

不可不知的心理艺术

心理学

提高

你的社交能力

罗芬芬◎编著

快速建立良好的人际关系

吉林出版集团股份有限公司

心理学

提高

你的社交能力

罗芬芬◎编著



吉林出版集团股份有限公司

图书在版编目 (CIP) 数据

心理学提高你的社交能力 / 罗芬芬编著. — 长春 :
吉林出版集团股份有限公司, 2018.3

ISBN 978-7-5581-4105-8

I. ①心… II. ①罗… III. ①心理交往—通俗读物
IV. ①C912.11-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第037963号

心理学提高你的社交能力

编 著	罗芬芬
总 策 划	马泳水
责任编辑	王 平 史俊南
装帧设计	中北传媒
开 本	880mm × 1230mm 1/32
印 张	9
版 次	2018年7月第1版
印 次	2018年7月第1次印刷

出 版	吉林出版集团股份有限公司
电 话	(总编办) 010-63109269 (发行部) 010-67482953
印 刷	三河市元兴印务有限公司

ISBN 978-7-5581-4105-8

定 价: 39.80元

版权所有 侵权必究

高效学生心理指导
健康心理的学问
每天读点心理学
心理学改变了你的生活方式
突破人生的心理障碍
自我疗愈与心理学
心理学案例故事
心理学改变你
心理学调整你的情绪
超越自我的人生心理学
心理学调整你的心态
心理学讲义
心理学入门故事
心理学提高你的口才
心理学提高你的社交能力
心理学提高你的推销能力
心理学增加你的智慧
无处不在的心理学
那些智慧的心理学家
那些伟大的哲学家



责任编辑：王平 史俊南

装帧设计：中北传媒

前言

拿破仑·希尔说：“有魅力的人，人人都爱和他交友，和有魅力的人相处总是愉快的。他好像雨天的太阳，能驱除昏暗。人人都乐于为他做事，他也能让一个人作别人做梦都想不到他愿意做的事。一个人能否成功与他的个人魅力有密切的关系，那些能够成功地创造财富的人往往拥有招财进宝的个性。良好的个人魅力是一种神奇的天赋，就连最冷酷无情的人都能受到他的感染。”

是的，一个人的个人魅力同他的智力、受教育程度一样，与他的前途息息相关。生活中有许多能力一般，但在交往中举止优雅、魅力十足的人，比起那些聪明而博学的人来，往往能更快的获得晋升，甚至于把那些头脑聪明、才华卓越的人远远地抛在了后面。这是为什么？就如本杰明·富兰克林说，成功的第一要素就是要懂得如何获得好人缘。也就是说一个人的成功，良好的人缘交往是必备条件。

在我们的周围不乏相貌堂堂，胸怀大志，才华横溢之人，然而他们却始终郁郁不得志。原因就是他们不擅长于人际交往，不知道建立一道人缘脉络对自己成功的重要性。

那么，我们怎样才能缔结丰富有效的人缘呢？首先要知道人际关系是一门奥妙无穷的处世艺术，一个人在与他人建立好

心理学提高你的社交能力

人缘的过程中，有一个重要的问题值得注意：就是交往的心态。

一个良好的、不偏离生活规律的健康心理，是人们进行广泛社交活动的前提。但人性百态，各有迥异。各种不良的心理都会影响交往的效果：

有些人性格开朗，大大咧咧，做什么都一副无所谓的样子。

有些人由于性格内向，不善辞令，束手束脚难以行动。

有些人心胸狭隘，嫉妒心强，容不得他人强过自己。

有些人有自卑心理，在社会交往中办事无胆量，习惯于随声附和。

有些人言语尖刻、态度孤傲、高视阔步，致使别人不敢接近。

有些人把与他人的交往当作是逢场作戏，思想上朝秦暮楚，见异思迁。

有些人猜忌心理强，爱用不信任的眼光去审视他人和看待外界事物，捕风捉影、自找烦恼，害人害己。

有些人爱与别人抬杠，以此来标新立异，这种逆反心理，使他模糊了是非曲直的严格界限。

有些人排他心理极强，抱残守缺，拒绝拓展思维，只在自我封闭的小空间内兜圈子。

有些人认为交朋友的目的就是为了“互相利用”，因此，他们只结交对自己有用、能给自己带来好处的人，而且常常是“过河拆桥”、目光短浅。

以上这些戴着有色眼镜的目光，是心理状态不佳或心理障碍的反馈。这种心理状态会在交往中形成隔膜和屏障，在一定程度上阻碍了人们的正常交往与社会适应，这是人际交往中必

前 言

须克服的不良因素。

美国人际关系学家阿尔伯特·威根在他的研究报告《探索你的心理世界》一书中指出：“在一年内失去工作的 4000 名职工中，只有 400 人，即总数的 10% 是因不能胜任工作而被开除的，其余的 90% 则是因为不能很好地处理人际关系而被解雇。”

因此，要想获得好人缘，就一定要有良好的心态，让自己成为富有魅力的、人人喜欢的人；要想获得成功，就一定要用富有魅力的人格去营造良好的人际关系网，让自己的人生在左右逢源、八面玲珑的交往中走向辉煌！

编 者

目 录

第一章 认识人缘脉..... 1

人缘就是资源..... 1

认识人缘生态位..... 4

创造人缘机遇..... 8

用诚心打造人缘脉..... 13

人缘脉的互惠与双赢..... 17

有目的地织一张人际网..... 21

第二章 好感可使交往愉快..... 27

注意细节可赢得好感..... 27

如何从心理上赢得好感..... 30

性格是赢得他人好感的关键..... 32

令人愉快的魅力是交往的财富..... 37

幽默使人际交往更轻松..... 40

乐于倾听能使交往愉快..... 44

宽容使交往更广阔..... 46

真诚的关心可带来好人缘..... 48

自我调侃可使形象更人性化..... 51

第三章 正确维护上下关系..... 54

委婉地提出建议.....	54
不即不离恰到好处.....	57
要守纪律不要盲从.....	61
避免与上司正面冲突.....	65
试探领导是否重视你.....	67
当知聪明反被聪明误.....	71
如何提醒上司的失误.....	73
如何调解下属的矛盾.....	76

第四章 在交往中洞识各类人士..... 81

看相识人观礼仪.....	81
看人要通过全方位.....	85
如何看清身边的人.....	89
要留心阴沉的人.....	93
什么是精英人物.....	97
怎样识、用专业人士.....	102
通过眼神识人心.....	104

第五章 如何在交往中左右逢源..... 109

要善于拐弯抹角.....	109
赞赏的语言取悦人心.....	112
交往中如何兜圈子.....	116
出色的表现要逢迎.....	120
说话要适可而止.....	124
礼多人不怪.....	127

与世无争游刃有余·····	130
模棱两可左右逢源·····	133

第六章 成功打造你的交际圈····· 137

满足他人的需求·····	137
营造人际圈要主动·····	140
笑脸使你的交往事半功倍·····	143
如何与异性轻松地交往·····	147
如何经营关系网·····	150
记住他人名字加深交往·····	153
如何与陌生人交往·····	158
如何在交往中获得友谊·····	163

第七章 塑造有魅力的社交形象····· 167

如何塑造自我形象·····	167
怎样给他人留下好印象·····	172
风度翩翩的气质从何来·····	176
微笑的神奇化形象·····	180
女性如何装扮服饰美·····	185
男士如何着装才得体·····	189

第八章 异性交往及婚恋相处····· 195

适当保留有利于婚姻·····	195
与现代女性相处的技巧·····	199
情绪不要被异性左右·····	202
夫妻矛盾如何化解·····	205

心理学提高你的社交能力

异性交往的益处·····	207
如何与现代男性相处·····	210
如何让恋人乐于接受不满·····	215

第九章 交往须知的人情世故····· 220

做好事也要适可而止·····	220
坦然面对飞来的诬陷·····	222
中庸做人事事畅通·····	226
如何丈量人情的尺度·····	229
交友不要太苛求·····	233
交友贵在守信·····	236
面对妒忌怎么做·····	239
以不尊不卑的心态交往·····	246
以豁达的眼光看待生活·····	249
做个善于交往的人·····	255

第十章 不要走进交往的误区····· 259

克服交往的不良习惯·····	259
开玩笑要注意分寸·····	265
避免说话的误区·····	268
名利心理的误区·····	270
企业中的用人误区·····	272
小心欲望的误区·····	275

第一章

认识人缘脉

人缘就是资源

哈曼·托勒是美国斯迈尔公司总裁，因为长期承包那些大电器公司的工程，他对这些公司的重要人物常常施以小恩小惠来接近关系。但哈曼先生的交际方式总是比别人高出一筹：他不仅对公司要人进行感情投资，对一些年轻职员也同样殷勤款待。

哈曼总裁并非无的放矢。事前，他总是想方设法地找到电器公司的每一位员工资料，对他们的学历、人际关系、工作能力和业绩，做一次全面的调查和了解。当认为有些员工可能在公司大有作为，以后会成为该公司的决策人物时，不管他有多年轻，都能得到哈曼先生的尽心款待。

哈曼总裁这样做的目的，是为日后获得更多的利益做准备。他明白，十个欠他人情债的人，有九个会给他带来意想不到的收益。他现在做的是亏本生意，但日后定会利滚利地收回。

所以，当自己所看中的某位年轻职员晋升为科长时，哈曼会立即跑去庆祝，赠送礼物，同时还邀请他到高级餐馆用餐。

心理学提高你的社交能力

年轻的科长往往对他的这种盛情款待倍加感动，心想：我从未给过这位老板任何好处，并且现在也没有掌握重大交易决策权，这位老板真是平易近人的大好人。这样，在无形之中，这些年轻的科长自然产生了感恩图报的想法。

若是对方正在受宠若惊之际，哈曼总裁又会说：“我们企业能有今日，完全是靠贵公司抬举。因此，我向你这位优秀的职员表示谢意，这也是应该的。”这样说的用意是不想让这位职员有太大的心理负担。

而有朝一日，这些职员晋升至公司的重要职位时，肯定还记着哈曼的恩惠。事实证明也是如此。在竞争十分激烈的生意场上，许多承包公司倒闭的倒闭，破产的破产，而哈曼的公司却生意兴隆，一个重要原因就是由于他平常注重感情投资。他知道“人缘脉”就是重要的财富资源。

哈曼·托勒在求人时确实有着长远的目光，他懂得慧眼识英雄，懂得有目标地进行感情投资。一次性的感情投资是远远不够的，好关系的建立不是一朝一夕就能做到，必须从一点一滴入手，依靠平日的积累。用心理学来说，人们在接受他人恩惠的情况下，往往会产生感恩的心理。这种心理促使人们感恩图报，去帮助有恩于自己的人。

古人说：“积土成山，风雨兴焉，积水成渊，蛟龙生焉。”所以，只有通过不断地构建和巩固，人缘才能广阔、人际关系才能牢固。有了这样“铁”的关系垫底，求人又何愁无门？

有一位任职于某外资企业的李先生，总是把他的客户细心分

类编排，按时间、地点与生意上的往来，随时邮寄明信片，表达各种不同的信息，让客户注意到他的存在与关心。他知道文字迥异于声音，它不会瞬间即逝，比电话、当面晤谈等都从容得多，让人有更宽阔的空间来施展。他就是有这种方式来结交人缘。

在法国有一本《小政治家必读》的书，书中教导那些有心在仕途上有所作为的人，必须起码搜集 20 个将来最可能要做总理的人的资料，并把它背得烂熟，然后有规律地、按时去拜访这些人，和他们保持较好的关系。这样，当这些人中的任何一个当起总理来，自然就容易记起他，自然会对他的人生有莫大的帮助。

这种手法看起来不大高明，但是非常合乎现实。一本政治家的回忆录中提到：一位被委任组阁的人受命伊始，心情是很焦虑的。因为一个政府的内阁起码得有七八位甚至更多的部长级人物，如何去物色这么多的人，这的确是一件难事，因为被选的人除了有适当的才能、经验之外，最要紧的一点，就是“和自己有些交情”。从这点，亦可以看出人缘的重要性。

人缘对现代人而言，似乎成了成功与否的最大关键，因为谁也无法预知自己的下一步如何。工作上的协助，生活中的资助，团队间的互助，就连最简单的小事，也可以瞧出一个人的“人缘”好坏！譬如：小王对小张说：“最近想买一台计算机，可是我也不太懂要买什么等级的，市面上种类又多，真不知要从何下手。”于是小张说：“我有一个朋友家里在卖计算机，他自己对计算机也很熟悉，要不要我帮你介绍认识？也许可以给你一些建议。”小王回答：“那真是太好了！这样我就不用担心买不到不合适的计算机了。”从这个例子可看出，人缘确实是一种资源。

心理学提高你的社交能力

交往中人缘的好坏，对于一个人的事业成败极其重要。

一个人无论有多么卓越的智慧，都离不开人缘关系。所谓人缘也就是人脉生态位。为什么有的人在朋友、同事、单位的圈子能出人头地，成为不可缺少的瞩目人物？而在另外一个地方却默默无闻，甚至于被扫地出门？原因就在于各人有各人的人缘脉络生态圈，但假如缺失交往智慧的素质和勇气，那就无济于事了。

【交往心理点评】

人缘，来自周围的朋友或同学、同事。认识的人越来越多，人际网就越密，大家若能相互帮忙、相互关心与支持，就有助于解决生活中发生的难题。

认识人缘生态位

格乌司原理说，一个物种只有一个生态位，但并不排斥其他物种的侵占。如一山不容二虎，并不是说东山的老虎不能到西山，老虎饿了哪里都能去，不过去了就会发生一场生死搏斗，这种现象在商界叫市场竞争。

竞争是大自然的生存规律，正如一个童话故事所说的：非洲大草原的动物，太阳出来，它们就开始奔跑。

这时，狮子的妈妈在教育孩子：“孩子你必须跑得快一点，再快一点，你要是跑不过最慢的羚羊，你就得饿死。”

但与此同时，在另一场地上，羚羊妈妈也在教育自己的孩子：“孩子，你必须跑得快一点，再快一点，如果你不能比跑得最

快的狮子还要快，你就要被它们吃掉。”

企业的产品在刚开始进入某个特定市场时，往往没有竞争对手，形成原始生态位或竞争前生态位或虚生态位。但是，只要市场是开放的、均衡的，很快就会有其他竞争者大举进入该市场，形成生态位的部分重叠。如果市场容量极大，大家尚能暂时相安无事，但随着市场份额的相对缩小，竞争就会日趋激烈。所以，企业无论大小强弱，都要像狮子与羚羊一样训练快速奔跑，否则就会弱肉强食，被饿死或被吃掉。

人缘生态位的现象，对所有生命现象而言是具有普遍性原理的，它不仅适用于生物界，同样适用于人类。因为人首先是生物，生物所具有的各种属性人类都具有。因此，格乌司对“生态位”的重大发现，对我们今天研究企业的发展战略及竞争谋略起着很大的作用。

老板们在总结成功与失败的经验时，往往喜欢从资金、产品、市场来寻找原因，很少有老板是从生态位的角度来寻找原因的。这里所说的“生态位”，包括两个方面，一是老板所处的生态环境，二是老板所需要的生态环境。所谓“生态环境”，即自然和社会环境。自然环境为气候、食物、土壤和地形；社会环境为文化、观念、道德、政策等。我们用下的例子来说明这种现象：

有这么一个童话，两只老虎，一只在笼子里，一只在野地里。在笼子里的老虎三餐无忧，在外面的老虎自由自在。两只老虎经常进行亲切的交谈。笼子里的老虎总是羡慕外面老虎的自由，

心理学提高你的社交能力

外面的老虎却羡慕笼子里的老虎安逸。

一日，一只老虎对另一只老虎说：“咱们换一换位置吧。”另一只老虎同意了。于是，笼子里的老虎走进了大自然，野地里的老虎走进了笼子里。从笼子里走出来的老虎高高兴兴，在旷野里拼命地奔跑；走进笼子里的老虎也十分快乐，它不再为食物而发愁。

但不久，两只老虎都死了。原因是从笼子中走出的老虎获得了自由，却没有同时获得捕食的本领，饥饿而死；走进笼子的老虎获得了安逸，却没有获得在狭小空间生活的心境，忧郁而死。

大自然给每一个人或每一群人都提供了一个适应其生长的特殊环境——生态位，且每一个生态位都具备一定的优势。对办企业的老总来说，就是要发现这种优势，也就是说要发现自己的生态位，这也是哲学探究的最高目标：认识自我。用心理学来说，就是人们的认知心理。人们只有真正认识自我，才能自我实现，也是实现自我的第一条件。

在生存竞争中，一个没有能力与大企业抗衡的中小企业，就不要去充当老虎的角色，要甘心当一个猴子，因为，猴子的优势是机敏灵活。如温州、宁波等地的中小企业，他们的经营思维是“船小不到大海中去同大船相争捕小鱼，而是在小河里捕大鱼”。

因为中小企业与大企业相比，它有反应快、应变能力强的特点。这正如美国著名管理学家德鲁克所说：“小企业的成功赖于它在一个小的生态领域中的优先地位。”