第一图书网, tushu007.com

<<人际交往中的心理学>>

图书基本信息

书名：<<人际交往中的心理学>>

13位ISBN编号：9787800849107

10位ISBN编号：7800849104

出版时间：2009-4

出版时间：金城出版社

作者：朱彤

页数：234

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

心理学家告诉我们，在生活中，我们经常会以点代面、以偏概全地看待人和事物，比如某人做了一件好事，就觉得他一切都是好的，某人做了一件坏事，就觉得他一切都不好。
这是由“光环效应”造成的。
所谓光环效应，又称晕轮效应，是指由于对某人的某种品质或特点有清晰的知觉，印象较深刻、突出。
这种被强烈知觉的品质或特点，就像月亮的光环一样，向周围弥漫、扩散，从而以一当十，掩盖了对这个人的其他品质和特点的清醒认知。
正如俗话所说的“一俊遮百丑”，“情人眼里出西施”。
心理学家的实验证明了“光环效应”的存在。
心理学家让人看一张卡片，上面写着一个人的五种品质——聪明、灵巧、勤奋、坚定、热情，让人看后想像一下这是一个什么样的人，结果，人们普遍把这个人想像成一个友善的好人。

内容概要

同样一句话：不同的人说出来，效果迥然相异，同样一件事，不同的人做出来，结果千差万别，要想拥有良好的人际关系，建立雄厚的人脉资源，就必须读懂人交往中的心理学。

书籍目录

上篇：让你人气暴涨的法宝　光环效应：以小见大，突出自己优点　首因效应：第一次要“闪亮登场”　近因效应：熟人也要常“保鲜”　刻板效应：别戴“有色眼镜”看人　投射效应：以己度人不一定对　相似效应：寻找共同点，增加亲切感　互补效应：寻找与你性格互补的人　两情相悦效应：你喜欢别人，别人就容易喜欢你　自已人效应：是“自己人”，事情就好办了　以貌取人效应：别被长相迷惑　自我暴露效应：交心才能赢得友谊　互惠效应：人情要讲究“收支平衡”　小缺点效应：做人不要太完美’　雹桑效应：尊重每一个人　邻近效应：你该接触什么人　超限效应：不要让人不耐烦　个人空间效应：多远的距离才最“美”　身体语言效应：你的身体也在“说话”　见面次数效应：“长”见面不如“常”见面　交往适度效应：不能对人“好”过度 皮肤饥饿效应：每个人都需要爱抚 瀑布效应：说者无心，听者有意 情绪感染效应：杜绝不良情绪“污染” 社会角色效应：人生就是一场戏 自我宽恕效应：别只挑别人的错 拔高自己效应：高估自己易受挫 时尚效应：跟上时代的脚步下篇：使你影响力爆棚的秘诀　皮格马利翁效应：鼓励可以产生奇迹　暗示效应：激发潜意识的能量　模仿效应：见贤思齐，但不要攀比　逆反效应：强迫不如引导　预期效应：承诺的事一定要办到　贴标签效应：小心评价自己和别人　竞争优势效应：努力培养双赢意识　登门槛效应：先得寸后进尺　留面子效应：摸透心理，指东打西　二选一效应：给对方两个选择　欲扬先抑效应：好话留到后面说　好心情效应：先看脸色再张口　南风效应：感人心者莫乎情　单面和双面宣传效应：有时不妨“自揭家丑”　情绪判断优先效应：要搞定事情，先搞定心情　主场优势效应：我的地盘我做主　环境效应：巧借环境，促进交际　异性效应：“男女搭配，干活不累”　调味品效应：不可小觑的“闲聊”　挫折一侵犯效应：情绪也需要适当管理　权力膨胀效应：调控你的权力欲　德西效应：金钱并不是万能的　　社会懈怠效应：明确分工，各司其责　群体极化效应：小心群体走极端的倾向　破窗效应：把不良现象“扼杀在摇篮里”　传播扭曲效应：挤出流言的水分　社会促进与社会促退效应：区别对待，提高效率　从众效应：多数人不一定是对的　名人效应：让名人替你说话　权威效应：不可盲从“权威”’　马太效应：让小成功带来大成功

章节摘录

光环效应：以小见大，突出自己优点什么是光环效应心理学家告诉我们，在生活中，我们经常会以点代面、以偏概全地看待人和事物，比如某人做了一件好事，就觉得他一切都是好的，某人做了一件坏事，就觉得他一切都不好。
这是由“光环效应”造成的。
所谓光环效应，又称晕轮效应，是指由于对某人的某种品质或特点有清晰的知觉，印象较深刻、突出。
这种被强烈知觉的品质或特点，就像月亮的光环一样，向周围弥漫、扩散，从而以一当十，掩盖了对这个人的其他品质和特点的清醒认知。
正如俗话所说的“一俊遮百丑”，“情人眼里出西施”。
心理学家的实验证明了“光环效应”的存在。
心理学家让人看一张卡片，上面写着一个人的五种品质——聪明、灵巧、勤奋、坚定、热情，让人看后想像一下这是一个什么样的人，结果，人们普遍把这个人想像成一个友善的好人。
然后，心理学家把卡片上的“热情”一词换成“冷酷”，顺序变成“聪明、勤奋、坚定、冷酷、灵巧”，这时再让大家想像这是个什么样的人，结果人们普遍推翻了原来的结论，认为这是个可怕的坏人。
这说明，“热情”和“冷酷”这两个品质产生了掩盖其他品质的光环效应。
人际交往中的光环效应古时候有个故事，生动地诠释了“光环效应”对人们的影响。
春秋战国时期，卫国大臣弥子暇深受卫灵公的宠爱。
一天晚上，弥子暇听说母亲突然生病，就偷偷驾着卫灵公的座车赶回家看望母亲。
按照当时卫国的法律，私自偷乘国君座车的人是要被砍掉双脚的。
但是，卫灵公得知此事以后，非但没有怪罪于弥子暇，反而称赞他说：“真是孝顺呀！
为了看望母亲，连违法受刑也顾不上了。
”又有一次，弥子暇陪同卫灵公观赏果园。
他尝了一个桃子。
觉得很好吃，就把吃剩的挑子给卫灵公吃。
按常理，臣子将吃剩的东西给国君是大不敬的事，但卫灵公却说：“你真是爱戴我呀，有好东西也不独自享用，还留下来给我尝。
”后来，弥子暇因某事冒犯了卫灵公而失宠。
卫灵公想起过去的事，就气呼呼地说：“这家伙早就不是个好东西——擅自驾乘我的车，还把吃剩的桃子给我吃，真应当从严处罚！
”卫灵公这种前后态度的巨大转变，就体现了光环效应的影响：在他宠信弥子暇的时候，认为弥子暇做的事都是好的；在不满意弥子暇的时候，便认为他做的一切都是坏的，连以前认为好的事也变成坏的了。
不要瞧不起卫灵公的偏激，其实我们每个人都会在不同程度上受到“光环效应”的影响，对别人产生认识上的偏差。
比如在学校里，一个学生的学习成绩好，大多数老师和同学就会认为这个学生是一个智力很高、聪明、热情、灵活、有创造性的学生。
如果学生在某一方面表现不好，如成绩不好或顽皮捣蛋，往往就会被教师认为什么都不行，一无是处。
还比如，某人到一家私人商店买东西，发现其中有一件商品质劣价高（通过与别人购买的同类商品相比较），就不高兴地说：“都是奸商！
没一个好东西，唯利是图。
”由一个商人的表现而否定了所有的商人。
再比如，我们和高学历的人谈话，即使对方说一些无聊的笑话，我们也可能觉得他是在含蓄地表达某种观点，尤其是德高望重的老先生的发言总让我们认真聆听。

在男女青年对恋人的评价上，当恋人的某一两个条件比较优越的时候，可能使我们忽视对恋人其他条件尤其是内在素质的考察，也就是“情人眼里出西施”。
这也是光环效应的突出表现。
那么人们在判断事物的时候，为什么容易受到“光环效应”的影响呢？
光环效应是一种“肯定一切”或“否定一切”的做法，其实质是以偏概全，取其一点不及其余，以某一方面或某几方面的认知替代全部的印象。
这种认知偏差，往往是在掌握认知对象信息较少的情况下作出总体判断的结果。
“光环效应”的根源，在于绝对化看人的方法，把人的某一突出部分不适当地延伸并掩盖其他部分。
以这种态度和方法看人，把本来复杂、丰富的人群简单分为两大类：完人和一无是处的人。
实际上人都是一分为二的。
林肯说：“我的生活经验使我深信，没有缺点的人往往优点也很少。
”而且人的缺点通常和他的优点有关，一个人的缺点仿佛是他的优点的继续，譬如，粗鲁与直率往往并存，胆小与谨慎往往同在。
光环效应一般产生在不熟悉的人之间，或者伴随有严重情感倾向的人之间。
在结交朋友时，如果孤立地以貌取人、以才取人、以德取人、以某一言行取人，以某一长处或短处取人，都属于光环效应，会形成不正确的知觉。
其实要真正认识一个人，仅仅靠自己是不行的，单单靠几个朋友的介绍也是不够的。
而是需要广开信息渠道，从“内围”到“外围”，从正面评价到反面意见，进行全方位的信息收集，然后从事认真分析的“精加工”，这样判断才能比较准确。
比如，不妨听听他（她）的朋友们的评价，也不妨听听他（她）的反对者的看法。
总之，心理学家提醒我们，在看人、评价人时，要一分为二，对人既不要要求别人是完人，也不要取其一点，不及其余；对自己则要时时一分为二，不要自高自大，也不要妄自菲薄，这样才更加客观一些、全面一些。
另一方面，我们也可以利用人的“光环效应”心理来为自己服务：人与人之间的接触总是有限的，人们只能用点滴的了解来全面地概括你，因此我们要注意做好自己应该做好的工作与生活中的每一件小事，以免贬损自己在他人心目中的形象和地位；另一方面，要敢于展示自己，让更多的人了解自己的优点和长处，尽可能利用自己的优势制造光环效应，增加自己的人际吸引力。
首因效应：第一次要“闪亮登场”什么是首因效应心理学上，人们对于一系列出现的事物，往往对最初和最后出现的印象更加深刻。
前者叫做“首因效应”，后者叫做“近因效应”。
这个原理是在关于“记忆”的实验里发现的：试验者给被试者呈现一系列无关联的字词，然后让他们以任意的顺序加以回忆，结果发现：位于开始和末尾部分的字词，要比位于中间部分的字词更容易回忆。
首因效应形成的原因是什么呢？
一篇文章、一套数据，之所以最初的内容比后面的部分让人记忆深刻，是因为新的刺激能引起兴奋，在大脑皮层下会留下较深的痕迹，这样以后回顾起来就比较容易。
另外，思维的过程表明，人在思考问题时容易产生“定势”现象，即所谓的“先人为主”：初次印象成为思考问题的起点，在思维的坐标图中，人们分析问题、判断问题就是从这个起点开始并向后延续。
思维的过程是大脑运动的过程，而运动就有惯性在起作用，因此最初的印象对后面的印象产生了一定的“惯性作用”。
人际交往中的首因效应首因效应使人类有一种特性，就是对堪称“第一”的事物有较大兴趣和较强的印象，甚至可能只承认第一，却无视第二。
比如，不经意地你就可以说出许多第一——世界第一高峰，中国第一个皇帝，美国第一个总统，第一个登上月球的人等等，但是紧随其后的第二你恐怕就说不出几个了吧。
在日常生活中，我们也总是对“第一”情有独钟：你会记住第一任老师、第一天上班、初恋等等，但对第二的印象却大打折扣。

而且，我们在和人交往中，往往对第一次形成的印象记忆深刻。
就是说，在初次交往中，一个人的仪表、风度、性格、态度给别人留下的印象，会使别人对他作出判断，并作为今后交往的基础。
著名销售员布莱恩·崔西有一次去拜访一位客户，在向对方销售的时候，他并没有说太多销售方面的话题，但是他的个人特点比较鲜明，让对方一下子记住了他。
在他第二次和客户见面的时候，对方向他提起初次见面时对他的感觉：“你的言谈举止间透露出儒雅自信的气质，这让我很快对你产生了好感，并且信任你。
”生意成交后，这位客户又向布莱思·崔西介绍了很多潜在客户。
人性就是如此，人们总是根据经验、通过第一印象，把人归类：张三是这一类人，李四是那一类人。
因此，我们在和同陌生人接触时，第一次能否让对方产生认同感，往往会影响到我们后来和对方的关系。
周围的人与你接触，如果你说的话他们不爱听，做的事他们看不惯，解决问题的方法同大家扭着劲，那么就会在开始时给对方留下不好的印象，从而影响以后的关系。

编辑推荐

《人际交往中的心理学》讲述了：精于人际交往的人，在社会上呼风唤雨，不懂人际沟通的人，在社会上寸步难行。

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