

同样一句话，不同的人说出来，效果迥然相异；
同样一件事，不同的人做出来，结果千差万别。

如何与陌生人打交道

与陌生人交往的42条心理学原理

何 鑫 / 编著

与人打交道的学问不是一早一晚所能学尽，所以也有赖于经验的积累，
想要改进自己说话和做事的方式，也需要一天天地慢慢来。

——戴尔·卡耐基

了解人际交往背后的心理动机与根源
懂得如何在人际交往中建立威信、施加影响
学会如何洞察他人心理

构建与陌生人共处的策略，学会和陌生人沟通的技巧。

运用不露痕迹的心理战术，
掌握与陌生人交往的基本方法和技巧，
让你拥有超强人气，成为人生的终极赢家。





如何与陌生人打交道

与陌生人交往的42条心理学原理

与人交往的本质就在于了解“他人的心理”，学会从他人的欲求、喜乐出发，满足他人，成就自己。

本书从分析心理入手，以生动的事例加以阐述各种行为、动机、感情等方面的问题，道出了与人交往的心态和处事之道。

书中运用传统心理分析方法去解决人际交往中的冲突和难题，是解决心理问题方法的总结，全书通俗易懂，耐人寻味。

上架建议：人际交往

ISBN 978-7-80255-307-1



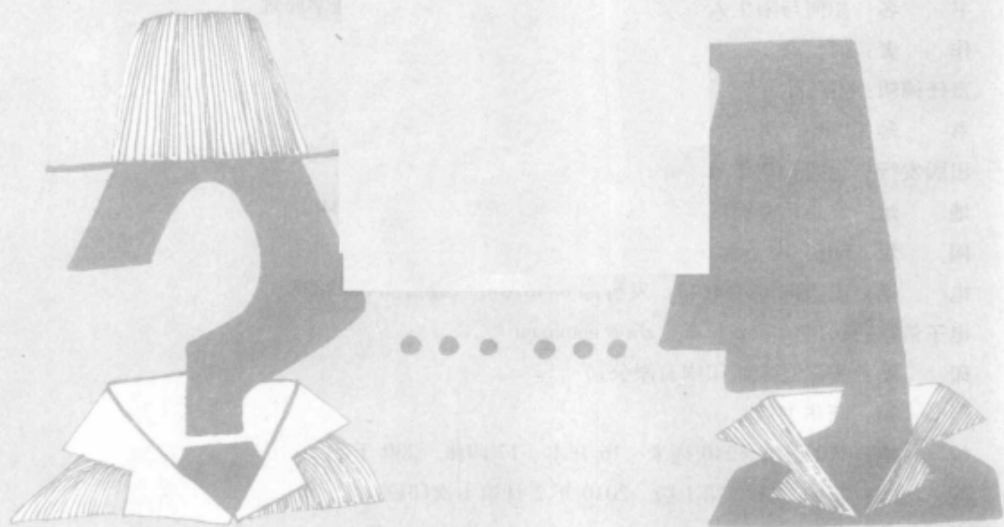
9 787802 553071 >

定价：29.80元

如何与陌生人打交道

与陌生人交往的42条心理学原理

何 鑫 / 编著



企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何与陌生人打交道:与陌生人交往的42条心理学原理/何鑫编著.
-北京:企业管理出版社,2009.10

ISBN 978-7-80255-307-1

I. 如… II. 何… III. 人间交往-社会心理学 IV. C912.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第180949号

书 名: 如何与陌生人打交道:与陌生人交往的42条心理学原理

作 者: 何 鑫

责任编辑: 丕 生

书 号: ISBN 978-7-80255-307-1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 香河县宏润印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170毫米×240毫米 16开本 17印张 230千字

版 次: 2010年1月第1版 2010年2月第1次印刷

定 价: 29.80元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

也许我们从未意识到，在如今的时代，我们的生活、工作、娱乐乃至所有的一切，几乎都是被从未谋面的陌生人影响甚至支配着：我们吃的食品是由陌生人加工的，为自己的身体提供能量；我们每天都在互联网上冲浪，搜索着陌生人传播的信息。我们身处在一个越来越从传统熟人社会走向“陌生人社会”的集合体，家庭的小型化、信息时代的到来，使得社会交往日渐扩大，使得我们的生活和“陌生人”产生着千丝万缕的联系。

有一个事例是：小王谈起了他参加的一个研讨会，开始时研讨会总体气氛比较融洽，但这一切都被一名专家给搅乱了。这位专家在探讨自己涉及的领域时显得十分激动，滔滔不绝，其他与会者发表意见时则遭到他的打断，整个会场只有他一人人口若悬河地发表意见，这引起了大家的不满，研讨会在很尴尬的气氛中草草结束。

还有一个故事是：一把坚实的大锁挂在铁门上，一根铁杆费了九牛二虎之力，却无法将它撬开。一个瘦小的钥匙来了，它把身子钻进锁孔，只轻轻一转，那大锁就“啪”地一声打开了。铁杆奇怪地问：“为什么我费了那么大力气也打不开，而你轻而易举地就把它打开了呢？”钥匙说：“因为我最了解他的心。”

前一个事例告诉我们：作为一个好的聆听者是成为一个成功沟通者重要的特质之一。那位专家就是没有注意双方沟通时“注意倾听”这个细节才引起公众的不满；后一个故事则说明：打开锁其实很容易，只要你有钥匙。人与人沟通不难，要看你如何使用既准确又不失巧妙的方式去沟通。

上述两点只是和陌生人交流中的两个技巧，而将陌生人变为自己的朋友、客户或生意上的伙伴则需要掌握人际交往的心理规则。其实“陌生”就是人际心理的距

离，你越是害怕与陌生人打交道，你的人际交往能力就越差，与别人的人际心理距离就越大。而如果懂得交往之道，生活中碰到的那些陌生人都可能成为一生的朋友，成为人生的一笔财富。

学会与陌生人交往尽管没有一成不变的公式，却有一些行之有效的办法为我们打开彼此心灵的门窗，使我们由陌生到熟识乃至成为朋友。当然与陌生人打交道的学问不是一天就能学尽，而有赖于经验的积累，想要改进自己说话和做事的方式，也需要一天天地慢慢来。同时人的心理在人际交往中的影响力无处不在，但很多人并不了解心理的规则。

针对这一问题，本书总结了很多人际关系心理学原理，以及对应的不同情景从心理学的角度剖析人际交往的真实内涵，以期能帮助大家与陌生人打交道时突破心理压力，洞悉陌生人的真实心理，从而有效地与陌生人建立友谊，优化自己的人际关系。这本书旨在用心理学总结出来的交流利器，将你武装成生活交际中游刃有余的高手。

编者

目 录

CONTENTS

第一章	与陌生人交流的几条锦囊妙计——识心术	1
第一条	首因效应——人最难忘的是第一印象	3
第二条	中心性品质原理——热情是吸引对方的秘密武器	7
第三条	开端决定结果——良好的开端是成功交流的基础	14
第四条	度的艺术——把握好与陌生人说话的分寸	21
第五条	莱斯托夫效应——让最突出的个性成为对方记忆的焦点	24
第二章	几种非当面方式与陌生人交流的技巧	31
第六条	并不平凡的电话——交友中打电话应注意的事项	33
第七条	新时代交友方式——网络交谈与交友的规则	36
第八条	无声的语言——发邮件应注意的规则	43
第九条	如何写信沟通——容易被遗忘的角落	52



第三章 寻找和陌生人的共同点法则	65
第十条 印象整饰法则	67
第十一条 暗示效应，以话试探	72
第十二条 发动自己的思维，揣摩谈话	75
第十三条 7±2 法则，步步深入	84
第四章 幽默是谈话的专业按摩师	91
第十四条 别拿幽默不当素质——把幽默当作一种素养	93
第十五条 谈吐幽默的方法和实用技巧	96
第十六条 面对挫折——其实幽默是一种机制	106
第十七条 请开最安全的玩笑——开玩笑要把握住一定的分寸	118
第十八条 幽默并非神秘来宾——如何变得幽默	124
第五章 细节是谈话的美丽装点——“形”心不离	129
第十九条 尊重是一种品格——学会尊重对方	131
第二十条 保持谦逊，摒弃虚荣心理	134
第二十一条 战胜害羞心理	140
第二十二条 记住对方的名字	145
第二十三条 有效拉近彼此的心理距离	150
第二十四条 反木桶原理——凸显自身特色	154



第六章 与陌生人交流容易被忽视的技巧	163
第二十五条 冷热水效应——抓住别人心里的那根杆秤	165
第二十六条 赞美效应——不要吝啬你的漂亮话	169
第二十七条 紫格尼克效应——你就是未画完的圆	175
第二十八条 移情效应——换位思考的力量	179
第二十九条 谎言也是美——善意的谎言	182
第三十条 你心里有一个阀门——善于调节自己的心理	186
第三十一条 我不是阿Q——自嘲的方式也很好	190
第七章 应避免与陌生人交流的误区	195
第三十二条 你不是大师——批评别人的人不受人欢迎	197
第三十三条 注意他高兴着——别搅了他人的兴致	202
第三十四条 飞镖效应——不知所终容易引起反感	205
第三十五条 不要不敢说真话——坦诚相待是我们的品格	207
第三十六条 如何真正成熟——成熟并不是世故	211
第三十七条 何谓坚持——固执并不与坚持同义	224
第八章 几种与陌生人交流的重要方式	227
第三十八条 与上下级和同事相处的技巧	229
第三十九条 推销的口才技巧	238
第四十条 演讲的口才技巧	244
第四十一条 说服的口才技巧	249
第四十二条 拒绝和争论的口才技巧	255

第一章 与陌生人交流的几条锦囊妙计——识心术……

本章主要内容

- ④ 第一条 首因效应——人最难忘的是第一印象
- ④ 第二条 中心性品质原理——热情是吸引对方的秘密武器
- ④ 第三条 开端决定结果——良好的开端是成功交流的基础
- ④ 第四条 度的艺术——把握好与陌生人说话的分寸
- ④ 第五条 莱斯托夫效应——让最突出的个性成为对方记忆的焦点



第一条

首因效应——人最难忘的是第一印象

一、首因效应

当人们第一次与某物或某人接触时会留下深刻印象，而第一印象作用最强，持续的时间也长，比以后得到的信息对于事物整个印象产生的作用更强。首因效应也叫首次效应、优先效应或“第一印象”效应，是指个体在社会认知过程中，通过“第一印象”最先输入的信息对客体以后的认知产生的影响，也是指最初接触到的信息所形成的印象对我们以后的行为活动和评价的影响，实际上指的就是“第一印象”的影响。

1. 第一印象，是在短时间内以片面的资料为依据形成的印象。

心理学研究发现，与一个人初次会面，45秒钟内就能产生第一印象。这一最先的印象对他人的社会知觉产生较强的影响，并且在对方的头脑中形成并占据着主导地位。某猎聘公司资深顾问就曾经指出：“保持和复现，在很大程度上依赖于有关的心理活动第一次出现时注意和兴趣的强度。”并且这种先入为主的第一印象是人的普遍的主观性倾向，会直接影响到以后的一系列行为。

第一印象效应是一个妇孺皆知的道理，为官者总是很注意烧好上任之初的“三把火”，平民百姓也深知“下马威”的妙用，每个人都力图给别人留下良好的“第一印象”……心理学家认为，第一印象主要是性别、年龄、衣着、姿势、面部表情



等“外部特征”。一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征，不管暴发户怎么刻意修饰自己，举手投足之间都不可能有家子弟的优雅，总会在不经意中“露出马脚”，因为文化的浸染是装不出来的。

但是，“路遥知马力，日久见人心”，仅凭第一印象就妄加判断，“以貌取人”，往往会带来不可弥补的错误！《三国演义》中凤雏庞统当初准备效力东吴，于是去面见孙权。孙权见到庞统相貌丑陋，心中先有几分不喜，又见他傲慢不羁，更觉不快。最后，这位广招人才的孙仲谋竟把与诸葛亮比肩齐名的奇才庞统拒之门外，尽管鲁肃苦言相劝，也无济于事。众所周知，相貌与才华绝无必然联系，但是礼贤下士的孙权尚不能避免这种偏见，可见第一印象的影响之大。第一印象并非总是正确，但却是最鲜明、最牢固的，并且决定着以后双方交往的过程。

实验心理学研究表明，外界信息输入大脑时的顺序，在决定认知效果的作用上是不容忽视的。最先输入的信息作用最大，最后输入的信息也起较大作用。大脑处理信息的这种特点是形成首因效应的内在原因。

2. 首因效应本质上是一种优先效应。

当不同的信息结合在一起的时候，人们总是倾向于重视前面的信息。即使人们同样重视了后面的信息，也会认为后面的信息是非本质的、偶然的，人们也习惯于按照前面的信息解释后面的信息，即使后面的信息与前面的信息不一致，也会屈从于前面的信息，以形成整体一致的印象。在生活节奏如同飞快奔驰的列车的现代社会，很少有人会愿意花更多的时间去了解、证实一个留给他不美好第一印象的人。

首因效应的产生与个体的社会经历、社交经验的丰富程度有关。如果个体的社会经历丰富、社会阅历深厚、社会知识充实，则会将首因效应的作用控制在最低限度；另外，通过学习，在理智的层面上认识首因效应，明确首因效应获得的评价，一般都只是在依据对象的一些表面的非本质的特征基础上而做出的评价，这种评价应当在以后的进一步交往认知中不断地予以修正完善，也就是说，第一印象并不是无法改变，并不是难以改变的。

对于这种因信息输入的顺序而产生的效应的现象，有种种不同的原因解释。一



种解释认为，最先接受的信息所形成的最初印象，构成脑中的核心知识或记忆图式。后输入的其他信息只是被整合到这个记忆图式中去，即这是一种同化模式，后续的信息被同化进了由最先输入的信息所形成的记忆结构中，因此，后续的新的信息也就具有了先前信息的属性痕迹。另一种解释是以注意机制原理为基础的，该解释认为，最先接受的信息没有受到任何干扰地得到了更多的注意，信息加工精细；而后续的信息则易受忽视，信息加工粗略。

二、首因效应案例

美国总统林肯也曾因为相貌偏见拒绝了朋友推荐的一位才识过人的阁员。当朋友愤怒地责怪林肯以貌取人，说任何人都无法为自己的天生脸孔负责时，林肯说：“一个人过了四十岁，就应该为自己的面孔负责。”虽然林肯以貌取人也有其可圈可点之处，我们却不能忽视第一印象的巨大影响作用，因而必须通过提高自身修养来整饰自己的形象，为将来的成功奠定基础，搭好台阶。

三、如何强化自我首因效应

人们通常根据与一个人见面的前几秒钟所得到的印象，快速对他作出判断。如果这个印象很好，那么就会对办事起到促进的作用。否则，只能起到相反的作用。

1. 发挥自己的长处。

如果你发挥自己的长处，别人就会喜欢跟你在一起，并容易同你合作。所以，与人交往，要充满自信，并尽可能地发挥自己的长处。

2. 适应不同的场合。

最懂得与人交往的人，会因场合不同而改变自己的表现。一成不变不会给人留下美好印象。不管是与人亲密地倾谈，还是发表演说，都要在保持自己的同时，因时因地有所变化。但要注意不要给人造成言行不一的不诚实的感觉。

3. 放松心情。



要使别人感到轻松自在，你自己就必须表现得轻松自如。不管遇到什么严重的事情，心理上都要尽量放松。学点幽默，不要总是神色严峻，或做出一副永远苦闷的样子。

4. 善于使用眼神、目光。

不管是跟一个人还是一百个人说话，一定要记住用眼睛望着对方。一进入坐满人的房间时，应自然地举目四顾，微笑着用目光照顾到所有的人。不要避开众人的目光，这会使得你显得轻松自若。办事时给人留下良好的第一印象，是你树立良好的办事形象的前提。

总之，不要怕突然改变自己的性格、不要摆出虚假的姿态，为自己树立良好的第一印象。



第二条

中心性品质原理——热情是吸引对方的秘密武器

一、热情——“中心性品质”

假设有这样两个人：他们都勤奋、实干，有着坚强的性格，做事果断、坚决又不失严谨。在所有人眼中，他们都是极为聪明的人。但他们之间唯一的区别是，其中一位遇人处事极其热情开朗；而另一位却是冷酷、不苟言笑的。那么，你会选择与谁交往？许多人的答案是：愿意与那个热情的人交往！

同时成功的人和失败的人在技术、能力和智慧上的差别通常并不很大，热情的人将更能得偿所愿。一个人能力不足，但是有热情，通常必会胜过能力很强但是欠缺热情的人。

上述两种现象的原因就在于，每个人在人际交往过程中都不自觉地受到“中心性品质原理”这一心理法则的影响，而“热情”恰好是人的中心性品质之一。而人际交往中的心理规则告诉我们，在良好印象的形成过程中，“热情”始终是第一个被对方感知到的品质，保持热情总会让你受益匪浅。

纽约中央铁路公司前总经理佛瑞德瑞克·魏廉生说过：“我愈老愈相信热情是成功的秘诀。”

著名交际沟通大师卡耐基说过，“一个人成功的因素很多，而居于这些因素之首的就是热情。”他在全美国发表的演讲中，在广播中，在与教师的开会中，都一



再提到这一点。他也常常把他所说的话应用在自己的生活中，他的成功也可以说归功于他热情的力量。他所发射出来的热情从一开始就会抓住听众，而且会使听众从头到尾一直全神贯注地聆听他的演说。

卡耐基也把这种热情贯注在他的教学里。他看到听课的人有了进步，就非常兴奋，以至常常在下课之后还不想回家，而和他的同事根据当地的标准，来检查学员的进步情形，直到深夜。

热情不能只是表面功夫，必须发自一个人的内心，若假装也不可能持续多久。产生持久的方法之一是订出一个目标，努力工作去达到这个目标，而在达到这个目标之后，再订出另一目标，再努力去达成。这样做可以使人兴奋并向人提出挑战，如此就可以帮助一个人维持热情于不坠。这样也是保持热情成为中心性品质必备的条件之一。

二、相信热情——它的作用很强大

热情是出自内心的兴奋，这种兴奋散布充满到人的整个身体。英文中的“热情”这个字是由两个希腊字根组成的，一个是“内”，一个是“神”。事实上一个热诚的人，等于是有神在他的内心里。热情也就是内心里的光辉——一种炽热的、精神的特质深存于一个人的内心。

为了验证“热情”是人的中心性品质，1946年，美国心理学家所罗门·阿希做了一个实验。他把被试者分成两组，向他们分别描述同一个人。在第一组中，所罗门·阿希列出这个人的六项品质，包括聪明、熟练、勤奋、热情、实干和谨慎。在第二组中，所罗门·阿希只将这个人品质中的“热情”换成“冷酷”，其他不变。

结果出来了，仅仅一个“热情”与“冷酷”的区别，却引起了两组被试者对这个人完全不同的印象。第一组被试者见到此人时，愿意同其交往，谈得很投机，并且认为他同时具有幽默感等各种优秀品质。第二组被试者则不愿与此人接近，敌视他，讨厌他，同时把自以为是、虚伪、脾气暴躁等各种恶劣品质统统罗列在他“冷酷”的品质之下。