

《说服的心理学》

图书基本信息

书名：《说服的心理学》

13位ISBN编号：9787561780619

10位ISBN编号：7561780613

出版时间：2011-2

出版社：华东师范大学出版社

作者：今井芳昭

页数：137

译者：彭曦

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《说服的心理学》

内容概要

交流是为了把我们自己的意见以及想法传递给对方。并理解对方的意见和想法。《说服的心理学》主要探讨了其中的人际影响。怎样才能让别人答应自己的要求，怎样才能让对方理解并接受自己的想法，我们从社会心理学的角度对这些日常性问题进行了阐述。

每天都在从事销售工作的销售人员或许已经从经验中掌握了各种各样的技巧。不过，《说服的心理学》基于社会心理学的实验结果就与人际影响相关的现象进行了探讨。人们实际已经掌握了一定的沟通技巧，比如：留面子法、折扣法之类，《说服的心理学》从心理学的角度帮助你学会如何在复杂的人际关系中去把握对方的意识，做出判断，并用合适的方式表达自己的想法。

《说服的心理学》

作者简介

今井芳昭 1958年出生于日本埼玉县。1981年毕业于学习院大学文学院心理学系。1988年在东京大学研究生院社会科学研究科社会心理学专业博士课程修满学分退学。东洋大学社会学院教授，社会学博士。

书籍目录

前言 / 1 第一章 人际影响——对他人施加影响 / 1 与人的交流 / 1 何谓人际影响 / 3 对他人施加影响 / 3 人际影响的基本类型 / 4 与影响者相关的事项 / 5 影响欲求 / 5 人际影响的目标 / 6 (1) 求援 / 6 (2) 请求别人购买物品或服务 / 8 (3) 改变别人的行为方式 / 9 (4) 就某个问题请别人表示赞同或者许可 / 9 对被影响者产生影响的赏与罚(成本) / 9 情绪、心情 / 11 被影响者的选择 / 11 影响手段和措辞 / 12 施加影响的媒介 / 13 时机 / 14 被影响者的反应 / 14 与被影响者的反应相关的要素 / 15 人际影响的相互作用性 / 16 人际影响的种类 / 18 影响者有意图的判断 / 18 意图的明确度 / 20 (1) 有意图的明确的人际影响 / 21 (2) 有意图的隐蔽性人际影响 / 22 (3) 无意图的人际影响 / 23 话题1 风险交流 / 24 第二章 无意图的人际影响 / 26 社会性懈怠 / 26 黎格尔曼效应 / 27 拉塔内等人的实验 / 27 防止社会性懈怠的方法 / 28 旁观者效应 / 29 令人痛心的事件 / 29 拉塔内和罗丹的实验 / 30 产生旁观者效应的要素 / 32 社会助长 / 33 扎荣茨模型 / 33 米歇尔等人的实验 / 33 无意听到的效应 / 34 沃斯特尔和弗斯汀格的实验 / 34 产生无意听到效应的原因 / 35 行动感染 / 36 米格马等人的实验 / 36 日本的实验结果 / 37 行动感染的分类 / 38 其他事例 / 39 出现行动感染的原因 / 39 模仿 / 40 情绪感染 / 41 什么是情绪 / 41 郝舍等人的实验 / 42 集团内的情绪感染 / 43 第三章 托付、请求 / 44 影响手段的种类 / 44 托付、请求和影响手段 / 44 影响手段的种类 / 45 五种影响手段 / 46 从影响手段的使用方式看影响者的类型 / 47 影响者的四种类型 / 47 自我主张训练 / 49 有效的影响手段 / 51 组织的场合 / 52 大学生的场合 / 52 连续的影响手段 / 53 登门槛法 / 54 (1) 弗里德曼和弗雷泽的实验 / 54 (2) 提高登门槛法的效果的要素 / 55 (3) 登门槛法产生效果的原因 / 56 (4) 登门槛法效果降低的原因 / 57 留面子法 / 58 (1) 塞迪尼和阿斯卡尼的实验 / 58 (2) 提高留面子法效果的要素 / 59 (3) 留面子法产生效果的原因 / 60 (4) 登门槛法和留面子法 / 60 其他方法 / 61 (1) 低球法 / 61 (2) 折扣法 / 63 (3) 信息的、规范的影响 / 64 (4) 不安—解除不安法 / 64 第四章 说服和态度 / 67 什么是说服 / 67 说服的各种定义 / 67 托付、要求、指示、命令和说服的区别 / 69 说服和改变态度 / 70 什么是态度 / 70 态度对象和态度的三要素 / 70 态度测定 / 72 态度的测定法 / 74 (1) 李克特法 / 74 (2) SD法 / 75 (3) 沙氏通法 / 77 内隐联想测验(IAT)对内隐态度的测定 / 78 态度尺度的可靠性和有效性 / 80 (1) 可靠性 / 80 (2) 有效性 / 80 第五章 说服的规定因素——让被影响者应允的因素 / 82 影响者的属性 / 82 可信性的效应 / 83 睡眠者效应 / 84 好感度 / 85 说服信息的构成 / 86 单一提示和两面提示 / 86 结论的明示 / 86 说服的预告 / 87 信息的提示顺序 / 87 霍伍德等的研究(首因效应的规定因素) / 87 被影响者的熟悉程度 / 88 被影响者的自我参与度 / 88 信息交织效应 / 89 时间间隔 / 89 应允的成本(负担程度) / 89 说服信息的媒介 / 90 被影响者的属性、情绪 / 91 自尊心 / 91 智商 / 92 性别 / 92 性格 / 92 恐惧感 / 93 幽默 / 94 自我说服 / 94 第六章 说服的模式和理论 / 97 说服的过程 / 97 说明态度以及行动变化的模式 / 97 启发式—系统化模式 / 98 (1) 系统化处理和启发式处理 / 98 (2) 切肯的实验 / 99 详尽可能性模式 / 100 (1) 中心路径和周边路径 / 100 (2) 佩蒂和卡西奥波的实验 / 102 (3) 中心路径与周边路径的关系 / 103 改变态度的单一过程 / 103 计划行动理论 / 105 健康信念模式和保护动机理论 / 107 (1) 健康信念模式 / 107 (2) 保护动机理论 / 108 与说服相关的理论 / 109 认知失调理论 / 109 控制感和心理抗拒 / 112 话题2 说服的一个事例——让丈夫接受综合体检 / 115 后记 / 120 参考文献 / 123

《说服的心理学》

精彩短评

- 1、对于本书更有意义的是区别的目的。说服是为了改变态度，而托付、请求等则是行动目的等。两者不一致。说服是为了改变态度。更符合我们理解的，这是做“思想工作”。当我们改变视野后可以看出来。“做思想工作”其实可以有很多中手法，也需要很多要素。如果从因素来看“从谁、将什么内容、用什么方法、传达给谁”，思想工作需要从“内”到“外”。需要从事情上入手，从语言沟通上入手、从连续性的“说服”入手（总感到“说服”这个词并不太准确）……。书看过了，希望留在手边，过个二、三年再翻。其中有翻译时语意不详的毛病，也有成书较早（2006）的原由。毕竟是十年前的。其中书中需要展开的不同方向的心理学也需要补充阅读。151213
- 2、同简介的差的比较远，看了部分后，不想再看
- 3、本以为是讲述心理、人性、沟通技巧的书籍，却是满篇的理论，就讲什么是说服的理论。没什么用。

《说服的心理学》

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：www.tushu111.com