

你真的确定你眼中的自己和别人眼中的你是一样的吗？

# FIRST IMPRESSIONS

WHAT YOU DON'T KNOW ABOUT  
HOW OTHERS SEE YOU



## 第一印象心理学

你都不知道别人怎么看你

[美] 安·德玛瑞斯 [美] 瓦莱丽·怀特

[美] 莱斯莉·奥尔德曼◎著 赵欣◎译

超实用的心理学读本，解析构成第一印象的7个基本要素  
第一印象公司创始人手把手教你如何在初次见面时展现真实的自我

完美实现自我期待



新世界出版社  
NEW WORLD PRESS

# 第一印象心理学

你都不知道别人怎么看你

[美] 安·德玛瑞斯 [美] 瓦莱丽·怀特  
[美] 莱斯莉·奥尔德曼◎著 赵欣◎译



FIRST IMPRESSIONS

WHAT YOU DON'T KNOW ABOUT

HO

FIRST IMPRESSIONS :WHAT YOU DON'T KNOW ABOUT HOW OTHERS  
SEE YOU

Copyright © 2004 by Ann Demarais, Ph.D., and Valerie White, Ph.D.,and Lesley  
Alderman

This translation published by arrangement with Bantam Books, an imprint of  
Random House, a division of Penguin Random House LLC

All rights reserved.

### 图书在版编目 ( CIP ) 数据

第一印象心理学：你都不知道别人怎么看你 / (美)  
安·德玛瑞斯, (美)瓦莱丽·怀特, (美)莱斯莉·奥尔  
德曼著;赵欣译. — 北京:新世界出版社, 2017.5  
ISBN 978-7-5104-6221-4

I. ①第… II. ①安… ②瓦… ③莱… ④赵… III.  
①心理学—通俗读物 IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第 053542 号

## 第一印象心理学：你都不知道别人怎么看你

作 者：[美]安·德玛瑞斯 [美]瓦莱丽·怀特  
[美]莱斯莉·奥尔德曼

译 者：赵欣

责任编辑：吴伶俐 丁鼎

责任校对：宣慧

责任印制：李一鸣 高金

出版发行：新世界出版社

社 址：北京西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发行部：(010) 6899 5968 (010) 6899 8705 (传真)

总编室：(010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.nwp.com.cn>

版权部：+8610 6899 6306

版权部电子信箱：[nwpcd@sina.com](mailto:nwpcd@sina.com)

印 刷：北京嘉业印刷厂

经 销：新华书店

开 本：880mm × 1230mm 1/32

字 数：190千字 印张：9

版 次：2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5104-6221-4

定 价：38.00元

版权所有，侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页等印装错误，可随时退换。

客服电话：(010) 6899 8638

## 《第一印象心理学》的积极评价

《第一印象心理学》用明智的方法告诉我们如何向世界展现自己，引人入胜，发人深省。

——《书单》(Booklist)

这本书能指引读者塑造最佳的第一印象。

——《奥兰多前哨报》(Orlando Sentinel)

书中给你提供了宝贵的建议，并且充满了妙趣横生的研究调查，主题包括握手、提及自己认识的名人、说奉承话等，对于那些渴望自己能散发迷人魅力的人来说，这本书将让他获益匪浅。

——《克利夫兰平原商报》(Cleveland Plain Dealer)

这本书通俗易懂，而且实用性很强。

——《出版人周刊》(Publishers Weekly)

作者的话令人信服，而且具有权威性。

——《芝加哥论坛报》（*Chicago Tribune*）

作者对日常交际进行了详细而深入的剖析，让你明白自己给人留下的第一印象是如何形成的。

——《美国方式杂志》（*American Way*）

假如你希望广交朋友，希望拥有影响别人的能力，那么你一定要读一读这本书。假如这本书在十年前出版，那么我的书就要改名字了。

——托比·杨，《如何失去朋友并远离人群》的作者

第一印象公司安排的“模拟约会”给我的反馈完全改变了我的生活。《第一印象心理学》这本书能帮助你结交新的朋友，让你在职场上抢得先机，并减少你在社交中的各种小失误，让你展现最好的自己。假如你希望与别人相处愉快，那么就不要错过这本书了。

——特德·拉尔，漫画家，《门匙儿童复仇记》的作者

无论是在职场还是在其他的社交环境，要想建立一段良好的关系，第一印象都是关键。这本书为你提供了深入的分析，告诉你如何掌握这种基本技能，让你在那一个至关重要的时刻获得成功。

——泽尼亚·穆哈，纽约州州长乔治·帕塔基的前任公关部主任、

高级政策顾问

你是否曾身处满屋子谈笑风生的人群之中，却谁也不认识，因而感到自己的孤独？这本书充满了生活中随处可见的交际实例以及专业分析，而以前只有极少数幸运的人能得到那些专业顾问的指导……这本书不仅是谈第一印象，更是在谈长远的形象塑造。

——萨姆·金，惠普公司研发项目经理

如果你希望在人际交往中与别人真心相待，那么这本书给你的指导无疑将改善你的生活质量……它提供的帮助切实有效，鼓舞人心。

——彼得·尤里，惠普公司市场总监

请专心阅读《第一印象心理学》这本书……这是一本引人入胜、动人心弦而趣味横生的书，它所提供的基本原则能帮助每一个人去赢得良好的第一印象。

——马修·琼斯，达信保险顾问有限公司，领导力与管理能力发展  
高级副总裁

《第一印象心理学》给我留下了难以磨灭的印象！人们在初次见面时会对某些行为做出反应，对于做出反应的方式和原因，书中有非常精到的见解……我迫不及待地与我所管理和指导的下属分享了这本书。假如你在约会、面试或销售中还是个新手，那么你必须读读这本书。

——凯伦·斯坦伯格，怡安风险服务公司首席信息官

谨以本书纪念蒂姆·欧·布莱恩



## 致谢辞

首先，我们要感谢莱斯莉·奥尔德曼，她一直为我们提供专业的理论意见和编撰建议，并协助我们把心理学概念和商务概念转化成通俗易懂的知识。如果没有她的鼎力相助，我们肯定无法完成此书。感谢代理人珍妮弗·盖茨，她鼓励我们撰写此书，并在成书过程中为我们提供了许多帮助。感谢编辑丹尼尔·佩雷兹给予我们一些富有创见的建议。

许多亲朋好友为我们阅读了大量草稿，他们的评论非常宝贵，对本书的最终定稿有重要影响。其中我们特别要感谢海地·皮特森、戴维·哈尔沃森、泰瑞莎·赖歇特、艾琳·达菲、托马斯·莫雷利、艾拉·诺维克、安德莉亚·纽曼、克里斯汀·怀特、巴瑞·科恩、艾米·索恩、迈克尔·罗勒、罗伯特·德玛瑞斯和泰瑞·德玛瑞斯。感谢第一印象公司的商务同事及顾问分享了他们独到的经验和意见，特别是艾亚尔·帕维尔、约翰·莫塔和查尔斯·海姆斯。感谢玛丽安娜·吉罗，她大大促进了第一印象公司的发展。



科尔比·康德和克劳迪娅·马克斯是我们的研究助手，他们为本书的调查研究做出了非凡贡献。感谢迈克尔·萨格里斯塔诺的相助，他为本书的心理研究做了认真细致的检查。最后，我们要感谢第一印象公司的客户，谢谢你们毫无保留地给予反馈并分享个人的成长经历。

## 前 言

设想一下，你和你最好的朋友坐在吧台旁边。她和你年龄相仿，同样魅力四射而且冰雪聪明。你们俩都和调酒师聊起了天。你们开怀大笑，非常愉快。但聊着聊着，你却发现调酒师的注意力更多地集中在你朋友身上。你感到受伤，也有一点儿不知所措。

在你先生公司的聚会上，你认识了许多陌生人，玩得也挺开心。在回家的路上，你却开始感到不安，觉得自己刚才出了洋相。你扪心自问，聚会上是否太唠叨，笑话是不是讲多了，有没有对老板的太太出言不逊。你拿这些问题细细地盘问你的先生，他向你保证，其实你表现得非常好，既迷人又风趣，但你心里还是七上八下的。

你坐上了一趟从加州飞往芝加哥的飞机。你邻座的女子很有意思，也很讨人喜欢。你和她聊起了这次出差的事情，聊起了你的几个前夫，还有你最喜欢的餐厅。你们俩都说自己是单身，都讨厌看到别人约会的情景。在领取行李的地方你们交换了电话号码，然而几天以后，你打电话给这个旅伴时，她却不接你的电话了。

像这样的遭遇比比皆是。我们遇到欣赏的人，希望与他共事，

或者想和他成为朋友，但他却似乎对我们毫无兴趣。我们离开一个聚会，心里总是担心着别人对自己的看法。

尽管这样的相遇和留下的印象似乎转瞬即逝，但它们却常常对我们的人生有着深远的影响。第一印象具有重要的意义，这是由于我们对其“念念不忘”，它是对于某人或某物的一种持久认识。第一印象是我们告诉别人“我是谁”的第一个机会，有时甚至是唯一的机会——这种印象极有可能恒久地留在别人心中。因此，第一印象非常关键，它关系到别人如何看待你，是否想要进一步了解你。

第一印象是一个由来已久的热点话题，也是今天极具现实意义的话题。几个世纪以来，人们一直待在土生土长的地方，构建自己的人脉关系和交际圈，与他们知根知底的人做生意。然而，在我们生活的这个时代，变动比以前要频繁得多，人们常常搬新家，迁徙至新的城市，换新的工作，结交新的朋友，构建新的人脉关系。我们与别人初次见面的机会数不胜数，甚至对此已习以为常。也许我们每天都会结识新的人，比如孩子同学的家长、新同事、新客户、商店里的新店员、一起健身的人以及咖啡店排队时认识的人。

在与陌生人见面时，我们也许会谈谈天气，谈谈生活中发生的事情，并且对对方有一个初步的了解。在这样短暂的互动中，这些陌生人会留下对我们的初步印象，而且很可能已经决定了是否喜欢我们。在他人眼中的我们是否真诚、富有魅力以及风趣幽默，将会决定他们是否会被我们所吸引、愿意与我们再次交谈、聘用我们、与我们交往或约会。

难道你不想知道别人是怎么看待你的吗？

“别人是怎么看我的？”“除了我的外貌，他们还看到了什么？”“我如何才能给人留下更好的印象呢？”这本书将会帮助你找到上述问题的答案。我们为你提供回答这些问题所必需的信息，指明你的言行和别人对你的印象之间的关系。我们发现这其中的奥秘极其简单，但却并非是人们与生俱来的本领，即便富有智慧、学识广博的人也不是完全了解。尽管这种知识对于人生的成功至关重要，但学校里却并不教授，也极少有人会坦承而客观地告诉我们此类信息。

## 我们的经验

多年以来，我们对《财富》（*Fortune*）百强企业的领导者和管理者进行了相关的评估和培训，从中积累了有关第一印象的丰富知识与经验。我们用角色扮演活动或模拟的商业情境与这些专业人士交流，比如在与新客户见面的场合中观察他们的言行举止以及对整个谈话的掌控。随后我们会就他们与人沟通的效果、对于他人反应的敏感度、思维的清晰度以及其他方面提供反馈。多年来，我们发现这些聪明能干的主管通常都没有意识到自己给他人造成的影响。对于这些商业人士而言，了解他们交际风格上的细微差异，对于提升他们在工作场合的效率和改善与他人的总体关系上都是极为有利的。

在积累了一定的经验之后，我们开始清楚地意识到，每个人都

能从这种直接而客观的反馈中受益。然而，只有大企业里的专业人员，或是精神病院里需要学习基本社交技能的病人，才有接触这种反馈的机会。普通人并没有这样的学习途径，他们无从得知自己所构建的第一印象属于哪种类型。于是我们决定填补当今社会的这一空白，在纽约创建了一家独特的企业——“第一印象有限公司”。

在第一印象公司，我们使用的还是相同的方法，只是关注点转移到了社交生活中。我们和客户一起去餐馆，在其中进行“模拟约会”或社交聚会，当客户与他人交流的时候，我们会观察他们的交往方式和表现自我的方法。“约会”之后，客户就会回到我们的办公室，听取我们的反馈。我们会询问客户，他们原来打算呈现的自我是怎么样的，他们觉得自己在约会中的表现如何。我们会把客户的感受与我们的看法做比较，为他们提供富有针对性和建设性的反馈。

无论是在商业社会还是在社交生活当中，这种方法对于人们认识自我都是极为有效的，我们的客户也很愿意听到这种方式的反馈。大部分客户都说，他们对自我有了新的认识，了解了以前从来没有告诉过他们的问题。他们也发现，只要改变某个小小的举动，某个看起来微不足道的细节行为，就能从他人那里得到比原来正面得多的反应。

在这本书中，我们会把为客户提供的信息一一为你呈现。我们会把“第一印象”分解成亲和力、表达关注、客观性话题、展现自我、谈话节奏、人生观和性别魅力这七个基本要素，并且帮助你认识自己在每个要素中的表现。

## 我们的客户

书中的每个要点都会辅以客户的案例作为说明，这些例子都来自于我们过往与客户共事的经验。我们的客户来自各个阶层，有老有少；有男有女；有活泼开朗的，也有腼腆内向的；有异性恋者，也有同性恋者。书中的案例主要来自三种类型的客户：

1. **商界客户**。有些案例来自模拟会议和我们的反馈。其他的案例则来自我们与客户初次见面的直接经验，我们会对客户的自我表现进行评价。还有一些案例来自客户向我们讲述的商务场景。

2. **“第一印象公司”的客户**。在与客户进行的“模拟约会”中，咨询师所用的名字为“苏珊”或“尼克”。“尼克”和“苏珊”其实是心理学家，但他们会隐藏这一职业身份，与约会的客户交谈时，他们以普通人的身份出现。当你在本书中看到“苏珊”或“尼克”的名字时，就表明这是第一印象公司的咨询师正在进行模拟约会的案例。

3. **日常的偶遇**。这些例子来自于普通的社交场合，比如聚会、机场等，它们有些是客户、朋友和同事与我们分享的故事，有些是我们亲身经历或目睹的事情。在这些例子当中，我们已经改换了其中提到的名字和相关的身份信息。

我们利用商业、约会和社交情境的例子说明在各个场合下第一印象的基本要素，并着重指出一个事实：你表现自我的方式不会因为不同的场合而改变。当然，背景因素是十分重要的，而且它会

决定你谈论的话题。比如说，你大概会在一个社交场合说起你个人的兴趣爱好，与你的新客户谈起有关商务的话题。但总体而言，不管是什么场合，人们对你的第一印象更多的是来自于你的个人风格——例如你如何表示对他人的关注、如何驾驭各种话题、如何表现自我，而不是来自于你谈话的内容。

## 我们的方法

我们的方法与其他自助书不同，我们并不会开出药方，告诉人们你“应该”如何表现自己。没有“正确”的第一印象或“正确”的交际方式这回事。好的第一印象来自于你表现了真实的自我。倘若你展现了自己最好的一面，展现了你想要分享给他人的那一面，那么你就给他人留下了你的最佳印象了。

我们的目标是告诉你一些信息，而不是改变你这个人。也许你知道你表现自我的方式并不是那么讨人喜欢，但你能接受这一点。比如说，你可能会发现自己在他人眼中是愤世嫉俗的，是颇为消极的，但你并不想改变这种形象，因为你喜欢这种玩世不恭的锋芒，也喜欢具有同样风格的人。我们所要做的，就是帮助你认识你对自己的看法与别人对你的看法之间的差距。当然，我们尊重你的想法，也许你并不想讨好每个相遇的陌生人。但只要对此有一点儿认识，你就可以轻松自然地为自己形象做出积极的改变。

我们承认，除了政客以外，极少有人会八面玲珑，拼命讨每

个人的欢心。大家各有所爱，想要在他人那里寻求的东西也各不相同。然而这其中也有共同之处：相较而言，人际交往中的某些要素普遍会更讨人喜欢。例如，绝大部分人喜欢认真倾听的人，也喜欢幽默风趣的人。关注这些共性的要素能帮助你了解自己，了解你的交往方式中哪些是讨人喜欢的，你的行为举止中哪些是不那么招人待见的，这样你就能够清楚地知道自我表达的信息，也能够预见从他人那里得到的是积极还是消极的反应。

这些共性要素，也就是大家都推崇和接受的行为适用于任何人，无关年龄、外貌、社会经济地位、性取向或是种族。因此，在本书的案例中，我们关注的是客户的言谈举止，而并非他们的个人背景特征。绝大部分的共性要素无关性别。比如说，无论是男人还是女人，微笑都代表着欣赏，轮流发言也是一种常见而富有魅力的行为。假如与性别的差异有关，我们会在书中指出。比如在初次见面中，男人更有可能透露出真实的信息，我们把这叫作“男性的说话风格”。

不过，第一印象确实在不同文化中存在着差异。在初次见面中，对于什么是正常的言行，什么是讨人喜欢的表现，各国文化大不相同。对于什么是富有魅力的表现，日本与巴西的标准就大相径庭。我们承认这种差异，而在本书中主要以美国文化作为基准。

我们关注的是在社交、商业与日常场合中一对一的当面交流，比如与新同事见面、第一次约会、在聚会中与陌生人交谈。我们着力于研究你与他人的第一次对话，而并不只是你们初次碰面的那短



短几秒。我们关注的是你心理意义上形成的第一印象，即你所呈现的自我属于哪一类型；而并非是你外表给人的第一印象，即你通过外貌与行为举止所透露的信息。当然，外表与别人对你的感觉有一定关系，然而你对他人的态度和你的自我展现方式更加重要，它对你的个人形象有提升或削弱的作用。

## 你的好处

你也许会想，好吧，我可以对表现自我的方式做出一些改变，给人一个特别棒的第一印象，但我为什么要这么做呢？当然，我会遇见陌生的人，但我就是我，我不想改变。我的朋友和同事就喜欢这样的我。

要了解自己给人留下的第一印象，其中最重要的原因就是第一印象也许并没有准确地反映“你是谁”，没有反映你真正了解的自我，或是反映你在好友们眼中的形象。举个例子，假如你是个腼腆的人，别人对你的第一印象可能是冷漠无情；假如你很健谈，别人可能认为你是个自恋的人，只关注自我。与陌生人相遇会让即便是最自信的人也产生紧张的情绪，这来源于一种内心的不确定，不确定自己是否讨人喜欢和为人所接纳。陌生的人还没有足够的时间与你相处，以至于能了解你、欣赏你那些好的品质，因此他们对你的看法建立在有限的信息之上，比如你的身体语言和你说话的方式。

假如你清楚自己能如愿地给人留下你想要的印象，你就能感到