

普华
文化

SEEWAW
读图时代

科学解读心理学实验丛书

ATTITUDE and INFLUENCE

影响力 心理学

谷元音◎著

数十位顶尖心理学家讲解

如何以最有效的方式展现自我、影响他人

为什么有些人给你的第一印象不好，你却又越看越顺眼？

为什么简历上贴直视前方的照片时，你更容易得到较高的薪酬？

面对琳琅满目的商品，为什么你只需7秒钟就可以确定自己是不是感兴趣？

读懂自己和他人，在不知不觉中释放个人影响力



人民邮电出版社

POSTS & TELECOM PRESS

科学解读

ATTITUDE and INFLUENCE

影响力 心理学

谷元音◎著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

影响力心理学 / 谷元音著. —北京: 人民邮电出版社, 2014. 4
(科学解读心理学实验丛书)
ISBN 978-7-115-34854-8

I. ①影… II. ①谷… III. ①心理影响—通俗读物
IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 034589 号

内 容 提 要

从小到大, 我们身边不乏这样的人, 他们周围总围满了朋友, 他们会告诉你哪种冰激凌的口味最棒, 在哪里度假最爽, 该买哪只股票, 选择什么户型的房子……他们似乎是我们身边的指挥者、领路人, 也在不知不觉中影响着我们的选择和生活。

本书从人们日常生活中的小事出发, 精心编辑了数十位中外著名心理学家所做的经典实验, 深入剖析了影响力的源头, 生动讲解了生活中各种影响力背后的心理动因, 以及如何把握这些动因来调整自己的思维方式、态度和行为。本书可以帮助读者有效地释放自身潜在的影响力, 在人际交往中获得更加理想的沟通效果, 更好地驾驭学习、工作和生活。

本书适合所有渴望提高自身影响力的读者阅读。

-
- ◆ 著 谷元音
 - 责任编辑 王飞龙
 - 执行编辑 孙伟强
 - 责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
 - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700 × 1000 1/16
 - 印张: 14.5 2014 年 4 月第 1 版
 - 字数: 170 千字 2014 年 4 月河北第 1 次印刷
-

定 价: 35.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

A dark, teardrop-shaped logo with the text "SEE WOW!" in white, bold, sans-serif capital letters.

享受悦读

“知识始于惊奇。”

一本书的温暖和美好，是一份惊喜。

“哇唔图书”精心呵护生活。她坚守一份沉静，在美好的时光中，为你准备这样一种阅读体验——与你一道发现生活的快乐、人性的光芒、智慧的庄严。

我们用心做书。每一本书、每一段文字、每一个句点，我们都希望赏心悦目、温暖动人。就像一份精美的礼品，献给你生命中的远行。

我们知道，阅读是有趣的。我们更知道，阅读有时也是无趣的。

因为不是每一本书都会让人感动，不是每一本书都会捕捉到

心灵的颤动。于我，这是一个挑战；于你，这是一份期待。

为此，我们拒绝平庸，拒绝粗糙和泛滥，坚守真实的生活、清新的个性、优雅的气质，只为在你来的路上，等你发现。

我们希望，“哇唔图书”不仅有着专业上的执着，更有动人的生活情趣，在当下，在轻松的阅读体验中，让你的生活更加简约、有力。

我们希望听到来自你心底的“哇唔”之声。

就像一次梦想中的旅行。在这样的远足中，体验别致的愉悦，发现思想的美丽，感受来自心灵的惊喜和欢呼。

“wow!” 这是我们的约定！

“哇唔！”这是我们的暗号！

让我们一起在书的世界中遇见生活，遇见欢乐。

哇唔图书创意部

发现真实的心理学

从严格意义上来说，现代心理学起源于1879年。其标志是心理学家冯特在德国莱比锡大学建立世界上第一个心理学实验室，试图用“科学的实验方法”探索“人的感觉”。也由此，自冯特以来，心理学在一百多年的时间里一直以“实验”为主导，对各个心理领域进行研究，发展出了今天这样成果丰富、激动人心的心理学世界，并为教育、社会管理、组织管理、精神治疗等各个领域的学术研究与实践提供了丰富的理论与实践支持。

在过去，心理学一直给读者一种类似于“神秘玄学”的印象。现在，人们心中的这种印象已经被大大地改变了。今天，我们大部分人——即使是对心理学所知不多的人，也大多都知道心理学是一门科学，而且对个人的成长和发展有着巨大的帮助；而那些从事教育、管理或者其他相关工作的人更是认识到心理学对自己做好本职工作几乎是必不可少的。

但是，除了心理学方面的专业人员和职业工作者之外，大多数人对心理学知识和心理学方法还了解得不多，更不要说运用心理学知识解决实际问题了。所以，心理学知识的普及，还有很长的路要走，而大众对心理学知识的渴望，就是我们沿着这个方向不断前进的动力。

哇唔图书创意部策划并撰写了这套“科学解读心理学实验丛书”，我们的目的有二。

其一，如前所述，国内的读者朋友们对心理学的热情是足够的，但是心理学知识的普及仍然欠缺很多，所以我们这套书旨在为读者朋友们提供一个快速了解心理学的窗口。

其二，这套书的编写，并不希望掺入太多作者本人的论述、说辞，我们的意图是给读者提供最原本的心理学知识，还原心理学的真面目，让读者朋友们自主地去判断、去体会心理学的奥妙之处。当然，我们也有一些补充性的建议，这些建议是抛砖引玉、帮助读者朋友们思考的，所以仅供参考。

在过去一百多年的时间里，心理学的研究已经深入到各个方面，而且领域越分越细，例如沟通、婚恋、情绪控制、决策等都属于较具体的心理学研究领域，每一个具体的细分领域中的丰硕成果都足以撰写一本图书。所以，与其说我们在撰写一套书，不如说我们在推进一个心理学知识传播计划，我们将以一本本图书的形式，将一百多年来心理学的研究成果展现在读者面前。

鉴于心理学实验的研究结论是一种基础知识，应用性很广泛，所以在整套书中有可能出现这种情况：在这本书中出现的某个实验，也可能同时出现在这套书的另一本书中。例如，自我效能实验的结论既是教育心理学的一个重要理论，同时也被广泛地应用于组织管理中。

我们在丛书的编写中也注意到了这个问题，但为了把每一本书的应用性主题阐释得清楚、完整，心理学基础知识介绍方面的交叉是无法避免的。

书稿无法尽善尽美，瑕疵在所难免，我们衷心希望读者朋友提出宝贵意见。

这本书对你有什么用

人是社会性动物，谁也不能脱离他人而独立存在，所有人都处于不同种类的人际网络中，因此，个人的行为不可避免地会受到其他人的影响，同时又会对其他人的行为产生反作用。在相互的影响与作用中，生活慢慢向前推进。但是，很少有人会去挖掘影响他人或被他人影响的背后所隐含的深层次原因。

原本并未打算去看电影的丈夫在妻子的要求下去了电影院；人投我以桃，我报之以李；小偷见到警察撒腿就跑；学生会因为老师的表扬而更加努力学习；有一个人闯红灯，一群人都会跟随；陌生人投来微笑，我们也会报之以微笑……

所有这些，都可以用影响力心理学的相关知识来解释。可以说，影响力无处不在。那么，我们该如何发挥影响力，从而成功影响他人，得到他人的信任、支持与认同呢？

首先，从影响力的源头来说，人性的弱点、非语言的力量、周围群众都会影响一个人的思想和行为。

其次，从影响力发挥作用的方式来说，当我们和别人交流、沟通时，积极互动、及时反馈、恰当运用策略都可以帮助我们不断地提高自身的影响力。

最后，从拒绝不必要的影响力角度来说，摆脱环境的影响、打破习惯的束缚、坚持个人的观点则会更好地让我们远离那些消极、负面的

影响。

本书从人们日常生活中的小事出发，较全面地收录了跟影响力相关的心理学实验研究成果，深入剖析了影响力的源头，生动讲解了生活中各种影响力背后的心理动因，以及如何把握这些动因来调整自己的思维、态度和行为。

我们在撰写本书的过程中，遵循科学有益的原则，力图为读者解疑答惑。本书的价值可以归纳为以下三个方面。

(1) 原汁原味地阐述有关影响力的心理学实验，让你了解心理学家眼中的影响力。

(2) 深刻、系统地讲解有关影响力的心理学理论，修正那些看似高深实则肤浅的影响力观念。

(3) 科学地分析影响力的来源和策略，改变那些似是而非的影响他人的方法。

读者们完全可以通过这本书，了解到一百多年来心理学家关于影响力研究的权威成果。这些研究可以让你更好地理解影响力的形成以及其发挥作用的途径和方法，更科学地对自身及人际关系进行调整与管理。我们的目的是帮助读者有效地释放自身潜在的影响力，在人际交往中获得更加理想的沟通效果，以便更好地驾驭学习、工作和生活。

在本书的编写过程中，洪少萍、孙科柳、李瑞文、秦术琼、宋松红、谭海燕、谭汉贵、王晓荣、杨兵、杨选成、袁雪萍、孙东风、孙丽、李国旗、石强、孙科江、陈智慧、安航涛、李艳、姜婷、潘长青负责资料的收集和整理，全书由孙科炎和钟侣艳统撰定稿。

编读互动信息卡

亲爱的读者：

感谢您购买本书。只要您以以下三种方式之一成为普华公司的会员,即可免费获得普华每月新书信息快递,在线订购图书或向我们邮购图书时可获得免付图书邮寄费的优惠:①详细填写本卡并以传真(复印有效)或邮寄返回给我们;②登录普华公司官网注册成为普华会员;③关注微博:@普华文化(新浪微博)。会员单笔订购金额满300元,可免费获赠普华当月新书一本。

哪些因素促使您购买本书（可多选）

- ☐ 本书摆放在书店显著位置 ☐ 封面推荐 ☐ 书名
☐ 作者及出版社 ☐ 封面设计及版式 ☐ 媒体书评
☐ 前言 ☐ 内容 ☐ 价格
☐ 其他 ()

您最近三个月购买的其他心理类图书有

1. 《 》 2. 《 》
3. 《 》 4. 《 》

您还希望我们提供的服务有

1. 作者讲座或培训 2. 附赠光盘
3. 新书信息 4. 其他 ()

请附阁下资料, 便于我们向您提供图书信息

姓 名	联系电话	职 务
电子邮箱	工作单位	
地 址		

地址：北京市丰台区成寿寺路 11 号邮电出版大厦 1108 室
北京普华文化发展有限公司（100164）

传 真: 010-81055644

读者热线: 010-81055656

编辑邮箱: puhuaabook852@126.com

投稿邮箱: puhua111@126.com, 或请登录普华官网“作者投稿专区”。

投稿热线: 010-81055633

购书电话：010-81055656

媒体及活动联系电话: 010-81055656

邮件地址: hanjuan@puhuabook.com

普华官网: <http://www.puhuabook.com.cn>

博 客: <http://blog.sina.com.cn/u/1812635437>

新浪微博：@普华文化（关注微博，免费订阅普华每月新书信息速递）

目 录

第 1 章 | 影响力的源头：人性弱点

1. 拿人家的手短，吃人家的嘴软 / 2

心理观察：互惠原理实验

2. 命令有哪些你不知道的神奇力量 / 7

心理观察：米尔格兰姆服从实验

3. 为什么错也要和大家保持一致 / 11

心理观察：从众实验

4. 权威对人们的影响力有多大 / 16

心理观察：权威实验

5. 你是热情的人还是冷漠的人 / 21

心理观察：热情—冷漠实验

6. 信任能给彼此注入力量 / 25

心理观察：信任实验

7. 角色会改变一个人的自我感觉 / 29

心理观察：模拟监狱实验

第2章 | 善用非言语的力量：微行为的秘密

1. 信心是一切影响力的源泉 / 34

心理观察：自信心实验

2. 目光具有你所不知道的力量 / 37

心理观察：目光的影响力实验

3. 不可忽视的点头力量 / 41

心理观察：点头实验

4. 用情绪感染对方 / 45

心理观察：情绪传染实验

5. 不要吝啬你的微笑 / 49

心理观察：微笑实验

6. 影响力从塑造自我形象开始 / 53

心理观察：美女效应

第3章 | 群众的影响是无限的：群体影响

1. 他人的存在也是一种影响力 / 58

心理观察：社会助长实验

2. 人多的时候，个人努力反而减少 / 61

心理观察：社会懈怠实验

3. 这到底是谁的责任 / 64

心理观察：责任分散实验

4. 群体规范对人对行为的影响 / 69

心理观察：规范形成实验

5. 个性会消失在群体中 / 73

心理观察：群体去个性化实验

6. 多人做的决定，就一定是正确的吗 / 77

心理观察：群体极化实验

7. 团体规定的影响力要大于个体劝说 / 81

心理观察：团体公约实验

第 4 章 | 影响力从有效的互动开始：反馈影响

1. 及时给予对方恰当的反馈 / 86

心理观察：赫洛克反馈实验

2. 鼓励要比责罚好 / 90

心理观察：保龄球效应

3. 赞美的神奇力量 / 93

心理观察：赞美实验

4. 认可他的努力而不是天赋 / 97

心理观察：智力测验

5. 用幽默吸引对方 / 101

心理观察：男人对女人的吸引力实验

6. 只有真诚，才能说服他人 / 105

心理观察：词汇选择实验

第 5 章 | 你可以做得更好：影响策略

1. 第一眼打开喜欢之门 / 110

心理观察：第一印象实验

2. 见面越多，影响力越强 / 114

心理观察：多看效应

3. 像你期望的那样，对待他人 / 117

心理观察：罗森塔尔实验

4. 学会倾听，与之共鸣 / 121

心理观察：霍桑实验

5. 敞开心扉才能受到他人积极的影响 / 125

心理观察：自我暴露实验

6. 保持适当距离，让影响更持久 / 129

心理观察：个人空间实验

7. 会说话的人更受欢迎 / 133

心理观察：语言的影响力实验

第6章 | 用好你的朋友圈：互动影响

1. 融入他人的圈子 / 138

心理观察：内群偏好实验

2. 朋友的朋友，也是你的朋友 / 142

心理观察：六度分割实验

3. 你怎么对待他人，他人就怎么对待你 / 146

心理观察：镜像实验

4. 因为相似，所以相吸 / 150

心理观察：混合宿舍实验

5. 人多力量大，不只是一句口号 / 155

心理观察：玩纸牌实验

第7章 | 影响还需真行为：行动就是力量

1. 言行一致才能赢得观众 / 160

心理观察：垃圾分类回收实验

2. 言语和行为，哪个对人们的影响更大 / 164

心理观察：滚币球实验

3. 影响他人先从自己做起 / 167

心理观察：波波玩偶实验

4. 模仿对方的动作 / 171

心理观察：模仿实验

5. 旁观者永远都体会不到其中的精彩 / 175

心理观察：用动物内脏做菜实验

6. 不要忽略选择的力量 / 179

心理观察：赌马实验

第8章 | 拒绝不必要的影响：反影响力

1. 勇敢说“不”，提升个人影响力 / 184

心理观察：拒绝他人实验

2. 不要被环境迷惑 / 187

心理观察：激情的圣诞夜实验

3. 打破习惯的束缚 / 191

心理观察：蜜蜂和苍蝇实验

4. 踢开坏情绪这块绊脚石 / 194

心理观察：情绪实验

5. 谁让你心甘情愿掏腰包 / 199

心理观察：登门槛效应

6. 完美就是好吗 / 203

心理观察：咖啡杯实验

7. 当你的意见与众人不一致时，是妥协还是坚持 / 208

心理观察：少数人意见实验

8. 不要被拖延的习惯拖累 / 212

心理观察：拖延心理实验

参考书目 / 217

第1章

影响力的源头：人性弱点



人们的想法，往往来自于直接接触的东西。