

<<影响力>>

图书基本信息

<<影响力>>

前言

这本书的最初版本，是想写给大众读者的，所以，在写它的时候，我试着像讲故事那样娓娓道来。随后各版保留了这种叙述风格，但除此之外，我还为自己的陈述、建议和结论列举了经研究得来的证据。

虽说我结合了采访、引述、系统化的个人观察等方式来表现结论、巩固结论，但归根结底地说，本书的结论是建立在受控心理学研究基础之上的。

事实给了读者们信心：它不是所谓的“流行”心理学，而是有科学根据的专业论述。

后续版本更新了素材，做了章节概要，并附上了思考题，以加强其功用。

新版本吸引人的一个特点在于：它既有趣，又实用，还提供了科学上的证明。

或许，我们可以把本书看成一次示范，即只要展示得当，人们眼里干巴巴的科学其实也能生动、有益，跟各位读者的亲身经历息息相关。

对《影响力》教材版的注解 距《影响力》的上一次出版已经颇有些时日了。

在此期间发生的一些事情，有必要补充在这个新版本当中。

首先，我们现在对影响过程比从前有了更深入的认识。

对说服、顺从和改变的研究有了新进展，相关内容亦依此做了更新。

除了对素材做整体上的更新，我还特别注意升级了对流行文化和新技术的涵盖。

同时收录了有关跨文化社会影响力的研究，即在不同的人类文化中，影响过程如何以类似或不同的方式运作。

我还扩充了一个环节，它是先前读者的反馈让我想到的。

这个环节的内容主要来自于之前读了《影响力》的读者，他们意识到某个原则在特定的情况下怎样对(或为)自己发挥了作用，并写信告诉我具体情况。

他们的描述(即每一章的“读者报告”)说明，在日常生活里，我们是多么容易、又多么频繁地成为影响过程的“受害者”。

关于本书的原则是如何适用于商业和个人生活的，这次新版的第一手介绍比上一版本多了一倍。

《影响力》一书的面世，多亏了好些人的帮助。

在此，我要向他们表示感谢。

我的几位同事读了整本书的最初稿，并提出了针对性意见，这极大地促进了后续版本的改进。

他们是格斯·莱文(Gus Levine)、道格·肯里克(Doug Kenrick)、阿特·比曼(Art Beaman)和马克·赞纳(Mark Zanna)。

此外，我的几位家人和朋友也读了最初稿，理查德·西奥迪尼(Richard Cialdini)、格洛丽亚·西奥迪尼(Gloria Cialdini)、博贝特·戈登(Bobette Gordon)和特德·霍尔(Ted Hall)，他们不光给了我情感上的大力支持，还给了我深刻有见地的评论。

我想感谢本书的以下读者，他们在一次电话回访中提供了反馈意见：威顿学院的埃默里·格里芬、加利福尼亚州弗雷斯诺市的罗伯特·莱文、佐治亚州立大学的杰弗里·卢因、代顿海滩市社区大学的大卫·米勒、佐治亚州立大学的洛伊丝·莫尔，还有代顿海滩市社区大学的理查德·罗杰斯。

之前的版本受到以下诸君书评的大力帮助：耶鲁大学的阿萨德·艾兹、阿肯色大学的罗伯特·布雷迪、得克萨斯州立大学圣安东尼分校的布赖恩·科恩、佛罗里达大学的克里斯琴·克兰德尔、阿拉斯加大学的凯瑟琳·古德温、布拉德利大学的罗伯特·洛德、弗吉尼亚理工学院和州立大学的詹姆斯·迈克尔、北科罗拉多大学的尤金·希恩、康涅狄格学院的杰弗森·辛格，以及密歇根州立大学的桑迪·史密斯。

还有要感谢评论了这次新版的各位：肯尼索州立大学艾米·巴迪、得克萨斯州立大学的玛丽亚·奇泽夫斯卡、北卡罗来纳州立大学的塞莱斯特·法尔、沙尔瓦-瑞金纳大学的阿瑟·弗兰克尔，以及格雷斯兰大学的布赖恩·史密斯。

我还想感谢为之前版本的“读者报告”做了贡献的人。

最后，在整本书的写作过程中，再没有谁比博贝特·戈登更支持我了，我写下的每一个字，都包含着他的心血。

<<影响力>>

<<影响力>>

内容概要

本书是西奥迪尼的社会心理学经典作品，在书中，作者从专业角度为读者阐释了顺从他人行为背后的六大基本原则：互惠、承诺和一致、社会认同、喜好、权威和稀缺，为我们解释了为什么有些人极具说服力，而我们总是容易上当受骗。

本书对于商业人士以及广大普通读者有深远的意义，教你学会对顺从业人士说“不”，帮助你成为一个真正有影响力的人。

在原来畅销版本的基础上，作者推出了这本最新版，并成为斯坦福大学的经典权威教材。

本书新增逾两倍的第一手案例，有更鲜活的图文并茂解析、更实用的影响力思考练习，更有著名营销专家孙路弘全程精读导航，引领你走上正确的商业精读之路。

作者简介

罗伯特·西奥迪尼

全球知名的说服术与影响力研究权威，亚利桑那州州立大学著名心理学和市场营销学教授，获得“凯瑞（Carey）杰出市场营销学教授”称号。

曾任美国人格与社会心理学会主席，因其在社会心理学、消费者心理学以及社会影响力科学方面的贡献，分别获得“唐纳德·坎贝尔奖”（Donald T. Campbell Award）、“杰出科学成就奖”和首届“皮托奖”（Peitho Award）。

在北卡罗来纳大学获得博士学位，在哥伦比亚大学进行过博士后研究，已从事说服与顺从行为研究工作多年。

<<影响力>>

书籍目录

中文版序

前言

引言

第1章 影响力的武器

精读引路：从笔记开始

章首案例：我以为是将军要我这么做的

1.1 按一下就播放

固定行为模式·触发特征·我们在要别人帮忙的时候，要是能给出一个理由，成功的概率会更大·贵就等于东西好

1.2 把赌注压在抄捷径上

我们在日常判断中使用大量的心理捷径·“按一下就播放”式反应·可控式反应自动化行为模式·自动影响力武器·知觉对比

1.3 渔利的奸商

拟态体·我们的自动磁带通常来自通过经验习得的心理原则或范式·自动影响力武器

1.4 以柔克刚

对比原理·基于先前所发生事件的性质，相同的东西会显得极为不同·垫底法

本章小结

习题

第2章 互惠

精读引路：联系现实，深入思考

章首案例：50年的人情债

2.1 原理怎样起作用

互惠原理·接受礼物后，客户会愿意购买本来不愿买的产品或服务·免费样品不免费·人有送礼的义务，接受的义务，更有偿还的义务

2.2 互惠式让步

面对接受的善意，我们有义务要偿还·倘若有人对我们让了步，我们便觉得有义务也退让一步

2.3 拒绝-后撤策略

拒绝-后撤术·先提大要求后提小要求·互惠原理和知觉对比·责任感·满意感

2.4 如何防范

我们真正的对手是互惠原理·善意自然应当以善意回报，可对销售策略却没这个必要

本章小结

习题

第3章 承诺和一致

精读引路：提炼阅读要点

章首案例：高尔夫传奇大师出尔反尔了吗

3.1 言出必行

承诺一致原理·言行一致一般符合我们的最佳利益，我们很容易养成自动保持一致的习惯·我们的下意识一致性倾向根本就是一座金矿

3.2 承诺是关键

登门槛·书面承诺·公开承诺往往具有持久的效力·为一个承诺付出的努力越多，它对承诺者的影响也就越大·抛低球·承诺一旦做出，就开始长出腿来支持自己

3.3 如何防范

<<影响力>>

警惕不假思索地自动保持一致 · 倾听肠胃的声音 · 信任心灵深处的信号

本章小结

习题

第4章 社会认同

精读引路：结合生活，浮想联翩

章首案例：汤米可以，我也可以

4.1 社会认同原理

在判断何为正确时，我们会根据别人的意见行事 · 示范影片 · 认为一种想法正确的人越多，持有这种想法的人就越会觉得它正确

4.2 死亡原因：不确定

多元无知 · 不确定性 · 在需要救助的时候，最佳策略是减少不确定性

4.3 有样学样

相似性 · 社会条件论 · 丧亲说 · 维特效应 · 模仿

4.4 如何防范

捧场现象 · 利用社会证据的人总能成功地操纵观众，哪怕这些证据是赤裸裸地伪造出来的 · 人们绝对不应该完全信任类似社会认同这种自动驾驶装置

本章小结

习题

第5章 喜好

精读引路：用演绎法来学习

章首案例：当心信用卡陷阱

5.1 交朋友来影响人

特百惠聚会 · 喜好纽带 · 强大的友谊压力

5.2 我喜欢你的理由

光环效应 · 我们喜欢与自己相似的人 · 我们特别喜欢听别人恭维奉承 · 合作 · 拼图教室

5.3 条件反射和关联

糟糕的消息会让报信人也染上不祥 · 关联原理 · 午宴术

5.4 如何防范

把注意力放在效果而非成因上 · 当心对顺从专业人士的过度好感

本章小结

习题

第6章 权威

精读引路：建立自己的信息源

章首案例：怎样才能让番茄酱受欢迎

6.1 权威高压的力量

米尔格拉姆实验 · 服从权威 · 在权威的命令下，成年人几乎愿意干任何事情

6.2 盲目服从的诱惑和危险

服从权威人物的命令，总能给我们带来一些好处 · 只要有正统的权威说了话，其他本来该考虑的事情就变得不相关了

6.3 内涵不是内容

一旦处在“按一下就播放”的模式，只要拿出权威的象征就能将我们降服了 · 头衔 · 衣着 · 身份标识

6.4 如何防范

提前做好心理准备 · 这个权威是真正的专家吗 · 这个专家说的是真话吗

<<影响力>>

本章小结

习题

第7章 稀缺

精读引路：质疑，在因果中徘徊

章首案例：优惠券，你用了多少

7.1 物以稀为贵

稀缺原理：对失去某种东西的恐惧，更能激发人们的行动力·数量有限·最后期限

7.2 逆反心理

逆反理论：可怕的两岁·成人的逆反·审查·独家信息最能说服人

7.3 最佳条件

新出现的稀缺更让人觉得迫切·自由这种东西，给一点又拿走，比完全不给更危险·竞争稀缺资源

7.4 如何防范

并不因为稀缺的东西难以弄到手，就变得更好吃、更好听、更好开、更好用了

本章小结

习题

第8章 即时的影响力

精读引路：商业之上的阅读

章首案例：刻薄的主持人和聪明的嘉宾

8.1 原始的自动反应

尽管只靠孤立数据容易做出愚蠢的决定，可现代生活的节奏又要求我们频繁使用这一捷径

8.2 现代的自动反应

信息并不直接转化为知识，它首先必须要经过处理：获取、吸收、理解、整合和保留

8.3 捷径应受尊重

只有那些弄虚作假、伪造或歪曲证据，误导我们快捷响应的人，才是正确的还击目标

本章小结

习题

章节摘录

版权页：插图：第1章 从笔记开始从小到大，大家读了多少书？

其中有几本是自己独立阅读的？

这里说的不包括文艺作品，比如小说，散文等。

真正专业的书籍几乎都是老师读了以后，变成老师的理解，讲出来，我们再学习的。

我们的学习过程不是用眼睛，而是用耳朵，最多自己做一点作业，交差了事。

总之，在中国的教育系统内，包括大学在内，16年中没有专门教授过读书的方法。

这本《影响力》是商业领域难得的一本好书。

如果你下决心好好读一遍，并希望能够对你的工作，生活有实际的帮助，那么，不妨从这本书开始顺便学习一下如何阅读一本书。

阅读一本书必须学习的第一个技巧就是写笔记。

不过，许多读者至少都知道，读书是应该写笔记的。

在我阅读这一章的时候，我在书中的空白处留下了若干笔记。

如下就是我的笔记的摘抄。

笔记：绿宝石半价与两倍价格的意外。

意外就是发生了与平时自己习惯推测的结果不一致的现实。

解释：作者用了一个故事开始，意图吸引读者产生共鸣，同时触发读者的好奇。

是啊，按照日常的逻辑思考，价格提高了，宝石的销量应该下降，何况之前就是因为滞销才导致的需要降价处理掉。

现实生活中经常有许多意外。

按照习惯预测的结果没有发生，却出现了与预想完全不同的结果，这就是意外。

作为读者，能够在阅读作者描述的例子的时候，感悟到作者的用意，就应该算时精读成功的一种表现了。

笔记：从火鸡的行为提炼出一般规律：系列行为多数是固定的，并由某种刺激方式触发而启动的系列行为。

从对动物行为的思考推演到人类自身，用排队的例子来印证系列行为的模式是类似的。

在比同之后，运用了比差的方式，人类的行为比动物要复杂，并且不是与生俱来的，而是后天形成的。

新的思考线索就符合逻辑了，形成系列行为的环境是什么？

又有哪些因素促进这种行为模式的形成。

解说：作者接着绿宝石的故事，话锋一转，开始运用动物的行为故事。

而且都是有名有姓的生物科学家的研究报告。

让我们理解到在动物中普遍存在的系列行为。

然后作者从行为中提炼出一个规律性的结论。

那就是动物有预先排好的动作、台词，只要信号枪打响，系列动作就按照次序开始表演了。

作者的思路也表现了作者自己的思考线索。

那就是运用科学研究中最常见的两种思考方法，分别叫比同，比差。

那就是观察具备同样情况的事件，然后找出同样事件中不同的情况，在比较中试图找到合理的解释。

这样人类总是能够渐渐积累，并深刻地理解许多的社会，生活中的现象。

笔记：一分钱一分货。

便宜没好货，好货不便宜。

类似的俗语非常多，都是对大众行为的总结和提炼。

是社会环境中自发形成的对规律的一种概括。

绿宝石的例子属于生活现象的观察以及运用逻辑思考来给予合理的解释。

火鸡求偶过程也是生物科学家对现状的观察和解释。

而复印文件就属于科学研究的试验了。

<<影响力>>

提出假说，然后进行不同方式的比较，运用数据来印证自己的假说。

脑部扫描来验证人们面对酒的价格不同时的大脑变化。

这就是物质变化导致心理倾向变化的理性思考。

解释：人类能够比动物更加智慧，依靠的就是人类的大脑。

大脑能够进行科学的思考。

科学思考的源头是现实。

而作者的绿宝石的例子属于对社会生活的敏感而观察到的现象。

在火鸡的例子中，进一步观察火鸡的行为，并积累更多的现象，这就属于获取同类现象的方法。

而脑部扫描属于科学研究的较高级别，那就是运用逻辑思维通过设备去寻找物质上的变化来对应人们心理行为表现的变化，并得出结论。

而复印机的例子则是通过试验的方式来印证提炼出来的假说。

笔记：人类行为的进一步不同就是在进行判断时，会考虑到是否受到时间限制的因素，如果受到时间限制，那么人们就倾向于按照预先形成的习惯进行判断，如果有充分的时间，那么在做决策时可能需要更多的因素来权衡。

解说：人类当然与动物不同。

不仅作者是这么想的，读者当然也会同意。

比读者水平高的表现第一点就是能够进一步提出不同的具体的点。

那就是人类的系列化固定行为模式是后天形成的，第二个不同点就是触发人类固化行为模式的方式受到环境的影响。

比如是否时间紧急，是否有生命危险等。

这样阅读第一章后，就完全理解了作者对整本书的布局。

运用动物研究的结果，对比来自生活的各种形象，引用行为学，心理学的一些试验结果，再按照逻辑思考去解释。

<<影响力>>

编辑推荐

《影响力(教材版)(原书第5版)》：新增逾两倍的第一手案例 / 更鲜活的图文并茂解析 / 更实用的影响力思考练习著名营销专家孙路弘全程阅读导航 / 引领你走上正确的商业精读之路。

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>