

# 2023年影响力读后感心得体会(模板6篇)

心得体会是个人在经历某种事物、活动或事件后，通过思考、总结和反思，从中获得的经验和感悟。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 影响力读后感心得体会篇一

1月份的读书会上，基于格调及立意偏低的原因，我收回了《做人不要太老实》这本书（我相信以我们公司的文化，不会叫老实人吃亏）。这一个月来，我一直在考虑，该拿本什么样的书献给大家才合适，直到看到这本书。这是去年在南宁培训时认识的一个老哥送给我的，他说这本书对他的影响非常大，要我好好阅读。谨遵他命，我拿到后很快地看完了一遍，感觉有所收获，但又没吃透，因此紧接着又看了第二遍。直到本月，进行了第三次的阅读。

常听到一句话，性格决定命运，看过身边的很多人，很多事率性而为，有好有坏。而据调查，美国历任总统中，有成就的都是坏脾气的总统，因此我颇为疑虑。近看一个人，我们看到的是一件事，一句话，一个面，但在职场中评价一个人，通常是多面综合的，很多人会因为“处事不够成熟”、“沟通能力欠缺”、“心态不够积极”或是“群众评价不良”而失去机会。看完本书后，我感觉，决定命运的其实不只是简单的性格因素，而是作者所说的综合因素—情商。

作者对情商的概括为五大方面的能力：认识自身情绪，妥善管理情绪，自我激励，认知他人情绪，人际关系管理。

作者开篇先讲到习惯，人大都生活在习惯里，如果没有外力协助，并辅以强大的自我约束，很难改变，但如果自身想改

变，愿意去改变的话，还是很简单的。

在个人魅力与自信篇中，感觉这与其他励志类的书大同小异。但我非常认同他提到的“移情”<sup>[p27]</sup>移情就是“感人之所感”，并同时能“知人之所感”，是既能分享他人情感，对他人的处境感同身受，又能客观理解、分析他人情感的能力。简单说来，可以说移情就是理解他人的深层次的情感需求，并给予恰当回应。如果这种能力欠缺，就会出现作者所说的情感失聪的情况，误解别人的情绪，说话不恰当，对别人的感受无动于衷。在我们生活当中，有遇到很多让人啼笑皆非的情感失聪问题，大部分都是因为缺少“移情”引起的。当然，为个人私利所蒙蔽而引起的“拒绝移情”当属例外情况。

本书的第四章专门讲述“操之在我”的方法，我感觉非常有益，他先提到了操之在我的必要性，接下来分析与“操之在我”相对的“受制于人”的差别，并详细介绍了操之在我的方法，最后还澄清了：“操之在我”并非“一味忍让，被动接受”。我想，这可能会是大多数人对“操之在我”的认识误区。根据作者的意思，我想“操作在我”可以总结为：“不为他言所激，不为他行所伤，保持乐观，活在当下”。

第五章的影响力原则，比起《影响力》那本书而言讲得比较浅显，从对上、对下和平级沟通三方面阐述，还是非常实用的。因此，我希望看完这章以后，我们的同事今后永远不说：“我又不是他领导，我怎么能叫得动他”之类的话。只要用心沟通，距离不是问题。

总体而言，这是一本励志类的好书，作者组织的方式非常浅显易懂，其中的很多故事也值得收藏，还有一些精炼的句子很值得我们记录。

如果说不足的话，有两点：一是其中的一些故事，由于叙

述与资料背景的原因，真实性显得不足。二是作者做为清华大学的博士（清华由于留学成风，大抵是一流本科，二流研究生），自我优越感太强了一点，书中多次提到博士如何，清华大学如何，这与作者的年纪尚轻，工作经历不够丰富（从学校到学校，并留在学校任教）有关。但总体说来，瑕不掩瑜！

## 影响力读后感心得体会篇二

演讲，可以说对于现在的职场人士或者学生来说都不陌生。我们可能在这一生中会经历各种各样的演讲[ppt汇报等等，但是能够真正演讲的比较成功的人还是少数，更多的演讲者可能对于如何使演讲更加成功还是有所欠缺的。例如有的人演讲一上台激情十足，但是由于内容冗长，导致台下的观众昏昏欲睡，这是相当多领导演讲可能遇到的，也是领导者做演讲极力想避免的。也有演讲的相当成功的人士，几乎场场演讲都能得到观众的欢呼，例如ted的演讲平台里面的演讲。从这里也可以看到演讲其实还是很考验演讲者的能力。

可能有人会说，对于演讲我天生就不是这块料，而且我也不用去演讲，所以也没有必要来学习关于演讲的相关知识。这是真的吗？答案是否定的。演讲，可以说和每个人都是有关系的，每个人都不可能与演讲完全脱离关系。例如学生时期班干部的竞职演说，工作时期的竞聘演说等等。这都考验了个人的演讲能力。还有就是现在的手机厂商等发布新品时的发布会，如何从演讲者发布的信息里面得到自己想要的，这也需要去了解演讲的相关常识。那么，演讲既然这么重要，重视的人也这么多，那么如何做一场好演讲，一场成功的演讲呢？有什么技巧吗？有没有什么固定的模式？可以说关于这些问题，市面上有相当多的书籍对此进行了研究，而且里面甚至有些夸张的写上“xx天演讲速成”的标题来吸引眼球。可以说由于这些书籍鱼龙混杂，如果想要每本都看的话，既浪费金钱又浪费精力时间，对于企业管理者来说也是不现实

的，所以想要选择一本有真正内容的书籍是很有必要的。

这本由国际顶级演讲导师马丁·纽曼所著的《演讲的本质让思想更有影响力》，这可以说其针对的对象就是领导者，在序言部分就探讨了演讲的本质：是为了取得观众的信任。在正文的五个章节中。我们可以看到作者在这里面提到的观点可以让我们受益匪浅，尤其是针对企业家。在正文里面，作者是采用了理论讲述，测试与案例相结合的形式交叉来进一步加强我们的理解，而且每一小节的最后还有用‘本节精要’的形式来进行总结。这个形式还是很有利于相关的管理人士快速掌握本书的要点。

本书和其他同类书籍相比其比较鲜明的特点就在于在讲述演讲的一些小技巧的时候，还配向相应的图片来进行比较形象的指导，可以说这比单纯使用文字来叙述更加直白。例如在第二章“形象是一种科学，不是颜值”里面在谈到‘站和坐都有学问’一节里面在列举的‘站如树’和‘站如踩沙滩’两种方法之后就直接形象的引用了同一模特的两种站姿，可以说这给我很形象的一种视觉冲击感。

可以说本书还有很多可圈可点的地方可以介绍，但是最重要的还是阅读本书的读者能够从本书中得到自己想要的，这才更能体现本书的价值。希望其他的读者也能从本书中学到关于演讲的一些小技巧，能够运用到自己的演讲中，能够做一场成功的演讲。

### 影响力读后感心得体会篇三

我是带着批判和质疑的眼光翻开这本书的。老实说，要是由我推荐同类的书籍，可能会是比这薄得多的另外两本。它们是《顶好人生》系列丛书中的《顶好父母》和《顶好医生》。作为关系处理的参考读物，我觉得这两本更简明扼要，切中要害，而且它们对我们针对性更强。我想，有机会我还是会把它们推荐出来，这里且按下不表吧。

我为什么会带着批判和质疑的目光来看这本书？是因为我对市场上所有关于人生指导、生存谋略的读物先就有一种反感的情绪在。我认为它们中的绝大部分都是从如何提高个体竞争力，达成个人目的的角度切入，与我所欣赏的，同时也是我们应该倡导的毫不利己、专门利人的思想从出发点上就有点儿格格不入。

或者这样说，它们只是强调和停留在为人生的技术层面，为了达成个体目的而不择手段的手段之一或几种。尽管它们中的大部分都不是真正的所谓不择手段，都是提供了一些“好”的途径，但是，缺少了对“道”的强调而阐述“术”，多少有些本末倒置的味道，容易跑偏。

比如《情商与影响力》这本书，我觉得就多少有这种倾向，过于强调影响和控制这个目的，即如何得到别人的合作，达成自身目的，而弱化了自身的主动付出和合作，即如何帮助别人达成别人的愿望，让人先就有一种警惕感。

但是，作为组织布置下来的读书任务，我还是认真把这本书读了一遍。总体感觉，它在市场上这类书中还是比较优秀的一本，能够带给我们许多有益的启示。

情商，用我自己的话来说，它就是一种能力，一种处理和主观客体之间关系的能力。与之相对，智商，则主要强调我们和客观客体即没有主观情感的对象之间的关系的的能力。打个比方，独自一人解决一个问题，哪怕只是一道简单的数学题，用到的主要是智商；而要是由两个人合作解决这个问题，就不仅需要彼此的智商，还需要彼此的情商了，因为涉及到了两个主观体之间的如何以及能否合作好的问题。

再打个比方，即便是我们和动物之间的相处，都会带有情商的参与，因为动物也是带有主观性的客体。情商素质差的人，恐怕和动物都不能够把关系处好，要么不喜欢动物，要么不被动物喜欢。当然，和动物的相处要比和人的相处简单得多，

不代表和动物处得好就一定和人处得好。从这个意义上，在本文的开头，我先把这本书定位为一本关于关系处理的参考读物。

影响力，当然更容易理解，它是主体激发和改变其他主体感情和行为的能力。影响力强的人，能把周围的人凝聚在一起，使大家的认识和取向一致，从而合作完成单个个体无法完成或者完成不好的任务。能够凝聚的人越多，这个人的影响力就越强，能完成的工作就越大、越多、越复杂，表面上看来，这个人的领导力也就越强。

现代社会，越来越是一个复杂的社会。人和人之间，人种和人种之间，国家和国家之间，民族和民族之间，从来没有过像现在这样多的交通和钩联。这一切，都带来了更多的主观客体之间的关系处理问题。关于情商的研究正是在这个基础上产生的。我预计，情商研究必然会从个体走向群体，未来或许会出现集体情商、民族情商、国家情商的概念，我们且拭目以待。

一篇简单的读后感文章，当然探究不了这么复杂的问题。我之所以闲扯到了国家、民族、学术的层面，意在说明，情商素质在现代社会中，在无论是个体的发展，还是集体、国家、民族的未来发展中会越来越重要，越来越被强调。作为个体，应该主动关注自身的情商素质，融入集体和社会，以获得更好的人生体验，愉快地度过自己的一生。

情商和影响力的关系不必多说，这本书的整体逻辑就是沿着个体的情商到个体的影响力再到个体领导力这条线展开的。情商素质高的人，能够处理好和其他个体的关系，得到更多的认同，其影响力，进而到领导力自然就高。其实这个观点我们本来也没什么疑问，大部分人更关心的还是怎么着才能提高自己的情商素质，是不是提高了情商就能带来所谓的成功。

在我看来，培养情商倒不必老把成功挂在嘴上，这样未免太功利了。高的情商，先会使我们的人际关系有一个良好的局面，在这样好的人际关系氛围中，我们更容易感受到人生的美好，心理就容易找到平衡点，获得更美好的人生体验。这比所谓的成功值得追求得多。

当然，在这样的身心平衡的状况下，我们的竞技状态更佳，更容易培养和发挥自身所长，相对于那些情商不高的人来说，成功的几率会更高，这倒是不必怀疑的。然而，这种竞争意义上的成功或许只是我们培养了情商的副产品而已。

如果只想着成功去培养情商，倒可能反而不利于情商的培养。道理很简单，情商是帮助人际关系和谐的，而竞争，哪怕是所谓再公平的竞争，也是不利于关系和谐的。努力提高自身修养，得到更多人的认可，最终达到了比争更好的效果，将“争”化于“不争”中，是祖国哲学中的大智慧，需要我们认真体会。

那么，我们就来看一看情商如何培养，作者吴维库先生都给了我们哪些建议。

首先从审视和纠正自己的思维习惯和行为习惯入手。我们在应对和处理所面对的各种事情的时候，经常会有一些“本能”的反应。这些所谓本能的反应，不管是思维的，还是行为的，实际上是来自于习惯。我们应该对这些习惯进行审视和思考，把不利于自身发展和不利于和谐人际关系处理的习惯找出来，力改之。

改变旧习惯，建立新习惯是很难的事，多需要持续的内力和外力共同作用。内力就是自身的认知，外力就是我们主动寻求的外来的压力。比如作者给我们提供了六个步骤：作出承诺、现在行动、关注结果、不断重复、反馈纠偏、不要自责。我在这里还想加一条原则，就是保持关注，即在新习惯真正养成前，不要放松注意，否则将前功尽弃。

其次是管理情绪。人和非人最重要的不同是人兼有感性和理性，同时，人能够用纯粹的理性而非通过本能来控制自己的行为。面对一件特定的事情时，人有能力，至少有可能培养出这样的能力，先于本能的反应，用理性来分析即将到来的本能的反应行为对于问题的解决会有什么样的影响，从而有可能根据自己想要的目的调整自己的行为。

吴维库先生把情商素质分解为五个方面的能力：认识自身情绪的能力；妥善管理情绪的能力；自我激励的能力；认知他人情绪的能力；人际关系的能力。我把它们简括为自知力、自制力、自勉力、感受力、协调力。情绪管理是情商培养最核心的内容，作者提出四句话我觉得很有见地：知道别人的情绪，知道自己的情绪，尊重别人的情绪，调控自己的情绪。做到这些，我认为关键是用心，用心观察，用心体味，换位思考，宽容别人的失误，承认和尊重别人的感受。

第三是培养自信和信任。如果情商是处理和别人关系的能力的话，自信如何和情商发生的关系呢？其实并不复杂，自信是一个人个人魅力的体现，自信会给他人带来信心，获得更多的信任。人生的各种考验，考验的首先是信心，其次才是能力。

另外，自信与激情是互生的。激情能带来对别人的感染，带来他人更多的信任，进而提高自信，而自信又会带来进一步的激情。如何培养自信？关键是客观地分析自己和他人。其实每个人都是独特的，每个人的价值都是不可替代的。每个人的身上都蕴藏着巨大的能量，不管你相信不相信，在某些时刻它会被激发出来，有的人一辈子都没有等到这样的时刻，只是因为要么不相信这一点，要么他们一直在等待。

另外一些人却通过积极的、坚持不懈的努力找到了自己身上的宝藏。能够专注地做一件事，本身就是能力的体现。那些著名的艺术家之所以“功成名就”，可能是靠了某些机缘，但是如果他们没有他们的自信，他们对所从事的工作的热爱，他



们的坚持，恐怕机缘也就不成其为机缘了。

第四，就是所谓操之在我。我的理解，操之在我指的是保持冷静的头脑，不要被别人的情绪左右和利用。前面说的管理情绪，重在不要被自己的情绪左右，此处重在外来的情绪。别人表现出来的情绪有时是本能的，有时是刻意为之，不管如何，都不能影响我们对事物本身的理性分析和判断。让事情的发展始终在理性的轨道上就不会发生危机和剧烈冲突，而如果矛盾的发展被感性所控制，就势必会逐步升级，最终演变得不可收拾。

总之，《情商与影响力》这本书围绕着情商的作用和培养这个话题给了我们一些有益的启示。想完善自身，提高自身修养，获得更美好的人生体验的人不妨读一读。不过我并不推荐大家把它看作一部生存技能类参考读物来看，试图从中学到什么具体的有助于提高自身职场竞争力的技能。本书封面上的一句话是我所欣赏的：使人生愉快和完美的学问。

另外，这类书籍经常因其中叙述到的某些人生问题和感悟系人所共有的通症而畅销，但对于具体的个体来讲，要令自己的人生真正有所改变，还更在于实践，在于自身的愿望和坚持，在于持续不断的思考和感悟，而不是只记下几句格言警句和几则寓言故事。

期待有人能获得和我类似的读后感受。

## 影响力读后感心得体会篇四

政治家运用影响力来赢得选举，商人运用影响力来兜售商品，推销员运用影响力诱惑你乖乖地把金钱奉上。即使你的朋友和家人，不知不觉之间也会把影响力用到你的身上。但到底是为什么，当一个要求用不同的方式提出来时，你的反映就会从负面抵抗变成积极合作呢？带着这些日常生活中司空见惯却百思不得其解的疑问，我翻开了老师推荐的《影响力》

一书。

它

克服了教材普遍通篇大论原理性很强读起来令人乏味的缺点，、妙趣横生的语言向我们传达能包罗万象的六条基本的心理学原理：互惠、投入和一致、社会认可、喜好、权威、匮乏。其中令我印象最深刻的是互惠原理。互惠原理认为，我们应该尽量以相同的方式回报他人为我们所做的一切。由于互惠原理的影响力，我们感到自己有义务在将来回报我们收到的恩惠、礼物、邀请等等。因为这一类东西的接受往往与偿还的义务紧紧联系在一起。互惠原理以及与之行影相随的负债感给人印象最深刻的一点就是，它们在人类文明中几乎无处不在。不仅如此，这条原理在每一个社会组织中都运用得非常普遍，以致于几乎每一种形式的交换都渗透了它的影响。一个广为接受而又坚不可摧的面向未来的价值趋向在人类社会的进步中所起的作用是不可低估的，因为这意味着人们在与别人分享某些东西的时候，可以确信这一切都不会被遗忘。人类在进化的过程中终于达到了这样一种文明程度：当一个人将财物等资源分给他人时，其实并没有真正地将这些东西失去。这种现象的结果就是，那些以一方向另一方提供资源为开端的交易边的容易起来，错综复杂而又井然有序的援助、送礼、防御和贸易体系也成为可能，给社会带来了极大的利益。既然互惠原理对人类文明的积极意义是这么显著，它在我们社会化的过程中变成一种深深植根与我们心目中的价值观也就不是什么奇怪的事情了。

互惠原理常常会把偿还的义务强加到我们头上，但我们从互惠原理中得利的时候还是占多数的。正因为如此，笃信并且服从这个原理也就成了我们生活中的一项十分重要的行为规范。我们每一个人人都知道遵守这个原理合乎社会给我们定立的行为规范，而违背了它却会遭到无情的唾弃和嘲弄，甚至会被戴上像乞讨赖帐、。因为对那些只知索取不知偿还的人有一种普遍的厌恶感，我们往往都会极力避免与他们为伍。

虽然在特殊情况下，比如说由于条件或能力不允许而不能回报人家的恩惠，也不是完全不可能得到大家的谅解，但一般说来，整个社会对不遵守互惠原理的人的确有一种发自内心的厌恶。为了避免被贴上像乞讨赖帐、忘恩负义这一类的标签，即使是不公平的交换我们有时候也是愿意接受的。因此，一方面是发自内心的强烈不安，一方面是来自外部的巨大羞辱，两者结合在一起，便造成了一付十分沉重的心理负担。了解了这一点，对于人们在互惠的名义下会心甘情愿地付出比自己得到的多得多的东西就不会感到太难以理解了。而且，即使人们的确有某种需要，如果感到自己难以回报，往往也会尽量避免向他人寻求帮助。这并不奇怪，以为尽管物质上的损失是人们不想看到的，但与心理上的重负一比也就不算什么了。而恰恰是这种状态给一些想要利用互惠原理获利的人提供了机会。

互惠原理之所以可以成为如此有效的说服他人的工具，一个重要的原因就在于它所蕴藏的极大力量。在它的影响下，人们很轻易地就会答应一个在没有负债心理时一定会拒绝的请求。即使是一些平时颇具影响力的因素，与它一比也会相形见绌。

一个老师想测验一下学生们对过去时、现在时和将来时的掌握程度。有一个问题是‘我给予’的将来时是什么？结果有一个学生信心十足地答道，‘我索取’。虽然他可能犯了一个语法错误，但他对一条更博大的社会原理却掌握得完全正确。

著名法国人类学家马塞尔·毛斯在描述人类文明中的送礼过程以及与此有关的社会压力时说古这样的话：给予是一种义务，接受是一种义务，偿还也是一种义务。尽管回报的责任感是互惠原理的核心所在，但互惠原理之所以那么容易被利用，却还是由于上面提到的接受的义务。我们接受恩惠的义务感削弱了自己的选择能力，把决定我们会对谁负债的控制权交到了他人的手中。

相互退让是利用互惠原理来使他人答应自己的请求的另一种方式。与给人一点好处然后要求他们回报的直截了当的方式相比，这种方式比较微妙，但有时候却更加致命和有效。妥协也可以是一个互惠的过程，因此人们可以先主动做出一个让步，以迫使对方也做出让步，从而达到自己的目的。这个简单的技巧可以称为“拒绝—退让”策略。

wto,与外国厂商的合作会越来越多，共赢是主题，也是取得发展的核心问题，与互惠原理有异曲同工之妙。如果一个人只想着自己的利益，那么他也许确实可以得到短期的利益，但他会从此失去合作伙伴，没有社会分工、什么事都要自己去干，纵使有三头六臂也忙不过来的。惟有互惠联合在一块才有更强的竞争力。

时下扩招后的毕业生竞争激烈，好工作难找，大多数人都想找个既轻松又高工资的职业，这种眼光比较短浅，找工作不能只看薪水，更要看公司的发展前景。也许现在公司很小，但成长速度很快，那么即使目前没钱赚要给它免费打工也是值得的，撑过了艰苦的起步阶段接下来就是享受回报的喜悦了，与人共苦才能同甘，也许付出了不一定有回报，但不付出就一定没回报；而目前工资甚高的公司也许是处于夕阳行业，是江河日下。具体的选择就要看各人的价值观取向了。

心理学是博大精深的，同时它不是工具性的东西，见效的时间没那么快，需要人慢慢地揣摩领会，在运用中得到深切体会，一旦熟能生巧时你就可信手拈来运用自如，那时的感觉是很美妙的。这是一本很值得一读的书，看多几遍把它融会贯通你就可感受其中真义的神奇。

## 影响力读后感心得体会篇五

朋友推荐《影响力》这本书不错，非常畅销。于是迫不及待地网购了一本，本书的作者罗伯特·西奥迪尼博士是亚利桑那州立大学心理学系的著名教授。在阅读过程中发现此书不

像看小说那样轻松惬意，对于这种学术性的书籍，在阅读之前就告诉自己，不能像看小说那样囫囵吞枣，要认真的去对待，对于一些重要的语句在阅读过程中还要好笔记。书上每提出一个观点都会赋予大量的事例来讲解说明，让看似比较专业术语能够通俗易懂而不枯燥乏味。每个观点都指向了人们非理性的弱点，而且这种非理性通常是被我们给忽视的。对于这此书的认知，我简单的归纳总结为以下：

互惠原理，就是以相同的方式来回报他人为我们做的一切。接受和偿还往往联系在一起。一旦接受，往往产生负债感。商业中的免费试用就是互惠原理最简单的运用。互惠原理的威力在于，即使是一个陌生人或者是一个不讨人喜欢的人，如果先施于我们一点小小的恩惠然后再提出自己的要求，也会大大的提高我们答应这个要求的可能性。

承诺与一致，一旦做出某种决定和选择一种立场，就会发自内心或来自外部的压力迫使我们与此保持一致。每个人都希望用实际行动来证明自己的选择或判断是正确的。我们进行是非判断的标准之一就是看别人是怎么想的，尤其是当我们要决定什么是正确的行为的时，一般说来当我们对自己缺乏信心时，当形式显的不是很明朗时，当不确定性占了上风时，我们最有可能以别人的行为作为自己行动的参照。

社会认同。中国有古话：“众口铄金”，大概讲的就是这么回事。很多时候我们的判断不是依照理性思考所作出的，而是从社会大众的普遍选择出发，做一个可能不太合理，却满足了自身追求社会认同感的需求的选择。社会认同需要满足不确定性因素和相似性二个条件。

常都是件很实际的事情，通常会进入一个误区：有时候权威的话并没有什么道理，可我们还是会毫不犹豫的按照他们所说的去做。我们从小就被教育说“要听话”，在后来的成长过程中，我们确实发现服从权威在很多时候，给了我们一条行动的捷径。权威的外部特征一般表现在头衔、衣着及

外部标准等方面。

短缺，所谓“短缺”从经济角度上来讲就是“物以稀为贵”。当某样东西即将短缺时，就会燃起。

## 影响力读后感心得体会篇六

认真读完一本著作后，你有什么领悟呢？需要写一篇读后感好好地作记录了。那么读后感到底应该怎么写呢？以下是小编为大家收集的《影响力》读后感，仅供参考，大家一起来看看吧。

在看这本书以前，总认为影响力就是自己影响别人的能力，现在看了《影响力》的一小部分，第二章的《互惠》，作者把它剖析得很透彻，我觉得该书写得非常专业，里面的一些字句也不是很容易理解，还需要我慢慢去细读，下面是我的一点读书心得。

我们生活的现代社会太复杂了，而我们接受到的信息也太复杂，要想自由自在的活下去真的不太容易。有时看似我们是自由的作出抉择，其实早已身不由己。善于利用这种规律的人轻松的掌握着他人的动向，透过人们内心的负疚感(互惠原理)或是文化上的观念给人以压力，迫使他们按照自己的需要进行活动。从这个方面来看，人们要想保持清醒的`头脑，保持清晰的判断力，或者说不被人欺骗，实在是有些困难，因为有时候就算知道自己会被骗，人们还是会踏进这个圈套，仅仅是因为希望遵守承诺，被人尊重，或是为了偿还一点点小小的人情，文化的习惯要求我们这么做，于是我们这么做了，可是却被骗了，但是没有办法，我们必须这么做，否则就将面临自我巨大的心理压力。更有趣的是，我们在实施互惠的同时，有时免不了自己也会变成互惠的“猎物”。

书越读越有意思，我一定会好好读完这本书。边读边反观生

活中的现象，可以从中获得更多的收获，以此来更好的改变自己的工作和生活。互惠是人们身边一种有效的影响力的武器，就是看你如何去利用它，或者说如何去应用它，关键是如何创造性地应用它，因为很多人都在用它来谋取利益。