

人人都用 心理学系列

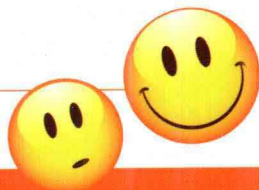
# 如何

邱丽丽 庞建春◎著

# 赢得人心

赢得人心的36条心理学原理

升级版



你相信赢得人心、凝聚人心是你通往成功的必然道路吗？人心是强大的心理力量，掌握这种心理力量的途径唯有：了解并娴熟地运用赢得人心的心理学法则！

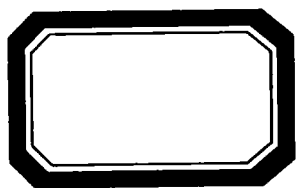
戴尔·卡耐基说：“如果你想赢得人心，首先要让他相信你真诚的朋友。”



机械工业出版社  
China Machine Press

得人心者得天下·失人心者失天下

HOW TO WIN THE HEART AND MIND



学系列

# 如何

邱丽丽 庞建春◎著

# 赢得|人心

## 赢得人心的36条心理学原理

升级版



机械工业出版社  
China Machine Press

本书从社会心理学和人际关系心理学角度阐释了 36 条可以帮助我们赢得人心的心理学原理，展现了人际交往中印象管理、攻心策略等多方面的为人处世方法。

为了提高对读者的实际指导效果，本书既充分阐释了各条人心定律背后有趣的、深刻的心理学原理，同时也指明了在“赢得人心”这一问题上可以产生最大效果的各种行动方式，以及如何规避不利于“赢得人心”的各种负面情况。此外还增加了很多实战的行动技巧，这些技巧可以切切实实让你的行动产生更大成效。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

如何赢得人心：升级版/邱丽丽，庞建春著. —2  
版. —北京：机械工业出版社，2012. 4  
ISBN 978-7-111-37984-3

I. ①如… II. ①邱… ②庞 III. ①心理交往-社  
会心理学-通俗读物 IV. ①C912. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 064725 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：解文涛

责任编辑：解文涛

版式设计：张文贵

责任校对：舒莹

责任印制：杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2012 年 5 月第 2 版·第 1 次印刷

170mm × 242mm · 13 印张 · 1 插页 · 145 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-37984-3

定价：29.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销售一部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售二部：(010) 88379649

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

# 升级版前言

读者朋友，您现在看到的这本书是原书的升级版。这次再版，包括《如何赢得人心》、《如何与陌生人打交道》两本。首先，感谢读者朋友们对这两本书的支持。在过去的几年时间里，这两本书被近十万读者阅读，不少读者也提出了宝贵的修正建议。这些建议涉及增强内容的实用性、提升图书的整体包装水平等。

之所以要刊行升级版，其原因就在于修正这些不足之处，另外也对文中不少事例、知识要点进行与时俱进的调整，以便更符合当下读者面临的各类问题。笔者希望更多的人能够从书中吸收心理的养分或者能量，虽然未必能够做得到这一点，但愿意尽自己最大的努力，尽可能将各类人群面临的人际关系问题进行梳理，并提供相应的解答。

人际关系问题历来是我们面临的重大问题之一，无论是在社会生活中还是在职业生活中，通通如此。笔者关注到，最近一些年里，人际关系问题对每一个人的生活和工作的负面影响，不仅没有减少，反而是越来越激化了。这与生活环境的变化有着紧密的关系。人们的生活似乎正变得越来越数字化和物质化。人们在人际交往中更多的时候也是采用数字化的媒介和物质化的手段。这使人们渐渐远离了真实的社交生活，也在真实的社交生活中竖起了一道物质的“藩篱”。

在这里，笔者引用一项数据。上述两本书第1版出版之后两年，四川大学华西医院心理卫生中心公布了关于社交焦虑障碍的调查研究结果。这项研究历经4年，覆盖了成都几十万大中学生。结果显示，成都地区大中学生社交焦虑障碍总患病率为8.15%。考虑到“社交焦虑障

碍”已经属很严重的程度，那些轻度的心理患者可能更多。这个数字揭示的事实令人震惊。

每一个人都需要学会与社会上各类人等打交道，都需要融入社会生活中，而不应该让自己成为一个社会人格障碍者。事实上，每个人都可能不同程度地患有社交心理疾病，这不是一件好事。唯一能够将这个糟糕局面扭转过来的，就是正视它，学习相关的技能，并努力改善这种局面。

希望我们这两本书能够为此起到一点作用，也希望在这方面有更多的通俗指导读物，供每一个普通读者阅读，并应用于自己的生活。

从严格意义上来说，这两本书并不是就社交生活中的某个主题展开的专题著作，例如，社交恐惧症患者可能需要专门的心理指导，而这两本书并不提供这方面的知识。这两本书是心理学普及性质的，是为普通大众就一般的社交问题需要注意的心理要求、需要掌握的心理方法等进行的系统说明。

我们都是普通人，都不同程度地面临着普通人的社交和一系列相关的人际关系问题，但是，我们也可以经由自身的学习和调整，预防可能出现的问题，创造更好的社交生活，拥有更好的人际关系。

再次向阅读本书的读者朋友致以谢意。

# 前 言

真正能够有所作为的人，通常都能够凝聚人心，这一点我们可以找到无数的事例作充分的证明。

蒙牛前总裁牛根生认为，这个世界不是有钱人的，也不是有权人的，而是有心人的，他提出“经营企业就是经营人心”的观点。

海尔集团首席执行官张瑞敏说过：“人的素质过去是海尔成功的根本，今后我们面临的挑战也是人的素质问题，如何凝聚人心将是企业发展的根本。”

无论是对组织还是对个人来说，如何赢得人心、如何凝聚人心都是生活中的现实问题，是决定组织和个人最终取得成就大小与发展好坏的关键所在。

那么，如何赢得人心呢？“知人心难，赢得人心更难”，这是一句众所周知的话。这是否意味着人心是不可捉摸的呢？

我们知道，人类的行为是受心理支配的。也就是说，每个人处在同一心理状况时，所表现出来的行为虽然各有不同、五花八门，但控制这种行为的心理却是永恒不变的。如同下面的情况。

一个年轻人的毕业生到一家单位工作，刚来的时候他表现得非常积极，打水扫地，节假日主动要求加班，领导布置的任务有些他明明有很大困难，也硬着头皮承揽下来。但久而久之，他开始变得不那么主动起来，最后与单位其他人一样对工作不再那么热情。但让他不解的是，领导对他的负面评价远远超过与他同样消极的同事，换句话说，他过去做的那么多事，几乎都没有获得任何积极的评价。

这样的情况让人不解吗？那类似上面的情况是什么原因造成的？心理学对此的概括便是“近因效应”，即最近的行为会影响到对过去事物的评价，负面的近因行为会否定过去所有的功绩，而正面的近因行为则会改善过去的形象——这就是人际交往中永恒不变的心理规律。

想要赢得人心，就要知道人的心理规律。只有对人的心理规律了如指掌，你才能拿出切实可行的行为来赢得对方的心。

本书阐释了36条可以帮助我们赢得人心的心理学原理，展现了人际交往中印象管理、攻心策略等多方面的人心经营方法。

这并非一本严格意义上的心理学读物，因为从根本上来说，这本书仅仅依据心理学的内在原理作为指导，其目的主要是给我们指明在“赢得人心”这一问题上可以产生最大效果的各种行动方式，以及规避不利于“赢得人心”的各种负面情况。为此，本书在内容中增加了很多实战的行动技巧，这些技巧是可以切切实实让我们的行动产生更大成效的。

天下万物都在变化，唯有人心不变。无论何时何地，当我们想要驾驭自己的关系场，用人际关系来为自己的成功添砖加瓦时，就要熟悉人性，遵循人心定律，最终，我们才能获得我们想要的成功。无论这种成功是人际关系上的还是其他方面的。

# 目 录

## 升级版前言

### 前言

### 第一章 印象管理的 8 大心理原理/1

赢得人心，关键的一步是要做好第一面的印象管理。人们往往喜欢与那些具备热情的品质，外貌靓丽或英俊且能以平等之心待人的人来往。因此，在初次与人交往时，我们应该熟知人心之道，有意识地给对方留下深刻良好的第一印象。

1. 中心性品质原理——用热情来敲开人际关系之门/2
2. 好心情效应——在对的时间遇见对的人/7
3. 光环效应——提升自己的人际吸引力/12
4. 以貌取人定律——让外在美为你的形象加分/18
5. 真诚效应——热情是焦点，但真诚却是最高点/24
6. 平等需求效应——平等是最容易被感知的尊重/30
7. 互惠定律——主动表达好感与兴趣/35
8. 负向原理——莫要留下坏印象/41

### 第二章 待人处世的 7 大心理策略/47

俗话说：人无完人。我们不可能把每件事情都做得十全十美。而一旦我们的错误言行不小心被别人看到，就可以给他留下



难以磨灭的坏印象。这时，抱怨、悔恨已经于事无补，唯一正确的做法是根据对方的心理状况，运用一些心理策略修补这些坏印象。

9. 心理定式效应——偏见是良好印象的敌人/48
10. 海格力斯效应——消除怨恨，才能轻松交流/53
11. 近因效应——最近的行为能够影响以往的评价/59
12. 布朗定律——找到那把能够打开心锁的钥匙/64
13. 态度效应——以德报怨，以德服人/69
14. 心理摆效应——控制好自己的情绪/75
15. 互补吸引定律——利用优势互补形成吸引力/79

### 第三章 赢得人心的关键细节/85

细节决定成败并非是一句空话，特别是在人际交往过程中。一些细节往往能让你赢得人心，当然也能让你失去人心。遵循心理规律，处理好这些细节，你必能扣开对方的心门。

16. 犯错误效应——魅力不在于完美/86
17. 德西效应——酒肉朋友难长久/91
18. 自我暴露原理——人之相知，贵在知心/95
19. 慈悲效应——客观处世者，最得人心/100
20. 归因偏差——别往自己脸上贴金/105
21. PAC 角色分析理论——选对你的角色/109
22. 沉没成本效应——不要对过去的恩怨纠缠不清/113

### 第四章 赢得人心的心理策略/119

每个人都非常关心与自身利益相关的事物。因此，要赢得人

心，我们就需要多做出一些有助于实现他人利益的行为。俗话说，赠人玫瑰，手有余香。帮助他人实现了利益，我们也就开拓了更为宽广的社交之路。

23. 亲社会行为——做事利人，后果利己/120
24. 金鱼缸效应——增加透明度，提升信任度/124
25. 改宗效应——别做人云亦云的好好先生/129
26. 增减原则——从讨厌到喜欢的情感蜕变/135
27. 霍布森效应——给别人真正的选择自由/140
28. 让步策略——用小让步换取大利益/144
29. 延迟满足——让愿望再多飞一会儿/149

## 第五章 驾驭你的关系场/155

一个优秀的人际交往者，往往是对自己关系场驾轻就熟的人。他们深谙人心，懂得如何运用相应的心理法则，使对方掏心掏肺，彼此肝胆相照。

30. 手表效应——坚持原则是交友之本/156
31. 平衡理论——平衡是朋友之间交往的基本准则/161
32. 缄默效应——给他人诉说的机会/167
33. 反馈效应——用反馈来维持互动/172
34. 淬火效应——给双方一些冷静时间/178
35. 超限效应——任何刺激，过犹不及/183
36. 关系场效应——共生共赢，提高凝聚力/188

# 第一章

## 印象管理的 8 大心理原理

赢得人心，关键的一步是要做好第一面的印象管理。人们往往喜欢与那些具备热情的品质，外貌靓丽或英俊且能以平等之心待人的人来往。因此，在初次与人交往时，我们应该熟知人心之道，有意识地给对方留下深刻良好的第一印象。

# 1. 中心性品质原理——用热情来敲开人际关系之门

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。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？

许多人的答案都是：愿意与那个热情的人交往！原因就在于，每个人在人际交往过程中都不知不觉地受到“中心品质原理”这一心理法则的影响，而“热情”恰好是人的中心性品质之一。

## ▶▶ 热情的“中心效应”

热情是良好人际关系的第一要素，在任何时候，保持热情总会让你受益匪浅。

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7项品质，包括聪明、勤奋、热情、实干和谨慎等。在第二组中所罗门·阿希只将这个人的品质中的“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。

阿希最后得出这样的结论：“热情—冷酷”这一对品质是人际交往中的中心性品质。在这对中心品质中，人们对热情的评价总是正面的，而冷酷却陷入无限负面的评价中。

这个实验告诉我们，热情总是让人联想到其他优秀的品质，如有爱心、乐于助人、对生活保持乐观态度、容易接近等，而这些品质几乎都是人们在交往中希望见到的品质。但冷酷恰好与此相反，它容易使人联想到自私、自以为是、孤僻、不易接近、缺乏生活乐趣等，而这些品质无一例外的都是人际交往中不受欢迎的。

换句话说，“热情”并非是一个词，作为最具“中心性品质”的好的一面，它处于中心位置，也具有光环效应，因而它包含了更多有关个人品质的内容，时时刻刻影响着他人对我们的综合判断和评价。

然而，虽然许多人都知道热情的“中心效应”在树立良好印象上的重要性，但还是有许多人不知道该怎样来表达自己的热情。

下面就是一个典型的个案。



### 有人求助

我刚参加工作两年，每当有新同事来或是朋友给我介绍他的朋友时，我总是点点头，然后就没什么话说了。后来，我听说他们都跟别人抱怨说我不热情、清高、不愿理睬人。可是如果让我对一个还不算真正认识的人嘘寒问暖，我真是觉得很虚伪，难以开口。其实，我在我的朋友圈里是一个非常热情的人，并且很幽默。所以，我觉得自己并非一个内向的人，大概是脸皮太薄，与别人初次交往很不好意思。

我现在很想改变一下，跟别人交往时热情一点，不要让人家对我的第一印象下“冷酷”的定义。请问，我该如何表达我的热情呢？

上面案例中主人公的困惑是人际交往中普遍存在的心理问题。解决这一问题首先需要我们对热情的心理学定义有所了解，这是我们找到表

达热情的方法，并最终赢得人心的前提。

所谓热情，是指人们在参与活动或者与他人相处时所表现出来的热烈、积极、主动、友好的情感或态度。

如果你想让自己为对方留下热情的印象，只需要让对方在主观感觉或心理体验上感知到你的特殊方式就可以了。

因此，要想让对方感觉到自己的热情，对自己留下热情的印象，我们就需要在与对方的交往中表达出积极、主动、友好的态度。而这些态度，则主要体现在人们的肢体语言和日常言行之中。

## ▶▶▶ 软化你的肢体语言

一个重要的心理学常识是，我们传递的信息 93% 是通过肢体语言进行的，而且，与口头语言相比，肢体语言往往更具可信度。比如一个人口头上说一件事，而肢体语言却在告诉你完全不同的信息，这时你会更相信肢体语言而不是口头语言，心理学称之为肢体的软化，也叫肢体表现力。对方最容易从肢体语言中感知你是否是真的热情。软化肢体语言的方法主要有以下几种。

### ➔ 握手

握手常被用于双方初次见面或遇到有一段时间没有见面的熟人时。握手只有几秒钟的时间，但这几秒钟的时间却很关键，它直接影响到你留给对方的印象以及对方对你的喜欢程度。握手的方式、握手的轻重、握手时的面部表情等，都在无声地描述着你对别人的态度是热情还是冷淡，是积极还是消极，是尊重别人、坦诚相待，还是居高临下、敷衍了事。

### ➔ 微笑

微笑会产生一种类似于化学能量的良好感觉，会使人感到

放松，这能够改进你在与人交流时给人留下的第一印象。微笑并不意味着你要每时每刻都露出笑脸。但当你遇到认识的人或是愿意与之交往的人时，就要微笑。微笑可以展示你热情开朗的态度。

### ➔ 身子前倾

身子前倾表示你与他距离很近，并且表明你正在认真听对方讲话，并对讲话内容很感兴趣。从对方的心理判断来讲，这是你对他的一种恭维，他会很愿意继续与你交谈。因为，他感觉到了你的热情。

### ➔ 声音——真实

与人交流时，最初的几句话所运用的语调应是沉稳、镇静和强有力的，同时应当高低适度，讲求流利，要有节奏地强调关键词和语句。

### ➔ 眼神交流

有句话叫眉目传情，许多时候，我们的热情都是靠眉目传递给对方的。在对方与你打招呼或提问时，你要热情地注视他的眼睛。当你与对方用眼神交流时，最好中间有简短的间隔。当对方对你微笑时，你一定要微笑；当对方准备说话时，你要重新与其进行眼神交流。

### ➔ 点头

点头是非常简单的一件事，点头表示你在专注地听他说话，并能理解他所谈的内容。它通常发出的是热情的信号，鼓励他人接着谈。

当我们用软化的肢体语言与对方交流时，对方从主观感觉上已经认定你是一个热情的人。但这还不够，我们还需要对方在心理上体验到我们的热情。因此，这就需要一种必需的特殊表达方式：掌握信息传递的

心理规则。

## ▶▶▶ 掌握信息传递的心理规则

我们都有过这样的经历，无论在什么样的情况下，如果有一个人进来喊道：“有好消息！”这时在场的人都会把100%的注意力集中到那个人身上。

---

无论在什么样的情况下，如果有一个人进来喊道：“有好消息！”这时在场的人都会把100%的注意力集中到那个人身上。

---

也就是说，好消息（正面信息）能吸引人的注意力。下面介绍人际交往中存在的三个心理规则，以帮助你将热情在正面信息传递的过程中表现出来。这种正面信息传递的结果，

正是我们所期望的对方在心理上的体验结果。

### ➡ 把你所经历的有趣的、愉快的事传递给你的朋友

尽量要传递好消息，把不愉快的事抛到脑后，传递好消息，不仅能使你充满活力和热情，使你精神振奋，心理映射效应也会让别人感受到这一点。

### ➡ 传递“良好性格”的信息

助人为乐、乐观的生活态度、善于沟通等都是你热情的表现，这些“良好性格”的信息，会让你赢得别人的赞赏。

英国前首相托尼·布莱尔与反对党领袖最大区别之一，就表现在他能够把“良好性格”的信息展示出来。他时进都是笑容满面的，他走路的姿势告诉人们他拥有旺盛的精力，他演讲时语言铿锵有力，手势丰富。他的一切表现都显示出他比反对党的前两位领袖更加热情洋溢。因此，尽管他的政治主张越来越遭到中产阶级的痛恨，但是他的性格却受到人们的普遍喜爱。英国人一致评价他是英国历届最热情的首相之一。

一个充满热情的人很容易把自己的良性情绪（性格的好



消息) 传染给别人, 也容易被他人接纳。因此, 首先让自己变得愉快起来是必要的。

### ➔ 传递“你喜欢别人”的信息

对别人不感兴趣的人, 也很难引起别人对他的兴趣, 更谈不上给别人留下热情的印象了。试着去关注别人, 发现他人身上的优点与长处, 传递出“你喜欢别人”的下面信息, 那么你将会获得这样的结果: 在两个月之内, 你所得到的朋友, 就会比一个要别人对他(她)感兴趣的人, 在两年内所交的朋友还要多。

心理学原理告诉我们, 在人际交往中, 作为中心性品质的“热情”是赢得人心的重要品质之一。通过上述两方面的心理训练, 合理而不夸张地将它表现出来, 是我们塑造自身良好形象的一个保证。

## 2. 好心情效应 ——在对的时间遇见对的人

张小娴说, 在对的时间遇见对的人是一种幸福; 在错的时间遇见对的人是一声叹息。在人际关系中, 结交朋友也需要在对的时间里开始。

什么是对的时间呢? 很简单, 心情愉快的时间。

### ▶▶ 乐于助人的“好心情效应”

有心理学家设计了这样一个实验:

研究人员在一个城市的某些公共电话亭里放了一枚10美分的硬币, 而在另一些电话亭里不放。然后, 研究人员就会在待在电话亭附近等待