

<<影响他人的心理学>>

图书基本信息

书名：<<影响他人的心理学>>

13位ISBN编号：9787538540758

10位ISBN编号：753854075X

出版时间：2009-9

出版时间：北方妇儿

作者：郑小兰

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<影响他人的心理学>>

前言

序文成功者改造和影响他人，平庸者适应和服从他人为了博得红颜一笑，有的人花费重金购买心仪的礼物，但对方却无动于衷；有的人不需要花费一分钱，便能博得红颜的青睐。

为了让下属更好地履行计划，有的人反复强调、叮嘱，但下属仍然没能完成预定的计划；而有的人只是一个眼神、一个动作、一句话语，便激发下属无限的潜能，最终成为胜利者。

为了和同事搞好关系，有的人每时每刻都在尝试着近距离接触，但同事却表现出反感、厌烦的情绪；而有的人只是偶尔的接触，却能赢得同事的好感。

为了赢得他人的支持，有的人在众人面前夸夸其谈，但他人却徘徊不前；有的人却能不动声色地在铁杆同盟的簇拥下轻松博得众人的追捧。

为了卖出一件商品，有的人高喊300元，却无人问津；同样的东西，有的人卖400元，大家反而会蜂拥而上。

为了获得朋友的帮助，有的人煞费苦心博得允诺，但最终却空手而归；有的人却能轻而易举地获得他人的主动承诺，并且收获颇丰。

为了望子成龙、盼女成凤的心愿，有的人想方设法地引导、批评、斥责孩子，但孩子却一如从前；有的人只是投其所好，却获其快速进步。

为了获得谈判的成功，有的人权高位重，最终却以失败告终；有的人只是一介普通人，却能大功告成。

.....如果让人们在二者之间做一个选择，相信世上所有的人，都会毫不犹豫地说自己想成为后一种人。

但你究竟属于哪种人？

这不取决于你的年龄和身高，也不取决于你的智商和运气，更不取决于你的希望和理想，而取决于你能否洞察出他人的心理活动，能否成功地影响他人。

于是，会有人问道，如何洞察他人的心理活动？

如何成功地影响他人？

这取决于能否发挥“投射效应”的影响力，能否懂得“人心各不同，莫以己心度人心”的道理；这取决于能否灵活地使用“期待效应”，能否掌握“说你行你就行，不行也行”的方法；这关键在于如何运用“距离法则”——关系不能太过亲密，这会为感情埋下尖刺，也不能太过疏远，这会无法施加影响；这决定于“从众效应”的威慑力，善于和众人追捧的人结成同盟往往会成为后者；这是“海潮效应”的魔力，所以在影响他人之前，你需要首先影响自己.....如何掌握上述影响他人的心理学效应？

《影响他人的心理学》里总结了一些方法，可以帮你洞察他人，也可以帮你掌握自己，希望这些都能帮到您。

<<影响他人的心理学>>

内容概要

《影响他人的心理学》讲述：为了获得事业的发展，很多人游说于老板和下属之间，身心疲惫，但效果甚微；为了博得女友信赖，很多人紧皱眉头，心烦意乱，但不知从何下手；为了在琳琅满目的商场上售出一件商品，很多人煞费心机，压力重重，但无奈于业绩平平；为了提高孩子的学习成绩，很多人想方设法寻找教育的快捷方式，但最终徒劳无功；为了阻止他人做某件事情，很多人苦口婆心，但对方却不听劝阻，自己也徒增一腔气愤……以上种种，失败的原因，并不取决于你的年龄和身高，也不取决于你的智商和运气，更不取决于你的希望和理想，而是取决于你能否洞察出他人的心理活动，能否成功地影响他人。

只要你相信心理效应对人的影响力，并灵活地运用心理效应，便没有不能影响的人，没有办不成的事！

<<影响他人的心理学>>

作者简介

郑小兰，女，社会心理学家，毕业于中国人民大学，曾从事多年教育工作，现任职某管理咨询公司，对个体社会心理现象与成功心理学有着深入的研究和独到的见解，多次在各核心期刊发表学术论文，有着较为广泛的影响，曾著有《他信力》等图书。

<<影响他人的心理学>>

书籍目录

第一章 投射效应：人心各不同,莫以己心度人 用你的喜好往往无法正确衡量别人 别轻易相信自己的喜好 巧借“惯性”的桥 要想知道，打个颠倒 正确“投射”才能显出威力 懂人心的人更容易说服别人 第二章 期待效应：说你行你就行，不行也行 告诉别人，他会成为你想象中的那种人 告诉自己，我会成为我想成为的那个人 想让他表现更差，就给他负面评价 想让他表现更好，就给他正面激励 “不自信的人”更希望得到他人“恭维” 用你的“期待”激发他的潜能 第三章 距离法则：太过亲密会为感情埋下尖刺 保持“适度距离”的秘密 关系再亲密，也要彼此留下自由的空间 心离得太远时，要学会“缓处理” 如果你不走近就无法感受温暖 对人好也要有个“度” 第四章 从众心理：人们更喜欢与众人追随的人结成同盟 人人都有“从众心理” 利用他人的“随大流”心理，为自己造声势 追随者越强大，越容易对他人施加影响 首先要成为自己的追随者 你的“铁杆同盟”就像有引力的磁石 让别人感到你是“自己人” 第五章 互惠原则：不怕吃小亏的人才能占大便宜 人们总是在寻找心理平衡 施恩是回报率最高的长线投资 给足他人“面子”，他人就会给足你“面子” 亏欠也可储藏，且利息很高 放“友善”的长线，钓“羞于拒绝”的大鱼 关心人多一点，麻烦就少一点 平常多主动一些，遇事就不至于太被动 晴天留“人情”，雨天好“借伞” “沙子”换“金子”，你换吗？ 第六章 承诺一致原则：促成和利用别人的“说话算话” 想办法让别人作出对你有利的承诺 激发他人做出“最后的承诺”，让他们自己说服自己 利用公众的“眼睛”，迫使对方言行一致 绕着弯子，让对方作出承诺 用“书面行为”为你证明 从对方立场出发，引其发自内心“行事” 利用“好名声”压力的影响力 承诺者的态度是“说话算话”的镜子 第七章 喜好效应：投其所好而后施人以影响 气味相投更易实施影响 会笑的人为什么容易获得成功 做忠实听众，更易“收买”他人 谈对方感兴趣的话题，“牵”着别人走 装扮好自己的“行头”，吸引对方说“是” 满足对方的“好胜心”，更易掌控“全局” 想钓到鱼，就要知道鱼吃什么 没有人不爱听赞美和表扬 第八章 权威效应：信任和追随权威是人们普遍的共性 权威对人们具有极大的影响力 你要有专属自己的个人品牌 适度包装你外在的权威形象 “生动的表达”能够增加你的权威性 巧用权威头衔 做一个有原则的人能增加权威的砝码 沉默也是一种权威武器 第九章 进门槛效应：先上一级台阶，再上第二级台阶 不要一下子提出别人难以做到的要求 为你的目标设计逐层次的“圈套” 鼓励人们先完成最容易完成的任务 利用人们的“路径依赖”心理 “抛砖引玉”法：以“砖”为饵钓出“美玉” 大目标分解成小计划 第十章 海潮效应：影响他人先从自己做起 想吸引别人，需要给他一个理由 欲影响人先影响自己 先有服务于人的谦恭态度，再施影响 诚信可为你带来强大“磁力” “声誉”是一种无形的资产 强大的“自信”感召力有魔力的“他信力”

<<影响他人的心理学>>

章节摘录

精彩试读：投射效应：人心各不同，莫以己心度人 “投射效应”是指以己度人的心理现象，旨在说明，人们总会习惯性地将自己具有的某种特性，像经历、好恶、欲望、观念、情绪、个性等投射到他人身上，认为他人也一定具有与自己相同或者相似的特性，这是一种强加于人的认知障碍。

它有两种表现形式：一是感情投射，即认为别人的好恶与自己相同，进而按照自己的思维方式，试图影响他人；二是认知缺乏客观性，主要表现为过度地赞扬自己喜欢的人，或者贬低自己不喜欢的人。

投射效应告诉人们，人心各不同，莫以己心度人，应该秉承客观公正的原则，准确投射，才能更易说服别人。

期待效应：说你行你就行，不行也行 “期待效应”又称皮革马利翁效应，是由美国著名心理学家罗森塔尔和雅格布森，通过学生课堂上的实验证实的，旨在说明人的情感和观念，会不同程度地受到他人潜意识作用的影响。

当你给予他人某种期待时，对方会在不知不觉中接受你的影响，进而向着你为其设计的方向发展。

“期待效应”告诉人们，对他人传递积极的期望，会使对方进步得更快；对他人传递消极的期望，会使人自暴自弃。

所以，只要你能坚信“说你行你就行，不行也行”，便没有不支持你的人，没有办不成的事情！

距离法则：太过亲密会为感情埋下尖刺 “距离法则”又称“刺猬法则”，它主要强调的是人际交往中的“心理距离效应”。

它来自于冬天刺猬相互靠近取暖的实验：刺猬取暖的时候，靠得太近，会互相扎刺；离得太远了，又不暖和。

只有保持适中的距离，才能取暖。

“距离法则”运用在人际关系中，便是人与人之间的相处不能距离太远，太远了关系会显得生疏，从影响力的角度考虑，便无法施加影响；但也不能距离太近，太近了关系太过亲密，势必会出现摩擦、厌烦，同样也不能更好地实施影响。

从众心理：人们更喜欢与众人追随的人结成同盟 “从众心理”，是指人们在生活中，会自觉不自觉地以多数人的意见为准则，进而作出判断、形成印象化的心理。

它告诉人们，当一个人在一种真实的或臆想的群体压力环境下，认知通常会以多数人的行为准则为标准，进而在行为上表现出努力与之趋向一致的现象，这是一种普遍的社会心理现象。

从众本身没有好坏之分，但却可以被人们很好地利用为为自己服务的工具，也就是说它能够更好地用在影响人的环节中。

互惠原则：不怕吃小亏的人才能占大便宜 “互惠原则”，是指受人恩惠就要回报。

主要表现为，生活中人们经常会以相同的方式，回报他人为自己所付出的一切，即行为孕育同样的行为，友善孕育同样的友善，付出也会孕育同样的付出。

你怎样对待别人，别人就会怎样对待你。

因为，当人们给予他人好处后，他人心中会有负疚感，并且希望能够通过同一方式或者其他方式还这份人情。

所以，有时候适当吃小亏的人，往往能够获得长远的利益。

承诺一致原则：促成和利用别人的“说话算话” “承诺一致原则”强调的是，人人都有一种与过去的所作所为保持一致的愿望，一旦向他人作出承诺后，就会为保持在道德、信仰、诚信、言辞、行为上的一致性而去履行承诺，这种与承诺保持一致的行为常常能带给你意想不到的好处。

所以，你可以利用“书面佐证”、“公开承诺”、“好名声”的压力，激发他人作出对你有利的承诺，并促成他人说话算话。

喜好效应：投其所好而后施人以影响 “喜好效应”旨在说明，人们总是能够接受自己喜欢或者与自己相似的人提出的要求或者建议。

所以，生活中要学会投人所好，这包括要知晓对方穿着打扮、言谈举止、兴趣爱好等，同时还要给予对方适当的赞美。

<<影响他人的心理学>>

人与人之间的沟通，在最初的几分钟内很难产生共鸣，所以当我们试图说服他人或有求于他人时，最好不要太早暴露自己的意图，不妨先投其所好，而后再施以影响。

权威效应：信任和追随权威是人们普遍的共性 “权威效应”，是指人们在面对一种强大的力量或者权威时，常会表现出顺从心理，可以说信任和追随权威是人们的普遍共性。

权威力量的范围非常广，包括人们的社会地位、个人品质、处世原则、外在形象、生动的表达……因为，这种强大的力量一旦推动人们去做某件事情时，会使他们自然地认为，你是值得信赖的，也是正确的。

所以，当你想影响对方为你做事情的时候，不妨先找出自己具有的这些权威信号，并展示给对方，这会使人们情不自禁地遵从你的意见，支持你的工作。

进门槛效应：先上一级台阶，再上第二级台阶 “进门槛效应”，是指一个人接受了他人微不足道的要求后，为了给他人留下前后一致的印象，往往很容易接受其更大的要求。

它启示人们，做任何事情都要因材施教、循序渐进，切勿急功近利，否则容易出现欲速不达、事倍功半的现象。

所以，让对方接受你的观点、意见乃至请求时，最好先给对方一个他能够接受并且会轻而易举做到的请求，这能够让其更好地接受你以后提出的请求。

海潮效应：影响他人先从自己做起 “海潮效应”，原本是指通过天体引力引起的海潮变化。

在人际交往中，自身的引力越大，越容易吸引他人；引力越小，则越难吸引对方。

其中的引力包括个人的外在形象，礼节性行为，诚信、声誉、自信等优秀品质…… 海潮效应告诉人们，生活中一定要养成相信自己、忠于他人的言行举止，养成服务与人的谦恭态度等，也就说：“有因必有果，欲改变人，先要改变自己；欲影响人，先要影响自己。”

<<影响他人的心理学>>

后记

影响力这是一本在谈判，生活，销售，心理皆有所得的书。

这些被现实演绎的真理，编辑成了白纸黑字，又能让读者还原到自己的现实中。

不好给此书分类，不过读必有所获，值得推荐。

首先要肯定，作者提到的这些影响力，大多数情况下，对我们的是有很大帮助的。

这个世界太多我们不了解的东西，对于未知的事物，我们信任权威，信任朋友，相信大众的选择，相信物稀则贵，等等，肯定是对的。

借鉴他人或以往的经验，能为自己带来很大的方便（想象一下，为购置一双皮鞋，要亲自从皮革制造学起，做皮鞋工厂调查，科学分析皮鞋企业，了解实际情况后再买）。

而正是这些强烈依赖性的快速决断，给了一些聪明的家伙可乘之机。

他们可以利用群众的这些心态，设计出很多影响力的漩涡——当我们自以为理性抉择的时候，其实已经被他带到了他想让你去的地方。

六大点。

——道来。

互惠。

这是社会基本规则之一。

人云施恩勿望报，实则往往涌泉报滴水。

这章的首页上写着：一个古老的原理：给予，索取.....再索取。

很可怕的原理，道尽了互惠的阴暗面。

人们在享受互惠互利的同时，也在为互惠原理付出代价，欠人情迟早要偿——还的一般比借的更多。

古时无数勇士为他的主公抛了头颅洒了热血，说到心理诉求基本规则，就是在还债——主公好吃好喝高薪优职供着你，用得着你的时候，你就得出来拼命。

没人强迫你，互惠原理能让你死得其所。

承诺与一致。

人做出了一个判断后，会找无数的理由说服自己。

这是最常见的一种承诺与行为一致。

为什么说女人一恋爱就变傻？

因为她认定她的rightman是最好的，于是乎这个男人干什么都是帅不可言。

紫霞恋上孙悟空后：逃跑都跑得那么帅！

就是这个原理。

社会认同。

这个太厉害了，强化后的从众心理。

当一个蹩脚的娱乐节目加上配音笑声后，娱乐性就会大增，观众听了笑声就莫名其妙认为这个节目够幽默够搞笑；传销的笨蛋们天天精力充沛干劲十足，就是因为他们在自己的群体了找到了认同感归宿感，那一帮子人天天影响着别人也催眠着自己，他认为他做的事业，就是最伟大的！

更厉害的是，现在大伙都认为结婚就必须得买房子，因此现在没房子的小伙子就讨不到老婆，这个影响大大有益于我国人口控制，可与计划生育相媲美。

喜好。

他仪表堂堂；他是你老乡；他和你有相同的爱好；他喜欢你。

虽然这些很可能是假象，不过很多人做得非常好（尤其是骗子，广州车站的骗子最常用的一招，就是老乡骗老乡），他能在2分钟内取得你的好感，并获得他想要的东西。

上述这些因素对你的判断来说，其实并无关系，可惜你喜欢上了这个人，因此你的判断就会有偏移。

权威。

报纸说有疯牛病，我们不吃牛肉了；到处是禽流感，鸡不吃了；质量万里行报道大米有毒，吃饭要考虑了；专家说蔬菜农药过多，蔬菜也得仔细了。

虽然我们冒着饿死的风险，但仍然对这些深信不疑，因为他们是权威。

<<影响他人的心理学>>

也没人考虑过是不是真的权威。

领导的指示，虽然不一定正确，但我们也常常毫不怀疑不加判断的执行。

相比之下，这种权威更厉害了。

短缺。

物以稀为贵。

错币比真钞更有价值，理科班的女生质量不高而追求者众。

Sales们做销售工作的时候，这招也用滥了。

他们会告诉顾客：促销期快结束了！

名额有限先到先得！

只有这两套其中一套还已经被别人订了！

很抱歉，不自觉的偏向了影响力的负面。

这些个例子也是自己联想的，原著的美国案例，不大习惯。

每个点都可展开大论，原著自然更为精彩。

依作者的意愿，是希望大家在利用这些便捷的判断方法时，更理性的保护自己。

上述这些简单的真理，无时无刻不在影响着我们的生活，我们的工作。

在信息爆炸的时代，抉择的成本日益高昂，而在这些快捷方式的引导下，我们习惯于借助外力，却失去了自己的判断，但是——更妙的是，我们为什么不可以做那些聪明的人，用这些微妙而巨大的力量，让自己过得更愉快呢？

<<影响他人的心理学>>

媒体关注与评论

今天中午和同事一起去离公司不远的兰州拉面馆，同事要了一个大碗的细拉面，我要了一个大碗的款拉面，由于拉面馆的空间很挤，之后离面案最近的那张桌子是空的，我们就坐下了，面案师傅就在旁边揉着面，因为以前曾经出现过师傅忘记了我要的是宽面，结果给了我一碗细面，所以，我下意识的跟师傅重复了一下我要宽面。

师傅点了点头，高兴的和我聊“我也喜欢是宽面”，“哦，你也喜欢呀，我觉得宽面吃起来很劲道，有嚼头，所以很喜欢吃宽面”，师傅也列举了一下宽面的好处，就在这融洽的气氛中，我们吃完付钱，师傅高兴的和我们再见，说下次再来。

不用说，下一次吃面，我还是选择了这个面馆。

整个过程是那么自然，在回去的路上，我仔细分析了一下，不错，这不就是《影响力》中提高的“喜好”的影响么？

因为师傅和我有共同的喜好——吃宽面，因此无形的拉近了我和他之间的距离，让我对他更加信任，只要一吃面就想到他那里吃。

看完《影响他人的心理学》之后，仔细回想一下，仔细观察一下，会发现身边很多这样靠各种各样的影响力不断的影响我们判断和做事习惯的例子。

互惠这一点，我以前一直使用，但是的确是无意之中使用的，或者说以前曾经尝到过使用的甜头，于是在与人交往之中，经常使用，比如说那天在买煎饼的时候，看到营业员把多涂抹辣椒的饼直接扔掉，而不是给下一个要辣椒的人的时候，我刻意对她的这种做法大加肯定，说她很有责任心，其实这种表扬和夸奖，对我并没有任何损失，结果那个营业员在做我的煎饼的时候，多放了一些蔬菜在里面，看，互惠的目的达到了。

以前，在写一篇关于吸烟的优缺点的英语作文时，曾一起讨论过香烟在人际交往之中的作用，当时只是分析道可以拉近人与人之间的距离，却没有更深层次从互惠的角度来分析。

其实是感觉吸了别人的烟之后，感觉受了别人的恩惠，所以要做出相应的补偿，否则心里就会不安，这种不安的压力，使接受香烟的人做出了相应的报答。

尽管在人群中存在10%或20%的人不会被这种压力所影响，但只要我们在工作或生活中，能吧另外的80%的人抓住，就抓住了成功的机会了。

我是一个不太愿意从众的人，通常别人鼓掌，不会引起我的鼓掌，我只会对自己认为值得的情况给予掌声，这使我主观上去忽略别人对其他事情的看法，也忽略了别人的感受。

如果我是生活在群次很低的人当中，我的这种做法会给我带来一部分的收获与不同，可能让我鹤立鸡群，让我变得出众，但是，一旦我生活在群次高的人当中的时候，结果就完全相反了，比如，别人都去上课，而我在寝室里逃课，别人都去参加讲座，我却悠哉的找朋友玩，我的这种做法遵循着一致性原理，让我为仍然做着出众事情而感到与众不同，使我失去了应该有的从众感。

<<影响他人的心理学>>

编辑推荐

《影响他人的心理学:成功者改造和影响他人,平庸者适应和服从他人》的阅读价值:心理学—人脉—成熟的心智—成功的事业与生活洞悉他人的内心世界,利用人性固有的弱点,通过种种行之有效的方法,达到影响他人、成就自己的目的。

——磨铁图书520TM团队鼎力推荐

<<影响他人的心理学>>

名人推荐

有一些人清楚地知道影响力的武器在哪里，而且经常熟练地驾驭这些武器来达到自己的目的。他们在社会上闯荡，恨不得让每一个人都按照他们的意志来行事，而且他们总是能够如愿以偿。其实，他们成功的秘密就在于他们知道怎样提出请求，知道怎样利用身边存在的这样那样的影响力武器来武装自己。

而运用这些武器，并不难，有时只需要正确选择一个词汇就可以做到这一点。但是这个词必须与强大的心理学原理相关，并且能够将“自动播放的磁带”放入人们的体内。相信人们很快就会知道如何从他人对这些原理的机械反应中捞到实惠。

——罗伯特·西奥迪尼（著名心理学家）影响与说服，是超越一切金钱、暴力、特权、科技的终极力量。

——拿破仑杨庭（影响与说服大师）影响他人，不是强制，不是命令，而是巧妙地利用言行举止，像润物细无声的春雨，按着自己想要的结果不着痕迹地去引导他人。这是一门高超的心理学。

——郑小兰（女，社会心理学家）

<<影响他人的心理学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>