



备受欢迎的  
说话技巧

# 好好沟通

高效沟通的65个心理策略

揭阳 编著

打动人心的  
沟通宝典



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 好好沟通

高效沟通的 65 个心理策略

揭阳 编著

人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

好好沟通：高效沟通的65个心理策略 / 揭阳编著

— 北京：人民邮电出版社，2017.10

ISBN 978-7-115-46810-9

I. ①好… II. ①揭… III. ①心理交往—社会心理学  
IV. ①C912.11

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第214698号

### 内 容 提 要

在与他人沟通时，有很多人说起话来滔滔不绝，只顾表达自己的见解而不考虑他人的感受，这种沟通方式很难达到预期的效果。无论是在生活中，还是在工作场合，要想成为沟通达人，就需要懂一点心理学知识，这是实现高效沟通的关键所在。

本书从心理学角度出发，引入大量心理学实验与口才学定律，以生动的案例替代空洞的理论，全方位多层次地教给读者各种高效沟通的心理策略，帮助读者成为一个无论走到哪里、不管沟通对象是谁都广受欢迎的人。

---

◆ 编 著 揭 阳

责任编辑 姜 珊

执行编辑 黄海娜

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆ 开本：880×1230 1/32

印张：7.5

2017年10月第1版

字数：140千字

2017年10月河北第1次印刷

---

定 价：39.00 元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号



我  
们  
一  
起  
解  
决  
问  
题

## 前 言

中国有一句民谚“好胳膊好腿，不如一张好嘴”；西方人则将口才看作一个人赖以生存及在竞争中获胜的法宝；商人则表示，90%以上的生意都是谈出来的……沟通能力的重要性，由此可见一斑。可以毫不夸张地说，沟通能力已经成为一个人最重要的软实力之一！

美国沟通专家戴尔·卡耐基曾说过：“一个人的事业成功与否，有85%取决于人际沟通能力，只有15%依赖于专业知识和经验。”他指出：“如果你有良好的口才，就可以让更多的人喜欢你，可以交到更多的朋友，可以帮助你开辟美好的未来，可以帮助你打造成功的人生。”

看看那些叱咤风云的时代精英，比尔·盖茨、巴菲特、奥普拉、李嘉诚、马云……他们都懂得高效沟通的策略。马云在创立阿里巴巴之初，仅用6分钟就打动了软银总裁孙正义，为自己赢得2000万美元的投资，这段佳话一直被人们津津乐道。在善于沟通者的眼里，没有聊不来的人，也没有谈

不成的事！

但是，不要认为沟通很简单！我们时刻都要在“说”与“不说”之间做出选择，在“这样说”与“那样说”之间做出取舍。一个不懂得高效沟通策略与技巧的人，话虽然说得不少，但可能不仅不招人喜欢，反而会令人厌烦。

也许有人会认为自己是一个能说会道的人，但为何在生活和工作中还是有诸多不顺？我们身边的确有很多口若悬河的人，他们自认为口才很好，但能说并不一定代表会说，真正高效的沟通是把话说到对方的心里去。如果对方早就对你说的话不感兴趣了，你还在说个不停，那又有什么意义呢？

要想把话说到对方的心里去，就需要懂一点心理学，并且在沟通中运用一些心理策略，否则，你所说的一切都极有可能是废话。

著名哲学家格拉西安曾说过：“在交谈中，判断比雄辩更重要。”那么，怎么去判断呢？前提就是要懂心理学知识，能从对方的话语中分析出他到底在想什么，这样沟通起来才会有放矢、事半功倍。

在与他人沟通时，很多人说起话来滔滔不绝，只顾表达自己的见解而不考虑他人的感受，这种沟通方式很难达到预期的效果。无论是在生活中，还是在工作场合，要想成为沟通达人，都需要懂一点心理学知识，这是实现高效沟通的关键所在。

本书从心理学角度出发，引入大量心理学经典实验与口才

学定律，以生动的案例替代空洞的理论，全方位多层次地教给读者各种高效沟通的心理策略，帮助读者成为无论走到哪里、不管沟通对象是谁都广受欢迎的人。

本书共分为九章，内容包括初次交往的心理策略、长久相处的心理策略、吸引他人的心理策略、说服他人的心理策略、拒绝他人的心理策略、赞美他人的心理策略、批评他人的心理策略、请求他人的心理策略和化解僵局的心理策略。

在本书的策划与创作过程中，作者得到了唐华山、郑月玲、郭东华、唐秀娟、崔侠、崔艳、郑茂章、唐荣银、谢俊超等人的大力支持和帮助，在此向他们深表谢意。没有他们的积极参与，本书是很难面世的。

由于时间仓促，作者水平有限，本书在编写过程中难免会出现一些不足之处，敬请广大读者提出宝贵意见。

# 目 录

## 第一章 初次交往的心理策略

- 心理策略 1 牢记首因效应，说好第一句话 / 3
- 心理策略 2 警惕晕轮效应，避免以偏概全 / 6
- 心理策略 3 尊重他人是高效沟通的首要原则 / 11
- 心理策略 4 别让投射效应影响你的认知 / 15
- 心理策略 5 善用印刻效应，把握先入为主良机 / 17
- 心理策略 6 说好开场白，可以有效消除陌生感 / 20
- 心理策略 7 做一个好听众，让对方畅所欲言 / 23

## 第二章 长久相处的心理策略

- 心理策略 8 不懂近因效应，友谊的小船说翻就翻 / 31
- 心理策略 9 亲密并非无间，美好需要距离 / 36
- 心理策略 10 学会换位思考，多为他人着想 / 41
- 心理策略 11 摆脱巴纳姆效应，别被他人忽悠了 / 44
- 心理策略 12 熟人之间必须说的事，早说比晚说好得多 / 49



- 心理策略 13 四种人际交往距离要牢记 / 52  
心理策略 14 话多不如话少，话少不如话好 / 55

### 第三章 吸引他人的心理策略

- 心理策略 15 妙用禁果效应，激发他人欲望 / 59  
心理策略 16 用你的热情，温暖他人的心灵 / 63  
心理策略 17 借助名人效应，增强自己的话语力量 / 67  
心理策略 18 主动敞开心扉，拉近彼此心理距离 / 70  
心理策略 19 有针对性的沟通话题更受欢迎 / 72  
心理策略 20 寻找共鸣话题，作为沟通的切入点 / 76  
心理策略 21 多说无益，请管住自己的嘴 / 80  
心理策略 22 用幽默的言谈吸引对方 / 83

### 第四章 说服他人的心理策略

- 心理策略 23 知道怎么说比说什么更重要 / 89  
心理策略 24 无声的沉默，往往胜过有声的说服 / 92  
心理策略 25 换一种表达方式，效果也许会更好 / 94  
心理策略 26 消除对方的心理障碍，往往能更快说服对方 / 97  
心理策略 27 说服顽固者的策略 / 100  
心理策略 28 要想说服对方，必先了解对方 / 103  
心理策略 29 说服他人要有足够的耐心 / 105

## 第五章 拒绝他人的心理策略

- 心理策略 30 不该答应的事就要果断拒绝 / 111
- 心理策略 31 别让不好意思说“不”害了你 / 116
- 心理策略 32 懂得保护自我权益，才能赢得他人的尊重 / 120
- 心理策略 33 学会幽默地拒绝他人 / 126
- 心理策略 34 有时不妨顾左右而言他 / 129
- 心理策略 35 逐客令也可以说得美妙动听 / 131
- 心理策略 36 拒绝邀请与请托的沟通策略 / 136

## 第六章 赞美他人的心理策略

- 心理策略 37 了解赫洛克效应，经常赞美他人 / 141
- 心理策略 38 遵守波什定律，让赞美事半功倍 / 143
- 心理策略 39 赞美应真实而得体，胡乱恭维只会惹人嫌 / 146
- 心理策略 40 水满则溢，赞美也要适度 / 149
- 心理策略 41 背后赞人一句，胜过当面夸人十句 / 152
- 心理策略 42 有新意的赞美，能让人牢牢记住你 / 155
- 心理策略 43 用平凡的小事去赞美他人 / 157

## 第七章 批评他人的心理策略

- 心理策略 44 记住波特定律，批评宜曲不宜直 / 163
- 心理策略 45 别超限，批评需要掌握一个“度” / 165
- 心理策略 46 先表扬后批评能收到奇效 / 168
- 心理策略 47 远离那些刻薄话 / 171

- 心理策略 48 扬善于公庭，规过于私室 / 174
- 心理策略 49 批评要慎用，得饶人处且饶人 / 176
- 心理策略 50 罗密欧与朱丽叶效应的启示——一味打压  
只会适得其反 / 181

## 第八章 请求他人的心理策略

- 心理策略 51 登门槛效应——请求他人的金科玉律 / 185
- 心理策略 52 得到他人的帮助，要及时说“谢谢” / 190
- 心理策略 53 求人办事时，说话应礼貌 / 193
- 心理策略 54 央求他人不如激发对方兴趣 / 196
- 心理策略 55 向陌生人求助的沟通策略 / 198
- 心理策略 56 遇事多思考，办事才有效 / 200
- 心理策略 57 即使被对方拒绝，也要保持应有的风度 / 207

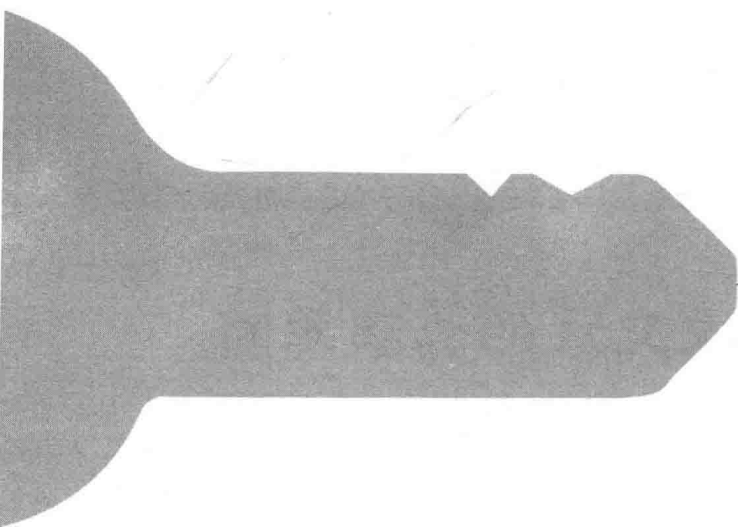
## 第九章 化解僵局的心理策略

- 心理策略 58 说话有的放矢，巧妙化解僵局 / 211
- 心理策略 59 勇于自嘲，可以化解僵局 / 213
- 心理策略 60 危急时刻，巧找借口化险为夷 / 217
- 心理策略 61 用预设前提的方法辩倒对手 / 219
- 心理策略 62 以其人之道，还治其人之身 / 221
- 心理策略 63 顺水推舟，幽默地化解攻击 / 223
- 心理策略 64 面对伤人之语时的沟通策略 / 225
- 心理策略 65 应对隐私话题时的沟通策略 / 229



# 第一章

## 初次交往的心理策略



## 心理策略 1

### 牢记首因效应，说好第一句话

在初次沟通时，怎样才能给他人留下良好的第一印象呢？

最简单有效的方法，就是说好前几句话，尤其是第一句话！

好的开端是成功的一半。在沟通中，说好前几句话，尤其是第一句话，是给对方留下好印象的关键。因为，如果你一开始就说得不好，可能就会给对方留下一个不好的印象，从而破坏对方与你继续沟通的兴致。这其实是首因效应的一种表现。

那么，什么是首因效应呢？不妨先来看一个实验。



#### 心理学实验

1957年，美国心理学家洛钦斯做了一个非常有意思的实验。他设计了4篇内容不同的短文，分别介绍了一个名叫布朗的人。第一篇短文全篇将此人描写成一个开朗友好的人；第二

篇短文的前半段将布朗描写成一个开朗友好的人，后半段则认为布朗是一个孤僻、不友好的人；第三篇和第二篇恰好相反，前半段描述布朗是一个孤僻、不友好的人，后半段却说布朗是一个开朗友好的人；第四篇短文则整篇将布朗描写成一个孤僻、不友好的人。然后，让4组被试分别阅读这4篇短文，最后评估布朗的为人究竟是否友好。研究结果显示，在这些被试中，阅读描述开朗友好在前的，把布朗评估为友好的占78%；而相反，阅读描述开朗友好在后的则认为布朗友好的仅有18%。

在该实验中，第二篇和第三篇短文的内容相同，只因前后顺序改变了，就出现了完全不同的结果。换言之，信息呈现的顺序可以改变人们的观点与看法，这就是心理学上所说的首因效应。

首因效应就是指个体在社会认知中，通过“第一印象”最先输入的信息对之后的认知产生的显著影响。这种效应是由第一印象（首次印象）引起的一种心理倾向，很多人称之为“第一感”。

就本质而言，首因效应是一种优先效应，当不同的信息结合在一起时，人们总是倾向于注重前面的信息。即使人们同样关注了后面的信息，也会觉得后面的信息是非本质的、偶然的。人们总是按照前面的信息来解释后面的信息，即使后面的信息和前面的信息不一致，也会屈从于前面的信息，以此形成

整体统一的印象。

对这种因为信息输入顺序的不同而产生不同效应的现象，理论上有各种不同的解释。其中一种解释指出，最先接受的信息所形成的最初印象构成了大脑中的核心知识或者记忆图式，而后输入的信息只是被整合到该记忆图式中了。也就是说这是一种同化模式，后续的信息被同化到了由最先输入的信息所形成的记忆结构当中。所以，后续的信息也就有了先前信息的属性痕迹。

在与他人初次交流时，首因效应发挥着重要的作用。那些深谙沟通之道的人总能通过前几句话甚至第一句话就给对方留下深刻的印象，把首因效应当成一个非常重要的沟通心理策略来使用。

在沟通一开始就给对方留下良好的印象，只是社交活动中成功的第一步，更深层次的沟通与交往还需要我们提高自身言谈举止、学识修养等方面的综合素质，这样双方的交往才能长久。

总之，第一印象非常重要。无论在什么地方、什么时间与他人交流，我们都要注意自己的言谈举止，争取用首因效应为自己的形象加分。



## 心理策略 2

### 警惕晕轮效应，避免以偏概全

在与他人沟通时，你是否经常以貌取人？是否经常以初次言谈来判定他人的才能与品德？多年不见的朋友，你是否对其印象一如当初并用曾经的语调、态度与之交流？

想否认很难！这都是晕轮效应惹的祸。

20世纪20年代，美国著名心理学家爱德华·桑戴克提出了晕轮效应。

所谓晕轮效应，指的是当认知者对一个人的某种特征形成好或坏的印象之后，还倾向于由此推断这个人其他方面的特征。

桑戴克指出，人们对他人的认知与判断，常常只从局部出发，就如同日晕一样，从一个中心点逐步向外扩散成越来越大的圆圈，并据此得出对他人的整体印象。由此，桑戴克为这种心理现象起了一个恰如其分的名称，即“晕轮效应”，其特点可以总结为四个字：以偏概全。

在人际交往与交流中，我们在评价不太熟悉的人或有严重