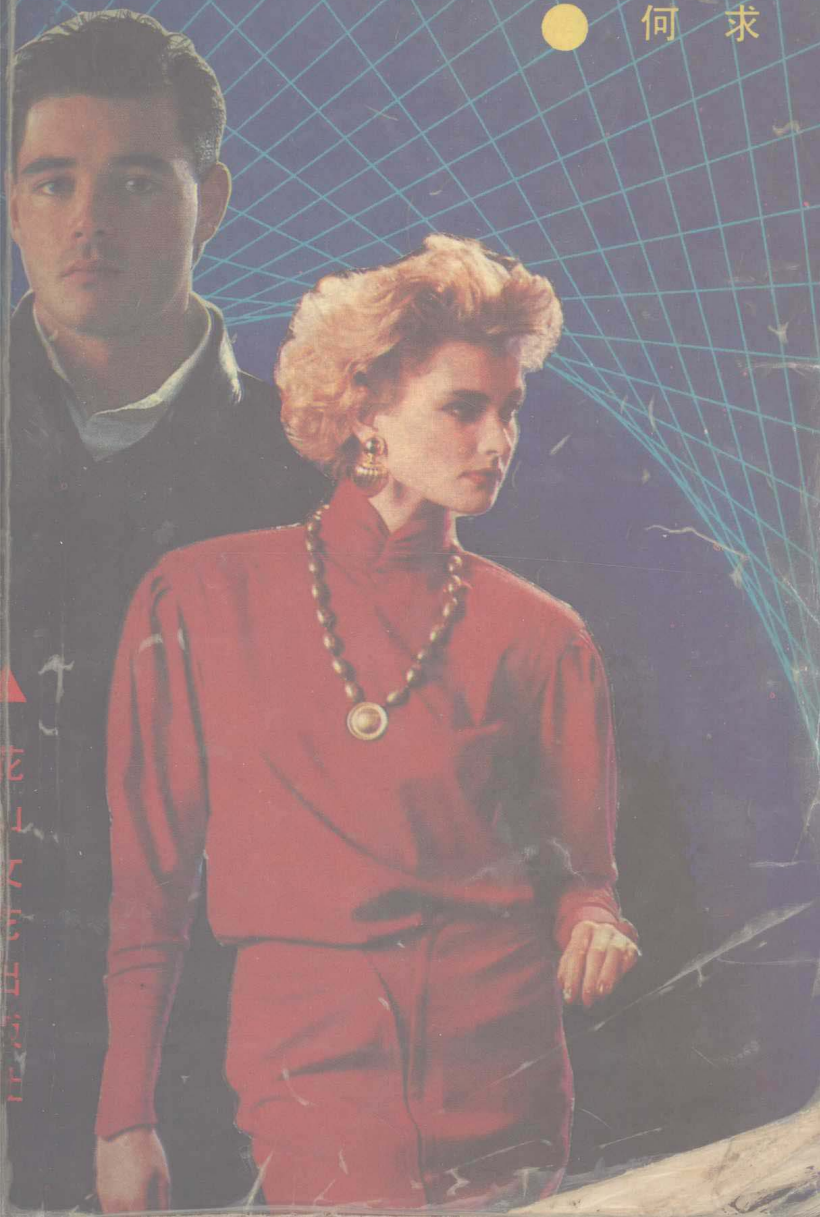


人的魅力



何求



人的魅力

女性魅力和男性魅力

何 求

花山文艺出版社

一九九一年·石家庄

人的魅力

何求

花山文艺出版社出版发行（石家庄市北马路45号）

河北新华印刷一厂印刷 新华书店经销

787×960毫米 1/32 8.75印张 185千字 1991年7月第1版

1991年7月第1次印刷 印数：1—9,000 定价：3.50元

ISBN 7-80505-470-3/G·11

内 容 提 要

谁不希望自己有魅力？什么是魅力？怎样才能有魅力？魅力对一个人将有什么样的神奇作用？本书将通过精辟的分析、大量的例证回答这些问题。本书不但是青年人通向事业、爱情成功之路的钥匙，而且是提高青年人文化素养的良友。

引 言

我将随意之所及，毫
无顾忌，以一种原始的活
力述说自然。

——惠特曼

真正幸福的人，是富有魅力的人。

夏洛克富有金钱，但他并不幸福。当他凭借金钱赋予他的权力，向债务人索取身上的一磅肉时，他的心境是疯狂而绝望的，因为他付出了更为沉重的代价——放弃了拥抱和被拥抱的权利。他成为世界上最贫穷的孤独者。

慈禧富有权势，但她并不幸福。当她乘着腥风血雨登临至高无上的峰巅，俯视着万千骸骨的臣民时，她的心境是恐惧而凄凉的，因为她失落了倩女和少妇的情愫与希冀——被剥夺了施爱和被爱的权利。她成为世界上最可怜的孤独者。

财富和权势的巉岩上，播不下爱的种子，更开不出魅力的花朵。

造物把花朵赠给人类，并没有赋予它附骥攀鸿和趋炎附势的品格。它在一切平凡的土地上开放。《淮南子》云：“美之所在，虽污辱，世不能贱。”信哉！

然而，魅力不是慈善家，它从不施舍。它只属于理应拥有它的人们。古往今来，粗鄙者附庸风雅，强暴者故作仁慈，伪善者对天盟誓，骄狂者偶示虚怀，凡此种种，无外乎想取悦于人，为自己增添几分魅力，以便愚弄他人，扫平通达个人目标的道路上的诸多障碍。这是一种迂回战术，也不乏巧取成功的例子。但是，到头来魅力仍不属于他们。时间的流水冲刷掉矫饰的障眼物之后，剩下的只是赤条条的一个丑陋。

同时，魅力也不是吝啬人，它乐于向一切真诚善良的朋友奉献自己。魅力喜欢在人生之旅中悄悄地选择伴侣，悄悄地附着在意中人身上。中选的机会是不均等的，但中选的可能却都存在着。加强自我认识和自我塑造，会有效地提高中选的机率。

当一个人根据自己的特点和条件自觉地塑造自己时，生命之树就会绽出神奇的花朵。

先哲说过，天底下没有两片完全相同的叶子。那么，有多少具有魅力的人，便有多少种人的魅力了。不过，先哲并没说天底下没有两片近似的叶子，这就给了我们机会，使我们有可能从

近似性的镜子中窥视到自己和自己所熟悉的人的影像。

建筑需要砖瓦，创作需要素材，研究也需要与课题有关的资料。资料越丰富、越确凿，由之而产生的结论就越扎实可靠。我们研究人的魅力，最好是从研究现实生活中的有血有肉的人入手。在本书中，我们将尽量照此去做。但是，完全照此去做却存在难以克服的困难。第一，人的社会交往受主客观多种条件的局限，每个人有每个人所熟悉的特定的人群，要想使所举的例证为每一位读者所熟知，实在是不可能的。第二，作者生活在这热闹而又拥挤的世界的一隅，必受到种种局限，视野实在太窄小了，不可能从身边挑选出诸多种魅力的理想典型。如果硬要坚持从现实生活的真人真事中提取，恐怕连作者和读者的共同语言都丧失了。

怎么办呢？只好求助于文学作品。文学，是人学。文学作品中的人物形象，是作家从其所处的社会生活环境中提炼出来的典型。分析文学作品中的成功的人物形象，也就间接地研究了社会中的现实的人。优秀的文学作品流传久远，其中许多富有魅力的人物形象为万人知。分析这些形象，作者与广大读者能够找到共同的语言，就如同在谈论共同熟悉的朋友一样。个中妙处，可从老人们坐在冬天暖洋洋的日光下论说三国故事的

兴趣中得到启示。所以，本书研究人的魅力准备求助于文学名著，从中选取例证来说明问题。

但要说明一点，文学作品的整体艺术魅力和某个人物形象的生活魅力不是一回事。比如，果戈里的《钦差大臣》作为一篇天才的戏剧作品具有永恒的魅力，但是，任何一位读者和观众也不会因此爱上赫列斯塔科夫，或爱上市长夫人和市长女儿的。这就是二者的区别。本书感兴趣的是文学作品中的具体的人物，把他们作为现实的人的影像来研究，而不打算从文学艺术的角度对整个作品作什么评论。

在此，我想起了海涅的《莎士比亚笔下的少女和妇人》。在那部著作中，作者对四十八个莎剧人物分别进行了解说，似乎从事的是眼下我们正要进行的工作。其实不然，海涅是漫步在文学的殿堂上，用学者的眼光探索艺术的奥秘；而我却跋涉在生活的草莽中，用流浪汉的嘴巴咀嚼所能拾到的浆果。应当说二者有着雅俗之分吧。

沿着这样一条思路前进，犹如走钢丝，随时都有失去平衡跌下去的危险。如果以虚假取代了真实，我就彻底失败了。这是我要随时提醒自己的。

最后，还有一点需要声明的，就是我这里研究的是人的魅力，普天下所有的人在这里都只是研究的对象，他们没有什么尊卑贵贱，从樵夫到

皇帝，从歌女到总统，一律平等。孰先孰后，孰轻孰重，完全根据行文的需要。望读者朋友预先予以谅解。

目 录

引言	(1)
第一章 何谓魅力	(1)
第二章 魅力的价值	(7)
第一节 磁性效应	(8)
第二节 感召效应	(19)
第三节 突破效应	(25)
第三章 魅力的生成与伤损	(34)
第一节 仪容	(35)
第二节 神韵	(43)
第三节 举止	(55)
第四节 谈吐	(63)
第五节 品格	(84)
第六节 智慧	(92)
第四章 性别魅力研究	(102)
第一节 研究的必要性	(102)
第二节 研究的方法	(107)

第五章 女性魅力	(111)
第一节 温淑型	(113)
第二节 纯真型	(121)
第三节 聪慧型	(130)
第四节 才智型	(140)
第五节 沉郁型	(146)
第六节 文静型	(156)
第七节 娇柔型	(161)
第八节 坚忍型	(169)
第九节 刚烈型	(180)
第十节 犷悍型	(188)
第六章 男性魅力	(194)
第一节 潇洒型	(195)
第二节 才智型	(200)
第三节 干练型	(207)
第四节 豪爽型	(214)
第五节 犷悍型	(221)
第六节 刚烈型	(231)
第七节 沉郁型	(239)
第八节 仁义型	(249)
第九节 憨厚型	(257)
第十节 风趣型	(263)
结语	(268)

第一章 何谓魅力

通过我的眼睛，来观
看你自己的造物，站在
我的耳门上，来静听你自
己的永恒的谐音……

——泰戈尔

谈魅力，须先着眼于这个“魅”字。魅者，古代传说中的精怪者也。大凡精怪，几乎都有一种神奇的魔力，为常人所不敌。而且，大凡精怪，几乎都善于迷惑人的神智，使人愕然、痴然，产生追慕爱恋之心，虽身陷险境而不知悔。在德意志民族中长久流传而为大诗人亨利希·海涅的生花妙笔所描绘过的罗累莱，便是“魅”字的一个绝妙的解说。海涅写道：

不知道什么缘故，
我是这样的悲哀；
一个古代的童话，

我总是不能忘怀。

天色晚，空气清冷，
莱茵河静静地流；
落日的光辉
照耀着山头。

那最美丽的少女
坐在上边，神采焕发，
金黄的首饰闪烁，
她梳理金黄的头发。

她用金黄的梳子梳，
还唱着一支歌曲；
这歌曲的声调，
有迷人的魔力。

小船里的船夫
感到狂想的痛苦；
他不看水里的暗礁，
却只是仰望高处。

我知道，最后波浪
吞没了船夫和小船；
罗累莱用她的歌唱

造下了这场灾难。

瞧，这便是“魅”的魔力：诱发人的“狂想的痛苦”，使其置“水里的暗礁”于不顾，甚至造成被波浪吞没的灾难！海涅没有讲，但我们知道，那船夫是不后悔的，他是在幸福中死去的，或者说，他的灵魂追随罗累莱而去了。

其实，我们中国古代的诗人们也喜欢用自己那神奇的笔描写“魅”的神奇的魔力。例如，伟大诗人屈原在《九歌·山鬼》中写道：

若有人兮山之阿，
被薜荔兮带女萝。
既含睇兮又宜笑，
子慕予兮善窈窕。

这里，山鬼（即山魅）也是以美女的形象出现的。在云雾缭绕的深山坳中，这美丽的少女身披香草、菟丝，宛然一副飘逸清丽仪态；她身材苗条，顾盼含笑，显得神采照人而又娴静自然……这样一位绝善绝美的青春女性，深怀着企盼情人的幽怨心情，再衬之以“雷填填兮雨冥冥，猿啾啾兮狢夜鸣”，产生了夺人心魄的魔力。后世才子们写巫山神女，写洛神，写魑魅狐仙，不能不说都受到了屈子的启发。于是，中国古典文学的人

物画廊中，竟为一大批焕发着奇光异彩的可爱的“魅”占据了許多席位。

值得注意的是，在中外古代文苑中，“魅”往往与美同在。“魅”正是以其惊人的美吸引读者的。这是一种无形的魔力。

今天，我们所说的魅力，指的正是这样一种无形的魔力，或者说，是一种无形的吸引力、凝聚力或感召力。这种神奇的力，不乘金马车，不挟权力杖，只依仗一个“美”字而纵横天下。魅力是无法阻抗的，它能超越时间、地域、人种、国界、阶层、营垒和意识形态的樊篱，而作用于全人类，征服千百代、亿万人的心。否则，我们就无法解释现代中国人会为莎士比亚笔下的苔丝德蒙娜叹息，会为列夫·托尔斯泰笔下的安娜·卡列尼娜流泪这种现象了。

正像对美的认识一样，对魅力的认识历来也存在着不同的见解。有的人认为，美和魅力只是客体的一种特质，一种积极的、固有的、客观化的价值，它不依赖主体感觉而存在；这就是说，美和魅力都是客观存在的。有的人认为，美和魅力只是主体的一种感觉，一种“在我们心里引起对愉快关系的知觉的效力或能力”（狄德罗），“与其说是被我们所观察的客体的一种性质，不如说是在观察者身上所发生的一种印象”（斯宾诺莎），美和魅力是主体对客体的知觉，客观上不存在美

和丑，也不存在有无魅力的问题。此外还有第三种见解，那就是美和魅力是主体对具备某些特质的客体的一种感觉和印象。这种说法包括以下两个含义：

第一，美和魅力是主体对客体的一种感觉，一种印象。

第二，这种感觉和印象是以客体的某些特质为对象和基础的。

笔者认为，第三种见解比较全面，比较符合客观实际。首先，脱离了主体的感知，确实无所谓美或丑。脱离了感觉着的人，确实无所谓人的魅力。其次，主体的感知，不是凭空的臆造，不是心中的幻象，而必须在客观世界里确有所由产生的基础，必须在客观上存在具有某种特质的对象。这种特质，足以引起主体感官和心理上的愉悦，足以使作为主体的人称之为美。

根据上述见解应当得出这样的结论：魅力的生成与强化，其决定性的东西乃是足以引起人们感官和心理上的快感和愉悦的某种特质。一个人的自我认知、自我塑造和自觉涵养，就是调动自身的能动性，最大限度地加强这种特质的努力。

魅力不是命中注定的和与生俱来的，而是在先天条件基础上后天努力的结果。这就是说，先天条件、环境影响和自我设计交互作用，才有可能生成各具特色的魅力。一个人姿色好或身材

好，只能说具备了一个好的条件，但还不能产生魅力。因为这只是“形”，而且是未加打磨雕塑的“形”。天生的“形”，不经过保养、锻炼等健美性“雕塑”，还不能成为魅力的构成因素。有了健美的“形”，而没有摄人魂魄的“神”，也不能产生魅力。一个弱智人或痴呆症患者，即使形体再好，也不会有魅力。形神兼备，神是最重要的。神就是一个人的精神状态，它包括人的性格、气质、思想、道德、情操和文化修养等。对于魅力的生成来说，性格、气质是最基本、最稳定的因素，因而也是生成魅力特征和类型的决定性的东西。一般来说，性格、气质的个性特征越鲜明，其魅力也就越巨大。所谓涵养，首先是涵养性格和气质，次而兼及其它。