第一图书网, tushu007.com

# <<欺骗心理术>>

## 图书基本信息

书名：<<欺骗心理术>>

13位ISBN编号：9787801038913

10位ISBN编号：7801038916

出版时间：2013-3

出版时间：商务印书馆国际有限公司

作者：多湖辉

译者：韩秀英

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

## 前言

前言大概每个人都有被人欺骗后顿足悔恨大呼上当的经历吧。
例如，购物时以为讨了便宜而沾沾自喜时，却没想到事实上是以高价买到了次品；受到上司花言巧语的欺骗，勉强接受了棘手的工作，甚至还要替他承担责任；你可能以为某人是资本家，事实上他却债台高筑，根本没有任何一点资本，等等。
也许你会纳闷儿：为什么当初不能看穿这是谎言呢？
实际上，人是经常容易被一些小小的谎言所蒙骗的。
例如本书中也提到了，最近我碰到一件非常有趣的事，那就是在《每日新闻》的专栏中介绍过的“据某项调查，大约有三成的年轻家庭中没有菜刀”，这一报道是否真实？
据说某电视台对此进行了调查。
的确，调查表明，从厨房中解放出来的家庭主妇在不断增加，很多主妇购买流行全日本的“带回家去的热盒饭”；也有些年轻主妇会在星期天安排全家人到郊外的餐馆就餐；有的家庭根本不动火做饭，这也不足为怪。
因为存在着上述情况，这个专栏的执笔者听到“有三成的年轻家庭中没有菜刀”这一说法时，也许是为了对社会的现状提出警告才写了这则报道的。
阅读了这则报道的人们也许会感到主妇连饭都不会做实属可叹！
但是，某电视台的人对这个“三成说”却抱怀疑态度，因为他们周围的家庭中每家都有菜刀。
于是就组织了调查小组，要找出这句话的出处。
他询问了专栏的执笔人，问他这句话从何而来，这样一个一个追下去，经过迂回曲折的追根求源之后，终于找到了它的出处。
它是来自某位评论家，据他说是阅读了某项调查报告才传出了这个“三成说”的。
然而，实际上这只是他自己的理解而已。
因为从他读过的调查报告中反复查找，根本没有找到可以构成“三成说”的数据。
当然，这位评论家并非故意欺骗他人，也不是有意说谎，可是，这种没有根据的“三成说”却一传十、十传百地慢慢传播开了。
而介绍“三成说”的执笔人，甚至阅读该专栏的读者均信以为真，被巧妙地“欺骗”了。
一点儿“真实”便能隐藏全部谎言另外，一家报纸曾经报道某家庭主妇被经营盆栽花木的商人所欺骗的情况。
据说，这个商人是一位已过中年的妇女，她说“我是农家妇女，因为出外工作的丈夫不怎么给家里寄钱，所以才经营盆栽花木”等，不断地向这位主妇诉苦。
这个妇女看起来真的很像农家妇女，脸被太阳晒得黝黑，手上有严重的皲裂。
这位家庭主妇看到此情景，感到十分同情。
这个妇女又说，这些盆景在市场上的价格在1万日元以上，而现在以5千日元的价格卖给她。
她买了以后，却在花店里发现，同样的盆景只需1千多日元即可买到。
不论是这桩盆景事件，还是前面所说的“有三成的年轻家庭没有菜刀”的说法，都说明了人如果心理方面出现了漏洞，即使是一点儿小谎言，也会轻易上当受骗。
在“三成说”事件中，因为有“三成”这个数字，所以就很简单地欺骗了很多人。
那是因为人们总“相信数字”，认为数字是不会有错的。
即使在自己的周围根本看不到没有菜刀的家庭，也会因为举出了“三成”这样的具体数字，而不加怀疑地认为社会上这样的家庭一定很多，在心理上容易受到数字的影响。
在盆景事件中，骗人者使用了两三种骗术，而且达到了欺骗的目的。
皲裂的手就是一个绝妙的小道具。
这就是说，本来对一个流动的商人，任何人都会有戒备心。
这位主妇也许在刚开始时有戒备心，但为什么还会受骗呢？
可能就是因为看见经商妇女那双皲裂的手，又听了她的诉苦之言就信以为真，因此戒备心就消除了，并且产生了同情心。

这样一来，正中欺骗者的下怀。
对于她信口开河说出的昂贵的市价，受骗的主妇当然也不会有任何怀疑，还以为买到了便宜货而暗自高兴，结果却是上当受骗。
经商妇女手上的皲裂这一小小的“事实”，是怎样扰乱对方的判断力的呢？
这是值得我们思考的一个问题。
在谎言中稍微加入一些真实情况，就很容易使人信以为真。
尤其是自己亲眼见到的所谓事实，任何人都会像这位家庭主妇一样，根本不怀疑对方的谎言。
人一旦被击中心理要害，就会变得很脆弱如前所述，人心理上的弱点或漏洞一旦被击中，就容易落入颠倒黑白、难辨真伪的处境。
从这个意义上说，要研究人类心理的奥妙，骗人的手法却能向我们提供颇有意思的材料。
另外，“态度变容”是心理学的一个大课题。
所谓“态度变容”，简单地说就是改变他人的思维方式，使其做出与以前完全不同的行动。
可以说，“欺骗”就是这种“态度变容”的巧妙的例子。
以前我也很关注这种类似欺骗的事情，但是，我自己也有过几次受骗的经历。
在经商中，只要让对方相信这是很好的东西，无论多么粗制滥造，也能够卖得出去。
另外，也曾有过心理学家都识不破的谎言，自以为很有识别力的人，却也有被他人巧妙欺骗了的事情。
并不是因为我本身被欺骗过才来谈这个问题，而是因为人具有容易被骗的脆弱的一面。
在这点上，大概可以说不论多么小心谨慎的人，也不会有例外。
如果有人觉得自己没有受过骗，那可能是因为你根本还不知道自己曾经受骗。
例如，太平洋战争结束时，一定有许多日本人发觉受到国家的欺骗，参加了这场鲁莽的战争。
战争失败后，日本人民才知道所谓的“鬼畜英美”这个口号也是为了欺骗国民们而制造出来的。
可是，如果日本没有被打败而是打胜了，那么相信谁也不会想到是受了国家的欺骗。
当然也会继续相信“鬼畜英美”这个口号。
这是不难想象的。
在这点上，有些人觉察不到自己被骗而继续被骗，这也许是最幸福的。
所以，对于一个买了便宜货却认为自己是买了高级品的人，如果你告诉他买了便宜货这一事实，对他来说是一件很残酷的事情。
那是因为他相信这个谎言的时候，对于这个东西也已经感到十分满意。
一旦知道事实真相之后，这种满足感也就随之破灭了。
不是也有“希望你继续欺骗我”这句歌词吗？
的确可以说这表明了人的一种心理。
攻击人的心理弱点的技巧有很多，如前面谈到的利用数字或一点小事实等等。
但是，最容易使人受骗的可能就是“只有你”这样的字眼吧。
那是因为，不论什么人都希望成为人们重视的焦点。
比如“顾客就是上帝”这样的名言，就是巧妙地利用了人们的这种心理。
所以，“只有你”这句话就是能够争取人心的甜言蜜语。
不只限于“只有你”这句话，像“你是最好的”、“为了你，我才这样做”等等，都能使对方得意洋洋。
由此可见，人实际上是非常脆弱的，这也可以说是人类最大的弱点。
许多诈骗犯就是巧妙地利用了人的这种心理。
另外，在广告和销售战略中，也经常使用这种手法。
例如，所谓的高级手表，都是以量少品种多的方式进行销售的。
据说，一个品种只生产100只左右。
当然，这并不是要欺骗消费者，而是促使顾客购买昂贵手表的一种策略。
这就是运用了“只有你”的心理策略，让顾客感觉到“只有我”才拥有这种手表。
这种策略取得了很好的效果。

在信息化的社会中，欺骗的方法愈来愈巧妙没有比现代的人际关系更为复杂、信息更为发达的社会了。
在这种高度信息化的社会中，在某种意义上可以说人不那么容易上当受骗了。
那就是说，如果你要欺骗一个人，就必须隐藏“真相”。
但是要隐藏下去，却又非常困难。
例如过去演员很容易以纯洁的形象推销自己，但现在不同了，哪怕是一点儿丑闻也会马上被报道出来，其纯洁的形象就会彻底消失。
可是，正因为是高度信息化的社会，骗人的手法也愈来愈巧妙、高明，令人难以看透。
因此，在这个社会中也最需要一些防止被骗的书籍。
基于这种想法，我写了这本书。
不知什么时候你会被“看不见的对方”所狙击，这本《欺骗心理术》如能帮助读者识破这种巧妙的陷阱，我将感到荣幸。
另外，就是关于本书的书名问题。
当我将本书定名为《欺骗心理术》时，曾担心这一书名会被人误解为是传授欺骗人的方法。
因为如果是那样，就与我写这本书的宗旨——“为了不受人欺骗”完全相违背了。
实际上，在决定本书书名时，出版社曾提供了几个书名让我选择，但是，大部分都太骇人听闻。
在这些书名当中，我觉得还是《欺骗心理术》比较好。
然而，现在回想起来，我似乎也被出版社巧妙地欺骗了。
多湖辉

## 内容概要

《多湖辉心理透视:欺骗心理术(畅销10年增订版)》内容简介：人是很容易被蒙骗的，尤其在信息化的今天，“骗术”愈来愈巧妙，令人难以招架。
因此，这个社会很需要一些防止被骗的书籍。
基于这种想法，我写了《多湖辉心理透视:欺骗心理术(畅销10年增订版)》，向读者揭露最隐蔽也最常遇到的欺骗心理术。
例如：
尽管他不了解你，却能让你觉得他很了解你；
用一句真话掩盖九句谎话；
表示自己并无所图以使对方放松警惕，然后巧妙地获取利益；
满足小的要求而使你忘记根本目标；
尽管债台高筑，却被人认为很有钱；
混淆视听，让人把少数人的意见误认为是多数人的意见；
以细枝末节的事情博得你的信任，让你认为这个人没问题；
让顾客将劣质产品视为优质产品；
……
实际上，在决定书名时，出版社曾提供了几个书名让我选择，但是，大部分都太骇人听闻，我觉得还是《欺骗心理术》比较好。
然而，现在回想起来，我似乎也被出版社巧妙地欺骗了。

## 作者简介

作者：（日本）多湖辉 译者：韩秀英多湖辉，日本家喻户晓的心理学家、教育家，在国际上享有声望的实用心理学大师。
1926年出生。
1950年毕业于日本东京大学文学部心理学专业。
曾任东京工业大学、千叶大学教授。
现任多湖辉研究所所长、东京未来大学名誉校长、索尼教育振兴财团理事。
多湖辉在长达半个世纪的心理学研究过程中，出版了大量心理学畅销书。
与许多以理论见长的学者不一样，多湖辉的作品更具实践性。
他以自己独特的心理分析方法为基础，以人们日常生活中普遍关注和经历的事情为主题，以极有针对性的案例分析、流畅自如的演讲式语言，帮助现代人准确地理解他人的心理，巧妙地表达自己的思想，为身处复杂环境的现代人提供了非常实用的指点和劝告。
这些图书，在日本国内销量早已突破千万册，并被译成十几种文字在世界各国畅销不衰，成为具有国际影响力的心理学经典著作。
多湖辉至今仍活跃于演讲、电视、广播等领域。
他运用心理学开发公司职员创造性的培训受到众多企业家的推崇。

# <<欺骗心理术>>

## 书籍目录

前言 001第一章 让别人把谎言当成事实（通过操纵信息扰乱他人判断力的心理战术）让对方把“不好听的话”当成“好听的话” 002用一句真话来掩盖九句谎言 003毫无根据的话也会使人信以为真 004借助他人之口，使没有根据的话变得有根据 006让人将不能办到的事认为能够办到 007通过忠告让对方接受对自己不利的话 009把来自上司的强制提案，让下级觉得是大家的综合意见 010让对方放心，才能使他吐出真情 012让对方在不知不觉中吐露心声 013掌握让对方的回答只对自己有利的询问技巧 014以欺骗性逻辑让人信以为真 016利用自己过去的艰苦身世，博得对方的同情 017即使工资很低，也要让职员满足 019让对方把不是坏人的人当成坏人 020只说出对自己有利的数字，使别人相信自己的论点 022第二章 让别人把假意当成真心（通过引起共鸣打开对方心扉的心理战术）想获得对方的共鸣，首先要“佯装”与对方共鸣 026与其赞美对方本身，不如称赞他过去的成就及所属物 027赞美对方引以为豪之处，可使对方敞开心扉 029对绝对自信的人适当贬抑，评价竞争对手 030赞美异性时含糊其辞效果更佳 032避开众人对对方的评价，赞美其新的闪光点 033借助共同话题，创造轻松的气氛 035多以“对方”为话题，比较容易打动对方 036称呼对方的名字，能增加亲密感 038自然地暴露自己的缺点可以消除对方的戒备心理 040下午见面更能达到预期的目的 041有求于人或表示致歉时最好拜访对方的住宅 042邀请初次见面的人时应先说明详情 043在寒暄中加入能使对方产生共鸣的内容，可使交谈更深入 044即使不是秘密，声明“我只告诉你一人”也有助于形成亲密关系 046与长者交谈，应以对方年轻时代的事情为话题 047当对方可能不了解时，说声“也许你已经了解了”，容易引起对方的兴趣 048重复对方所说的话能给对方以耐心倾听的印象 050当对方对话题感到厌烦时，应做出使对方诧异的动作 051谈话出现冷场时，可概略归纳方才的话题以打破僵局 053短暂的沉默有益无害 055如果自己带头自吹，会破坏交谈的气氛 057意图不明的提问会使对方产生不信任感 058中途打断对方谈话会使对方不愉快 059如何与初次见面的人形成和谐的关系 060第三章 让别人把错当成对（通过改变说话方式来让对方信服的心理战术）改变表达方式，减轻对方的心理负担 064使对方把正确的意见认为是错误的 065不要当面、直接拒绝对方，而要设法让他主动放弃自己的要求 067使用谦卑的说法，让对方不感到你在命令他 069故意说反话，让对方服从 071以细微末节的事博得对方的信任，让他认为你这个人没有问题 072自己保持沉默，让对方作茧自缚 073故作谦虚，让人认为你是个伟大的人 075假装接受，实际上却是拒绝 076让强有力的竞争对手成为你的朋友 077不用追求就能让女性围着你转 079表示自己并无所图以使对方放心，然后巧妙地获得利益 080让人连一些毫无价值的东西也想获得 082第四章 使对方把“右”当作“左”（使对方产生错觉，并转向自己一方的心理战术）把自己的责任转嫁给他人 086以最低的报酬，让对方感觉到微妙的希望 087让对方自觉地服从他本来不赞成的决议 089给对方自由，他反而会严格地管束自己 091让对方觉得你与他具有相同的利益关系，他就会信任你 092什么也不用做，让对方自己消除心中的不满 094让不想和你分手的女性主动提出和你分手 095巧妙地攻击对方，让他消沉下去 097把留给对方的不良印象改变为好印象 098不用说服，就能使对方的意见发生很大转变 099满足小的要求，使之忘记大的要求 101让不合理的意见得以顺利通过 102本来是“右”，却让对方认为是“左” 104使对方将不能接受的条件，认为是对自己有利的条件 105让立场不同的对方把你看作他的朋友 107将对你不利的话题转为对你有利的话题 109即使无视对方的意见，也要让他觉得你非常尊重他的意见 110即使并不亲切，也要创造出一种亲切的气氛 112第五章 把恶意伪装成善意（掩人耳目、掩盖内心世界的心理战术）本来他是坏人，却让对方感觉只有他是好人 116要警惕容易被识破的小谎言后面掩盖着的更大的谎言 117故意犯点小错误，装出诚实的样子 119不用做很大的付出，便可让人感激你 121没有做出努力，却让对方认为你尽了最大努力 122即使你并不关心对方，也要让对方觉得你深情地关心着他 124尽管你不了解对方，却要让他觉得你很了解他 125不能让对方看出你心怀莫测 127让时间的流逝来解决难以解决的问题 128让没有任何关系的对方认为欠了你的人情 130一分投资，十分收获 132不要让对方认为你在怀疑他 133第六章 让对方将三流的误认为是一流的（掌握自我伪装的心理战术）即使你并非博古通今，也要让对方认为你知识渊博 136巧妙地让人将他人的意见认为是你的意见 137尽管债台高筑，也可以让人认为你很有钱 139让别人认为你是一流的人 141借助他人的权威来建立自己的威信 142在时间上做文章，让人认为你是个有能力的人 143尽管无事可做，却要装出很忙碌的样子 145不论能否实现，说出远大的理想会让人认为你是个了不起的人物 146第七章 让别人将“失”感到是“得”（随心所欲

愚弄大众的心理战术）让人把本来没有内容的东西认为很有内容 150尽管钱的总额相同，但可以让对方觉得得到了很大利益 151让对方以高价支付，却让他觉得占了便宜 152让顾客认为不买就亏了 155使顾客将劣质产品认为是优质产品 156使顾客将普通的东西认为是特殊的东西 158让顾客觉得只有自己受到了特殊的优待 159不让对方觉得你在勉强他而把商品推销给他 161尽管不是一流的，也要创造出一流的形象 162即使是做抛售广告，也不要让人觉得是广告 164尽管相距遥远，也要让人觉得很近 166尽管并不流行，也要让人认为是流行的 167让顾客自我欺骗 169故意提高价格，让人认为是高级品 170使顾客将商品的细微区别认为是很大的区别 171让人把少数人的意见误认为是多数人的意见 173第八章 让别人把虚伪当成诚实（通过展现假象抓住别人的心的心理战术）利用自己的缺点来表现自己诚实的方法 176自谦等于尊敬别人，也容易获得信任 177说有把握的话，让人乐意相信 178让别人等待或等别人，都要有诚意 180让信任加倍的方法 181即使是突然的电话，也能给对方喜悦的第一句话 183平息对方的怒气，进而取得优胜 184把别人的反感转变成好感 185要认真倾听对方的意见 187完美应对提问的技巧 189谦逊才能有和谐的人际关系 190表现诚意应落实到行动中 192向男侍者等立场弱的人表现诚实态度的“ 意识 ” 194向女性表达好感的办法 196第九章 表现自己好性格（通过表现爽朗的性格赢得对方信任）表现自己的爽朗性格有方法 200注意说话的声音 201装束能让别人更好地了解你 204不让别人因为表情对你产生误解 206语言表达要讲究 207投其所好，使对方如鱼得水 209善于笑，比善于让人笑更有魅力 210注意不经意的外在表示 211从细节透露自己爽朗的性格 213

## 章节摘录

想获得对方的共鸣，首先要“ 佯装 ”与对方共鸣俗话说“ 强要牛喝水，牛却不低头 ”。
我们虽然能把对方“ 拉 ”到约定地点，但如果对方不敞开心扉，坦诚相对，任凭你怎样引导，也将是对牛弹琴。
为了顺利地引导初次见面的对方如实地说出自己的真实想法，必须使其保持愉快的心情。
关于这一点，电视、广播等节目主持人可以说是个中高手。
一般而言，电视节目主持人都有很好的口才，不仅如此，他们还善于让对方保持愉快的心情，这一心理战术更值得学习。
以前我常参加NHK的电视节目“ 生活的智慧 ”，这个节目的主持人酒井宏子女士就是深知这种心理战术的人。
她不断地对我所说的话表示佩服，表情之专注、语言之真诚，使我感到无比高兴，觉得自己讲的大概真的非常美妙，整个人也高兴得飘飘然。
对方一旦表现出佩服的态度，只要不是脾气十分古怪的人，谁都会真心诚意地回答对方的提问。
实际上，她是故意佯装被我的谈话所感动，而巧妙地引导我说出了自己的真话。
要和初次见面的人建立密切的关系，最重要的是要动之以情，设法理解对方的苦恼、了解对方的需要。
这种“ 理解 ”就是心理学上所说的共鸣，也称为感情转移。
问题是，如何才能在完全陌生的两个人之间产生共鸣。
当然，如果你不能与对方共鸣，对方自然也不会与你共鸣，所以必须懂得“ 佯装 ”与对方的谈话发生共鸣的心理技巧。
而在这种佯装共鸣的过程中，往往会“ 弄假成真 ”，彼此之间真正产生了共鸣。
有名的主持人小川宏、八木二郎等就很善于佯装与对方产生共鸣，就连专门研究心理学的我都会不知不觉地陷入他们的“ 圈套 ”中，一般人当然就更容易败于他们的心理战略，而说出原本不应该说的话。
也许他们并非存心运用这种心理战术套出别人的心里话，但如果他们不佯装佩服对方说的话，他们的采访就不会进行得那么顺利。
与其赞美对方本身，不如称赞他过去的成就及所属物奉承话是一把双刃剑，用得巧妙可使人际关系转好，反之则会破坏人际关系。
我和不少朋友的全家都相处得很好，与其中一家夫人的友谊甚至比和她丈夫的友谊更为深厚，当然我们之间的关系绝不会使人产生误会。
本来我只认识她的丈夫，那么我怎么成了她全家的朋友呢？
我想起因可能是在与她初次见面的那次宴会上我随便说出的一句话。
当时，我被介绍给这位朋友的夫人，由于当时没有适当的话题，就顺口说了一句“ 你佩戴的这个坠子很少见，非常特别 ”，企图以此掩饰当时的尴尬。
我说这句话完全是无意的，因为我根本不懂女人的装饰品。
出人意料的是，这个坠子果然很特别，只有在巴黎圣母院才买得到，这是她的心爱之物。
随便说出的这句话，使夫人联想起有关坠子的种种往事，从此我们便成了好朋友。
当然，这件事可以用“ 歪打正着 ”这个词来形容。
不过，我的确是在无意识中选择了初次见面时最适当的奉承话。
奉承话是一把双刃剑，用得巧妙可使人际关系转好，反之则会破坏人际关系。
适当的赞美，确实是促进人际关系和谐的润滑剂，但那些令人听了肉麻的阿谀奉承则只会迅速地暴露出一个人的人格与企图，最终造成被人蔑视的结局。
那么，对于初次见面的人，哪一种赞美最有效呢？
依笔者之见，最好避免以对方的人品或性格为对象，而称赞他过去的成就、行为或所属物等看得见的具体事物。
如果赞美对方“ 你真是个好人 ”，即使是由衷之言，对方也容易产生“ 才第一次见面，你怎么知道我

是好人？
”的疑念及戒备心。
如果赞美过去的成就或行为，情况就不同了。
赞美这种既成的事实与交情的深浅无关，对方也比较容易接受。
也就是说，不是直接称赞对方，而是称赞与对方有关的事情，这种“间接奉承”在初次见面时比较有效。
如果对方是女性，则她的服装和装饰品将是间接奉承的最佳对象。
从这种间接奉承的效果来看，与其毫无心理准备地去面对陌生的对方，不如事先收集可作为间接奉承的材料效果更佳。
有了这种准备，或许仅仅一句话就能使对方产生找到知己的感觉，很快向你敞开心扉。
让强有力的竞争对手成为你的朋友即使与对方处于对立位置，如果出现了共同的对手，也应该把对方当作朋友。
竞争对手有时会因为一点儿意想不到的事情变成了好朋友。
这是两个相互竞争的杂志社的编辑在酒馆见面时的情况。
这两个人虽然相互认识，但是为了各自杂志的发行数量而展开了激烈的竞争，彼此之间互相打听出版消息，关系非常紧张。
可是当话题转移到职业棒球时，两人之间的距离却缩短了。
一个是狂热的阪神迷，另外一个则是狂热的大洋迷，本来对立的两个人最后竟互相挽臂唱起了军歌。
理由非常简单，那就是“打倒巨人队！
”是他们的一致意见。
当他们发现了“巨人”这个共同的敌人后，本来处于竞争中的对手就握手联合起来了。
在共同的敌人面前，即使是敌对的双方也往往能携手合作。
以前发生的大韩航空公司的飞机坠落事件是很不幸的，但对于日本采取的果断的处理，美韩两国都给予了很高的评价。
当时两个国家对于日本的感情并不好，美日之间是由于经济摩擦，而日韩之间则是由于韩国对日本向来的不信任。
但是可能是因为出现了苏联这个共同的“敌人”，使这几个国家的关系得到了缓和。
远在第二次世界大战中，本来是敌对国的苏联和美国把日本当成共同的敌人而携手合作。
在日本国内本来处于对立的在野党与执政党，面对美国和中国这两个共同的敌人而团结一致，共同参战。
若能巧妙地运用这种心理，那么，在你想与自己的对手联合起来时，你就应该设法找出一个共同的敌人。
也就是说，结成共同的战线可以激发出连带感。
我有一个朋友就是利用这种方法防止了噪音公害。
他居住在一个居民小区，他的楼上是一位音乐家，音乐家经常弹钢琴使我的朋友无法写作。
当然他也可以直接向音乐家提出意见，但是因为同住一个楼，每天低头不见抬头见。
于是他心生一计，找出了一个共同的“敌人”，使这位音乐家和他站在了一起，结成了统一战线。
他找出的这个共同“敌人”就是城市住宅建设公司。
也就是说，钢琴的声音影响到四邻五舍是因为建筑公司的房屋建造有缺陷，所以该公司应该负责。
因此，他向建筑公司提出了申诉，要求他们提供垫在钢琴下面的隔音板，而且在有关人员的监督下加以落实。
这样，他不用开口就使楼上的音乐家自动限制了弹钢琴的时间。
不用追求就能让女性围着你转两人之间共同经历的秘密程度越高，相互间的亲密感就越强。
无论是男女之间还是同性之间，拥有共同的经历或秘密会加强彼此之间的关系，加深相互之间的亲密度。
前些日子，我接受朋友的邀请参加了朋友女儿的婚礼，从新娘同事们的讲话中知道，新娘在工作单位是很有人缘的。

听了她叙述自己的结婚经历，使我觉得新郎新娘的结合是很自然的：有一次，两个人在开车外出途中发生了一件小小的交通事故，不幸中的万幸，两个人都只受了些轻伤。
然而从那以后两个人都很关心对方的身体，几乎每天都要见面，最终迎来了今天这样喜庆的日子。
可以说“交通事故”这个共同的体验成了这两个人感情升华的催化剂。
这种“共犯者”的意识往往能够加速人们从群体男性或群体女性向特定的男性或特定的女性的认识。
这两个人是在偶然中拥有了共同的经历的。
然而也可以故意让对方犯些小错误或引诱对方去违犯某些规则，进而把对方掌握在自己手中。
例如在办公室里，帮助女职员采取措施以弥补或隐瞒过失；学校考试时作弊，向女生悄悄递送小纸条，等等。
这些行为都能够使两个人之间产生不为人知的共同经历。
当然，这种共同经历完全不带有犯罪的性质。
最重要的是这种共同经历的秘密程度越高或越具有特殊性，那么亲密度也就越强。
正如“同一个锅里吃饭”这句话所表示的那样，这种共同的经历越是特别，当事者之间的亲密意识就越深。
例如“战友”这个词，对某个时代的人们来说，可以说具有其他人无法理解的特殊意义。
以前曾经有过素不相识的人称呼对方为“战友”而诈骗钱财的事情。
“战友”这个词具有莫大的魅力，只要说“我们在同一个部队待过”，即使是初次见面的人，相互之间也会完全相信。
相互之间拥有共同的经历，就很容易放松戒备心理。
如果你能利用这种心理，就有可能使根本不认识的人变成自己的同盟者。

## 编辑推荐

《多湖辉心理透视:欺骗心理术(畅销10年增订版)》编辑推荐：认识和突破自己，读懂和掌控人心。
世界顶级实用心理学大师多湖辉的经典巨著。
中国大陆独家授权，全球畅销3000万册，中国10年销量达200万册，现代社会防骗指南。
多湖辉教授心理学著作颇丰，其中以“心理咨询”和“头脑开发”为最。
他的著作多以人们日常生活中普遍关注和经历的事情为主题，语言通俗易懂，阐述的道理却又极其深刻。
这些书仅在日本就出版了上千万册。
十年前，我公司经多湖辉教授授权，从其众多著作中精选了一批有关心理咨询的作品译成中文出版。
这些作品涉及的主题十分广泛。
作者从心理学的角度，多方面论述了人的心理结构与外在表现，并通过一个个生动具体的事实，向人们揭示了人生悲喜的奥秘。
他讲述的都是你我身边经常发生的事，所以很容易为人们理解，并能从中获取教益。
每部作品内容各异，可以说是一座座智慧的宝库，一直闪耀着心理学的智慧和人性的光芒。
该系列图书出版后赢得了专业人士和普通读者的双重肯定，受到大众普遍欢迎和持续关注。
现在，为了满足广大读者的需求，我公司推出了该系列图书的“畅销10年增订版”，共6册：《深层说服术》、《人性的迷宫》、《欺骗心理术》、《拓展思维妙法》、《激发自身活力》、《初次见面的心理战术》。
“畅销10年增订版”具有三大特点：（一）内容更充实：将原来主题相近的两种或多种图书合并为新版的一种图书；（二）文字更流畅：将影响阅读的文字，如地区性、时效性特别强的地方做了合理处理，符合当下大众阅读习惯；（三）形态更大气：由原来的64开增大到现在通行的16开，观感舒服，便于收藏。

第一图书网, tushu007.com



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