

XINLIXUE
DE GUIJI QUANJI

心理学 的“诡计”

全集

默草◎著

不同的人，不同的言行，却有着同样的心理
掌控自己的心理，识破他人的诡计
让你成为生活中的心理“魔术师”

 哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

XINLIXUE
DE GUIJI QUANJI



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

心理学的“诡计”全集 / 默草著. —哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2010.10
ISBN 978-7-5484-0215-2

I. ①心… II. ①默… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B848—49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第109052号

书 名: 心理学的“诡计”全集

作 者: 默 草 著

特约编辑: 邹勇宾

责任编辑: 李英文 韩伟锋

责任审校: 陈大霞

封面设计: 道一设计

出版发行: 哈尔滨出版社出版发行 (Harbin Publishing House)

社 址: 哈尔滨市香坊区泰山路82-9号 邮政编码: 150090

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

网 址: www.hrbcbcs.com www.mifengniao.com

E-mail: hrbcbcs@yeah.net

编辑部热线: (0451) 87900272 87900273

邮购热线: (0451) 87900345 87900299 87900220 (传真) 或登录蜜蜂鸟网站购买

销售热线: (0451) 87900201 87900202 87900203

开 本: 787×1092 1 / 16 印张: 16 字数: 200千字

版 次: 2010年10月第1版

印 次: 2010年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5484-0215-2

定 价: 28.00元

凡购本社图书发现印装错误, 请与本社印制部联系调换。 服务热线: (0451) 87900278

本社法律顾问: 黑龙江佳鹏律师事务所



前言

一对即将步入婚姻殿堂的情侣一起去看新房。

“亲爱的，看房时千万不能让售楼员察觉到你喜欢游泳池，即使你很喜欢今天看的房子，也千万不能在售楼员面前表现出来，不然我们不好杀价。”看房之前男孩嘱咐女友。

可是一到了现场，女孩就被房子周围的景色迷住了，尤其是那个偌大的游泳池，于是再也掩饰不住自己对房子的喜爱之情。

女孩的表情全被火眼金睛的售楼员看在了眼里。

“这个房子的环境还可以，但是需要好好地整修一下。而且交通似乎也不大方便。”男孩极力地想将售楼员的视线转移到自己这里。

“太太，您看这个游泳池多漂亮啊！一看就知道您是一个爱运动的人，这里多适合您啊！还有，这里的环境这么好，晚饭后您可以和先生一起来散散步，呼吸一下青草的清香，多惬意啊！”售楼员似乎没有听到男孩的话，一直和女孩聊着天。

“啊，这房子门前可能会积水。”男孩不死心地说。

可是女孩完全被眼前的游泳池和售楼员的描述吸引了，根本没有听到男友在讲什么，只是催促着他快点定下房子。

结果不问而知，售楼员轻松以高价卖出了房子。

售楼员成功的关键是什么呢？一句话 了解人心、擅长攻心。

生活其实就是一场心理较量，找工作难、升迁不容易、前途太渺茫、理想太虚幻、人际关系千丝万缕，如何从众多竞争者中脱颖而出，如何突破职业成长的瓶颈，如何摆脱各种各样的心理诱惑，如何避免掉进别人设置的陷阱，巧妙地避开各种雷区，这是我们每天都无法回避也不能回避的问题。

要想钓到鱼，就要像鱼那样思考，为了破解别人的心理诡计，就要了解和善于运用心理的博弈之术，把心理学的知识和规律变成我们可以影响别人的武器。如果你不能识别人心，认清人性，就会在社交中失败，因为不知道如何摆脱困境，不知道如何解决冲突，不知道怎么保护自己，久而久之就会有挫败感，不敢再与人相处。

心理学已经不仅是我们生活的调味品，而且越来越成为我们生活的必需品，已经深入到了每个人的生命里。本书从现实出发，针对不同互动情景，解析了生活中常出现的各种心理现象，提供了各种独特有效的心理策略，并将晦涩难懂的心理学术概念掰开揉碎，用一个个有趣生动的故事阐释出来，教你如何掌控自己的心理，识破他人的诡计，征服人心、化解冲突、发挥个人魅力与影响力，按照自己的心意掌控局面，在每一场“心”对“心”的人际博弈中轻松取胜，赢得幸福快乐的人生。

目录

C O N T E N T S

人际交往中的心理诡计

——用智慧取得人生对弈的胜利

- 2 互惠互利 没有人会无缘无故地喜欢一个人
- 5 端正交际心理 从别人脸上读自己的表情
- 7 照葫芦画瓢 人们喜欢与自己相似的人
- 9 学会赞美 赞美是人际交往的润滑剂
- 11 运用潜智慧 “请君入瓮”的技巧
- 13 欲擒故纵 认知会改变人们的选择
- 14 以诚待人 没有人能够拒绝温暖的力量
- 15 破除防卫心理 承认问题是解决问题的第一步
- 16 维护“私人乐园” 距离是一种美 也是一种保护
- 18 不为天下先 进退有度 才不至进退维谷
- 19 冷热水效应 学会调控他人的预期
- 21 相悦原则 如何让别人对你产生兴趣
- 22 跷跷板互惠原则 人生不是独角戏



日常生活中的心理诡计

——练达人生的心理智慧

- 24 改变心态 谁扰乱了你的方寸
- 25 自我设限 谁限制了你的发展
- 27 欲壑难平 谁影响了你的幸福
- 28 奢侈的热病 谁挑动了你的欲望
- 29 摒弃攀比 你为什么过得不快乐
- 31 得失之患 谁决定了你的心情
- 32 活在当下 什么时间最重要
- 34 乐观生存 谁决定了你人生的结局
- 36 自我暗示 心灵究竟有多大的力量
- 38 克服贪欲 是谁掌控了你的行为
- 40 自我调控 我的心情 我做主



工作中的心理诡计

——成就事业的法则

- 44 完成内驱力 人们不应该害怕半途而废
- 46 双赢理论 合作为每个人营造了自由发展的空间
- 47 最有利的说服 最好的说服，是让对方作出承诺
- 49 狼群法则 团队协作能产生强大的力量
- 51 目标策略 请写下你的目标
- 53 减压战术 压力过大 就会把动力融化
- 54 自我改造 不要画地自限
- 56 日清日毕 拖延 只会耽误工作 浪费人生
- 58 摆脱忧虑 忧虑是成功的绊脚石
- 59 保持热忱 做“失败”的头号敌人



销售中的心理诡计

——要想钓到鱼，就要像鱼那样思考

- 62 投桃报李 悄悄产生的负疚感
- 64 广告宣传 让产品像明星那样红火
- 65 引导战术 是什么扰乱了客户的心智
- 69 捕获客户的心 让客户多参与
- 70 坐收渔利 物以稀为贵
- 72 制珍藏版 一文不值与重金难求
- 73 稀缺效应 可口可乐的尴尬
- 75 限量购买 制造短缺的假象 激起人们购买的欲望
- 76 巧用人性 最会做生意的犹太人
- 77 消费积分 积分 掀起销售狂潮的暗器
- 79 思维定式 昂贵等于优质



教育中的心理诡计

——改变孩子的一生

- 82 揭开习惯的面纱 好习惯是强化出来的
- 83 暗示与引导 “小人物”也有大自尊
- 85 自然惩罚法则 让孩子学会为自己的行为负责
- 86 保护孩子的梦想 让孩子梦想的种子长成参天大树
- 88 尊重法则 把孩子当成独立的个体
- 89 挫折教育 让孩子学会独自面对挫折
- 90 物极必反 不要过多地批评孩子
- 92 期望战术 孩子永远像海鸥一样
- 93 适时减压 没有成败的忧虑 人就会轻松自如

谈判桌上的心理诡计

——如何谈判最有效

- 96 动与静的心理诡计 借题发挥 虚张声势
- 98 擒与纵的心理诡计 要想赢得多 就要提高筹码
- 100 舍与得的心理诡计 让步也是重要的谈判手段
- 102 攻与守的心理诡计 如何赢得谈判的主动权
- 103 进与退的心理诡计
- 仓促达成的协议比达不成协议更糟糕
- 105 刚柔并济的心理诡计 选择好的谈判地点 以逸待劳
- 107 耐心周旋的心理诡计 如何削弱对手的判断力
- 108 软与硬的心理诡计 关键时刻要学会避开锋芒
- 109 藏与露的心理诡计 分散对方的竞争意识

成功中的心理诡计

——掌控人生的罗盘针

- 112 掌控你的生活 赢在起点
- 114 不要做“穷忙族” 管理好你的时间
- 116 “致命”临界点 成功就是再坚持一点点
- 117 克制障碍 在人生的路途中 要时时清理你的鞋子
- 118 成功的试金石 错误是产生创意的垫脚石
- 119 应变而动 要时刻保持危机感与忧患意识
- 121 经验藩篱 经验也会成为成功的屏障
- 123 目标决定成败 伟大的目标形成伟大的人物
- 125 目标设定 有专一目标 才有专注行动
- 126 分解成功 每一处出口都是另一处的入口
- 128 跨栏定律 希望在 出路就在
- 129 人生界定 放弃 是经营人生的一种策略

管理中的心理诡计

——不懂心理学，当不好上司

- 132 波特定理 批评也要讲技巧
- 133 赫勒法则 如果你强调什么 你就检查什么
- 135 激励的倍增效应 诚于嘉许，宽于称道
- 136 横山法则 最有效的管理是自我管理
- 137 沟通的位差效应 没有平等就没有真正的沟通
- 139 蓝斯登定律 用真情与员工沟通
- 140 手表定律 一山不容“二虎”
- 142 蘑菇管理原则 让员工像蘑菇一样成长
- 143 斯隆法则
有争论才有高论，明智的决策需要不同的声音
- 145 鲑鱼效应 活力源于竞争 对手是成功的催化剂
- 146 金钱之外的激励 知道员工的需求 才能留住人才
- 147 喜欢原则 士为知己者死 女为悦己者容
- 149 上行下效 坏榜样的力量是无穷的
- 150 认同策略 每个人都会支持他参与创造的事物
- 152 倾听的艺术 说得越少 听到的就越多
- 153 激励之术 有刺激才不敢懈怠

识人中的心理诡计

——捕捉人心的心理透视

- 156 投其所好 不怕没原则 就怕没爱好
- 158 阅人有术 成事之道 洞悉人性 化被动为主动
- 160 巧用妒忌 妒忌也可以为我所用
- 161 投射效应 人不可貌相 海水不可斗量

- 163 慧眼识人的诀窍 观表情知内心
- 165 相由心生 阅貌知心 鼻子的“语言”
- 167 姿势读人术 动作窥视心灵，神态识别忧喜
- 171 细节识人术 从办公桌的状态识人
- 173 兴趣读人术 从个人嗜好识别对方
- 176 工作识人 从工作责任心识人
- 177 识音辨人术 巧用弦外之音探得人心
- 180 破解行为术 行为背后的心理密码

投资中的心理诡计

——帮你更好地投资理财

- 184 揣摩大众心理 踩准市场的节奏
- 185 巴菲特定律 逆众而行 众人皆醉我独醒
- 187 贪婪与恐惧 掌控投资的心理节点
- 189 决策战略 做有准备的投资人
- 191 鳄鱼法则 投资要懂得及时控制止损
- 194 投资的心理陷阱 不要被市场价值蒙蔽了双眼
- 195 自我保护 如何在大赚和大蚀中赢得平衡
- 196 熟悉感偏好 为什么你会拒绝购买外国股票
- 198 羊群效应 学会避免跟风



求职面试中的心理诡计

——让自己在面试中熠熠生辉

- 202 示人以优 利用第一信息的力量展现自己
- 203 变短为长 让自己在面试中熠熠生辉
- 205 换位思考 神奇有效的心理战术
- 207 不可缺失的心理健康 坚持立场、诚实做人

- 208 有效的求职战术 正确传递自己的信息
- 210 难以避免的较量 面试中的“唇枪舌剑”
- 213 巧问薪酬 把握好探问薪酬的分寸
- 215 面试的技巧 巧妙应对“问之以是非”
- 216 面试中的贯用伎俩 临之以利而观其廉
- 217 设置障碍 快速洞察对方心理的钥匙

❁ 生意中的心理诡计

——做生意要懂心理学

- 222 位置选择的玄机 摸准消费者的心理
- 223 进退规则 良好的撤退应和伟大的胜利同样受赞赏
- 225 反复模式的诡计 见怪不怪，常见不疑
- 227 企业“过冬”秘方 如何在浴火中重生
- 230 市场战略 除了吃鸡还养鸡
- 232 散财效应 财聚人散，财散人聚
- 233 洞悉行业趋势 饿时甜如蜜，饱时蜜不甜
- 235 竞争中的取舍 “放弃”是一种战略智慧
- 238 利用心理巧结盟 生意人为什么喜欢扎堆
- 239 坐山观虎斗 鹬蚌相争，渔翁得利
- 241 权威暗示 迷信则轻信，盲目必盲从
- 242 鹤立鸡群 不走寻常路才是脱颖而出的捷径



人际交往中的

心理诡计

用智慧取得人生对弈的胜利



互惠互利：

没有人会无缘无故地喜欢一个人

人是三分理智，七分情感的动物。经大量研究发现，人际关系的基础是人与人之间的相互重视与相互支持，也就是人们常说的“给予就会被给予，剥夺就会被剥夺；信任就会被信任，怀疑就会被怀疑；爱就会被爱，恨就会被恨。”这就有了互惠原则：当他人做出友好姿态以示接纳和支持我们时，我们会觉得应该对别人报以相应的回答，进而产生一种心理压力，迫使我们对他人也做出相应的友好姿态。否则，我们以某种观念为基础的心理平衡就会被打破，我们就会感到不安。

2005年4月，某国不顾美国当局的强烈谴责，以压倒性的投票同意一位前世界象棋冠军，同时也是逃犯的鲍比·菲舍尔加入该国国籍。是什么样的国家甘冒与世界强国断交的风险，也要保护一名公开为“9·11”劫机犯说话的逃犯？是伊朗？叙利亚？还是朝鲜？

其实以上三个国家都不是。那个通过国会匿名投票的方式、决定给予鲍比·菲舍尔本国国籍的，是向来与美国保持亲密盟友关系的冰岛。世界上这么多国家，为何单单是冰岛敞开怀抱接受了鲍比·菲舍尔，特别是在他违反美国法律、在前南斯拉夫赌了一场500万美元的象棋赛后？

要弄清答案，我们需要先来回顾一下30年前那场著名的象棋大赛——1972年的世界象棋冠军赛。当时，菲舍尔作为挑战者，挑战卫冕冠军——前苏联象棋大师鲍里斯·斯帕斯基。历史上没有哪场比赛能受到如此广泛的关注，世界各地都对这场比赛倾注了极大的热情。在处于冷战巅峰的当时，该比赛被称为“世纪之战”。

奇怪的是，菲舍尔并未出席在冰岛召开的比赛开幕式。几天后，因为菲



舍尔提出了诸多主办方不可能满足的要求，如禁止电视转播、30%的收视收入归自己，人们开始怀疑这场比赛是否能按约举行。菲舍尔的职业生涯与私生活正如他的行为一样，处处充满矛盾。

最后，在比赛奖金翻倍和美国国务卿基辛格的劝说下，菲舍尔终于飞往冰岛参加了比赛。这场赛事在国内外的报纸上被大肆报道，小小的冰岛也因此为世人所熟知。事实上，冰岛之所以忍受饱受争议的非舍尔，用他们当地媒体的话说，是因为“他让冰岛在世界地图上占有了一席之地”。

冰岛人民显然把这看做是菲舍尔送给他们的一份厚礼。这份厚礼重到冰岛人民在30年后仍铭记于心。

一位冰岛外交部人员表示：“30年前菲舍尔对这里作出的杰出贡献，我们至今还铭刻在心。”尽管许多当地人并不认为菲舍尔讨人喜欢，但他们还是接纳了他。对此，英国广播公司分析说，冰岛人民“十分迫切地希望，能用提供避护的方式来报答菲舍尔先生”。

这件事点出了互惠原则的重要性与普遍性，它使人们想要报答帮助过自己的人，促使人们用公平的方式对待日常生活、工作和亲密朋友，以建立起人与人之间的信任。

丹尼斯·里根教授还做过一个关于互惠原则的经典实验。他让乔（实验人员）伪装为奖券销售员，并在正式销售前先发放免费可乐给顾客。结果他们发现，事先获得免费可乐的顾客，后来购买彩券的张数比事先未获得免费可乐的人要多两倍。

尽管赠送免费可乐和推销彩券并不是同时进行的，而且乔向顾客兜售彩券时也并未提及免费可乐的事，但顾客还是记住了他先前的好意，并愿意对此礼尚往来。

此外，这个实验还说出了为何有些冰岛人不喜欢菲舍尔，但还是会接纳他的原因。实验表明，尽管让人喜欢和让人认同之间有紧密联系，但对那些获赠可乐的顾客来说，是否喜欢乔并不是他们是否会购买彩券的参考。也就是说，那些拿了免费可乐的顾客，不管喜不喜欢乔，购买的彩券数量是一样的。这表

明受人恩惠产生的亏欠心理，比对那人的喜欢程度更能影响人们的行为。

可见，互惠原则的持久力和凌驾于喜欢原则之上的效力，即使不能产生近期效益，人们也会乐意给别人施以巨大帮助。

社会经验和道德因素告诉我们，最好先为他人提供帮助或向他人妥协。如果我们帮助过某位队员、同事或熟人，就等于在他们心里埋下了一种责任感，促使他们将来回报我们；帮助上司也会让他们心存感激，当我们需要帮助时，他们自然也不会袖手旁观。

此外，如果员工想早点下班去看牙医，作为经理最好也网开一面。这种做法其实是种投资，员工会找机会还这个人情，也许日后他会主动要求加班帮你完成某个重要项目。

然而，人们寻求帮助时通常会这样问：“这里有谁能帮我呢？”其实，这样的话是目光短浅的。我们建议你先问问自己：“我可以帮助谁？”因为互惠原则的原理是，先提供帮助给他人带来的社会责任感，令你的请求收效更好。当你主动帮助他人时，别人就会觉得有责任回报你。

此外，如果管理就是组织队员朝一个目标迈进，那一个互相帮助过的团队，比如某些人曾从同事那得到过有用的信息，或是得到过同事的认同，又或曾有同事曾聆听过自己的苦恼，那这样的搭配组合对完成目标会很有帮助。

同样，当我们为他人提供过帮助后，那些受过帮助的朋友、邻居、搭档甚至孩子会更有可能在日后认同我们的请求。

最后，我们要记住：人际交往中的喜欢与厌恶、接近与疏远是相互的。几乎没有人会无缘无故地接纳和喜欢另外一个人。被别人接纳和喜欢必须有一个前提，那就是我们也要喜欢、承认和支持别人。一般地，喜欢我们的人，我们才会喜欢他们；愿意接近我们的人，我们才愿意接近他们；疏远、厌恶我们的人，我们也会疏远、厌恶他们。

产生这种现象的原因是，每个人都有维护自身心理平衡的本能倾向，都要求人际关系保持一定程度的合理性和适当性，并力图根据这种适当性、合理性解释自己与他人的关系。





端正交际心理：

从别人脸上读自己的表情

一位老人静静地坐在一个小镇郊外的马路边。

一位陌生人开车来到这个小镇，看到了老人，停下车打开车门，问老人：“老先生，请问这个城镇叫什么名字？住在这里的是哪一种人？我正在寻找新的居住地！”

老人抬头看了一眼陌生人，回答道：“你能告诉我，你原来居住的那个小镇上的人是什么样的吗？”

陌生人说：“他们都是一些毫无礼貌、自私自利的人，住在那里简直让人无法忍受，根本没有快乐可言，这正是我想搬离那儿的原因。”

听了这话后，老人说：“先生，恐怕你又要失望了，这个镇上的人和他们完全一样。”陌生人听后快快地开车离开了。

又过了一段时间，另外一位陌生人来到了这个镇上，也遇到了这位老人，他向老人提出了同样的问题：“住在这里的是哪一种人呢？”老人也用同样的问题来反问他：“你现在居住的镇上的人怎么样？”陌生人回答：“哦！住在那里的人非常友好、非常善良。我和家人在那里度过了一段美好的时光，但是，因为工作的原因我不得不离开那里。我希望能找到一个和以前一样好的小镇。”

老人说：“你很幸运，年轻人，居住在这里的人跟你以前的邻居完全一样。你会喜欢他们的，他们也会喜欢你。”

这个故事告诉我们：看人就像照镜子，看到的都是自己。你喜欢别人，别人也会喜欢你；你不喜欢别人，别人也不会喜欢你。这好像听起来有点不可思议，还是让我们来看个真实的事例吧。

