

做人做事

必知的心理学

Zuoren Zuoshi Bixide Xinlixue

学好心理学，汲取做人做事的智慧

心理学不但是——门与人类幸福密切
相关的科学，而且是一门生活中实用的成功学。

王福振◎编著

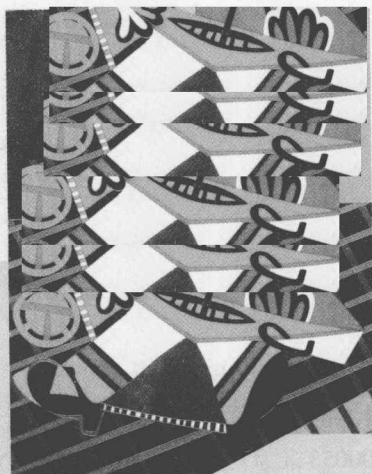


对人际关系的犀利观察，对他人行为动机的透彻分析，
对大众心理的快速判断，这些都是心理学赋予我们的一种心
灵能力，一种智慧升华。

中国商业出版社

做人做事 必知的心理学

*Zuoren Zuoshi
Bixhide Xinlixue*



王福振◎编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

做人做事必知的心理学 / 王福振编著. —北京: 中国商业出版社, 2010. 1

ISBN 978-7-5044-6681-5

I. 做… II. 王… III. 心理学—通俗读物 IV. B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 196886 号

责任编辑 孙启泰

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-book.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京大运河印刷有限责任公司印刷

★ ★ ★ ★ ★

710×1000 毫米 16 开 16 印张 260 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

定价: 32.00 元

★ ★ ★ ★ ★

(如有印装质量问题可更换)

前言

Preface

做人、做事是一门艺术,更是一门学问。一个人无论多么聪明,多么能干,背景条件多么好,如果不懂得如何做人、做事,那么他也许能获得一时的成功,但最终的结局将会是失败。

会做人,做好人,才能行得正、走得远,充分体现自我人生价值。会做人的人,尽管资历不深,业务不精,但是拥有一套灵活多变的处世手段。只要稍微动动脑筋,就可以潇洒自在地游走于各色人物之间,收获人脉,提升人气,经营人生。从某种意义上说,做人也是一种能力。

“人”字很好写,做起来不简单。做人首先要懂人性。人性是什么?心理学家认为:人性是人的生存、尊严、亲情、名誉、自由、发展等需求倾向。能驾驭人性,就能征服人心,就能把人做好,就能把事办的漂亮而有成效。而要驾驭人性,在当今社会,就要懂点心理学。

某汽车销售公司的老李,每月都能卖出 30 辆以上汽车,深得公司经理的赏识。

由于种种原因,老李预计到这个月只能卖出 10 辆车。深懂人性奥妙的老李对经理说:“由于银根紧缩,市场萧条,我估计这个月顶多能卖出 5 辆车。”经理点了点头,对他的看法表示赞成。

没想到一个月过后,老李竟然卖了 12 辆汽车,公司经理对他大大夸奖一番。假若老李说本月可以卖 30 辆或者事先对此不说,结果只卖了 12 辆,公司经理会怎么认为呢?他会强烈地感受到老李失败了,不但不会夸奖,反而可能指责。



心理学在建立自信、人际交往、工作、谈判、合作与竞争等方面中都有广泛的应用。可以说,心理学是一门照亮人生的学问,是一门让人变得更聪明的学问。当你懂得一点心理学,并把它应用到自己的工作和生活中时,你就会发现,不管是人的性格,还是对一个事物的认知过程,包括人的情绪、语言、人际互动等方面都会变得和谐、有效,你会感到工作和生活变得无比的轻松,你的人生就会再上一个层次。

多懂点心理学,你就能成为一个处处主动的人,就能成为一个处处受欢迎的人,就能成为一个成功的人。

最后,需要说明的是,本书使用大量贴近生活的实例阐述心理学知识,是为方便大众在日常生活和工作中应用心理学而写,不是为少数专家而撰,故较多注重了解决实际问题,帮助人们在了解现象背后的深层心理原因的同时,认识自我,了解他人,成为情场上、职场上、商场上、亲友圈中最有分量、最受欢迎、最成功的人。所以,本书的重点放在给读者中肯而科学的建议上,而舍弃了学术上的阐释。



Contents 目录

第一章 你對自己沒信心,別人對你更沒信心

——建立自信的心理學 / 1

做事力求出色,別人才能發現你、記住你 / 2

不要對一件沒有做过的事兒說不行 / 4

心理預演:不斷強化的神奇力量 / 6

冰山理論:命運被潛意識支配 / 9

跳蚤效應:你想跳多高,就會跳多高 / 12

一個小動作會透露許多真實的心理信息 / 14

敢做比會做更重要 / 19

光環效應:把自己的身價抬高 / 21

冰淇淋哲學:逆境不錯,順境更好 / 24

第二章 對自己的認識越客觀真實就越能發揮自己

——掌控成功的心理學 / 27

雷鮑夫法則:認識自己和尊重他人 / 28

巴納姆效應:認識自己要客觀、真實 / 30

品行端正,做人才有底氣,做事才會硬氣 / 33



半途效应:继续往你取经的地方去	/ 35
飞轮效应:成功需要持续不断的付出	/ 36
羊群效应:提升自己的判断力,不盲目跟风	/ 38
巴菲特定律:到竞争对手少的地方去寻在机会	/ 41
奥卡姆剃刀定律:不要把事情人为地复杂化	/ 44
成为自己想成为的人,不要为了别人的看法而做人	/ 46
善用马太效应,赢家就是你	/ 50
柏林定律:做人不能没有野心,但更需要理性	/ 52

第三章 把握主动,踏稳节奏的一方才能胜出

——人与人博弈的心理学 / 56

适当说“不”才不容易让人看扁	/ 56
比林定律:生活的麻烦很多是由于拒绝得太晚	/ 58
巧妙利用最后时限,迫使对方就范	/ 60
如果对方欺软怕硬,显示你寸步不让的决心	/ 62
不要一开始就满足对方所有要求	/ 64
不要害怕承认自己能力有限,学会拒绝意味着成熟	/ 66
总要有一个“说得过去”的理由	/ 69
在别人提出要求前做好说“不”的准备	/ 71
零和游戏原理:“利己”不一定非要“损人”	/ 73
与对方站在一个战壕里	/ 74

第四章 中国人把“人情”和“面子”看得很重

——让自己有面子的心理学 / 77

留面子效应:让别人“赢”,尤其是让喜欢赢的人赢	/ 78
-------------------------	------



给人面子,也是给自己面子	/ 81
别想在争辩中获胜	/ 82
死要面子,让你没面子	/ 85
钱“借”还是“不借”	/ 87
特里法则:承认错误不是丢面子,死不承认才让你没面子	/ 89
场面话,可听不可信	/ 91
人情不便透支	/ 93
保全他人的面子	/ 95
打人莫打脸,揭人莫揭短	/ 96
“不好意思”是一种对自己最不利的心理	/ 99
求人办事的时候最好用登门坎效应	/ 101
阿伦森效应:不要吝啬你的赞扬	/ 103

第五章 将业绩提升一倍,让威望上一个台阶

——游刃职场的心理学 / 107

不必争取 100% 的人对你都满意	/ 108
引入权威效应,引导对方的态度和行为	/ 109
讲述相似或相同的经历,让对方有志同道合的感觉	/ 111
做正确的事,再把事情做正确	/ 113
蚁群效应:减掉工作流程中的多余	/ 115
不值得定律:不值得做的事情,就不值得做好	/ 117
“向上爬”原理:找一个能发挥自己的专长的岗位	/ 122
先出林的鸟有食吃,发现无处不在的机会	/ 125
应付排挤你的同事	/ 126
懒蚂蚁效应:懒于杂务,才能勤于动脑	/ 129
热炉效应:千万不要触犯公司的制度	/ 132



第六章 同一件事,说话方式不同效果有天壤之别

——说话中的心理学

/ 135

- 先给自己的说辞披上“公正”的外衣 / 136
- 再正确的话,再正确的方式都要合时宜 / 139
- 开口就能打动人心 / 140
- 白德巴定理:话说得太多,效果未必好 / 143
- 注意语调和表情 / 146
- 谈判中回答问话的技巧 / 147
- 杰亨利法则:运用坦率真诚的沟通方式 / 150
- 位差效应:平等交流是有效沟通的前提 / 152
- 威尔德定理:倾听比说更重要 / 154
- 在领导面前,你为什么会紧张 / 157
- 韦奇定律:做人做事不能缺少主见 / 160
- 让对方点头称“是”——说服的心理奥秘 / 161

第七章 你好,我好,大家好

——人际交往中的心理学

/ 165

- 好感的来源:互补、相知 / 166
- 互惠原理:人际关系的跷跷板 / 167
- 首因效应:不可小窥的第一印象 / 170
- 近因效应:不因一时论好坏 / 172
- 晕环效应是把双刃剑 / 174
- 设防心理:应该怎样利用 / 177
- 用欣赏的眼光看人 / 179

运用冷热水效应去获得对方的好评 / 181

做事贵在真诚,做人懂得感恩 / 183

第八章 做人要糊涂,做事重在细节

——做人糊涂,做事精明的心理学 / 187

不要有比别人聪明的想法 / 188

睁一只眼闭一只眼做人,明察秋毫做事 / 190

给人留下“很厚道”的第一印象 / 192

共情效应:替别人着想就是帮自己 / 194

帕累托法则:你的80%的收获来自你20%的付出 / 196

王永庆法则:节省一元钱等于净赚一元钱 / 198

蝴蝶效应:1%的错误导致100%的失败 / 200

吉德林法则:认识到问题就等于解决了一半 / 202

布利斯定律:如果没有计划,失败就是被计划好的 / 203

标签效应:先把对方说成你所希望的那样的人 / 206

对别人的举手之劳也要说声“谢谢” / 209

第九章 舍得投入,更要舍得放弃,敢于放弃

——以退为进的心理学 / 213

卡贝定律:放弃有时比争取更有意义 / 214

比伦定律:失败也是一种机会 / 217

手表定理:你必须做出自己的选择,并为此负责 / 219

记住一个人的好,胜过记住一个人的坏 / 221

只做你应该做的事,否则会造成脑力的浪费 / 223



破窗效应:及时矫正和补救正在发生的问题	/ 225
敢闯敢干,但绝不乱闯、乱干	/ 227
分清想做的事和应该做的事	/ 229

第十章 先处理心情再处理事情

——舒缓情绪的心理學

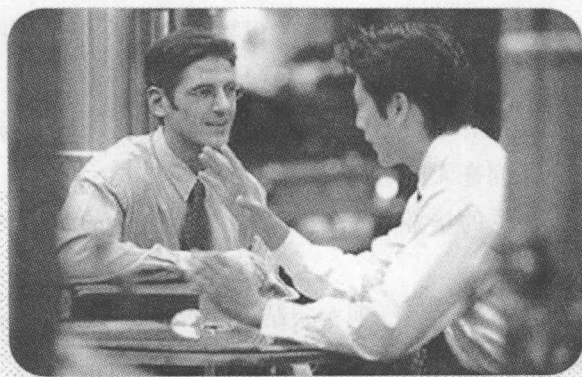
/ 233

不做被气死的周瑜	/ 234
从不发火的人的身心未必是健康的	/ 236
找到适合自己的情绪发泄方式	/ 238
百思不得其解的问题,不妨先放一放	/ 240
把自己的感受说出来,而不是批评	/ 242
磁力法则:强制的结局是逆反	/ 243
做事要能耐得住性子	/ 245

第一章

你對自己沒信心，別人對你更沒信心

——建立自信的心理学





做事力求出色,别人才能发现你、记住你

如果你有了争第一的心理,也许,你到最后仍旧成不了第一,但却有可能得到第二或第三。如果没有争第一的心理,那么,可以肯定地说,你不但永远得不到第一,即使第二第三也将与你无缘。

上课钟响了,心理学教授来了,但他并没有带书。站在台上半天没有出声,同学们一边笑一边诧异地望着他。

马上就要大学毕业了,同学们心情浮躁,来上课的人不多,而且似乎都心不在焉。

那天,已经打了上课铃,同学们却在交头接耳地议论:谁可以进党政机关,谁应聘进了大企业,谁准备自己创业……

教授站在讲台上,半天没有说话。同学们一边低声说笑着,一边有些诧异地望着他。

教授扫视着同学们,缓缓地说道:“世界上第一高峰是哪座山?”大家立刻哄堂大笑,大声回答:“珠穆朗玛峰!”教授紧接着追问:“第二高峰呢?”同学们面面相觑,无人应声。许老师转过身,在黑板上写下一句话:屈居第二与默默无闻毫无区别。

原来,这是教授的毕业赠言,也是给学生们上的最后一次心理实验课。

教授接着陈述了他的另一项实验结论。12年前,教授曾要求他的学生毫无顺序地进入了一个宽敞的大礼堂,并独自找个座位坐下。反复几次后,教授发现有的学生总爱坐前排,有的学生则盲目随意,四处都坐,还有一些学生似乎特别钟情于后面的位置,教授分别记下他们的名字。10年后,教授对他们的调查结果显示:爱坐前排的学生中,成功的比例高出其他两类学生很多。

最后，教授语重心长地说道：“不是说一定要站在最前、永远第一，而是说这种积极向上的心理十分重要。在漫长的人生中，你们一定要永争第一，积极坐在前排呀！”

这时留学生才恍然大悟，原来，教授是在鼓励学生们要勇争第一呀！的确，这节课，让同学们受益终生。

第一和第二，差距为什么这么大？这种心理现象也可以用“印刻效应”来解释。

1910年，德国行为学家海因罗特在实验中发现一个十分有趣的现象：刚刚破壳而出的小鹅，会本能地跟随在它第一眼见到的自己的母亲后面。但是，如果它第一眼见到的不是自己的母亲，而是其他活动物体，如一只狗、一只猫或者一只玩具鹅，它也会自动地跟随其后。尤为重要的是，一旦这只小鹅形成了某个物体的跟随反应后，它就不可能再形成对其他物体的跟随反应了。这种跟随反应的形成是不可逆的，也就是说小鹅承认第一，却无视第二。这种后来被另一位德国行为学家洛伦兹称之为“印刻效应”的现象。

北京奥运会上，最激动人心的莫过于颁奖时刻，几名获奖运动员同时站在领奖台上，但奏响的却只能是冠军所属国家的国歌。

随便拿出一项比赛来，人们往往对冠军的名字耳熟能详，如果再问一句：“亚军是谁？”人们十有八九会犯迷糊。

为什么人们记住的往往是冠军的名字和笑脸，而将亚军放在一个被人遗忘的角落呢？这并不是人们对第二名不屑一顾，而是习惯于关注第一的心理在“作怪”。因为首先取得胜利的是冠军，是最先进入人们眼睛和大脑里的人，所以人们的印象也更深刻，不容易忘。这是人们的普遍心理，与人品和性格无关。

所以，无论做什么事情，要么不做，要做就要集中精力做到最好，最出色，做出彩，做出点“动静”来。这样别人才能关注你，记住你，欣赏你，遇到好事的时候也愿意想着你。

否则，事情没少做，活没少干，没有一样做的漂亮，这样就不会引起别人的注意，这样的人只会平凡一辈子。



不要对一件没有做过的事儿说不行

如果你只接受最好的,你最后得到的往往也是最好的,只要你有信心。强者不一定是胜利者,但胜利迟早都属于有信心的人。

心理学上有一个很著名的故事:有一个人经常出差,但因为行程比较紧张的原因,经常买不到对号入座的车票。可是无论长途短途,无论车上多挤,他总能找到座位。

他的办法其实很简单,就是耐心地一节车厢一节车厢找过去。这个办法听上去似乎并不高明,但却很管用。每次,他都做好了从第一节车厢走到最后一节车厢的准备,可是每次他都用不着走到最后就会发现空位。他说,这是因为像他这样锲而不舍找座位的乘客实在不多。经常是在他落座的车厢里尚余若干座位,而在其他车厢的过道和车厢接头处,居然人满为患。

他说,大多数乘客轻易就被一两节车厢拥挤的表面现象迷惑了,不大细想在数十次停靠之中,从火车十几个车门上上下下的流动中蕴藏着不少提供座位的机遇;即使想到了,他们也没有那一份寻找的耐心。眼前一方小小立足之地很容易让大多数人满足,为了一两个座位背负着行囊挤来挤去,有些人也许会觉得不值。他们还担心万一找不到座位,回头连个好好站着的地方也没有了。

持有这种心理的乘客大多只能在上车时的落脚之处一直站到下车。

心理学家告诉我们,永远也不要消极地认定什么事情是不可能的,首先你要认为你能,再去尝试、再尝试,最后你就发现你确实能。

对于变不可能为可能,拿破仑·希尔曾经用过一种奇特方法。

年轻的时候,拿破仑·希尔抱着一个当作家的雄心。要达到这个目标,他知道自己必须精于遣词造句,字词将是他的工具。但由于他小时候

家里很穷，所接受的教育并不完整，因此，“善意的朋友”就告诉他，说他的雄心是“不可能”实现的。

年轻的希尔存钱买了一本最好的、最完全的、最漂亮的字典，他所需要的字都在这本字典里面，而他的意念是完全了解和掌握这些字。但是他做了一件奇特的事，他找到“不可能”(impossible)这个词，用小剪刀把它剪下来，然后丢掉，于是他有了一本没有“不可能”的字典。以后他把他整个的事业建立在这个前提上，那就是对一个要成长，而且要成长得超过别人的人来说，没有任何事情是不可能。

我们不建议你从你的字典里把“不可能”这个词剪掉，而是建议你要从你的心中把这个观念铲除掉。谈话中不提它，想法中排除它，态度中去掉它，抛弃它，不再为它提供理由，不再为它寻找借口，把这个字和这个观念永远的抛弃，而用光辉灿烂的“可能”来替代它。

当亨利·福特决定制造著名的V-8汽车时，他打算造一台内置8个汽缸的引擎，并让工程师进行设计。但是，设计图绘制出来后，工程师们一致认为不可能在一个引擎内放置8个汽缸。

福特说：“无论如何，要设法造出来！”

他们答道：“可是，这不可能！”

“尽管去做，”福特命令他们，“不管花多少时间，一定要做出来。”

工程师们开始工作了。对他们来说，如果还想在福特公司干下去，那么别无选择。6个月过去了，毫无进展。又过了6个月，还是毫无进展。工程师们尝试了能够想到的每一种方案，但就是不行，也就是说“不可能”。

到了年底，福特来检查他们的工作，他们还是告诉他，根本无法完成他的命令。

“接着做，”福特说，“我想要这样的引擎，我一定要拥有它。”

他们于是继续工作，然后好像出现了奇迹，他们终于发现了奥秘。

福特的决心再一次获胜了！

在没有逼自己的情况下，自己也得逼自己一下，别说自己不行，多多地去尝试陌生的行业，或许还能发现自己的另一种本事。



人都会对陌生的环境,一无所知的行业存在恐惧感,不到万不得已不去尝试。不要因为喜欢才去做,世界上没有那么多一见钟情。什么事情只有接触才会熟悉,才会产生爱。

人都说最了解自己人还是自己,但是那些没有成功的人,真正知道自己能干什么的人,几乎是微乎其微。就算是已经成功的人,也是他们通过不断地去尝试,去调整,最后找到与自己天赋相吻合的、最适合自己的事情,然后创造出独属于自己的一片天地。



心理预演:不断强化的神奇力量

人的大脑具有记忆的功能,做事情之前你的想象的结局,无论是好是坏,你的潜意识都会帮你实现它。

在心理学领域,还有一个重要的概念叫心理预演。它的意思是说,通过运用预先想象事情发生经过的方法,在脑海中勾画出目标已经达到时的情景,从而让自己在真正做某事情之前处于一种放松状态。

心理学家说,要想使心理预演真正能帮助你达到放松身心的目的,必须运用个人丰富的想象去感受目标达成时的心情,包括每一个细节、情景,看到了什么、听到了什么、嗅到了什么、摸到了什么、尝到了什么,以及内心中的每一个细微的感受,越清晰、越兴奋、越信以为真会越好。

可以说,心理预演就是通过“精神电影”把梦想图像化,每天通过心理预演对自己预先播放,充分发挥自己的想象力,把情景的全部过程,像播放一部电影一样,一遍又一遍地想,加深印象,默默地对自己讲,不断表达对自己心想事成的信心。

运动员们很早以前就意识到“心理预演”与“视觉化想象”的重要性。

你一定见到过跳远运动员在正式比赛之前,模拟起跑、起跳,以及落地的情景吧,也见过篮球运动员站在罚球线上,进行无球状态的投篮