

为人处世要懂 心计学



每个人
都必须掌握的
心计学



心计学是一门关于巧妙做人做事的学问。
心计是一种谋略、智慧、路线、方法……

有人的地方就有心计。

不管你从事什么行业，不管你的职位高低，不管你的阅历深浅，
这都是一本为人处世必须要读的经典。

黄业飞 郑霞 编著



为人处世要懂心计学

每个人都必须要掌握的心计学

黄业飞 郑霞编著



天津科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

为人处世要懂心计学 / 黄亚飞, 郑霞编著. — 天津: 天津科学技术出版社, 2011.11

ISBN 978-7-5308-6709-9

I. ①为… II. ①黄… ②郑… III. ①心理交往—通俗读物

IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第224566号

责任编辑: 刘丽燕 张 萍

责任印制: 兰 毅

天津科学技术出版社出版

出版人: 蔡 颢

天津市西康路35号 邮编 300051

电话 (022) 23332398 (事业部) 23332697 (发行)

网址: www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

河北省香河县宏润印刷有限公司印刷

开本 710×1000 1/16 印张 16 字数 199 000

2012年2月第1版第1次印刷

定价: 29.80元

前言

心计学，是一种恰到好处的策略

大多数人一听到心计，就以为那是害人的主意，是阴暗的、不光明的。实际上，心计就是人际交往的润滑剂，能起到不可思议的作用，它所产生的效果也非同一般。运用心计的人，能使一件事情按照自己的思路发展下去。不懂心计的人，虽有一千个期盼，但对方却依然我行我素。这在中国古代的军事案例中尤为常见。谋士要想说服主子按照自己的意愿去行动，大都善用心计。他们一开始或卖关子故作深沉，或佯装大笑让对方注意，或先说一句“臣有一计”引起兴趣。谋士们在这种情况下说出的点子被采纳的可能性非常大。相反，遇到重大事件，一上来就声色凛然地对主子说“不可”，虽是金玉良言，甚至进谏的人连死都不惧怕，但这些进言基本上被主子“我心意已决”给否决了。最后虽然主子惨败，可也不得不说，那些谋士没有在关键时刻拿出决胜的主意来。如果他们能对主子说“臣有一计，定能让其大败而归……”也许会是另一结果。

生活中，多用脑袋思考，用思考之后的方法去处理事情，可以称之为上等的策略。这种策略虽不能保证百分之百成功，却比直来直去不经过思索的最原始的办法要强上千倍。

下面这个例子，就能给我们很深的启发。

小丽和小玉两个人不和。

一天，小丽向小霞抱怨道：“我真的是受不了小玉娇生惯养的坏脾气了，你一定转告她，让她改一下这种脾气，要不没有人愿意搭理她了。”

本来以为小霞不会答应的，没料到她很爽快地答应了。

没过几天，小丽再见到小玉时，发现小玉对人彬彬有礼，而且还很和气，和以前那个骄横的小姐相比，判若两人。

小丽很好奇小玉会有如此大的转变，就问小霞：“你是怎么跟小玉说的啊？这么管用。”

小霞微笑着说：“我只是告诉她，很多人夸奖你漂亮、温柔、善良，特别是小丽，她还说你脾气好，人缘也很好，就是这样啊。”

可以说，小霞只是用了一个小小的计策，就把小丽和小玉两个人的关系改变了，而且，也改变了小玉的为人处世作风。

常可以看到父母对孩子大声叫骂，希望孩子能听自己的话，可父母们往往是亲手把孩子给毁了；领导经常想让员工明白自己的好，可员工们往往记住的只是他的坏；销售员想促成生意，顾客却总认为销售员在忽悠自己；老师想让学生上课时认真听课，可学生却偏偏要与其对着干……

某企业的经理说，他的公司有几位兼职的女职员言谈很不高雅，甚至对他这个上司说起话来像对待朋友一样。

一天，他告诉一个已经任职两三年的女职员：“最近，年轻人说话有点随便，请你代我转告一下好吗？”结果很令人意外。那几个兼职的女职员谈吐有所改善，而那个负责转告的女职员对他的谈吐也好多了。

这个女职员的转变，经理真意想不到。这也可以用做批评别人时的方法，也就是说托诸“第三者”而不要直接批评。如此，对方就会虚心接受而不太会反感。

为人处世中，使用心计是值得鼓励的，也是应该推广的。不管是在家庭生活还是在社交生活中，为人处世的心计学都是我们应该掌握的，它能给我们的教育、管理、社交、工作等带来极大的便利。

学会在生活中使用心计学吧，它给我们带来的好处是实实在在的。

目 录

CONTENTS

1. 利用别人的身份和地位来增加自己的筹码 / 1
2. 把第一印象塑造得更美好一些 / 6
3. 对症下药——一把钥匙开一把锁 / 9
4. 犯点错误也无妨——白璧微瑕比洁白无瑕更令人喜爱 / 13
5. 单打独斗难成大气候——学会借助别人的力量 / 18
6. 人们渴望获得赞美和尊重，就好像需要食物和水一样 / 22
7. 以装疯卖傻之表象行聪明之道 / 27
8. 人要懂得吃亏 / 31
9. 为人处世，切忌因小失大 / 36
10. 运用模糊法 / 40
11. 有些时候，我们需要装糊涂 / 43
12. 适当地装糊涂，好处无穷 / 46
13. 关系再好，也要注意保持一定距离 / 49
14. 先付出再求回报 / 53
15. 以退为进 / 58
16. 曲径通幽——以迂回的办法解决问题 / 63

17. 密集宣传，可以让人记忆深刻 / 67
18. 尊重对方的兴趣爱好——酒逢知己千杯少，话不投机半句多 / 70
19. 与其逞强，不如示弱 / 74
20. 激发他人高尚的动机 / 77
21. 激将法——请将不如激将 / 81
22. 攻心为上——找到与对方沟通的钥匙 / 85
23. 近因效应——你最近的表现很重要 / 88
24. 超限效应——做事要把握好分寸 / 91
25. 自己人效应——让对方把你当自己人 / 94
26. 利用禁果效应有时能轻易达到目的 / 98
27. 找到和对方的共同点，从而引起兴趣和关注 / 102
28. 天下没有一次性人情，人要懂得感恩 / 105
29. 诚信是人格的根本，人无信不立 / 109
30. 主动承认错误，更容易得到别人的谅解 / 113
31. 交往要适度——斗米养个恩人，一石米养个仇人 / 116
32. 关键时拉别人一把 / 121
33. 脸上有微笑的人更受欢迎 / 125
34. 倾听——会说的不如会听的 / 130
35. 言多必失——逢人只说三分话，不可全抛一片心 / 133
36. 注意细节有益无害 / 135

37. 尴尬时，以开玩笑的方式应对 / 139
38. 说话委婉，容易被人接受 / 143
39. 在“忍”中储存实力，为“伸”打下基础 / 146
40. 处变不惊，临危不乱是最佳状态 / 149
41. 擒贼先擒王，打蛇打七寸——做事要学会抓关键 / 153
42. 鼓励是天堂，指责是地狱 / 159
43. 避重就轻——先把重点放开 / 163
44. 逆向思维——反其道而行之 / 167
45. 重视人脉的作用——不怕不认识字，就怕不认识人 / 172
46. 平时多烧香 / 175
47. 帮助别人也就是帮助自己 / 178
48. 求人时不轻言放弃 / 182
49. 背后说人好话，效果就是不一样 / 185
50. 为人处世不可太吝啬 / 189
51. 喜怒不形于色 / 193
52. 切忌感情用事——学会克制自己 / 196
53. 巧妙恭维的计策 / 200
54. 每个人都要学会拒绝 / 203
55. 学会坚持，这是世间最朴素的成功哲学 / 206
56. 先提出一个大要求，再说实际要求 / 210
57. 利用人们的好奇心，保持一定的神秘感 / 214

- 58. 生活中，多把别人当做你的老师 / 219
- 59. 宁可得扬先抑，也不要先扬后抑 / 223
- 60. 懂得与他人合作者，能得到更多的好处 / 228
- 61. 换位思考才能获得双赢 / 232
- 62. 让对方看到对他有利的一面 / 236
- 63. 先把最坏的结果说出来 / 239
- 64. 与想要交往的人多制造一些见面的机会 / 242
- 65. 身陷困境时，沉默比滔滔不绝地辩白更有力量 / 245

1. 利用别人的身份和地位来增加自己的筹码

◎狐假虎威，是狐狸利用了老虎的身份和地位，来给自己增威。

◎人们往往容易迷信地位比较高的人，容易对他们的所言所行顶礼膜拜。

总统与书商

有位出版商，仓库中堆积了大批的滞销书，他为此大伤脑筋。一天，他灵机一动，决定在总统身上做文章，来出售滞销的书籍。

出版商将一本精装书经过朋友的帮助送给了总统，而且一再要求总统给一点关于这本书的意见。总统因为政务繁忙，没有时间理会他，对于他提出的要求很礼貌地给予回复：“这是一本好书。”

出版商知道后大为高兴，并花钱刊登了大幅广告，上面写着：“一本总统认为很好的书，热销中，请抢购。”

很多人都被这样的广告吸引，想看看总统认为的好书是什么书。因此，在短短半个月内，仓库里堆积如山、滞销的书就被抢购一空了。

出版商从这次售书经历中尝到了甜头。过了一段时间，仓库里面的书又堆积如山，他很自然地想到了以前的那个法子。他又将书送给总统，然后不厌其烦地要总统给这本书评价。

总统知道了上次他利用自己的地位销书的事情，不想再被他利用，就毫不留情地批判说：“这本书真的是糟糕透了！”

本来以为出版商不会再拿自己的话做文章了，可没想到出版商又开

始大肆宣扬：“一本总统认为很糟糕的书，热销中，请抢购！”

这样的宣传同样吸引了消费者的注意。没过多长时间，仓库里滞销的书又被一抢而空。

又过了几个月，出版商第三次遇到了滞销的问题。他以同样的手法将书寄给了总统，让总统对书做出评价。有了上两次的经历，总统这次决定无论那本书怎么样，他都不予评价，不让出版商有机可乘。

出版商得知总统对书没有给予任何评价时，居然在广告上写道：“一本让总统都没有办法评价的书，热销中，请抢购。”当广告打出去以后，引起的反响甚至比以前还要强烈，很多人都很好奇是什么样的书让总统都不能评价。于是，这一批滞销的书籍，在短短的几天之内被抢购一空，出版商还是利用总统的地位为自己谋取了利益。

在社会上有名望的人，影响力是巨大的而且是难以想象的，即使他给了你一个平淡的字，也比很多普通人的千言万语给予你的赞美更能为人认可，更有影响。

美国心理学家托瑞，做过一个著名的试验：提出一个关于飞行方面的问题，让飞机场的空勤人员（驾驶员、领航员和机枪手等）一起讨论解决。参与试验的每个成员都必须根据自己对问题的认识来提出解决的办法，然后将这些解决办法公示，并将全体成员都同意的办法记录下来。结果显示：在这样的问题上，绝大多数参与试验的成员，都同意领航员的解决办法，很少有人同意机枪手的办法。而且试验时出现一个奇妙的现象：对于一个问题，当领航员的解决办法正确时，参与的所有成员都同意；但是对于一个问题，机枪手的解决办法是正确时，却只有百分之四十的人同意。这种现象在心理学上叫做地位效应，也就是“言由人定、人以位重”。

在人际交往中，地位往往代表的是权力、名气或财富，代表他有不可

凡的经历、丰富的经验、超凡的智慧、惊人的才华，所以这些人在社会上的影响巨大。正因为如此，人们往往容易迷信地位比较高的人，对他们顶礼膜拜，认为他们所言所行都是理所当然正确，或者认为他们就是真理的化身，很少对他们的言行怀疑。

从古至今，由内到外，地位效应屡见不鲜。譬如：齐桓公喜欢紫颜色的衣服，于是全国上下都穿紫色衣服；楚王喜欢细腰的人，为了讨好楚王，变成他所喜欢的细腰，臣子们争相节食；南唐后主李煜喜欢小脚，于是从南唐之后，开始大兴缠脚，以至于缠脚的习惯一直延续到民国时期。直到五四新文化运动以后，缠脚的风气才真正地绝迹。

中国有很多词语，例如借刀杀人、攀龙附凤、拉大旗做虎皮、狗仗人势、挟天子以令诸侯等，都和诡计、智谋以及借助别人的力量有关。很多人在追求成功时，都喜欢寻求捷径，借助各种各样的外力提高自己的知名度和办事效率。那么什么是外力呢？可以这样说，但凡能够让我们提高知名度，提高办事效率，为我们做事增光添彩的人和事物，都是外力，都可以作为我们生活或者工作中借助的对象。例如家族里比较有名气的前辈等，都可以巧妙地的人际交往中加以运用。

相信大家都知道狐假虎威这个成语，就是狐狸借助老虎的力量来显示自己的威风。这实际上也是狐狸利用了老虎的身份和地位，来给自己增威。

狐假虎威中的狐狸就是很聪明的动物，他知道自己的劣势和处境：自己没有多大的力气，在整个以力气和个头论能力的森林中，孱弱矮小的狐狸是得不到大家尊敬的，没有人会把他放在眼里，自己的生命安全也没有保证。怎么样才能克服这一点呢？狐狸想到的法子就是千方百计和老虎攀上关系，借助老虎的力量。老虎力大无穷、令人畏惧尊敬，是森林中的百兽之王，通过和老虎交往，就可以克服自己的弱点和解除自己处于下风的困境。伴随在老虎的身边，在森林中任意行走，能让自己

享受到百兽对老虎的尊敬和敬畏。另外一点，即使有时候狐狸没有和老虎在一起，但是大家都知道他和老虎的关系非同一般，也没有人会去打狐狸的主意，他照样可以在森林中安全生存。

又假如，狐狸没有如愿以偿和老虎交上朋友，那么狐狸就应该致力于给大家制造一种和老虎交往甚密的假象，要有技巧地、小心翼翼地跟在老虎的后面。同时，要大肆宣扬自己跟老虎之间的深厚友谊。这样做也给周围的动物造成一种假象：狐狸和老虎交情非同一般，不能轻易地去打狐狸的主意，因为狐狸的安危会受到老虎的密切关注。

寓言中狐狸的做法，就是非常典型的借助外力的策略。狐狸这样的智谋，从谋略学的角度看，是借助别人的力量来增加自己的筹码，从而达到能够威慑对手、进一步欺压战胜对手的目的。狐狸借助老虎威风的谋略，在很多人看来算不上是奸诈，最多是狡猾。

在现实生活和人际交往中，“狐假虎威”中的“老虎”是强大、有权有势或者有一定社会地位人的代表，你和他有同样的梦想，而且通过你的谋略，这位强大的人物愿意通过自己的力量帮助你实现愿望。这样的例子不胜枚举：许多叽叽喳喳的小鸟在大水牛背上跳跃，不停地为大水牛吃掉身上的虱子和跳蚤，从而让水牛不再受虱子、蚊虫的叮咬之苦，水牛则为小鸟提供栖息的场所，同时也是对它们的一种保护，小鸟敢在凶狠的鳄鱼嘴里面啄食，和上面是同样的道理。

也许，“老虎”是一个组织或者协会的代表，你和“老虎”有同样的梦想。这就要你学着像狐狸一样，和这样的组织或者协会建立很深的关系，然后才能和他们携手合作，同心协力地去实现自己的理想。

或许，“老虎”是一种强有力的政治关系的代表，你可以通过自己的方式来支持一位适当的候选人，然后创造出一位强大的合作伙伴，相互帮助。很多有钱人都愿意为政治运动慷慨解囊，捐出一大笔钱给“老虎”，他们是为了沾光。

又或许，“老虎”是职位和头衔的代表。在任何地方，一个不太强大的人，往往是势单力薄、微不足道的。但是，如果你的上级是一位有权有势、能够呼风唤雨、在同行业很有影响的人，作为下级的你，就不是一个无能为力的普通人了。在政府部门工作的人，都明白这个道理。试想，当你代表一个省或者一个国家出访另外一个国家，和你自己作为一个平民到一个国家去旅行，受到的待遇会相同吗？很明显待遇会天差地别，你还是你，但是如果你代表的是政府，则无形中会获得大家默认的某种权力。

在我们的现实社会中，狐假虎威，已经不单单是一个教育小孩子的寓言故事。狐狸借助老虎威风的手段，已经被广泛地应用在了政治、经济、文化和外交领域，而且还有日趋扩大的趋势。狐假虎威对于社会中的人与人之间的交往，不失是一种借助别人来提高自己的知名度、塑造自己崭新形象、扩大自己在交往圈中的影响的策略和技巧。这样的方式体现在几个方面：你要是想借助名人的影响，就要巧妙地在自己的谈话中涉及一些有影响力的人的名字和事情，这样，你在别人眼中就会由于你谈到的名人而与众不同；想借助出名的地方，就要有意地去一些名人常去的地方和场所，这样也可以作为提高你身份和能力的资本；想借助名言有多种方法，你可以请社会名流为你题词，可以请专家为你写的书作序，可以请明星为你签名留影等。

想提高自己的知名度，为周围的人和社会所承认，是社会人的一种正当的追求和向往，对推动社会进步也有一定的积极意义，而借助名人、名言、名地，就是提高自己的社会知名度，为社会所认可的最有效的方法之一。

2.把第一印象塑造得更美好一些

◎良好的开端，成功的一半。

◎良好的形象是你重要的一张名片，失去它，你就有可能失去即将抓住的机遇。

刘萌的面试经历

刘萌急匆匆地赶往公司参加最后一轮面试。

当他气喘吁吁地赶到考场时，主考官谢总已起身，收拾着桌上的资料。刘萌说了句抱歉，谢总抬头瞟了眼面前的刘萌，只见他一头乱糟糟的头发下是一张通红的脸，豆大的汗珠从额头上冒出顺着头发往下滴，加上一件与裤子不搭的红格子衬衣，让谢总露出一脸的狐疑。谢总问道：“你，研究生毕业？”刘萌尴尬地点头说是。

谢总用手指了指椅子，示意他坐下。接下来，满腹疑虑的谢总问了几个专业性很强的问题。刘萌的心渐渐静下来，有条理地回答着。最后，谢总经过再三考虑，决定录用刘萌。

上班的第一天，谢总就把刘萌叫到办公室，说道：“看到你的第一眼，我就不想录用你。你给我的第一印象实在让人不敢恭维，红格子衬衫映着通红流汗的脸，还有一头散乱的头发，一副不伦不类的样子，我简直不敢相信你是个研究生，我以为一个自由散漫的社会小青年走错了地方呢。如果不是问题回答得很出色，我是不会录用你的。”

刘萌听了，不好意思地说：“在我来考场的路上，发生了一起车

祸。我帮司机把伤员抬上的士，并送去医院。出医院时，我发现自己的衣服沾上了血渍。可回家换衣服时又发现洗的衣服还没干，没法，我只得穿了我弟弟的衬衫。为赶上最后的面试，我拼命地奔跑。最后赶到时，你就看到我那一副狼狈的样子……”

谢总夸奖他有助人为乐的好品德，但告诫他以后与陌生人见面要注意自己给别人的第一印象。

众所周知，第一印象很重要，有时甚至可以决定一个人的前程和命运。第一印象在心理学上被称为首因效应，也叫先入为主效应。所谓首因效应，意思是，第一次认识一个事物而在脑海中留下的第一印象。

我们在生活中都有这样的体验，就是对别人的第一印象往往记忆深刻，很难改变，以后得到再多信息，都不如第一印象给我们的记忆深刻。

很多人都会跟着第一感觉走，事实证明第一印象在各种因素中起着主导作用，尽管它可能不可靠，甚至会出现重大差错。所以，如果我们想让别人喜欢我们，对我们有好感，留下一个美好的第一印象是非常重要的。有些人不明白这个道理，不重视第一印象，往往会在人际交往中错失先机。

《三国演义》中凤雏庞统当初准备效力东吴，他去面见孙权。可孙权见到庞统相貌丑陋，心中就有几分不高兴，又见他十分傲慢，更是觉得不愉快。最后，这位惜才如命的孙仲谋就这样把与诸葛亮齐名的天才给拒绝了。虽然当时鲁肃等苦言相劝，依然没有发生作用。礼节、长相和才华是没有直接关系的，可礼贤下士的孙权依然无法摆脱第一印象造成的偏见。

日本早稻田大学教育学系教授，东京心理学讲师东清和先生曾说：“用来形容对某人印象的基本词汇有五六十个，而形容第一印象的则只有五六个，因为第一印象只能用极表面的词语来形容。诸如令人讨厌、有智慧、漂亮、温柔、有干劲等。”

第一印象在商界里尤其重要。因为商界的交往与一般的交往不一样，做生意对人有不同的要求，大家都懂得商界有风险，所以打交道也特别谨慎。人们在商务交际中都不愿浪费时间，不必也不愿去应付一些与实际无关的把戏。所以第一印象特别重要。

大量研究证明，第一印象难以改变。这就要求我们在人际交往中第一次打交道时，一定要给对方留下一个好印象。要做到这一点并不难，只要注意以下几点即可。

首先，正常情况下，如果一个人衣着整洁，待人热情，和人交往大方有礼，别人会更愿意与之交往。因为外表占了第一印象的50%以上，所以我们一定要注意自己的仪表。

其次，言谈举止要优雅，不卑不亢，才能让人记忆深刻。

最后，要加强第一印象在对方脑海的深度，良好而深刻的第一印象，可以影响对方的判断。

只要我们能人际交往中准确把握好第一印象，就一定能创造一个良好的氛围，为自己事业的成功做好铺垫。