出者的情况,那种强大的集体压力也让其中的个体没有勇气根据自己的情况来进行付出与回报之间的互动。”

此外,当人情消费包括了职业生涯的投资和社会地位的获得等内容时,就更容易滋生出较高的人情消费,因为付出者得到的回报可能更大。“比如,有人每年春节时给领导的孩子送个超大的红包,他期待的回报是可以获得职位的升迁。”廖丽娟说,“从某个角度看,这也是一种成本和回报之间的平衡,但是这个部分也计算进人情消费的话,这笔开支一定会变得很高。”

自己的成长来帮助其他的人。这就是大系统的付出和回报,不一定要在对象上一对一。”

社会心理学家总结了社会互动过程中的回报类型:爱、金钱、地位、信息、物品和服务。在可以的情况下,减少可比较的红包,花心思去准备一些其他类型的礼物,可以让自己和对方在人情消费中都更加轻松和愉悦。比如,朋友生日,送上你亲手制作的蛋糕,会比送一个红包更有意义。

廖丽娟最后提醒说:“不要活在与他人的比较中,要知道幸福感来自于我们需要面对的真实的生活情境。”

(据《新民晚报》)

心 情 告 白

随便看看



有时候逛商店,经常是我刚刚进店,售货小姐立马站起来,向我走过来。我会说:你忙你忙,我只是随便看看。倘若售货小姐非要跟着我说:“大哥,这件风衣是新到的款式,你可以试试,不买不要紧……”我立刻退出店来。

在欧洲也会碰到这种人盯人的事情,我会摇摇手说:just looking!

我的策略是:“敌进我退,敌疲我扰”。

其实也难怪售货小姐,她没念过心理学,她怎么判断来客就是冲着他们店里来的,就喜欢有人对她作详细介绍?还是像我这样走过路过随便看看的?这就是心理较量。

经验告诉我们:售货员碰到随便看看的顾客,不可轻举妄动,一旦热情过了头,顾客就会陷入买也不是,不买也不是的窘境。也许他会把商品买走,但是这样的购物环境她下一次不想再来领教了。商家可能会失去一位或者一群顾客。这时候她们最好沉默是金,最好你在肚子里默默揣摩顾客的心理,最好把打篮球的那套战术收起来。

我很欣赏随便看看的状态。逛商店一定不是为了购物吗?不仅仅,观赏也是购物的重要部分,起码是开眼界、识时尚。

我觉得很奇怪:凡是我一本正经奔着某样商品而去的,往往空手而归。随便看看,声东击西,倒买成了一样商品。比如我跑了好几家商厦,直奔运动品牌楼层想要买一个腰包。结果,要么是没有,要么是横不中意竖不满意,最后败下阵来。我就不想买了,心想现在用的这个腰包还可以用上半年一年的,急什么?就在我后来到商厦随便看看的时候,淘到了我中意的运动型腰包。

在那些人口较少的国家,比如新西兰、澳大利亚,到商店里极少会碰到售货小姐过来人盯人。这倒不是因为她们不想盯,也不是因为她们了解顾客心理,而是那里就业人员稀缺、员工工钱极高。

我最近看到一篇报道,说国外有一家卖文胸的店(不准男士进入),店里干脆一个营业员都没有。顾客进店自己挑,自己试,最后把钱付到账上去就是了。据说生意红火得不得了。那是店主推行真正的“随便”政策,懂得顾客心理的表现,可不是吗?(童孟侯)

