

懂点心理学，做他人的读心高手，做自己的心理理疗师！
读点博弈论，你将拥有行走江湖的处世王牌，与他人共赢精彩！

当心理学遇上博弈论

萨文◎编著

心理学让你更懂人心
博弈论让你更会做事



最强有力的两种生存竞争武器。
一手心理学，一手博弈论，
双管齐下，二者兼用，
从而无往不利，
战无不胜。

当心理学遇上博弈论

萨文◎编著

 京华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

当心理学遇上博弈论 / 萨文编著. —北京: 京华出版社, 2011. 2

ISBN 978-7-5502-0149-1

I. ①当… II. ①萨… III. ①心理学—通俗读物②对策论—通俗读物 IV. ①B84-49②O225-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 024604 号

当心理学遇上博弈论

作 者: 萨 文

选题策划: 俞根勇

责任编辑: 徐秀琴

封面设计: 柏拉图创意机构

版式设计: 柏拉图创意机构

责任校对: 叶 青

京华出版社出版

(北京市朝阳区安华西里一区 13 号 2 层 100011)

三河市汇鑫印务有限公司印刷 新华书店经销

字数 180 千字 787 毫米 × 1092 毫米 1/16 18 印张

2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-0149-1

定价: 32.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-82069000(选题公司电话)

| 前言 |

时下有一句话特别流行：生容易，活容易，生活不容易。是啊，生活中经常会有一些坎不好过，有一些难题不好解决。

你是否有过这样的感觉：为什么你的想法经常被人误解？为什么别人的想法你却琢磨不透？为什么跟人交往总是那么难呢？你甚至会想：是不是自己能力不行？或者根本就不讨人喜欢？

这么想着想着，心理上就开始不平衡了。

实际上，这种现象在很多人身上都发生过。一方面，人们交际接触日益频繁，人与人之间的关系复杂多变，大家普遍都感到与人交往不容易；另一方面，现代社会生活压力大，个人心理上的失衡就更容易产生了。所以懂一点心理学会有很大帮助。

什么是心理学呢？其实，说简单一点，就是研究别人的心理和研究自己的心理。研究别人的心理是为了在交际中“知人知面”，让自己处于有利的位置，获得有利的结果；研究自己的心理，说穿了，就是自我心理的调解，抚慰自己的内心，抛弃不良的情绪，以乐观积极的心态面对生活，创造美好人生。心理学就是这样一门照亮人类自身的学问，是一门让人变得更加聪明、更加从容的学问。

本书上篇尝试从心理学的角度，运用心理学原理，结合生活中的实际案例，对平常可能遇到的各种心理现象进行非常细致的分析，并提供各种独特有效的应对策略，教你巧妙运用人类共同的行为准则与心理机制，以四两拨千金的神奇招数，征服人心、化解冲突、发挥个人魅力与影响力，平衡自我心态，轻松享受快意人生！

博弈论与心理学息息相关。本书下篇则着重讲述博弈论的知识。

“博弈”这个词可能听起来有点高深莫测，其实它就是“游戏”的意思。在英文中，“博弈论”叫做 Game Theory，game 的本

义是“游戏”。

通俗地讲，博弈就是游戏中的一种选择策略。生活中的很多事就像一场“游戏”，参与其中的每个人都面临着如何选择的难题，小到跟同事讨论今天中餐去哪家饭馆吃，大到国家经济政策的制定，几乎每个人的行为都离不开博弈的概念。

若想在现代社会做个有价值的人，就必须对博弈论有大致地了解。我们的一生，可以看作是永不停息的博弈决策过程。无疑，在这个总是充满利益冲突，甚至少不了一些尔虞我诈的世界上，博弈论有助于认识问题的实质和找到更理性也更符合自身利益的选择。为了自己，也为了与他人更好地合作，你需要学习一点博弈论的策略思维。就像大经济学家保罗·萨缪尔森说的：“要想在现代社会做一个有生存能力的人，你就必须对博弈论有一个大致的了解。”

本书既是一本通俗易懂而又不失准确深刻的心理学读物，同时，下篇比对博弈论的种种妙用，又为读者提供了一种全新而实用的博弈论思维。

其实，博弈既然包括选择的行为，自然也离不开心理学的运用。因为，你既要考虑自己的选择，同时也要考虑别人的选择。这都需要进行足够的思考和心理分析。所以，把心理学和博弈论的知识放在一起读，肯定能起到那种融会贯通的效果。

不多说了，朋友，请翻开下一页，来一场心灵的探索和智慧地发现之旅吧！希望读完本书之后，你会成为一个心理学和博弈论的双面高手！



目 录/Contents
当心理学遇上博弈论



上 心理学
篇 认识自己，认识他人

第 一 章 交际心理学
章 怎样让自己变得更受欢迎

首因效应：初次相见，给别人留下良好的第一印象 / 002

近因效应：有好的开始，更要有好的结尾 / 005

亲和力效应：面带微笑，表现亲和，架起一座心灵沟通的桥梁 / 008

幽默效应：幽默是一种润滑剂，它让人与人之间的关系更和谐有趣 / 013

名字效应：记住别人的名字，既是一种礼貌，又是一种感情投资 / 017

相互吸引定律：人们都喜欢跟喜欢自己的人交往 / 019

第 一 章 待人处世心理学
章 怎样赢得他人的友谊

学会尊重：我们只有尊重别人，才会得到别人的尊重 / 022

投射效应：设身处地体会他人感受，同时也要了解其真正的需求 / 024

超限效应：说话做事要注意对方的心理承受度，不要适得其反 / 026

让步效应：给人以心理上的台阶，让他觉得占到了便宜 / 029

求同存异：把自己融入对方，减少差异，达成共识 / 031

合作思维：社会是共生的，人们需要充分合作 / 033

双赢法则：在尊重各自利益诉求的基础上追求更大的共同利益 / 036

第三章

职场成功心理学

应以什么样的心态面对工作

- 杜利奥定律：工作不仅仅只为了生存，你应对此倾注热忱 / 039
- 态度致胜：将你的个性投入工作之中，爱并努力着 / 043
- 向上的心态：我成功，是因为我志在成功 / 045
- 主动效应：不用别人告诉你，也能出色地完成工作 / 048
- 敬业精神：工作无大小，干好当下每件事 / 050
- 专注精神：专心致志于一件事，对目标有清楚的认识和执著的追求 / 053
- 团队意识：注重协作，个人事业的成功离不开团队后盾 / 057
- 古德定律：充分沟通，了解对方需求，并找到双方的共同点 / 060
- 华盛顿合作定律：心往一处想，劲往一处使，事半功倍 / 062

第四章

回归自我

审视内心，生命因你而精彩

- 杜根定律：追根溯源，凡事成败取决于一心 / 065
- 自我赏识：世界只有一个你，你的作用不可替代 / 067
- 手表定律：替自己做主，不要被别人的言论所左右 / 071
- 价值认定：只要多尝试，你就可以实现心中所期盼的一切 / 074
- 跳蚤现象：突破内心的藩篱，不要自我设限 / 076
- 消除心理落差：人生目标要现实一点，期望值不要定得太高 / 078

第五章

情绪心理学

掌控情绪，做自己心情的主人

- 发生什么样的事无法选择，但可以选择自己的情绪状态 / 081
- 一个人的负面情绪，容易造成一群人的连锁反应 / 083
- 让自己的情绪处于安全之中 / 086
- 修筑堤坝不如引流疏导，让情绪发泄得恰到好处 / 088
- 每当恐惧不安的时候，要往好的方面去想，不要被焦虑压倒 / 091
- 摆脱“齐氏效应”的困扰，从紧张压抑的状态中解脱出来 / 094

第六章

追求身心健康

创造美好人生

- 人的理智接受事实，人的心灵接受暗示 / 097
- 调节心理的失衡状态，加重补偿功能的砝码 / 099
- 抛弃杂念，修身养性，从内心中寻找宁静 / 101
- 懂得选择，学会放弃，摆脱心理的贫穷 / 106
- 从平凡中窥见浪漫，永葆一颗赤子之心 / 110
- 心是快乐的根，只要下定决心要拥有幸福，你就会得到幸福 / 112

下篇

博弈论

让身边的人快乐地接受你的成功

第七章

博弈是一种游戏策略

关键在于你如何选择

- 破悉对方心理，采取有效策略，实现某种利益 / 116
- 从妥协中建立规则，实现利益分享的公正 / 118
- 博弈不是一个人的游戏，要理性而非感情用事 / 121
- 可以改变的博弈结局，完全取决于参与者的策略 / 124

第八章

破解囚徒困境

走出零和游戏

- 背叛还是同盟？个人利益还是最大收益？ / 127
- 不幸陷入了囚徒困境，该如何应对 / 129
- 第三条道路：在对抗和屈从之间寻找另一种解决之道 / 132
- 即使竞争双方是理性的、自私的，合作依然可以出现 / 134
- 哈丁公用地悲剧：一个多方参与的囚徒困境 / 136
- 大部分人合作，小部分人背叛，如何约束 / 139

第九章

纳什均衡

最优策略，但不一定是最优结果

当利益发生冲突时，要设法对双方进行协调 / 141

均衡点唯一时，谁态度最强硬，谁就会占领主导权 / 144

在潜在的契约关系下，共谋并达成默契 / 146

纳什均衡不一定是最优结果，而是最有可能出现的结果 / 148

第十章

斗鸡博弈

冲突中进与退的智慧

势均力敌，狭路相逢时，该进攻，还是该撤退 / 151

在没有更好的方法之前，示弱和妥协也许是最好的方法 / 156

僵持太久徒然耗费精力，犹豫不决只会丧失主动权 / 158

如果耗不起，不妨向对方晓明利害，争取让其主动退出 / 160

放不下面子去示弱，只会让结果更糟糕 / 162

做最后的赢家，而不是当胜利后的烈士 / 164

调整姿态，站到敌人的身边去，把敌人变成朋友 / 167

第十一章

智猪博弈

谁才是聪明的猪

为什么大猪愿意跑着踩踏板，而小猪却在旁等待 / 171

多干活的不一定多得，不干活的却照样生活的好 / 173

弱势一方要学会等待，在等待中把握时机 / 175

弱势一方不妨去搭强者的便车，以坐享其成 / 178

寻找“贵人”帮助自己，借助他人的力量壮大自己 / 179

证券投资与智猪博弈：庄家抬轿，中小散户搭便车 / 182

企业竞争与智猪博弈：强者有强者的攻略，弱者有弱者的对策 / 185

智猪博弈与激励机制设计：让“小猪”和“大猪”和睦相处 / 187

第十一章

信息博弈

博的就是信息筹码

- 现实生活中，博弈各方对信息的掌握是不对称的 / 190
- 藏好自己的底牌，制造虚假信息，迷惑对方 / 193
- 主动把自己的信息透露出去，吓退对方 / 196
- 逆向选择：信息不对称的情况下，人们往往会弃优选劣 / 199
- 权威的信息有时候也是虚假的，我们应有所鉴别 / 202
- 所罗门王的智慧：如何提取和甄别信息 / 205
- 信息博弈在战争中的应用：尽最大可能了解敌人的信息 / 207
- 信息博弈在商战中的应用：信息竞争力强弱决定企业的生死存亡 / 211

第十二章

枪手博弈

强弱对阵与胜败结局

- 多人博弈，最强者却不一定是胜利者 / 217
- 如果不想被当成攻击目标，就应收起锋芒，保持低调 / 220
- 结盟的最佳策略：最强者应与最弱者建立同盟 / 222
- 先发制人、主动出击，不要让机会白白错过 / 224

第十四章

重复博弈

失信已不单是个道德问题

- 从一次性博弈走向重复博弈，诚信反而变得更有利可图 / 228
- 如何建立科学的交易机制以破解诚信危机 / 230
- 约束失信行为的有效对策：一报还一报 / 234
- 延迟满足：为追求长远利益，宁愿舍弃眼前的小利 / 237

第十五章

人际交往中的 博弈法则

对抗不足取，交际中的负和博弈会导致两败俱伤 / 240

何必非要吃掉一方，分出个谁输谁赢来 / 242

把人际关系变成一种双方得益的正和博弈 / 244

你希望别人怎样对待你，你就应该怎样对待别人 / 245

人际关系从负和走向正和：尽量避免冲突和矛盾 / 248

保持恰当的距离，维护人际博弈的纳什均衡 / 251

互助共存，恰恰就是实现利益最大化的途径 / 253

第十六章

职场生活中的 博弈学运用

职场如同江湖，博弈智慧有着广阔的用武之地 / 257

与同事之间的博弈：该做“大猪”还是“小猪” / 259

为什么有时候积极表现却适得其反 / 261

为什么成了上司的“心腹”却最先被解职 / 264

员工与企业之间的囚徒困境：薪酬是最核心的博弈点 / 267

员工该跳槽还是留任，企业该许可还是挽留，两难选择，何去何从 / 271

自己与自己的重复博弈：把握职业发展规律，革新自我，不进则退 / 273





| 第一章 |

交际心理学：怎样让自己变得更受欢迎

首因效应：初次相见，给别人留下良好的第一印象

很多人都习惯通过第一印象判断、评价他人，你是不是经常听到这些话：

“从第一眼起，我就特别喜欢他。”

“他给我的第一印象，我永远都忘不了。”

“第一次见他，我就感觉怎么也不会喜欢这种人。”

“还记得他第一次来，短短数分钟的谈话，直觉告诉我：他不合适。”

人际交往中的这种心理，就是所谓的首因效应。首因，是指首次认知对方而在脑中留下的“第一印象”。首因效应，也叫做“第一印象效应”，是指最初接触到的信息所形成的印象对我们以后的行为活动和评价的影响。

一般来说，你在最初交往中给对方留下什么印象，对方容易自觉地依据这种印象来决定是否从心理上接纳你。第一印象既可以助某人某事成功，也可以让某人某事失败。

有个毕业生，学的是新闻专业，正急于找工作。一天，他到某报社见总编说：“你们需要一个编辑吗？”

“不需要！”

“那么记者呢？”



“不需要!”

“那么排字工人、校对呢?”

“我们现在什么空缺也没有了。”

“那么，你们一定需要这个东西。”说着，他从公文包中拿出一个精致的小牌子，上面写着“额满，暂不雇用”。总编看了看牌子，微笑着点了点头，说：“如果你愿意，可以到我们广告部工作。”这个大学生通过自己制作的牌子表达了自己的机智和乐观，给总编留下了美好的“第一印象”，引起对方极大的兴趣，从而为自己赢得了一份工作。“第一印象”在这里产生了微妙而有效的作用。

心理学告诉我们，与一个人初次会面，第一印象在45秒钟内就能产生。这一印象在对方的头脑中形成并占据着主导地位，这就是常说的“先入为主”。有心理学家指出，“保持和复现，在很大程度上依赖于有关的心理活动第一次出现时注意和兴趣的强度”，并且这种先入为主的第一印象是人普遍的主观性倾向，会直接影响到以后的一系列行为。

一般人都有切身体会，第一印象是难以改变的，因此在日常交往中，尤其是与别人初次交往时，一定要注意给别人留下美好的印象。首因效应在人际交往中对人的影响较大，是人与人交际心理中的一个重要名词。初次见面时，对方的表情、体态、仪表、服装、谈吐、礼节等形成了我们对对方的第一印象。在现实生活中，在首因效应作用下形成的第一印象常常左右着我们对他人日后的看法。因为第一印象一旦形成，就不容易改变。而初次印象是长期交往的基础，是取信于人的出发点。

那么，怎样使别人喜欢你，使你更容易受到欢迎，更容易交到朋友呢？

盛行全球的《人性的弱点》一书的作者、成功学大师戴尔·卡耐基运用心理学知识，针对人类共同的心理特点，提出了使你成为大众宠儿的方法：任何人都喜欢那些欣赏和关心他们的人，因此最有效的交际窍门是对别人真心实意地感兴趣；要努力学会为别人提供服务，不惜花费时间、精力，诚心诚意地为别人设想和做事情，这样才能获得真正的朋友。



西班牙专家认为，人们在日常交际中对他人的第一印象主要来自动作、姿态、外表、目光和表情等非口头语言。西班牙《先锋报》报道说，根据大学心理学教授阿维亚的研究，与人初次交谈时，非口头语言可提供 60% ~ 70% 的信息。

对无缘得见的社会名人，多数人也会产生或好或坏的第一印象，影响因素包括他们的外貌以及媒体对其公众形象的评价。此外，女人比男人感性，所以更容易先入为主；男人相对更加理性，在长远洞察力方面有优势。

第一印象无论好坏都很难抹去，因此初次见面就不讨人喜欢的人通常不具备良好的交际能力。

那么，什么样的举止会给人留下糟糕的第一印象呢？

阿维亚指出，初次见面就讲述私人生活或个人问题、搬弄是非或批评他人、只谈论自己、过于活泼或好开玩笑、举止莽撞冒失、自己高谈阔论却不给对方说话机会、认为自己永远有理或目空一切，都会给人留下坏印象。

怎样留下良好的第一印象呢？

阿维亚说：“这需要有清楚的自我认识，能自我反省并及时改正，比如注意自己的表情是否僵硬、笑容是否令人不快；注意自身形象和个人卫生；交谈时适当保持沉默或改变说话语调；寻找自己与对方的共同话题等。此外，活跃谈话气氛的能力十分重要，因为很多人凭直觉来判断谈话对象是否值得结交。”

这位专家最后强调：没有人能够给所有人都留下好印象，因此，最重要的是别浪费时间，要结识那些值得交往的人。

由于首因效应存在，要求我们在和别人初次交往的时候，一定要注意修饰自己，从外表到语言再到内在的素质，给人一种愉悦的感觉，让人愿意与你交往。

**心理学
要点**

现实生活中，在首因效应作用下形成的第一印象常常左右着我们对他人日后的看法。因为第一印象一旦形成，就不容易改变。而初次印象是长期交往的基础，是取信于人的出发点。

近因效应：有好的开始，更要有好的结尾

首因效应一般在交往双方还彼此生疏的阶段特别重要，而随着双方了解的加深，近因效应就开始发挥它的作用了。近因效应是相对首因效应而言的，指在交往过程中，我们对他人最近的、最新的认识占了主体地位，掩盖了以往的评价，也称为“新颖效应”。

比如，你一个平凡的老邻居突然做了官，你就会一扫其平凡的印象，对其刮目相看。再比如，多年不见的朋友，在自己脑海中印象最深的，其实就是临别时的情景；一个朋友总是让你生气，可是谈起生气的原因，也只能说上两三条；你的一个好朋友最近做了一件对不起你的事情，你提起他来就只记得他的坏处，完全忘了当初的好……这一切都是近因效应的影响。

李倩和任雪是多年的朋友，李倩比任雪大一岁，平时就像姐姐一样关心任雪。任雪从心底里感激李倩，把李倩当作知心朋友。李倩如果有什么事，任雪也总是极力维护李倩。大家都知道她们关系非常密切。可是最近，李倩和任雪却闹翻了。

“我把她当姐姐一样尊重，她却这样对待我。”任雪生气地对别人说。

“唉，我对她一直都很关照，却因为最近得罪了她一次，她居然就不理我了。”李倩很伤心。

任雪因为李倩最近一次“得罪”了她，便中断了以往与李倩的友情。

在这个例子里，李倩和任雪两人在平常接触颇多，彼此之间却都将对方



最后一次印象作为互相认识与评价的依据，因为最近发生的事或了解的东西掩盖了对对方的一贯了解。这就是近因效应产生的结果。

在人际交往中，新获得的信息往往起优势作用，即最近的信息对认知的影响相对比较大，所留下的印象也相对深刻。

美国心理学家卢钦斯用编撰的两段文字作为试验材料做研究。他编撰的文字材料主要是描写一个名叫杰瑞的男孩的生活片段，第一段文字将杰瑞描写成热情并外向的人，另一段文字则相反，把他描写成冷淡而内向的人。例如，第一段中说杰瑞与朋友一起去上学，走在洒满阳光的马路上，与店铺里的熟人说话，与新结识的女孩子打招呼等；第二段中说杰瑞放学后一个人步行回家，他走在马路的背阴一侧，他没有与新近结识的女孩子打招呼等。在试验中，卢钦斯把两段文字加以组合：

第一组，描写杰瑞热情外向的文字先出现，冷淡内向的文字后出现。

第二组，描写杰瑞冷淡内向的文字先出现，热情外向的文字后出现。

第三组，只显示描写杰瑞热情外向的文字。

第四组，只显示描写杰瑞冷淡内向的文字。

卢钦斯让四组被试验者分别阅读一组文字材料，然后回答一个问题：“杰瑞是一个什么样的人？”结果发现，第一组被试验者中有 78% 的人认为杰瑞是友好的，第二组中只有 18% 的被试者认为杰瑞是友好的，第三组中认为杰瑞是友好的被试验者有 95%，第四组只有 3% 的被试验者认为杰瑞是友好的。

这项研究结果证明，信息呈现的顺序会对社会认知产生影响，先呈现的信息比后呈现的信息有更大的影响作用。但是，卢钦斯进一步研究发现：如果在两段文字之间插入某些其他活动，如做数学题、听故事等，则大部分被试验者会根据活动以后得到的信息对杰瑞进行判断。也就是说，最近获得的信息对他们的社会知觉起到了更大的影响，近因效应很明显地在发生着作用。