

社交心理学

许昭华◎著

关系都是麻烦出来的



怯场？犯怵？
怕麻烦？

向生活投降，你注定一败涂地

敢折腾！敢冒险！敢投入！

迎难而上，你终将
出人头地

读懂社交心理学，
快速提升社交力

看穿他人小心思，
掌控交际主动权

一本书扫除你所有的社交烦恼，让你轻松变身社交达人

台海出版社

社交心理学

许昭华◎著



—— 关系都是麻烦出来的 ——

台海出版社

图书在版编目(CIP)数据

社交心理学 / 许昭华著. — 北京: 台海出版社,

2017.7

ISBN 978-7-5168-1488-8

I. ①社… II. ①许… III. ①心理交往-社会心理学

IV. ①C912.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 168068 号

社交心理学

著 者:许昭华

责任编辑:王 萍 贾凤华

装帧设计:芒 果 版式设计:通联图文

责任校对:王 杰 责任印制:蔡 旭

出版发行:台海出版社

地 址:北京市东城区景山东街 20 号 邮政编码:100009

电 话:010-64041652(发行,邮购)

传 真:010-84045799(总编室)

网 址:www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E-mail:thcbs@126.com

经 销:全国各地新华书店

印 刷:北京鑫瑞兴印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社联系调换

开 本:710mm×1000 mm 1/16

字 数:193 千字 印 张:14.5

版 次:2017 年 10 月第 1 版 印 次:2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5168-1488-8

定 价:38.00 元

版权所有 翻印必究



前言

Preface

1

我们经常会听到上一辈给我们的告诫：“没事别麻烦别人。”很多善良的人，他们什么事情都自己处理，从来不爱请别人帮忙，他们认为麻烦别人是错误的。

但是，这类“好人”的人际网络，却往往非常单薄。因为，当我们不需要别人的帮助时，我们就缺少了建立关系的缘由。

在社交中，我们不要怕麻烦别人，也不要怕被麻烦。处在所谓的“关系网”中就应该经常沟通联系。你帮我，我帮你，混到一个圈子里，谁也离不开谁，才叫成功。要保持经常联络感情，遇事相互“麻烦”的社交心理，你的人脉资源才更加丰富，人际关系网络，才更加庞大。

2

但“麻烦别人”也是一种高深的社交修炼。

首先要端正的是个人的心态，很多人认为“麻烦别人”是一种“求人”，抹不开面子，放不下架子，一旦被拒绝过一次，便会一朝被蛇咬十年怕井绳，另有些人在“麻烦”的时候从不考虑对方的感觉，不分时间地点，不看场合，不看办事对象。还有一些人，自觉对朋友很好，请他们吃饭、喝酒、陪他们玩乐，请他们到家中时也奉为上宾，但是在需要朋友帮忙的时候，却得不到回报，因为他们做的这些，并不能使朋友对他们有深入的好感，也无法满足友情的需求，有时反而会加重朋友在应酬上的负担……

所以说，“麻烦”别人，是一门如何巧妙做人做事的学问，是一种智慧、路线、方法……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，学会它都将令你受益无穷。

我们的社会大环境是很复杂的，人的类型很多，一个人应该怎么去面对社会、结交朋友，实在是相当重要的事，也不是一件容易的事。一般说来，朋友可分为两种：一般朋友和真心朋友。进一步说则有：点头之交、玩乐之交、默契之交、道义之交、生死之交……不管是哪种程度、哪种境界的朋友，都会对你有某种程度、某种境界的提高和帮助。

我们固然要选择益友加强联系，但也要学会避开损友，懂得如何与三教九流形形色色的各种人打交道。不过，一定不要在需要别人时，才去交朋友。利益一般会偕朋友同来，但交朋友的目的，绝不是单纯地为了个人的利益。要知道，我们选择别人，别人也同样可以选择我们。

如果你不能设身处地为别人着想，就永远不会交到真正的朋友，即使勉强自己去接近别人，也只是表面上的敷衍、应酬。久而久之，别人就洞悉了你的客气和笑容，知道那完全是虚伪的交际、应付，如此一来，你刻意去维系的社交关系，不就等于零了吗？

.....

3

我们在研究社交的学问时，一定不可忽视必要的心理分析，否则会动辄得咎，四处碰壁。

本书分为个人成长、人际关系、团队合作三篇，帮助你端正心态，让你在人际交往中学会恰到好处地“麻烦”别人；在团队合作中学会互相帮助，使做下属的可以有所提升，做领导的可以学到授权技巧。所以，本书读者群定位广泛，是日常必备的应用型心理书。文中有实用的心理分析，并有相应的应对策略，具有非常积极的指导作用。

本书中的技巧也可以帮助人们实现良好社交。无论是初入社会的年轻人还是在社会中摸爬滚打了几年的人，都能从阅读本书中得到社交的智慧。合理地运用这些技巧能帮你扫除通往情感、权力、财富道路上的绊脚石！

目 录

Contents



个 人 成 长 篇

第一章 你的成熟度取决于你的形象 / 3

谁都想当老好人，谁都不想得罪人，谁都想在公司受到尊重……于是，你处心积虑地讨好同事，想尽办法搞好关系，绞尽脑汁地做万金油！这么多年真的管用了吗？答案是：NO。搞好人际，首先要从自己的形象修炼做起！

1. 不论你从事什么职业，都不能忽视包装 / 4
2. 把自己的需求，包装成对方的需求 / 8
3. 借名生利，坐享其成何乐而不为 / 11
4. 为声音注入活力 / 16
5. 快速赢得对方好感 / 19
6. 魅力女人必须提升自己的底蕴 / 25
7. 成功男人不可忽视的人格魅力 / 29

第二章 学会麻烦别人，也是一种修炼 / 35

生活中无论任何事情，都必须靠人与人之间的交往与互助，人与人之间离不开互求互助、互帮互援。当人与人之间相互友爱、互相帮助依赖，生活就是天堂，反之，就是地狱。你会选择住在地狱还是天堂？

1. 放下所谓的“面子”，解决问题才是首要任务 / 36
2. 根本不必紧张，该求助时就求助 / 40
3. 遇到难处时要会求人，不用“不好意思” / 44
4. 如果被拒绝，先检讨下自己 / 47
5. 想办法成为“自己人” / 49
6. “厚着脸皮”有时很管用 / 53
7. 遵守“投之以挑，报之以李”的交际原则 / 56

第三章 舍得吃亏：一忍化百危，三思而后行 / 59

过于计较，得失心太重，反而会舍本逐末。人际交往有时要舍得吃亏，才能培养“忍辱负重，能屈能伸”的性格，才能有“厚积薄发”的资本。

1. 好汉能吃眼前亏 / 60
2. 危机当前，“忍”字当头 / 63
3. 不怕吃亏，培养器量 / 65
4. 愚者赚今天，智者赚明天 / 69
5. 别让不合理的欲望害了你 / 72
6. 推功揽过，英雄本色 / 75

7. 与人方便，就是与己方便 / 78

8. 帮助别人需要热情，更需要技巧 / 80

人 际 交 往 篇

第四章 学会变通：上山唱山歌，下海唱渔歌 / 87

谁又能真的“万事不求人”呢？有这样“资本”的人有多少呢？生活和事业上有太多需要协调和屈就的事情，需要我们付出耐心和智慧来解决，而不是靠一时的喜恶和脾气。

1. 适当地“变脸”很重要 / 88

2. 注意看场合，准备“面具”别害羞 / 91

3. 量体裁衣，了解办事对象 / 94

4. 欲进尺，先得寸——台阶要一级一级地登 / 97

5. 当面恭维，不如背地赞美 / 99

6. 与其言而无信，不如别向人承诺 / 102

7. 为别人挽回面子，也为自己争得里子 / 105

第五章 选择能让你“增值”的人去“麻烦” / 111

如果一个人使你开始走下坡路，他就不是你理想的伙伴，去结交那些使你发出更大亮光的人。无论何时，你都应记住，跟成功的人交往可以孕育成功，跟失败的人交往只能继续失败下去。

1. 往“比我们高”的人身边站 / 112

2. 要有主动“寻贵”的精神 / 114
3. 结交成功者，从他们的身边人入手 / 115
4. 求人办事要相互“借光” / 117
5. 运用策略向上司提供信息 / 119
6. 尊重每一个与你业务有关的人 / 121
7. 善于向别人传递你的“可利用价值” / 123
8. 热情可以最大限度地打动别人 / 125

第六章 成功的社交，就是用“心”去面对 / 129

请你记住：成功的人同时是一个优秀的心理学家，仅仅知道对方怎么想就够了吗？不，完全不够，我们要利用自己的身体语言和心理战术影响对方的思维和心理！

1. 以退为进，互惠互利 / 130
2. 故意示弱，拉近彼此的距离 / 133
3. 让对方在对比之后，主动与你合作 / 136
4. 找到对方关注的中心问题反复刺激 / 138
5. 破窗理论——通过环境暗示来影响他人 / 142
6. 先声夺人，用高姿态赢场面 / 144
7. 挫其傲气，显示你的自信 / 148

团队合作篇

第七章 善于借力，有意识地“麻烦”各种人 / 153

唐代诗人王之涣有句妇孺皆知的名句：“欲穷千里目，更上一层楼。”就是说为了看得更远，就得去登高；为了涉水过河就得去打造船只。为了跑得更快、走得更远，就需要借助于车马这些古代交通工具，否则，就不能获得优势。

1. 别人能干的，自己不必干 / 154
2. 把虾米联合起来，能帮你吃掉大鱼 / 158
3. 有意识地积累各行各业的朋友 / 161
4. 集思广益，威力无比 / 164
5. 爱你的敌人并不吃亏 / 168
6. 优势互补，团结合作 / 170
7. 先给结果，再谈回报 / 173

第八章 合作双赢：一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮 / 177

无论你是一个怎样的天才，无论你多么能干，一个人的能力总是有限的。再优秀的管理者，也不应该把每件事都包揽下来，而应巧妙安排工作，大家协作完成。

1. 单打独斗，迟早要摔跟头 / 178
2. 团队的凝聚力比什么都重要 / 180
3. 机遇的潜台词是朋友 / 183

4. 一个神秘的生财方式——合伙 / 186
5. 不回避竞争，但更呼唤合作 / 188
6. 联合对手，打开新局面 / 192
7. 合作伙伴就像婚姻伴侣 / 195

第九章 合理授权，多“麻烦”下属的领导才是好领导 / 201

合理授权对于领导实现企业目标至关重要。事必躬亲，最后积劳成疾，不幸早死的诸葛亮，一直以来都是管理者借鉴的对象。一个企业领导如果不愿意授权或者不善于授权，他领导的企业一定是一个缺乏活力的企业。

1. “有权不授”引发的弊端 / 202
2. 做不到有效授权，应该先从自己身上找原因 / 204
3. 过度放权同样是不会管理 / 208
4. 领导者必须要抓的几种“大权” / 210
5. “小”权力应该交给谁？ / 213
6. 选好授权者是授权工作的基础 / 215
7. 把合适的人用在合适的岗位上 / 217

个 人 成 长 篇





第一章

你的成熟度取决于你的形象



谁都想当老好人，谁都不想得罪人，谁都想在公司受到尊重……于是，你处心积虑地讨好同事，想尽办法搞好关系，绞尽脑汁地做万金油！这么多年真的管用了吗？答案是：没有。搞好人际关系，首先要从自己的形象修炼做起！

1. 不论你从事什么职业，都不能忽视包装

每个人都有一个价格，你的身价是多少？身价越高，就越能吸引到更优质的人和物。怎样利用自身的特点，为自己创造更好的身价？

这就需要包装。

我们先对身价包装做个基本的认识。

在商界，李嘉诚是领袖级的人物，他的公司里有四个副总裁专门负责树立公司和他本人形象。什么时候穿一丝不苟的职业西装，什么时候换有硅谷风格的休闲服，什么时候表现得像个老练的商人，什么时候表现得像个很有魅力的大男孩，这一切都有专门的班子负责策划准备。

社会各界人士的包装方式虽然与演艺明星不同，但目的都是相似的，就是顺应时代潮流，成为一个有魅力的人、受欢迎的人。

在拉美地区，有一位小时候当过擦鞋童、做过苦工，后来成为工会领导人并步入政坛的巴西人，他就是巴西联邦共和国第一位工人出身的总统卢拉。

卢拉曲折漫长的从政之路是从1980年他创建巴西劳工党之后开始的。从1988年起，卢拉开始参加竞选巴西总统。不过，由于当时他缺乏系统的思想，对于如何改变巴西经济并且控制持续不断的通货膨胀没有可行的办法，因此在第二轮投票中失利。

此后，卢拉又在1994年和1998年两次参加巴西总统竞选，但都在第一轮投票中就败给了卡多佐。然而，由他领导的劳工党在议会和地方选举中

斩获颇丰，成为最大的反对党。

尽管连续三次竞选均告失败，卢拉却没有就此放弃。这位从20多岁就投身到巴西政治运动中的左翼劳工党领导人，坚信经过不懈的努力，自己一定能获得成功。

早在第一次参选失利之后不久，卢拉就在劳工党内成立了公民权利研究所，聘请全国著名学者专家讲课，为党员提供学习和研究的机会。在1993年-2001年间，卢拉走遍全国，实地考察和了解社会，为竞选总统和施政积累感性知识。

为了获得2002年竞选的胜利，卢拉作了许多努力。作为巴西众多穷人的希望，往日的卢拉一贯以工人的形象出现，其政见也被对手批评为过于偏激。这导致他在此前的3次总统选举中得票处于第二。此番再度上阵，卢拉决定要向英国工党学习，将自己包装成一名“巴西的布莱尔”，改变以前的“激进工人领袖”形象。为此，他雇了形象顾问，把大把胡子进行了一番修整，脱掉了以前常穿的开领T恤，换成一身西装革履的打扮。

面对广场上人山人海的群众，卢拉说：“我在不断改变自己，因为这个世界在不断地改变。”

针对选民求变但怕乱的心理，卢拉提出了“和平与爱心”的竞选口号以重塑形象、改变主张，从激进左派变成了即求变又求稳的务实左派。正是这一改变赢得了人心，卢拉终于当选为巴西联邦共和国总统。

通过演艺圈、商界和政界代表人物的包装术，我们可以得出以下结论：

①不论你从事什么职业，都不能忽视包装的效果；

②包装不是一蹴而就的事，也需要长期的熏陶和培养。

但是请注意，包装不可以由着个性随意发挥，你喜欢什么样的风格是一回事，根据你的出身、职业、所面对的环境和未来角色的期待，所应形成的形象定位是另一回事。并且“喜欢”一定要为“需要”让步。

包装，并不是说给人罩上一件金碧辉煌的大斗篷，把他完完全全地遮盖起来，只让人们看到华丽的一面。如果这样，谁都可以享受包装的效果了，怎么还有“某某没有包装价值”的说法呢？

包装只是把一个人的某一个特点提炼出来，通过大力鼓吹，将其引向实力强的、可依赖的、时尚的、高雅的一面。比如有一种苹果被冰雹打了，表皮上坑坑洼洼，如果你把它装到不透明的塑料袋子里卖，是欺骗；把它宣传成“名副其实的高原苹果，甘甜爽脆”，这就是包装。

有这样一个非常有趣的现象：当某一个城市有大型车展或者顶级楼盘面市时，必是满城的名流精英云集。越是对来宾身份要求严苛，人们越是趋之若鹜。买不买还在其次，特意来看这顶级的名车豪宅，无非就是露个脸让远近朋友了解，自己既没破产，又没不景气，事业依旧蒸蒸日上。

即使在私下已经被资金问题折磨得焦头烂额，也决不能让人看出破绽来——这样包装自己，也许有“打肿脸充胖子”之嫌，但是，只要不侵害他人的利益，也不失为一种好包装。要知道，人间有很多不美好的东西，能接下来、撑下去才是本事，若总是把辛酸痛苦之态挂在脸上，也许能换来一些廉价的同情，却可能招来更多的轻视。

罗蒂克·安妮塔是英国著名的女企业家，她是美容小店连锁集团董事长、家庭主妇创办公司的成功典范。

安妮塔出生于意大利移民家庭，父亲早逝，母亲经营一间小餐馆。安妮塔毕业于面向平民子女的牛顿学院，做过小学教师、国际机构工作人员。结婚后在英国南方小镇小汉普敦协助丈夫戈登开办小旅馆、小餐馆，生意都不算成功，收入仅够维持生计。

安妮塔决定自己创业。结婚前，安妮塔曾到南太平洋旅行，对土著居民使用的以绿色植物为原料的化妆品产生了浓厚的兴趣，采集了不少天然化妆品配方。她认为天然化妆品，一定会比市场流行的化学化妆品更受消