

日本实用心理学权威最新研究成果大公开

心理 读心术

〔日〕内藤谊人 著 韩露 译

俗话说：画龙画虎难画骨，知人知面不知心。
心理读心术，让你轻松读懂人心！



南海出版公司

心理 读心术

〔日〕内藤谊人 著 韩露 译

南海出版公司

2010·海口

图书在版编目(CIP)数据

心理读心术 / [日] 内藤谊人著; 韩露译. — 海口: 南海出版公司, 2009.11
ISBN 978-7-5442-4462-6

I. 心… II. ①内… ②韩… III. 人间交往—社会心理学—通俗读物 IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 203072 号

著作权合同登记号

图字: 30-2009-208

Power Logic

Copyright © 2003 by Yoshihito Naito

Chinese translation rights in simplified characters arranged with Softbank Creative Corp., Tokyo
through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo and BARDON-Chinese Media Agency, Taipei
All rights reserved

XINLI DUXINSHU

心理读心术

作 者 [日] 内藤谊人

译 者 韩 露

责任编辑 李玉珍

特邀编辑 张 轶

丛书策划 北京读书人 Beijing Reader's

装帧设计 崔振江

内文制作 北京文辉伟业

出版发行 南海出版公司

电话(0898)66568511

社 址 海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编 570206

电子邮箱 nanhaicbgs@yahoo.com.cn

经 销 新华书店

印 刷 三河市三佳印刷装订有限公司

开 本 700 毫米 × 990 毫米 1/16

印 张 9.25

字 数 118 千

版 次 2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1-20000

书 号 ISBN 978-7-5442-4462-6

定 价 20.00 元

南海版图书 版权所有 盗版必究

目 录

前言

第 1 章 ► 掌握必要的谈话技巧

- 简洁的表达更有说服力 / 5
- 谈话要抓住一个重点 / 7
- 长句子要 3 秒一停顿 / 10
- 利用寓言的鲜明效果 / 12
- 用身边的事例作比较 / 15
- 满足对方的自尊心 / 17
- 用温柔战术打动对方的心 / 20
- 谈话时要充满感情 / 23
- 增强说服力的技巧 1 / 26

第 2 章 ► 如何看透上司的想法

- 你的态度决定上司对你的态度 / 29
- 找上司商量“没有必要”的事 / 31
- 表达方式要积极 / 33
- 以赞美来做结语 / 36
- 别说废话，陈述事实 / 39
- 了解上司的性格 / 41
- 信息肯定会被扭曲 / 44
- 1 次“大说服”，不如 100 次“小说服” / 47

在会议开始之前进行说服 / 49

抓住对方窘迫之机 / 51

与上司脾气不合该怎么办 / 54

增强说服力的技巧 2 / 58

第 3 章 ► 如何摸透下属的心思

对下属感兴趣、关注下属 / 61

让出对话的主动权 / 63

给下属分配一个角色 / 66

不要有顾虑，先拜托一次看看 / 68

用建议的口吻给出指示 / 71

故意让下属失败 / 73

下属渴望上司认真听他说话 / 75

为了顺畅交流而清除“过滤网” / 77

令下属反感的上司的“一句话” / 79

激励下属的方法 / 81

以小的成就感来调动下属积极性 / 83

用“猜谜游戏”让下属自己领悟 / 86

批评要有建设性 / 88

增强说服力的技巧 3 / 92

第 4 章 ► 看透客户的读心术

事先了解初次见面的客户 / 95

适时放低姿态 / 98

道歉之后的补救工作 / 100

重要的约会迟到时，不要“道歉”要“道谢” / 102

失败时切莫灰心 / 104
做一个可靠的人 / 106
给对方留下深刻印象的“迅速响应法” / 108
说话时配上视觉效果 / 110
利用分割价格法迷惑对方 / 112
对方提问时正是你的机会 / 115
讨论“要讨论的内容” / 117
以假定法展开对话 / 119
增强说服力的技巧 4 / 122

第 5 章 ► 看透不同类型人的读心术

如何说服长者 / 125
如何说服女性 / 128
如何说服知识丰富的人 / 131
如何说服竞争意识强的人 / 133
如何说服自以为是的人 / 135
如何说服固执己见的人 / 137
增强说服力的技巧 5 / 140

后记

前 言

想看透人心、说服别人就要重视逻辑。这里所说的逻辑，并不是让你板起脸来讲大道理，而是要遵循心理学的法则，按照一定的规则来说服。

歌舞伎也好，茶道也好，象棋也好，都有一定的“道”，即见招拆招的“法则”。我们在说服别人时也是如此。也许很少有人注意到，其实说服别人也有模式、规则、法则，也就是说，逻辑在起作用。如果你无视逻辑，一定无法说服别人。

要了解下属的想法，就要遵循其中的法则。有求于上司或者同事时也是如此。只有遵循一定的法则，对方才能听进你的话。而抛开此法则，你一定无法取得成功。

“为什么我的上司不接受我的请求呢？”

“为什么下属不执行我的命令呢？”

对于这样的疑问，我可以立刻给出答案：这都是因为你无视心理学法则和规律，因此不能成功地说服对方。说服是不能只靠经验的。

我们可以和任何人对话、沟通。谁都可以将自己的意见传达给别人。但沟通并不代表说服。单纯的说话和说服，是完全不同的两个概念，常常会让人产生错觉。

若想成功地说服别人，你就必须遵循心理学上的既定法则。这是捷径，也是唯一的正道。

如果你只顾自己的喜好为所欲为，一定会遭到对方的反击。就像刚开始学习象棋或者围棋时，一定要牢记棋谱一样，在学习说服技巧的时候也必须先熟练掌握既定套路。而想形成自己的风格，就要等到经验多了，翅膀硬了的时候。

“想了解说服技巧的基本规则。”

“为职场人际关系而苦恼。”

“想锻炼自己的口才。”

有以上期望的人，可以阅读本书，书中分别以下属、上司、客户等为对象，用通俗易懂的语言讲述了说服不同对象的不同方法，并且介绍了通过遵循有科学根据的心理学规律和法则来看透人心的技巧。当然，具体情况需要具体分析，本书介绍的说服上司的方法，当然也可以用在客户身上。希望大家能活学活用，不断改善修正，提升自己的人际交往能力。

如果你读过很多关于说服技巧的书而没有获得理想的效果，那么请读一读本书，你一定能在其中找到你所需要的知识和诀窍。

内藤谊人

第1章

掌握必要的谈话技巧

日常生活中，我们经常会努力去说服别人。但也产生了很多的误解和想当然。比如说，你觉得某种做法能打动人心，然而研究数据却表明，你一直认为理所当然的常识，其实是非常荒唐的。为了避免让自己的行为出现错误，让我们一起来学习必要的谈话技巧吧。

“如何才能提高说服力？”

“如何才能说服别人？”

对于这类问题，本书会从心理学的角度给出答案。



简洁的表达更有说服力

要说服别人，最重要的就是简明扼要地传递信息。因为我们能集中精力倾听别人说话的时间是很短的。

即使你听得再认真，或者对方说的是你特别感兴趣的话题，持续谈四五个小时也会使人感到厌烦。所以要想让对方动心，就要事先整理谈话内容，并且尽可能简洁地表达出来。收起你的喋喋不休，瞬间即可定胜负。

是否有说服力，不在于谈话时间有多长，而是要以质取胜。很多人认为，10分钟的说教比1分钟的说教要有效10倍，他们错了。实际上谈话时间越长，效果越差。下面我来举个很有意思的例子。

1863年的秋天，在美国的葛底斯堡举行了为在南北战争中牺牲的人而建造的公墓的奠基仪式。当时，著名的教育家、辩论家爱德华·埃弗里特作为东道主，向来宾作了长达2小时的精彩演讲。

而之后林肯的演讲，只有短短2分钟。但就在这简短的演讲中，一句“民有、民治、民享的政府永世长存”却成了名言。

当时的媒体对林肯此次演讲大加赞赏，连爱德华·埃弗里特本人也自叹不如。林肯的演讲词已经收录进美国的历史课本，由此可见，能否打动人心，不在于说话时间的长短。

从生理角度来看，比起长篇大论，人们更喜欢简短的谈话。

这个理论，已经得到了阿拉巴马州杰克森维尔大学的斯蒂芬·比戈德博士和唐纳德·帕特森博士的证实。在附近的自然博物馆的

协助下，比戈德博士成功地完成了某项实验。该实验的内容是：改变埃及木乃伊展览解说牌上说明文字的长短，以观察游客的反应。

这两位博士先放上了一个有 150 字的解说牌，然后用摄像头悄悄进行拍摄，结果发现，只有很少人去看说明文字。

接下来，他们将牌子上说明文字精简到 50 字，结果去看解说牌的人多了 2 倍（见图 1-1）。可见将信息精简后，就能成功地激发更多人的阅读欲望。为什么把牌子上的信息缩减到原来的三分之一，阅读的人就多了 2 倍呢？原因只有一个——从生理角度来说，我们不想阅读过长的信息。

总之，当你试图说服别人时，不妨先问自己以下几个问题：

“如果把我的话缩成一半会怎么样？”

“我话中的真正重点在哪儿？”

“我的话里有没有多余的内容？”

“能不能用一句话来表达我想说的话？”

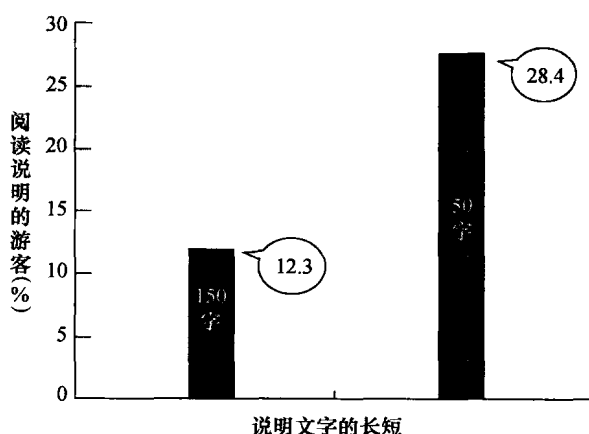


图 1-1 浓缩信息，便可提高说服效果

（出处：比戈德和帕特森，1993）

谈话要抓住一个重点

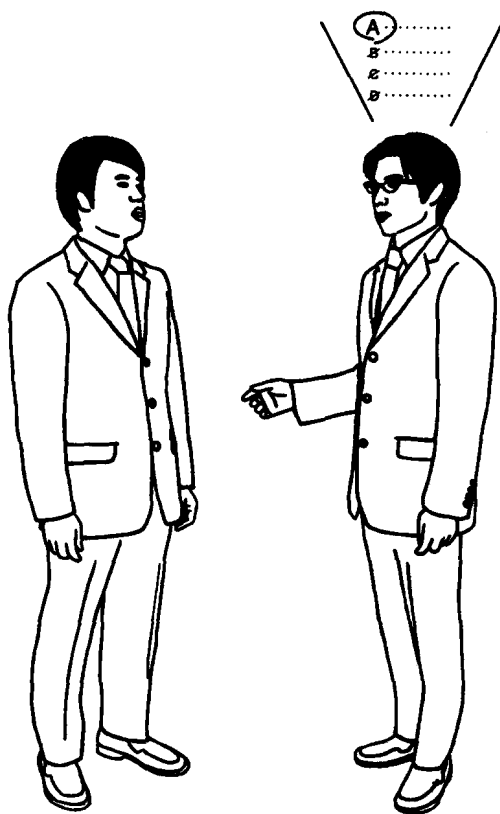
要想打动别人，在谈话时你就要尽可能地浓缩信息。抓住一个重点，远比列举一大堆论据要有说服力。

那种“试试这个”、“做做那个”之类的建议，一般不会有好的效果。即使你对每个论据都详细地一一进行说明，别人也记不住。

想说服别人，就要抓住一个重点。“我想说的只有一个，那就是……”这样说，别人一定会认真聆听。因为只有一个重点，听的人就一定会集中注意力。如果你说：“我今天讲话的内容有20条……”只会让听众头昏脑涨，因为完全没有明确的重点。那些知道如何打动下属的上司在指导时，会只强调一个重点。当注意点只有一个的时候，下属便能听得进去，而且能很好地把握要点。如果指手画脚地训斥下属，“你这个也不对，那个也不行，话说3个月前你还……”下属一定会当耳旁风吧。

优秀的说服者不会同时列举多个论点。在每次说服别人时，他们一定会只提出一点，即使还有其他想说的话，也会忍住，暂且不提，等日后有机会时再说。

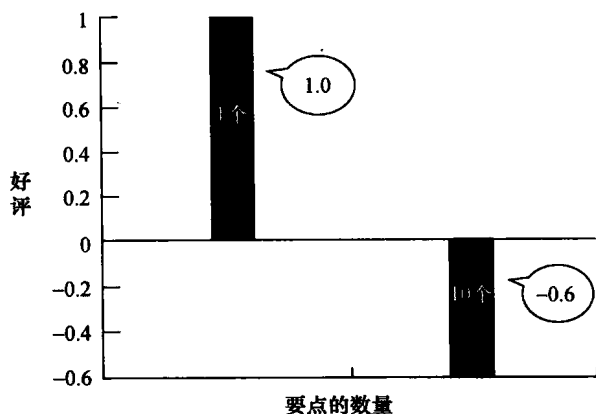
德国海德堡大学的心理学家米夏埃尔·维恩克博士和他的同事们做过这样一个关于宝马汽车的广告实验。他们分别把只强调产品1个亮点的广告和兼顾10个优点的广告，拿给160个人看，然后统计这两个广告的好评率。



抓住一个重点来进行谈话，会给对方留下深刻印象。

结果发现，只强调 1 个亮点的广告大受欢迎，而涵盖 10 个优点的广告却招人反感（见图 1-2）。

顺便一提，关于人们对于广告的印象，维恩克博士他们所做的这个实验也表明，只有 1 个亮点的广告更加深入人心。由此可见，对一件商品来说，并不是卖点越多越能得到消费者的青睐。如果罗列很多这个商品的功能，反而会显得没有重点，使得每个功能都不突出了。说服别人也是同样的道理。要想给他人留下深刻印象，抓



(* 数值计算方法: “非常喜欢”+3分; “完全不喜欢”-3分)

图 1-2 每次仅强调一个重点, 会使说服更加有效

(出处: 维恩克, 1997)

住一个要点推进谈话是十分重要的。

那种内容满满、像个大礼包一样的谈话, 完全没有说服力。如果谈话不是围绕一个重点来进行, 我们就不知道应该把注意力放在哪里, 就不会对谈话的内容留下什么印象, 更别说是动心了。

“(本产品) 价格低廉, 设计精良, 质量上乘, 经久耐用……”与其罗列种种优点, 不如抓住一点, 如: “我们对 (本产品的) 结实耐用这一点充满自信。”这样反而更容易让对方动心。

为了能围绕一个中心点进行谈话, 首先要在自己罗列出的观点中, 锁定最重要的一条, 其他的都要忍痛割爱。试着将同一个观点重复三四次, 而不是同时列举三四个观点。这样成功的几率应该会大些。

长句子要 3 秒一停顿

“关于本部门，那个，读完调查报告后我发现，嗯，由于受急剧的通货紧缩的影响，我们公司的销售部门面临很严峻的状况，嗯……”

这是一个令听众泄气的报告，因为出现了太多没用的连词，一些句子也过长。

下面我们换种方式：

“我刚读过了调查报告。”（换气）

“通货紧缩的影响确实很大啊！”（换气）

“因此本公司的销售部门正面临严峻的状况。”

用这种方式来说话，会让听众听起来更顺畅。换言之，越短的句子越能带给对方冲击。

据德国的人类行为学者佩佩尔和图尔纳说，世界上有 14 个民族的诗歌节奏都是以 3 秒为一个节奏单位的。这是因为人类的呼吸频率就是 3 秒，即完成一次呼吸，平均的间隔时间为 3 秒左右。

呼吸是生物最基本的生命节奏，如果能够很好地掌握这个节奏，不仅可以使你集中精神，对增强记忆力也有帮助。当然，向他人传达信息时，也要尽量把说话的频率控制在 3 秒左右，这是很重要的。为此，要尽量缩短每句话。使用“但是”、“话虽如此”、

“尽管”之类的转折连词，可以将一句话无休止地继续下去。但是请牢记一点，句子越长，它打动别人的可能性就越小。

那些爱用连词，喜欢使用长句的人，其演讲的节奏感都很差。即使是在婚礼上致辞，那些通篇的“虽然……但是”也会让人难以忍受。这种场合的发言应该有意识地用“A，另外还有，B”的方式来断句。

在美国，有一种被称为演讲咨询师的职业。他们为人们提供专业的演讲方式的咨询，使演讲更具吸引力。从总统到企业家，很多人都会请演讲咨询师来指导。

这些咨询师给人们的建议中，首先就是“尽量缩短句子长度”。因为如果念一个句子需要10秒以上的时间，便会与听众的呼吸节奏不合拍，给人窒息沉闷的感觉。

写文章的时候也是如此，句子越长读着越费劲。因此，在写策划书、报告书的时候，一定要按朗读习惯进行断句。如果句子较长，分成两三句进行适当停顿是较为妥当的做法。

人们对于一个事物投入注意力的时间是非常短暂的。正因为我们深知人类的这一特点，所以电视上的广告一般都被控制在几十秒之内。喋喋不休的发言、啰唆冗长的语句无法打动人心。发言越长，收效越会大打折扣。由此可见，发言时间的长短和效果是成反比的。