

第一印象 心理学

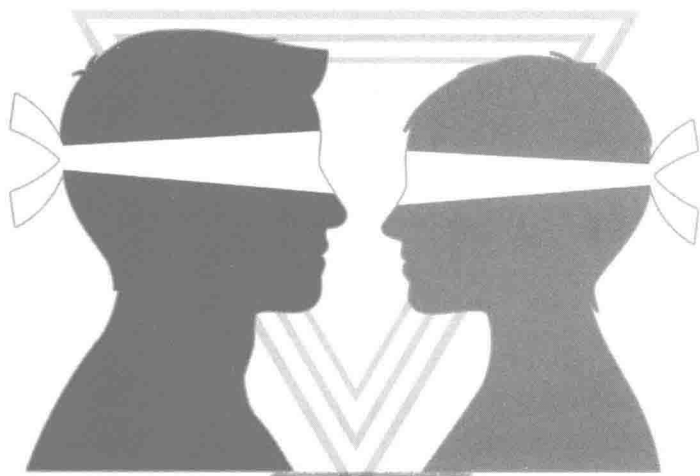


蔡万刚◎编著

如何提升别人对你的第一印象？
如何在言谈中让他人对你心生好感？
如何成为人见人爱的交际赢家？

第一印象 心理学

蔡万刚◎编著



内 容 提 要

在生活节奏飞快的现代社会，人们没有更多的时间去详细地了解一个人，“第一印象”的影响力日渐突出，一个糟糕的第一印象，往往会让人失去很多潜在的机会。

本书以生活心理学为基础，以深入浅出的阐述方式，帮助读者朋友打造良好的形象，在面对陌生人或者是在一些关键性的重大场合中，完美地展现自己，给人们留下良好的第一印象。

图书在版编目 (CIP) 数据

第一印象心理学 / 蔡万刚编著. —北京: 中国纺织出版社, 2019.1

ISBN 978-7-5180-5520-3

I. ①第… II. ①蔡… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第241190号

责任编辑: 闫 星 特约编辑: 王佳新 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http: //weibo.com/2119887771

三河市延风印装有限公司印刷 各地新华书店经销

2019年1月第1版第1次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 13

字数: 164千字 定价: 39.80元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前 言

回想一下，你是不是有过这样的感受：某一个人，其实你并不了解他，但一见面就对他有好感，这就为以后的交往或者合作奠定了良好基础；相反，如果第一面就觉得“讨厌”，那么你就不想继续接触了。推己及人，我们自己留给陌生人第一印象，也对双方的关系起着十分重要的影响。

在心理学上，第一印象的影响被称为“首因效应”。实验心理学研究表明，大脑在接收外界信息时，有一种“顺序优先”的原则，也就是说，最先输入的信息作用最大，当不同的信息结合在一起的时候，我们总是倾向于重视前面的信息。当我们刚与一个陌生人接触时，他的各种信息便自然而然地输入我们的大脑，而大部分人都是依赖第一印象的信息对初次交往的对象进行评判。虽然这些第一印象并非总是正确的，但它们是最鲜明、最稳定的，并且决定着以后双方交往的进程。

熟人朋友之间的交往，是轻松随意的交往。而在陌生人之间，双方时时都在相互观察、相互探测，且存在一种紧张感，都担心给对方留下一个糟糕的印象。其实，在这些时候，有一些心理学上基本的方法和技

巧可以给我们切实的帮助。

与一个人初次会面，45秒钟内就能对其产生第一印象。它主要是获得了对方的性别、年龄、长相、表情、姿态、身材、衣着打扮等方面的信息，由此判断对方的内在素养和个性特征。你留给他人的印象如何，主要在于在某一次接触中，对方从你身上捕捉到一种怎样的信息，即他的眼睛看到了什么、耳朵听到了什么。找到人们捕捉第一印象的轨迹，我们才能懂得如何修炼自己，提升印象分数。

下一步，就进入到彼此之间的沟通交流。很多人都会把重点放在自己所讲的内容上，其实人的心理复杂而又微妙，交流过程中，你的神色、手势、音调、语气、语速、节奏等都将影响第一印象的形成。人们常常会说“这个人风度很好”“这个家伙太猥琐”，其实，这些印象都和你某些不经意的表现有直接关系。

再进一层，人们希望进一步交往的人，是“有用的”“有发展的”或者是“有益的”“有趣的”的人。以此为出发点，要获得良好的第一印象，第一你要表现出自己的素质和实力；第二要使自己言辞入耳，避免成为语言无味、面目可憎的人；第三要懂得人际交往是双向的，在与陌生人相处时，要不吝于表达你对他的好感。根据社交心理学的原则，人们都喜欢喜欢自己的人，你喜欢他，他与你的交往便会是轻松而舒服的，这将进一步促进你们之间关系的互动。比如，如何寻找共同点，拉近彼此的距离；比如，如何以恰到好处的肢体语言，消除对方的紧张感和陌生感；比如，如何掌握对方的心理需求，在第一时间说出他想听的话……这些技巧会给你带来更多的自信，使你可以热情而愉快地接触陌

生人，体验“一见如故”的美好感觉。

人与人之间的初次接触，是一个相互推介的过程，是一个揣摩对方心理、调整自己心理状态的过程，是一次充满趣味的互动。你会发现，掌握了第一印象心理学后，在面对任何陌生人或者陌生场合时，你都游刃有余。

编著者

2018年6月

目 录

第一章

印象的定格，
基本印象的形成只在
最初的 5 秒钟

外表不被信任，你就无法成功推销自己 / 002

衣着装扮，要符合你的形象定位 / 004

从“土鳖”到时尚先生，品位象征实力 / 008

用好为第一印象加分的小道具 / 010

第二章

体态语言，
隐藏在表情举止之中
的心理密码

一个真诚微笑，让平淡的印象生动起来 / 016

成功的交流，一定包括眼神的交流 / 019

握手，全世界通用的形体语言 / 021

传递友好信息的SOLER模式 / 024

不雅的小动作，会毁了你的整体形象 / 026

第三章

言辞表达，
语气、语调、语音、
语意决定讲话的水准

针对性练习，改变音色上的小缺憾 / 032

固有形象的突破，从改变乡音开始 / 035

如何让声音充满令人信服的底气 / 038

言不在多，达意则灵 / 040

第四章

气场感应，
先看得起自己才能
让人信服你

印象定律：一次走低预示着持续走低 / 046
不是没人注意你，而是你没有亮出自己 / 048
需要高调回应时，就不要过分“谦逊” / 050
有观点、有立场的人才可能受到尊重 / 053

第五章

幽默的智慧，
有笑声的地方没有
麻烦和尴尬

快乐是一种态度，没有人喜欢一张苦瓜脸 / 058
心胸狭窄的人是不会有幽默感的 / 060
举重若轻，才是让人钦佩的大家风范 / 063
尽情笑自己，谨慎笑他人 / 065
有急智，幽默的语言能救场 / 068

第六章

礼仪分寸，
一言一行都经得起
他人的暗中评判

礼仪体现了一个人的内在修养 / 072
称呼对了，关系也就顺了 / 074
人际交往中的“距离法则” / 077
看懂眉眼高低，处世得当 / 080
“持身敬肃”，展现你的最佳风采 / 083

第七章

注意力秘诀，
抓不住对方关注点
你就是路人

要使世界动，一定要自己先动 / 088
自我介绍，一句话就让人记住你 / 090
穿上“红衬衫”，成为人群中最出众的一个 / 093
激起对方好奇心，让他成为你的“粉丝” / 096

第八章

晕轮效应，
你的亮点和污点都可能
会被无限放大

细节被放大，就是整体印象 / 100
名声中的“品牌效应” / 103
确定可以为你代言的个性标签 / 105
一个小黑点，可能会毁了整张白纸 / 109

第九章

温暖效应，
胸怀加关怀让人由衷
地亲近

表露真心，真诚是一种巨大的人格力量 / 114
从对方最关心的人和事物中寻找共鸣 / 117
像冬天的阳光一样自带温暖属性 / 120
放下清高的架子，随和亲切路好走 / 123

第十章

热情感染力，
热情可以驱散所有的
猜疑和冷漠

热情是一种最具感染力的“中心性品质” / 128
热情帮你突破对方的心理防线 / 131
体贴周到，别担心你的心意会“落空” / 134
把握技巧，让“淡而无味”的交流升温 / 137

第十一章

相互性原则，
谁都喜欢和看重自己
的人接触

你散发出怎样的信息，就会得到怎样的回报 / 142
每个人都是独特的个体，都需要“特别对待” / 145
没有人会对他人的赞美无动于衷 / 148
记住他人的名字，是进入对方内心的捷径 / 151
用一份小礼品帮你传情达意 / 154

第十二章

求职面试，
换位思考主考官要
找一个什么样的人

不经意的细节，可能就是面试成败的转折点 / 160

态度放平和，紧张和过分放松都需要

“治疗” / 162

折服考官的是底气，而不是盲目的自信 / 165

不作秀，简洁中肯地回答考官的问题 / 169

第十三章

相亲交友，
异性之间提升好感指
数三大定律

与异性交往，亲切而不过分亲昵 / 174

相亲搭讪，第一次就“谈”出好感觉 / 177

“钢铁直男”们，你需要学习善意的谎言 / 180

只管像玫瑰一样开放就好 / 183

第十四章

重大场合，
事先做好功课临场发
挥更出色

准备越扎实，临场发挥越自如 / 188

当众讲话，随时进入角色 / 190

商务宴请，请出诚意和层次来 / 193

说好应酬场合上的“外交辞令” / 195

参考文献 / 198

印象的定格，基本印象的形成只在最初的 5 秒钟

人们会根据见面后的最初几秒或几分钟，迅速对他人作出判定，这种最先的印象对人影响强烈。因此，我们在日常交往过程中，尤其是与别人初次见面时，要注意衣着体态等，让良好的印象在对方心中先入为主。

外表不被信任，你就无法成功推销自己

心理学研究发现，与一个人初次会面，第一印象会在45秒内建立，而最初的3~5秒给对方留下的印象是最深刻的。不要小看这短短的几秒钟，别人对你这个人的基本判断和评价都由此而来。

俗话说“先入为主”，第一印象就如同在一张白纸上写下的黑字，写下了就难以再抹去。不管我们愿意与否，第一印象总会在人的感觉和理性的分析中起着主导作用。别人会根据我们的外表和举动推断我们的内涵，我们也通过观察别人的外表（包括长相、身材、服装、言语、声调、动作等）来判断他们。所谓“一看他就知道他是一个什么样的人”，说明了第一印象在人的社会活动中起着不可替代的作用。

刘总是从事建筑行业的商人，在业内他一向以思维缜密、眼光精准著称。有一次，他手里有一个大项目，要对两家公司进行考察。两家公司在实力、报价、质量等方面都不相上下，但他最后还是选择与第二家公司合作。有人问他选择的标准是什么，刘总回答：是软实力。

在去两家公司考察的时候，刘总发现，第一家公司从经理到业务人员的表现不够专业，说话不严谨，遇事喜欢拍胸脯；而第二家公司则

不同，连派来的司机都是整齐的衬衫西裤，言谈举止彬彬有礼，一副训练有素的样子。刘总认为，如果连一个司机都仪容整洁，那么证明这个公司各方面都已经走上轨道的成熟型公司，管理规范，工作效率一定非常高。

在“高科技等于高接触”的现代社会，人们没有更多的时间去详细地了解一个人，只有你给人的第一印象好，你们才有可能开始进一步的交往合作；而一个糟糕的第一印象，则会令你失去很多潜在的机会。

在与人交往时，形象就是你的代言人，一个人的外在形象对第一印象的影响是不可估量的。

要说哪一档节目在全国人民心目中有着一般的影响力，那就是《新闻联播》了。《新闻联播》的播音员，也因此被称为“国脸”。

《新闻联播》主播的选拔有很严格的标准，除了语言功底、专业学历等基本条件之外，对相貌也有特定的要求。虽然并不要求“国脸”们英俊美丽，但一定要舒服耐看，而且眼睛一定要有神，整体印象一定要端庄严谨大方。因为主持人的外表条件会直接影响到受众对节目定位的理解。从20世纪五十年代以来，几代《新闻联播》播音员都是相似的短发造型，即便是女播音员也留着清爽的短发。从某种意义上说，他们代表着中国，同时代表着这个国家成熟、自信、沉稳的形象。

无论是在政界、商界还是其他任何行业，形象的重要性不言而喻。现代社会的成功人士，都以形象干练、精神饱满为荣，在他们的带动下，手下不同级别的职员们也都不会对形象工程掉以轻心，都会尽量使自己一眼看上去够得上精英的水准。

有句话叫作“每个成年人都要为自己的样貌负责”，在这看颜值的时代只有高富帅和白富美才能收获更多关注。在印象心理学中，外在形象是一个复合的概念，先天条件很重要，但更重要的是一个人的穿着品位、精神面貌。你应时时都把自己最好的一面拿给人看，以最佳的精神状态工作，这不但可以提升你的工作业绩，还可以给你带来意想不到的收获。因为良好的形象风貌是你责任心和上进心的外在表现，这正是老板或者客户期望看到的。很多成功的职业人士，越是疲倦的时候，就越有精神，让人看不出他们有丝毫的倦意。他们工作起来依旧神情专注，走路时依然昂首挺胸，与人交谈时面带微笑，一副轻轻松松的样子，这样的人，自然会让人觉得是积极向上、值得信赖的人。

很多时候，周围的人会根据你的形象来分辨你的心情或精神状态，从而考虑是否与你交往合作。“一个人的外在形象，反映出他特殊的内涵。倘若别人不信任你的外表，你就无法成功地推销自己了。”良好的第一印象不一定保证你成功，但糟糕的第一印象往往预示着你的失败。

衣着装扮，要符合你的形象定位

我们在社会上生活，可以说是有着双重身份的。第一种身份，包括你的姓名、性别和年龄等这些自然属性；而当你进入某一个机构工作时，你的职业身份就成了你的第二种身份。虽然你的第二种身份是后天

的身份，但是它往往会比你的第一种身份更受人关注，因为它反映出你的社会价值。比如，客户在与你打交道时，他要看你是什么职务、负责什么业务，他对你的印象是不是与你的职业身份匹配。

如果不想成为同行的笑柄，你的服装必须合体；如果不想让同行或客户鄙视，你的服装必须庄重；如果不想让人看出你的性格或爱好，你的服装必须是保守的、得体的。也许你所在的公司并没有要求员工要统一着装，也没有要求女士一定要着简洁的套装、男士一定要着干练的西装，但是这适度的开明不代表公司可以容忍员工把自己当作行为艺术家一般来随意安排自己的装扮。身为企业员工要懂得维护职业形象，特别是那些经常跟客户接触的人，更不能太过随便。

每个人都希望有自己的个性，即使在穿衣打扮上，我们也希望能够有属于自己的独特风格，最好能够使人眼前一亮且印象深刻。但是这种单纯的想法使很多人走入了穿衣打扮的误区，特别是在一些严肃场合，如果过于追求个性，反而过犹不及。

撒切尔夫人是英国第一位女首相，也是自19世纪利物浦伯爵以来连任时间最长的英国首相。她的政治哲学与政策主张被通称为“撒切尔主义”，她本人被媒体称为“铁娘子”。

撒切尔夫人对自己的仪容服饰非常讲究。她喜欢穿蓝色的套装，这种具有优雅和稳重气质的颜色成为她在政坛迅速立足的助力。对撒切尔夫人来说，珍珠代表的是优雅，它足够经典，但绝不会像钻石那样过于奢华，哪怕是平凡的服装，配上珍珠也能够气度不凡。“铁娘子”的手袋通常是黑色硬朗的皮质，轮廓四四方方，体现了她成熟稳重的气质。

虽然有人说她打扮保守，但她有着自己独到的见解：这样的打扮能助她在政治活动中取得别人的信任，建立起威信。她的衣服从不打皱，总让人觉得井井有条是她一贯的作风。这对她以后的政治生涯，都起着至关重要的作用。

撒切尔夫人的着装特点，解释了我们在日常工作生活中经常会发生的一种印象错位：我已经穿得够昂贵、够档次，为什么还得不到相应的认可？这里面最可能的原因，是我们对自己的形象定位出现了偏差。若我们与人们期待中的角色不一样，印象分就会迅速下降，发展空间也不会太广阔。

穿着打扮虽然属于个人爱好，但能反映你的习惯、性格特征，因而也能将一些有关你的“非语言信息”透露给别人。假如你的穿着一直十分端庄、保守，别人就会认为你是一个拘谨、严肃的人；假如你的穿着时髦，跟着潮流不断翻花样，别人就会认为你是个性格活跃、开放的人；假如你衣冠不整、不修边幅，别人就会认为你是个不拘小节、邈邈不羁的人，或者是个潦倒的人；假如你一贯衣冠整齐，每件衣服都熨得笔挺，那别人就会认为你是非常细心、讲究细节的人。具体到底怎么穿才会得到更好的印象分，一句话，要符合你的身份和所处的环境。比如，王健林和马云同为商界大佬，军人出身的王健林日常是西装革履，表现出他严谨大气的风范；而马云的布鞋和淘宝同款T恤，也与他的顽童形象、天马行空的思想无比匹配。如果你对自己的形象定位把握不好，可以参照下身边类似身份的其他人的风格。

小柯在2017年年初进了一家规模相当大的日资企业，之前她在美

国的一家软件公司上班。小柯刚入职的那天天气很好，她经受不住温暖的阳光和鸟语花香的诱惑，穿了一条破洞牛仔裤上班。然而，她一进办公室，她的日本上司眼睛里就显出了诧异。下班的时候，她的那个有些秃顶的上司提醒她“注意身份”。穿条有设计感的牛仔裤就是不注意身份？小柯有些不理解，她原来在的那家公司，只要你能完成自己的本职工作，你爱怎么打扮都行。如果一个男士天天西装革履，人家反而会认为他是个怪物！但是，在仔细观察上司和周围同事的着装后，小柯有些醒悟了：自己的这条牛仔裤的确和公司严整的氛围不符。第二天她换了一套深色的西装裙，才有了找到组织的感觉，上司看她的眼光也平和多了。

为什么一些地方不接受不修边幅的男士和标新立异的前卫女士？并不是这种不修边幅和标新立异很“丑”，而是因为，你的上司和同事，也包括你们公司的客人，看着你的打扮不习惯且不舒服，他们觉得你这种张扬的服饰是一种对别人的不尊重。其实，在职场上，不管你是新人还是老人，你都得注意自己的第二种身份。因为，对外，你代表的是公司的形象；而在公司内部，只有符合形象定位的穿衣打扮才更容易得到其他同事的接纳。