

<<人际交往心理学>>

图书基本信息

书名：<<人际交往心理学>>

13位ISBN编号：9787550214880

10位ISBN编号：7550214883

出版时间：2013-4-1

出版单位：北京联合出版有限责任公司

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>

<<人际交往心理学>>

前言

任何人都无法孤单地活在世上，在信息如潮奔涌，人际关系越来越重要的现代社会更是如此。每一个人生活的幸福、工作的成功都离不开与他人的交往。

但是为什么有些人在人际交往中会如鱼得水、左右逢源；而有些人却举步维艰、进退维谷呢？其实很简单，人生中的各种问题，都与心理学有着千丝万缕的联系，一旦掌握了相关的心理学知识，工作和生活中的许多难题就能迎刃而解。

在与人的交往中，如果一味想着自己舒服，慢慢地你便会走向孤独；若是只想着让别人舒服，总有一天你会心力交瘁；若是双方都不舒服，将会波及更多的人受到伤害。

唯有在你和对方都舒服之间找到一个平衡点，这才是最好的人际关系。

然而，在人际交往的过程中，我们难免会碰到这样那样的问题，比如：如何塑造良好的第一印象？怎样才能克服人际交往的心理障碍？有哪些必要的人际交往技巧需要及时掌握？人际交往有哪些禁忌？……如果不能很好地解决这些问题，就会影响人际交往的成效，影响人际关系的建立与发展，甚至影响事业的成功。

针对这些人际交往中经常碰到的问题，我们编写了这部《人际交往心理学》。

全书共分为“掌握主动的心理学策略”“把握分寸心理学”“借力成事心理学”“守弱心理学”“心灵互动心理学”“影响力心理学”“说话办事心理学”“人性丛林生存心理策略”“驾驭心理学”“职场心理学”和“情感经营心理学”11个篇章，分别从人际、商场、职场、爱情、婚姻、家庭等与人们生活息息相关的方面讲述人际交往的心理学知识和技巧，深入挖掘人性背后的心理秘密，巧妙揭示人们内心深处的行为动机，以期帮助读者迅速提高说话办事的能力，掌控人际交往主动权，避免挫折和损失，一步一步地落实自己的人生计划，获得事业的成功和生活的幸福。

在解读各种人际关系现象背后的深层心理原因的同时，书中还提供了一些能使你成为职场上、商场上、亲友圈中最有分量、最受欢迎、最能呼风唤雨的人的方法，进而使你成为人际关系的大赢家。

千人千面，每一面孔后面都有一颗搏动的心。

与人交往面对的是一张张面孔，应对的却是一颗颗奥妙的心。

只有采取恰当的人际交往心理策略，走入他人的内心深处，把握心理脉搏，洞悉人心的奥妙变化，才能赢得人心！

<<人际交往心理学>>

书籍目录

第一篇克服人性的弱点——掌控主动的心理学策略 第1章让他人心服口服的说服心理学 利用权威心理和角色互换说服对方 人是趋利避害的动物 一层一层剥笋，一步一步说服 利用从众心理，以众敌寡将其同化 归谬说服，让对方主动让步 不要把自己的意见强加于人 运用心理定式让对方不断点头 声东击西，迂回说服 巧用逆反心理，说服他人达到自己的目的 巧用比喻增加说服的美感 第2章善用劣势反转局面的吃亏心理学 做隐性投资，舍不得孩子套不住狼 大舍才能换大得 予人玫瑰，手留余香 明处吃亏，暗处得利 吃亏是福 别做鼠目寸光的傻瓜 聪明人是不怕吃亏的“笨蛋” 故意吃亏不是亏 第3章巧妙俘获人心的主动结交心理学 交往主动一点，结交就会多一点 把第一句话说得扣动人心 带着微笑与人结交 套上近乎才能扯上关系 告诉对方“你很重要” 准备多个剧本，努力让对方演主角 用热情加固你们的缘分 让对方知道你了解他、包容他 结交人要懂得“投其所好” 没事也要常联系 第4章用人情抓住对方的人情心理学 开个人情户，日后储蓄多 分人一杯羹，日后落难有帮手 关键时拉人一把 雪中送点炭，人情常相伴 拉拢人心要耐心，细水长流情才深 收获人情，借不如送 打好双赢牌，让别人欠你人情 以“礼”相待，才能被以情相还 给人好处莫张扬 以德服人，以情感人 第二篇把判断和分析发挥得恰到好处——把握分寸心理学 第1章用言语攻破对方心防的赞美心理学 奉承也要讲规则 赞美也要讲究“度” 赞美也要讲创新 引经据典进行赞美 赞美女人要以能力为中心 背后的赞美更有效果 推测性地赞美，帮对方找到自信 从细微之处赞美有奇效 切合对方实际，给他最想要的赞美 第2章善解人意、婉转拒绝的婉言心理学 委婉地拒绝，给被拒绝的人留面子 适当采用拖延、淡化策略 先承后转式拒绝，让对方在宽慰中接受拒绝 带着友善表情拒绝不伤和气 逐客讲艺术，客人自退出 用对方的话来拒绝他 借他人之口提出拒绝 巧妙绕圈子，轻松说拒绝 礼貌说拒绝，亲密总无间 第3章化解他人敌意的示好心理学 即便内心不满，也要积极去拥抱你的对手 巧用“背后鞠躬”策略，消除对方的敌意 站在对方立场说话，消除对方的戒心 尊重对手，使其成为自身的动力 以德报怨，让对方的敌意如冰消逝 为对手鼓掌，化干戈为玉帛 第4章智者谨言慎行的装糊涂心理学 揣着明白装糊涂，交际场上好生存 不要点破他人的心思 不要把事情说得太明白 看穿是非得失，心中有数即可 糊涂装得要到位 第5章诱使他人吐露心声的倾听心理学 与人交际注意“两只耳朵一张嘴”法则 尽量引导对方多说 从倾听中抓住最有用的信息 在改变他人想法前先做一个好的倾听者 听完对方的基本主题再插话 恰到好处的沉默胜于雄辩 第6章把握尺度、拿捏分寸的人性心理学 让一步海阔天空 得理也要让三分 关键时刻也要当仁不让 细节决定成败 晓之以理，诱之以利 以奖励唤醒人性的优点 不在失意的人面前谈论你的得意 即使对方再谦虚，也要保持应有的低调 万事皆有度，过犹不及 第三篇博弈论没有诡计——借力成事心理学 第1章谋求共赢的合作心理学 时不时摇晃一下“沉淀层” 建立合理的团队分享机制 鼓励员工之间相互“管闲事” 促进下属之间的“互补合作” 真诚合作，但要为应对变故做好准备 第2章赢家通吃的商场掌控心理学 施计弄巧，无条件时创造条件 临危不乱，以机智赢得生机 连横合纵，将天下资源为我所用 洞察对方所需，打开成功之门 无事也要常登“三宝殿” 第3章减少内耗的博弈心理学 老虎怕毛驴，假信息迷惑真敌人 策略欺骗 螃蟹为什么爬不出篓子 分粥博弈：不患贫而患不公 第4章精明生存借力搭车的借势心理学 罗思柴尔德的成功秘诀：跻身上流社会 积极主动地寻找贵人“寄生”于人，成长加速 乾坤大挪移，化人之力为我所用 小人物也有大作用 以静制动，让诤友充当自己的镜子 得人心者得天下 制造舆论，壮大你的声势 第5章展示强势博得认同感的身价心理学 王婆卖瓜，必须自夸 给魅力加点“磁性”，吸引更多的人 在形象名片上下工夫 制造一些神秘感，引起他人注意 用“两高”给自己下个定义 最出色最完美，你才最具竞争力 要优秀，就得在人格上胜人一筹 第四篇虎行似病、鹰立似睡——守弱心理学 第1章深藏不露、蓄势待发的韬晦心理学 从“低人一筹”到“高人一筹” 人生需要“匍匐”的姿态 蓄势待发 正视“蘑菇阶段” 先潜下心来，而后能伸出手去 以退为进，能屈能伸 第2章趋利避害、圆融通达的自保心理学 经常恭维你的，很多是你的敌人 最大的危险来自那些让你看不出危险的人 反常的举动背后必有反常的意图 第五篇认同才有力量——心灵互动心理学 第1章将心比心、换位思考的认同心理学 想让别人喜欢你，先要喜欢上对方：你对朋友知心，朋友也会对你知心 帮助对方要适当，接受对方的帮助也要适当 努力记住有关对方的小事，他会对你产生好感 换位思考在人际交往中出奇效 不揭对方伤疤 看住对方的面子，等于守住彼此的融洽关系 说话多给对方“同感”的理解，第2章扭转反对意见的求同心理学 将心比心，启发对方点头 遭遇尴尬，要给他人台阶下 讲道理时最好打

<<人际交往心理学>>

个比方 第3章以共鸣俘虏他人内心的交心心理学 细微动作拉近与陌生人的距离 运用认同术是达成共识的有效方法 掌声响起来,为对方喝彩 你的笑容价值百万 第六篇影响有影响力的人——影响力心理学 第1章博取他人信服的权威心理学 时刻让人知道你是“有身份”的人 轻诺者寡信 利用情感树威 让自己保持“竞技状态” 不懂不是错,不懂装懂才是错 积极挖掘下属的闪光点 第2章获得他人赞同和支持的影响力心理学 抓住对方心理,把话说到点子上 利用人们的反叛心理来说话 必要时刻,向对方适当提出挑战 容忍对方的反感,让他不再反感 以诚服人的手段十分有效 用商量的口吻向对方提建议 第3章重振受挫灵魂的抚慰心理学 探病时要善于“说谎” 朋友失意,安慰的话一定要得体 站在同一起点上,现身说法 意识唤醒法使其走出悲伤阴影 他人郁闷的时候多说理解的话 看清谈话对象的身份,然后再开口 第七篇好口才需要练习——说话办事心理学 第1章送礼送到心坎上的送礼心理学 礼轻情义重 事有大小之分,礼有薄厚之别 急人所需,送小礼也能办成事 好礼配好话,送到对方心坎里 送礼最忌临时抱佛脚 要送好礼,千万莫碰对方禁忌 第2章塑造和谐语境的说话办事心理学 将语言“软化”后再说出来,人际更加和谐 做得精彩从说得漂亮开始 把别人的奚落拒之门外 职场上说得好也要说得巧 诙谐地说“不”,让被拒绝的人有面子 分析利弊术:让对方觉得自己错了 第3章运用言语“催眠”对方的场面应用心理学 把握对方的心理后再说话 场面上,要说场面话 察言观色,把话说得恰到好处 同一种意思换一种表达 人人厌烦“鬼话连篇” 第4章打造良好第一印象的陌生拜访心理学 如何与初次见面的人拉近距离 怎样快速让陌生人对你有好感 第一次与客户见面如何零距离沟通 如何漂亮地为他人介绍 把握好开头的五分钟,攀谈就会自然而然 制造戏剧性,与众不同地吸引他人注意 渲染氛围,吸引别人的注意力 第5章叩开人心的求人办事心理学 激将法求人妙不可言 看人说话,顺水推舟把事办 利用边缘人物疏通 暗中智取,让对方为你办事 巧借力,迂回说服别人帮自己办事 第八篇我不是教你耍花招——人性丛林生存心理策略 第1章知晓方圆、掌握分寸的方圆心理学 心方人圆方能纵横于世 “绵里藏针”收效往往更显著 刚柔并济,方能贤亲佞畏 以“内韧”纵横人际场 好事做尽,人缘也到头 不争才是上争,共生才能安生 未到出头时能而有度 在形势不利时全身而退 等距离交往才能在夹缝中生存 少言多思,做行动上的巨人 第2章略施小计、令其心服口服的心计心理学 恩威并施,才能贤佞皆服 分散小权才能独揽大权 气势夺人,从心理上震慑他人 因势利导,嫁接成功 忽略面子上的事,交际才能无障碍 第3章外拙内精、大智若愚的糊涂心理学 处世还需“和稀泥”,既得人心又成事 静中韬光养晦,退中方求全身 用“不争”来换取别人的信任 第4章洞悉人性、智取胜利的布局心理学 声东击西,让对手难辨真伪 制造无他选的困境,让对方别无选择地顺从 掩盖自己的锋芒,放低身架做人 第九篇懂点诱惑的“麻醉控”——驾驭心理学 第1章善用策略、顺利达到目的的驾驭心理学 确定共同对手,引起同仇敌忾 利用“期望效应”使他人按自己的意图行事 恰当的反馈能使对方更积极地为你的事 收放自如,把对手控制在你的手中 第2章让他人放松戒备的亲和心理心理学 以情感人,激起别人的同情心 亲切称呼,缩短彼此之间的距离 妙用“地形”,让对方从心里喜欢你 第3章让他人主动帮忙的引导心理学 善用“增减法”,影响人们的心理 激发对方高尚动机,顺势制宜影响他 适当转移话题,调动对方谈兴 制造短缺假象,可以极大影响对方的行为 第4章获得他人追随的笼络心理学 巧唱“空城计”,化解被动危机 虚张声势,以小充大赢得多用“曝光效应”拉近彼此关系 第十篇办公室的相处之道——职场心理学 第1章让你的岗位无可挑剔的补位心理学 替你的老板打圆场 领导相争,选择站中间 恭维赞美,适时适度 替你的上司背一次“黑锅” 挑战权威,也能赢得上司喜欢 第一次就把事情做对 给自己找个对手,让自己成为“无敌手” 巧提建议,让领导发现你的价值 第2章充分发挥人际吸引力的办公室心理学 别做办公室里的“孤独者” 避免僵局和争论是谈话的艺术 双赢双利,一山能容二虎 竞争再激烈,也不能占别人的功劳 第3章俘虏上司内心的晋升心理学 尊重是相互的 越权建议,多多留神 忠于老板,就是为自己争取利益 甘做绿叶,让上司高你一筹 不说比说错更可恶 听出领导的话里话 第十一篇情更深,意更浓——情感经营心理学 第1章让友情更加牢固的相悦心理学 用小错误点缀自己 关键时刻拉他一把 “远亲不如近邻” 幽默,让对方更加向你靠近 表达你的好感 第2章轻松赢得对方青睐的爱恋心理学 做好准备,约会也能事半功倍 小鸟依人,成全“大男人” 体贴入微,让恋爱迅速升温 慢性诱惑,一次只给一块糖吃 几分神秘,永葆爱情新鲜 第3章以异性魅力俘虏对方的性别心理学 利用异性效应,吸引对方眼球 倾听,男人了解女人的必修课 揣摩男人心思,把话说进他的心窝

<<人际交往心理学>>

章节摘录

版权页：有些推销人员在卖保险的时候喜欢提到权威人士：“你们工厂的经理也买我们的保险。”大家会想：“经理那么精明能干，都买你们的保险，看来这种保险是不错，买吧。”

这就是利用了权威的心理。

有的时候没有这种权威人士给你做宣传，那该怎么办呢？这时可以用数字、用统计资料，因为一般人认为数字是不会骗人的，比如说：这家工厂用了我们的机器后，产量增加20%，那个工厂用了我们的计算机后，效率提高了50%。

那么你把这些数字拿给客户看，客户很容易就接受了。

有的时候，统计数字还太少，产品刚刚出现，还没有那么多客户的时候，还有一种方法，就是用前面的顾客买了他们的产品觉得满意写来的信函。

这个时候，这种做法对新顾客，对一些小的公司也能起一定的影响作用，这就是权威的心理。

“你换成我，你该怎么办？”这种说服法利用了“角色互换”使对方有互易立场的模拟感觉，借此达到说服对方的目的。

美国人际关系专家吉普逊认为自己的好友之一——某陆军上将之所以有今日之成就，完全得力于他有超人的说服技巧。

他说：“他从小就憧憬着军旅生涯，1929年美国的经济恐慌，人人被生活逼得走投无路，年轻人都一窝蜂挤入各兵种的军事学校。

他特别钟情于西点军校，可是有限的名额早就被有门路人的子弟占据了。

他只是个升斗小民，于是乎，他鼓起勇气，一一拜访地方有头有脸的人物，不怕碰钉子，勇敢地毛遂自荐：‘我是个优秀青年，身体也很棒，我平生最大的意愿，是进西点报效国家，如果您的子弟和我一样处境，请问这怎么办呢？’

“没想到，这些有办法的人物，经过他这么一说，十之八九都给了他一份推荐书。

有的人更积极为他打电话，拜托国会议员，他终于成了西点军校的学生了。

”要说服别人，先得使他进入情境，对你的问题感同身受，兴起关切之心。

别人在回答“如果你是我……”的问题时，不自觉地便把自己投射在该问题中了。

有时，在说服别人或想拜托别人做事情时，不管怎样进攻或恳求对方，对方总是敷衍应付，漠不关心。

这时你首先要消除对方心理上的漠不关心，然后再说服诱导。

在推销方面，推销员为了唤起顾客的注意，并达到80%的购买率，往往是先诱导，后说服。

通常，我们行动的目的都是“为自己”，而非“为别人”。

如果能够充分理解这一点，那么想要说服他人就有如探囊取物般容易了。

只要了解对方真正想追求的利益何在，进而满足他的欲望，便可达到目的。

但是，将这条最基本要件抛于脑后的却也大有人在。

他们没有满足对方最大的利益，一心一意只是想要满足自己的私欲。

我们可以看看下面这个故事：某酒厂的负责人成功研发了新水果酒，为求尽快让产品打进市场，于是他决定说服社长批准进而大量生产。

“社长，又有新的产品研发出来了。

这次的产品是前所未有的新发明，绝对能畅销。

连我都喜欢的东西，绝对有市场性。

我敢拍胸脯保证。

”

<<人际交往心理学>>

编辑推荐

《人际交往心理学》分别从人际、商场、职场、爱情、婚姻、家庭等与人们生活息息相关的方面讲述人际交往的心理学知识和技巧，深入挖掘人性背后的心理秘密，巧妙揭示了人们内心深处的行为动机，以期帮助读者迅速提高说话办事的能力，掌控人际交往主动权，避免挫折和损失，一步一步地落实自己的人生计划，获得事业的成功和生活的幸福。

<<人际交往心理学>>

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>