

一个人不管有多聪明，多能干，家庭背景多么显赫，如果没有一点“心计”，是很难事业有成的。当一个人胸藏“心计”的时候，往往会发现到处柳暗花明、四通八达，不仅有路可走，而且有更好的路可供选择。


每天一堂 心计课

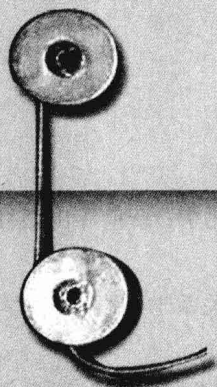
Meitian Yitang
Xinjike

若谷◎编著

心计 才对

我不是教你诈，是教你**看清世事**；是教你更技巧地坚守原则；是教你保护自己，且在风雨狂澜中，作个**中流砥柱**。
——刘墉

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS



每天一堂 心计课

若谷◎编著

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

每天一堂心计课 / 若谷编著. —北京: 新世界出版社, 2010. 12

ISBN 978-7-5104-1478-7

I. ①每… II. ①若… III. ①人际关系学: 社会心理学 - 通俗读物

IV. ①C912.1 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 232815 号

每天一堂心计课

作 者: 若 谷

责任编辑: 陈 玮

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街 24 号(100037)

发行部: (010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总编室: (010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

经销: 新华书店

开本: 787 × 1092 1/16

字数: 460 千字 印张: 21.5

版次: 2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-1478-7

定价: 39.80 元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010)6899 8638

前言

生活在现代社会,快节奏带来日益沉重的压力,人们面临着各种各样的苦恼和问题:工作事事不顺,每次提拔都没有自己;下属个个难管,经常各行其是,阳奉阴违;孩子不爱学习,总是顽皮淘气;婚姻岌岌可危,配偶仿佛越来越陌生;生意惨淡经营,每次谈判都铩羽而归……所有的烦恼汇聚到一起,经常让我们焦头烂额、疲惫不堪。结果,我们内心充满了迷茫和焦虑。

一个人不管有多聪明,多能干,家庭背景多么显赫,如果没有一点“心计”,没有一点“城府”,是很难事业有成的。当一个人胸藏“心计”的时候,往往会发现柳暗花明、四通八达,不仅有路可走,而且有更好的路可供选择。

有鉴于此,这本书应运而生,它讲述了工作、生活、社交等领域的各种心计,帮你解决人生中碰到的障碍。心计是一种认清现实、解决复杂问题的智谋和策略。《孙子兵法》云:“上兵伐谋,其次伐交,其次伐兵,其下攻城。”因此,在为人处世中,懂点心计,能使你破译别人的心灵密码,处理各种棘手的难题,从而在家庭和工作中左右逢源。

当然,“心计”不是与生俱来的,它需要我们后天不断摸索,需要我们认真观察生活,观察周围人群之间细腻复杂的关系,学习那些在各种社交场合如鱼得水之人的经验和教训。做到这些,相信每个人都能走出困境,迈向卓越的顶峰,成就一番伟业。

本书通过将所有的心计学要点和案例拆分成365天的编排方式,将全书分为22章,向读者介绍了心理定律、形象心计、处世心计、做人心计、交际口才、办事心计、说话心计、求人心计、识人心计、读心心计、职场心计、升职心计、管人心计、销售心计、谈判心计、生意心计、社交心计、恋爱心计、婚姻心计、教子心计、交友心计、应酬心计。综观本书,范围之广、涉猎之深、应用之强,在同类图书中前所未有的,是人际关系心理学的集大成者。其编排体例也是最便于读者理解和掌握的。

本书立足现实,取材于我们熟悉的生活,但又没有丝毫拘泥于世俗生活的痕迹,把各门各类的“心计”娓娓道来。就整体而言,本书具有鲜明的特色和独到的风格,略述如下:

第一,范围广泛,内容齐全。这本书自成系统,内容全面周到又不失精准深刻,囊括了做人、处世、说话、办事、读心、职场、销售、社交、婚恋、教子等方方面面,堪称一

本应有尽有的人生指南。

第二,体例新颖,结构合理。在本书中,每一节都分为两大部分:第一部分是“核心提示”,用简练的话语概括了该节的核心思想;第二部分是“理论指导”,讲授与该心计有关的理论要点、技巧秘笈和具体应用,其间不乏精彩的故事。

第三,案例经典,故事简练。本书穿插的案例都经过精挑细选,短小精悍又曲折跌宕。无论是语言凝练的小故事,还是讲解心计的经典实验,都能从独特的视角让你耳目一新。

第四,对症下药,实用性强。本书收录的心计具有很强的针对性,或者针对商场、职场中的困惑,或者切中教子的不足,或者针砭社交的时弊,或者点中生活中的烦恼,并且对症下药,开出了一剂剂灵丹妙方。

一言以蔽之,这本书集心计学之大全,是读者不可多得的精神食粮。一书在手,能够畅行无阻!

在本书的创作与编写过程中,曾经得到了陈玲、蒋先润、邱丽丽、刘行光、杨静云、俞滢荣、马云明等人的鼎力相助,在此一并表示衷心的感谢。

由于时间仓促,兼之水平有限,本书难免有不足和欠妥之处,敬请广大读者朋友批评指正!

目 录

第1篇 心理定律 1

- 第1天 边际效应：雪中送炭胜过锦上添花 2
- 第2天 古德曼定理：聆听比诉说更得人心 3
- 第3天 留白效应：给别人留下想象的空间 3
- 第4天 三明治效应：让批评变得更可口 4
- 第5天 酸葡萄心理：人们会贬损自己得不到的东西 5
- 第6天 欺软怕硬心理：软弱会让人得寸进尺 6
- 第7天 诱饵效应：螳螂捕蝉，黄雀在后 7
- 第8天 破窗效应：利用环境进行暗示 7
- 第9天 晕轮效应：认知难免以偏概全 8
- 第10天 对比效应：人人都有比较的心理 9
- 第11天 鸟笼逻辑：人们常屈服于惯性思维 10
- 第12天 自我求证心理：你的言谈举止泄露了你的秘密 11
- 第13天 焦点效应：每个人都以自己为中心 11
- 第14天 心理安慰：人们想让心理感到平衡 12
- 第15天 饥饿疗法：人们对得来不易之物会愈加珍惜 13
- 第16天 自尊原理：人人都希望自尊得到提升 14
- 第17天 过度自信：成也萧何，败也萧何 15
- ## 第2篇 形象心计 17
- 第18天 利用首因效应，在第一次见面时留下好印象 18
- 第19天 善用近因效应，让对方将不快变成好印象 18
- 第20天 形象包装可以迅速提升你的价值 19

- 第21天 让别人质疑，更容易脱颖而出 20
- 第22天 贴个标签会让别人刮目相看 21
- 第23天 与众不同的你，不鸣则已，一鸣惊人 21
- 第24天 适度矜持，抬高你的身价 22
- 第25天 出镜次数越多，被关注的机会越大 23
- 第26天 无论何时，都要让别人觉得你很忙 24
- 第27天 成为在某一方面不可或缺的人物 25
- 第28天 尽量成为最后一个发言的人 26
- ## 第3篇 处世心计 27
- 第29天 人无贵贱之分，却有价值高低 28
- 第30天 行骗就有迹可查，看谁还敢说谎 29
- 第31天 记住更多的名字，才能建立人脉 31
- 第32天 情感投资越多，收益就越大 31
- 第33天 助人要顾及对方的心理感受 32
- 第34天 积极献计献策，但不强求对方采纳 32
- 第35天 慰问对方的亲人，让其萌生亲近感 33
- 第36天 面对欺软怕硬者，你当寸步不让 34
- 第37天 对待与你作对的人，多找他商量 34
- 第38天 缺氧效应：不可对一个人太好 35
- 第39天 放人一马，则有望控人一生 36
- 第40天 竞争效应：斗争真的是人的天性吗 36
- ## 第4篇 做人心计 39
- 第41天 自嘲是摆脱窘境的一着妙招 40
- 第42天 示弱可以为你争取更多利益 41
- 第43天 宽容待人，他会感激你一生 42
- 第44天 主动为过失负责，总能得到原谅 43

- 第45天 若想心安理得地拒绝，就设法让对方拒绝你 43
- 第46天 让步要在明处，不能干吃哑巴亏 44
- 第47天 施加恩惠给那些让你难堪的人 45
- 第48天 赞美可以化对手为朋友 46
- 第49天 放弃“两头堵”的圆滑策略，坚守你的观点 46
- 第50天 点到但不点破，给对方留下面子 47
- 第51天 荐贤举能，帮人即是帮己 48
- 第52天 巧用“罪己术”，收买众人心 48
- 第5篇 办事心计 51**
- 第53天 赞美之后再赞美 52
- 第54天 及时的赞美更显诚意 52
- 第55天 将别人的缺点称赞为优点 53
- 第56天 没什么长处的人，就称赞其内在美 54
- 第57天 夸奖其附属优点，可避免过度赞美 54
- 第58天 一个拥抱比十句安慰的话更有力量 55
- 第59天 求同存异，正路不通就走侧路 56
- 第60天 如果怕被拒绝，干脆放大要求 56
- 第61天 棘手问题冷处理，不要强攻猛打 57
- 第62天 用事实打破流言，让流言止于智者 58
- 第63天 想摆脱骚扰，就要让对方更不舒服 58
- 第64天 反用谣言胜过极力否认 59
- 第65天 牢记互惠原理，让对方产生负疚感 59
- 第66天 让人做出承诺，产生言行一致的压力 60
- 第67天 打破常规，出奇制胜 61
- 第68天 从感情入手，打动对方改变看法 61
- 第69天 思维定势效应：用对方的经验影响对方的思维与行动 62
- 第70天 果断坚定的语气让对方无法拒绝 62
- 第6篇 说话心计 65**
- 第71天 从声音里听出对方的“弦外之音” 66
- 第72天 用否定提问来扭转被动局面 68

- 第73天 借他人之口，让对方说真话 68
- 第74天 尽量让对方多说，引导对方多说 69
- 第75天 声音是一面镜子，善用声音表现自我 70
- 第76天 以突然的沉默唤起对方的注意 71
- 第77天 自我嘲笑，可轻松搞好人际关系 72
- 第78天 主动请求惩罚，会得到对方宽恕 72
- 第79天 语义效应：字里行间隐藏着陷阱 73
- 第80天 故意说错话，探知对方真实的想法 74
- 第81天 恰当地发问，获得自己想要的信息 75
- 第82天 进一步追问，对方才会提修改意见 76
- 第83天 岔开话题，避开对方的锋芒 77
- 第7篇 求人心理 79**
- 第84天 以利益来唤起对方的关心 80
- 第85天 你拥有自信，别人才会相信你 80
- 第86天 幽默是人际关系的“最佳调料” 81
- 第87天 掌握社会认同原理，利用周围人的行为来影响别人 82
- 第88天 运用喜好原理赢得他人的好感 83
- 第89天 利用自己人心理，引起对方的喜欢 84
- 第90天 让权威引导对方的态度和行为 84
- 第91天 先给对方好处，让对方还以人情 85
- 第92天 关心对方的亲人，打动对方的心 85
- 第93天 告诉对方事情难办，激起其挑战欲 86
- 第94天 激发对方的同情心，触动其心灵的薄弱环节 87
- 第95天 重要效应：人人都想成为重要人物 87
- 第96天 互惠原理：每个人都不愿欠人情债 88
- 第97天 软缠硬磨，迫使对方让步 89
- 第8篇 识人心计 91**
- 第98天 口头禅体现出人的个性特征 92
- 第99天 从嘴部动作把握人的心理状态 94
- 第100天 从对方喜好的宠物可判断其个性 95
- 第101天 一个人的服饰是真实自我的外化 97

- 第 102 天 对颜色的偏好反映其性格 98
- 第 103 天 对食品的偏好反映其性格 101
- 第 104 天 权力面前，看他是否能自控 104
- 第 105 天 利益面前，看他是否清廉 104
- 第 106 天 危难面前，看他是否会忠诚 105
- 第 107 天 紧急期限，看他是否守信用 106
- 第 108 天 朝夕相处，看他是否懂得恭敬 106
- 第 109 天 咨询计谋，看他是否有学识 107
- 第 110 天 频繁使唤，看他是否有能力 108
- 第 111 天 盘根究底，看他是否机智 108
- 第 112 天 与异性打交道，看他（她）的能力与定力 109
- 第 113 天 竞争之中，态度改变反映其品行 111
- 第 114 天 饭局之中，暗含测试中的“三重门” 111

第 9 篇 读心心计 113

- 第 115 天 通过打电话的姿势洞悉人心 114
- 第 116 天 言语可以掩饰，眼睛无法假装 115
- 第 117 天 手是人内心震颤的传感器 116
- 第 118 天 腿和脚是最诚实的身体部位 118
- 第 119 天 酒后吐真言，心底愿望袒露无遗 119
- 第 120 天 闲聊宠物，可知对方性格特征 120
- 第 121 天 音乐是内心的声音 121
- 第 122 天 书籍潜移默化影响性格 123
- 第 123 天 编造相似故事，看他是否有所隐瞒 125
- 第 124 天 口误有可能是真实意图的表达 125
- 第 125 天 善意提醒你的人，可能来者不善 126
- 第 126 天 绝口不提他人是非者，胸有城府 127
- 第 127 天 以“老实说”为口头禅的人并不老实 128
- 第 128 天 极力赞美你的人往往有目的 129
- 第 129 天 一味强调事情难办，实际想让你感恩戴德 130
- 第 130 天 指控别人耍诡计的人，通常是玩心计的高手 130

第 10 篇 职场心计 133

- 第 131 天 让同事在交谈中表现得比你优越 134
- 第 132 天 背后说人好话，有事半功倍之效 135
- 第 133 天 故意激怒对方，让其暴露真面目 135
- 第 134 天 识破谎言，结合其行为做出判断 136
- 第 135 天 适度贬低自己，能相对捧高对方 137
- 第 136 天 反手正用：请求对方帮个小忙，可以激发对方的自尊心 138
- 第 137 天 坦率地认错，抱怨就不会升级 139
- 第 138 天 把不利信息尽早告诉对方 139
- 第 139 天 将你所期待的选择放在最后 140
- 第 140 天 利用从众心理，说服顽固的一方 140
- 第 141 天 委婉地说“不”，成功拒绝他人 141
- 第 142 天 过分赞美会加剧对方的防备心理 142
- 第 143 天 看到对方出丑，最好不露声色 143
- 第 144 天 提供建议给对方，让对方认为建议是他自己想出来的 144
- 第 145 天 制造共同假想敌，消除对方敌意 144
- 第 146 天 制造意外，刺激对方心生好奇 145
- 第 147 天 乐观成功理论：坏消息里也有希望的种子 146
- 第 148 天 面对夸夸其谈者，免开金口 146
- 第 149 天 别人挑衅的借口是最好的还击武器 147
- 第 150 天 啰唆一大串，不如简单一句话 148
- 第 151 天 别做老好人，谨防别人得寸进尺 148

第 11 篇 升职心计 151

- 第 152 天 聚会时坐在角落，领导会注意你 152
- 第 153 天 与领导保持适当距离，以表敬意 153
- 第 154 天 控制自己，面对诱惑不动声色 153
- 第 155 天 领导遭受挫折时，与其站在一起 154
- 第 156 天 提出忠告时，多“私下”少“当众” 155
- 第 157 天 替对方背黑锅，他会回报你更多 155
- 第 158 天 见面时间长，不如见面次数多 156

- 第 159 天 效仿对方的动作，引发他的好感 157
- 第 160 天 冷庙高香提前烧，自然有贵人帮 158
- 第 161 天 看到对方需要，了解对方观点 158
- 第 162 天 对于听惯奉承话的人，偶尔来个批评，让他对你刮目相看 159
- 第 163 天 读懂领导眼神，了解领导心思 160
- 第 164 天 向领导巧进言，忠言也可顺耳 161
- 第 165 天 自我表现要满足上司尊重需要 162
- 第 166 天 展现才华时，要消除上司的猜忌 163
- 第 167 天 与上司相处，要避免越权行为 163
- 第 168 天 低调行事，不让上司感到威胁 165
- 第 169 天 懂装不懂，不显得比上司突出 166
- 第 170 天 不要完全满足对方的需要，让你的地位始终不可替代 167

第 12 章 管人心计 169

- 第 171 天 给下属留面子，满足其自尊心 170
- 第 172 天 头衔虽然是虚的，却很能迷人 171
- 第 173 天 以建议代命令，员工将尽心尽力 171
- 第 174 天 正面强化，增强对方对你的好感 172
- 第 175 天 过望的回报会令对方冰释前嫌 173
- 第 176 天 为对方着想，对方才会为你着想 174
- 第 177 天 让自己的说辞显得“公正” 174
- 第 178 天 利用“心理除法”来激发“达到欲望” 175
- 第 179 天 看他说什么，比听他说什么重要 176
- 第 180 天 谆谆教导不如以身作则 177
- 第 181 天 根据工作性质，营造工作环境 178
- 第 182 天 通过询问，激发对方的参与意识 179
- 第 183 天 运用竞争意识，让对方主动改进 179
- 第 184 天 营造竞争氛围，激发工作热情 180
- 第 185 天 奖励优秀者，激励后进者 181
- 第 186 天 避免投机心理，让责任一目了然 182
- 第 187 天 沉默化解冲突，显示宽大胸怀 182
- 第 188 天 利用囚犯定律，考察合作意识 183

- 第 189 天 及时评价和奖惩，强化工作动机 184

第 13 章 用人心计 185

- 第 190 天 分享“名”，满足对方的“承认欲望” 186
- 第 191 天 赋予崇高目标，激发对方的热情与干劲 186
- 第 192 天 提高员工努力目标，挖掘其潜力 186
- 第 193 天 含蓄委婉比语气生硬赢得人心 187
- 第 194 天 善于在沟通中施加压力与动力 188
- 第 195 天 用鼓励代替批评，得到员工支持 189
- 第 196 天 掌握好临界距离，建立权威 189
- 第 197 天 让顽固不化的下属，去说服与其状况相似的第三者 190
- 第 198 天 抑制人性的弱点不如唤醒人性的优点 191
- 第 199 天 故意责骂一个，让其他的自省 192
- 第 200 天 阿伦森效应：逐渐增强的评价更易博得一个人的好感 192
- 第 201 天 反馈效应：无论是表扬还是批评，都要及时作出反馈 193
- 第 202 天 批评出于爱护而非怨恨才会有效 194
- 第 203 天 感情的力量最能打动人心 195
- 第 204 天 聆听可以让对方的不满得以宣泄 196
- 第 205 天 期望对方做什么，就赞扬他什么 197
- 第 206 天 巧用激将法，激励下属挑战困难 198
- 第 207 天 反复的话语可以改变对方的看法 198
- 第 208 天 破釜沉舟，迫使大家全力以赴 199

第 14 章 经营心计 201

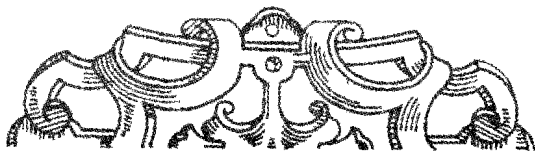
- 第 209 天 强调“最后机会”的人，多半想迫使你马上行动 202
- 第 210 天 一展笑颜，就胜过万语千言 203
- 第 211 天 以静制怒，别将问题转嫁于己 204
- 第 212 天 制造短缺假象，影响对方行为 204
- 第 213 天 缩小选择范围，让对方尽快决定 205
- 第 214 天 激起并满足对方需要，可左右逢源 206

- 第 215 天 缩短空间距离，拉近心理距离 207
- 第 216 天 封锁对方的信息来源，激发对方的兴趣与需求 208
- 第 217 天 用模糊的留言引发对方的好奇心 209
- 第 218 天 迎合从众心理，制造群龙之首 209
- 第 219 天 片面提示或两面提示，要因因人而异 210
- 第 220 天 利用禁果效应，吸引对方注意力 211
- 第 221 天 增加对方的心理负担，让对方不忍拒绝你 211
- 第 222 天 对比效应：货比三家就一定好吗 212
- 第 223 天 损失规避：人人都害怕失大于得 213
- 第 224 天 做主原则：人人都希望掌控形势 213
- 第 225 天 要对方选择乙，需强调甲的缺点 214
- 第 226 天 先说一系列的“不”，再说“是” 215
- 第 15 篇 谈判心计 217**
- 第 227 天 选择对方疲惫时说服，效果最佳 218
- 第 228 天 重复对方的话，显出你认真倾听 218
- 第 229 天 互惠原则：做出让步时要求回报 219
- 第 230 天 沉默战术：令对方在压力下就范 220
- 第 231 天 接种效应：将负面影响减至最小 220
- 第 232 天 单一诉求效应：集中一点式的强调可以加深人们的印象 221
- 第 233 天 使用精确数字能使对方更重视 222
- 第 234 天 图像比嘴会说话，故事比道理动听 223
- 第 235 天 从对方易于接受的问题入手 224
- 第 236 天 让对方疲惫不堪，动摇其判断力 225
- 第 237 天 巧妙利用最后期限，迫使对方就范 226
- 第 238 天 想多赢一点，开价时就夸张一点 226
- 第 239 天 一开始便以优厚的条件诱惑对方，再让对方接受其余的部分 227
- 第 240 天 利用熟悉的环境掌握主动权 228
- 第 241 天 利用心烦意乱的环境让对方丧失理性 228
- 第 242 天 善用你的视线，干扰对方的思想 229
- 第 243 天 锚定效应：起脚不远处即落脚点 229
- 第 244 天 假造竞争对手，令对方主动让步 230
- 第 245 天 故意激怒对方，让对方失去理智 231
- 第 246 天 假扮白脸与黑脸，让对方在软硬兼施的压力下妥协 232
- 第 247 天 预防接种效应：给对方留点儿准备的时间 233
- 第 248 天 购物清单法：目标分散可以隐藏自己的真实意图 233
- 第 16 篇 生意心计 235**
- 第 249 天 侧面效应：与人相处时的品质更可信 236
- 第 250 天 对于他人过分的行径，坚决反击 236
- 第 251 天 重复单一理由更能拒绝过分要求 237
- 第 252 天 对故意刁难你的人，直戳他死穴 238
- 第 253 天 出示证据比极力辩解更能帮你洗刷冤情 238
- 第 254 天 不按常理出牌会让对方惶恐不安 239
- 第 255 天 一旦遇人不淑，定要割袍断义 239
- 第 256 天 用意外动作暂停谈话，夺回话语权 240
- 第 257 天 利用自我一致性要求，让其就范 241
- 第 258 天 若不想帮忙，要回绝任何小请求 242
- 第 259 天 巧用移情效应，建立彼此的感情 242
- 第 260 天 让对方设身处地为你着想 243
- 第 261 天 交涉时，要比对方提前到场 243
- 第 262 天 暴露自己的弱点，麻痹松懈对方 244
- 第 263 天 只需静静地倾听，便可折服对方 245
- 第 264 天 制造利益冲突，为自己扫除地雷 245
- 第 265 天 让对方接受你的建议，只需告之拒绝建议的不良后果 246
- 第 266 天 提供额外利益，促使对方行动 247
- 第 267 天 相互信任是双方合作的前提 248
- 第 268 天 以退为进策略：以退为进成大事 249
- 第 17 篇 社交心计 251**
- 第 269 天 该糊涂时装糊涂，该明白时真明

- 白 252
- 第 270 天 留意细微处，识别对方的情绪 253
- 第 271 天 情感效应：人的决定受感情影响 254
- 第 272 天 皮格马利翁效应：期许与赞美能使白痴变天才 255
- 第 273 天 赞美具体化，会收到更好的效果 256
- 第 274 天 人人都想结交对自己有用之人 257
- 第 275 天 吃亏是福，吃小亏占大便宜 258
- 第 276 天 人质策略：让对方被软性套牢 259
- 第 277 天 若要人追随你，就要给他自信 260
- 第 278 天 进入对方的个人空间，控制对方 260
- 第 279 天 意外的反应会让对方处于被动 261
- 第 280 天 冷静能够挫败任何愤怒的对手 262
- 第 281 天 冷热水效应：提出高要求更易达到目的 262
- 第 282 天 “黑脸—白脸”战术：软硬兼施，刚柔并用 263
- 第 283 天 巧用购物清单，隐藏真实意图 263
- 第 284 天 反其道而行之，颠三倒四的表达更见奇效 264
- 第 285 天 在人家屋檐下，就要学会低头走路 265
- 第 286 天 你的神态举止会透露心理信息 265
- 第 287 天 使用肢体语言，让表达富有成效 266
- 第 18 篇 恋爱心计 269
- 第 288 天 吊桥效应：恐怖心理让对方产生好感 270
- 第 289 天 刺猬法则：和恋人保持适当距离 270
- 第 290 天 杜利奥定理：热情是最大的动力 271
- 第 291 天 晕轮效应：恋人优秀证明自己更有魅力 272
- 第 292 天 诱饵效应：美女不败，帅哥无敌 272
- 第 293 天 门槛效应：要求应由小到大 273
- 第 294 天 竞争效应：用第三者激发竞争意识 274
- 第 295 天 摆谱能增加你的分量 275

- 第 296 天 多看效应：见面次数多产生好感 275
- 第 297 天 暴露缺点效应：暴露缺点更容易让别人喜欢上自己 276
- 第 298 天 引入不确定性元素，让激情再燃 277
- 第 299 天 禁果效应：爱情遇阻反而会增强 278
- 第 300 天 恋爱补偿效应：人们容易喜欢上喜欢自己的人 278
- 第 301 天 契可尼效应：初恋令人难以忘怀 279
- 第 302 天 互悦机制：你喜欢他，他喜欢你 280
- 第 19 篇 婚姻心计 281
- 第 303 天 互补心理：形成夫妻间的和谐 282
- 第 304 天 幸福递减：别让日子磨掉幸福 282
- 第 305 天 亲和效应：像磁铁一样吸引对方 283
- 第 306 天 留面子效应：人前给对方面子 284
- 第 307 天 避雷针效应：大事化小，不要让矛盾升级 284
- 第 308 天 马斯洛理论：夫妻间也需要尊重 285
- 第 309 天 木桶定律：取长补短让家庭和谐 286
- 第 310 天 临界点效应：跨越临界点，克服困难 286
- 第 311 天 横山法则：遇事冷静，有自制力 287
- 第 312 天 反馈效应：凡事商量，及时反馈 288
- 第 313 天 麦穗原理：追求完美是不现实的 288
- 第 314 天 鸡尾酒会效应：敏感易造成误会 289
- 第 315 天 马赫带现象：爱情中的人不如旁观者清醒 290
- 第 20 篇 教子心计 291
- 第 316 天 罗森塔尔效应：天才是夸出来的 292
- 第 317 天 贴标签效应：多贴激励标签 292
- 第 318 天 增减效应：先贬后褒保护积极性 293
- 第 319 天 超限效应：批评不能超过限度 294
- 第 320 天 德西效应：激发学习的内在动机 295
- 第 321 天 南风法则：以柔克刚，以弱胜强 295
- 第 322 天 延迟满足：最大限度发挥孩子潜能 296
- 第 323 天 吊胃口效应：激起孩子的求知欲 297

- 第 324 天 淬火效应：让孩子百炼成钢 297
- 第 325 天 跳蚤效应：突破自我设定的界限 298
- 第 326 天 吉格勒定理：成功离不开勤奋与汗水 299
- 第 327 天 皮尔斯定理：培养孩子谦虚好问的习惯 299
- 第 328 天 墨菲定律：教育孩子在错误中汲取教训 300
- 第 329 天 狐狸法则：培养孩子的独立性 301
- 第 330 天 蓝柏格定理：将压力化为动力 302
- 第 331 天 飞镖实验：给孩子更多的思考空间 302
- 第 332 天 史提尔定律：培养孩子合作精神 303
- 第 333 天 亚瑟尔现象：让孩子树立永恒的人生信念 304
- 第 21 篇 交友心计 305**
- 第 334 天 “愚钝”一点儿，更招人喜欢 306
- 第 335 天 不要揭穿对方善意的谎言 306
- 第 336 天 善用对方优点，包容对方缺点 307
- 第 337 天 真诚地关心别人，能赢得很多朋友 307
- 第 338 天 平等而友善地对待身边的每一个人 308
- 第 339 天 吐露隐私，令对方产生亲切感 309
- 第 340 天 保持神秘感，增加对方的持久兴趣 310
- 第 341 天 懂得知恩图报，别让关系一次用完 310
- 第 342 天 关心对方的工作，帮助对方成功 311
- 第 343 天 将朋友的人脉纳入你的人情账户 312
- 第 344 天 乘虚而入，在他心灵受伤时出现 313
- 第 345 天 建立人脉档案，常常翻阅时时更新 314
- 第 346 天 要他人如何待你，你就要如何待人 315
- 第 347 天 故意犯点小错误，将对方的警戒心化为安全感 315
- 第 348 天 诉说辛酸事，化被嫉妒为被同情 316
- 第 349 天 帮助与接受帮助都要适当 317
- 第 350 天 对方有缺点，要婉转地为其掩饰 318
- 第 22 篇 应酬心计 319**
- 第 351 天 对有的人来说，面子重于生命 320
- 第 352 天 从付款埋单探知金钱观与人品 320
- 第 353 天 曼狄诺定律：微笑可以带来黄金 321
- 第 354 天 善于倾听是赢得对方好感的关键 322
- 第 355 天 没有沉默，一切交流都无法进行 323
- 第 356 天 表现出卑下姿态，消除对方的反感 324
- 第 357 天 表达心中的感激是一种奖励 324
- 第 358 天 感情账户：人们心里有一本存折 325
- 第 359 天 即使等对方很久，也要笑意盈盈 326
- 第 360 天 失意人面前勿提得意事 327
- 第 361 天 对不同性格之人，用不同应对之策 327
- 第 362 天 换位思考：拉近彼此的距离 329
- 第 363 天 面对谣言不辩解，谣言不攻自破 330
- 第 364 天 实力不可尽显，以免遭来麻烦 331
- 第 365 天 以第三方为托词，委婉提出自己的反对建议 332



／ 第1篇 心理定律 ／



- ◆ 第1天 边际效应：雪中送炭胜过锦上添花
- ◆ 第2天 古德曼定理：聆听比诉说更得人心
- ◆ 第3天 留白效应：给别人留下想象的空间
- ◆ 第4天 三明治效应：让批评变得更可口
- ◆ 第5天 酸葡萄心理：人们会贬损自己得不到的东西
- ◆ 第6天 欺软怕硬心理：软弱会让人得寸进尺
- ◆ 第7天 诱饵效应：螳螂捕蝉，黄雀在后
- ◆ 第8天 破窗效应：利用环境进行暗示
- ◆ 第9天 晕轮效应：认知难免以偏概全
- ◆ 第10天 对比效应：人人都有比较的心理
- ◆ 第11天 鸟笼逻辑：人们常屈服于惯性思维
- ◆ 第12天 自我求证心理：你的言谈举止泄露了你的秘密
- ◆ 第13天 焦点效应：每个人都以自己为中心
- ◆ 第14天 心理安慰：人们想让心理感到平衡
- ◆ 第15天 饥饿疗法：人们对得来不易之物会愈加珍惜
- ◆ 第16天 自尊原理：人人都希望自尊得到提升
- ◆ 第17天 过度自信：成也萧何，败也萧何



第1天 边际效应：雪中送炭胜过锦上添花

核心提示

边际效应揭示了心理学的一个方面。锦上添花固然不错，但其效果远远比不上雪中送炭。聪明的人会做些雪中送炭的事情，这样的帮助或关爱足以让人刻骨铭心。

理论指导

心理学家曾做过一个实验：他们找到一个饥肠辘辘的人，无偿给他一个面包充饥，并让他给这个面包打分。无论这个面包是椰蓉的还是奶油的，是新出炉的还是昨天烤的，这个人立刻会给这个雪中送炭的面包打上高分。接下来，心理学家开始送给这个人更多的面包，并且让这个人逐一评分。实验证明，这个人给后来的面包评分时，打出的分数越来越低。

你可能觉得不可思议，白白地得到面包还不是越多越好啊？现在让我们仔细分析一下：这个饥饿的人得到第一块面包，立刻吃了下去，觉得这块面包真是美味无比。他得到第二块面包时，同样吃了下去。这时候，他差不多吃饱了。他得到第三块面包时，还是吃了下去，然后觉得很撑。他得到第四块面包时，可能会想：我吃不下了，但是没关系，我可以带回去吃。他得到第五块、第六块时，同样想着可以把面包带回去……当面前有了一大堆面包时，他开始发愁了，这么多面包怎么带回去呢？因此，他给每块面包打出的分数，自然是越来越低，到最后，几乎成了零。

从第一块面包开始，“下一块”面包

带给这个人的满足感逐渐递减，这就是边际递减效应。在经济学上，边际效应指消费者在逐次增加一个单位消费品的时候，获得的单位效用是逐渐递减的。在社会学上，这一现象叫“剥夺与满足命题”，是由霍曼斯提出来的。更为学术的表达是：“某人在近期内重复获得相同报酬的次数越多，那么，这一报酬的追加部分对他的价值就越小。”

边际效应告诉我们，我们对物品价值的认识不是来源于物品本身，而是通过使自己的需求、欲望等得到满足的程度来主观地体验的。消费或享用同样的东西带给我们的满足感和效用，会随着边界的变化而变化，越到最后，效用越小。

在为人处世中，边际效应大有用武之地。我们知道了边际效应，就会发挥它的威力。有两个人，和你的关系都是一样的，没有远近亲疏之分。一个衣不蔽体，瑟瑟发抖；一个穿着貂皮大衣，一点儿都不觉得冷。你想把自己的火炉送给两人中的一个，那么你会选择谁呢？相信大多数人都会选择那个瑟瑟发抖的人。因为他冷得厉害，更加需要火炉。这时你给他一个火炉，他会满心感激你，对你的帮助铭记在心。如果你给另一个不觉得冷的人送去火炉，他心中的感激一定没有那么深，说不定还会觉得火炉污染环境呢！

帮助、关爱、赏识要选择时机，都不能廉价。我们平时应该帮助那些亟须帮助的人，关爱那些备受冷落的人。明智的人宁愿雪中送炭，也不愿锦上添花。有的人身居高位，听惯了阿谀奉承，周围的人巴结他都来不及。此时，假如你送他一束

花，他肯定觉得稀松平常。一旦他退休了，顿时门前冷落车马稀。这时候你送过

去一束花，备受冷落的他多半会感慨万千，心想真是日久见人心啊！

第2天 古德曼定理：聆听比诉说更得人心

核心提示

在社交中游刃有余的人并不是说话滔滔不绝的人，而是那些善于聆听的人。即使你不同意对方的观点，也要认真地听对方把话说完，体会他重点表达的观点或想法，这样有利于达成共识，赢得人心。

理论指导

美国加州大学的心理学教授古德曼提出了一个定理：没有沉默就没有沟通。这条定理被称为古德曼定理。

沉默在交流中起着举足轻重的作用。在社交中，所向披靡的绝对不是喋喋不休的人，而是那些更懂得聆听技巧的人。

我们生了一张嘴巴、两只耳朵，说明上天要我们少说多听。善于聆听才是一个社交高手，当你将聆听的技巧运用自如的时候，沉默便胜过万语千言。

在与别人进行交流的过程中，会聆听就等于成功了一半。在交流的时候，要把注意力集中在对方身上，这样才能更好地观察对方的肢体语言，洞察对方的心思。

最好不要和对方抢话，应该鼓励对方多开口，因为人们都喜欢受到别人的重视，也愿意把自己的成功经历和经验告诉别人。此外，对方表达了自己的观点，你会有更多的机会去思考，等你说话的时候，就掌握了双方意见的一致之处。如果你耐心地聆听对方说话，那么对于你的意见，对方也更愿意采纳。

聆听别人讲话的时候，你的想法或态度会通过一些细节表现出来。比如，你反应冷漠，表现出漫不经心的样子，对方就会明白你的态度，便不愿意敞开心扉。相反，如果你微笑和蔼、身体稍微前倾、平视对方，这说明你对他的发言很感兴趣，想了解他的观点，那么对方就会受到鼓舞，对你说出真心话。

善于聆听的人不会轻易打断对方的讲话。尽管他或许想换个话题，想修正对方的观点，他也会微笑着听别人把话说完，然后再说出自己的观点，或者巧妙地转移话题。会聆听还要作出适当的反应，并不是人云亦云，而是找出对方的关键词，并重复其观点，必要时还应作些变通。

第3天 留白效应：给别人留下想象的空间

核心提示

留白效应的作用不容忽视，在谈话时，给别人留下想象的余地和空间，会起到意想不到的效果。

理论指导

在中国山水画中，有一种技法叫留白，就是在整个画面中，并不画满，而是留下一些空白，给人以想象的空间和余地。留白手法是一种智慧，它体现了有无

相生、以无胜有的奥秘。如果将留白手法运用到人际关系中，就是为人处世的一种智慧。

心理实验表明，在相互交流的过程中，适当地留一些空白，会取得良好的效果，这就是留白效应。

学生犯了错误，老师找学生谈话的时候，经常娴熟地运用留白效应。针对学生的缺点，老师在谈话中会点到为止，并不说全说透，而是让学生自己去揣摩和思考。因为老师尊重学生，愿意做学生的知心朋友，学生也有时机去感悟，所以学生

的逆反心理就会减弱，甚至会消失。

下属产生了不良情绪，领导在做其思想工作时，不妨说半句留半句，给下属留下思考的空间。有了想象的余地，下属会考虑得更全面，会发现自己原来的散漫与任性。这说明，如果能合理地运用留白效应，会收到事半功倍的效果。

在恋人、夫妻、同事、朋友间谈话时，都可以发挥留白效应的作用。懂得了这一技巧，你处理各种事情时，就会感到得心应手。

第4天 三明治效应：让批评变得更可口

核心提示

智者在批评别人时，会先表扬，再指出别人的缺点和不足，最后再给予鼓励和支持。这种方式像三明治一样，不但激发了别人的上进心，还收到了理想的效果。

理论指导

人们在批评别人的时候，经常把批评的内容夹在两个表扬之中，就是先表扬，再批评，然后再表扬；受批评者也比较愿意接受表扬—批评—表扬的方式，这种现象就是三明治效应。

仔细分析一下，这种现象就像三明治一样，分为三层：第一层是表扬，代表欣赏、认同、肯定对方的优点、长处或积极面；第二层夹杂着建议、批评、指责等观点；第三层代表着支持、帮助、期望、信任、鼓励等正面的观点，让人听了绝对不会垂头丧气、士气低落。这种批评方式不仅保护了受批评者的自尊和自信，还使对方认识到自己的缺点和不足，积极地接受

批评，并且下定决心改正错误。

三明治效应为何威力十足呢？

首先，三明治的第一层能够消除对方的防卫心态，使受批评者乐于接受批评。一开始就说些表扬、赞美的话，会营造良好的沟通氛围，让对方消除戒备的心理，从而能静下心来进行交谈。这样一来，对方也更容易听进别人的看法和建议。如果你张口就是批评的话，语气严厉，批评直接，那么对方将很难承受。为了保护自已，对方必然会像条件反射一样产生防御反应。一旦他有了防卫的意识，就更难听取别人的批评，即使这种批评是正确的。

其次，三明治的最后一层能消除对方的后顾之忧。有些人经常对别人批评批评再批评，即使批评结束了，受批评者仍然心有余悸，不知道自己是在受批评还是在受惩罚。因此，受批评者经常惴惴不安，担心接下来还会有狂风暴雨。三明治的最后一层是鼓励、希望、信任和支持，相当于给对方吃了一颗定心丸，使受批评者精

神振奋，信心倍增。

再次，三明治批评法以对方容易接受的方式指出了问题，给对方留了足够的面子，而且不会留下后遗症。批评不是目的，而是一种手段，我们之所以对人进行批评，是为了让对方改正错误。三明治批评法不但没有伤害对方的自尊，还激发了对方向善的信心，维护了受批评者的积极性。

周雅君、赵玉和上班都迟到了半个小时。

张经理看到周雅君迟到了，就说道：“周雅君，你一向表现得挺不错。最近怎么迟到了三次？你身体不舒服吗？如果有病就要及时去医院治疗。迟到按规定要扣工资的，谁都不能例外，我想你不会无缘

无故地迟到。假如你家里有什么事情，你可以跟我打个招呼，我们大家都会帮助你的。周雅君，你很有前途的，好好干吧！”周雅君听了张经理的话，既羞愧又感动，以后再也没有迟到。

王经理见到赵玉和迟到了半个小时，开口说道：“赵玉和，你睁开眼睛看看，现在几点了？我可不管你是什么原因迟到的，迟到就要扣工资！这段时间你已经迟到三次了！你是不是不想干了？不愿意干就走人！”赵玉和听了王经理的话，觉得很没面子，半个月后真的递交了辞呈。

两相对比，我们就能发现三明治批评法的高明，张经理的批评非常可口，更易于接受，而且效果颇佳。因此，在社交场合，我们不妨多发挥三明治效应。

第5天 酸葡萄心理：人们会贬损自己得不到的东西

核心提示

酸葡萄心理，是指人们因为自己真正的需求无法得到满足而产生挫折感时，为了解除内心的不安，会编造一些“理由”来自我安慰。在日常人际交往中，当一个人表现出酸葡萄心理时，他此刻更需要一种认同感。

理论指导

《伊索寓言》中记载了这样一则家喻户晓的故事。

有一只狐狸已经两天没有找到食物了，它又饿又渴。忽然，它看见远处院子里的架子上挂满了一串串的葡萄，于是它急忙跑了过去。

又圆又大的葡萄挂满了整个架子，狐狸迫不及待地跳起来用爪子去抓，可是架

子太高了，怎么抓也抓不到。

狐狸急得围着葡萄架转来转去，不过什么办法也没想到，只好无可奈何地走了。它边走边回头望，还不停地安慰自己说：“那葡萄没有熟，很酸，肯定不好吃。”

在西方，这个故事被引入了词典，短语 *sour grapes*（酸葡萄心理）就来自于此，意思是得不到的就说不好。后来，心理学也借用了这个术语，用来解释人类心理防卫的一种机制——合理化的自我安慰，即是指人们因为自己真正的需求无法得到满足而产生挫折感时，为了解除内心的不安，会编造一些“理由”来自我安慰，以消除紧张，减轻压力，使自己从不满、不安等消极心理状态中解脱出来，保护自己免受伤害。

在日常生活中，我们时常需要这种酸