

CONTROL  
YOUR MIND  
MANIPULATION



# 心理操纵术

ADMONISH YOUR FRIENDS IN PRIVATE, PRAISE THEM IN PUBLIC

CONTROL YOUR  
MIND

CONTENTED 著  
ISE THE WANTS NO W PUBL

高朋 著  
ISE THEM IN PUBL

ADMONISH YOUR FRIENDS IN PRIVATE, PRAISE THEM IN PUBLIC

如何影响他人,如何说服他人,如何控制他人?

全国百佳图书出版单位

ARTIME

时代出版传媒股份有限公司  
安徽人民出版社

# 心理操纵术

ADMONISH YOUR FRIENDS IN PRIVATE, PRAISE THEM IN PUBLIC

CONTROL YOUR  
MIND

高朋著

ISE THEM IN PUBL

如何影响他人，  
如何说服他人，  
如何控制他人？

全国百佳图书出版单位  
时代出版传媒股份有限公司  
安徽人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

心理操纵术 / 高朋著. -- 合肥: 安徽人民出版社, 2012.11

ISBN 978-7-212-05930-9

I. ①心… II. ①温… III. ①心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 280594 号

## 心理操纵术

作 者 | 高 朋

出 版 人 | 胡正义

选题策划 | 刘一寒

责任编辑 | 王其芳 刘一寒

责任印制 | 刘 银

出 版 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场 8 楼

邮编: 230071

发 行 | 北京时代华文书局有限公司

北京市东城区安定门外大街 138 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267120 010-64267397

印 刷 | 北京正和鼎业印刷技术有限公司

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 700×1000 1/16

印 张 | 16.5

版 次 | 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-212-05930-9

定 价 | 29.80 元

版权所有, 侵权必究

## 前 言

当今社会，人际关系极为复杂，人心有如一团烟雾扑朔迷离，尔虞我诈之人随处可见，如果你没有一套独有的本领，不懂得识人看人，便会被淹没在茫茫人海中，到处碰壁甚至祸从天降，更不要说成为精英人物。

我们通常在与他人打交道时，总是会有意无意地揣摩对方的心思，观察了解对方的为人处世，这样既可以预先做好自我保护，也能更好地处理好彼此之间的关系，这也是心理操纵的主旨所在。在日常生活和工作中，我们只有把人认准、看透，才能择善而从，否恶而改，拨开迷雾见青天，使自己的人生境界越走越开阔。

识人之妙，在于更好地与人交往，更好地与人合作，更好地任用人。老子早在两千多年前就对此一语道破天机：“知人者智。”真正认识一个人、了解一个人，就是一种大智慧、大策略。

做一个识人高手其实很简单，不外乎就是从对方的一言一行、只言片语中读懂其心意，从而见机行事；从对方的一个小习惯、一个小细节识别其才干和为人；从一个眼神、一句话中判断出其中隐含的真实意图和动机，从而绕过人生路途中的诸多弯路，直接寻找捷径，到达成功的彼岸。拥有超人的洞察力，能使一个人在各种场合游刃有余、常胜不败。

而能读懂他人的心理目的还在于得人和用人，所谓得人之道，在于识人，而识人之前，重在观人。观人重在言和行，识人重在德与能，不细观则不能明识，不明识则不能善用。中国历史上的明君唐太宗所说“何代无贤”，非常值得今天的识才用才者深思、借鉴。唐太宗之所以使国势欣欣向荣，出现“贞观之治”，就是因为他知人识人的独到本领。因此，能否

细致入微地观察人，在很大程度上决定着个人的生存。

如何练就一双会识人的“火眼金睛”呢？这需要平时多观察学习，并不断积累经验，以把握住方法和要领，在与他人作简短的接触的时候，能够迅速把握对方的长处和短处，优势和劣势，以便快速而准确地作出判断：此人是否可交、可用、可合作乃至是否可以托付终身。

人与人之间的关系是世上最复杂的关系，而中国人之间的关系更加微妙。本书就是一本社会人际关系心理学应用书，侧重点在人际关系的吸引、驾驭方面。本书共介绍了与我们生活密切相关的十个方面的问题，包括：那些被我们忽视的真相；以心交心、互惠互利；诚信效应；信用是一种财富；人不能孤立地生活；他需要社会；最有效的说话办事操纵术；人人可以修炼的“读心术”；做隐蔽的“操纵者”；操纵别人心理的实用技巧；说服别人很简单；“化敌为友”的绝招。在内容上深入浅出、通俗易懂。更重要的是，这些规则和相应的策略，既可以运用在社会生活中，也可以用在组织管理和业务工作中，无论是与人相处、情感关系还是团队管理、业务销售，都会给你提供有效的帮助。

重新思考生活中被我们忽略的点点滴滴。

学会分析他人的心理之后，更请用真诚的心态，去认真对待出现在你生活中的每一位合作者、每一位朋友。

为了成为更好的自己，努力吧！

## 目录「Contents」

前言 .....	1
<b>第一章 那些被我们忽视的真相 .....</b>	<b>1</b>
◎ 我们都是“迷信的鸽子” /2	
◎ 谁动了我们的口袋 /5	
◎ 眼睛出卖了内心 /8	
◎ 别人的智能取代了你的思维 /10	
◎ 光阴似箭还是度日如年 /13	
◎ 语言也是营造关系网的一道利器 /15	
<b>第二章 以心交心，互惠互利 .....</b>	<b>19</b>
◎ 不能战胜对手，就加入他们 /20	
◎ 施恩是回报率最高的长线投资 /23	
◎ 跷跷板互惠原则：帮助别人，你也能获得快乐 /26	
◎ 利益一致才是真诚合作 /28	
◎ 求人与被人求，是一笔人情债 /31	
◎ 牡丹虽好，还需绿叶扶持 /34	
<b>第三章 诚信效应：信用是一种财富 .....</b>	<b>37</b>
◎ 其实，说假话是一件很累人的事 /38	
◎ 守信或不守信，都是一种习惯 /40	

- ◎ 你必须以诚待人，别人才会以诚相报 /43
- ◎ 拿出真诚友善的心去接纳别人 /46
- ◎ 不要把承诺过的事当做过眼烟云 /50
- ◎ 要想成为富人，必须遵守信用 /53
- ◎ 以诚相待，取信于人 /55
- ◎ 诚信是一种情感的表达 /58

**第四章 人不能孤立地生活，他需要社会 ..... 61**

- ◎ 包容别人的错误术 /62
- ◎ 宽恕原则术 /65
- ◎ 宽容代替指责术 /68
- ◎ 减轻伤痛之宽恕术 /71
- ◎ 难得糊涂术 /73
- ◎ 胸怀大度待人术 /76
- ◎ 抛弃矛盾宽容术 /79
- ◎ 相容心理是一种美德 /81
- ◎ 凡事不必太认真 /83

**第五章 最有效的说话办事操纵术 ..... 85**

- ◎ 怎样说话才能突破他人的心理防线 /86
- ◎ 办事时什么情况应该说什么话 /88
- ◎ 向对方发起心理攻击的有效手段 /90
- ◎ “直言进谏”可取吗 /99
- ◎ 与下属单独谈话，你应该怎么开口 /102
- ◎ 同事提出不合理要求，你会拒绝吗 /106
- ◎ 做全世界最好的倾听者 /109
- ◎ 就他人最在意的事情提问 /111
- ◎ 一定的自我暴露是给人好感的前提 /113
- ◎ 先抑后扬，最容易给人好感 /115

第六章 人人可以修炼的“读心术” .....	117
◎ “神”是人的内在本质 /118	
◎ 学会看破人心 /121	
◎ “穿衣风格”体现个性与品位 /123	
◎ “随身包”解读经济地位 /127	
◎ 手势也是一种语言符号 /131	
◎ 看破常说粗话的人的内在心理 /140	
◎ 察“颜”也可以观“色” /142	
◎ 手之“舞”与足之“蹈” /145	
◎ 预测他人的需求 /147	
◎ 反对意见是金子 /150	
◎ 从小处观察人 /153	
◎ 透过行为的表象 /156	
◎ 是否愿意说“是” /159	
◎ 是否愿意承担责任 /161	
◎ 无意识的小动作 /163	
◎ 暗中试探别人 /166	
第七章 做隐蔽的“操纵者” .....	169
◎ 让他人不知不觉上套 /170	
◎ 巧妙地向他人灌输思想 /172	
◎ 让他人尝到小甜头 /175	
◎ 向对方表示钦佩 /178	
◎ 最能迷惑人的头衔 /181	
◎ 拿自己“开涮” /183	
◎ 牺牲自己的虚荣心 /186	
◎ 归功于他人 /189	
第八章 操纵别人心理的实用技巧 .....	193
◎ 将实物展示于人 /194	



- ◎ 用图画说服人 /196
- ◎ 让故事自己说话 /198
- ◎ 换个角度传达坏消息 /201
- ◎ 让自己表现得笨拙一些 /203
- ◎ 让他人站在聚光灯下——表扬的力量 /206
- ◎ 发威要迅猛有效 /209
- ◎ 守住自己的缄默 /212

**第九章 说服别人很简单 ..... 215**

- ◎ 每个人的欲求不一样 /216
- ◎ 识别对方的真实意图 /218
- ◎ 说服别人，要忌“狂轰滥炸” /220
- ◎ 别让你的劝说收到反效果 /222
- ◎ 好奇心是挠人的小虫子 /224
- ◎ 谈话中，如何扭转乾坤，化劣势为优势 /227
- ◎ 不给对方说“不”的机会 /230
- ◎ 用故事说服人 /233

**第十章 “化敌为友”的绝招 ..... 237**

- ◎ 巧用幽默，化“敌”为友 /238
- ◎ 保护对方的自尊心 /240
- ◎ 显示自己的谦卑 /243
- ◎ 拉近与他人的距离 /245
- ◎ 频繁地出现 /247
- ◎ 以德报怨 /250
- ◎ 问问对方“您的高见是……” /252
- ◎ 尽量避免争辩 /254

# 第一章 那些被我们忽视的真相

为什么说从一出生开始，我们就是“被操纵”的鸽子？

我们为什么会心甘情愿地把口袋里的钱源源不断地掏给商家？

老板、上司在用什么样的方式“操纵”着我们？

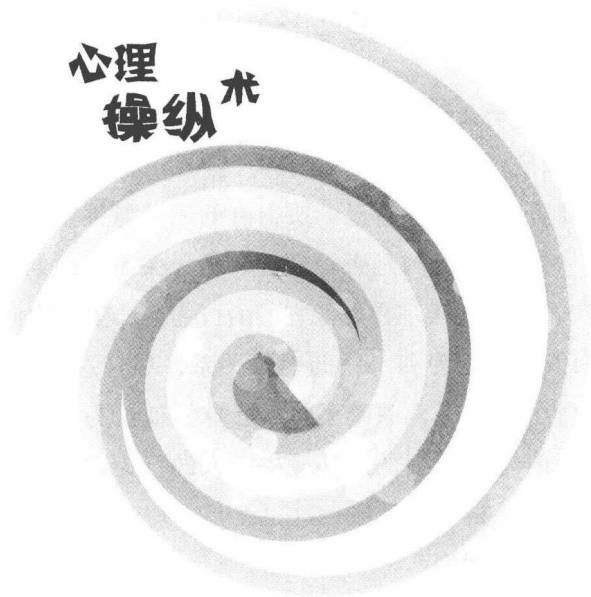
爱情路上，你是永远成不了“公主”的灰姑娘吗？

1999年美国俄亥俄州千年音乐踩踏事件是怎么发生的？

“我们当中的许多人都在我们日常生活的模式中深受影响和操纵，远远超过我们能够意识的程度。”

——凡斯·帕克德《隐蔽的说服者》

心理  
操纵术





## 我们都是“迷信的鸽子”



蜜蜂会跳腰臀舞、环绕舞，你听说过鸽子会跳“食物舞”吗？你听说过鸽子会打乒乓球吗？是的，的确令人难以置信。但这确实是美国著名心理学家斯金纳（B. F. Skinner）的“斯金纳箱”里发生的一切。

斯金纳的实验对象是8只鸽子。首先，连续几天内，他只喂鸽子少量食物，让鸽子保持饥饿状态。接着，他把所有鸽子放进了一只箱子，箱子设置了一个自动分发食物的装置，每隔15秒，箱子都会自动放出食物。此外，他不对鸽子的行为做任何干扰和刺激。也就是说，无论鸽子做什么，每隔15秒，鸽子都会获得一份食物。之后的几天内，他每天都让鸽子在箱子里待几分钟。

一段时间以后，斯金纳发现，在食物发出前，鸽子们都会做出一些特定的古怪行为，像是在表演一种“鸽子食物舞”：有的鸽子会在箱子里逆时针转圈，有的鸽子会反复撞自己的头，有的鸽子像钟摆一样摇着自己的头……事实上，鸽子的行为与是否得到食物毫无关系。但斯金纳发现，鸽子们却“迷信”了，它们表现得好像它们的行为会产生食物似的。

鸽子的行为依据是行为和事物的因果关系，尽管这种关系并不存在。而且据此他还成功地教会了两只鸽子打乒乓球。他认为，人的大部分行为也是经过强化的操作条件反射的。环境决定人的行为，因为，只要人能够控制环境，就能控制人的行为反应，这也就是心理学史上著名的操作主义（Operant Behaviorism）理论。

事实上，从一出生开始，就像这些鸽子一样，人类的行为不断被外界强化。而从人类波澜壮阔的历史里，我们很容易就能寻找到这样的事例：

萨满巫师为人“驱邪治病”时，总是身着盔甲，扎五彩条裙，口中念念有词，连唱带跳，手舞足蹈，人们坚信，那可以驱赶邪恶、治疗疾病；古时大旱，人们总是成群结队地到龙王庙求雨，甚至活祭女子给河神，虽然求雨经常未必“奏效”，但古人对此却深信不疑……

作为现代人，也许我们会对古人的跳大神、念咒语、求雨等行为嗤之以鼻，认为那是古人未开化的表现，对现代人的迷信，我们可能更会觉得那是一种愚蠢、荒唐和软弱的行为，然而，很多微小的迷信行为却时时刻刻在我们身边发生。迷信，无处不在。我们都有着各自的迷信习惯，即使我们在理性上知道，或许这些习惯并不能给我们带来什么，但我们还是会固执地去做。

想一想，我们是不是会习惯性地选择“6”和“8”，而对“4”敬而远之；我们是否会对某种颜色情有独钟，相信它会带来好运；我们是否经常会看看自己的星座运势，分析自己的血型？

你是否注意到，在赌场上，赌徒大赌前坚决不会洗手，因为，他们相信，洗手会把运气也洗掉；你是否注意到，在球场上，足球运动员总会在射点球前做自己的例行公事：或系鞋带，或亲吻足球，或念念有词地祈祷；就连美国总统奥巴马也是“迷信”的，他相信，打篮球能给自己带来好运，所以，每逢初选日，打篮球是奥巴马必做的事情。

“在一个充满不确定性的世界里，你不得不在相信与不信之间选择。”美国哈佛大学进化生物学家凯文·福斯特曾这样说。

无论是动物还是人类，我们总会本能地寻找一种安全感，寻求对事物的控制，我们期望可以掌握周边环境和事物的运行规则，越是无法确定的事情，我们越希望可以控制，“迷信”就越容易发生。

研究发现，生活在中东地区的人，带幸运符咒的人比其他地方的人多得多。而数据统计也显示，每一次经济衰退期内，教会的人数都会大幅跃增。再试想一下，假设你此刻正从几十万米的高空跌落，你会不会祈祷有神灵可以搭救你？

大多数时候，“迷信”是有积极意义的，它可以增强控制感，增加自

信心，释放焦虑，让我们更容易成功。我们也乐于被“迷信”控制，并且享受它带来的成果，比如宗教信仰、时下流行的成功学。

我们都是“迷信”的鸽子。迷信，是一种人类的本能。

然而，值得我们加以警惕的是，当“迷信”被有心人加以利用时，你就会不知不觉落入到有心人的掌控之中，最典型的例子就是算命。心理学家发现，算命先生之所以能说得那么准，完全是利用了人们在生活困境中的“迷信”本能——“主观验证”（Subjective Validation）倾向，即面对一个比较模糊的描述，人们往往会对症下药，然后就觉得很准。

算命先生大多是善于设置“心理陷阱”的高手，他们常说的一句话是“信则准，不信则不准”。好了，你信了，于是，你就被他牵着鼻子走了。他说，你命里忌水，你就会下意识搜肠刮肚地去主动验证这个说法，对啊，小时候好几次被水淹过，那个曾伤害过你的女朋友名字里也带水……他说，你家门前有棵树。对啊，门前50米的地方的确有棵树。真神啊！如果算不准的话，先生会说，因为你骨子里不信。潜台词就是，你没按照他的模糊暗示对症下药，明显不配合嘛，当然不准了。反正，横说竖说，算命先生都是对的，你的钱也就被你心悦诚服地放进了他的口袋。

人的心理是很微妙的，我们会本能地关注符合我们期望的一面，而忽略不愿意看到的另一面，尤其是在困境中。因此，从某种意义上来说，我们都是自我欺骗的高手，我们所看到的世界是我们想要看到的、符合我们期望的世界。恐怖分子都深信，他们的行为是为了某个崇高目的；陷入传销组织的人也都会深信，那是他们可遇而不可求的机遇，外人是无法理解的……

当我们的“迷信”本能被人“操纵”之后，往往会在不知不觉中被人“洗脑”，失去理智，变得盲目，这也是为什么很多人一旦陷入传销组织就无法自拔的原因。因此，我们需要看清眼前“操纵”与“被操纵”的真相，掌握了“操纵”的真谛，才能避免被人恶意“操纵”。



## 谁动了我们的口袋



为什么出去时我们明明不想买东西的，回来时却总是大包小包？为什么我们会经常买一些不太实用的东西，买了之后才开始后悔？为什么我们一边念叨“冲动是魔鬼”，一边却仍在狂刷信用卡？

似乎总有一种力量，在悄无声息地影响着我们、挑动着我们、控制着我们。而它总是如此刁滑，隐藏在暗处，看不见摸不着，却时时刻刻存在，而且似乎无处不在。

市场心理学的先驱欧内斯特·迪希特（Ernest Dichter）道出了其中的奥秘——“成功的广告机构可以操纵人类的动机和欲望，并形成对物品的需要”。

迪希特也一直试图把行为科学用于广告宣传，而他的第一个尝试是一个香皂广告。他这样说服广告公司的经理们：“洗澡是一种心理解放的仪式。你清理的不仅仅是身上的污垢，而且还有罪恶感。”于是，广告公司写出了这样的广告语：“聪明起来，用××皂重新开始……洗掉一身的麻烦。”结果显示，实行这一广告后，该香皂的销售量节节攀升。

广告商们还发现，“反复曝光”效应更容易“操控”人们的购买行为。产品品牌和标识的简单反复曝光，会让观众产生熟悉感以及愉快的反应，甚至不需要任何多余的解释，而当人们选购产品时，看到自己熟悉的名称，就会产生不假思索的反应。

而这种做法曾一度风行于美国政坛，在政客们的宣传片中，反复不断地出现竞选者的名字，对观众进行“信息轰炸”，以求他们在投票时能投上自己一票，不得不说，在初期，这种方式效果斐然。而国内的广告宣传

也是“反复曝光”的重灾区，“现在马上拿起电话订购吧”——激动的声音在一遍又一遍地蛊惑人们参与购买，曾一度被打上“恶俗”标签的脑白金广告也在此列，然而，脑白金销量的奇迹就是这么创造出来的。

商家们对消费者进行“潜意识操控”的一个典型例子是香烟。几乎全世界都知道吸烟的危害，政府每年投入了巨额经费，医学界更是不遗余力地频频示警，烟盒上更标注了“健康警告”，有些欧美国家甚至在烟盒上放上了血淋淋的图片，然而，这些却并不能让大多数消费者悬崖勒马。这是什么原因呢？仅仅是尼古丁的成瘾性吗？

事实上，烟草公司在通过各种潜意识的方式“操纵”着人们。在工作场所倡导禁烟时，“万宝路”的最新武器就是每支只能吸七口的“特烈万宝路”，长度更短，效力更强，它暗示人们可以在会议中、演讲时，快速“充电”。

一些广告更是微妙地劝说孩子们抽烟。骆驼香烟的一个广告形象，是一头晒日光浴的卡通骆驼，另一个广告则让骆驼组成了一个爵士乐队，戴太阳镜，穿嬉皮士的服装，它传递了一个隐秘却清晰的信息——抽烟是一种时尚，是一种成熟的标志。

后来《美国医学协会杂志》的研究表明，卡通骆驼的影响力远胜于成人，六七岁的小孩子对于卡通骆驼的喜爱甚至直追米老鼠唐老鸭。而更为可怕的是，人们发现，广告宣传过后，抽骆驼香烟的青少年人数剧增……

商家们“操控”我们口袋的另一绝妙武器则是促销。“买××送××”“满××××送××”“×××大减价”“×××大甩卖”……这样的消息，总是会让人们眼前一亮，整个人都会兴奋起来，对于打折的商品、免费的商品人们总是趋之若鹜，即使排长队也要疯狂抢购，而且人越多，越有抢购的冲动。

免费赠送都是有时效性的。通过林立的广告，长长的队伍，商家们不断暗示我们：这个机会是很难得的，不管有没有用，先下手“围着”再说，总有一天会派上用场的，不下手，以后就没机会了，反而是自己的损失。于是，在强烈的情绪冲动下，我们如商家所愿，花了比原本更多的

钱，把这些“以后会有用”的东西搬回了家，然后，为自己的“英明”决定雀跃不已。后来，当这些东西永远处于“待用”状态而且越来越多时，我们又不得不把它“处理”掉。

电视上、电影里、电梯上、路边……我们的周遭充斥着无数的广告，我们也同时接受着商家无数的明示和暗示，然后，一次又一次地、屁颠屁颠地把口袋里的钱送到了商家手里，如此这般，循环往复。





## 眼睛出卖了内心



在西方流传着这样一个赌徒诈骗的故事。

狡猾的赌徒们，先用小金额下赌注，并且密切观察坐庄人的反应，如果押中了，就会发现坐庄的人瞳孔骤然扩大，于是他们就大大地加码。结果坐庄的人输了钱还不知奥妙何在。

我们且不论这个故事是否真实，但是不可否认：是眼睛出卖了内心。

瞳孔，那个控制光亮入眼的小黑洞，不仅能帮助我们看见世界，还同样能反映出心理活动。

假如你盯着我的眼睛问道：那个爱抽雪茄的心理分析奠基人叫啥？我会不假思索地答道：弗洛伊德。与此同时，我的瞳孔和先前相比，不会有太大变化。

但假如你问的是：板球规则是什么？与此同时，你会看到：我的瞳孔扩大了。

这是因为：研究表明，当人思考得越努力，瞳孔就会变得越大。当 Hess 和 Polt（译注：1960 年研究瞳孔大小与心智历程的两位主要研究者）接连给出受试者越来越难的任务时，他们观察到，受试者的瞳孔变得越来越大。

此外，美国心理学家爱德华·海斯注意到，读书入迷的人和对某些事物怀有强烈兴趣的人瞳孔会放大。海斯由此想到，按同样的道理，瞳孔也可能随着兴趣的大小放大和缩小。于是他联想到了瞳孔与心理的联系，就做了一个有趣的实验。

海斯把①婴儿②婴儿和母亲③男子的裸照④女子的裸照⑤风景的幻灯