

HOW



0005951

心理谋略

• XIN LI MOU LUE



作者 多湖辉

日本千叶大学教授

著名非小说类畅销书作家

知己心18诀
知彼心54诀
控制大局26诀

• 广西民族出版社

多湖辉处世心理术丛书之四

心 理 谋 略

〔日本〕多湖辉 著
逆 非 译

广西民族出版社

多湖辉处世心理术丛书：

如何“推销”自己（已出）	2.20元
如何“暗示”自己（已出）	2.20元
如何“征服”对方（已出）	2.20元
心理谋略（已出）	2.75元
家教心理术（即出）	
潜在心理术（即出）	

邮购者可汇款到广西南宁市民族大道23—1号
广西民族出版社服务部（邮费每本另加0.60元）。
邮政编码：530022。汇款时请在附言上注明所购
书名。

心理谋略

多湖辉 著 逆非 译

☆

广西民族出版社出版

广西新华书店发行 广西民族语文印刷厂印刷

•

开本787×1092 1/32 7.75印张 140千字

1991年4月第1版 1991年4月第1次印刷

印数：1—20,000册

ISBN7-5363-1149-4/Z·54 定价：2.75元

前 言

“trick of fortune”，这一英语短语可直译成“命运的捉弄”，这时的“trick”，不仅具有表面的意思——骗局、恶作剧、诡计，还有所引申，它意味着一种我们一般人无法抗拒、无法把握的力量。

本书探讨的就是这种特殊的“trick”。我们将懂得：操纵人的思想与行为的动力，除了命运伟力之外，还有一种深藏于我们所有人心中的心理活力。

无需烦叨，心理学是一门分析、研究人类心理活动及其规律的学问。在我们的心理世界里，主宰着我们的日常生活，深刻影响我们的言行举止的，正是一些我们自己尚未认知的深层意识的心理活动。换言之，人往往是稀里糊涂地做了自己的心的俘虏，在尚未警觉之前就已受自己的心灵所指使。正是因为这种不知不觉间轻而易举地操纵了我们人类活动的“心理机关”或“心理部门”，它就象木偶后面的牵线人一样，所以我把我的这部书命名为《心理谋略》。当然，书中论及的绝非令人想起硝烟弥漫的古战场的战策；虽然我可以大胆地说，每一个复杂现代人的心都是一片战场。

比如，在大庭广众面前就难免紧张怯场；总是信心不足，缺乏积极性；或是对自己身体的弱小感到自卑……如此等等。我们要是不能攻破并征服五花八门、稀奇古怪的烦恼、不安等精神堡垒，我们就难以在“弱肉强食”的现代空

间生存下去。所以，欲想自己掌握自己、自己主宰自己、保持自己的意志，必得知己之心，这是生存下去的先决条件。

何况我们是生活在现代社会的海洋当中，每个人的心理活动都会因自己的小圈子、自己的组织、社会关系、人际关系而受到影响，微妙地发生变化，互相复杂地进行制约。为此，你作为现代社会中的一员，仅仅熟知己心还是不够的，还要掌握他人的心谋（这里的他人既指一个人也代指大众）。知己又知彼，才能保证你立于现代社会的不败之地。

当然我们每个人都应该时刻铭记，在我们的周围，时刻都隐藏着陷阱，而且密密麻麻、数不胜数。这些密集的心理陷阱已经无数次地把我们巧妙地操纵，过去是如此，将来也会如此。

听我这样大言不惭，你也许会反驳我，你可能认为你从未受人控制、指使过。扪心自问，你真的没有这样的体验吗？

当你去商场购物时，在公司里与上司谈话时，看报纸上的广告或电视广告时，驱车或步行时，会友时，就寝时，这些时候，也许你会认为你是按照自己的意愿行事或思考。但是我敢说，你大错特错了，你甚至完完全全是行走在心理的迷宫里，有些陷阱是你自己安下的，而有些是他人故意设置的。因为这些心理罗网，并不是很容易就会被看破的“儿戏”。

为了使你自由地控制自己或对方，看破早已布下的骗局，不再自投罗网或误入雷区，本书将把这些心理迷宫里的法则，一一教给你们。祝你们幸运！

多湖辉

目 录

前言

第一章 知己心18诀

- 1、服人先服己..... (2)
- 2、养性修心..... (4)
- 3、积极主动..... (8)
- 4、自我控制..... (10)
- 5、轻松自信..... (12)
- 6、自我解脱..... (14)
- 7、镇定自若..... (16)
- 8、预防紧张..... (20)
- 9、恢复自信..... (24)
- 10、超越自卑..... (26)
- 11、正视现实..... (28)
- 12、增进记忆..... (30)
- 13、内容明确..... (32)
- 14、事半功倍..... (34)
- 15、消除杂念..... (36)
- 16、防微杜渐..... (38)
- 17、活用时间..... (40)
- 18、走出绝望..... (44)

第二章 知彼心54诀

- 19、给人以强烈印象····· (48)
- 20、使人解除戒备心理····· (52)
- 21、促使约会成功····· (54)
- 22、引出对方的心曲····· (56)
- 23、与初交者亲密交往····· (58)
- 24、为他人指点迷津····· (60)
- 25、文字的魅力····· (64)
- 26、动作的说服力····· (66)
- 27、沉默是金····· (70)
- 28、说服尊长者····· (72)
- 29、力说饱学之士····· (74)
- 30、主动吸引对方····· (76)
- 31、鼓舞士气····· (78)
- 32、时间就是效率····· (80)
- 33、热心地工作····· (82)
- 34、催人奋起····· (84)
- 35、引发部下的能动性····· (86)
- 36、良好的人际关系····· (88)
- 37、玄念之妙····· (90)
- 38、减免再次失利····· (92)
- 39、不求报酬地工作····· (96)
- 40、激发对工作的自豪感····· (98)
- 41、辞退无能的干部····· (100)
- 42、忠告的妙用····· (102)
- 43、观念的改变····· (104)

44、超常能力的发挥·····	(108)
45、管理好新手·····	(110)
46、避免组织混乱·····	(112)
47、集中智慧·····	(116)
48、有效的集体行动·····	(118)
49、会议成功的关键·····	(120)
50、可信的第一印象·····	(122)
51、刺激与麻痹·····	(124)
52、消除偏执心理·····	(128)
53、巧识他人心病·····	(130)
54、请对方放心·····	(132)
55、了解客人苦衷·····	(134)
56、从孤独中解脱·····	(138)
57、消除恐怖心理·····	(140)
58、根除陋习·····	(142)
59、改正坏习惯·····	(144)
60、填平“代沟”·····	(146)
61、大才变庸才·····	(148)
62、遗忘的产生·····	(150)
63、知人真心·····	(154)
64、识破对方弱点·····	(156)
65、看透他人本意·····	(158)
66、生命延续法·····	(160)
67、破坏与犯罪·····	(162)
68、令对方精神涣散·····	(164)
69、令对手失去自信·····	(168)

70、冷感与暖感·····	(170)
71、沉重感与轻松感·····	(172)
72、视觉的误区·····	(174)
73、生活的智慧·····	(176)

第三章 控制大局26诀

74、语言的感召力·····	(180)
75、时髦的生产·····	(182)
76、高明的兜售法·····	(184)
77、好商品的诞生·····	(186)
78、高档商品的畅销·····	(188)
79、滞销变速销·····	(190)
80、合算的交易·····	(192)
81、广告的辉煌成果·····	(194)
82、赋予商品以灵性·····	(196)
83、刺激女性的购买·····	(200)
84、令消费者称心如意·····	(202)
85、消费者的误区·····	(204)
86、消费者掀起畅销风·····	(206)
87、满足消费者精神需求·····	(208)
88、吸引旅游者的策略·····	(210)
89、掌握消费者的心愿·····	(212)
90、增加广告效果·····	(214)
91、青年消费群·····	(216)
92、召集众人的巧法·····	(218)
93、谣言为何惑众·····	(220)

94、控制与疏导·····	(222)
95、流言怎能轻信·····	(224)
96、愚民与民愚·····	(226)
97、变骚乱为镇静·····	(228)
98、变焦躁为安宁·····	(230)
99、成功地当选·····	(232)
100、大众的期望·····	(234)

I 知己心18诀

- 养性修心
- 超越自卑
- 镇定自若



1. 服人先服己

***：要说服别人，必先说服自己。**

推销有术的推销商，决不是滔滔不绝的空谈家。不过，一旦他们开了口，那充满自信的一词一句，却由不得你不佩服，叫你深信他。据我推知，他们在说服顾客之前，早已胸有成竹，先说服了自己。按心理学的解释就是，控制他人的先决条件是首先熟知自己的心理机制并使自己的行为服从自己的思想。

谈起说服力，叫我铭心刻骨难以忘怀的，是曾在电视广告中露过面的松下电器公司的泉大助先生以及他那套广告哲学。他做过的广告十分精彩、具有强烈的说服力，令人信服，而他本人，老实说貌不出众，是位看上去老实诚恳的中年汉子，而在松下彩色电视机、洗衣机的电视广告中却大显神通。那么他的吸引力到底在哪里呢？原来，这位大助先生总是自己先试用那些新产品，在推销之前在家里认真地试用几天，边试用边挑剔，直到自己完全满意为止。他觉得有把握搞好广告宣传了，就毫不犹豫地参加广告片的拍摄。当然，他是不会象随处可见的广告片中的俊男美女那样，照着广告片的脚本去演片子的。

耶鲁大学的C. I. 霍布朗德所做过的诸多试验的结果，也强有力地证实了上述规则。他把学生分成两组，让他们在

听众面前朗读指定的文章，发现听众的反应在两种不同的场合下大相径庭。大众与抑扬顿挫地进行朗读并随意发挥进行演说的一组能产生强烈的共鸣，而对光读讲稿的那组反应淡漠。究其原因，无外乎比起前一组，前一组的学生先说服了自己。

照人家的意思去扮演某个角色，的确过于平淡，谁都可以完成。不过，从接到扮演角色这一任务，到确信自己的角色十分有意思，这中间的确存在着一大段距离。只有消去这些距离，才能推动你自觉地投入角色，沉浸到工作的乐趣中去。为此，必须努力去先说服自己把角色塑造得活灵活现。

日本古戏中的花旦，是由男子扮演的。从一开始练戏，旦角就必须把自己当作一个女人去开始日常生活。要使观众佩服旦角的演技，旦角必须先说服自己是一个女人，甚至比女人还女人化。真可谓用心良苦啊！

2. 养性修心

***：画虎者如虎，爱山人似山。**

世上有许多人，不知怎的，非常讨厌自己的性格。不过我始终主张，人的性格本来就是千差万别，有长有短，只要他的性格不是病态的，就无需那般自寻烦恼。不过，要是有人特别期望把自己的性格改一改，换另一条新的人生之路走下去，我可以提供一条心理法则。

人是被暗示性很强的，也就是说容易受暗示指使的高等动物。利用这一点，才有了著名的“森田疗法”的诞生及其广泛的应用。这一方法是慈惠医大教授——已故的森田正马博士发明的治疗神经衰弱症的医学治疗法，它的理论正是源于心理学。其原因极为简单，即不问患者的情绪和症状，而是让他快活、健康地行动做事，结果发现他又成了一个快活、健康的人。心理学把这一原则归纳为：采取类似“某某”的举动，自然而然就变成了“某某”本身。

森田疗法，根据这一原理治愈了很多病人。最初的一周里，只允许住院的患者过卧床生活，他们只可以吃饭、洗浴、排便、睡觉。一周过后，安排他们从事各种工作，扫除、照顾花鸟、制手工艺品、弄建筑等等。这些事情是很重要的，它作为一种精神安定剂，让患者又象普通正常人一样地去生活、劳动。结果，患者们渐渐恢复了自信，性格也明

朗、外向多了。与此同时，劳动之余，还安排病人参加小型高尔夫球、乒乓球等运动。四十天后，患者基本上都康复出院。

尤其是红色恐惧症、对人恐惧症、外出恐惧症等神经症患者，对自己不能适应环境深感不安，进而发展成自虐型的反夏无常的性格。取除这类症状的病源，森田疗法的效果是不言而喻的。

这种“类似型”的方法，即叫人模仿着去顺应自己想顺应的环境，去加入自己想加入的团体，所以简单、实用、不难推广。美国的两名心理学家所著的《美国兵士研究》一书中说，根据他们的调查，对上士倾心、模仿上士的态度的兵士，最后大多成为上士。在公司里相似的例子也屡见不鲜，那些把自己想象成上司的社员，往往工作干得十分出色。中国古语云，“近朱者赤，近墨者黑”，其道理毫无二致。自然，很关键的是要明择自己的模仿、向往的目标，明珠暗投是可悲的！

画虎者如虎，爱山人似山。



