

《读者》签约作家，《演讲与口才》创刊20周年最优秀作者



借物 识 交际

高兴宇 / 著



JIEWU SHI JIAOJI

新颖别致的交际仿生学
格物来致知的社交新说
借助简单的事物洞悉复杂的社交

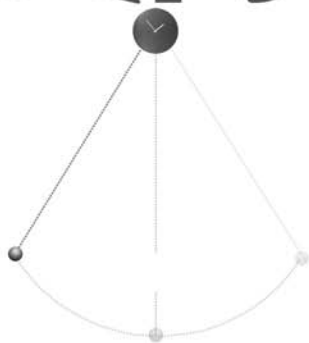
清华大学出版社

内容简介

本书借助简单的事物来洞悉复杂的社交，如借助物理学中的惯性、钟摆特点、热传递、同频共振，化学中的催化剂，数学中的辅助线，大自然中的蚂蚁、蜜蜂等等。该书是一部交际仿生学、社交新说。以物来理解交际的思路，对解开人际交往的困惑有很大帮助，可以让人们轻易地掌握交际规律和处世秘诀。

高兴宇 / 著

借物 识 交际



清华大学出版社

北 京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

借物识交际 / 高兴宇著. — 北京 : 清华大学出版社, 2013.5

ISBN 978-7-302-31760-9

I. ①借… II. ①高… III. ①人际关系学—通俗读物
IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 057831 号

责任编辑：张立红 史 涛

封面设计：周晓亮

版式设计：青青虫工作室

责任校对：杨 阳

责任印制：

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印刷者：

装订者：

经 销：全国新华书店

开 本：148mm×210mm 印 张：8.5 字 数：189 千字

版 次：2013 年 5 月第 1 版 印 次：2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

产品编号：051960-01



交际与物同理

十年前，我们当地一所学校举办了一个公共关系培训班，四十余名学生参加了培训。我有幸给他们教授了几节课。

学生们都是些十七八岁的青年，刚接触社会，不但对公共关系茫然无知，对人际交往也颇感头痛，不知从何下手。在这样的背景下，我给他们上了第一堂课。这堂课很成功。

我对他们说：“你们坐在同一间教室里读书求知，肯定很有缘分。”

学生们齐声说：“是。”

我接着说：“养育你们的父母现在肯定在思念着你们，盼望着你们。”

学生们齐声说：“是。”

我又说：“要想在社会上出人头地，必须学好公共关系。”

学生们齐声说：“是。”

我继续说：“然而，学习这门课程难度很大，因为你们是第一次接触。”

学生们大声说：“是。”

我也大声说：“但是，你们肯定会轻轻松松地把这门学问吃透。”

学生们照旧回答：“是。”

我顿了顿，说：“一方面课程难度大，另一方面你们又认为能轻轻松松地学好，你们不觉得二者之间存在矛盾吗？”

他们一时哑住了，想不到我会问这样的问题，左看右看，然后纷纷说：“是呀，是呀。”

我微笑着对他们说：“这是因为心理惯性，你们才这样一味地回答‘是’。你们都知道，小车往前行驶，当刹车时，车辆还会向前滑行，这在物理学中叫惯性。其实，人们的心理活动也有此类的惯性现象，当一个人说‘是’时，他会一直‘是’下去。将来，你们搞公关，一定要像刚才我这样有一个不断获得‘是’的前奏，这样，你们才会轻松地得到对方的‘是’，从而获得成功。”

此时，学生们静静地看着我。我说：“学公共关系并不难，你们只要把物理学中简单的定律、常识移植过来就行，因为交际与物是同理的。”

学生们还是静静地听，我知道他们此时一定很纳闷，肯定不清楚我最后这句话的意思。

我给他们做了一个试验。我将一个空杯倒满水，然后再往里倒，水都溢出来了。我问他们：“为什么倒不进去水了？”

学生们回答：“因为水杯满了，所以盛不下了。”

我说：“要想使这个杯子装上新鲜的水，只有将原来的水倒掉才

行。同样，一个‘思想满满’的人是装不进‘新思想’的。因此说，向一个自以为是、听不进劝说的人公关，首要的任务是摒除他的成见。这，就是借物识心。”

学生们活跃起来，他们开始对我说的东西感兴趣了。为了加深认识，我请学生们观看外面的风景。透过教室窗户，我们看到不远处有一座人工湖。湖水清澈平静，宛如一面镜子，教学楼、树木、天空等都倒映在湖中。

我问他们：“假若现在起了大风，湖面会怎样？”

学生们说：“湖面会波浪起伏。”

我接着问：“波浪起伏的湖面是否能映出周围的景物呢？”

学生们肯定地说：“不会。”

我说：“心与物同理。人在平心静气的时候，看待事物、认识道理是清清楚楚的，但一个人心澜难平或者怒涛汹涌时，却很难做出理性的判断，采取明智的行动。既然如此，我们在搞公关时，就要尽量避开那些内心不平静的人，因为此时的他们是听不进我们的真知灼见的。”

此刻，掌声响起来了，学生们异常兴奋，他们就像看到了一件非常美丽、以前闻所未闻的宝物。

经不住掌声夸奖的我笑哈哈地继续说：“钟摆往左摆动大，往右摆动也大，对你越苛刻的人越会帮助你；你如果正直、善良，那

么你也会将此‘热传递’给你的生意伙伴，从而有个温馨的工作环境；如果你与另一个人兴趣相同、脾气相投、看法相近、目标一致，那么你们也会像物理学中的‘同频共振’那样，与其取得共鸣，成为工作生活中的好朋友……”

学生们听得很认真。

这就是我的第一堂课，其实，我所教的这些内容在教材上是没有的。我以前也和这些学生们一样对社会、对人性茫然无知，出于学好、弄通交际的目的，我不断摸索、总结，便有了这套心得。今天，我把我的交际与物同理的心得作为教学内容，目的是想传给他们一种学习公共关系的切入方法，授给他们一把处理人际关系的钥匙。我相信，这个方法、这把钥匙会派上用场的。

十年时间过去了，这些学生靠个人的努力，进步都非常大。四十多名学生中，有一人靠自学、靠进修，成为心理学博士；有三人，成为我们当地赫赫有名的青年企业家；还有一人，被一家保险公司评为全省销售状元……

虽然他们的老师，也就是我，混得差一些，可当我听到他们取得的优异成绩时，我内心也是非常激动的。



01 借助心理的惯性

事物 物理学中的惯性

借鉴 借助交际情感、取向、态度、认知的惯性

小车往前行驶，当刹车时，车辆还会向前滑行，这在物理学中叫惯性。人的心理活动也有惯性现象，当一个人说“不”时，他会一直“不”下去；当一个人说的“是”越多，就越会答应某一件事。可以说，一个善于借助心理惯性来灵活交际的人，必定是个优秀的社会活动家。

人的心理活动的惯性主要存在于交际情感、取向、态度、认知等四个方面。善于借助心理惯性，就是要擅长“四借”。

一、借助交际情感的惯性

交际活动中，人们会随着所处环境、所经历事件的不同，而产生愉快、恐惧、悲哀、厌恶、憎恨、愤怒或者忧伤等情感，有了这种情感以后，还会持续一段时间，这就是情感的惯性。利用这种惯性，大有文章可做。譬如说，说一句赞美的话，无疑会使对方美滋滋的，因为惯性，这种愉快心情还会持续一段时间。在这段时间里，你说出批评之类的让他心里难过的话语，由于惯性在起作用，他会依旧保持着美好心情，而不会因为你的批评受到刺激。

在某省一次体育运动会上，有位技术水平高超的乒乓球运动员，可能是因为过于自信的缘故吧，在比赛前夕，沉醉在一些娱乐活动中，不好好去备战。为此，教练员对他说：“你是一名靠刻苦训练、用心钻研成长起来的运动员，凭你的综合实力，在全国也是第一流的，将来肯定前途无量。”运动员听后，心里非常激动。接着，教练员又说：“在这关键时刻，你是不是应该注意调整休息、养精蓄锐呢？”不用说，运动员愉快地接受了批评。在第二天的比赛中，他发挥出色，一举夺魁。

在这个事例中，如果批评不当，定会影响第二天的比赛。该教练员批评有方，不但使运动员改掉错误，而且激发了其干劲。当一个人听到别人的赞赏后，再听到对他的批评，心里往往会好受得多，这是因为惯性——喜悦会持续一段时间——在起作用。

每个人都有丰富的内心感受，由于惯性的作用，它不但会影响交际双方在当前事情上的处理，而且还会影响到在下一件事情上的处理。一个成功的交际者，要善于提倡、引导有益交际活动发展的情感，并且善于调节、疏导阻碍交际活动发展的情感，如此，才能使得交际活动灵活自如，并且充满真情。

二、借助交际取向的惯性

奥弗斯屈教授在他的《影响人类的行为》一书中说：“当一个人说‘不’时，他所有的人格尊严都已经行动起来，要求把‘不’坚持到底。事后他也许会觉得这个‘不’说错了，但是他必须考虑到宝贵的自尊心。既然说出了口，就要坚持下去。”这种现象就是交际取向的惯性在起作用的结果。当一个人对某一件事给予赞许后，对

紧接着的下一件事也很有可能给予赞许；两个人对某一件事达成一致意见后，对紧接着的下一件事也很有可能达成一致意见，这都是因为交际取向的惯性。

一个人如果想说服另一个人，在提到正题以前，一定要避免在其他问题上同其争论、抬杠，而是应该同他保持一致。

某公司原来考虑买一辆四吨卡车，后来为了节省开支，打算改买别家工厂的两吨卡车。生产四吨卡车的汽车厂闻讯，立即派员工找到买方，说：“你们需要运输的货物平均重量是多少？”买方说：“两吨左右吧。”厂方说：“有时多，有时少，是吧？”买方回答：“是。”厂方接着说：“选择何种型号的车，一要看载重量，二要看道路状况，是吧？”买方说：“是。”厂方又问：“在丘陵地区行驶，汽车承受的压力要比在平地上大，是吧？”买方回答：“是。”“据我所知，贵公司的车辆主要行驶在丘陵地带，是这样的吧？”厂方问。“是的。”买方回答。“我觉得，在这种情况下，购买汽车应该留有一定的余地，对吧？”厂方说。“应该是的。”买方答道。厂方又说：“从不超载的汽车，它的寿命肯定比经常超载的汽车长，对吧？”买方响亮地答道：“是的！”厂方笑着说：“如果多花几千块钱，购买我们的四吨卡车，就可以多使用几年，在这几年里，就能够为贵公司赢利几万块，对吧？”“您说得没错。”买方笑着说，“贵厂的四吨卡车，我要定了。”

该汽车厂的成功之处，就在于当与对方观点不同时，不讨论分歧，而是强调彼此的共同点，和谐的谈话气氛加上“是”、“是”的惯性，从而巧妙地做成了这笔买卖。

三、借助交际态度的惯性

一个人在某件事上，如果以轻蔑、敷衍、冷漠、虚伪、高傲的态度对待别人，那么在随之而来的下一件事情上，也极有可能以同样消极的态度对待别人；如果以尊重、认真、热情、坦诚、谦逊的态度对待别人，那么在下一件事上，也会以这种积极的态度来对待对方，这就是交际态度惯性起作用的结果。

一个成功的交际者，要善于把对方的交际态度转逆向为顺向，变消极为积极。

几年前，某种人寿保险在国内刚刚兴起，许多人对此并不了解，看不到这种保险的益处，有的对此还存有误解。营销员小陈到王女士家几次推销，都被冷漠地拒绝了。一次偶然的机，小陈听说王女士喜爱集邮，她认为这个消息非常重要，于是找到了一些集邮方面的书籍，了解了其中的不少常识、奥妙。等到再次上门拜访的时候，围绕集邮这个话题，小陈同王女士交流了半天。奇迹出现了，等再扯到保险的时候，王女士愉快地同意了。为什么会产生这个好效果呢？原因就是，小陈同王女士谈论集邮，引起了她的极大热情，等转到保险这个话题时，由于惯性的作用，王女士对此也产生了极大热情。

四、借助交际认知的惯性

人与人交往，“印象”很重要。好的印象，对交际活动有着激发和促进作用；不好的印象，则对交际活动起着抑制和阻碍作用。其实，印象是由两方面组成的，一方面是一个人对另一个人关于守信、

正直、稳重、文雅等的积极评价，或者失信、奸滑、轻浮、粗鲁等的消极评价，另一方面则是这个评价的惯性。时间久了，印象就会淡化，也就是惯性减小；时间短了，在一件事上对某个人的评价，由于惯性的作用，会影响到下一件事情的办理。

有家私营企业，极想聘请一位退休的工程师，可是不论如何劝说，不论出多高的薪金，这位固执的工程师就是不同意。为什么呢？因为这位私营企业主是位打扮非常时髦的青年，工程师觉得信任不过，于是就一再拒绝。说来也巧，一次偶然的机，工程师无意间看到这位青年正在弯腰捡拾路上的一枚小小铁钉，以防扎伤行人。工程师看后，觉得这位青年是个心细之人，是心善之人，与这类人合作肯定非常愉快。这时，“时髦打扮”在工程师心中，不但不反感了，反而觉得这是工作需要。工程师对这位青年有了一个好印象，他认为，这样一个各方面都不错青年，不应该拒绝他。于是，等再次见到这位青年的时候，工程师决定发挥自己的余热，并且不计较薪金的多少。半年后，该工程师设计的新型产品问世了，畅销各地。

为什么工程师会改变主意呢？原因是该青年私营企业主无意间的一个举动，使工程师对他有了一个特别好的印象，由于惯性的作用，使工程师转变了不加盟该企业的观念。