



# 微反应心理学

从表面到内心，手把手地教你于细微处察人于无形！

裴玲<sup>◎</sup>编著



微反应心理学，教你于细微处察人于无形！  
全面而有深度的心理剖析重磅来袭！  
可读心，可攻心。

全面而有深度的心理剖析重磅来袭！  
可读心，可攻心。

## Micro Response Psychology

Micro Response Psychology

# 微反应心理学

从表面到内心，手把手地教你于细微处察人于无形！

裴玲◎编著



## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

微反应心理学 / 裴玲编著. —北京 : 中国电影出版社, 2017.4

ISBN 978-7-106-04685-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 049148 号

---

责任编辑: 纵华跃  
封面设计: 孙希前  
版式设计: 郑祥玲  
责任校对: 陶雅慧  
责任印制: 庞敬峰

微反应心理学  
裴玲 编著

---

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013  
电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)  
64296742 (读者服务部)  
E-mail: cfpygb@126.com

经 销 新华书店  
印 刷 三河市天润建兴印务有限公司  
版 次 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷  
规 格 开本 / 880 × 1230 毫米 1/32  
印张 / 7.25 字数 / 180 千字  
印 数 1-8000 册

---

书 号 ISBN 978-7-106-04685-9/B · 0110  
定 价 32.00 元

## 前 言

一般情况下，人们都认为微笑是展示开心，友好的表现。工作中，我们会看到同事的微笑。在生活中，我们去吃饭能看见服务员的微笑，坐交通工具时，我们也能看见司机师傅的微笑……

你有没有想过，这些微笑之中有多少是发自内心的？所有的微笑都是真诚的？没有任何的含义吗？答案是：并不是所有的微笑都是真诚的。微笑的面孔下，也有可能掩盖着谎言！如何去识破这些表情下隐藏的真正含义呢？这就需要我们懂一点心理学了。

那么，什么是心理学呢？其实，心理学就是关于“心”的科学。法国文学家狄德罗曾说过：“一个人，他心灵的每一个活动都表现在他的脸上，刻画得很清晰，很明显。”心理学告诉我们，与一个人初次见面，第一印象在45秒钟就能产生。这一印象在对方的头脑中形成并占据着主导地位，这就是我们常说的“先入为主”。

那么，什么是微反应呢？微反应的全称，是“心理应激微反应”。它是人们在受到有效刺激的一刹那，不由自主地表现出的不受思维控制的瞬间真实反应。如果要为“微反应”这个心理学领域的新词找个外国前辈词汇来对应的話，那它的英文原文应该是“Micro-expressions”（通常译为“微表情”）。另有一意，指微观程度上的反应，（英文为 Micro-

reaction) 在微反应器中直径为几十到几百微米的微通道内发生物理或者化学反应。

严格来讲,“微反应”是个广义的“大词”,包括三个方面的内容:一是大家耳熟能详的“微表情”,属于“面孔微反应”;二是除了表情以外的,其他能够映射心理状态的身体动作,也就是常说的“小动作”,可以别扭地称为“微动作”,属于“身体微反应”;三是语言信息本身,包括使用的词汇、语法以及声音特征,称为“微语义”,属于“语言微反应”。但同时,“微反应”在通常汉语语境下,又会让人直接联想到身体的动作反应,即前面列举的第二个方面的内容“微动作”。所以,“微反应”从这个角度讲,也可以作为一个狭义的“小词”,以便更贴近普通人的理解。

所以本书尝试以心理学的角度,运用心理学原理,结合生活中的实际案例,对平常可能遇到的各色心理现象进行了非常细致的分析,并提供各种独特有效的应对策略,教你巧妙运用人类共同的行为准则与心理机制。懂一点微反应心理学,将帮助你在日益激烈的当今时代,掌握主动权,在细微之中观察人于无形,真真正正的把主动权牢牢掌握于手中。

## 01 交际心理学： 怎样让自己变得更受欢迎

首因效应：初次相见，给别人留下良好的第一印象 / 2

近因效应：有好的开始，更要有好的结尾 / 6

邻里效应：热情对待和关心身边亲近的人，以最小的代价换取最大的报酬 / 10

亲和力效应：面带微笑，表现亲和，驾起一座心灵沟通的桥梁 / 13

幽默效应：幽默是一种润滑剂，它让人与人之间的关系更和谐有趣 / 19

自己人效应：拉近距离，消除隔阂，让人无法拒绝 / 24

名字效应：善于记住别人的名字，既是一种礼貌，又是一种感情投资 / 28

相互吸引定律：人们都喜欢跟喜欢自己的人交往 / 31

## 02 待人处世心理学： 怎样赢得他人的友谊

学会尊重：我们只有尊重别人，才会得到别人的尊重 / 36

投射效应：设身处地体会他人的感受，同时也要了解其真正的需求 / 39

超限效应：说话做事要注意对方的心理承受度，不要适得其反 / 42

- 宽容之心：要有宽阔的胸襟，对他人不能苛求 / 46
- 让步效应：给人以心理上的台阶，让他觉得占到了便宜 / 50
- 吃亏不亏：做人做事应该明里吃亏、暗中得利 / 53
- 感情投资：真诚关心，培养感情，换来对方由衷地喜欢和支持 / 57
- 互惠效应：得到别人的好处后，会感到有回报的义务 / 62
- 助人思维：帮助别人的时候，受益的常常是我们自己 / 65
- 求同存异：把自己融入对方，减少差异，达成共识 / 69
- 合作思维：社会是共生的，人们需要充分合作 / 72
- 双赢法则：在尊重各自利益诉求的基础上追求更大的共同利益 / 75

## 03 职场成功心理学： 应以什么样的心态面对工作

- 杜利奥定律：工作不仅仅只为了生存，你应对此倾注热忱 / 80
- 态度致胜：将你的个性投入到工作之中，爱并努力着 / 85
- 向上的心态：我成功，是因为我志在成功 / 89
- 主动效应：不用别人告诉你，也能出色地完成工作 / 92
- 敬业精神：工作没有大小之分，用心干好当下每件事 / 95
- 专注精神：专心致志于一件事，对目标有清楚的认识和执著的追求 / 99
- 团队意识：注重协作，个人事业的成功离不开团队后盾 / 104
- 古德定律：充分沟通，了解对方需求，并找到双方的共同点 / 108
- 华盛顿合作定律：心往一处想，劲往一处使，事半功倍 / 111

## 04 回归自我，审视内心， 生命因你而精彩！

- 杜根定律：追根溯源，凡事成败取决于一心 / 116
- 自我赏识：世界只有一个你，你的作用不可替代 / 119
- 手表定律：替自己做主，不要被别人的言论所左右 / 123
- 韦奇定律：排除干扰，坚守信念，让希望之火永不淹没 / 127
- 价值认定：只要多尝试，你就可以实现心中所期盼的一切 / 131
- 积极的心理暗示：相信自己能赢，就一定能赢 / 134
- 暗示的力量：有效引导自我暗示发挥其正面的作用 / 136
- 跳蚤现象：突破内心的藩篱，不要自我设限 / 141
- 自知之明：不要盲目自信，须知自信过了头，就变成了自负 / 144
- 自我接受：即使有瑕疵，那也是你生命中不可缺少的一部分 / 146
- 消除心理落差：人生目标要现实一点，期望值不要定得太高 / 151

## 05 情绪心理学： 掌控情绪，做自己心情的主人

- 情绪效应：发生什么样的事无法选择，但可以选择自己的情绪状态 / 156
- 情绪转换器：很多事情的发生与否，取决你如何掌控情绪 / 159
- 巴纳姆效应：不要轻易因别人的情绪而影响了自已 / 162
- 踢猫效应：一个人的负面情绪，容易造成一群人的连锁反应 / 166
- 表情克制：不形于色、把喜怒哀乐装在兜里 / 169
- 即使遇到生活的烦恼，也要让自己的情绪处于安全之中 / 173



- 果断丢弃“情绪包袱”，用乐观积极的心态面对明天 / 176
- 修筑堤坝不如引流疏导，总之要让情绪发泄得恰到好处 / 179
- 愤怒就像火山，不仅会伤及别人，也会灼伤自己 / 183
- 每当恐惧不安的时候，要往好的方面去想，不要被焦虑压倒 / 186
- 碰到紧急情况，心烦意乱不如保持静默，冷静寻找出路 / 189
- 摆脱“齐氏效应”的困扰，从紧张压抑的状态中解脱出来 / 191

## 06 追求身心健康， 创造美好人生

- 心理的力量无穷无尽，以积极健康的意念激发出积极健康的心理 / 196
- 人的健康不仅仅指强健的体魄，也必须包含心理的因素 / 199
- 调节心理的失衡状态，加重补偿功能的砝码以恢复平衡 / 203
- 抛弃杂念，修身养神，从内心中寻找宁静 / 206
- 懂得选择，学会放弃，摆脱心理的贫穷 / 213
- 从平凡中窥见浪漫，永葆一颗赤子之心 / 218
- 心是快乐的根，只要下定决心要拥有幸福，你就会得到幸福 / 221

# 01 交际心理学：

怎样让自己变得更受欢迎

---

---

## 首因效应：初次相见，给别人留下良好的第一印象

很多人都习惯由第一印象来判断、评价他人，你是不是经常听到这些话：

“从第一眼起，我就特别喜欢他。”

“他给我的第一印象，我永远都忘不了。”

“第一次见他，我就感觉怎么也不会喜欢这种人。”

“还记得他第一次来，短短数分钟的谈话，直觉告诉我：他不合适。”

人际交往中人们的这种心理，就是所谓的首因效应。首因，是指首次认知对方而在脑中留下的“第一印象”。首因效应，也叫做“第一印象效应”，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。

一般地，你在最初交往中给对方留下什么印象，对方容易自觉地依据这种印象来决定是否从心理上接纳你。第一印象既可以助某人某事成功，也可让某人某事失败。

有个毕业生，学的是新闻专业，正急于找工作。一天，他到某报社见总编说：“你们需要一个编辑吗？”

“不需要！”

“那么记者呢？”

“不需要！”

“那么排字工人、校对呢？”

“我们现在什么空缺也没有了。”

“那么，你们一定需要这个东西。”说着，他从公文包中拿出一块精致的小牌子，上面写着“额满，暂不雇用”。总编看了看牌子，微笑着点了点头，说：“如果你愿意，可以到我们广告部工作。”这个大学生通过自己制作的牌子表达了自己的机智和乐观，给总编留下了美好的“第一印象”，引起对方极大的兴趣，从而为自己赢得了一份工作。“第一印象”在这里产生了微妙而有效的作用。

心理学告诉我们，与一个人初次会面，第一印象在45秒钟内就能产生。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，所谓“先入为主”。有心理学家指出：“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。”并且这种先人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。

一般人都有切身体会，第一印象是难以改变的，因此在日常交往过程中，尤其是与别人的初次交往时，一定要注意给别人留下美好的印象。首因效应在人际交往中对人的影响较大，是人与人交际心理中的一个重要名词。初次见面时，对方的表情、体态、仪表、服装、谈吐、礼节等形成了我们对对方的第一印象。在现实生活中，在首因效应作用下形成的第一印象常常左右着我们对他人的日后看法。因为第一印象一旦形成，就不容易改变。而初次印象是长期交往的基础，是取信于人的出发点。

那么，怎样使别人喜欢你，使你更容易受到欢迎，更容易交到朋友呢？

盛行全球的《人性的弱点》一书的作者、成功学大师戴尔·卡内基运用心理学知识，针对人类共同的心理特点，提出了使你成为大众宠儿的方法：任何人都喜欢那些欣赏和关心他们的人，因此最有效的交际窍门是对别人真心实意地感兴趣；要努力学会为别人提供服务，不惜花费时间、精力，诚心诚意地为别人设想和做事情，这样才能获得真正的朋友。

西班牙专家认为，人们在日常交际中对他人的第一印象主要来自动作、姿态、外表、目光和表情等非口头语言。

西班牙《先锋报》报道说，根据大学心理学教授阿维亚的研究，与人初次交谈时，非口头语言可提供 60% 到 70% 的信息。

对无缘得见的社会名人，多数人也会产生或好或坏的第一印象，影响因素包括他们的外貌以及媒体对其公众形象的评价。此外，女人比男人感性，所以更容易先入为主；男人相对更加理性，在长远洞察力方面有优势。

第一印象无论好坏都很难抹去，因此初次见面就不讨人喜欢的人通常不具备良好的交际能力。

那么，什么样的举止会给人留下糟糕的第一印象呢？

阿维亚指出，初次见面就讲述私人生活或个人问题、搬弄是非或批评他人、只谈论自己、过于活泼或好开玩笑、举止莽撞冒失、自己高谈阔论却不给对方说话机会、认为自己永远有理或目空一切，都会给人留下坏印象。

怎样留下良好的第一印象呢？

阿维亚说：“这需要有清楚自我认识，能自我反省并及时改正，比如注意自己的表情是否僵硬、笑容是否令人不快；注意自身形象和个人卫生；交谈时适当保持沉默或改变说话语调；寻找自己与对方的共同

话题等。此外，活跃谈话气氛的能力十分重要，因为很多人凭直觉来判断谈话对象是否值得结交。”

这位专家最后强调：没有人能够给所有人都留下好印象，因此，最重要的是别浪费时间，要结识那些值得交往的人。

由于首因效应作用的存在，这就要求我们在和别人初次交往的时候，一定要注意修饰自己，从外表到语言到内在的素质，给人一种愉悦的感觉，让人愿意与你交往。



### 心理学要点

在现实生活中，在首因效应作用下形成的第一印象常常左右着我们对他人的日后看法。因为第一印象一旦形成，就不容易改变。而初次印象是长期交往的基础，是取信于人的出发点。

## 近因效应：有好的开始，更要有好的结尾

首因效应一般在交往双方还彼此生疏的阶段特别重要，而随着双方了解的加深，近因效应就开始发挥它的作用了。近因效应是相对于首因效应而言的，是指在交往过程中，我们对他人最近的、最新的认识占了主体地位，掩盖了以往的评价，也称为“新颖效应”。

比如，你的一个平凡的老邻居突然做了官，你就会一扫其平凡的印象，对其刮目相看。再比如，多年不见的朋友，在自己脑海中的印象最深的，其实就是临别时的情景；一个朋友总是让你生气，可是谈起生气的原因，大概只能说上两三条；你的一个好朋友最近做了一件对不起你的事情，你提起他来就只记得他的坏处，完全忘了当初的好处……这一切都是近因效应的影响。

李倩和任雪是多年的朋友，李倩比任雪大一岁，平时就像姐姐一样关心任雪。任雪从心底里感激李倩，把李倩当作知心朋友。李倩如有什么事，任雪也总是极力维护李倩。大家都知道她们关系非常密切。可是最近，李倩和任雪却闹翻了。

“我把她当姐姐一样尊重，她却这样对待我。”任雪生气地对别人说。

“唉，我对她一直都很关照，却因为最近得罪了她一次，她居然就不理我了。”李倩很伤心。

任雪因为李倩最近一次“得罪”了她，便中断了以往与李倩的友情。

在这个例子里，李倩和任雪两人在平常接触颇多，彼此之间却都将对方最后一次印象作为互相认识与评价的依据，因为最近发生的事或了解的东西掩盖了对对方的一贯了解。这就是近因效应所产生的结果。

在人际交往过程中，新获得的信息往往起优势作用，也即最近的信息对认知的影响相对比较大，所留下的印象也相对深刻。

美国心理学家卢钦斯用编撰的两段文字作为实验材料作研究。他编撰的文字材料主要是描写一个名叫杰瑞的男孩的生活片段，第一段文字将杰瑞描写成热情并外向的人，另一段文字则相反，把他描写成冷淡而内向的人。例如，第一段中说杰瑞与朋友一起去上学，走在撒满阳光的马路上，与店铺里的熟人说话，与新结识的女孩子打招呼等；第二段中说杰瑞放学后一个人步行回家，他走在马路的背阴一侧，他没有与新结识的女孩子打招呼等。在实验中，卢钦斯把两段文字加以组合：

第一组，描写杰瑞热情外向的文字先出现，冷淡内向的文字后出现。

第二组，描写杰瑞冷淡内向的文字先出现，热情外向的文字后出现。

第三组，只显示描写杰瑞热情外向的文字。

第四组，只显示描写杰瑞冷淡内向的文字。

卢钦斯让四组被试验者分别阅读一组文字材料，然后回答一个问题“杰瑞是一个什么样的人？”结果发现，第一组被试验者中有 78% 的人认为杰瑞是友好的，第二组中只有 18% 的被试者认为杰瑞是友好的，第三组中认为杰瑞是友好的被试验者有 95%，第四组只有 3% 的被试验者认为杰瑞是友好的。

这项研究结果证明，信息呈现的顺序会对社会认知产生影响，先呈现的信息比后呈现的信息有更大的影响作用。但是，卢钦斯进一步研究



发现：如果在两段文字之间插入某些其他活动，如做数学题、听故事等，则大部分被试验者会根据活动以后得到的信息对杰瑞进行判断，也就是说，最近获得的信息对他们的社会知觉起到了更大的影响，近因效应很明显地在发生着作用。

研究发现，近因效应一般不如首因效应明显和普遍。在印象形成过程中，当不断有足够引入注意的新信息，或者原来的印象已经淡忘时，新近获得的信息的作用就会较大，就会发生近因效应。个性特点也影响近因效应或首因效应的发生，一般心理上开放、灵活的人容易受近因效应的影响；而心理上保持高度一致，具有稳定倾向的人，容易受首因效应的影响。

这样看来，首因效应和近因效应似乎矛盾，其实二者并不矛盾。这两个心理活动的规律向我们揭示了一个很简单但很有价值的道理：在一般情况下，第一印象和最近印象对人际认知的影响比较大。

由此不难看出，在人际交往中，最近、最后的印象，往往是最强烈的，可以冲淡在此之前产生的各种因素。所以，我们在交往中，在重视好的开始的同时也要重视好的结尾。

在经常接触、长期共事的人之间，彼此之间往往都将对方的最后一次印象作为认识与评价的依据，并常常使彼此的人际关系和人际交往发生质和量的变化。现实生活中的友谊破裂、夫妻反目、朋友绝交等，都与近因效应有关。当然，近因效应也给了我们改变形象、弥补过错、重新来过的机会。例如，两个朋友因故“冷战”一段时间后，一方主动向对方表示好感或歉意，往往会出乎意料地博得对方的好感，化解恩怨。如何让近因效应发挥好的作用，就看你如何运用了。