

说服你想说服的人，有逻辑地让他人认同你。

METHODS OF PERSUASION



像讲故事一样讲道理

「美」尼克·克里 (Nick Kolenda) 著
陈佳 译

说服



江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING, LTD

METHODS OF PERSUASION



「美」尼克·克里 (Nick Kolenda) 著
陈佳 译

说服 像讲故事一样讲道理

图书在版编目 (C I P) 数据

说服 / (美) 克里 (Kolenda, N.) 著 ; 陈佳译. -- 南京 : 江苏凤凰文艺出版社, 2017.9

书名原文: Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior

ISBN 978-7-5399-8618-0

I. ①说… II. ①克… ②陈… III. ①说服 - 语言艺术 - 通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第190111号

著作权合同登记号 图字: 10-2017-372

Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior

Copyright © 2013 by Kolenda Entertainment, LLC

Published by agreement with The Grayhawk Agency.

All rights reserved.

书 名 说 服

著 者	尼克·克里 (Nick Kolenda)
译 者	陈 佳
责 任 编 辑	邹晓燕 黄孝阳
出 版 发 行	凤凰出版传媒股份有限公司 江苏凤凰文艺出版社
出版社地址	南京市中央路165号, 邮编: 210009
出版社网址	http://www.jswenyi.com
发 行	北京时代华语国际传媒股份有限公司 010-83670231
经 销	凤凰出版传媒股份有限公司
印 刷	北京市松源印刷有限公司
开 本	690×980毫米 1/16
印 张	14
字 数	200千字
版 次	2017年9月第1版, 2017年9月第1次印刷
标 准 书 号	ISBN 978-7-5399-8618-0
定 价	39.80元

(江苏文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

目录

致 谢 / 001

前 言 / 003

序 / 005

► 第一步 引导思维 / 011

综 述 / 012

第一章 引导思维 / 013

第二章 稳固他们的感知 / 026

第三章 传达高期望值 / 041

► 第二步 创造看法一致性 / 057

综 述 / 058

第四章 管理身体语言 / 060

第五章 创造行为一致性 / 068

► 第三步 触发社会压力 / 081

综 述 / 082

第六章 强调社交规范 / 083

第七章 找出相似性 / 097

► 第四步 让人适应你提供的信息 / 113

综 述 / 114

第八章 使用重复接触策略 / 115

第九章 减少负面信息 / 125

► 第五步 优化你的信息 / 135

综 述 / 136

第十章 改变他们的评价 / 137

第十一章 调整你的信息 / 151

► 第六步 驱使他人的动力 / 165

综述 / 166

第十二章 适当的激励 / 167

第十三章 限制产生动机 / 178

► 第七步 保持依从性 / 193

综述 / 194

第十四章 建立有利的关联 / 195

最终章 融会贯通 / 212

致 谢

研究者总有些不太走运，他们耗费毕生精力，致力于拓展人类行为知识领域，但是大部分研究者都默默无闻。在“不发表，就毁灭”的巨大压力下，他们在那些顶尖的学术期刊上发表自己的工作成果（这些期刊很难在大众中看到）。

事实上，研究者在大众书刊上发表工作成果，有时会被视为一种“背叛”，所以在种种不利的情形之下，很多研究者注定要默默无闻。因此，我想要感谢所有那些帮助我们更深入地理解人类行为的研究者们。

在此，我要特别感谢一些研究者，他们的成就启发了我的兴趣，他们是：罗伯特·西奥迪尼、丹尼尔·卡尼曼、丹·艾瑞里、约翰·巴格、加万·菲

茨西蒙斯、理查德·佩蒂、约翰·卡西奥普、利昂·费斯汀格、美联社迪斯科特修斯，我的名单上还有很多很多人……你们的工作是真正的革命，你们应该得到最大的认可和赞美。

前 言

我猜，你也和大多数人一样，跳过“致谢”，直接来到前言部分，是不是？如果你真的和他们一样，请你现在翻到前面，去读一读致谢，再回到这里。

你已经读完回来了吗？很好。我叫尼克·克里，一位有 10 年经验的专业读心者。难道我有什么超能力吗？没有。我不过是有一些不错的技巧，能够读懂人心、影响别人的思想。

作为一名读心者，我围绕心理影响的概念构建了我的全部研究体系。在过去十年里，我开发了一套独特的方法，能够在不知不觉中影响别人的思想。这是“读心术”在发挥作用吗？因为那些人并不知道我已经影响了他们的思想，所以我可以透露给你们，我植入那些思想，本质上就是“阅读他们的想

法”。我一直对我的这个方法秘而不宣，在本书中我将会把这一切及其背后的心理学原理大白于天下。但是，本书并非一个心灵感应 App，它远远不止于此。因为我的说服之方不只会教你如何影响他人的思想，还会教你如何运用心理学去控制他人的行为。

除了作为一名读心者的独特经历，在获得营销学和心理学学位期间，我也学会如何去说服他人。在大学里，我着迷于去寻找那些能够指导人们行为的心理学动力。尽管大多数人能够勉强以一篇学术文章达到这个学术目标，但我依然查找了近千篇学术期刊论文，努力去查明各类已经被证实的、关于人类行为指导的原理。

在我的研究过程中，我发现了几种心理动力——它们可以对我们的行为施加一种难以想象的巨大力量。这些原理非常普遍，并根深蒂固地存在于我们的内心，每天都在无意中指导着我们的行为。更重要的是，如果你知道如何改变这些力量，你可以去利用它们去引导他们的行为。本书要教给你的正是这些原理，当然也远远不止于此。

此致

尼克·克里

序

人类都是木偶。我们每个人都自带一套木偶线，当线被往某一个方向拉时，正像是我们的行为在无意中被引导。如果你知道如何去控制这些线，你就能控制自己的行为。本书就是要教你如何控制你的线，此外还会教你如何成功地（不违背道德地）说服其他人。因为我作为一名读心者和心理学者的独特经历，本书也不同寻常。它与其他关于说服力的书最大的区别在于，本书提供的说服方法被有序地安排为一套“七步走战略”。如果你需要去说服一个人来完成某一特定任务，你可以根据本书内的具体步骤描述来进行实践。当然，你仍然可以选择所需要的说服策略，而这种循序渐进的引导会让你始终不偏离说服力训练进程，朝着正确的方向前进。

这种循序渐进的说服力训练进程非常方便，你可以按照下面以首字母缩略而成的方法（METHODS）的七个步骤，完成训练。

METHODS 的完整步骤如下：

第一步：引导思维 Mold Their Perception

第二步：创造看法一致性 Elicit Congruent Attitudes

第三步：触发社会压力 Trigger Social Pressure

第四步：让人适应你提供的信息 Habituate Your Message

第五步：优化你的信息 Optimize Your Message

第六步：驱使他人的动力 Drive Their Momentum

第七步：保持依从性 Sustain Their Compliance

这看上去不过是一个简单的列表而已，但是其背后却有着我搜寻来的大量心理学文献作为支撑，虽然这些文献大多数很枯燥无聊（如有意愿，你可以翻到本书结尾处的“参考文献”一探究竟）。

我写作这本书的一个目标就是能够让它成为你们众多藏书中最亮眼的那本。你不会在这本书里看到任何冗长的解释说明、无关紧要的逸事或是毫无价值的东西。我尽力让书中的一切都直截了当，切中要点，同时也使其不失趣味，易于阅读。

最后一点背景资料。在你直接进入 METHODS

第一步前，你还需要了解一点背景资料，都是为了能让你从本书中获得最大收益。

说服并非操控。“操控”一词是指通过可疑或不道德的方式影响他人（例如：说谎或欺骗）；而“说服”一词与“操控”完全不同，这两个词语代表着两个不同的观念。

本书中提供的策略与道德无关，你如何运用这些策略从而决定了它所产生的结果。虽然“劝说”你以道德标准行事并非我的本职工作，我依然全力反对那些试图以这些策略来操控他人的人。本书提出的原理具有强大的力量，我力劝大家，在使用这些策略时，不忘记对他人抱有适当的善意和关怀。不要试图说服他人去做他们并不想做的事。

定义。在本书中，我用“目标人”（target）一词，来指代你想要说服的对象。例如：如果你想说服同事帮你写一封推荐信，你的同事就是你的“目标人”（你也会注意到，我将随机使用“他”或“她”等人称代词，来指一个假设的人）。

我还会用“需求”一词，来指代你想要说服别人去做的某一特定行为（例如：写一封推荐信）；我会用“信息”一词，来指代你用于说服别人的媒介（例如：写一封邮件给同事）。但是这两个术语都可以交替使用。

最后，本书中大部分技巧都是在发挥着“非意识”的影响，即这些法则都是在无意识下指导人们行为的。写这本书时，我选择了“非意识”一词，因为，“潜意识”和“无意识”这些术语都包含着一层含义，即我们大脑中的某一部分负责无意识行为的进行（并非如此）。“非意识”一词更为精准，因为它本身并未带有类似的含义，仅仅是指这一切都是在我们意识之外发生。

全书的构成。本书分成七个部分，每个部分即METHODS的一个步骤。每一章中都有几个小节，解释相关的心理学原理，你可以运用这些原理作为开端，完成第一步。

在本书每一章，会先描述一下该原理以及它在日常生活中如何发挥作用；接着，我会用心理学研究来解释为什么这些原理的力量如此之大；最后，每章的结尾处都会出现一些应用示例，让大家能够将这些原理应用于说服他人的实践。

如果我一直致力于清晰和简洁，为什么我不直接教大家基础心理学或是应用心理学？有两个主要原因：第一，通过引用学术研究去支持自己的原理，我希望你们能够从每个原理中获得有效的帮助。第二，更重要的是，为了充分利用这些方法，你们就要去理解其原因。一旦你懂得基础心理学，你可以

直接跳过我提到的那些技巧示例，你完全可以开始进行头脑风暴，建立自己的说服战术。正如中国古语所言：授人以鱼不如授人以渔。

S T E P 1

第 一 步

引 导 思 维

开始之前	Step 1:	M	引导思维
	Step 2:	E	创造看法一致性
	Step 3:	T	触发社会压力
	Step 4:	H	让人适应你提供的信息
进行中	Step 5:	O	优化你的信息
	Step 6:	D	驱使他人的动力
完成之后	Step 7:	S	保持依从性