

最全面、最实用、最具可读价值的社交心理学

本书教你破解社交中的心理学密码，了解外在行为背后的心理奥秘，掌控人际交往主动权，成为人际博弈大赢家。

就是不告诉你^的 社交 心理诡计

王硕 编著

捕获行为语言，
参透应酬深处的心理规则

洞悉对手内心
破解社交背后的
心理秘密

中国书画出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE

就是不告诉你^的 社交 心理诡计

王硕 编著

JIUSHI BU
GAOSU
NI DE
SHEJIAO
XINLI GUIJI



图书在版编目 (CIP) 数据

就是不告诉你的社交心理诡计/王硕编著.

—北京: 中国画报出版社, 2012. 7

ISBN 978 - 7 - 5146 - 0521 - 1

I. ①就… II. ①王… 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 (2012) 第 152792 号

就是不告诉你的社交心理诡计

出 版 人: 田 辉

编 著 者: 王 硕

责 任 编 辑: 齐丽华

出 版 发 行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路 33 号, 邮编: 100048)

电 话: 010 - 88417359 (总编室兼传真) 010 - 88417409 (版权部)
010 - 68469781 (发行部) 010 - 88417417 (发行部传真)

网 址: <http://www.zghbcbs.com>

电 子 信 箱: cpph1985@126.com

经 销: 新华书店

海外总代理: 中国国际图书贸易集团有限公司

印 刷: 三河市骏杰印刷厂

监 刷: 傅崇桂

开 本: 16 开 (170mm × 240mm)

印 张: 14.5

版 次: 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5146 - 0521 - 1

定 价: 28.00 元

(版权所有 违者必究)

序言 Preface

在社会交往中，你有没有产生过这样的困惑：为什么总有那么一些人不喜欢、不欢迎我们？为什么自己为他人好，对方却不领情？为什么职场上受伤的总是我？为什么无论如何也不能让别人接受自己的要求？为什么自己的爱情之路总是不顺利？……

其实，之所以会出现这样的情况，主要是因为我们不了解种种社交心理诡计。

所谓社交心理诡计，就是指利用心理学的相关原理、效应和方法等诱导、操纵对方，并在与人进行心理博弈的过程中获胜。实际上，一个人可能不知道什么是心理诡计，但一定在不知不觉中用过它或被它影响过。

例如，对人的赞美就是一种社交心理诡计。爱听赞美是人们的普遍心理，于是我们便可以利用这一心理来影响他人。不管是求人办事，还是想获得对方的好感，我们都可以通过合理地赞美对方来达到目的。如果我们的赞美让对方眉开眼笑，那就说明我们的“诡计”得逞了。

人与人之间交流的日益频繁导致了纷繁复杂的人际关系的生产。在这种复杂的人际关系中，懂得一些社交心理诡计是非常有必要的。事实上，那些深谙世事的老手都精通种种社交心理诡计，因而能在变幻莫测的社会交往活动中做到游刃有余。

在人际交往中，如果你不懂社交心理诡计，就难免中他人的招，让自己陷入

被动；相反，如果你深谙种种社交心理诡计，便能事事占据主动位置，在社会交往活动中无往不利。

此外，从近几年图书市场的情况来看，有关社交心理的图书正在成为人们争相阅读的焦点领域，但不难发现，名目繁多的此类图书存在良莠不齐的状况。很多图书理论性很强，却难以应用于实践。为此，编者为读者精心编撰了本书，旨在为读者提供最具实战效用的社交心理策略。

本书从心理角度，结合实际社会交往的案例，对社会交往中可能遇到的各种心理现象进行了较为详尽的分析，并提供了最具实战效用的解决思路与方法。阅读本书，在了解各种人际关系现象背后的深层心理原因的同时，你也能掌握一系列可以立刻派上用场的社交心理策略，使你能迅速掌控人际交往的主动权，成为名副其实的社交达人。

目录 Contents

PART

1

心理诡计：人性真相——洞悉人性，赢得主动

- 01 每个人都有“随大流”倾向 / 002
- 02 人人都喜欢被人赞美 / 004
- 03 没有人愿意欠人情债 / 007
- 04 人们更喜欢与自己相似的人 / 009
- 05 人人都希望得到尊重 / 011
- 06 每个人都希望自己做主 / 013
- 07 人人都期望得到关注 / 016
- 08 人们更愿意听权威的话 / 018
- 09 谁都想证明自己的价值 / 020
- 10 人们更珍惜来之不易之物 / 022
- 11 人们总是喜欢对着干 / 023
- 12 人人都有竞争意识 / 025

13 人的欲望是无止境的 / 027

PART

2

心理诡计：吸心大法——人情练达，化身磁石

- 01 善用“首因效应”，打造良好的第一印象 / 030
- 02 微笑是人际交往的润滑剂 / 032
- 03 记住他人“小事”，收获人心 / 034
- 04 背后说好话，可事半功倍 / 036
- 05 投其所好，赢得他人的好感 / 038
- 06 关键时刻伸出手，更能征服人心 / 040
- 07 妙用“地形”，让对方喜欢你 / 042
- 08 用好“多看效应”，增进彼此感情 / 044
- 09 献些“小殷勤”，表达你的诚意 / 046
- 10 恰当的称呼，让对方倍感亲切 / 048
- 11 想要受欢迎，就别太完美 / 050
- 12 “先抑后扬”更易博得好感 / 052

PART

3

心理诡计：驭人良方——巧用心思，赢得支持

- 01 引起“心理共鸣”，可事半功倍 / 056
- 02 用些“糖衣炮弹”，百试百灵 / 058
- 03 巧用“登门槛效应”，逐步提高要求 / 060
- 04 利用“眼泪”这一种“致命武器” / 062
- 05 “激将”、“逼将”，驭人的“偏方” / 064
- 06 让对方感受到你的期待 / 066
- 07 给对方一个头衔，让他鼎力协作 / 068

- 08 制造“敌人”，引起同仇敌忾 / 070
- 09 摆出利益，唤起对方的关心 / 072
- 10 “留面子效应”：欲得寸先进尺 / 074
- 11 旁敲侧击，让别人顺己意而为 / 076
- 12 施加心理负担，让对方不忍拒绝 / 078
- 13 给对方安排一个观众，他会更卖力 / 080
- 14 “软磨硬泡”，也会出奇效 / 082

PART

4

心理诡计：制胜之道——灵活博弈，步步为营

- 01 向对方“最弱处”下手，对方会主动让步 / 086
- 02 扰乱对方心神，使对方方寸大乱 / 088
- 03 适时表达愤怒，震慑对方 / 089
- 04 不按常理出牌，出奇制胜 / 091
- 05 故意暴露“弱点”，麻痹对手 / 093
- 06 拒绝对方，只需一个理由 / 095
- 07 离间对手，以削弱其实力 / 097
- 08 让对手感受沉默的心理压力 / 099
- 09 利用意志力，让对方屈服 / 101
- 10 晓以利害，让对方在“威胁”下屈服 / 103
- 11 诱导对方的心理，使对方妥协 / 105
- 12 对方很“刚”，就用“柔”来克 / 107
- 13 “拥抱对手”，化被动为主动 / 109

PART

5

心理诡计：防人之心——识破诡计，趋利避险

- 01 识破谎言，看穿他人的诡计 / 112
- 02 明辨恭维，好话背后有阴谋 / 114
- 03 别做老好人，以免让人得寸进尺 / 116
- 04 “危言耸听”，多是别有用心 / 118
- 05 强调“最后机会”，是想让你立刻行动 / 120
- 06 面对莫名“善意”，不可放松警惕 / 122
- 07 免费的午餐里大多有“毒药” / 124
- 08 “智者”往往是玩心计的高手 / 126
- 09 隐私加把锁，免得吃大亏 / 128
- 10 牢记“沸腾效应”，切勿便宜小人 / 130
- 11 如非必要，不要与小人划清界限 / 132
- 12 锋芒毕露易招灾，藏而不露可自保 / 134

PART

6

心理诡计：职场心计——悟透玄机，纵横职场

- 01 功劳分给上司，苦劳留给自己 / 138
- 02 别与上司“抢镜”，适当装“嫩” / 140
- 03 以“柔术”表达不同意见 / 142
- 04 适当恭维，让上司感觉舒服 / 144
- 05 对待同事，谨记一视同仁 / 146
- 06 远离是非，才能远离麻烦 / 148
- 07 避免争功，“让”出成功 / 150

- 08 与同事各司其职，切忌越界 / 152
- 09 同事间的竞争，并非“生死之战” / 154
- 10 故意示弱，向同事求援 / 156
- 11 别做职场中的“软柿子” / 158
- 12 为下属承担责任，更能赢得人心 / 160
- 13 商量的口吻比命令更有效 / 163
- 14 批评中加点“糖”，效果会更好 / 165

PART

7

心理诡计：商场智谋——攻心有道，驰骋商场

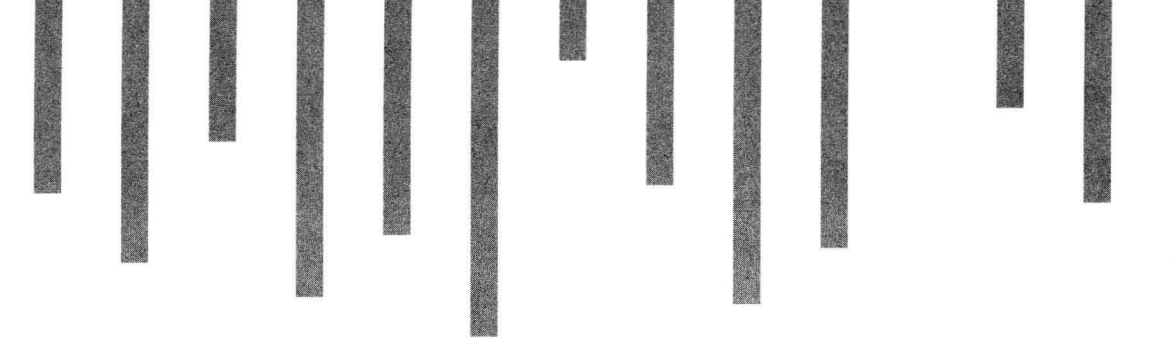
- 01 制造利益冲突，坐享“渔翁”之利 / 168
- 02 声东击西，打乱对方原有计划 / 170
- 03 言明利害，让对手主动退出 / 172
- 04 瞄准关键点，击溃其全部 / 174
- 05 假扮白脸与黑脸，软硬兼施 / 176
- 06 巧用“最后通牒”，迫使对方就范 / 178
- 07 策略性让步，坚持原则 / 180
- 08 “先声夺人”，在心理上压倒对手 / 182
- 09 对方饱了，事就成了 / 184
- 10 巧妙迂回，“空手套白狼” / 186
- 11 “瞒天过海”——销售的奇招 / 188
- 12 利用“猎奇心理”打开销售之门 / 190

PART

8

心理诡计：爱情魔咒——悉心经营，收获爱情

- 01 若即若离，用神秘感助力爱情 / 194
- 02 爱情像沙，抓得越紧失去越多 / 196
- 03 别被爱情的表面光鲜迷惑 / 198
- 04 适当制造紧张感，让爱情更持久 / 200
- 05 爱到深处，不妨“趁火打劫” / 202
- 06 爱情也要讲究“天时” / 204
- 07 适当撒小谎，爱情更甜蜜 / 206
- 08 求爱绝招：要她爱，你要“坏” / 208
- 09 适当采取“强制”，争取主控权 / 210
- 10 感情如水，越封堵越泛滥 / 212
- 11 别将对方的爱当做“义务” / 214
- 12 理性互补，让爱情更和谐 / 215
- 13 甜言蜜语，拨开情感的阴云 / 218
- 14 猜疑心理是爱情的“大敌” / 220



PART

1

心理诡计：人性真相 ——洞悉人性，赢得主动

人与人的心理其实存在很多共性，如都喜欢被赞美，都希望得到尊重，都不愿意欠人情，等等。这些共性就是人性的真相。与人交往，首先就要把握人们的这种共性。只要能洞悉人性，许多社交难题都会迎刃而解。

01 每个人都有“随大流”倾向

◎ 人性真相 ◎

大多数人看到别人做什么，自己也去做什么；别人怎么说，自己也随声附和，总是想“随大流”，这就是“从众效应”。在社会交往中，我们要善于利用“从众效应”，遇事要慎重考虑多数人的意见和做法，这样才能更好地调动别人。

在日常生活中，我们都有这样的体会：一个菜摊上没人买菜，当自己走过去开始挑菜之后，就会有其他人也跟着过去挑，不久便聚满了人。其实，这反映了一个心理学现象——“从众效应”。也就是说，人们很容易受到大多数人的共同趋向的影响。这样的例子在生活中不胜枚举。

自己还可以做个试验：当站在大街上抬头看天时，立刻会有另外一个人站在自己的旁边抬头看天，接着就是第三个人，第四个人……一会儿就会有一大群人跟着看天。这就是“从众”。

美国社会心理学家阿希曾进行过一项“从众效应”实验，结果在测试人群中，有 $2/3 \sim 3/4$ 的被试者都做出过从众行为。这表明“从众效应”是人们的一种普遍的心理特征。

为什么人们会从众呢？这是因为个体的行为通常具有跟从群体的倾向。个人很容易受到群体行为的操纵，让自己的知觉、判断、认识表现出符合于公众舆论或多数人的行为方式。当一个人发现自己的行为和意见与大多数人不一致，或与大多数人有分歧时，会感受到一种无形的压力，这种压力会促使他趋向于与大多数人保持一致。可见，“从众”源于一种群体对个人的压力，迫使人

们违心地做出与自己意愿相反的行为。

当然，一般情况下，个人服从多数是不会错的；但缺乏分析，不顾是非曲直地“随大流”，则是不可取的，是消极的“盲从”。

事实上，导致“从众效应”的原因是多方面的。有些人不愿意标新立异、与众不同，当他们的行为、态度与意见同他人一致时，就会产生“没有错”的安全感，于是便采取了“从众”的态度。

其实，这个做法不无道理。因为按照大多数人的经验去做某事，确实能够使人们少犯很多错误，这是“从众”的好处。它为人们的思考和行动提供了一条捷径，同时也让人们更易受到投机商的“青睐”。

精明的商人善于利用这种心理来操纵人们。例如，商业广告就是把商品“炒热”，使人们的认识趋同，从而达到其销售商品的目的。

生活中经常出现震撼人心的大事，引得群众竞相传播，但有时却是人为的宣传、渲染，我们称之为“热炒”。常常是舆论一“炒”，人们就容易跟着“热”。

明白了这个道理，我们便可以利用“从众效应”来达到自己的目的了。例如，如果你想自己开家小店，那么不妨在小店开张时，邀请众多亲朋好友围在店里店外，或进进出出假装消费。这样，你就不用担心门庭冷落了，因为那些亲戚朋友会为你的小店吸引来大批的顾客。

如果你要开一次座谈会，又担心冷场，那么不妨事前安排几个人在会场积极提问，以带动其他人提问。在活跃的气氛中，即使原本不爱提问的人，也可能变得积极起来。

如果领导让你负责主持一次公司会议，讨论一项棘手的改革方案，而你又担心大多数的参会者在会上保持沉默，那么你不妨在会前私下找几个人交流意见，让他们在会议上带头发言，带动其他人也跟着表态。

需要注意的是，不同类型的人，从众的程度并不一样。通常，文化程度低的人高于文化程度高的人；阅历浅的人高于阅历丰富的人；年龄小的人多于年龄大的人；性格内向、自卑感的人高于外向、自信的人；女性从众多于

男性。明白了这个道理。在处理事情时，就要注意人们的这种心理，遇事慎重考虑多数人的意见和做法，如此才能更好地操纵别人，达到自己的目的。

02 人人都喜欢被人赞美

◎ 人性真相 ◎

爱听赞美是每个人的天性，它能促进人们心理上的亲和，而心理学家证实，心理上的亲和是别人接受你意见的开始，也是别人转变态度的开始。因此，要想在人际交往中获得成功，就千万不能吝啬对他人的赞美。

美国心理学之父威廉·詹姆斯曾说：“人性中最本质的东西是被人赏识的渴望。无论年龄大小、地位高低，每个人都渴望得到他人的肯定，都不会拒绝得到他人的夸奖和赞扬。”

在社会交往中，恰当的赞美能够拉近人与人之间的距离，从而帮助人们建立良好的人际关系。这是因为，当一个人受到别人的赞美时会心情愉悦，同时也会对赞美自己的人充满好感。

小刘为人热情开朗，在刚进入公司之后，丝毫不吝啬自己的赞美之辞，看到别人的优点都要赞美一番，十分讨人喜欢。一天，公司的两个领导在一起闲聊，其中一个领导说：“小刘为人不错，就是爱‘奉承’人，他的这招对我根本就不管用。”另一个领导随即说道：“那是，您走南闯北，什么没见过。但说实话，像您这样秉性刚直、不喜奉承的人实在太少了！”对方立刻扬扬得意地说：“咱们公司就数你了解我啊！哈哈！”

这个带有些许讽刺意味的小故事生动地说明，无论是谁，都很难拒绝赞美之辞。之所以如此，原因就在于赞美能满足人们的“自我”。如果我们能以真

诚的赞美去满足一个人的自我，那么任何一个人都有可能变得更愉快、更乐于与人交往。

还有这样一个例子：

美国人际关系鼻祖卡耐基，是不动产理论的坚决支持者。

一天，他想出租自己的旧公寓，于是来到一家中介公司了解一些房屋出租的事。一走进这家公司，卡耐基就直接说：“我想咨询一下有关租屋的规定……”但这家公司的经理却兴致勃勃地问他：“天哪，您就是那位写书的戴尔·卡耐基先生吧？”

“是的，我是出版过一些书，但我到这里来，是因为……”

没等他说完，那个经理又说：“真的是您啊！接到您的电话时我觉得这个名字眼熟，您就是《人性的弱点》一书的作者吧！请您稍等一下。”说完，经理走进办公室，拿来了卡耐基的书。

“让您久等了，您看，是这本书吧？”

“是的，您能够阅读拙作，实在让我感到万分荣幸！”

“您太客气了！以前，虽然我嘴快、反应好，但却没有出众的口才。那天，我无意中在书店发现了这本书，觉得写得相当好，给我很大帮助。今天在这里见到您，真是万分荣幸！”

“承蒙夸奖，我也很荣幸能够认识您。这本书能对您有所帮助是我最大的快乐！”

“您说您今天到这里来做什么？是想了解公寓出租的规定吧？让我们先来看看现今房屋市场的状况好吗？请允许我向您介绍一下最近的情况……”

“麻烦您了，我洗耳恭听！”

接着，这位经理向卡耐基详细介绍了房地产市场的现状。最后，他向卡耐基提出了自己的建议。

“从长远来看，我认为您与其出租房子，不如把它卖了。因为公寓将来肯定是要改建的，而目前公寓供需并不太平衡，如果在这种情况下赶快将它脱手，绝对是个明智的选择。不知您的看法如何？当然，如果您真的想把它租出

去，我也一定能为您找到一个好房客的。但我认为……噢，当然，一切还是由您自己决定比较好。”

“我明白了，请让我考虑一下好吗？”

要知道，长久以来，卡耐基可是个忠实的不动产持有论的支持者，也是对人性了解极深的人际关系学家。这位经理用卡耐基的著作做文章，对其作了高度的评价和赞美。这一切使得卡耐基心花怒放，使他变得乐意听从经理的意见。而经理也抓住了这个机会，不断地诱导卡耐基，使其最终接受了自己的建议。

人们向来注意外界对自己的评价，因此，在社会交往中，如果我们能多说一些恰当的赞美之辞，就能使对方对自己产生好感和认同，创造出良好的氛围，也就有利于事情的解决。

需要注意的是，赞美是一种说话的艺术，运用得好，会发挥积极的效用，但运用得不好，难脱献媚之嫌不说，还会阻碍人际关系的进一步发展。因此，我们有必要掌握一些赞美他人的技巧。

（1）赞美他人要真诚

真诚的赞美才能被人接受并给人带来愉快，而虚情假意的赞美只能让人觉得你是在嘲笑或嫉妒他。在赞美别人时，要用流畅的语言和适当的词语来表达。吞吞吐吐会让人觉得你不够真诚，而言过其实的语言又会让人觉得你另有所图，使赞美失去本来的意义。另外，需要注意的是，间接地赞美可以让自己彻底与献媚、别有用心等划清界限，使效果更加显著。

（2）赞美他人要分场合、合时宜

赞美要讲究场合、合乎时宜。如果当着众人竭力赞美某一个人，很可能会得罪很多人。例如，在宴会上你夸赞一位女士“您今天是最漂亮的”，那么其他女士在听后就会觉得不舒服。在别人明显犯错时，也不要去看赞美，因为没有人会认为被人同情是一件快乐的事。另外，还要注意不要在有求于人时才去赞美别人，这样别人会认为你很“势利”，进而疏远你。

（3）赞美他人要因人而异

赞美之辞也要因人而异。例如，如果一个女人不漂亮，你可以赞美她可