

改变你一生命运的为人处世智慧枕边书



年轻人应该知道的 社交定律

汪斌斌 / 编著

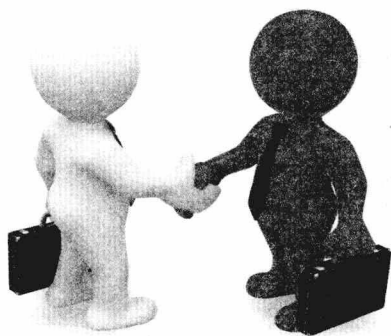
NIANQINGREN
YINGGAI ZHIDAODE

SHEJIAODINGLU

良好的人际关系是你立足社会的重要基石

社交的基本点是真诚，一个人只要行为真诚，总能打动人心，对方即使一时不了解，日后也会了解的。与人打交道时，用诚信取代防备，能获得最好的结局。

改变你一生命运的为人处世智慧枕边书



年轻人应该知道的 社交定律

汪斌斌/编著

NIANQINGREN

良好的人际关系是你立足社会的重要基石

社交的基本点是真诚。一个人只要行为真诚，总能打动人心，对方即使一时不了解，日后也会了解的。与人打交道时，用诚信取代防备，能获得最好的结局。

图书在版编目(CIP)数据

年轻人应该知道的社交定律 / 汪斌斌 编著. —北京: 海潮出版社, 2010.10

ISBN 978-7-80213-711-0

I. 年… II. 汪… III. 人间交往—青年读物
IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 212120 号

书 名: 年轻人应该知道的社交定律

作 者:汪斌斌

责任编辑:罗庆

封面设计:点滴空间

责任校对:徐云霞

出版发行:海潮出版社

社 址:北京市西三环中路 19 号

邮政编码:100841

电 话:(010)66969738(发行) 66969747(编辑) 66969746(邮购)

经 销:全国新华书店

印刷装订:北京金秋豪印刷有限责任公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:19.5

字 数:195 千字

版 次:2011 年 01 月第 1 版

印 次:2011 年 01 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80213-711-0

定 价:32.00 元

(如有印刷、装订错误,请寄本社发行部调换)



前 言

社交是现代人必备的一种生存技能,是一个人成功的基本条件。它是艺术,是学问。它是一面镜子,能够折射出一个人才能和智慧。

我们常常产生疑问:我究竟是怎样的?我是怎样的一个人?我的感觉从何而来?每个人都渴望洞悉自己广大而幽渺的内心世界,巴纳姆效应将帮助你解决这些问题,从而解开你心灵的面纱。

与他人初次见面,给人留下的印象,在对方的头脑中形成并占据着主导地位,这是首因效应在起作用,让你明白第一次“闪亮登场”的重要性。既学会了用第一时间成功推销自己,又学会了不被别人的“第一眼”所迷惑,从而明白了日久见人心的道理。

人生活在这个社会中是离不开社会交往的,社交既是一种沟通又是一种人们进步和成长的方式。只有正常甚至出色的处理好社交关系,你的人生理想,社会目标才有可能实现。人际关系展开的关键,这就需要你多与人交往、沟通,争取他人的认同,争取好人缘。唯有心与心的交流,才能产生共鸣,拥有更多的知己朋友。

人际关系主宰成功,有什么样的人际关系,就有什么样的结果。

在社会交往中,我们经常会遇到一些交往障碍。比如,与陌生人交往时,我们是不是经常觉得沟通困难,两人相对无言?为什么别人的人缘很好,自己的朋友却寥寥无几?

本书以通俗易懂和优美生动的文字向读者介绍了 66 条与我们的日



年轻人应该知道的**社交定律**

常生活与社交中息息相关的定律、效应和法则，教给你人际交往中的实用技巧，帮助你窥探复杂的人性心理，找到那把开启心锁的钥匙。

目 录

首因效应:不可忽视的第一印象	1
给人留下好的第一印象	1
珍惜第一次见面的机会	3
近因效应:近期印象很重要	4
利用近因效应,挽回不利让人喜欢你	4
维系感情的最佳纽带	7
以貌取人定律:人们会对容貌美的人更有好感	14
容貌美的人给人更有好感	10
人不可貌相,海水不可斗量	12
互惠定律:互利互助才能皆大欢喜	14
从别人那里得到好处后,我们感到有义务回报对方	14
生活中多注意礼尚往来	17
相似定律:因为对方和我们相似而喜欢对方	19
相似的人容易组成一体	19



年轻人应该知道的**社交定律**

善于寻找相似因素	21
互补定律:当别人和我们形成互补,我们会喜欢对方	23
取长补短的融洽	23
优势互补才能彼此互惠	25
相互吸引定律:我们通常喜欢那些也喜欢我们的人	27
喜欢引起喜欢	27
学会先去喜欢别人	29
皮格马利翁定律:期望与赞许能创造奇迹	31
用你的期望激发他的潜能	31
你期望什么,你就会得到什么	33
交往适度定律:不可在人际交往中过分投资	36
对人好也要有个“度”	36
对别人过好,会对我们不利	38
刺猬法则:人与人之间的交往最好保持适当的距离	41
调整交往的距离	41
疏者密之,密者疏之	44
邻里定律:邻近的人会对我们形成某种感染	44
和邻居搞好关系	44
邻里间交往原则	48



异性定律:两性在一起与同性在一起有很多不同	51
把握异性之间交往的“度”	51
男女交往好处多多	53
情感征服定律:情感有时比利益更能打动人心	55
多施恩泽,助人为乐	55
重视感情投资	57
情感与理性宣传定律:动之以情,晓之以理	59
巧用感情色彩的宣传	59
先动之以情,然后晓之以理	61
欧弗斯托原则:这样劝说才有效,认同先行,说服在后	63
争取对方的认同	63
了解别人的态度和观点	65
投射效应:为什么会“以小人之心度君子之腹”	67
尽量避免以自己的标准去判断他人	67
不要“以小人之心度君子之腹”	68
刻板效应:心存偏见有碍交际	71
防止戴有色眼镜看人	71
客观看待每一个人	73
晕轮效应:警惕人际交往中的“以偏概全”、“爱屋及乌”	75
巧妙地运用晕轮效应	75
心存偏见岂能识人知性	77



年轻人应该知道的**社交定律**

欲扬先抑定律:对别人先否定后肯定,最容易给人好感	79
先否定后肯定,能给人好感	79
用最坏的打算,带来意外的欣喜	81
杜利奥定律:敞开心扉,拥抱热情	83
拥有热情积极的心态	83
热情具有非常大的感染力	85
巴纳姆效应:正确认识你自己	88
“巴纳姆效应”对大众的影响	88
正确地认识自我	90
社会角色转换定律:扮演好自己的社会角色	93
注意角色关系的影响	93
交际中的角色关系	95
换位思考定律:设身处地理解别人能给人很大好感	97
从对方的立场来看事情	97
换位思考能化解矛盾	99
狄伦多定律:给自己和他人的面子	101
留人面子,获取他的感激心	101
人人都爱面子	103
宽容定律:对别人宽容,给自己快乐	107
宽容别人也就是宽容自己	107
不拿别人的过错来伤害自己	110



感恩定律:感恩让你的人生更丰盈	113
以感恩的心态对待他人	113
感恩之心,走向成功的第一步	115
 南风效应:与人为善,以柔克刚	 118
用温暖感化对方	118
多予人温暖,少给人严寒	120
 费斯诺定理:少说多听才是沟通高手	 122
倾听能帮助你思考	122
善于倾听别人的发言	124
 交际氛围定律:交际氛围的营造有利于交际的成功	 127
营造相应的气氛	127
怎样活跃社交气氛	128
 幽默定律:营造轻松和谐的人际氛围	 130
幽默是一种魅力	130
善用幽默的人受人喜爱	132
 登门槛效应:交往不要操之过急	 135
步步为营,得寸进尺	135
不要追求一步到位	136
 多看效应:运用多看效应,让他不知不觉喜欢你	 139
见面时间长,不如见面次数多	139
多找机会和他见面	141



年轻人应该知道的**社交定律**

自己人效应:自己人,一切好商量	143
用“自己人效应”传情达意	143
把他人放在心上	145
布朗定律:知道别人最在意什么	148
找到打开他人心锁的钥匙	148
“努力使人感到他的尊严”	151
投其所好定律:找到他人的兴趣和爱好	152
顾及对方的兴趣爱好	152
称赞对方的成就和得意之事	154
冷热水效应:学会调控他人的心理期待	156
运用冷热水效应去获得对方好评	156
运用冷热水效应去促使对方同意	158
运用冷热水效应去激起对方高兴	159
情绪定律:好情绪是人际交往的润滑剂	160
用理智来驾驭情绪	160
控制社交中的情绪波动	162
笑是一种愉快的情绪反应	163
情绪转移定律:别把坏情绪传染给他人	165
情绪是会传染人的	165
用健康的情绪去感染他人	167
赞美定律:人人都渴望得到赞美	170



恰当地赞美别人是必不可少的	170
赞美能激励他人和成就自我	172
波特定律:批评要适量,指摘太多只会招致反感	175
怎样使被批评者乐意接受意见	175
不要鲁莽地责备与批评别人	178
诚信定律:人无信则不立	179
“空头支票”开不得	179
做一个守信践约的人	182
真诚定律:每个人都愿和真诚的人做朋友	184
真诚的人,走到哪里都会受到欢迎	184
以真诚换取真诚	186
谎言定律:从善意的角度出发	189
善意的谎言是美丽的	189
善用谎言成人之美	192
谦虚定律:自负者目中无人,谦逊者目中无己	195
不要高高在上,目中无人	195
清高孤傲不可取	197
礼貌定律:礼貌是最高贵的心灵沟通	200
生活中不能没有礼貌	200
礼貌是高贵的心灵沟通	202



年轻人应该知道的**社交定律**

微笑定律:带来愉快与欢悦	205
真诚的微笑温暖人心	205
微笑的类型	208
身体语言定律:此时无声胜有声	210
通过眼神来传递信息	210
会读“脸语”辨析对方的内心玄机	213
名片效应:尽快促成人际关系的建立	216
运用“名片”,有效地对别人施加影响	216
学会交换名片	218
自我推销定律:让别人注意你	221
学会毛遂自荐	221
做好自我介绍	224
自我暴露定律:恰当的自我暴露是给人好感的前提	226
恰当的表露自己	226
不要总是躲在别人的身后	228
讨厌完美定律:完美的人不如有缺点的人可爱	230
有点缺点更有吸引力	230
不要过于苛求完美	232
自我示弱定律:创造一个宽松的环境	234
示弱是融洽人际关系的需要	234
适时以弱示人	236



自我批评定律:学会自己批评自己获得别人的原谅	238
自己先认错	238
与自己的缺点奋战	239
 特里法则:承认错误是一个人最大的力量源泉	 242
犯错之后正确地面对	242
要勇于承认自己的错误	244
 蝴蝶效应:从细微处识别他人的心思	 247
小事决定大事	247
抓住细节,用心观察	249
 马斯洛效应:满足他人的不同需求	 252
满足对方的心理需求	254
从语言中分析对方需要	257
 雪中送炭定律:在别人身处困境时助一臂之力	 260
雪中送炭最暖人心	260
伸出你的援助之手	262
 激将定律:学会恰当地刺激他人	 265
用语言激励人:使对方被动出手	265
不要上他人激将法的套	267
 暗示定律:以暗示含蓄的方式启示他人	 269
巧妙地使用心理暗示	269
委婉曲折地劝谏	272



年轻人应该知道的**社交定律**

比林定律: 说“不”是一种艺术,更是一种权利	274
不要不好意思说“不”	274
在生活中善于说“不”	276
非争论定律: 不作没有意义的争论	279
克服喜好争论的弱点	279
争吵会营造一种敌对的气氛	282
逆反效应: 越禁止越向往的偏激情绪	284
越是被禁止的行为,越能让人向往	284
超限效应: 物极必反,过犹不及	287
说得多,不如说得精	287
问得太多惹人烦	289
酒与污水定律: 近朱者赤,近墨者黑	291
近朱者赤,近墨者黑	291
要做好人,须寻好友	294



首因效应： 不可忽视的第一印象

初次交往，一定要注意给别人留下美好的印象。首先，要注重仪表风度，一般情况下人们都愿意同衣着干净整齐、落落大方的人接触和交往。其次，要注意言谈举止，不卑不亢，举止优雅，幽默大度，给人留下难以忘怀的印象。首因效应在人们的交往中起着非常微妙的作用，准确地把握它，就会给自己的事业营造良好的人际关系氛围。

给人留下好的第一印象

首因效应是指最初接触到的信息所形成的印象对人们以后的行为活动和评价的影响。人与人第一次交往中给人留下的印象，在对方的头脑中形成并占据着主导地位，这种效应即为首因效应。

“首因”也可以说是第一印象，一般指人们初次交往接触时各自对交往对象的直觉观察和归因判断。人际交往中，首因效应对人们交往印象的形成起着决定作用。

社会心理学研究证明，第一印象的形成往往要受认知者的情绪、特点以及认知情境的影响。

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。现实生活中，首因效应作用下形成的第一印象常常左右我们对他人的日后看法。因为第一印象一旦形成，就不容易改变。初次印



年轻人应该知道的社交定律

象是长期交往的基础,是取信于人的出发点。

当人们第一次与某物或某人相接触时会留下深刻印象。第一印象作用最强,持续的时间也长,比以后得到的信息对于事物整个印象产生的作用更强。

一位心理学家曾做过这样一个实验:他让两个学生都做对 30 道题中的一半,但是让学生 A 做对的题目尽量出现在前 15 题,而让学生 B 做对的题目尽量出现在后 15 道题,然后让一些被试者对两个学生进行评价:两相比较,谁更聪明一些? 结果发现,多数被试都认为学生 A 更聪明。

这个实验研究表明,外界信息输入大脑时的顺序,在决定认知效果的作用上是不容忽视的。最先输入的信息作用最大,最后输入的信息也起较大作用。大脑处理信息的这种特点是形成首因效应的内在原因。

首因效应是指人们根据最初获得的信息所形成的印象不易改变,甚至会左右对后来获得的新信息的解释。

我们在人际交往中,尤其是与别人的初次交往时,一定要注意给别人留下美好的印象。我们就可以充分利用它来帮助我们完成漂亮的自我推销:首先是面带微笑,这样可能获得热情、善良、友好、诚挚的印象;其次应使自己显得整洁,整洁容易留下严谨、自爱、有修养的第一印象,尽管这种印象并不准确,可对我们的推销总是有益处;第三使自己显得可爱可敬,这必须由我们的言谈、举止、礼仪等来完成;最后尽量发挥你的聪明才智,在对方的心中留下深刻的第一印象,这种印象会左右对方未来很长时间对你的判断。

第一印象很重要,但是我们不能凭着第一印象就评价一个人的长与短,我们要经过长时间的接触和观察。俗话说:“路遥知马力,日久见人心”,不要因为一时先入为主的印象影响了彼此的友谊。

在人力资源的招聘过程中,招聘人员应该注意首因效应对招聘效果的影响。因为如果只是根据面试开始的几分钟甚至是面试前从资料中得到的印象,就对应聘者做出了是否录用的决定或者评价,有可能把优秀的人才