

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

掌握心灵密码 培养个人魅力

每天10分钟

精通社交心理学

刘涛
编著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

每天10分钟
精通社交心理

刘涛
编

人民邮电出版社
北京

前言

经营你的社交圈

你是否不知如何与人交往？

你是否会在交往中感觉力不从心？

你是否害怕与陌生人接触？

你是否不知如何才能化解尴尬的气氛？

你是否想成为一个受大家欢迎的人？

如果答案是肯定的，那么，当你翻开这本书的时候，这些问题也许就会迎刃而解。

人不是孤立存在的，我们在日常工作和生活中必然会建立各种各样的关系，如亲属关系、朋友关系、同学关系、师生关系、雇佣关系、战友关系、同事关系，等等。在经营这些关系的时候，人们往往会借助思想、情感以及行为与他人进行互动与交流。而因这些关系中的对象不同，人们也会相应地采取不同的态度和行为。

然而，由于环境、性格、心理等因素，许多人经营不好自己的人际关

系，于是便陷入矛盾与痛苦之中。如果人们没有足够的智慧去化解这些冲突，那么就会遭遇社交危机，甚至会出现与人交往的心理障碍，从而降低生活的幸福感。

研究表明，人际交往与心理健康之间有着重要的联系。一方面，良好的人际关系来源于健康的心理状态。那些美好的行为品质如自信、乐观、从容、友爱、助人、谦虚、宽容等，都可以对人际交往起到促进的作用。另一方面，健康的人际关系也可以使人舒缓压力、平复情绪，对人们的个人发展、身心健康起到积极的作用。

那些在人际关系中出现问题的人，多多少少都会存在一些心理问题，即与人交往的心理障碍。在与人交往的时候，他们通常会更多地表现出自负、自卑、多疑、敏感、嫉妒等消极心理，从而导致了人际交往中的一次次挫败。因此，为了解决社交中的困惑，研究人际关系的心理学就应运而生了。

本书通过对人际关系心理学中的 52 个效应及定律的分析，循序渐进地引导读者了解心理学这门神奇的学科，并且通过运用这些效应和定律，使你掌握与人交往的技巧。本书共七章，首先介绍了心理学在社交中的重要性，然后分别讲解了如何留下良好的第一印象、如何与陌生人接触、如何与朋友交往、夫妻恋人相处之道、情绪控制、高效管理以及化解难题等方面的心理学应用，帮助读者解决社交中所遇到的实际问题，了解他人与自己的心理活动，抓住对方的心理反应，有的放矢，从而获得对方的好感，拥有良好的社交圈。

通过书中平实的语言、有趣的案例、精准的分析、有效的方法，我们衷心希望那些想要经营好人际关系的读者能够走出困境，结识更多的朋友，在交往中如鱼得水、游刃有余。

在本书出版之际，笔者要特别感谢黄家照、王宏坤、张飞、杨付怀、常娟、马少华、李刚、李康乐、王红杰、张丽丽等人，他们在本书的编写过程中都曾给予我大力的支持和帮助。同时，笔者也欢迎读者对本书内容提出宝贵建议。

目 录

第一章

成功之门从这里打开——社交中不可不知的心理学效应 / 1

共生效应——个体存在于社会之中 / 3

从众效应——人和人都是在相互地影响着 / 6

熟人链效应——人的本质就是社会关系的总和 / 10

留白效应——人们都喜欢拥有自己的空间 / 13

攀比效应——人们喜欢模仿和与人攀比 / 16

马蝇效应——适度的压力可以化作驱动力 / 19

互悦效应——赠人鲜花，手留余香 / 22

边际效应——锦上添花不如雪中送炭 / 25

第二章

在回忆里等你——社交中的第一印象心理学 / 29

首因效应——第一印象决定日后的态度 / 31

容貌定律——不要以貌取人 / 34

坦率定律——率真的人更容易获得好感 / 37

晕轮效应——仪表是第一张名片 / 40

第三章

高效的人际关系诀窍——社交中与陌生人交往的心理学 / 45

刻板效应——人无完人，不可以偏概全 / 47

邻里效应——善待你周围的人 / 50

倾听定律——“听”比“说”更重要 / 54

大智若愚定律——表面聪明的人未必真聪明 / 57

亲和效应——亲和力就是最强的魅力磁场 / 59

无声定律——在适当的时候沉默 / 62

蝴蝶效应——任何一个细节都可能会引起大改变 / 66

第四章

没有真正特立独行的人——社交中与朋友相处的心理学 / 71

互惠效应——社交的基础就是礼尚往来 / 73

让步效应——为别人的心理搭建台阶 / 76

互补效应——交往中的相互学习与补充 / 79

南风效应——人总是喜欢亲近给予自己温暖的人 / 83

投射效应——切忌以己之心，度人之腹 / 86

自己人效应——成为朋友好沟通 / 89

刺猬效应——距离产生美 / 92

地位效应——避免言由人定，人以位重的心理 / 96

增减效应——进行有效的交往 / 99

第五章

破解幸福密码——社交中的美满婚恋心理学 / 103

近因效应——你最近的表现很重要 / 105

异性效应——男女搭配，干活不累 / 108

罗密欧与朱丽叶效应——高压反而会引起反抗 / 111

幸福递减定律——别让幸福从我们的生活中溜走 / 114

糖果效应——增强自我控制能力 / 117

三分之一效应——没有最好，只有更好 / 120

第六章

内心的力量源泉——社交中的情绪控制心理学 / 123

情绪效应——坏情绪是健康的杀手 / 125

蓝柏格定理——把压力控制在自己能承受的范围内 / 129

韦奇定律——不要让闲言碎语动摇了你的意志 / 132

齐氏效应——摆脱紧张的心理困境 / 135

跨栏定律——把挑战困境看做一种享受 / 138

比伦定律——人都是在不断犯错的过程中成长的 / 142

约拿情结——克服惶恐心理 / 145

不值得定律——选择你所爱的，爱你所选择的 / 148

第七章

从“心”管理——社交中高效管理的心理学 / 153

反馈效应——结果要及时反馈 / 155

手表定律——人生只需要一个终极目标 / 158

白璧微瑕效应——让你的吸引力更上一层楼 / 160

期望定律——对自己和手下都要寄予期望 / 164

改宗效应——坚决不要当“好好先生” / 167

史华兹论断——赢得乐观心态 / 170

第八章

不露痕迹的心理战术——社交中巧妙化解难题的心理学 / 175

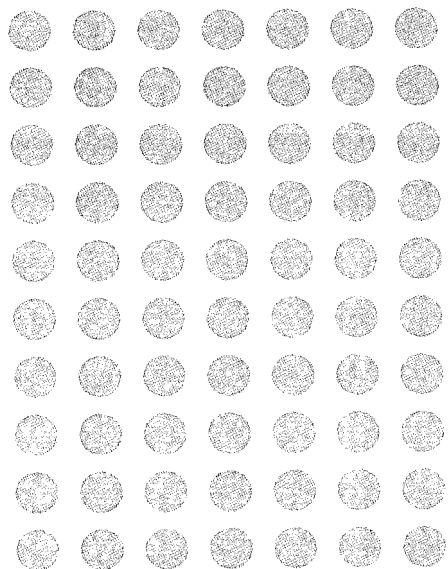
冷热水效应——巧妙改变对方的看法 / 177

卡瑞尔万灵公式——怎样对付“揭短” / 179

三明治效应——如何得体地指出别人的缺点 / 183

踢猫效应——不要把怒火撒到别人身上 / 186

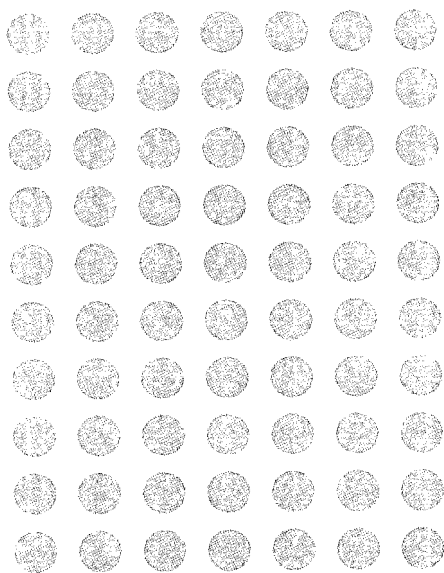
参考文献 / 191



第一章

成功之门从这里打开

——社交中不可不知的心理学效应



共生效应——个体存在于社会之中

“一滴水怎么才能不干涸？”释迦牟尼曾经这样问过他的弟子，他的弟子面面相觑，谁也答不出来。的确，孤零零的一滴水，分量不及一克，体积也小得可怜，放在任何地方都会很快蒸发。

这时，释迦牟尼开口道：“如果想让一滴水不干涸，只有让它汇入大海。”

诚然，晶莹的水滴经过风吹日晒会迅速消失得无影无踪，但是当它汇入海洋，与广阔无边的海洋融为一体的时候，它就有了新的生命，获得了永生。

这就是著名的共生效应。

滴滴水珠汇入海洋，首先是投入附近的山溪、河流，之后随波逐流，穿过暗礁，绕过明滩，奔向入海口，才最终融进浩瀚的汪洋。

人呢？我们人该如何融入社会的洪流，充分发挥自己的价值呢？我们不妨来了解一下共生效应。

什么是共生效应

自然界中有这样一种现象：当一株植物单独生长时，就会显得矮小和单调；而与众多的同类植物在一起生长时，就会显得枝繁叶茂、生机盎然。心理学家将这种植物界中相互影响和促进的现象称为共生效应。而这种共生效应在人类社会中也存在的。

人类社会中的共生效应

共生，就是指人们在社会中通过交往，有机地组合在一起，共同生存谋取发展。这是一种普遍存在的社会现象。这种现象既存在于自然界中，也存在于日常生活和交往中，例如，犀牛和犀牛鸟之间就存在一种“共生”关系；两个人通过交往相互熟识，日后可以互相帮助以使彼此获得更多的

利益，这也是一种“共生”关系。这种关系都有一个共同的特征，即产生共生效应的集体中的任何一个成员，都会因为这个效应而获得比单独生存更多的利益，即“ $1+1>2$ ”。

共生效应最早是在 1879 年由德国的真菌学家德贝里（Anton de Bary）首先提出的。在之后的 100 多年里，人们不断地对“共生”现象和理论进行深入的研究，而且已经逐渐地由生物学领域延伸到心理学、社会学、管理学等众多领域，并且已经初见成效。

共生效应的启示

人类社会是一个开放性的系统，奥地利科学家贝塔朗非所创立的系统论曾经指出：“人们生活的物质世界，大至地球、天体、星系、黑洞、宇宙，小到分子、原子和基本粒子，都是可以分离却又密切相连的。社会则是人们相互交往作用的产物，是人们在物质生活的基础上形成的相互联系的有机体。”

社会最基本的特征之一就是联系性，即人与人只有交往才会产生社会。“万事不求人”只是一句空话，只要你生活在这个社会中，就会产生一种你离不开我、我离不开你的“黏性”。而正是人与人之间的交往，才使人们在交往的过程中把文明的“火把”代代相传下去。如果没有社交，那么人类可能还是生活在“穴居野外、茹毛饮血”的社会。人类一步一步地走下来，就像一条链子，通过社交一环扣一环地传承下来。

人和社会的关系十分复杂，是相辅相成的，而我们只有在了解了人与社会的关系后，才能够更好地在这个社会中生存下去。

人和社会的关系

1920 年，印度探险家在一片森林中发现了一个 8 岁大的人类小孩卡玛拉，有人就会很奇怪，8 岁的小孩是怎么在森林中生存下来的呢？探险家经过调查，发现这个卡玛拉竟然是从小被遗弃在森林里的孤儿，而他在不到 1 岁的时候就被一只母狼叼进了山洞，从此由母狼抚养到 8 岁直至被人发现，可以说，卡玛拉是一个被狼养大的孩子。

卡玛拉的外形和普通小孩有些不同，他的四肢非常长，双脚的拇指也

比平常人大1.5倍，而且双臂肌肉非常发达；他不会站立行走，只会手脚并用地爬行；他惧怕阳光，喜欢黑暗，而且每到凌晨1点就会像狼一样嚎叫；他十分讨厌穿衣服，常常会粗暴地把人们给他穿上的衣服撕扯掉；他拥有比常人敏锐多倍的嗅觉和视觉；但是他不会说话，更没有理性可言，对周围的人类抱有攻击性。

这个8岁大的小男孩，除了外形和人类还有八九分想像外，其他方面表现出来的特征与狼并无两样。

心理学家认为，卡玛拉之所以会变成这样是因为他从出生起就远离了人类社会。换句话说，人不仅仅是一个“自然人”，更是一个“社会人”，如果人类离开了社会这个大环境，就不是一个真正意义上的“人”了。

卡玛拉在被带回人类社会后，经过心理学家很长一段时间的精心看护和社会化的培养，才慢慢地表现出人类的一些特点。而这里所提出的“社会化”，就是指一个人在社会环境的影响下积累的社会经验，按照社会的行为规范生活与处事；同时，人们都会积极努力地使自己符合自己心中的模样，这期间也会影响其周围的环境，这就是社会和个体的一个双向作用过程。

人类的社会化从出生的那一刻就已经开始了，直到死亡降临。一方面，个体会通过和他人的接触来感受社会的影响，掌握语言和生活技能，学会建立社会关系，形成人生观、价值观、道德观、世界观等，从而使自己成为一个独立、完整的社会个体；另一方面，个体也会通过社交、工作、参与社会活动等方式来促进社会的进步。人与社会的关系就是个体存在于社会之中，社会依靠个体来进化。

【典型案例】

美国电影《荒岛余生》（*Cast Away*）是一部非常引人深思的电影。电影主角是一个联邦快递的业务督导，他每天都会在世界各地飞来飞去，在某次飞往孟加拉湾的时候，他所搭乘的飞机却出现了事故。幸运的是他并没有死去，而是成为唯一的生还者；他漂流到了一个荒岛上，这个荒岛与世隔绝，没有任何人类生存于此。此时陪在他身边的只有一个排球和他未婚妻的照片。

他曾经试图制作一艘木筏逃生，但是因为风浪太大，木筏很

快就坏掉了。他脱离了人类社会，没有人与他交流，所以排球成为了他最好的朋友，他给排球起了一个名字叫做“Wilson”，并且每天都同 Wilson 说话。

四年之后，他已经绝望，准备在荒岛上度过自己的余生，但是某天早晨从海上漂流来的一块钢板给予了他希望，他用钢板和木材做了一艘坚固的帆船，终于回到了人类的社会。可是当他到达自己的家乡时却发现一切都已改变，自己的未婚妻和别人结婚了，公司职位也被其他人顶替了，最后的结尾是男主角站在一个岔路口上茫然地看着四个通往远方的公路，不知道自己的未来在何方。

男主角在脱离社会四年之后发现自己丧失了在这个社会生存的能力，这也让我们认识到，人与人之间是相互依赖、相互依存的，如果一个人离开了这个社会，那么也就不能生存下去了；反之，如果社会没有了人的组建，那么也就不会存在。

心灵小贴士

人类是永远离不开社会的，而社会也需要人类去创新和发展，只有努力提高自身素质，才能更好地维护这个社会，在社会中获得更好的发展。

Guidance

从众效应——人和人都是在相互地影响着

有这么一个故事。

有一天，一个人在街上走着，突然发现一位中年绅士正仰头专心地望向天空，看着什么东西，于是这个人产生了好奇心，也站在这位绅士的旁边，仰头望着天空。这时，第三个人出现了，也跟着这两个人抬头望天。慢慢地，又有了第四个、第五个……人越聚越多，街上已经有好几十人在同时仰望天空。这时，这位绅士才慢慢地低下了头，往周围一看，顿时吓

了一跳，“你们都在我身边围着做什么？”绅士问周围的人。“我是看有好多人都在这里看，所以我也来看看天空中有什么。”大多数人都这么回答。而此时，第二个望向天空的人对这位绅士说：“我是看您在看着天空中的什么东西，所以才跟着看的啊！”

中年绅士听了哭笑不得：“我哪是在看什么稀罕东西，我是流鼻血了，在止血啊！”众人听了后都笑了起来。这种不清楚状况就随之模仿别人的情况，在心理学中被称为从众效应。

什么是从众效应

从众效应也称乐队花车效应，是指个体受到群体的影响（引导或施加的压力），开始怀疑并改变自己的观点、判断和行为，朝着与大多数人一致的方向变化；也就是指，个体受到群体的影响而怀疑、改变自己的观点、判断和行为等，并与他人保持一致。也就是人们通常所说的“随大流”。

从众效应通俗来说就是人们都会不自觉地以大多数人的意见为准则，做出判断与形成印象的心理变化过程。从众是受到大家认可的，而偏离大众有时可能会不受欢迎甚至引起混乱。例如，在高速公路上出现了一位逆向行驶的司机；人们都在安静地看电影，却有人歇斯底里地大喊大叫；人们都讨厌越轨者，甚至会对越轨者进行群体攻击。

从众效应分为两个方面：一种是在思想上的从众，如一些道德准则、人情礼法一类的；还有一种就是行为上的从众，如全民健身、喜欢大家都喜欢的流行音乐。

从众是一种普遍的社会心理现象。然而从众效应是一把双刃剑，既有积极的一面，也有消极的一面。积极的从众可以让人们互相激励，做出积极的行为，如见义勇为、争当志愿者等，有利于形成良好的社会氛围；而消极的从众会使人们普遍消沉或愤怒，甚至做出不理智的行为，如打群架等，会对社会造成不良影响，让个体感到心理不平衡。

从众效应的心理实验

1952年，美国心理学家所罗门·阿希做了一项有趣的实验来证明人们的从众心理，他从不同的年龄段中选择了不同职业的人共100个。他先让被

测试者们分别测验了自己的视觉分辨能力。随后他在黑板上画了两个椭圆形 A 和 C，两个圆形 B 和 D，让被测试者每 5 个人一组进来观察这些图形，并且让他们把这个四个圆形根据特点分成两组。其实只要是正常人一眼就可以分辨出来椭圆和正圆的差别，但是由于每组中的 4 位被测试者其实都是所罗门的助手，当所罗门向他们提问的时候，他们都会不约而同地选择 A 与 D 一组、B 与 C 一组以混淆视听。而此时，那名真正的被测试者就会感到迷茫，不明白为什么其他四个人的答案与自己的不同，于是便认为自己的视觉出了问题，但是又不想承认，所以也会选择 A 与 D 一组、B 与 C 一组。而这种错误的选择在被测试者中出现的几率是 33%。

这个有趣的实验证明了人们的从众心理，如此大的差别还会有 33% 的人盲目跟从，可见面对不明确的事情时大家的从众心理会有多么严重。

从众效应的产生原因分析

我们在生活中会经常遇到从众效应。例如，大街上出现撞车事故，人们会把事故现场围成一圈，水泄不通，后面的人根本不知道发生了什么情况，但是看到这么多人围观，就会产生好奇，最后围过去也凑个热闹。

美国心理学家詹姆斯·瑟伯曾经写过这样一段话来描写人们的从众心理。

突然，一个人跑了起来，也许是他猛然想起了与情人的约会，现在已经迟到很久了。不管他想些什么吧，反正他在大街上跑了起来，向东跑去。另一个人也跑了起来，这可能是个兴致勃勃的报童。第三个人，一个有急事的胖胖的绅士，也小跑起来……10 分钟之内，这条大街上的所有人都跑了起来。嘈杂的声音逐渐清晰了，可以听到“大堤”这个词。“决堤了！”这个充满恐惧的声音，可能是电车上的一位老妇人喊的，或者是一个交通警察喊的，也可能是一个男孩子喊的。没有人知道是谁喊的，也没有人知道真正发生了什么事。但是两千多人都突然奔逃起来。“向东！”人群都这样嚷着，“东边远离大河，东边安全，向东去！向东去！”

由此看来，从众心理对人们的影响确实非常大，那么是什么造成了人们的从众心理呢？原因是多方面的。

1. 不愿标新立异

因为个体普遍都不喜欢自己和别人不同，这样会产生孤独感；而当自

己的意见和行为与别人完全一致的时候，人又会产生一种“没有错”的安全感。

2. 群体的压力

从众的主要原因就是群体会对个体产生无形的压力，如果你不和群体保持一致，大家就会排挤你，就会孤立你，所以就会迫使一些人做出某些与自己意愿相悖的行为。

不同的人，其从众行为的程度也不尽相同，心理学家总结发现：一般来说，女性从众现象多于男性；性格自卑敏感的人的从众行为多于外向大方的人；受教育程度低的人其从众行为多于受教育程度高的人；年龄小的人其从众行为多于年纪大的人；社会阅历少的人其从众行为多于社会阅历丰富的人。

【典型案例】

2011年3月17日这天，很多人或许已经不记得是什么日子了，但是，如果一提起“抢盐”两个字，每个人恐怕都会有印象。这一天，盐荒的消息在网络上可以说是瞬间就变得铺天盖地，在全国掀起了一场“抢盐”的热潮。一包小小的盐，在上海可以卖到15元一包，海南卖到了20元，全国几百个城市或多或少地都遇到了“抢盐”危机。各大超市的盐几乎都被抢购一空，出现了“一盐难求”的情况。

而出现盐荒的原因是网络上传说日本核辐射会让海盐无法食用，会很快出现盐荒。这则消息一传十十传百，越传越离谱，导致人们都开始疯狂地抢购食盐。但是在盐价疯长的第二天，国家就出面辟谣，我国储存的盐量足够国人最少吃5年，食用盐储备充足。第三天，盐价就恢复到了平时的1元1袋，这样一来，先前那些疯狂以高价买盐的老百姓就变得不知所措，因为自己花费10倍价格买的盐又恢复了常价，此时就只能吃哑巴亏了。事后，网络上出现了很多如“盐王爷”、“找个有盐的男人就嫁了吧”等不计其数的调侃段子。“抢盐”这一情况就是人们盲目的从众心理所造成的。