

终极读心术

你的老板、你的上司、你的竞争对手、你的情敌
都不希望你看到的书！



THE POWER GAME

影响力的游戏

左右人心，如你所愿的心理学策略

〔瑞典〕亨利克·费克萨斯 著
冯杨 译

THE POWER GAME

影响力的游戏

左右人心，如你所愿的心理学策略

〔瑞典〕亨利克·费克萨 著

冯杨 译

图书在版编目(CIP)数据

影响力的游戏 / (瑞典) 费克萨斯著; 冯杨译. —太原: 山西人民出版社, 2014. 9

书名原文: The Power Game

ISBN 978-7-203-08674-1

I. ①影… II. ①费…②冯… III. ①心理交往-社会心理学-通俗读物 IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第191151号

版权合同登记号 图字: 04-2014-006

影响力的游戏

著者: 亨利克·费克萨斯(瑞典)

译者: 冯杨

责任编辑: 贾娟

装帧设计: 陆红强

选题策划: 北京汉唐阳光

出版者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

地址: 太原市建设南路21号

邮编: 030012

发行营销: 0351-4922220 4955996 4956039

0351-4922127(传真) 4956038(邮购)

E-mail: sxskcb@163.com 发行部

sxskcb@126.com 总编室

网址: www.sxskcb.com

经销者: 山西出版传媒集团·山西人民出版社

承印者: 北京市通州兴龙印刷厂

开本: 655mm×965mm 1/16

印张: 17

字数: 163千字

印数: 1—10000册

版次: 2014年9月 第1版

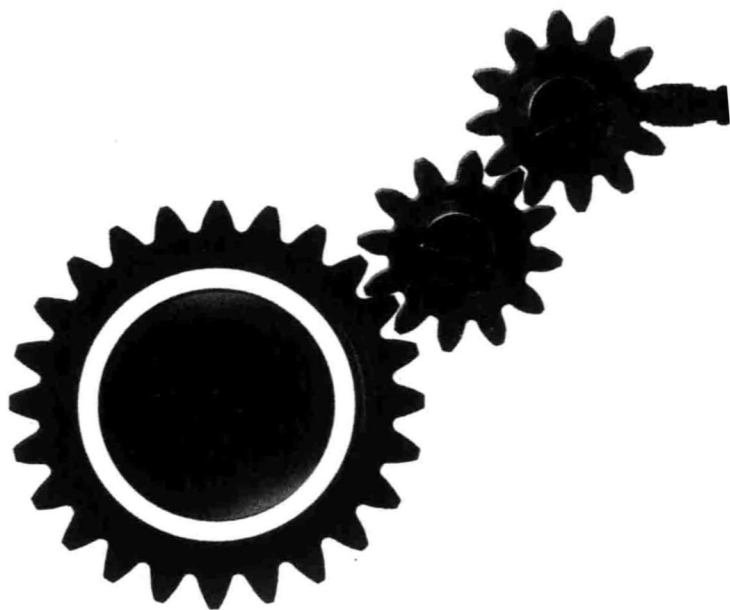
印次: 2014年9月 第1次印刷

书号: ISBN 978-7-203-08674-1

定价: 38.00元

如有印装质量问题请与本社联系调换

投入硬币



开始新游戏

影响力游戏

游戏人数：1 人以上

难度：简单——专业

时间：5 分钟——以后的整个人生



这不是游戏……

——《诅咒世界大冒险》^[1]

啦啦啦……

噢，对不起，我在喃喃自语。请进来吧。非常高兴见到你，我一直在盼着你来呢。有人看到你上这儿来了吗？最好在我们继续谈话之前看看你身后有没有人跟来，确认一下。

就你一个人？

那好。

欢迎你！

如果你正读到这里，那就意味着你已经设法拿到了这本书。如此，我就要恭喜你了。当我写到这儿的时候，我其实并不知道这本书出版后会发生什么。有人可能会买下所有这些书，然后把它们付之一炬。或者，这本书在媒体引起了巨大的争议，以致书店拒绝销售它。如果发生这种事情，总是有原因的。你瞧，这本书是没有人希望你来阅读的。

[1] Nihilumbra，一款益智游戏，以主角小黑团的逃亡和过程中的成长为主线。——译者注



你的老板绝对不想让你读这本书，而你自己如果是老板，你也不会想让你的员工读这本书。基本上，你的任何一级上司都不希望你读到这本书。同样，其他部门跟你争夺同一资源的家伙，或者跟你一样盯上了班里某个辣妹的家伙，他们也不会希望你读这本书。

当地议员以及那些靠说服你赞同他们为生的政客们，尤其不希望人们读这本书。我不是在说这些人的坏话，这些人有着强烈的野心要选民站在他们一边。你的 CEO 可能参加过雄辩术的培训，学会了一些关于遣词造句和逻辑的复杂理论，而做市场分析的公司恐怕已经花了大把的钱来学习市场心理调查。所有这些都是为了让你确信你会做得更好。

然而，一本像这样的书出现了，于是一切都被毁了。

你瞧，这本书将颠覆你的喜好。不论你是推销员、律师、招待、老师、健康咨询师、执行经理、学生、狗语者或者从事任何其他职业的人，我的目的都是为了帮助你掌握一门艺术来获得你想要的而不是其他人想要的。让他们去忙那些培训课程和心理调查吧，那些活动也许有趣，但并不是必要的。而停止做跟随者、开始做领导者，要比那容易多了。

所有的游戏都隐藏着一些捷径，影响力的游戏也不例外。较老的电视电脑游戏通常都有些获胜的秘诀，这些秘诀是程序设计员秘密添加在里面不为人知的。你将从本书学到的技巧也是如此，影响



影响力游戏主要是运用了人类心理中隐藏的一套固有捷径，它只为少数人所知。这些捷径乍看起来稀松平常，但只有你深入领会了，才会明白它们实际上是多么强大。我从来不喜欢把事情弄得毫无必要地繁杂，事实上，我一点儿也不喜欢把事情弄复杂。当我开始写影响力的游戏时，我们已经拥有了一整套简单易学的技巧。和隐藏捷径的游戏程序设计员一样，影响力游戏也遵循了相同的原则：最小的成本、最大的收益。

不像其他影响力和说服力领域中的一些技巧，本书的这些技巧是绝对不可检测的，因为本书的影响力游戏不会被人们的有意识雷达探测到，是在潜意识层次上起作用的。我来解释一下：你的有意识掌管大脑关注你所读内容的那部分，而另一方面，你的潜意识掌管大脑存储情感和记忆的那部分。最常见的施加影响力的技巧都旨在影响大脑的有意识部分，这也是它们很多时候不奏效的原因。相反，我们会绕开所有有意识的分析和抵制，使用看不见的操纵杆来控制真正能影响他人的关键部分：情感和行为。

我非常理解，告诉你要学习影响力的游戏来达到你个人的目的，你多少会感到有些难为情，或者至少会环顾四周确保没有人看到你在读这本书。毕竟，这听起来有点像要操纵别人，或者甚至显得不道德？而且，为了“个人目的”来做事真的就 OK 吗？我也很理解，像“影响力”和“影响力游戏”之类的字眼儿，尽管它们可能有点诱



人，但也同时让人联想起诸如强制、每天的压迫或者专横肥胖的男人，等等。在这种情况下，你想的是那种老式的、负面的、不太有效的施加影响力的方法。

“权力”这个词有很坏的名声，据说权力总是导致腐败。心理学教授菲利普·辛巴多在 20 世纪 70 年代的一个实验雄辩地证明了这一点。这个实验将被实验者随机分为“囚犯”和“守卫”，仅仅过了几个小时，“囚犯”就被“守卫”实施了精神虐待，而这些守卫平时都是他们的朋友！此时唯一的区别就是他们突然被赋予了掌控他人的权力。当然，这些并不一定总是如此戏剧化地表现出来。任何只要观察两个同学在体育课上挑选不同团队的人，都会直接见证到权力的滥用。我最近就亲自观察到这一点，当一个十岁的小孩管理他父亲的服务器时，他突然就有了允许他在学校里的哪个朋友可以玩线上游戏的权力。这有点像《蝇王》里的情形。

事实上，曾经研究过权力的挪威研究者琳达·莱，发现大约 70%—80% 的人一旦被赋予权力来影响他人的行为，都会滥用这一权力，或者至少会做出一些令人质疑的举动。但这些都是关于典型的、传统的权力运用。你将学到的影响力游戏和它相比，就像白天和黑夜一样截然不同。在影响力的游戏中，我将为你提供一种比容易腐败的权力更具建设性的选择。就我所能描述的而言，这是一种全新的获得权力的方法。正如它的名称所暗示的，我不想否认影响力游戏是一种



游戏，而凡是赢得游戏的人都将发号施令。但是，当你用彼此能接受的方法赢得游戏时，每个人都会觉得自己是赢家，没有人觉得自己被利用了，每个人都觉得自己得到了想要的（即使他们得到的主要是你想要他们得到的）。这会赋予你一种独特的力量，这种力量使参与其中的每个人都感到比你和他们玩影响力游戏之前更有力、更积极。如果这听起来让你觉得有点儿不可思议，那只是因为还没有人花时间向你解释过影响力的真正本质。

我们即将讨论的技巧实际上都来自于平时的自然行为和交流。影响力游戏建立在两个原则之上：

首先，要深刻理解我们每次交流时是如何影响别人的思想和行为的。我们的口头语言、身体语言以及引起他人共鸣的思想总是触发了谈话对象的心理机制。了解这些机制以及怎样触发它们，对达到你的目的至关重要。

第二，要确信一点：任何一种影响力在你尊重他人并将他们的喜好看得和自己的一样重要时，会变得更加有效。在本书中，我会不断地强调这一点，真正的影响力是让别人心悦诚服，而不是控制他们。这意味着影响力的游戏会让你得到别人真心想给你的或真心想帮你的，而不是因为你对他们耍了手段或施加了压力。

人们试图施加影响力时，最常犯的错误就是只关注以上两点中的一点。他们可能只关注第二点，忙着取悦别人，一门心思想着别人喜



欢什么，但却忘了自己的主张。我们可以把这种人叫做克里登^[1]，也就是电视连续剧《红矮星号》里的那个机器人。或者，更常见的是，他们只注意到了第一点，亦即如何正确地触发心理机制。这导致他们陷入了各种麻烦。如果你见过某个人在影响别人时让别人十分不爽，或者曾经被别人故意挑选你作为团队的最后一员，只是因为他能这么做，那么你也许已经碰到过类似的人了。让我们把这种人叫做乔治。

只有坚实地掌握了两个原则，你才能成为比克里登、乔治或者任何像他们那样的人更好的影响力游戏玩家。

如果你读过我以前写的一系列书，就会知道我以前一直探索的就是这些领域。实际上，我不仅仅是探索了这些领域，我还尽可能地戴着头灯深入钻研到心理学的神秘洞穴之中。然而，尽管我已经了解了关于行为、影响力和大脑机制的大量知识，但仍然花了好几年才意识到所有这些知识都可以被整合到一个单一的、实用的体系：影响力的游戏。

就我所知，这个体系从来没有被提出来描述过。也许是因为它太难了，少有人发现到它。你瞧，你寻寻觅觅，可退后一步才蓦然发现那人却在灯火阑珊处。影响力的游戏并不是深藏在洞穴里，尽管每个

[1] Kryten，英国科幻电视喜剧《红矮星号》（Red Dwarf）里的机器人，很听主人的话。一个颇受欢迎的 Unix Shell 的电脑程序也借用了这个名字，电脑终端客户只要在游戏或音乐里写下 Demo，它就会照着演讲、说话、执行，会当场 Show。——译者注



人都一直在洞穴中探寻影响力的圣杯，影响力的游戏就是洞穴本身。

对我而言，这代表了重新总结阐述我早期著作的一个全新方法。《影响力的游戏》不是对我以前一系列书的补充，而是所有的那些书补充了《影响力的游戏》。如果你已设法把这本书读完了一遍并感到有些困惑的话，我建议你不要继续再读下去，而是回过头去读读我以前写的那些书。把你那些书页已经卷起来了的《读心术》、《读心术实战篇：做我想让你做的，想我想让你想的》从书架上拿下来再读一下。你会从中获得新的发现，就像我曾经的体验一样。（如果你还没有买过那些书，那么我就给了你一个很大的理由去买它们）

在结束序言前，我们看看是否有必要玩影响力的游戏。“我不想玩游戏，我只想做我自己。”这种声明建立在误解之上。在这里，“玩游戏”并不意味着你要扮演某个不是你的角色，或者演戏，而只是意味着你在有意识地、深思熟虑地采取行动。这更像是打桥牌而不是角色扮演。

你和其他人的每一次相遇，都会与之形成某种特定的关系，在这种关系中，你用特定的方式和他们交流，并建立起相应的原则来指导你怎样做决定以及优先考虑哪些人的观点。此时，你和他们都已经在玩影响力的游戏了。每次相遇都是如此。

当然，你可以试着自己不去玩这些游戏，但问题是你仍然会被卷入这些游戏中。你瞧，只要别人玩影响力的游戏，你自然就会被卷入



来，不管你愿意与否。然而，你总是有选择的，你要么勉强接受别人给你设立的规则，要么自己来掌控局势。每当人们相互交流时，影响力的游戏就在发生。问题只是在于你想让这个游戏怎么玩，这取决于你。你要么让别人来主导，要么让自己来主导。

好啦。也许最后这部分在你听起来有点儿刺耳。

但是请记住，只要你是行使影响力的那个人，你就可以运用它来达成任何你想要的目的。影响力游戏中的技巧只是工具，至于把它们用来达成好目的或坏目的，则取决于你用它们来做什么。当然，一边奸笑着一边进行你要支配世界的邪恶计划，这可能很有趣，但是如果你能让别人和你一起开心的话，你会更快地得到回报。在学习这本书的技巧时，你会意识到，只有创造出一种鼓励相互合作和共同商量的气氛（不论是在工作中、学校里还是家庭里），让每个人都感觉良好并乐于奉献时，影响力游戏才能取得最好的效果。这也能使你留意到那些开始变成克里登和乔治，并且试图运用糟糕的、压迫性影响力技巧的人。

或者，你可以神不知鬼不觉地运用影响力游戏来达到出其不意的效果，那当然也自有其优势，一切取决于你。

为了让本书的内容尽可能地简洁明了，我挑选了我认为是影响力游戏里最好的 64 个技巧。为了说得更清楚一些，我把它们分成了四组独立的小游戏：如何触发心理机制来引起特定的心理状态，如何运用



特定的语言模式来影响别人的思考，如何创造一种社交氛围促使别人想帮助你，以及最后的，当别人挡你道时你该如何采取行动。这些小游戏在现实生活中都是同时进行的，但是逐一来处理它们，会使我们更容易掌握。

我已经尽可能用最实际、最实用和最简明的方式来描述这 64 个技巧了，将来我们还要更深入地探索其中的心理学和哲学原理，但本书完全是实用手册。影响力的游戏是真实生活（亦即当你没有埋头于书本时）的一部分，这意味着你能更快地脱离书本活学活用，效果就越好。

你很快就会开始第一个游戏了。但首先，请允许我把这些游戏的规则总结成几句话：（1）影响力游戏为你提供了强有力的技巧来使你获得战略性优势，也提供了强有力的工具来使你预防别人控制你的任何处境。（2）影响力游戏的内在特征就是，当你玩到最高水平时，其他人都会希望你赢。你还会比你的老板享受更多的乐趣。

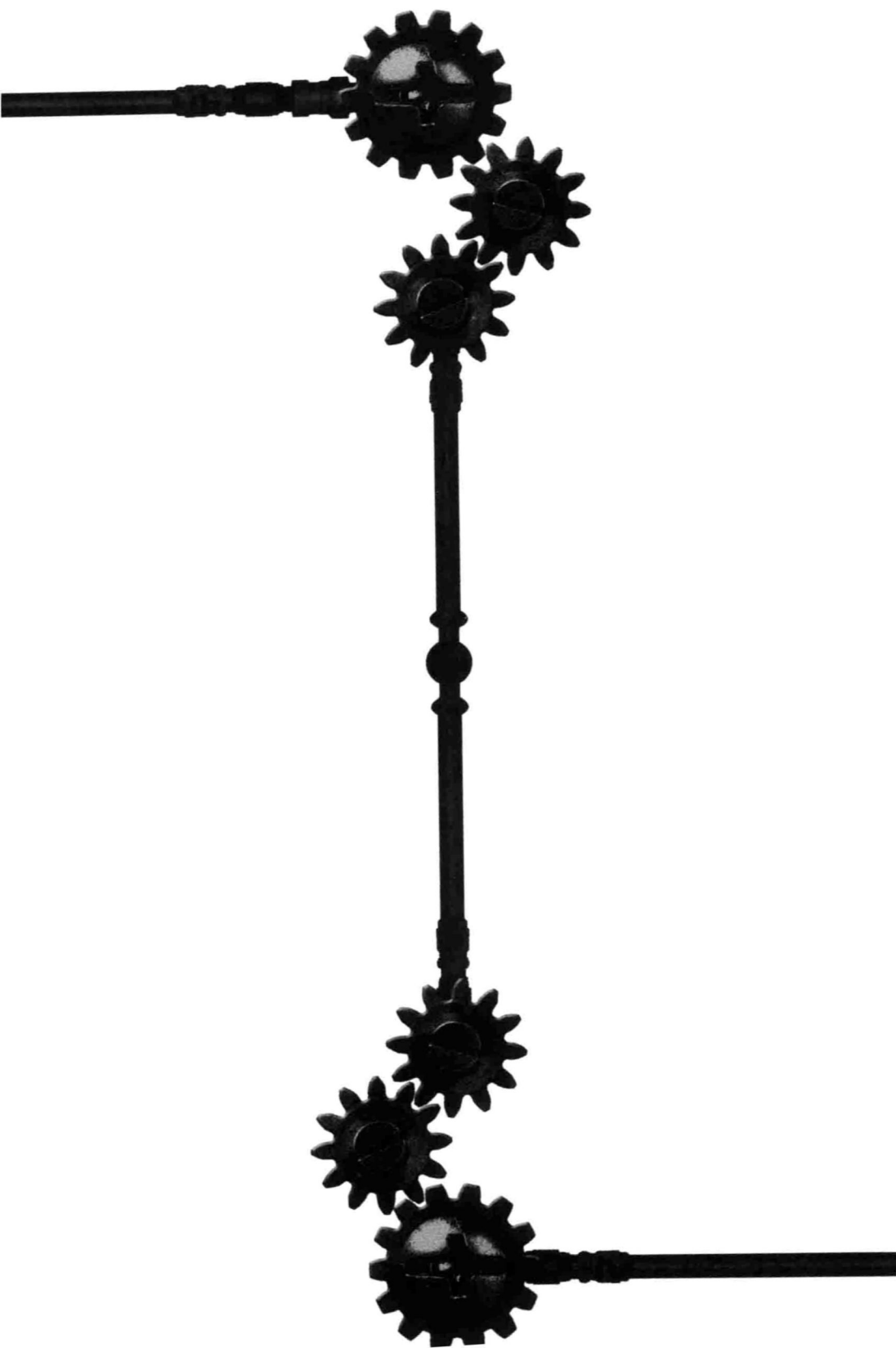
好的，开始了。门关好了吗？

嘿嘿嘿，到时间了……你准备好了吗？

我们开始吧！

《疯狂的士》^[1]

[1] Crazy Taxi, 《疯狂的士》，一个结合了全新疯狂创意于一身的赛车游戏，游戏舞台以赌城拉斯维加斯为主。——译者注





目录

游戏规则

02

游戏 1

心理组合玩具 16 个让别人相信你的技巧 001

- | | |
|---------------------|-----|
| 1.1 反复地说，直到它变成真的 | 004 |
| 1.2 让它感觉起来像是真的 | 008 |
| 1.3 不要提供太多选择 | 014 |
| 1.4 小心完美主义者 | 016 |
| 1.5 当别人先你一步时 | 019 |
| 1.6 通过承认弱点来获取力量 | 022 |
| 1.7 满足他们的基本需要 | 025 |
| 1.8 强化或改变别人的观点 | 032 |
| 1.9 通过分散注意力来改变别人的观点 | 034 |
| 1.10 让对方成为你需要的那种人 | 036 |
| 1.11 一般将来时不如正在进行时 | 039 |
| 1.12 影响集体更容易 | 041 |
| 1.13 制造集体暗示 | 043 |
| 1.14 用手势展现你的权威 | 045 |
| 1.15 假装是高帅富 | 049 |
| 1.16 好气氛，坏气氛 | 052 |