

影响力读后感(大全6篇)

在观看完一部作品以后，一定对生活有了新的感悟和看法吧，为此需要好好认真地写读后感。那么该如何才能够写好一篇读后感呢？下面是小编为大家带来的读后感优秀范文，希望大家可以喜欢。

影响力读后感篇一

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员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。

影响力读后感篇二

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。

影响力读后感篇三

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”^[p27]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，并给予恰当的回应。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“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！

影响力读后感篇四

我初看《影响力》这本书的书名，猜测作者写的应该是一些名人的行为事迹对其他人产生的一些影响，就像封面蒙娜丽莎的微笑，影响深远。

读完这本书后，我找到了答案，就是某个行为的发生，能对周围的人事物产生一定程度的效应，程度的大小，就取决于“力”了。比如我晨读这个行为产生的效应就是一些朋友也开始跟我一起晨读，由一个变三个，说明晨读这个行为产

生影响，并在扩散，就是“力”在上升。“影响力”之所以被使用的频率高，正是因为它渗透在我们的生活方方面面，并且作用很大。

然而，《影响力》这本书更让我惊喜的是，它揭露了行为背后的“为什么”，以及它看我看清了我的一些“傻瓜”行为，其实是在别人的“圈套”中而不自知，甚至还沾沾自喜。

《影响力》还告诉了我如何避免成为“傻瓜”，甚至揭穿想让你变成“傻瓜”的人的真面目。

书中介绍了六个影响力武器：互惠、承诺和一致、社会认同、喜好、权威、稀缺，其中让我感受最深，思考最多的是互惠原则！

互惠，简言之就是你给别人一些好处，别人也会帮你。因为你让对方产生亏欠感。这在我们生活中很常见，我们帮朋友一个忙后，朋友一定会有所表示，也许是一顿饭，也许是帮你另一个忙，总之以一定的方式做出回报，来缓解亏欠感。因为亏欠感让人很不舒服，沉沉地压在我们身上，我们就会想尽快将它消除，因此常常会出现不对等的交换。现今很多商家就利用这一点，来赚取我们的钱。一些化妆品公司会通过先帮助顾客免费做护理，或是教顾客画彩妆，来吸引顾客，同时让她们在体验后产生亏欠感，亏欠感让迫使她们做出购买行为。

而商家更常用的是“互惠式让步”。互惠，是面对接受的善意，我们感到有义务要偿还；互惠式让步，就是有人对我们让了步，我们便觉得有义务也退让一步。商家常常会用“拒绝——后撤”术，也叫“留面子”法，无形中让我们妥协！这种技巧很简单，就是假设你想让我答应你的某个要求——对这个要求我保准是要拒绝的，等我真的拒绝这个要求后，你再提出一个稍小的要求，其实这个要求才是你真正的目标。但我就会把你的第二个要求看成是一种对我的让步，并有可能感到自己这边也应该让让步，于是就顺从了你第二个要求。

回想起自己每次和老板讨价还价的时候，他们都会说“那我就给你少 10块钱吧，再也不能少了，我现在就一点都没赚你钱了”，听了这话，觉得老板少赚了我 10块，都要亏本了，我也就接受了他降价后的价格了。当时还很开心，觉得自己占了老板便宜，后来在发现其他商家开价就是降价后的价格，才发现自己其实是被老板“算计”了都不知道。只能安慰自己：“我们太善良了！”但是当利用“互惠原则”来制造的骗局被拆穿以后，受害人就再也不会相信“骗子”了。

互惠原理不仅被商家使用来更好的盈利，其实我们生活中处处都在互惠。朋友间的互惠可以增进友谊，陌生人之间的互惠可以让生活更美好。但我们要如何避免自己掉入商家的圈套，又不伤害真正的善意呢？这就需要我们保持清醒的头脑，准确判断、界定顺从伎俩，不要把它们错看成恩惠，分清楚行为背后的真正目的是什么。倘若别人的提议我们确实赞同，那就不妨接受它；倘若发现这一提议另有所图，那我们就置之不理。互惠原理只说要以善意回报善意，可没说要以善意回报诡计。

我个人对“互惠”是极其偏爱的，它让我发展了一个很牢固的朋友圈。施了才能受，但施又不是为了受。其实我们的朋友都是因为互惠才成为朋友的。大家相互帮助，各取所需，互惠互利。这样说起来“功利”了，但究其本质确实是这样。但不能真“功利”了，只想从对方身上索取更多，而不付出，这样就不是互惠，也就成不了朋友了。互惠，能让友谊长久持续地友好发展。

不仅“互惠原理”，在《影响力》这本书里提到的 承诺和一致、社会认同、喜好、权威、稀缺这些强大的影响力武器，都在我们生活中不动声色的发挥着巨大的作用。

读完这本书后，让我感受最深的就是它不是单纯告诉我们现象，而是揭露了行为背后的为什么，让我顿时豁然开朗。我从小就被大家贴上“好学生”的标签，因此我总做着好学生

应该做的事。可是我不想做一个大家所谓的“好学生”，我也想尝试一些所谓“坏学生”做的大胆的、不按常理出牌、不计后果的事，可是理智制止了我，因为我是大家眼中的“好学生”。我心里所想的和我所做的发生了冲突，我不知道该如何处理他们的关系，偏袒任何一方都让我有“违背”的感觉，心被拉扯着。《影响力》中“承诺和一致”原理告诉我：周围的人认为我们怎么样，对我们的自我认知起着十分重要的决定。我们对自我形象的塑造，承受来自内外两方面的一致性压力。一方面，是我们内心有压力把自我形象调整得与行为一致；另一方面，我们会按照别人对自己的感知来调整形象。我明白了，我是在做大家眼中的“好学生”。大家的“认为”使我自我认知就是好学生，还深信不疑的维护自己的形象。因此，想要改变，就得打破别人固有的思维模式，或是创建新的自我模式。知道了“为什么”，也就知道了“怎么办”。在这本书中提到的现象，我们都并不陌生，甚至都是熟悉不过的了，它不是要告诉我们什么新的秘密，只是向我们解释了我们平常行为背后的为什么。这很重要，因为这样我们就不会纠结于一些行为对自己的困扰，而是坦然的接受，这样我们的心也就能得以舒展。

“影响力”是一个很神秘，也很有力量的一个词。我们可以挖掘它的正面，美化生活；也可以利用它的负面，谋取利益，这取决于我们的良知。我们不能制止别人利用它，但我们要学会“透过现象看本质”，不要变成“傻瓜”还不自知。发现行为的秘密，正确运用影响力，做更好的自己。

影响力读后感篇五

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与生活。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。

影响力读后感篇六

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圇吞枣，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。