

欲控其人，先驭其心，把影响力最大化



掌控人性

的弱点

洞察社交心理规律，对人性的现代解码

ZHANGKONG

RENXIN DE RUODIAN



新世界出版社
NEW WORLD PRESS



掌控人性

ZHANGKONG
RENXIN DE RUODIAN



林染◎编著

图书在版编目(CIP)数据

掌控人性的弱点 / 林染编著. —北京: 新世界出版社, 2011. 3

ISBN 978 - 7 - 5104 - 1644 - 6

I. ①掌… II. ①林… III. ①个性心理学—通俗读物
IV. ①B848 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 017475 号

掌控人性的弱点

策划: 九歌

作者: 林染

责任编辑: 闫红

封面设计: 彩奇风

出版发行: 新世界出版社

社址: 北京市西城区百万庄大街 24 号(100037)

总编室: +861068995424 68326679(传真)

发行部: +86106899596 68998733(传真)

网址: <http://www.nwp.cn>(中文)

<http://www.newworld-press.com>(英文)

版权部电话: +861068996306 frank@nwp.com.cn

印刷: 三河市祥达印装厂

经销: 新华书店

开本: 787 × 1092 1/16

字数: 190 千字 印张: 17

版次: 2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5104 - 1644 - 6

定价: 29.80 元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换



对他人的心理影响最大化

人与人之间的关系是世上最复杂的关系。你是否曾因无力说服别人而束手无策？是否曾被别人牵着鼻子走而浑然不觉？面对纷纷扰扰的人际关系，你苦闷困惑？

本杰明·富兰克林说：“成功的第一要素是懂得如何搞好人际关系。”也就是说，一个人在社会上行走，要想达到无往不胜，必须先学会处理人际关系。尤其是当今社会，社会发展的速度越来越快，人际交往越来越频繁，如果我们不了解人性的复杂及其根源，不能洞察人的心理，处理不好人际关系，我们就可能举步维艰，难以成功。

那么，怎样才能在人际关系中左右逢源，如鱼得水呢？本书最大的特点是把现代心理学的知识引入到实际的人际交往领域。可能有人认为，交际是交际，心理是心理，两者似乎没有交集。但实际上并非如此，交际和心理两者之间存在着千丝万缕的，而且是非常重要的联系。心理学的实用价值有两个最重要的作用，一是调节自己的心理，二是掌控他人的心理。爬山要懂山性，游泳要懂水性，成功要懂人性。俗语虽说“知人知面难知心”，但心理学认为，人性中许多本质是共通的，并且存在着一定的规律。参透众多表面现象，洞察内心复杂规律，进而再根据每个人的特有性格，就可以借助各种言行、动作和心理控制对方，掌控人际交往的主动权。

在人生中，有两种办法可以得到你一生中想要的东西。其一，自己给自己做事，自我奋斗，自给自足。其二，使用心理说服、引导他人去做事。完全靠自己努力的人受限于自己的能力，比起事必躬亲，具有掌控他人的能力就能让你

分身有术,让你事半功倍。让人们乐于尽力,这是掌控人心的最高目的。而真正做到这一点却绝非易事。没有人甘居人下,愿受他人指使。况且人的心理更是千差万别,如果没有现代的心理学知识,没有具体实用的方式和方法,就无法使人畏服。其实,“欲控其人,先驭其心”,真正能够让他人产生服从行为的是一种心理上的力量,有技巧地运用不露痕迹的心理战术,展开心理攻势,你都能够轻易地让他们信服你。自然就能让对方听从“指令”行动起来,积极地配合你展开工作了。

本书以现代心理学的知识为依托,以心理分析为突破口,以生动而又不失现实意义的案例为说明,阐述了 15 个充满趣味与智慧的心理学效应,让你了解人性的复杂及其规律,学会如何洞察人的心理,懂得如何建立威信、施与影响,进而掌控你周围的人,对他人的心理影响最大化。



目录

一、互惠效应——让他人心悦诚服的心理策略

当一个人有恩于他人时，他人会想方设法地回报这份人情欠下的感情债，这种感情能够影响他人做原本不想做，或者不喜欢做的事。

——心理学笔记

你为对方着想，对方才会为你着想	003
晴天留“人情”，雨天好“借伞”	005
口渴以后再送水	007
把别人的事当做自己的事	009

二、自重效应——用最小的代价换取他人的认同

如果一个人觉得自己受到对方的尊重，他肯定会变得宽容、友好，易于合作。相反，当一个人的自尊心受打击，他就会变得像刺猬一样充满敌意。

——心理学笔记

渴求被人重视的欲望	015
人人都希望得到他人的尊重	017
人要脸，树要皮	019
给足他人的“面子”	021
让你的主意姓他的姓	025
揭开“伤疤”绝非易事	029

三、赞美效应——以最快的方式打动人心

每个人都暗暗为自己的优点得意，希望别人注意和赞美自己的优点。拣别人爱听的、想听的话说，迎合他的虚荣心，自然可博得对方的欢心。

——心理学笔记

“高帽子”人人都爱戴	035
------------------	-----

赞美,真实可信才能生效	037
恭维他最在乎的事情	040
赞美越具体越有效	042
“背后鞠躬”胜过当面赞美	045
从否定到肯定的评价	047
有新意的赞美更能打动人	049

四、标签效应——让他朝你指定的那个方向跑

当我们为一个人贴上“标签”，让他相信自己具有某些美好特质时，他就会努力让自己符合这个标签形象。

——心理学笔记

给对方贴上一个“标签”	055
让人负有重大使命感	057
能力在赞美声中成长	059
给一个堂而皇之的头衔	063
给对方设定一个“美好远景”	066

五、逃避痛苦效应——巧妙地给对手施加压力

人永远在追求快乐,永远在逃避痛苦。而人逃避痛苦的力量,要大于追求快乐的力量。

——心理学笔记

人所有动机是为了追求快乐,逃避痛苦	073
唯一令我们痛苦的,是痛苦本身	074
恐惧,使人缺少安全感	076
以弱充强,影响他人心理	078
应该利用恐惧,而非恐惧	083

六、路径依赖效应——让他人按照“惯性”去做事

每个人都会有习惯性的思维定势,这种思维定势一旦形成,便会呈现出一种惯性,只要某种现象一出现,就会自然而然地顺着过去的习惯去思考,得出结论,最终付诸行动。

——心理学笔记

天下第一难事	089
--------------	-----

突破惯性思维的束缚	093
习惯成自然的“路径依赖”	095
“鸟笼必定用于养鸟”	097
凡事都有另一种可能	099

七、从众效应——影响他人做原本不想做的事

从众就是“随大流”。可以表现为在临时的特定情境中对占优势的行为方式的采纳，也可以表现为长期性的对占优势的观念与行为方式的接受。

——心理学笔记

别人怎样做,我也怎样做	105
以“从众”来获取安全感	108
“上帝”往往喜欢跟着“名人”走	111
借助权威的力量	114
拉一面大旗作虎皮	116
让第三者来当“证人”	120

八、禁果效应——让他人渴望为你效力

罗密欧与朱丽叶，两家是世仇，两家的子女谈恋爱更是被严令禁止的，而这种禁止却成了他们爱情的强大助力。因此，“禁果效应”也被称为“罗密欧与朱丽叶效应”。

——心理学笔记

“得不到的就是最好的”	127
逆反心理是对自我价值的保护	128
请将还不如激将	131
物以稀为贵	135
“机不可失,时不再来”	138

九、冷热水效应——无压力地影响他人的认知

人们在判断事物时，潜意识中都要进行相互比较。影响对方就是影响对方的选择过程，也是对方心理渐变的过程。

——心理学笔记

人在判断事物时的心理误差	143
“登门槛效应”的心理影响	146

取法其上,适得其中	148
退一步,才能进一步	150
先大后小的心理影响	153
选择越少,可以越快做出决定	157
“二选一”将复杂变得简单	160

十、迂回效应——说服难以说服的人

英国思想家培根说过:“交谈时的含蓄与得体,比口若悬河更可贵。”同一种内容,可有多种形式,同样意思的话,可有多种说法。

——心理学笔记

“兜个圈子”表明态度	165
换个角度,别有洞天	169
颠覆既定习惯,正话反说	174

十一、催眠效应——让他人按照你的心意去办事

催眠是一种古老而又年轻的心理治疗方法,同时,催眠还是一门沟通的艺术。

——心理学笔记

催眠有一种神秘的力量	179
用语言进行催眠的艺术	181
话说在明处,意藏在暗处	185
巧用“暗示”打开人的心理壁垒	189
话里有话,擅传言外之意	191

十二、相似效应——让人际关系更加生动活泼

人都喜欢像自己的人,越和我们相似的人,彼此之间的亲和力就越强,所谓的“人以类聚”就是这个道理。

——心理学笔记

因为相似,进而喜欢你信赖你	197
从彼此相似的地方开始	198
与对方心理产生共鸣	202
强调彼此一致的共同点	205

十三、恩威效应——掌握难以掌握的人

怎样让对方表现出你想要的、积极的那一面呢?可以利用人的多面性及其内部的矛盾性,让他人展现出积极的一面,积极地与你合作。

——心理学笔记

“大棒子”要硬,“胡萝卜”要甜	211
红脸白脸,软硬兼施	214
露一丑,遮百丑	217
把“短处”变为“长处”	219
人的弱点就是人的“把柄”	221

十四、数字效应——用数字来让他人信服

越简单的东西,越有着不可思议的力量。古希腊哲学家、数学家毕达格拉斯相信,数字具有心理上的意义,可以揭露万事万物背后的真理。

——心理学笔记

数字对心理的神秘力量	229
数字是最形象的说服	234
利用数字的心理操纵	237
数字背后的“参照效应”	242
广告语中数字的意义	245

十五、刺猬效应——不必说话也能让人明白

人的交际活动,总是在一定的场合中进行的。有些交际场合,一经人的着意选择与设计,便形成了特定的情境。

——心理学笔记

空间是交际的特殊语言	251
从心理上拉近人与人之间的关系	254
弦外音、画外意	257
颜色也能影响人的心绪	259

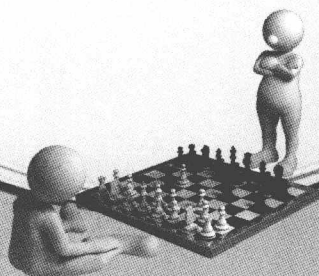


一、互惠效应

让他人心悦诚服的心理策略

当一个人有恩于他人时，他人会想方设法地回报这份人情欠下的感情债，这种感情能够影响他人做原本不想做，或者不喜欢做的事。

——心理学笔记





你为对方着想，对方才会为你着想

当你为了得到他人的支持而费尽心思时，不妨学会先给予对方所需，然后再向其索取你想要的东西，这时效果往往会事半功倍。

心理学上有个互惠效应——当人们给予别人好处后，别人心中会有负疚感，并且希望能够通过同一方式或者其他方式偿还这份人情。

1985年9月19日，墨西哥发生了里氏8.1级地震，地震给墨西哥造成了重大损失。为了帮助墨西哥地震中的受难者，当时并不富裕的埃塞俄比亚红十字会向墨西哥捐出了5000万美元。这让很多人感到震惊。但是对于那些知情人士而言，这却是情理之中的事情。据一位新闻记者透漏，1935年埃塞俄比亚抗击意大利卫国战争时，墨西哥曾给埃塞俄比亚提供过巨大的帮助，所以当墨西哥在50年后发生地震时，埃塞俄比亚毫不犹豫地做出了这样的回报。

埃塞俄比亚与墨西哥之间这种互帮互助的互惠现象，不仅拉近了两国间的距离，还增进了彼此的友好关系。

不仅国家与国家之间受着互惠原则的影响，任何人做任何事情都会受到此原则的影响。人大都会帮助那些曾经帮助过自己的人，为那些曾经给予过自己的人效力。

也许有人提出疑问，为什么人会产生这种互惠现象呢？原因在于，每个人都想保持内心的安静与平衡，所以当它们感觉到自己亏欠对方时，会本能地还予对方。心理学指出，人对于人际关系都有一种平衡的需求，也就是说，在人际交往中，当从他人那里获得帮助、接受他人的给予，从某种程度上来说是对自我价值的一种否定，会产生一种心理上的不平衡感。为了重新找回自我价值，往往会尽自己最大的力量去回馈对方。对此，著名的考古学家理

查德·李基说：“我们能够成为人类，是因为我们的祖先学会了在一个公平的偿还网络中分享食物和技能。”这便是心理平衡性的作用，这种平衡性使人们之间形成了互惠原则。

我有位朋友，曾乘坐北方航空公司的飞机去长沙，他随身携带了很多资料。飞机到达长沙的机场后，他拎着这些东西向机舱口走，刚到机舱门口处，飞机上的空姐微笑着递给他两块小方布，并亲切地说：“先生，请您用它裹着点绳子，以免勒到您的手。”这位朋友内心深处涌起一股暖流，深为空姐细心而周到的服务所感动。从这以后，无论是和同事们一起出差，还是与家人一同外出旅游，他总是首先选择北方航空公司。

这件事情，应验了西方的一句谚语：“友善会孕育友善，行为孕育同样的行为，付出会孕育付出。”也就是说友善能换来友善，受人恩惠就要回报，你怎样对待别人，别人就会怎样对待你。

爱默生说过：“人生最美丽的补偿之一，就是人们真诚地帮助别人之后，同时也帮助了自己。”

心理学上还认为，互惠效应还能够引发不等价交换，因为人们习惯于对他人的某种行为，要以一种类似的行为去回报对方。由于回报方式多种多样，所以回报对方的方式也因为灵活性而产生更大的利益。

然而，有人寻求帮助时通常会这样问“有谁能帮我呢？”其实，说这样的话是目光短浅的。我建议你先问问自己，“我可以帮助谁？”，因为互惠效应的原则是，先提供帮助给他人，会令你的请求收效会更好。

例如，安利最初只是一个小型公司，但是经过几年的发展，迅速地成长为现在每年销售额达 15 亿美元以上的以销售家庭及个人护理产品为主的全球商业公司。为什么安利能够迅速发展并取得了如此骄人的业绩？这是因为安利公司懂得运用互惠原则，通过让顾客免费试用“霸格”中的免费样品，对该产品产生“负债感”，从而影响他人购买该产品。“霸格”是安利商品中众多产品的组成总和，包括家具抛光剂、清洁剂、洗发液、杀虫剂、玻璃清洁剂……当直销人员向客人推销该产品时，会将这些东西带到顾客家里，而在公司员工内部发行的《安利职业手册》中要求，无论客人对该产品是否感兴趣，都要在不收取任何费用的前提下，将“霸格”留在顾客家里“24、48 或

72”个小时，期间不能让顾客有任何思想负担，只要让顾客明白你仅仅是想让他（她）免费试用这些商品……事实证明，安利的做法是正确而科学的。心理学认为，在多数情况下，几乎没有人会拒绝他人善意的举动。当营销人员将这些试用品让顾客免费使用后，等于在试用者心理施加了负债感。尽管在最初的时候，他们可能会对此产品不屑一顾，但是在试用期结束后，顾客往往会在负债感加优质产品的吸引下，对此产生浓厚的兴趣，进而心甘情愿地购买该商品。安利直销这一“索取——付出——再索取”的环节，充分体现了互惠原则的效应。

让他人产生亏欠心理的互惠原则具有强大的影响力，不仅仅在商业领域，在生活中也随处可见。英国作家查理斯·狄更斯曾说过：“我所收获的，是我所种下的。”所谓人际关系就是人与人之间的一种心理关系，这种关系是在彼此交往的过程中形成的，并且蕴涵着一种价值关系。换言之，互惠与互利是人际关系的一个准则。只有灵活掌握这种原则的人，才能有效地影响他人，才能更有效地影响事件发展的局势。



晴天留“人情”，雨天好“借伞”

满足自己的目的，需要通过服务别人来实现，所以你应该把自己的诚意、行动放大一些，激发起对方的“欠情”心理，使得对方无法再拒绝为你效力。

著名的英国玄学诗人约翰·邓恩曾说过：“每一种恩惠都有一枚倒钩，它将钩住吞食那份恩惠的嘴巴，施恩者想把他拖到哪里就能拖到哪里。”这句话形象地将互惠原则的作用描述得淋漓尽致。的确，人类因富有感情的心理以及道德因素的影响，使人们对帮助过自己的人常会产生亏欠感，进而成为施恩者的拥随者。即使是一些自己不喜欢的人，在对方施恩于自己后，当其向你提出请求时，你也会毫无顾忌地接受。

所以，要想影响他人，就要学会晴天留“人情”，雨天好“借伞”。

从古至今，这个原则常被世人所运用。其中三国时关羽在华容道放走曹操的故事就是这一心理学原则的体现。

关羽这个义气当前，一直忠于刘备的英雄，为何会在如此重要的战场上，放走日后有可能灭蜀，杀自己的曹操？提到这一点，要追溯到建安五年正月，曹操亲自征讨刘备，在其攻陷下邳，迫降关羽后，鉴于关羽智勇双全，试图劝其归降于自己。于是，曹操拜其为偏将军，封汉寿亭侯，对关羽的照顾无微不至。后来关羽斩杀颜良后逃离了曹操，曹操手下的将士闻后，要去追赶，曹操劝阻说：“彼各为其主，勿追也。”正因为曹操先前对自己的“至仁至义”，所以一向视义气为生命的关羽在关键时刻放走曹操也就在情理之中了。曹操和关羽之间的交情，现代人将其定上了“人情”这样的名词。从心理学上讲，曹操在其有权有势的时候，曾施恩于关羽，因此当其在华容道落难后，曾对关羽说：“素闻，关将军是有情有义之人，昔日我曾对你有恩，你怎可砍杀有恩之人？”关羽虽然犹豫不决，但最后还是念在“人情”的份上，放走了曹操。曹操虽然没有学过系统的心理学，可是对于驾驭人物的心理却是游刃有余，而他之前对待关羽的态度更是具有大大的先见之明。

“知恩图报”、“感恩戴德”、“结草衔环”……这些传统词汇及道德心理，无不规劝着我们要学会“给人好处”的做人做事方法。人与人之间的“人情”就是这种微妙且有规律的事情，当有人觉得亏欠你“人情”时，常会想方设法地还给你。

也许，有的人会说：“怎么就能肯定对方一定会还你的人情？这年头，秋后不认账的人太多了。”是的，对方会不会还人情是个未知数，但是可以肯定的是——你不做人情“储蓄”，就一定是一无所获。

生活中有许多人抱着“有事有人，无事无人”的态度，把朋友当作受伤后的拐杖，复原后就扔掉。他在关键时刻也就得不到别人的帮助，将会被社会所抛弃。某君便有一个这样的朋友，是很好的例子：“我有一个高中三年同学，而且是十分要好的朋友。我们进入了同一所大学，刚开学，她就主动地当了班级干部。正如人们所说的，地位高了，人就会变。自从她上任后，见到我，有时干脆就装做没看见，日子久了，我们就疏远了。但她有时也突然

向我寻求帮助。出于朋友一场，我总是尽心尽力地做我所能。可事后，她老毛病又犯了，我有种被利用的感觉，却无奈于心太软。就这样她大事小事都找我，其他朋友劝我放弃这份友情，这种人不值得交。当我下决心与她分开时，她伤心地流下泪——她除了我竟没有一个朋友。”？

勿庸置疑，在某些“实用型”人物的眼中，所谓的“人情”便是你送我一包烟，我给你几块钱，就像借债还钱，概不赊欠。这种一次性的交际行为看似洒脱，实则包含了太多的困惑与无奈。

如果对方是一个能为别人考虑的人，重情义的人，你向他施加帮助或者好处时，绝不会像肉包子打狗一样有去无回，它往往会像弹簧中的弹力，你向其施加的力越大，其向你弹回的力也会越大，有时甚至产生超乎你想象的弹力。

请相信——天下没有一次性人情。生活中你不妨多向他人施予好处，让对方产生更多的负债感，进而达到有力影响他人的目的。



口渴以后再送水

饮足井水者，往往离井而去，所以你应该适度地控制，让他总是有点渴，以便使其对你产生依赖感。

互惠效应具有一定的时机性，在他人危难之际，你一分关心比平日十分关心的影响力都会大。濒临饿死时送一只萝卜和富贵时送一座金山，就内心感受来说，完全不一样。

《围城》的作者钱钟书，一生中最落魄的日子莫过于年轻时困居上海“孤岛”写《围城》的时候。那时，由于入不敷出，不得不把保姆都辞退了，由夫人杨绛亲自操持家务。虽然，为了生活，钱钟书的写作动机带有商业性，但他每天500字的精工细作，却跟不上商业性写作速度的要求。后来，全靠