

海波◆编著

你 其实不懂 交际学

DON'T TELL ME YOU KNOW
INTERPERSONAL SKILLS

南方出版社

电影院比公园更适合约会？

情人眼里出西施，真的是因为爱情吗？偶尔“出丑”的人更讨人喜欢？

不！其实你不懂交际学！现在让我告诉你什么是交际学！



DON'T TELL ME YOU KNOW
INTERPERSONAL SKILLS

你其实不懂 交际学

海波◆编著

图书在版编目 (CIP) 数据

你其实不懂交际学/海波编著. —海口: 南方出版社, 2011.9

ISBN 978-7-5501-0368-9

I. ①你… II. ①海… III. ①人际关系学—通俗读物
IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第 176978号

书 名: 你其实不懂交际学
编 者: 海波

出 版 人: 赵云鹤

出版发行: 南方出版社

地 址: 海南省海口市和平大道70号

邮 编: 570208

电 话: (0898) 66160822

传 真: (0898) 66160830

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

开 本: 690×960 1/16

印 张: 13.5

字 数: 150千字

版 次: 2011年10月第1版 2011年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5501-0368-9

定 价: 29.80元

该书如出现印装质量问题, 请与本社北京图书中心联系调换
电话: (010) 65068303-622

>>> 序言

交际只是一种人与人之间的交往吗？对，但又不全对！交际除了是一种交往之外，更是一门学问，它有自己的一整套理论。这些理论被我们在人际交往中不知不觉地使用着，尽管我们不知道它们叫什么，不知道它们背后隐藏着什么样的心理玄机，但是它们的的确确存在于我们的生活中，而且给我们的生活带来影响。

如果我们能读懂它们、学好它们、熟练地运用它们，就会让我们的人际关系变得焕然一新，我们的生活当然也会发生美好的变化。相反，如果我们懵懵懂懂，什么人情世故都一窍不通，人情世故背后隐藏的社会和心理因素都视而不见，那么显然我们就要吃亏了。在人际关系上吃了亏，生活还能顺心吗？

所以搞好人际关系是一件刻不容缓的事情，而要搞好人际关系就要先学交际学。不要以为它名字中带了一个“学”字就觉得它艰涩难懂，就对它望而却步。就像你初次见到一个陌生人那样，你将自己全副武装起来，生怕对方是个坏人或怪人，会欺负你、对你不利。可是接触之后你却发现，原来这个人很好、很平易近人。

是的，其实我们这本书的内容也是这样。别看它叫人际学，别看它

由一大堆的学术名词组成，可是只要你翻开来读一读就会发现，原来它一点都不难，原来它这么平易近人呢！没错！这就是这本书最大的特点——生动有趣 + 平易近人！

读不懂生涩的术语没关系，我们会用最浅显、最简单的语言，给你呈现最生动、最有趣的理论知识。你会发现，原来那些奇奇怪怪的专属名词其实都是“唬人”的，道理嘛，已经全在你的生活当中了。你就是这些理论当中的人，他们说的事儿就是你正在做的事儿，他们的迷茫和困惑正是你人际交往当中的困惑，他们解决问题的方法也许就能让你灵光闪现，把大问题变成小 case！

其实你不懂交际学，因为它真的很简单。难，只是外衣，千万别被它的表象吓倒。如果你正在为艰难的学术用语发愁，那就打开这本书来看看吧，你会发现艰涩的东西原来也可以这么生动明了地去表达。而且它不仅仅只是一种空洞的解释，每一个定义的背后都有它的指导意义，读了这个你会知道什么不能做，读了那个你又会发现什么必须做。该做和不该做的你都一手掌握了，还怕自己在人际关系的海洋里不能如鱼得水、无限畅游吗？世界有多大，人脉就可以有多广，你如果有如此野心，那就不要犹豫，让自己在交际学领域做个自学成才者吧。所以，还等什么？一起学起来吧！

序言

第一章 交际基本法：无需道理，必须遵从

首因效应——第一印象很重要	3
近因效应——时间是最好的补药	5
体貌效应——你的形象价值百万	7
六度空间理论——世界其实就是这么小	9
禁果效应——越神秘越有吸引力	12
诚信定律——人无信则不立	15
从众效应——因为我们都害怕被孤立	17
亲和效应——温和是永远的态度	19
尊重定律——彼此尊重是交际的基本原则	21
微笑法则——微笑赢得人气	23
机变定律——唯有随机应变是不变的法则	25

刻板印象原理——别让偏见左右视线	27
吸引定律——散发自己吸引别人	29
自我参照效应——大家都太把自己当回事儿了	31
杜利奥定律——热忱的魅力与动力	33
人际互补律——我们都是只有一个翅膀的天使	35
卢维斯定理——温润如玉才是谦谦君子	37

第二章 交际语言艺术：语言是沟通的桥梁

谎言定律——要会说善意的谎言	43
诺言定律——讲信用也是你自己的内心需求	45
赞美定律——人人都爱听好话	47
相悦定律——你喜欢谁，谁就喜欢你	49
称呼法则——亲近源自你选择的称呼	51
道歉定律——从失去到得到的转折点	53
幽默定律——幽默的人永远受欢迎	56
口才定律——没有口才便无交流	59
身体语言效应——口不对心容易，身不对心难	61
倾听定律——倾听也是一种语言	63
白德巴定理——管住自己的舌头是美德	65
欲扬先抑定律——好话留到后面说	67
7±2 法则——会说话就别废话	69
自我暴露原理——分享秘密拉近关系	71
情境同一性原理——有共鸣才有感情	73

第三章 交际心理学：交际能力根植于心理知识

黑暗效应——黑夜会给你亲近的心情·····	77
饥饿的皮肤——“抱”出不同的感受·····	79
约拿情结——无所畏惧的成功之路·····	81
寂寞空虚定律——闺蜜、哥们不可少·····	83
多看效应——越熟悉越喜欢·····	85
结伴效应——男女搭配，干活不累·····	87
自己人效应——你、我、他之“同根生”·····	89
阿伦森效应——想改变谁，就奖励他·····	91
登门槛效应——得寸进尺，步步为营·····	93
光环效应——魅力源自光环·····	95
沉没成本效应——接受现实，坦然放弃·····	97
杜根定律——用自信打造“独一无二”的名片·····	99
詹森效应——关键时刻别“掉链子”·····	101
名片效应——小智慧，大收获·····	103
霍桑效应——合理宣泄不是罪·····	105
韦奇定理——拔掉心中的“墙头草”·····	107
期望定律——枝头盛开的奇葩·····	110

第四章 交际约束力：随心所欲害人害己

定式效应——打破常规，寻求突破·····	115
南风效应——冷酷只能使人远离·····	117
低调原则——保持低调，万年长青·····	119

辐射定律——情绪是会传染的	121
野马结局——收收你的暴脾气	124
海格力斯效应——冤冤相报何时了	127
宽容定律——宽以待人方得大成	129
淬火效应——冷处理往往会出奇制胜	131
适应定律——大千世界，适应为王	133
破窗效应——将小错误斩草除根	135
“鹤立鸡群”心理——枪打出头鸟	137
重复定律——坚持并加强就能成真	139
竞争优势效应——狭路相逢，两败俱伤	141
巴纳姆效应——情绪化，太可怕	143

第五章 交际应酬学：应酬是门艺术

投射效应——每个人都自以为是	149
莱斯托夫效应——让自己变得容易识别	151
注意力法则——成功获取注意是应酬的开始	153
酒桌法则——谨遵各种规则	155
宴会礼仪——吃饭不是一个简单的事情	157
商务应酬法则——缺啥不能缺礼貌	159
需求定律——急人所需是应酬最高境界	161
拒绝定律——拒绝也是一种艺术	163
坐向效应——坐对位置好说话	165
换位思考定律——多为别人想想你就平衡了	167
毛毛虫效应——盲从只会走向绝路	169

示弱效应——懂得示弱才招人喜欢	171
-----------------------	-----

第六章 交际潜规则：有些事情不用说

平衡理论——唯有平衡才能稳定	175
蝴蝶效应——别让细节打败你	177
沸腾效应——适时再加一把火	179
缄默效应——不说不等于没说	181
瀑布心理效应——谨言慎行，说话靠谱	183
暗示效应——有些话不见得非得明着说	185
面子定律——给别人面子就是给自己面子	187
地位效应——人类都是阿谀动物	189
出丑效应——“仰巴脚”的妙用	191
借势原则——亲手搭建梦想的阶梯	193
互惠互利原则——在合作与竞争中取得共赢	195
微小让步定律——以退为进的智慧	197
超限效应——“半糖主义”更有“回忆”	199
刺猬效应——每个人身上都有刺儿，当心被刺到	201

第一章

交际基本法：无需道理，必须遵从

交际是一门学问，它有自己的一套法则。人作为社会的一员自然是离不开社会的，离不开社会也当然离不开交际，所以我们要学习它的法则。就好像我们生活在屋檐下，不得不低头一样，社会就是我们头上的屋檐，交际学就是屋檐下必须遵守的规则，我们怎么能够不闻不问、熟视无睹呢？最起码那些基本的东西我们必须得牢牢掌握，它们是我们行走在社会这个大屋檐下的必备工具呢！想要游刃有余，一把好刀自然是少不了的。

所以，赶快来学习这些交际基本法吧。你得明白，这些东西不是你可以选择要不要掌握的，而是必须遵从的，否则你可是会在人际关系的游戏中被淘汰出局的哦！



首因效应——第一印象很重要

你是不是经常有这样的感受：在遇到一个素昧平生的人时，往往你只是看了对方一眼，就差不多已经判断出对方是怎样一个人。通过对方的言谈举止、衣饰穿着，你已经大致了解这个人性格怎样、品位如何了。你对自己的眼力很是钦佩，并且在以后相当长的一段时间里，都会认为他就是你心里已经设定好的那样一个人。除非遇到什么非常事件，否则这个人给你的印象是很难改观的，而这一切都是“首因效应”在作怪。

什么是“首因效应”？心理学家给它的定义是：个体在社会交往的认知过程中，通过“第一印象”输入大脑的信息对客体以后的认知所起到的一系列影响作用。心理学家通过实验证明了这一作用的存在：

一位心理学家将内容相同的两张试卷分别交给两个学生去做，试卷中有 30 道相同的题目，他要求两个学生分别只做对其中的 15 道题，并且要求学生 A 做对的题目尽可能出现在试卷的前半部分，而学生 B 做对的题目尽可能出现在试卷的后半部分。试卷做完之后，心理学家找来一些测试者，让他们分别对两个学生的学习能力和智商水平进行评价。结果发现，绝大部分测试者的评价是：学生 A 要比学生 B 更聪明。

这就是“首因效应”带来的结果，因为人们在开始时就已经对一个人的好坏建立起了“第一印象”，这些印象在人们的脑中是最为鲜明和牢固的，并且会在以后的交往中一遍一遍地重复播放，影响大脑对事

物的客观判断，这也是我们经常挂在嘴边的“先入为主”。因为一开始是好的，我们会认为它一直是好的；相反，如果一开始是坏的，我们也会认为它会一路坏下去。生活当中，这样的现象更是比比皆是，比如“新官上任三把火”、“恶人先告状”，甚至“下马威”等等，都是希望通过“首因效应”占得先机。尽管人们也许并不懂得这个概念，但是用起来却个个都不含糊。

这些现象尽管看上去不太公平，有些“投机取巧”，但是不可否认，“先入为主”的心理暗示几乎存在于每个人的心灵深处。即使是那些被认为最公正、理智和权威的人也不例外，否则孔子也不会发出“吾以言取人，失之宰予；以貌取人，失之子羽”的感慨了！

既然如此，我们也没有必要对自己的主观臆断过于自责。换一个角度来看问题：如果我们不能摆脱首因效应的影响而成为“先入为主”和“以貌取人”的“傀儡”的话，那么别人其实也一样，我们完全可以利用首因效应为自己服务，让自己在人际关系中如鱼得水。方法很简单，只要我们注意自己的仪表、谈吐、举止，把自己的形象整理得漂漂亮亮，让别人一看就愿意跟自己亲近和交往，这“第一印象”的基础打好了，那么后续的交往自然也就没多大问题了。

现在你应该明白，为什么几乎所有的社交礼仪书都将“第一印象”摆在如此显著的位置了吧？如果你依然执迷不悟，那在人际交往中也许就只有“吃亏”的份儿了。不要对“日久见人心”太过迷信，不要相信对方终有一天能看到你的闪光点而对你刮目相看。因为这种坚持的精神固然可贵，但也是最容易费力不讨好的。与其花那么多的时间和精力去改变一个人对你的印象，不如从一开始就把自己最好的一面展现给对方。这样别人看你高兴，你自己也落得轻松，何乐而不为呢？



近因效应——时间是最好的补药

顾名思义，首因效应是第一印象带来的巨大效应，近因效应就是最近留下的印象带来的一系列效应。这种现象在我们的生活当中经常发生，比如一个从小跟你一起长大的朋友，你一直认为他是一个好人，但是最近发生的一起抢劫案跟他有关，这让你对他原来的所有好印象全盘颠覆，你觉得自己以前完全是被他骗了，而这才是他的真面目。这个“真面目”正是近因效应导致的结果。

除了某个固定的人之外，近因效应还左右着我们对一群人的判断。比如，我们在观看一些选秀节目时，如果出现在台上的选手实力相当，那么往往我们印象最深刻的是最后一位选手的表现，而且也容易给他打高分。这就是近因效应带来的主观认知差异。

近因效应到底是怎样的一种心理现象？它为什么会在人们的交往当中让人产生如此大的主观认知差异呢？现在我们就来好好解析一番！

心理学研究发现，如果关于某事物的多种刺激依次出现时，那么我们对此事物建立的印象，则主要形成于后来出现的刺激。这种现象在人际交往中，就是我们在对别人的一系列印象中，占主体地位的往往是最近、最新的认识，它甚至会掩盖过去我们对这个人的评价和认识，这就是所谓的“近因效应”。而因为它主要取决于最新的认知，所以也被称为“新颖效应”。

我们会受到近因效应的左右，影响我们对人或事做出的评价，其实

这也怨不得谁，因为它跟我们的大脑结构和记忆方式有最直接的关系。人们识记一系列事物时，往往对首尾部分的记忆更加清晰，所以首因效应和近因效应便有了优先权。这个应该不难理解，如果你不相信的话，可以现在就随机列一组数字让身边不知情的朋友去记忆，你会发现绝大多数的人都对开头和结尾的几个数字更加“情有独钟”！

这是因为我们的脑组织对短时记忆会优先考虑，第一刺激和最后的刺激会被我们记得更加牢固，更容易让我们拿来作为判断依据。而相对的，那些时间稍长一些的信息在我们大脑里就会变得模糊，大脑常常会犹豫它的正确性，所以自然也就不能成为说服你的佐证了。

现在你终于知道，为什么你总是对多年未见的朋友、亲人或者初恋临别时的回眸那么记忆犹新了吧？也终于明白，为什么你那么讨厌的一个人，你的头脑中全是他的斑斑劣迹，可是随口能说出来的偏偏只有最近的那么两三个了吧？你也了解了为什么你跟现在的密友见面会比儿时的死党见面更亲近更放松的原因了吧？如此种种当然全都是近因效应在作怪啦！

不过，这未必不是一件好事，因为你已经了解了它，也就说明你已经可以利用它了。所以，如果你想给别人一个更好的印象或者让自己的光辉形象长留别人的心中，那么就请不断地去加深别人对你美好的记忆吧。如果你想得到别人的青睐，那么就经常在他面前好好表现，让他记住你现在的好；如果你想让身边的人随叫随到地拔刀相助，那么就得牺牲睡懒觉的时间跟哥们、闺蜜打打电话或时时小聚；你想孩子跟你更亲，就别老是将他对老爸老妈的记忆留在一个星期之前……总之，我们的目的只有一个，那就是让别人记住你，而且是越来越好的那个你。所以，如果你首因效应的基础实在没有打好，那就只能努把力，让近因效应为人际关系开疆拓土喽！



体貌效应——你的形象价值百万

曾经红极一时的世界超模琳达·伊万格丽斯塔有一句比她本身更红的名言：“如果1天没有1万美元，就别叫我起床！”为什么她有如此大的口气？因为长得好看呗！换句话说，这就是形象的价值。而好的形象所能创造的价值远远不止这些。一项调查的结果显示：形象好的人不仅拥有美丽的外表，而且还被认为更加有钱，更加成功，更加容易相处。形象出众与相貌平平的人相比收入要多出7%，而与形象很差的人相比，收入则高出12%！

之所以会有这种情况发生，是因为人们受到了“体貌效应”的影响，在对一个人认知的判断上产生了失误和偏差，从而对那些形象好的人更加重视，使其获得了相较于他人更多的关注与财富。

在这里，体貌效应是指因人的身材和相貌而导致认识上的偏见。在生活当中，人们更愿意跟那些外表漂亮、身材好以及能把二十块钱的地摊货穿出两千块钱效果的人交往，而那些身材不好、容貌丑陋、气质欠佳的人则往往容易被冷落一旁。如果你不信，我们来看心理学家的这个实验。

心理学家让一位年轻男子分别以不同的形象站在马路上搭车：身着套装、发型整齐的专业人士，打扮时尚、形象健康的阳光青年，神情疲惫、头发凌乱的落魄男子，满身破洞、头发五颜六色的朋克青年。结果，专业人士和阳光青年的搭车成功率都很高，而落魄男子就差了很