

戳穿“心灵鸡汤”式的励志谎言：59秒

作者：〔英〕理查德·怀斯曼

【内容简介】

戳穿“心灵鸡汤”式的励志谎言：59秒本书是英国著名心理学家理查德·怀斯曼继畅销书《怪诞心理学》之后的最新作品，也是他最具全球影响力的著作之一。怀斯曼教授在直觉、欺骗、幽默和超自然等领域的研究享誉国际。但在本书中，他把心理学从学术的象牙塔中梳理出来，抛开了繁琐的心理学理论和术语，引用了大量的心理学实验报告，目的是为了指导人们学会运用心理学成果，来更加科学地认识生活、改善生活。他希望通过本书告诉我们，读一个励志小故事不可能改变你的人生，听一段激情澎湃的成功学演讲也无法让你获得成功，要想真正快速完善自己，为什么不采用有科学研究作为依据的、有心理学实验做过检验的科学方法呢……

第1节：快乐：事业和生活中的原动力(1)

快 乐

事业和生活中的原动力

→ 钱真的能买到快乐——但要看你买的是什么

→ 别指望用倾诉来减轻你的痛苦

→“面包房现象”的提示

→ 为什么用牙齿咬住一支铅笔能让你感觉更快乐？

快乐真的很重要吗？当然，快乐能使你感觉良好。它不仅能让你享受到迷人的生活乐趣，更能影响到你在事业和生活中的成功。

几年前，加利福尼亚大学的索尼娅·留波米斯基及其同事开展了一项大规模的实验研究。① 在实验中，他们通过各种各样的手段来使被实验者感到高兴，比如让被实验者闻鲜花的芳香，阅读一些积极的肯定式的字句（比如“我真的是一个很不错的人”），吃巧克力蛋糕，跳舞，或者观看喜剧片。某些时候，实验者还会采取一些欺骗的方法，比如告诉被实验者，说他们在 IQ 测试中表现得非常优秀，或者让他们在大街上“意外地”捡到一笔钱。然后，实验者开始仔细观察快乐对被实验者产生了哪些效果——抛开实验所用的手段不提，整个实验的结果非常明确，那就是：快乐并不来自于成功，与此相反，是快乐导致了成功。

在对比研究了数百个涉及 20 多万人的实验数据之后，留波米斯基发现，快乐能带来令人印象深刻的几大好处，比如，快乐使人们更

喜欢与人相处并乐于助人；快乐增加了人们对自己和他人的喜爱程度，改善了人们解决冲突的能力，增强了人们的免疫系统；长期保持快乐的心情将使人们拥有更美满的婚姻，能找到更加充实和实现自我的工作，并且活得更长寿健康。

快乐能够带来这么美妙的好处，难怪每个人都想拥有快乐了。但是，让微笑一直挂在你脸上的常胜秘诀是什么呢？如果你向大部分人提出这个问题，恐怕你得到的回答将是：更多的钱。在各式各样的访问调查中，更加鼓胀的钱包一直在人们开列的“快乐必备”清单中名列榜首。② 然而，钱真的就能买到快乐吗？或者相反，对于金钱的渴望会不会反而让你走向沮丧之途呢？

1970 年代，西北大学的菲利浦?布利克曼及其同事所做的一个研究对此提供了部分答案。③ 布利克曼希望发现：当发财梦实现之后，人们会做些什么。一大笔意外之财究竟是会让人们一直乐得合不拢嘴，还是会很快变得稀松平常，而人们对金钱的原始欲望也会很快随之消退？布利克曼接触、访问了一群人，他们都中了伊利诺伊州的彩票，其中有几个的中奖额还达到了上百万美元。布利克曼又从伊利诺伊州的电话簿里随机挑选了一些人，组成一个对照组。布利克曼请每个组的人给自己目前的快乐程度打分，并说出他们希望自己在将来有多快乐。此外，每个人还要说出他们的快乐有多少是来自于每天的日常生活，比如和朋友聊天，听到一个有趣的笑话，或者受到别人的赞美，等等。最后，布利克曼的研究结果清楚地展示了快乐和金钱之间的关系。

第 2 节：快乐：事业和生活中的原动力(2)

与一般的想法相反，那些中了彩票的人并不比对照组的人更快乐，两个组的人在回答希望自己在将来有多快乐时也没有明显的区别。实际上，和那些中了彩票的人相比，对照组的人只有一处不同，那就是他们的快乐更多地来自于日常生活中的简单事物。

由于中彩票是获取金钱安全感的一种很不寻常的方式，所以，心理学家们也研究了那些靠努力工作来赚取财富的人，看看他们的收入与快乐之间存在着什么样的关系。

这一研究涉及大规模的国际调查，也就是请多个国家的人为自己目前的快乐程度打分（通常用十分制，快乐程度从“非常不快乐”到“非常快乐”不等），然后统计出每个国家的人的平均快乐程度，并与该国的 GNP（国民生产总值）做对比。④ 结果显示，尽管穷国的人不如富国的人快乐，但是只要穷国的 GNP 上升到一个适度的水平，这种差别就会消失。对工资收入和快乐之间的关系进行的研究也表明了类似的结果。伊利诺伊大学的艾德·戴纳及其同事在一个研究中发现，

即使是在《福布斯》杂志上排名前 100 的富豪也只比一般的美国人快乐一点点。⑤ 所有这些研究都得出一个结论：当人们已经能够支付生活必需品的时候，收入的增加并不会明显地带来快乐的增加。

为什么会这样呢？一方面可能是因为我们对已经拥有的事物会很快习以为常。买一辆新车或者一间更大的房子也许会让我们高兴一阵子，但是我们很快就习以为常，并回到了买车买房之前的快乐水平。正如心理学家戴维·梅尔斯曾经描述的：“真得感谢我们对名利的适应能力，它使昨天的奢侈品很快变成今天的必需品和明天的废弃品。”⑥ 那么，如果金钱买不到快乐，在脸上长期保持微笑的秘诀又是什么呢？

对此，我们应该先来了解一条坏消息：大量研究已经表明，每个人的快乐感大约有 50% 是由基因决定的，这是不能改变的。⑦ 不过，较好消息是，有 10% 的快乐感取决于环境（包括教育水平、收入、已婚或单身，等等），当然，这些环境并不是那么容易改变的。最好的消息是，剩下 40% 的快乐感来自于你每天的日常行为，以及你看待自己和他人的方式。因此，你只要了解这方面的一些知识，就可以在短短的数秒钟内变得更加充实快乐。

但问题在于，一些励志类书籍和课程所提供的建议与我们的科学研究所不一致的。以“积极思考”为例，是不是人们只要简单地把消极想法抛开，就能获得快乐呢？事实上，研究表明，这种压制负面想法的做法往往会增加而不是减少人们的痛苦。

在 1980 年代中期，哈佛心理学家丹尼尔·韦纳在心理学杂志上偶然读到德斯妥耶夫斯基的一个古怪但富于启发性的说法：“一旦给自己设定一项任务——不要去想北极熊，你就会发现北极熊每分钟都来拜访你的脑海。”韦纳决定做一个简单的实验来看看这是不是真的。他让每个参与实验的志愿者单独坐在一个房间内，并告诉他们可以在脑海中想任何事情，就是不能想北极熊，每当北极熊出现在他们的脑海时，他们就要按一下电铃。结果，在短短数分钟内，此起彼伏的刺耳电铃声证实了德斯妥耶夫斯基的说法——越是让人们压抑某个想法，那个想法就越会顽固地纠缠不休。

第 3 节：快乐：事业和生活中的原动力(3)

其他一些研究证明了现实生活中也会出现类似的结果。纽约州汉密尔顿大学的杰尼弗?波顿和伊丽莎白?凯西就通过研究发现这会对人们的情绪和自信产生戏剧性的影响。^⑧ 波顿和凯西请一群人描述最让他们困扰的事情，然后让其中一半的人在接下来的十一天内努力尝试不想这些事情，另一半人则照常生活。每一天结束时，每个人都要说明他们在多大程度上想了那些困扰他们的事情，并为他们当天的情绪、焦虑状态、自信程度打分。这一研究的结果和韦纳关于北极熊实验的结果非常相似。与照常生活的人相比，被要求努力压抑想法的人显示出更多的焦虑、更深的挫折感和更低的自信度。二十多年来的相关研究都表明了，这种自相矛盾的现象发生在日常生活中的各个方面，例如，越是让节食者不要去想巧克力，就越是促使他们把巧克力吃得更多；越是呼吁公众不要选傻瓜来当总统，就越是鼓励他们投票给乔治?布什。^⑨

那么，如果压抑想法并不是我们要寻找的快乐药方，我们又该做些什么呢？有一个常用技巧就是转移自己的注意力，比如和家人待在一起，参加一个派对，更加投入地工作，或者培养一种新的兴趣爱好。但事实上，这种技巧通常只能带来短暂的快乐，却并不能使我们长久地满足。为此，我们有必要了解相关科学研究所提出的一些建议，比如怎样利用一支铅笔，怎样写出完美的日记，怎样做一些小善事，怎

样培养感恩的心情，等等。

购物，还是购买快乐？

每次当你想要摆脱忧郁心情的时候，你会发现在两个词马上跳进你的脑海：“购物”和“治疗”。几分钟后，你发现自己正走向附近的鞋店或者百货商场，并期待着即将开始的购物会让自己心中的阴霾一扫而空。但事实果真如此吗？当你买了一双新鞋或者一台最新的高科技音乐播放器以后，你真的会感觉好过一些吗？如果真是这样，那么你的快乐又会持续多久呢？最新的研究成果清楚地回答了这些问题，而更重要的是，这些研究成果揭示了最明智的花钱买快乐的方式。

心理学家里夫·凡·波文和托马斯·基罗维奇{20} 研究了：当你想花钱买快乐时，花钱买商品（比如最新款的裙子或者手机）和花钱买经历（比如出去吃顿饭、买一张音乐会的票或者一次度假）哪一样更好。两位心理学家首先开展了一次国际性的访问调查，他们请世界各地的一些人回忆自己花钱买快乐时所买的商品或经历，然后对这些商品或经历给自己带来的快乐程度打分。而在另一项实验中，他们将实验参与者随机分成两组，要求其中一组回忆最近买过的商品，另一组回忆最近买过的经历，然后分别对自己目前的情绪状态打分，一组的评分标准是从-4 分（不好）到 4 分（好），另一组的评分标准是从-4 分（难过）到 4 分（高兴）。两个实验的结果都清楚地表明，不论从短期看还是从长期看，买经历都比买商品带给人更多的快乐。

第4节：快乐：事业和生活中的原动力(4)

为什么如此呢？我们对经历的记忆很容易随着时间的流逝而过滤（比如，你可能忘却令人疲乏的飞行旅程，而只记得在沙滩上全身放松的美妙时刻），但我们的商品却会随着时间的流逝而变得破旧过时。同时，购买经历会促使我们采取一种最有效的导致快乐的行为——和其他人共度时光。此外，社会性本身也是经历的一部分，当你把经历告诉别人之后，你的经历也就具有了社会性。与之相比，购买最时髦或者最昂贵的商品，有时候反而会使你与嫉妒你拥有这一商品的朋友或家人隔绝开来，而对商品的把玩也会使你在不知不觉中陷入

孤立的状态。

然而，在花钱买快乐时选择经历而不是商品，只是故事的一小部分。下面我们做一个简短的问卷调查。{21} 花几分钟时间阅读以下的陈述，然后给每个陈述打分，以表明它们在多大程度上符合你的事实。不要在每个陈述上花太多时间思考，诚实地回答，并且不要偷看答案。

给每个陈述打 1 分（完全不同意）到 5 分（完全同意）。

1. 我很羡慕那些开名贵跑车住豪华别墅的人。1 2 3 4 5
2. 我倾向于用所购买的财物来衡量自己的成功。1 2 3 4 5
3. 我喜欢购买一些我并不真正需要的东西。1 2 3 4 5
4. 我喜欢被名贵的东西包围。1 2 3 4 5
5. 我觉得如果我拥有更多奢侈品，我的生活会过得更好。1 2 3 4 5
6. 我有时为自己买不起一些奢侈品而苦恼。1 2 3 4 5

7. 购买名贵的东西使我对自己的感觉良好。1 2 3 4 5

8. 我似乎把物质看得比朋友和家庭更重。1 2 3 4 5

9. 我准备花更多的钱买名牌东西。1 2 3 4 5

10. 我喜欢拥有一些令别人印象深刻的东西。1 2 3 4 5

现在，加总你的分数。低分段是 10—20 分，中分段是 21—39 分，高分段是 40—50 分。

显然，这个问卷调查是用来测量你在多大程度上是一个物质主义者的。得高分的人明显地过于看重物质的取得，他们常常把物质作为快乐的核心，并用物质来衡量自己和他人的成功。与之相比，得低分的人更加看重人生经历和人际关系，而位于中分段的人常常对任何人都不太感兴趣。

研究者们已经花费了大量的时间寻找人们在这类问卷调查中所得分数与快乐之间的关系。^{22} 结果正和他们所担心的一样：分数越高的人越不快乐，对生活也越不满意。当然，这个结果并不适用于每一个物质主义者，所以即使你得了高分，你也可能是最快乐、最幸运的人之一（但是，在给自己下结论以前，请记得心理学家的研究也曾说明：当我们面对不如意的测试结果时，我们很善于自我欺骗，因而往往把自己视为一个例外）。

第 5 节：快乐：事业和生活中的原动力(5)

那么，如何来解释这一普遍的倾向呢？你也许认为这和物质主义者想获得时髦商品的渴望永远得不到满足有关。但实际上，这个问题与花钱本身无关，而是与怎么花钱、让谁从金钱中受益有关。

物质主义者一般都是自我中心的。研究表明，当向他们提供假想的四万美元时，物质主义者打算花费的平均金额是其他人的三倍。同时，请他们对一些陈述（比如“我喜欢邀请客人来家里做客”、“我经常借东西给朋友”）打分以表示自己在多大程度上关心别人时，他们的回答也表现出比较自我中心。而加拿大不列颠哥伦比亚大学的伊丽莎白·杜恩的研究表明，这种表现会严重妨碍人们获得快乐。

杜恩及其同事已经对收入、花费和快乐之间的关系展开了好几项研究。^{23} 在其中一项全国调查中，参与者们被要求为自己的快乐程度打分，说明自己的收入状况，并提供一份详细的他们给自己和他人买礼物，以及捐赠慈善机构所花费金额的清单。在另一项研究中，杜恩衡量了一些公司职员在分得 3000—5000 美元公司红利之前和之后的消费模式对其快乐程度的影响。类似的研究结果再次出现了：将更多的收入花在别人身上的人，比将更多的收入花在自己身上的人更快乐。

当然，对此表示怀疑的物质主义者会争论说：研究者们将因果关系弄颠倒了，并不是花更多钱在别人身上才让你快乐，而是快乐的人才会花更多的钱在别人身上。这个问题很有趣，而杜恩和她的团队通过一个聪明的实验已经解决了这个问题。

在一个简单但绝对原创的研究中，他们给参与者们装着 5 美元或者 20 美元的信封，并要求他们在当天下午 5 点之前将信封里的钱花出去。这些参与者们被随机分成两组，一组被要求把钱花在自己身上

(比如自我放纵一下，给自己买一份礼物)，另一组被要求把钱花在别人身上(比如给朋友或家人买一份礼物)。结果，“快乐的人才会把更多的钱花在别人身上”的预言落空了，事实表明，花钱给朋友或家人买礼物的人明显比花钱给自己买礼物的人得到了更多的快乐。

为什么会这样呢？答案就埋藏于你的大脑之中。俄勒冈大学的神经学家威廉·哈堡及其同事{24} 给实验参与者们100美元的虚拟银行存款，然后请他们躺在大脑扫描设备中。参与者们首先看到自己的一部分钱通过强制税收的方式给了一些有需要的人，然后被询问是否愿意将剩下的钱捐献出来或者留给自己。大脑扫描的结果显示，当参与者们看到自己的一部分钱送到了有需要的人那里时，他们大脑深层的两个原始区域——尾状核和伏隔核——变得活跃起来，而当参与者自愿捐献一部分钱的时候，这两个区域尤其活跃。当我们大部分基本需要(比如品尝美味的食物或者受到别人的尊重)得到满足时，这两个大脑区域也会活跃起来，这说明在帮助别人和获得快乐之间存在着直接的大脑联系。

第6节：快乐：事业和生活中的原动力(6)

因此，从科学上讲，如果你真的想通过购物疗法来摆脱忧郁，那就通过帮助别人来帮助自己吧，因为作为回报，你的大脑产生的直接反应会让你感觉更快乐。

当然，你也许会说你真的没有多少钱来捐献给别人。尽管这样，善行也是随处可见的。几年前，快乐研究专家索尼娅?留波米斯基和她的同事安排一组参与者连续六周每周做五件无需花钱的善事。^{25}这些善事都非常简单，比如写一张表示感谢的便条、献血或者帮朋友做一件事情。有的参与者一天做一件善事，有的参与者一天做五件善事。那些一天做一件善事的人显示出有一点点的快乐度增加，而那些在一天内就将五件善事一口气做完的人却难以置信地显示出，他们的快乐程度增加了 40%。

【心理学链接：物质主义的根源】

是什么让人们变得物质主义？对爱的占有来源于人们的性格、童年经历或者成年以后的生活经历吗？根据心理学家兰·恩格·查普林和德博拉·罗德·约翰的研究，物质主义植根于人们早期的童年生活，并且主要受较低自信度的驱动。^{26} 通俗地说，物质主义者由于缺乏自信，所以需要通过对物质的占有来增强自己的信心。

这一研究分为两部分，研究者首先安排一组 8 到 18 岁的孩子完成一份标准的测试自信度的调查问卷（其中的一些评估问题包括“我对自己的形象很满意”，等等）。接着，研究者向孩子们展示了画有各种形象的图片，这些图片内容涉及五个方面：爱好（比如“野营”、“溜冰”），运动（比如“橄榄球”、“网球”），物品（比如“新鞋子”、“个人电脑”），人物（比如“朋友”、“老师”），以及成就（比如“取得好成绩”、“学会一种新乐器”）。研究者请孩子们看这些图片，然后自由挑选其中一些图片，将它们组合起来说明“是什么让我快乐起来”。这个有趣的实验可以使研究者通过发现物品在选择中所占比例来评估每个孩子的物质主义程度。结果显示，自信和物质主义之间有着强烈的联系，自信度越低的孩子表现出来的物质主义倾向越强。

但是还有别的原因和结果吗？会不会是物质主义导致缺乏自信呢？为了检验这一可能性，研究者又安排这组孩子在纸盘子上写出自己的优点，然后根据这些优点分别对每个孩子进行了充分的赞美和表扬。这个简单的写满“我的优点”的纸盘显著提高了孩子的自信心，更重要的是，孩子们为此将原来选择的“物品”减少了一半。这个实验再

一次证明了较低的自信度会导致较强的物质主义倾向，而这一倾向在童年时代就形成了。不过，这个实验也向我们说明了，就像只需花一点钱在别人身上或者日行几善就能变得更快乐那样，一个纸盘和片刻时间也足以改变人们思考和行为的方式。

第 7 节：快乐：事业和生活中的原动力(7)

59 秒：快乐购买法则

购买经历而非商品：想花钱买快乐吗？那么把你辛辛苦苦赚来的钱用来买经历吧！你可以出去吃顿饭，听场音乐会，看场电影或演出，可以远行度假，去学舞蹈，出去写生，去蹦极，等等。事实上，你需要参与到任何让你和别人待在一起的机会，并在事后将你的经历告诉别人。当你花钱买快乐的时候，请记住，经历才是你花得其所的东西。

给予比接受更好：不论是跳激情四射的舞蹈，还是在惊险刺激的蹦极中尖叫，都不能带给你长久的快乐。如果你问人们究竟是把钱花在自己身上更快乐还是把钱花在别人身上更快乐，恐怕大多数人都会选择前者。然而，科学研究却提供了相反的事实：人们给予别人而不是自己之后往往表现得更快乐。当然，你不必真的把自己大部分收入用来捐献或者给朋友、家人和同事买礼物，实际上，即使是最小的礼物也会迅速给人们的快乐带来巨大而持久的变化。花几美元给别人买一份小礼物将会成为你最好的投资。如果你真的无法把自己辛辛苦苦赚的钱捐献出来，那么请记得一天做五件不花钱的善行，这同样能给你带来巨大的快乐。

快乐就是一支铅笔

在经历某种情感和思想时，人们的行为是高度可预测的。比如，当他们难过的时候，他们会哭；当他们高兴的时候，他们会笑；当他们表示同意的时候，他们会点头。当然，毫不奇怪，根据“本体心理学”的观点，倒过来也是一样。你可以让人们以某种方式行动，从而导致他们感受到相应的情感、形成相应的思想。这个想法最初存在争

议，但逐渐得到了一系列科学实验{27} 的支持。

在一项经典的研究中，一组参与者被要求皱眉（或者用研究术语来说，“缩紧皱眉肌”），另一组参与者则被要求面露微笑（“舒展他们的颧肌”）。这个简单的面部表情控制，对参与者的情绪产生了意想不到的巨大影响，微笑的参与者比皱眉的参与者感觉到了更多的快乐。

另一项研究的参与者被要求观看闪现在一个大型电脑屏幕上并不断移动的不同产品，然后说出这些产品是否讨他们喜欢。{28} 有些产品是垂直移动的（这导致参与者在观看的时候点头），有些产品是水平移动的（这导致参与者在观看的时候摇头）。结果表明，参与者喜欢的产品大多是垂直移动的产品，而正是点头和摇头的动作促成了他们无意识的选择。

同样的道理也适用于寻求快乐。人们在快乐的时候微笑，但也因为正在微笑而感到更快乐，即使人们没有意识到自己在微笑，这一效果也仍然存在。

在 1980 年代，费兹?斯塔克和他的同事们请两组参与者对盖瑞?拉森的喜剧卡通片《极地》进行评价，并打分表明他们感觉到有多快乐。{29} 一组参与者被要求用牙齿咬一支铅笔，但要确保铅笔不碰到嘴唇。另一组参与者则用嘴唇而不是牙齿含住铅笔。在没有意识到的情况下，用牙齿咬住铅笔的参与者的面部肌肉被迫进入微笑状态，而仅仅用嘴唇含住铅笔的人则不自觉地皱起了眉头。实验结果表明，

参与者所体验的情绪与他们所展露出来的表情相符。那些被迫微笑起来的人比被迫皱眉的人感觉更快乐，对卡通片《极地》的趣味性评价也更高。其他研究{30} 则表明，当人们停止微笑时，快乐并不嘎然而止，而是继续逗留，影响着人们行为的许多方面，包括以更积极的方式与人沟通、更愿意回忆愉快的往事等等。

第 8 节：快乐：事业和生活中的原动力(8)

这类研究所传达的信息是很简单的——如果你想快乐起来，那就

表现得像一个快乐的人。

59 秒：获得快乐的简单方法

微笑：有很多可以带来快乐的行为可以迅速地融入到你的日常生活当中。其中，最重要的一个行为就是常常微笑。这种微笑不是那种转瞬即逝、不易察觉的微笑。与之相反，研究结果表明，你应该保持微笑的表情 15—30 分钟。为了尽可能让微笑真实笃定，努力在脑海中想象一种可以让你真的笑起来的情形，比如你刚刚遇到了一个好朋友，听到了一个令人捧腹的笑话，或者发现你的岳母根本没打算前来拜访。同时，你可以考虑创造一个信号以提醒你经常微笑。你可以设置闹钟定时提醒自己，或者一听到电话铃响就微笑。

坐直：你的姿势也是很重要的。科罗拉多大学的汤米·安·罗伯特进行了一项研究，参与者被随机分成两组，分别坐在椅子上三分钟，他们可以自行选择挺直腰杆坐直，或者歪歪斜斜地随意坐着。^{31} 然后，每人必须做一个数学测试，并评估自己的情绪状态。结果表明，坐直的参与者比采取其他坐姿的人更快乐，并在数学测试中取得了更好的成绩。有趣的是，这个结果并不适用于大多数女性参与者，罗伯特因此猜测：坐直挺胸可能会使她们害羞。

用行动表现出快乐：德国比勒费尔德大学的彼得·博科诺发现，快乐与不快乐的人的行为方式有很大差别。^{32} 你可以通过行动收获快乐。比如，试着用更放松的方式走路，轻轻地摇晃你的双臂，让

你的步伐更加轻盈；在谈话中更多地用手势，更频繁地使用充满感情的词（尤其是“爱”、“喜欢”和“感兴趣”），更少地谈论自己（少说“我”、“我自己”等词），让自己的语调更富于变化，和别人强有力地握手。将所有这些行为融入你的日常生活，会大大增进你的快乐。

【心理学链接：努力尝试变化】

根据肯尼斯?希尔顿和索尼亚?留波米斯基的研究，快乐是来之不易的。{33}

在几项实验中，这两位研究者征募了一些刚刚经历过两种人生变化之一的人参与实验。两种人生变化的第一种类型是“环境改变”，这涉及整体环境的重要改变，包括搬家、涨工资或者买了一辆新车。第二种类型是“目标改变”，这涉及需要付出努力来完成某个目标或者开展新的活动，例如参加一个新俱乐部，开展一项新的爱好，或者从事一种不同的职业。参与者们被要求为自己连续几星期以来的快乐程度打分。结果显示，尽管经历两种变化的参与者的快乐程度都有所提高，但经历环境变化的参与者很快就恢复到了原来的快乐水平，而经历目标变化的参与者的快乐则持续了更长时间。为什么会这样呢？

根据希尔顿和留波米斯基的观点，这要归因于一种“快乐适应”的现象。毫无疑问，人们可以从任何一种新形式的积极体验中汲取大量的快乐，然而，只要这种体验一而再再而三地重复，人们就会对这一快乐之源变得越来越熟悉，从而不再能从中汲取新鲜感和快乐。不幸

的是，环境改变常常就产生出“快乐适应”这种效应。尽管住进新房子、涨工资最初带来的兴奋是强烈的，但日复一日，这种最初的兴奋会逐渐平淡下来。与之相比，目标改变则避免了“快乐适应”的效应，因为它不断地创造出富于变化的心境。不论是培养一种新爱好、加入一个组织、启动一个项目，还是结识新人或者学习一种新技巧，你的大脑总是充满了不断变化的积极体验，这就阻止了“快乐适应”效应的发生，从而延长了你的快乐。

因此，为了让我们的快乐最大化，请更多地选择目标变化而不是环境变化。努力培养一种新爱好，启动一个重要的项目，或者尝试一种从未尝试过的新型运动。选择适合你的性格、价值观和能力的活动，思考自己正在进行的活动，发现这些活动之所以使你兴致盎然是因为哪些核心要素，并进一步去尝试其他包含这些要素的活动。例如，如果你喜欢画画，也可以试一试水彩画。如果你喜欢打网球，也可以试一试羽毛球或壁球。如果你擅长数独游戏（sudoku），那也不妨试一试纵横填字游戏。总之，不论你决定做什么，你都要在做的时候努力尝试一些变化。这听起来有些难，但是研究表明它有助于增进我们的快乐，因此值得一试。

第 9 节：说服：面试和社交中的影响力(1)

说 服

面试和社交中的影响力

→ 成功面试中的一个神秘因素

→ 如何处理你简历中的薄弱环节？

→ 出一两个小丑来改善你的社交生活

→ 怎样提高丢失的钱包被送回来的几率？

→ 用你的宠物青蛙来说服别人

你会怎样去说服一个小孩完成家庭作业？你会怎样鼓励一个雇员在工作上表现得更好？你将怎样说服人们更加关心环保？

很多人认为，说服最有效的方法，就是拿一根胡萝卜在被说服对象的鼻子面前晃荡，用奖励和报酬来影响对方。但是，是否真有科学研究能够表明这个方法确实奏效呢？

在一次著名的 research 中，斯坦福心理学家马克·莱普及其同事请两组中学生画一些有趣的画。① 在使用蜡笔和画纸之前，一组学生被告知他们画完后会获得一枚“优秀”奖章，另一组学生则没有得到任何关于奖励的承诺。几个星期以后，研究者回到学校，再一次递给中学生们画纸和蜡笔，然后测试他们会花多长时间画画。令人惊奇的是，上一次获得“优秀”奖章的学生明显比其他学生在画纸前停留，更少的时间。

第 10 节：说服：面试和社交中的影响力(2)

为什么会发生这种情况？根据莱普的看法，被授予奖章的孩子可能会这么想：“嗯，让我想一想。大人们通常在让我做我不喜欢的事情的时候给我奖励；现在，有个大人因为我画画而给我奖章，那么，我一定是不喜欢画画的。”这种心理效应不断重复，而结论是清楚的：如果你给孩子安排一项他们喜欢的活动，并因此而奖励他们，那么奖励会减少他们从活动中得到的乐趣，并削弱他们参加活动的兴趣。就这样，在短短数秒钟内，你把游戏变成了工作。

也许有人会争论道，这个结论只适用于人们喜欢的活动，而对于人们不喜欢的任务，奖励确实会起到激励作用。

为了检验这一理论，几年前我做过一个实验，我请两组参与者下午到公园里捡垃圾。② 两组参与者都被告知他们是在参与一项倡导

人们爱护公园的实验，但是，其中一组参与者将获得丰厚的报酬，而另一组却只得到了一点钱。经过大约一小时的艰苦劳动，每个人都要打分表明他们对这个下午的喜爱程度。你可能以为那些得到丰厚报酬的人会比只得到一点钱的人更积极。但事实刚好相反，在 10 分的满分中，得到丰厚报偿的那组参与者打出来的平均分数只有 2 分，而只得到一点现金的参与者的平均分数却高达 8.5 分！这样看来，得到丰厚报酬的人是这么想的：“人们通常付钱给我让我做不喜欢的事。现在有人支付给我较高的报酬，那么我一定是不喜欢清理公园。”与之相比，只得到了一点钱的人是这么想的：“做我喜欢的事情是不需要得到多少酬劳的。我清理公园没有得到多少酬劳，因此我一定是喜欢清理公园。”因此，这项研究的结果证明，过度的报酬无益于激励人们做他们不喜欢的事。

还有其他很多研究都不断地发现了这一结论。不论报酬或任务的性质是什么，被奖励胡萝卜的人并没有比不期望任何回报的人表现得更好。③ 而有些研究表明，奖励最多只能在短期内起到激励作用，在长期内反而会产生消极影响。

既然承诺给人们奖励并不能起到有效的激励作用，那么什么样的激励才最好呢？为了鼓励人们做更多他们喜欢的事，你可以偶尔在他们完成任务以后给他们一个小小的惊喜，或者赞美他们的劳动成果。而想要促使人们做他们不喜欢的事情，一个现实的但不过度的奖励在一开始是会奏效的，但接着应该给予他们赞美，使他们感觉良好，从而激励他们继续做下去（比如赞美他们说“如果每个人都像你一样爱

护公园就好了”)。

完美的面试

你怎样才能说服别人给你一份工作？有一个古老的笑话，讲的是一个找工作的男人在接受面试，面试者告诉他：“你知道，我们要找一个很负责的人来做这份工作。”这个男人想了一会儿，然后回答道：“我刚好就是你们要找的那个人。在我的上一份工作中，很多事情最后都搞得一团糟，他们都说我应该对此负责。”

第 11 节：说服：面试和社交中的影响力(3)

遗憾的是，在真实的面试中也经常会出现这种灾难性的回答。当然，要寻求这方面的帮助也是易如反掌。在过去的 30 年里，心理学家们已经调查研究出了应聘者如何令面试者印象深刻的关键因素，这些研究还提供了几个可以立竿见影的技巧，能够显著提高你获得梦寐以求的工作的几率。

如果你问任何一个雇主为什么选择了这个人而不是那个人，他们通常都会告诉你，这主要是看应聘者的素质和技能适不适合所应聘的工作。为了使面试过程更加公平合理，很多企业都会首先开列出所需人员应具备的关键技能，然后研究每一份简历看看应聘者是否符合条件，然后再举行面对面的面试以期发现更多的信息。但是，华盛顿大学的查德·希金斯和佛罗里达大学的蒂默西·加吉提出，面试者通常自己也搞不清楚自己是如何做出决定的，实际上，他们无意识地受着一股强有力神秘力量的牵引。④

希金斯和加吉追踪调查了一百多名大学毕业生，看看他们是如何找到第一份工作的。研究伊始，研究者们仔细研究了每个学生的简历，根据面试者通常宣称的权衡是否录用应聘者的两大因素——资格条件和工作经验——来逐一衡量。每完成一次面试，学生们都要填写一份标准的问卷调查，说明他们是怎样表现的，比如他们是否做出了最积极的回答，是否对公司感兴趣，或者是否询问了面试者他们需要什么样的人。研究团队还与面试者取得联系，请他们就几方面的因素提

供反馈信息，包括应聘者的表现、应聘者对公司来说是否合适、应聘者是否具备工作所需的技能，以及（也许是最重要的）应聘者是否会得到工作。

经过大量的数据分析，研究团队发现了令人惊讶的事实真相，从而揭露了面试者如何选择应聘者的神话。那么，决定是否录用应聘者的关键因素究竟是资格条件还是工作经验呢？事实上，两者都不是。只有一个因素至为关键——应聘者看起来是不是一个令人愉悦的人。那些设法使自己去迎合的应聘者最有可能得到工作。

少数应聘者会花几分钟时间来谈论与工作无关但是让面试者备感兴趣的话题。有的应聘者努力保持微笑，并和面试者进行了眼神交流。还有一些应聘者夸赞了公司。这些举动都得到了回报，它们使面试者相信，如此令人愉悦、善于社交的应聘者毫无疑问可以适应工作环境，因而应该得到这份工作。

希金斯和加吉的研究清楚地表明了：要获得你梦想的工作，表现得令人愉快比具备相关的资格条件和工作经验更为重要。然而，当你的简历中有瑕疵，比如背负了十二项谋杀罪名和两项大公司欺诈罪名的时候，你会迅速发现光靠逢迎是帮不了你的。那么，处理简历中薄弱环节的最好方法是什么呢？你应该在面试一开始就主动提出自己的弱点吗？还是先给对方留下好印象，最后才提及你可能存在的问题？

第 12 节：说服：面试和社交中的影响力(4)

为了探明这个问题，1970 年代早期，杜克大学的心理学家爱德华·琼斯和艾里克·高登进行了一项重要的研究。^⑤ 他们在实验中请参与者听一段录音，录音的内容是一个男人（实际上是实验者之一）谈论他的人生，然后请参与者打分表明这个男人听起来有多讨人喜欢。录音中的男人在面试过程中讲述了他如何因为考试作弊而被学校开除，因而未能完成中学一个学期学业的故事。研究者对录音带进行了剪辑，使得一半的参与者在录音一开始就听到这令人震惊的故事，另一半参与者则在录音结束时才听到。结果，这一做法极大地影响了

参与者们对录音中男人的喜爱程度。实验表明，一开始就把作弊事情坦白出来比最后才提到更能讨人喜欢。其他的一些研究也得出了类似的结果，例如，律师如果在审判庭上一开始就把自身辩论存在的弱点摆出来，就更容易取得陪审团的信任。⑥

早早地把自己的弱点摆出来，被认为是一种坦诚的表现。这是很多政治家，比如比尔·克林顿，一直没有学会的教训。面试者往往更相信那些一开始就有勇气坦诚指出潜在问题的应聘者，因此，应聘者不应该试图去隐瞒什么。

那么，对于你简历中的积极方面，是不是也要一开始就提出来呢？事实上，不要这么做。在以上研究的另一个实验中，参与者还听到了录音中的男人的一次获奖经历（“我获得了高额奖学金去周游欧洲”），但是一半参与者在录音的较早部分听到，另一半参与者在录音的较后部分听到。结果与前面相反，晚一点提到获奖经历比早一点提到更讨人喜欢。看来，对于你简历中的积极方面，更重要的是谦虚而不是诚实。晚一点提到获奖经历显得你是在让自己的能力自然地展现出来，而过早亮出王牌则会被视为自吹自擂。

那么，假如你已经改善了交谈的技巧，愿意更早地坦白自己的弱点，并打算把自己最辉煌的一面作为最后的压轴戏，你就一定会成功吗？遗憾的是，不会。尽管怀有美妙的意图，尽管做了充分的准备，我们仍然会犯错误。也许你会不小心碰翻一杯水，也许你会无意中侮辱了某个面试者，也许你的回答让人觉得装模作样、不可信。因此，

你还需要学会如何处理意外情况。对此，康奈尔大学的托马斯?基罗维奇及其同事进行了一系列的实验，在实验中，他们让参与者穿上画有巴瑞?曼尼洛（美国歌手）头像的 T 恤衫。⑦

在这个经典的研究中，基罗维奇安排五名参与者同时到达他的实验室。他们被引进一个房间，并坐在桌子旁边开始填写调查问卷，他们并不知道研究者安排了另一个参与者在五分钟后到达。这个迟来的参与者在进入房间之前和研究者见了面，并被要求穿一件画有巴瑞?曼尼洛头像的 T 恤衫。为什么 T 恤衫上要画有曼尼洛的头像呢？因为这是一个关于尴尬心理的研究，研究者们在事前的测试中发现，康奈尔大学的大部分学生都不愿意穿上印有巴瑞?曼尼洛头像的 T 恤衫，怕被人嘲笑。穿上 T 恤衫以后，迟来者进入了房间，结果发现已经在房间内的几名学生都抬起头看他。过了一会儿，实验者解释说请迟来者最好先在外面等一会儿，然后迅速陪他走出了房间。

第 13 节：说服：面试和社交中的影响力(5)

接下来，每个待在房间里的人都要回答他们是否注意到刚才迟来者 T 恤衫上的图像，而迟来者也要估计一下大概有百分之多少的学生注意到了他 T 恤衫上令人尴尬的图像。一系列的这一实验结果都表明，平均而言，房间里大约有 20% 的人注意到了曼尼洛的头像。然而，迟来者却认为大家都瞪着他看，至少有 50% 的人注意到了他的 T 恤衫。简言之，迟来者高估了这一尴尬场面的影响。

这种被称为“聚光灯效应”的偏见，出现在很多不同的场合中。不论是因为发型丑陋还是因为在集体讨论中出丑，感到尴尬的人都倾向于夸大自己的错误所引起的注意度。为什么会这样呢？因为我们对自己的仪表和行为比别人更加关注，所以不免高估了实际情况。因此，如果你在面试过程中犯了一个令你苦恼的错误，那就想一想那个穿着曼尼洛 T 恤衫的男生吧，要知道，实际情况并不像你想象的那么糟。

59 秒：掌握完美面试的三个步骤

用三个步骤帮助你完成完美的面试。

第一步，记住讨人喜欢比资格条件和工作经验更重要，因此，你需要：

——找出你对要应聘的公司真正喜欢的地方，并告诉面试者。

——自然地对面试者说出你真诚的赞美。

——聊一聊与工作无关但你和面试者都感兴趣的话题。

——表现出对他们感兴趣。询问他们需要什么样的人，以及你所应聘的职位在公司运作中发挥什么样的作用。

——对公司和所应聘的职位充满热情。

——微笑，并和面试者保持眼神交流。

第二步，当你确实有弱点时，不要直到面试快结束时才告知对方，相反，在面试一开始的时候就开诚布公地告诉他们。同时请记住，对于你的优点，应保持谦虚，最好是在面试的最后阶段才提起。

第三步，如果你犯了错误，不要反应过度。实际上，你所犯的错误远没有你所想象的那样引人注意，过度的反应或者道歉反而会引起更多的注意。因此，适度地承认你犯的错误，然后就当什么也没发生

过一样继续进行面试。

【心理学链接：增强说服力的三妙招】

选择中间位置：如果你想让自己在会议中给人留下更深刻的印象，最好是坐在桌子中间。心理学家普瑞亚·拉格比和安娜·瓦伦西娜对电视节目《最薄弱的环节》做过很多分析。^⑧ 在电视节目中，辩手们围成半圆形，每一轮辩论中都会有一个辩手经过其他辩手的投票而被淘汰。平均而言，站在半圆形中间的辩手大约有42%的机会进入决赛，以及45%的机会最终赢得冠军。而站在边缘位置的辩手则只有17%的机会进入决赛，其赢得冠军的几率也只有10%。在另一个实验中，实验者向参与者们展示了一张由五个候选人组成的集体照片，这些候选人共同竞争一个实习工作。实验者请参与者们从中挑出一个应该获得这份工作的人，结果表明，坐在中间位置的人比坐在边缘位置的人更容易被选中。研究者们确信，人们在看一个集体的时候，总是下意识地认为“重要的人坐在中间”，这种现象叫做“中心位置”效应。

第 14 节：说服：面试和社交中的影响力(6)

K.I.S.S：当你为一个新项目、新运动或者新产品取名的时候，尽量要把名字取得简单。普林斯顿大学的亚当·奥特和丹尼尔·奥本海默研究了一些公司在股票市场上的市值，他们发现，那些名字简单而令人印象深刻的公司（比如“Flinks 公司”）比那些名字古怪的公司（比如“Stagxter 公司”）表现得更为成功。^⑨ 进一步的研究表明，这并不是因为较大的公司倾向于使用较简单的名字，而是因为人们有一种受容易记住、发音简单的名字吸引的自然倾向。

注意你的语言：谁不会想在读报告或者书信的时候跳过古怪复杂的用词，从而使自己显得聪明优雅呢？丹尼尔·奥本海默进行的另一项研究表明，对复杂词汇的不必要的爱好，会起反效果。^⑩ 在连续进行的五个实验中，奥本海默系统地检查了各种文章（包括工作申请、学术论文、笛卡尔著作的翻译等等）中的复杂用词，然后请实验参与者们阅读这些文章，并依其印象给这些文章作者的聪明程度排名。结果，使用越简单语言的作者排名越高，这表明不必要地使用复杂语汇

反倒给人留下坏印象。

在其论文《卖弄辞藻的后果：不必要地使用长句所引起的问题》中，奥本海默还发现，以难以辨认的字体进行写作也会降低人们对作者智商的评价，因此，要使人们对你的评价更高，你一定要做到字迹工整、简化语言。

如何让你讨人喜欢

能否讨人喜欢，这对每个人都是很重要的。民意调查组织调查了美国公众对 1960 年以来的美国总统候选人的看法，调查重点集中在候选人的政策影响、政党属性和讨人喜爱程度三个方面。^{11} 在所有三个因素中，只有讨人喜爱的程度持续、准确地预测了谁会当选。类似的，多伦多大学的菲利浦·诺尔的研究表明了讨人喜欢的人离婚可能性大约比一般人低 50%。实际上，讨人喜欢甚至还会救你的命，有研究表明：医生愿意与讨人喜欢的病人保持联系，并且会更频繁地为他们进行检查。

那么，有什么好办法让你讨人喜欢呢？励志大师戴尔·卡耐基早已正确地指出，让自己变得更受欢迎的不二法门就是真诚地表达自己对他人的兴趣。实际上，卡耐基还说明：与其花两年时间让周围的人对自己感兴趣，还不如培养自己对他人的真诚兴趣，这可以让你在两个月内赢得更多的朋友。还有研究者提供了其他一些简便易行的方法，比如对别人发出真诚的赞美，配合其他人的身体语言和讲话风格，

表现谦虚，慷慨地与人分享你的时间、资源和技能，等等。毫无疑问，这些技巧都是奏效的。然而，科学研究表明，还有其他一些更为微妙的办法可以帮助你赢得朋友并影响他人：本杰明·富兰克林的一个小小建议；偶尔犯一两个小错误；善用闲谈的力量。

第 15 节：说服：面试和社交中的影响力(7)

18 世纪的美国博学者和政治家本杰明·富兰克林有一次很想获得宾夕法尼亚州立法院一个议员的合作，但这个议员是个难缠的铁石心肠的人物。那么，富兰克林该怎么解决这个问题呢？是向他鞠躬，还

是找他打一架？都不是，富兰克林用了另一种完全不同的方法。富兰克林知道这个议员的私人藏书中有一本绝版的稀世图书，于是就询问议员是否能把那本书借给他看两天。议员同意了，接下来发生的事正如富兰克林所描写的，“当我们再次见面时，他对我说话了（他以前从来没有这么做过），而且很有礼貌。后来，他还向我表明他随时愿意为我效劳。”富兰克林把他借书所带来的成功归结为一条简单的原则：“曾经帮过你一次忙的人会比那些你帮助过的人更愿意再帮你一次忙。”换句话说，要使某个人喜欢你，那就请他帮你一个忙。一个世纪以后，俄国小说家列夫·托尔斯泰对这一原则深表赞同，他写道：“我们并不因为别人对我们的好而爱他们，而是因为自己对他们的好而爱他们。”

1960 年代，心理学家琼·杰克和戴维·兰迪决定看一看这个有 200 年历史的古老技巧在 20 世纪是否仍然管用。^{12} 在一个实验中，他们安排参与者在实验中赢了一些钱，等参与者们离开实验室之后，一个研究者追上其中几个参与者，请他们帮一个忙。研究者解释说他是用自己的钱来做这个实验的，现在他没钱了，能否请那些参与者把钱退还给他。第二组参与者则被另一个研究者追上搭话，这个研究者是心理学系的秘书，他向参与者们提出了同样的要求，只不过这一次他的说法是，这是由心理学系赞助进行的实验，用的不是私人钱，现在系里资金短缺，所以能否请他们把钱退还出来。过后，所有参与者都被要求给两个研究者打分，表明对他们的喜爱程度。结果和富兰克林、托尔斯泰预言的一样，参与者们对获得私人帮助的研究者的喜欢胜过了对以心理学系名义接受帮助的研究者的喜欢。

尽管这听起来有些不可思议，但这个奇怪的现象（现在被称为“富兰克林效应”）却是有理论依据的（至少在请人帮小忙的时候是如此。如果请别人帮大忙的话情况就可能就相反了，人们要么给予吝啬的回应，要么干脆拒绝）。大部分时候，人们的行为都跟从他们的想法和感觉。如果他们觉得快乐，他们就会微笑，如果他们觉得对方很有魅力，他们就会充满渴望地直视对方的双眼。

然而，反过来也是一样。让人们微笑，就会让他们感觉快乐，让他们直视对话者的双眼，他们就会发现对方更加迷人。同样的道理也适用于帮忙的情况，的确，人们会因为喜欢你而帮你忙，但反过来，为了鼓励别人喜欢你，你也完全可以请他们帮你一个忙。

第 16 节：说服：面试和社交中的影响力(8)

富兰克林效应并不是唯一一个违反直觉的讨人喜欢的方法。还有一个方法曾经帮助约翰·F·肯尼迪成为美国历史上最受欢迎的总统。

1961年，肯尼迪下令军队在猪湾发起了侵犯古巴事件。整个军事行动遭到了惨败，而历史学家们至今仍然认为这是一次重大的军事决策失误。然而，在猪湾入侵事件失败后不久举行的一次民意调查显示，尽管肯尼迪做出了灾难性的决策，但公众仍然喜欢他。这个奇怪的现象可能要归功于两个因素。一是，肯尼迪并没有试着为自己的决策失误找借口或者找替罪羊，而是立刻承担起了全部责任。二是，直到那个时候，肯尼迪仍然被视为美国的超级大英雄，一个有魅力的、英俊的、强有力的男人，而这样的男人是永远不会犯错的。实际上，猪湾入侵事件的失败反而使肯尼迪显得更有英雄气概、更讨人喜欢。

加利福尼亚大学的伊利亚特·奥森和他的同事决定进行一项实验，看看是否犯一两个错误真的有利于提高你的受欢迎程度。^{13} 在他们研究中的一部分，他们让参与者们聆听两卷磁带中的一卷。两卷磁带的内容都是一个学生在参加一次知识问答时的谈话，同时，这个

学生还谈论了他自己的背景。学生在问答中表现得非常出色，不仅正确地回答了 90%以上的问题，而且对自己的成功非常谦虚。然而，在其中一卷录音带快结束时，参与者们听到这个学生打翻了一杯咖啡并弄湿了自己的新衬衫。而另一卷则没有这个内容。聆听两卷录音带的参与者都要打分表明他们对这个学生的喜爱程度。尽管两卷录音带只有最后学生打翻咖啡杯的那部分不同，但和猪湾事件后的肯尼迪一样，不小心打翻咖啡并承认自己失误的学生显得更讨人喜欢。有趣的是，只有当某人看起来接近完美的时候，犯一两个小错误才会产生这样的效果。在奥森的另一部分实验中，研究者给参与者聆听的则是另一个学生的录音带，这个学生成绩普通，大约正确回答了 30%的问题。在这样的条件下，实验结果表明，打翻咖啡杯的行为戏剧性地降低了这个学生的受欢迎程度，因为人们认为他是一个彻头彻尾的失败者。

这个通常被称为“出丑效应”的奇怪现象对美国历届总统来说都是相当有效的，那么它在其他情况下也有效吗？为了找到答案，我最近进行了一个类似奥森实验的实验，但是这次的实验地点是在购物中心。{14}

在实验中，我们聚集了一群人，然后向他们解释说待会儿会有两个职员向大家演示如何使用一种新型榨汁机。第一个职员是萨拉，她扮演一个“完美”的角色。萨拉在进行演示的前一天晚上学习了如何操作这台榨汁机，并学会了一些表现自信的技巧。她把水果放进去，盖上盖子，榨汁机发出“嗡嗡”的声音开始榨汁，最后就得到了鲜美的果汁。人群对萨拉出色的演示报以热烈的掌声，并热切地期待着第二位

演示者登场。接着，爱玛上场了，她扮演“不太完美”的角色。在她的演示中，也是放进水果，盖上盖子，榨汁机发出“嗡嗡”的声音开始榨汁，但是突然，盖子不小心被碰飞了，最后爱玛只好摇晃着榨汁机底部倒出残留的果汁，而人们则对爱玛报以同情的掌声。

第 17 节：说服：面试和社交中的影响力(9)

接下来，就该调查人们对两位演示者的喜爱程度了。我们访问了一些观众，问他们怎么看两位演示者，哪一位演示者给他们留下了更深刻的印象？他们更可能在看完第一个演示购买榨汁机呢还是更可

能在看完第二个演示购买？最重要的是，他们更喜欢谁，萨拉还是爱玛？尽管观众们都觉得萨拉的演示更加专业、更具有说服力，但是他们更喜欢的却是爱玛。当询问人们原因时，人们解释说，萨拉无懈可击的完美演示反倒让他们很难辨识，而爱玛更具人性的演示则使他们感到温暖。虽然这个实验还不够完美（比如爱玛和萨拉不是外形一模一样的双胞胎，所以她们不同的外形条件有可能影响人们的判断），但它仍然进一步支持了这个说法，即偶尔地出一点丑反而有利于你的社交生活。

第三个也是最后一个讨人喜欢的方法，涉及人类的一个特点——喜欢闲谈。大部分人喜欢传播一些关于朋友和同事的小道消息，但这种行为对他们有利吗？内瓦克俄亥俄大学的约翰·斯克朗斯基及其同事调查了散播他人坏话的负面效果。^{15} 参与者们观看了一些演员谈论第三方（比如谈论者的朋友或熟人）的录像。一些演员对其朋友进行了负面的评价，比如“他讨厌小动物。今天他走进商店时看见这只小狗，居然把它给踢了出来。”事后，参与者需要对谈论者的性格进行评价。令人惊异的是，虽然录像上的谈论者明显批评的是别人的缺点，但参与者却把这个缺点与批评者本人联系在一起。这就是“同步特征转移”效应，这个效应显示了与人闲谈的利与弊。当你谈论另一个人时，倾听者会无意识地把你与你所谈论的性格特征联系起来，最终导致这些特征“转移”到你身上。因此，最好是讲同事和朋友的好话吧，这样你也会被视为一个好人。反过来，经常抱怨朋友和同事的缺点，人们会无意识地将这些缺点与你联系起来，并对你评价很低。

59 秒：令你讨人喜欢的方法

励志大师已经指出，只要你变得更热情、更谦虚、更慷慨，你就会变得更受欢迎。他们也许是对的。但是，除了这些，还有三种令人惊异的方法可以使你更讨人喜欢。

富兰克林效应：当人们对有所恩惠时，他们会更加喜欢你。不过，这个效应也有其局限，它只在小恩小惠的范围内管用。如果你要求别人帮大忙，很可能遭到别人的吝啬相待甚至干脆拒绝。

出丑效应：偶尔地出一下丑可以使你更讨人喜欢。但是记住，这个方法只有在你被视为过于完美时才管用。

闲谈：要知道，不论你评论别人什么样的特征，这些特征最后都会被反馈回来并视为你的特征。

第 18 节：说服：面试和社交中的影响力(10)

【心理学链接：说服小提示】

1. 个人化：1987 年，公众捐献了 700000 美元来帮助德克萨斯州一个掉进井里的婴儿。2002 年，公众捐献了 48000 美元来帮助被困在太平洋上一艘轮船上的一只狗。如今，各种各样的组织仍然在奔走呼号，为帮助每年的 1500 万人免于饥饿死亡或者 10000 个美国孩子免于车祸死亡而募集捐款。为什么呢？最近，研究者利用公众向“拯救孩子慈善机构”捐款的机会而进行了一个实验。在捐款之前，一半的参与者看了赞比亚数百万儿童忍饥挨饿的数据，而另一半参与者则阅读了一个七岁非洲女孩的凄惨故事。^{16} 结果显示，读了故事的人所捐献的金额是看了数据的人所捐金额的两倍多。这也许不可思议，但人们确实更容易被个人而不是群体的故事打动。

2.“好的，好的，好的”：1980 年代，南卫理公会大学的心理学家

丹尼尔?哈沃德进行的一项实验证明了肯定式的语言具有很好的说服效果。哈沃德安排研究者们向一些随机挑选出来的人打电话，问他们可否允许“饥饿赈济委员会”的代表拜访他们的家，并向他们出售一些饼干以募集捐款。^{17}一半的研究者都是以简短的问题作为对话开头，这些问题都是专门设计用来得到肯定回答的，比如“你今天过得好吗？”和预期的一样，大部分人的回答都表示肯定（比如“很不错”、“我很好，谢谢！”）。更重要的是，这种有预设的提问对他们是否同意委员会代表到他们家销售饼干具有戏剧性的影响。在回答了这种提问的人当中，有32%都表示接受拜访，而与之相比，在没有被问到这种问题的人当中，只有18%的人表示接受。这说明，当人们自己已经说了积极肯定的话时，他们更倾向于对你表示赞同。

3. 午餐和咖啡：在1930年代进行的一系列研究中，心理学家格里高里?拉兹兰发现，如果在人们吃饭的时候向他们介绍某个人、物品和观点，人们会更容易产生特殊的喜好。^{18}这一效应可能归功于好吃的食物使人们心情愉快，从而使他们做出更快的、更冲动的决定。^{19}最近，研究者还发现，刚刚饮用了含咖啡因饮料的人更容易被不同观点和争论所左右。^{20}简言之，事实证据表明，天下并不存在免费的午餐，也不存在不产生影响的咖啡。

4. 有节奏的语言：德国哲学家弗里德里希?尼采在其声名卓著的《同性恋科学》一书中，提出有节奏的诗歌更讨普通大众的喜欢，因为它有着神奇的内涵，代表了一种与上帝直接对话的方式。尽管这个观点没有得到全世界的认可，但最近的研究确实表明了，节奏具有惊

人的效果。心理学家马修·麦格隆和杰西卡·托凡巴赫向人们证实了有节奏的谚语比没有节奏的俗语更受欢迎。^{21} 研究者指出，这主要是因为有节奏的谚语更容易记忆、更讨人喜欢和更方便重复。这个原理经常被用来创作广告词（比如“一杯 Folgers 咖啡，一个美妙的早晨”），甚至还应用到了法庭，律师约翰尼·科克兰在为辛普森辩护时，就说了一句很有节奏的话：“手套尺寸不匹配，便请宣告他无罪。”

第 19 节：说服：面试和社交中的影响力(11)

5. 人以类聚：关于说服，科学研究指出了一个简单的事实：相

似的力量。例如，萨姆休斯顿州立大学的兰迪·冈纳寄出了一些调查表，他在信封上写的信息有所不同，即收件人与发件人有的同名而有的不同名。^{22} 因此，在同名游戏中中，叫做弗雷德·史密斯的参与者可能收到叫做弗雷德·琼斯的实验者寄来的调查表，而在不同名游戏中，叫做朱丽·格林的参与者可能收到叫做阿曼达·怀特的实验者寄来的调查表。这个简单的不同明显影响了调查表的回复率，在不同的安排中，只有 30% 的人把填好的调查表寄了回来，而在同名的安排中，却有 56% 被寄了回来。其他一些研究也证明，人们更喜欢支持和赞同与自己相似的人。在一个研究中，6000 多名美国投票者评价了他们自己的性格，以及他们如何看待约翰·凯瑞和乔治·W·布什的性格。^{23} 投票者们都同意凯瑞对新观念比布什更开放，但布什比凯瑞更显得忠诚和诚实。然而，同样的模式也出现在选票当中，那些投票给凯瑞的人相比于投票给布什的人更觉得自己思想开放，而投票给布什的人相比投票给凯瑞的人更觉得自己忠诚可靠。不论是服装、谈话、背景、年龄、宗教、政治还是吸烟喝酒的习惯、食物偏好、观点、个性或者身体语言等方面相似，人们通常都喜欢与自己相似的人，而且觉得他们比其他人更具说服力。

6. 记得提起你的宠物青蛙：当你要说服别人时，请尽量尝试点燃别人。在凯伦·奥奎和乔尔·阿诺夫进行的研究中，参与者与一个售卖者就一件艺术品的价格进行讨价还价。^{24} 在谈判快结束的时候，售卖者用两种方式中的一种进行最后的报价。在谈判的前半段时间，售卖者坚持说他们只接受 6000 美元的价格，而在后半段时间，售卖者仍坚持同样的价格，不过增添了一些小幽默，（比如“我最后的报价

是 6000 美元，不能再低了，不然我的宠物青蛙都要跳出来了”)。短短一瞬间的幽默产生了巨大的影响，参与者在听到“宠物青蛙”的时候都做出了让步。不论是对男人还是女人，这一招儿都很管用，尽管售卖者最后的出价仍然高于参与者最初的出价。看起来，时不时地穿插一些简短的幽默可以让参与者处于良好的情绪状态，从而鼓励他们做出更多的让步。因此，下次争取你想要的东西时，记得提起你的宠物青蛙。

为什么三个和尚没水吃？

1964 年 3 月 13 日，一个叫做凯蒂·杰乐韦斯的年轻女人回到她在纽约皇后区的公寓，结果遭到了意外袭击而丧命。尽管她把她的车停在离门口不到 100 英尺的地方，她仍然在回到公寓的短短路途中遭到了一个陌生人的袭击，并被刺伤多处。虽然痛苦的杰乐韦斯设法向周围人群呼救，并挣扎着朝着公寓大门走去，但不幸的是，袭击者追上了她，又连续给了她致命的几刀。

第 20 节：说服：面试和社交中的影响力(12)

3月27日，《纽约时报》的头版头条上报道了这次袭击，并谴责大量的“令人尊敬的、遵纪守法的公民”亲眼目击或者听到了袭击过程，但却没有一个人在整个过程中给警方打电话。负责侦察这一案件的警察也宣称他不能理解为什么这么多目击者当时什么都没做。这个故事迅速得到其他媒体报道，大多数记者都谴责杰乐韦斯的邻居们麻木不仁、漠不关心，并把这一案件视为美国现代社会沦丧的证据。而这个悲惨的故事引发了公众的想象力，有几部小说、电影、音乐相继出炉，甚至演变出了一部名字感人的音乐剧《凯蒂?杰乐韦斯的尖叫》。

{25}

目击者们的麻木不仁也使两位当时在纽约工作的社会心理学家备感困惑。比布?兰亭和约翰?戴雷不太相信这种集体的麻木不仁是由于缺乏同情心，他们开始调查有没有其他因素导致目击者们对案件视而不见，却没有拿起电话报警。两位研究者推断，目击者人数太多可能是一个关键因素，并对此展开了一系列的天才实验。而这些实验在以后三十多年的社会心理学教科书中成为了经典范例。{26}

在最初的研究中，兰亭和戴雷让一个学生在纽约大街上假扮癫痫病发作者，并观察有没有路过的人伸手援助。令人感兴趣的是，他们发现，目击者人数的多少对援助的可能性有很大影响。研究者们在不同的人群面前一次又一次地重复了这个实验，所有实验显示的结果都违反了我们一般的直觉：目击者的人数越多，伸手援助的可能性就越小，而且这个效果十分强烈。当只有一个过路人的时候，这个学生获得援助的几率是 85%，而当过路人达到五个的时候，学生获得援助的几率只有大约 30%。

在另一个研究中，研究者们将实验地点转换到等候大厅中。^{27}这一次，他们不是让人假扮癫痫病发作者，而是创造了一种明显紧急的情况，即让等候大厅的大门那里有浓烟冒出，好让人以为大厅内起了火。同样，在场的人数越多，按响警报的可能性就越小。人少的时候有 75% 的人报告浓烟的情况，人多的时候则只有 38% 的人报告情况。其他一些研究也得出了同样的结果，而且不论所需要的帮助是大还是小。例如，在另一个实验中，研究者安排 145 名实验参与者乘坐 1497 次电梯，每次坐电梯的时候，他们故意掉落一些硬币或者铅笔。总计有 4813 个人与他们共坐过电梯。^{28} 当电梯中只有另外一个人的时候，参与者掉落的硬币和铅笔会有 40% 的几率被别人帮忙捡起来，而当电梯中有另外六个人的时候，硬币和铅笔被帮忙捡起来的几率降到了 20%。

不论是帮忙汽车抛锚的人，还是献血、报告超市里有偷窃行为或

者打一个紧急电话，同样的情形都反复上演。看起来，目击凯蒂·杰乐韦斯被袭击的人之所以没有打电话报警，不是因为他们缺乏同情心或者自私自利，而是因为他们的人数太多。

第 21 节：说服：面试和社交中的影响力(13)

为什么在场的人数越多，帮助他人的动机就越弱呢？当面对一个非常的情况时，比如一个人的癫痫病在大街上发作了，我们必须对情况做出判断。通常，我们会有这么几种判断：也许这是真的紧急情况，

那个人是真的癫痫病发作了；也许那个人只是跌倒了；也许他只是假装发病，或者有隐藏的摄像机在拍摄，或者这只是一出闹剧。不论是哪一种可能性，我们都必须迅速地做出判断。那么我们怎么做出判断呢？一个办法就是观察我们周围的人的行为，他们是冲上前去帮忙，还是继续各行其是？他们是打电话叫救护车，还是继续跟朋友聊天？遗憾的是，由于大多数人都不愿意主动站出来，所以大家面面相觑，结果什么也没做。即使所出现的情况明显需要他人的帮助，还存在一个义务的问题。在大部分日常情况中，并不存在明白清楚的命令。你有义务去帮忙吗，还是应该走开让旁边的人（或者他旁边的人）去帮忙？由于每个人都这样想，结果就导致没有一个人挺身而出、伸手相助。

但以上的情形在只有你一个人在场的时候就不一样了。突然间，你担负起了所有的义务，你会不由自主地想，如果那个跌倒在大街上的人真的需要帮助怎么办？如果大厅真的起火了怎么办？如果电梯里的人真的需要那支掉落在地上的铅笔怎么办？你真的打算把脸扭到一边、冷漠地走开吗？在这样的情况下，大部分人都会努力发现究竟出了什么问题，并在必要的时候予以援助。

兰亭和戴雷开创性的研究（亦即著名的“旁观者效应”）是由 38 名亲眼看见或者亲耳听到凯蒂被袭击却什么也没做的行为所引发的。有趣的是，最近的一个研究表明，最初报道这一事件的媒体可能夸大了所谓的群体性麻木不仁，因为一个律师声称他们只能找到大约六个合格的证人，而他们中没有一个说自己亲眼看到了凯蒂被刺伤，并且

至少有一个证人说事件正在发生时，他就给警方打了电话。^{29} 然而，不论凯蒂被袭击那天晚上周围人的反应是什么，研究者们在媒体报道这一事件后开展的一系列研究，已经帮助我们深刻地洞悉了为什么在你需要帮助的时候，有一大群旁观者并不能保证你获得帮助。

59秒：有效获得帮助的方法

旁观者效应所传递的信息是非常清楚明白的——当出现紧急情况需要援助的时候，在场旁观的人越多，有人伸手相助的可能性就越小。

那么，当你不幸在熙熙攘攘的大街上陷入需要有人帮助的困境时，你该怎么办呢？根据劝说专家罗伯特·希迪尼的观点，最好的办法就是在人群中挑选一个面善的人，清楚地告诉他发生了什么，以及需要他做什么。比如，你可以告诉他你可能是心脏病犯了，需要他帮你叫一辆救护车，或者你有糖尿病，现在急需吃一块糖。简言之，与其将伸手援助的义务扩散至整个人群，不如将其从不特定的人群转移到某个特定的人身上。

第 22 节：说服：面试和社交中的影响力(14)

对这一点的理解还可以帮助你在其他情况下说服他人。例如，当你通过 email 来求助的时候，不要把你的求助信息散发给整个群体，当人们看到邮件是发给很多人的时候，援助义务就被扩散了，于是，每个人都会想这是别人的义务。^{30} 因此，为了提高获得帮助的几率，你应该把邮件分别发送给每一个人。

【心理学链接：每个便士都有帮助】

有可能通过创造一个完美的“捐款箱”来提高捐款数额吗？为了找出答案，我和四家波德斯连锁书店合作，进行了一项长达一星期的秘密实验。参加实验的书店的规模都很适中，并且都建议把钱捐给全国扫盲基金会。每家书店分别在捐款箱上写出心理学家设计好的四句标语之一：“请慷慨捐赠吧”、“每个便士都有帮助”、“每一美元都有

帮助”以及“你可以改变世界”，他们把捐款箱放在任意选择的地方，并监督每个捐款箱里收集到的钱。

不同的标语对捐款数额有影响吗？的确有。实验最后，四个捐款箱筹集到的金额有很大不同。“每个便士都有帮助”筹集到的钱最多，占所有捐款总额的 62%，“每一美元都有帮助”则比较差，只占捐款总额的 17%。为什么标语中这么一点小小的变化却能带来如此巨大的差别？亚利桑那州立大学的心理学家罗伯特·希迪尼的研究指出，{31} 很多人都觉得如果只把一点点钱投进捐款箱，会使他们显得很小气，于是干脆就一点也不捐。而“每个便士都有帮助”这句话却使他们捐一点金额的善举合理化，并起到了很大的鼓励作用。与之相比，“每一美元都有帮助”则起了反效果，捐款低于一美元的人会觉得自己的捐款毫无价值，结果就一点也不捐。

在另一部分实验中，我们变换了捐款箱的颜色，发现红色是最有效的，这也许是因为红色制造了一种紧急情况的感觉。因此，实验结果表明，只要把捐款箱漆成红色的，并在上面写着“每个便士都有帮助”，就可以发挥原来的 200%的功效。

不再弄丢你的钱包

几个星期以前，我弄丢了我的钱包。我惊慌失措，接着平静了下来，然后仔细地沿着自己走过的路找寻，结果没找到，于是，我又陷入恐慌，然后又平静了下来，最后开始挂失我的信用卡。遗憾的是，

我再也没见到我的钱包，但反过来想，我现在拥有了一个比旧钱包更漂亮的钱包，我非常希望自己再也不要把它弄丢，于是，我开始想应该在新钱包里放些什么东西，以提高它在丢失以后被送还的几率呢？

事实表明，我并不是第一个思考如何鼓励别人归还钱包的人。在 1960 年代末期和 1970 年代早期，研究者们对几个心理学实验非常感兴趣，在这几个实验中，研究者们故意在繁华的大街上遗失钱包，然后监测钱包被归还的几率。其中，研究成果最丰富的要算哥伦比亚大学的哈维·霍斯坦因。

第 23 节：说服：面试和社交中的影响力(15)

霍斯坦因花了好几年时间系统地研究了影响钱包归还率的因素。在一次研究中，霍斯坦因想了解：如果归还钱包的行为能够激发人们积极的而不是消极的感觉，这是否会让人们更乐于归还钱包。^{39} 和霍斯坦因的其他许多实验一样，这一实验制造了一种假象，就是让捡到钱包的人以为这个钱包不是第一次被弄丢了，而是第二次被弄丢了。这个假象就是：钱包的主人把钱包弄丢了，有人捡到了它，贴上一张便条后将它放进一个信封里，准备寄还给钱包主人；然而，在去邮局的路上，这个捡到钱包的好心人不小心把信封弄丢了，结果导致钱包第二次遗失。对此毫不知情的实验参与者捡到了这个还没有封口的信封，发现了里面装着的钱包以及贴在上面的便条，然后要决定是否将信封寄还给原主人。在贴在钱包上的便条中，其中一半都写着积极的语言，比如“……能帮助你很高兴……这根本没有给我带来什么麻烦”，而另一半便条上则写着消极的语言，比如“……我还得费力把钱包寄回给你，希望你明白这给我造成的麻烦”。结果，不同的语言表达给人们的行为带来了完全不同的影响——贴有积极便条的钱包大约有 40% 被归还，而贴有消极便条的钱包只有 12% 被归还。

尽管霍斯坦因的发现非常有趣，但我自己没法永远在自己的钱包上贴着一张读起来令人愉悦的便条。可惜，很多关于丢失钱包的心理学研究都有这个毛病：研究结果在理论上是可行的，但就是不太实用。那么，应该在钱包里放些什么才最有用呢？为此，我向很多朋友咨询

了意见，并得到了各种各样的回答，比如他们建议在钱包里放一张照片，照片上可以是一个婴儿、一只宠物狗或者其他表明钱包主人是一个好人的东西。为了确认哪一条建议最有效，我花时间进行了一项霍斯坦因后续研究。

我买了 240 个钱包，在所有钱包里我都放进同样的日常用品，包括购物彩券、优惠购物券、假的名片等等。接着，我选取了四张照片，每 40 个钱包里放同一张照片，这些照片的内容分别是一个微笑的婴儿、一只可爱的宠物狗、一个快乐的家庭和一对恩爱的老夫妻。另外 40 个钱包则装进一张卡片，卡片上注明钱包主人最近刚刚给慈善机构捐了款，最后 40 个钱包则作为对照组，什么额外的东西也没装。以上的照片、卡片都装在钱包里很显眼的塑料膜后面，一打开钱包就能看见。所有这些钱包都在几个星期内被悄悄地扔在人来人往的大街上，当然被扔的地点离邮箱有一定距离，也远离了垃圾箱、呕吐物和狗的粪便。

在一周之内，52%的钱包都得以归还，并呈现出清晰的分布。在归还的钱包中，只有 6%来自对照组，8%是装着卡片的钱包，分别装着一对老夫妇照片、一只宠物狗照片、一个快乐家庭照片的钱包被归还得较多，其所占比例分别为 11%、19% 和 21%。而被归还得最多的是装着微笑婴儿照片的钱包，其所占比例为 35%。

为什么婴儿的照片起了这么大的作用？答案深深地隐藏在我们的进化史当中。牛津大学的大脑扫描科学家们最近发现，当人们观看

婴儿脸照片或成人脸照片时，其大脑内部会产生不一样的活动。^{40}尽管所有这些照片都照得很迷人，但是在看到照片上婴儿的脸时，位于双眼背后的大脑区域（通常称为“前额脑区”）在七分之一秒内就开始了活动，而在看到成人的脸时却没有活动。这个反应发生得非常快，以至于没法有意识地加以控制，而这个产生活动的大脑区域正与人们接受美好事物（比如得到一块巧克力或者中彩票）时的活动区域一致。很多科学家认为这个“哇，婴儿”反应已经历经了数千年的进化，它使人喜欢因而愿意帮助弱小稚嫩的婴儿，从而保证了人类的世代生存和繁衍。其他一些研究表明，这种关心的态度不仅使人想帮助婴儿，而且想帮助任何需要帮助的人。由此看来，那些捡到钱包的人一打开钱包看见一张婴儿的照片，就会情不自禁地在前额脑区产生反应，于是，在短短数秒内，人类几千年来进化机制被启动了，并使他们变得更快乐、更关心他人，从而提高了返还钱包的几率。

不论给出什么样的解释，我们可以看到一条清晰的信息，那就是：如果你想提高钱包在遗失后被归还的几率，那就找一张最可爱的、笑得最灿烂的婴儿照片，并把它放在钱包里最显眼的位置。

第 24 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(1)

魅 力

恋爱和约会中的吸引力

→ 为什么你不该欲擒故纵？

→ 最有效的搭讪技巧——轻轻碰触异性的手臂

→ 在过山车上约会的秘密

→ 和男人聊一聊比萨饼配料

想象有人递给你一筒饼干，里面一共有十块饼干，他请你拿一块尝尝味道怎么样。现在，想象你要做同样的事，但这次别人递给你的饼干筒里只有两块饼干。你可能会想，不管有多少块，饼干的味道对你来说都是一样的。这听起来有些道理，但事实并非如此。希罗岛夏威夷大学的心理学家斯蒂芬·伍切尔研究发现，人们普遍觉得，从一个几乎快空了的饼干筒里拿出的饼干，其味道明显比从满满的饼干筒里拿出的饼干要好得多。^①

为什么会出现这种情形呢？我们对一件东西渴望和珍惜的程度，部分取决于获取它的容易程度。装得满满的饼干筒暗示着饼干数量非常充足，而几乎快空了的饼干筒则暗示着饼干是稀缺品，因而人们更想要它。在伍切尔的实验中，这个简单的想法无形中影响了实验参与者对饼干是否容易获得的感知，以及对饼干味道的判断。

同样的效应也解释了为什么收藏者愿意花数百万美元购买限量版的收藏品，为什么人们对遭到禁止的书籍或电影备感兴趣，以及为什么零售商可以很容易将存量不多的商品销售一空。那么，人们谈恋爱约会也适用这条法则吗？

第 25 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(2)

这个问题曾经吸引了世界上一些最伟大的头脑来思考。古希腊哲学家苏格拉底在给妓女希罗多塔就如何吸引男人支招儿的时候，就清楚地提到了“欲擒故纵”策略，他说道：

“……要等到他们来求你的时候，你才能给他们想要的，这样他们才会心生感激和欣喜。你看，即使是最甜的食物，如果在人们想要吃酸的或者已经吃饱了的时候供给，也会令人作呕。但当人们极度饥饿的时候，即使是最难吃的食物，他们也会甘之如饴。”②

几百年后，伟大的罗马诗人奥维德也赞同地写道：

“傻瓜。如果你觉得没有必要为了你的女人而保卫她，那就为了我而保卫她吧——这样我才会更加渴望她。呼之则来、挥之即去的东

西没人想要，严遭禁止的东西反而令人向往……凡是喜欢上已经给丈夫戴了绿帽子的女人的人，我敢打赌，他准会从沙滩上偷一桶沙。”③

苏格拉底和奥维德的至理名言得到了现代众多专谈恋爱秘诀的畅销书的共鸣。这些书一次又一次地建议人们装酷，要把内心汹涌澎湃的感情掩饰起来。那么，这种欲擒故纵真的有效吗？

为了查明真相，夏威夷大学的伊莲·哈特菲尔德和她的同事进行了一系列奇妙而且古怪的实验。④ 在第一个实验中，他们向学生展示了些夫妇的照片和简介，然后请学生们对每对夫妇的吸引力做出评价。这些夫妇的简介都经过精心设计，学生们可以从中了解到有些夫妇是约会了几次之后就坠入爱河（“容易得到”型），而有些夫妇则花了更长的时间才坠入爱河（“很难到手”型）。令研究者意想不到的是，学生们对那些宣称在头几次约会中就爱上对方的夫妇给予了非常高的评价。为什么会这样呢？充满疑惑的研究者们进行了第二个更为现实的实验。

这一次，研究团队请了一群在约会公司工作的女人来帮忙。每当有男人打电话给她们要求约会时，她们都要以两种方式之一来回答。有一半的电话她们要马上答应（“容易得到”型），另一半的电话则要在答应之前停顿3秒钟（“很难到手”型）。打完电话之后，所有打电话的男人都会被告知他们已经参加了一次实验（“她在装腔作势”），并被要求对他们的约会做出评价。再一次，研究团队发现，装腔作势丝毫没有影响男人们对约会的评价。对此，研究团队有些怀疑停顿3

秒种是不是显得太暧昧，所以才没有取得预期的实验结果。于是，他们决定让区别更明显一些，因而进行了第三次实验。这次实验中，约会公司的女人们对要求约会的电话要么立即答应（“容易得到”型），要么停顿一下，先解释说她们已经有很多约会了，然后勉为其难地提出只可以出去喝一杯咖啡（“很难到手”型）。然而，这一次的实验……竟然完全没有显示出任何结果。

第 26 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(3)

为了彻底解答这个谜团，哈特菲尔德和研究团队询问了一组男

人，问他们更愿意与热切想建立关系的女人约会，还是更愿意与喜欢吊男人胃口的女人约会。大部分人都回答说两种女人各有利弊。根据他们的观点，轻而易举就得到的女人令人放松，相处起来也比较有趣，但在公共场合很容易引起尴尬。与之相比，很难到手的女人则能满足男人的征服欲，但她们通常不够友善，对你冷淡，甚至还会在你的朋友面前羞辱你。于是，研究者们推断，最好的策略也许是给潜在的约会对象这么一种印象：一般而言，你是很难到手的（因而是值得追求的稀缺品），但是你对他或她却有真正的热情。为此，他们使用了同样的一些技巧进行了测试，结果发现了足以支持这个推断的压倒性证据。

然而，吸引异性并不是只要给对方“我很挑剔，但是我选择了你”的印象就可以了，事实上，关于约会的心理学研究已经发现了一些立竿见影的简单方法来促使你和对方相互吸引。你所需要做的只是：一个简单的触碰、在主题公园里玩一个下午、自信地询问对方最喜欢的比萨饼配料是什么。

触碰的力量

法国心理学家尼古拉斯·桂桂恩用尽一生来研究日常生活当中一些不同寻常的方面，而他对乳房的突破性研究恐怕是最不同寻常的了。多年以来，心理学家们一直着迷于女人的胸部对男人的大脑所产生的影响，并进行了一系列实验，结果证明大胸脯女人能够更强烈地吸引男人。这个研究结果虽然惊人，但有一个明显的缺陷，那就是大

部分的研究都是在实验室的人为环境下进行的，比如给男人展示具有各种尺寸胸脯的女人的照片，请他们从中挑选出最让自己动心的一张照片。然而，不论何时在学术会议上提出这项研究结果，其他科学家都会一而再再而三地提出同一个问题：“是的，这个结果很不错。但是男人在现实生活中真的更喜欢大胸脯女人吗？”

桂桂恩决定进行两个实验，在更现实的环境下考察女人胸脯尺寸和男人行为之间的关系。他的论文《女人的胸脯尺寸和男人的求爱诱惑》描述了其中一个实验。在实验中，一位年轻女性有系统地变换她的胸围尺寸，并以此测试她在夜总会里受到男人接近的不同次数。^⑥这位女性（根据实验报告，她是特意挑选出来的，因为她的胸罩是 A 罩杯，而男学生们一致评价她的身材属于平均水平）按照实验要求坐在夜总会里一个小时，并且用热切的眼神望着舞池。与此同时，隐蔽在一旁的研究者则仔细地计算男人邀请她共舞的次数。在为期 12 周的实验中，实验者通过往胸罩里填充乳胶的方法把这个女人的胸部依次变成 B 罩杯和 C 罩杯。实验结果和预期的一样戏剧化，在没有填充乳胶的情况下，这个女人整个晚上只受到了男人们 13 次邀请，当她的胸部变成 B 罩杯的时候，受到了 19 次邀请，变成 C 罩杯的时候，竟然受到了 44 次邀请！

第 27 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(4)

当然，人们也可以指出研究者们是在按照自己的偏好引导实验，毕竟大多数去夜总会的男人都是为了结识女人，并且会在接近女人之前花时间观察和挑选女人。那么，如果这些因素都被去掉了，如果整个环境不像夜总会那样弥漫着性感的气氛，如果男人不能先仔细观察女人而必须在几秒之内做出决定，情况又会怎样呢？为了找出答案，桂桂恩进行了另一项实验：《胸脯尺寸和搭便车：一项田野调查》。⑦

这一次，年轻女性按照实验要求站在一条繁忙的道路旁，并向过往车辆做出要求搭车的手势。与此同时，两个研究者坐在马路对面的一辆汽车里，秘密地计算过往的男性或女性司机人数，以及有多少辆汽车停下来让女人搭车。100 辆汽车驶过去以后，这个女人就通过填充或移动乳胶的方式改变自己胸脯的尺寸，实验结果发现，开车过去的 426 位女性司机并不受到这个女人胸脯尺寸的影响，不论这个女人

是 A 罩杯、B 罩杯还是 C 罩杯，女性司机停下来让她搭车的平均几率都是 9%。与之形成鲜明对比的是，开车过去的 774 名男性司机表现出了完全不同的行为。当这个女人是 A 罩杯的时候，有 15% 的汽车停下来让她搭车，而当这个女人是 B 罩杯的时候，这一比例提高为 18%，C 罩杯的时候，这一比例升至 24%。由此，研究者们得出结论：对男性的大脑而言，胸脯尺寸是非常突出的，即使男性不处在性感的环境中也是如此。

桂桂恩研究的另一个方面则是考察触碰的力量。^⑧ 大量的研究表明，触碰别人的上臂一两秒钟可以对他们帮助你的意愿产生惊人的影响。在一个实验中，研究者们在大街上接近人们，并请他们给自己一角硬币。结果发现，在对方上臂的一次简短的触碰可以使得到钱的机会增加 20%。相似的研究也表明，同样微妙的触碰可以使人们更乐意同意请求、给小费、参加超市的产品品尝活动（因而更可能购买产品）、在酒吧里喝得更多、多参加慈善活动，等等。那么，触碰上臂也可以提高求爱成功的几率吗？

为了找出答案，桂桂恩安排了一个 20 岁的男人在为期三周的实验中相继在夜总会里面接触 120 位女人。这些接触都经过了巧妙的安排，每次接触都是这样开始的：当舞池里奏起了悠扬的音乐时，这个男人就走到女人面前说“你好！我叫安东尼，你愿意和我共舞一曲吗？”在一半的邀请中，男人会一边发出邀请，一边伸出手臂轻轻而短暂地碰触对方的上臂。在另一半的邀请中，男人则不伸出自己的手臂。如果女人拒绝了，这个男人就会说“真遗憾，也许下次？”，然后

走到两三米远的地方向另一个女人发出邀请。如果女人接受了，男人就会解释说她刚才其实已经参加了一个实验，并递给她一张写明实验内容的纸。谁说罗曼蒂克已经不复存在了呢？

第 28 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(5)

在桂桂恩进行的第二个实验中，三名男性研究者在大街上接近女人，并向她们索要电话号码。显然，这三名研究者必须长相英俊，因为正如实验报告所描述的，“测试之前的评估显示，你很难在大街上

要到女人的电话号码。”（老实说，这是科学实验的一部分）。三个男人一共接近了 240 位女性，在接近她们的时候，他们要恭维这些女人很漂亮，提议稍后找时间一起喝一杯，然后向她们索要电话号码以便联系。和以前一样，在一半的时间里，男人在跟女人套近乎的时候要轻轻地触碰一下对方的上臂，然后等十秒钟，微笑地看着对方，如果对方拒绝了，那么就让她继续赶路，如果对方答应了，那么研究者就会解释说整件事情是一个实验，并递给她一张写明实验内容的纸，并说出最后一句话：“谢谢您的参与，很抱歉占用了您的时间，也许我们还会有机会见面，再见！”

两个实验得出的结果令人印象深刻。在夜总会里，在没有触碰对方上臂的情况下，女人接受跳舞邀请的比例是 43%，而在触碰对方上臂的情况下，这一比例升至 65%。在大街上，没有被触碰上臂的女人愿意给电话号码的只有 10%，而被触碰上臂的女人愿意给电话号码的则为 20%。在两个实验里，一个短暂的身体触碰戏剧化地提升了成功的几率。

为什么在调情的时候，小小的触碰能产生这么大的魔力呢？很多心理学家认为答案与性和地位有关。大量的研究支持了一个并不惊人的事实：大部分女人觉得地位高的男人比地位低的男人更有吸引力。从进化的角度来说，地位高的男人是比较理想的配偶，因为他们更有能力提供夫妻双方及后代的生活所需。但是，女人如何在刚见面的短短数秒钟内判断一个陌生男人的地位呢？

部分答案就在于触碰。有足够的证据表明，轻微的触碰被认为是指达地位较高的信号。^⑨ 例如，请人们看一个人触碰另一个人的照片，人们普遍都认为“触碰者”比“被触碰者”更居于支配地位。而在现实生活中的确存在男上司触碰女下属上臂的现象。这个触碰并没有得到大部分女人有意识的在意，但却无意识地提高了她们对触碰者的评价。

女人经常指责男人肤浅、太容易被一双大胸脯击倒，桂桂恩的实验也证明了男人的确如此。然而，他对女性诱惑的心理学研究也表明了，女人的浪漫决定同样受到身体因素的诱惑，只要男人向她们传递信号表示自己地位较高。也许真正的事实是，不论男女，我们的内心深处多多少少都有些肤浅，尽管我们不愿意承认这一点。

59 秒：把握触碰的力量

如果你想让对方帮助你，试一试最简单的方法，那就是触碰对方的上臂。只要触碰的时间非常短暂，而且仅限于对上臂的触碰，并在触碰的同时还伴随着你对对方的赞美或请求，对方就会因此增进对你的好感。但是，一定要把握分寸，因为这很容易引起误解。触碰是一个强烈的社交信号，一旦触碰的位置发生了哪怕只有几英寸的偏差，被触碰的人都会叫来警察，而不是请你喝咖啡。

第 29 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(6)

【心理学链接：评估你的恋爱风格】

三十多年的心靈學研究已經揭示出，大部分人的戀愛都可以归纳为几种不同的风格，这些风格将贯穿人的一生，并对每个人决定自己的婚姻关系发挥着关键的影响。一些研究者相信，这些风格取决于人们在孩提时代与主要照顾者之间形成的关系，^⑩ 但其他一些研究者则认为取决于大脑的功能。^{11} 无论怎样，以下的问卷调查可以帮助你了解自己的恋爱风格。^{12}

花几分钟时间看看下面九个陈述，分别给每个陈述打分，以表明它们在多大程度上对你进行了准确的描述。一些陈述涉及特定的婚姻关系，一些陈述涉及一般的信仰。可能的话，请在脑海中想像你和你的伴侣正在一起回答问题，如果你现在没有伴侣，那么就想着前一任伴侣。如果你以前没有过伴侣，那么请根据你真实的所感所想来回答。每个陈述都不要花太多时间思考，请诚实地回答。

对每个陈述进行评分，评分标准从 1 分（“完全不同意”）到 5 分（“完全同意”）。

1. 我在初次见到伴侣的头几分钟内就被他

(她) 吸引了。 1 2 3 4 5

2. 该找对象的时候，我发现很多人都不错，

而我的伴侣正符合我的理想标准。 1 2 3 4 5

3. 我的伴侣和我都觉得彼此适合。 1 2 3 4 5

4. 我认为从友谊发展出来的爱情是非常宝贵的。 1 2 3 4 5

5. 我说不清自己是什么时候坠入爱河的，当时

好像花了很长一段时间。1 2 3 4 5

6. 爱情并没有什么神秘可言，它只不过就是

关心和友谊的极度形式。1 2 3 4 5

7. 要是我的伴侣知道了我做的一些事，一定会

不高兴的。1 2 3 4 5

8. 我喜欢脚踏几只船这个想法。1 2 3 4 5

9. 我很容易从失败的爱情中走出来。1 2 3 4 5

打分：以上的表格衡量了三种主要的恋爱风格，其基本的概念都是最初由著名的希腊哲学家柏拉图提出来的，这三种类型通常被心理学界称为爱洛斯（Eros，希腊语，意思是“渴望”），路德斯（Ludus，意思是“玩游戏”），斯多吉（Storge，意思是“友爱”）。为了知道你在每一种风格中得了多少分，请按照下面的分类方式计分：

陈述 1、2、3=爱洛斯

陈述 4、5、6=路德斯

陈述 7、8、9=斯多吉

以上得分最高的一组就显示了你主要的恋爱风格。

爱洛斯：这类恋爱者对伴侣的身体条件和性格特征有非常强烈的主观。当他们遇到一个中意的对象时，经常会在看到对方的第一眼就爱上对方，并很快与对方建立亲密的情感关系。这种关系可能持续好几年，但常常因为对方随着时间的流逝产生改变、变得不再符合他们的标准而动摇。当这种情况发生时，充满激情的爱洛斯恋爱者就会再次开始寻觅他们完美的灵魂伴侣。由于性格外向、热衷付出，热情的爱洛斯恋爱者在他们的关系中感觉安全，并愿意与其他人在情感上相互靠近。他们很容易在关系建立的最初阶段被冲昏头脑，但由于对爱的热诚，他们不会做背叛爱情的事情。

第 30 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(7)

路德斯：这类恋爱者在头脑中并没有理想的标准，但喜欢在爱河中纵情游戏。他们喜欢新鲜刺激，不喜欢承诺和被承诺，而且能够很快从一个短期的关系转换到另一个短期的关系。一句话，他们“见一个爱一个”，是喜欢追逐的浪子，忠贞守诺与他们无缘。相比于大多数人，他们比较神经质，自我意识也比较强，因而对其他人的情感缺乏同情。他们喜欢冒险，但时常忧心忡忡地担心自己哪一天被遭到抛弃的伴侣缠住不放，因此，为了避免这种情况，他们总是尽量避免跟任何人走得太近。

斯多吉：这类恋爱者把信任看得比肉欲还要重要。他们并不预先在头脑中勾勒理想对象，而是慢慢地广泛发展朋友关系，以期有一天友谊转变成相互的爱和承诺。一旦给出承诺，他们就会忠贞不渝，而且终生只可能形成一两次长期的罗曼蒂克关系。由于具有高度的利他心和对他人的信任感，所以他们往往是在大家庭中长大的，而且对依赖他人的支持感到很惬意。

闪电约会的科学

闪电约会并不复杂。在一个夜晚，你走马灯似地和一系列陌生人见面。每次见面都只有几分钟，而在这短短几分钟内，你得决定自己是否还想再次看到对方。这是一位美国犹太学者在 1990 年代后期发明的帮助犹太单身者找到伴侣的方法，这个方法迅速风靡全国，成了寻找另一半的最受欢迎的方法之一。但是，在三分钟或不到三分钟内给对方留下深刻印象的最好办法是什么呢？是不是含蓄地提到你有法拉利？或者将你灵魂最好的一面展示出来？根据最新的对吸引力奥秘的研究，秘诀只不过在于比萨饼配料、模仿、避免广泛下注和保持谦逊。

几年前，我和年轻的研究者詹姆斯·豪兰、卡罗琳·瓦特组成团队，研究了在约会聊天时的最佳话语。^{13} 我们招募了 50 名单身男子和 50 名单身女子，随机地将他们进行配对，并请每一对都花三分钟时间聊天。接着，我们请每个人都快速地记录下自己用了哪些话来给对方留下印象，并给聊天对象的魅力度评分，然后再和另一个人聊天。为了发现最好的聊天语言，我们将那些使双方相谈甚欢、彼此还想再次见面的对话和话不投机、不想再次见面的对话进行了对比。

那些无法通过聊天敲定下次约会的人，一般都说些老套的话，比如“你经常到这儿来吗？”，或者努力用一些评论想给对方留下印象，比如“我获得了计算机领域的博士学位。”而长袖善舞的谈话者一般用饶有趣味、不落俗套的方式鼓励谈话对象谈论自己，被评为最有魅力的男人说的话是：“如果你参加一次成功的演出，你想扮演谁？”而被评为最有魅力的女人说的话是：“如果你是一种比萨饼配料，你愿意

当哪一种？”这些话语之所以获得了成功，是因为在旨在促成约会的场合中，人们往往都觉得自己像是在过土拨鼠节，不得不一遍又一遍地重复着老套的对话，而如果能让人们敞开心扉，以创造性的、有趣的和不同寻常的方式谈论自己，就会明显提高亲密感和魅力指数。

第 31 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(8)

此外，还有一个“见样学样”的效应。研究表明，我们都有一种无意识的模仿别人的倾向。在没有意识到的情况下，我们常常模仿对方的面部表情、姿势动作和讲话风格。大部分心理学家认为这种模仿有

助于使人们的所想所感倾向一致，从而增进交流，但是同时，对方在多大程度上模仿我们的行为也会惊人地影响着我们对对方的感觉。

荷兰内梅亨大学的心理学家雷克·凡·巴伦及其同事进行了一项简单而杰出的实验，从而准确地刻画了这一效应。^{14} 研究团队出其不意地拜访了一家小餐馆，并请求一位女招待帮助他们。在把顾客领到餐桌旁坐下以后，这位女招待按照实验要求以两种方式之一记录下顾客的点菜。在一半时间里，她要礼貌地倾听，并积极地说一些“好的”、“马上就来”之类的话。在另一半时间里，她要重复说出顾客所点的菜。实验结果表明，重复说出顾客所点的菜导致顾客在吃完饭以后留下的小费明显提高。听到自己点菜的要求得到重复的顾客比只是得到“礼貌和积极”对待的顾客留下的小费多 70%。

这个研究团队进行的另一个实验也表明，模仿行为还影响了我们对别人魅力指数的评分。^{15} 在这个实验中，一个实验者扮成市场调研员，在大街上拦住一些过路人，询问他们是否能帮忙参加一项调查。在一半的时间里，实验者在路人回答问题时很自然地模仿了他们的姿势和手势，在另一半时间里，他则表现正常。经过稍后的询问发现，被模仿了姿势和手势但却没有意识到的那组路人明显觉得自己与实验者的关系更为亲密。这里传达的信息就是：要博得别人的好感或赞同，你可以模仿他们的动作。他们身体前倾，你也身体前倾，他们把腿架起来，你也把腿架起来，他们把手放在哪个位置，你也把手放在哪个位置。在他们没有意识到的情况下，这些虽小但是很重要的动作会迅速拉近你和对方的距离。

那么，成功的约会只要提出关于比萨饼配料的问题和模仿就可以了吗？不，其他研究证明，还有一个挑选的因素。

几年前，西北大学的保罗·伊斯特维克及其同事进行了一系列约会实验，参与者多达 150 多名学生。^{16} 每次约会之后，学生们都要评分说明自己觉得对方有多少吸引力。结果发现，那些认为很多人都不错的人往往在别人的评价中显得最没有吸引力。你也许猜想，之所以会有这个结果，恐怕是因为这些人其貌不扬，因而想通过讨好每一个人来获得更多的约会机会。但首先，这个说法过于武断，其次从实验数据来看，这个说法完全不符合事实。研究者们请来了一组人给每个实验参与者的魅力评分，并分别检查了吸引人和不吸引人的参与者成功约会的数据。结果发现，“如果你想和很多人见面，那我不想再和你见面”的模式在两组情况中都有出现，这就证明刚才的实验结果与参与者是否其貌不扬或绝望无关。实际上，他们像玩点差交易那样广泛下注的行为才是导致四处吃闭门羹的原因所在。一般而言，喜欢很多人通常会促使很多人也喜欢你。然而在更具浪漫意义的会面中，每个人都希望自己是特别的，而研究表明，他们也很善于察觉那些出来到处下注、和无数人约会的人。

第 32 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(9)

最后，警告男人们一句话：小心不要掉进“好得难以置信”的陷阱。

中央兰开夏大学的心理学家西蒙?楚及其同事请一组女人看 60 个男人的照片和简介，并把他们作为可能的长期伴侣进行魅力指数评分。{17} 研究者们系统地变换照片上男人的职业，有意地使职业分布为地位高（比如公司主管）、地位中等（比如导游）和地位低下（比如招待）三类。总体说来，长相英俊的男人的魅力指数评分最高，地位较高的男人也比薪水较低的男人更受欢迎。这些都毫不奇怪，但实验最重要的发现是：相貌英俊、地位又高的男人竟然被普遍评价为不太吸引人的长期伴侣。楚及其同事认为，女人之所以回避这一类型的

男人，是因为他们对大多数女人来说太具诱惑力了，因而尤其容易出轨。因此，这一发现表明，在进行闪电约会时，如果你是一个长相好看、工作如意、拥有巨额存款、生活优越的男人，那么为了能找到一位如意贤妻，最好是先将你的一些优势隐瞒起来。

59 秒：成功约会的技巧

在闪电约会中，你只有几分钟时间来给对方留下深刻印象。因此，为了充分利用这个时间，你最好想出一些话语，使对方能以创造性的、有趣的和不同寻常的方式谈论自己。或模仿对方的坐姿、手势、谈话方式和面部表情。还要避免像点差交易那样广泛下注的行为。与其幻想通过“好的，我还想再见到你”来增加得到约会的次数，不如专注于一两个有感觉的对象。

最后，西蒙?楚的研究还给出了特别建议，那就是如果你是一个相貌英俊的成功男士，那就谨防掉进“好得难以置信”的陷阱，这并不是说成功男士应表现出一两个缺点，而是说他们最好把自己的成功说得谦逊、低调一些。当然，对每个人来说，这个理论也为屡战屡败的情况提供了安慰剂——如果在一系列的闪电约会中你屡遭拒绝，那么你要相信，这一定是由于你太有魅力、太成功，“好得难以置信”的缘故。

【心理学链接：性感和运动】

当男人们力图打动女人的时候，通常把自己表现得温柔体贴、乐于助人。然而，研究表明，男人们这么做可能完全错了。^{18} 当女人们被要求列举出她们最希望自己的朋友、短期伴侣和长期伴侣具备哪些特征时，温柔体贴确实是一个很重要的特征。但是，这个特征每一次都被排在勇敢这一特征之后。实际上，就恋爱而言，女人最看重的性格特征依次是勇敢、敢于冒险和善良体贴。因此，要博得女人的芳心，男人与其滔滔不绝地标榜自己做了哪些慈善工作，还不如吹嘘一下自己如何喜欢冲浪、如何勇于维护自己认为正确的东西，以及不论发生什么都听从自己内心的感受，等等。

第 33 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(10)

我和萨姆·默菲在网上进行过一项调查，旨在考察运动和魅力之间的关系，结果也发现了类似的勇敢效应。玩橄榄球或者爬山的女人给男人留下更深刻的印象吗？女人为健美者或者瑜伽锻炼者而着迷吗？

6000 多人报告了他们认为什么样的运动会使异性更有魅力。调查结果显示，57%的女人认为爬山很有吸引力，因而从女性的角度而言，爬山成为最性感的一项运动。继爬山之后，被认为比较性感的运动依次是极限运动（56%）、橄榄球（52%）和远足（51%），最后两名则是高尔夫（13%）和有氧运动（9%）。

与之相比，男人更着迷于做有氧运动的女人（70%），其次是瑜伽（65%）、体操（64%），最后几名则是高尔夫（18%）、橄榄球（6%）和健美（5%）。

怎样营造出完美的第一次约会

1975 年，议员威廉姆·帕拉克斯迈尔创造了“金羊毛”奖，以“表彰”（从议员的角度来看）美国政府将纳税人的钱浪费到了琐碎事务上的行为。帕拉克斯迈尔将他的第一个奖颁给了国家科学基金会，因为该会支持了一项关于人们为什么会恋爱的研究，对此，他说道：“我相信两亿美国人想让生活保留一些神秘的东西，其中首当其冲的就是我们不想知道为什么一个男人会爱上一个女人，或者一个女人为什么会

爱上一个男人。”幸运的是，他的观点没有得到学术界的广泛赞同，多年以来，心理学家们已经研究了有关爱和吸引力的很多方面，其中最令人感兴趣的一项研究调查了隐藏在所有重要会面背后的心理学。

第一次约会常常需要一些技巧。比如，哪里是浪漫会面的最佳场所？你应该说些什么？你应该一开始就表现得热情洋溢，还是应该装腔作势、故弄玄虚？不要担心，我们可以为你提供帮助。在过去的三十年里，研究者们已经解决了这些问题，并发现了几个简便易行、立竿见影的技巧，这些技巧是专门用来帮助爱神丘比特之箭射中目标的。

让我们先考虑一下在哪里邂逅未来伴侣的问题。你可能认为一家安静的餐厅或者乡间漫步都是不错的选择。然而，根据心理学家唐纳德·杜顿和阿瑟·艾伦的研究，{19} 这些老套的选择可能都没有击中要点。在他们的研究之前，有几项实验已经确认了诗人们一直怀疑的事情：当人们发现某个人很吸引他们时，他们的心跳就会加快。杜顿和艾伦认为反过来也应该一样，换句话说就是，心跳加快的人更可能发现某个人很吸引他们。

为了证实他们的想法，他们选择了英属哥伦比亚卡普兰奴河上两座截然不同的桥，安排一位女实验员到其中一座桥上去接近男人。两座桥中有一座桥离岩石有两百英尺高，而且风一吹就晃荡得厉害，另一座桥则没有那么高，而且相对比较稳定。在询问了几个简单的调查问题之后，女实验员会递给男人她的电话号码，以便他们将来想更多

地了解她时跟她联系。摇晃得厉害的桥让站在上面的人心跳加快，当桥上的男人遇到女实验员的时候，他们会无意识地把自己的心跳加快归功于她而不是桥，这就使他们误以为自己对她有特别的感觉，因而更可能在将来给她打电话。

第 34 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(11)

当然，这种效果适用于在桥上与陌生人碰面，那么，它对更为真实环境中的情侣有效吗？几年前，德克萨斯大学的心理学家辛迪·梅

斯顿和奔尼?弗拉里奇决定对此进行研究。^{20} 他们去了德克萨斯两个大型的主题公园，手持一张照片等在过山车附近，照片上是一对长相平凡的男人和女人。他们采访了一些正在等候坐过山车和刚刚坐完过山车、已经被吓傻了的情侣，请他们从1分到7分给自己的伴侣和照片中的男女评分，以表明其魅力指数。实验者们设想：那些刚刚坐完过山车的人比等候坐过山车的人心跳速度快，而根据前述理论，他们应该给出更高的评分。

在题为《一惊钟情》的论文中，研究者们承认他们的设想只有一部分得到了实验支持。那些坐完过山车的人的确给照片中的男女打出了更高的分数，但是，在给自己的伴侣打分时，却出现了一种不同的情况，即情侣们觉得自己伴侣的魅力指数在坐完过山车后有所降低。在推测为什么会导致如此结果时，研究者们怀疑可能是由于坐过山车导致的“出汗、头发变乱和被吓呆的表情”使人的魅力降低。幸而，另外一个类似的研究提供了支持心跳理论的清晰证据。^{21} 在这个研究中，研究者秘密地观察情侣们看完各类电影的行为，他们发现，刚看完恐怖电影的情侣最有可能手牵手地相互依偎着走出电影院。

当然，完美的约会并不只是让你的心跳加快，它还取决于你说什么以及什么时候说。

几年前，心理学家阿瑟?艾伦及其同事还研究了是否有可能通过聊某些特定的话题来迅速产生吸引力。^{22} 显然，两个人之间越熟，就越可能告知对方自己的私人信息。艾伦和他的研究团队很想知道反

过来情况是否仍会成立。也就是说，暴露自己的私人信息会让对方觉得你和他或她特别亲近吗？

研究者们请来了一些互不相识的人，并把他们配对进行聊天，在聊天过程中，他们要按照实验要求越来越多地谈到自己的私生活。在相互询问对方一些预设的问题之后，每一对聊天者有 45 分钟时间来玩这个“分享私人信息的游戏”。

谈话以晚餐聚会上的一般讲话（比如，“如果你能和历史上的某位人物见面，你想见到谁？”）作为开头，然后迅速地进入到“和一个好朋友一起喝醉了酒”之类的话题（比如，“你有预感自己会什么时候怎样死亡吗？”），最后触及“亲密的年轻情侣”之类的话题（比如“你最后一次在人前大哭是什么时候？”）。

艾伦知道，聊任何话题都可以增进亲密感，因此他让另一些谈话者运用一些设计好的小问题来进行谈话（比如，“人造圣诞树有哪些好处和坏处？”“你喜欢数字闹钟还是人工上发条的闹钟？”）。在谈话结束之后，每对谈话者都要评分表明自己觉得对方有多少吸引力。也许并不令人惊讶，实验结果表明，被迫谈论圣诞树和闹钟等话题的人并不觉得自己和对方已经发展出了重要的特殊感觉，而那些玩“分享私人信息游戏”的人则相互培养出了一般情况下需要数月或数年才能发展起来的亲密关系。事实上，研究者们注意到有好几个参与者在实验结束后还相互交换了电话。

第 35 节：魅力：恋爱和约会中的吸引力(12)

因此，当重要的第一次约会来临时，请一定要去惊恐骇人、令人心跳加快的地方，而且不要害怕展开亲密的谈话。尽管一般性的常识会规劝你慎行此道，因为你可能会由此显得古怪，但科学会鼓励你大行此道，因为你会由此变得无可抗拒。

59 秒：提高成功约会的几率

让平静如水的心加快跳动：为了增加成功约会的几率，选择一项可能会使你心跳加快的运动。尽量避免古典音乐会或者乡间漫步。相反，你完全可以试一试恐怖电影、主题公园和云霄飞车。研究表明，你的约会对象会把他或她的心跳加快归功于你而不是所进行的活动，从而认定自己对你有特殊的感觉。

分享私人信息的游戏：在玩这个游戏的时候，要一步一步地来。但是，在每一个步骤都恰到好处的前提下，研究者建议你可以主动聊一些自己私人生活的话题，并鼓励对方也这么做，这会迅速增进你们之间的亲密感。以下是以艾伦的分享游戏为基础设计出来的十个问题，希望对你有所帮助。

1. 想象你正在举办一次完美的晚餐聚会，你可以邀请历史上存在过的任何一位人物前来参加，你会邀请谁？
2. 你最后一次跟自己谈话是什么时候？
3. 说出让你感觉自己很幸运的两件事。
4. 说出你一直想做的事情，并解释你为什么还没有去做。
5. 想象你的房子或公寓着火了，你只能抢救一件东西出来，你会抢救什么东西？

6. 描述你人生中最快乐的一天。
7. 想象你即将变成约会对象的亲密好友，他或她应该了解你的最重要的事情是什么？
8. 告诉约会对象你最喜欢的两样东西。
9. 描述你遭遇过的最为尴尬的时刻之一。
10. 讲一个私人问题，请约会对象给你提建议。

【心理学链接：约会的五个提示】

得自他人的荣誉：研究表明，女人在看到别的女人对一个男人微笑，或者与这个男人相处愉快之后，会认为这个男人更具魅力。^{23}因此，如果你想在派对上或者酒吧里给某个女人留下深刻印象，你可以请某位女性朋友一同前往，并当着其他人的面对你讲的每一个笑话都报以开心的微笑，然后再请她悄悄地退场，并发誓为你保密。

眼大肚小：进化心理学者们相信饥饿的男人会比较喜欢体型较大的女人，因为她们较大的体型意味着充足的食物。为了验证这个说法，研究者们请一些正准备进入和正准备离开大学食堂的男学生给照片上各种体型的女人评分。^{24}结果，正准备进入食堂的饥饿男生确实更倾向于认为体形较大的女人较有吸引力。因此，如果你是一个体

型较大的女人，就应该把你和你感兴趣的男人的约会安排在饭前而不是饭后。或者试一试在饭前约会几个小时，并坚持让他只吃一点清淡的沙拉。

先不同意然后再同意：你也许认为频繁地赞扬和点头是打开别人心扉的捷径，然而，研究表明，事实并非如此，人们更喜欢那些最初表现冷淡但在约会后期变得更积极的人。^{25} 因此，与其在约会的傍晚一开始就频繁微笑，还不如试一试在头一个小时有所保留，接着再逐渐由寒转暖。同时，不要只聊你们两人都喜欢的事物，还要试一试你们两人都不喜欢的事物。研究者们已经发现，人们在对不喜欢的事物达成一致时比对喜欢的事物达成一致更为亲密。^{26}

假装真正的微笑：一百多年前，科学家们发现尽管真笑和假笑都会牵动嘴边的肌肉，但只有真笑才会引起眼角周围出现皱纹。最近的研究开始考察微笑所包含的微妙科学，包括辨识哪些信号会使微笑显得轻浮。初步的研究发现，花较长时间（大约半秒多钟）扩散至整个脸部的微笑被认为最迷人，尤其是当微笑还伴随着向同伴轻微点头的时候。^{27}

爱还是肉欲：吉恩·冈瑞格和他的同事们录下了一些情侣谈论他们初次约会的情景，然后请他们说出这一谈话更多地与爱有关还是与肉欲有关。^{28} 当情侣们决定谈论爱的时候，录像带显示他们在谈话时将身体向对方互相倾斜，并不断地点头、微笑。而当他们联想到性欲时，他们更多地把舌头伸出来舔嘴唇。因此，如果你想知道你的

约会对象在想什么，就请注意这些关键信号。点头和微笑可能意味着喜欢和爱，而舔嘴唇的古怪动作可能暗示着你将有一个美妙的夜晚。

过去的性伴侣：任何一次约会可能都出现这样的尴尬：本来一切进展顺利，但是突然，你过去有过多少性伴侣的问题冒了出来，使你不知所措。于是，你的头脑里闪现出一系列的问题：我最好是装作很挑剔，说过去只有过一两个性伴侣呢？还是应该表现得像一个经验丰富的情场老手？根据亚利桑那大学的道格·肯德瑞克进行的研究，回答这类问题的关键在于平衡。^{29} 肯德瑞克给一些大学生展示了一些人有过多少性伴侣的资料，然后请他们对这些人的吸引力评分。结果显示，对女人来说，男人过去的性伴侣数量从零到二会使他们显得更有魅力，但是超过了二就显得不受欢迎。与之相比，对男人来说，女人过去的性伴侣数量从零到四时显得比较有魅力，但超过了四就变得不受欢迎了。

第 36 节：决策：对社会和谎言的判断力(1)

决 策

对社会和谎言的判断力

→ 为什么两个头脑不如一个头脑?

→ 30 秒学会讨价还价的策略

→ 用字谜游戏做决策

→ 电子邮件可以明显降低你受骗的可能性

→ 如何辨识那些正在对你撒谎的人?

当人们要在工作中做出一个重要决策时，通常是找来一帮信息充分、头脑清楚的同事一起商量。从表面看来，这很有道理。毕竟，在

决策时，咨询一些具有不同背景、不同经验的专家可以让你做出更为周详全面的考虑。但是，几个优秀的头脑加在一起真的就比一个头脑强吗？心理学家们已经对此进行了数百项实验，而他们的发现甚至让最赞成集体磋商的人感到吃惊。

第 37 节：决策：对社会和谎言的判断力(2)

这方面最著名当属麻省理工学院的詹姆斯·斯特纳在 1960 年代

早期对冒险的研究。① 这个研究表明了一些人喜欢冒险，一些人则不喜欢冒险，当然，这并不是什么新鲜事，但是，斯特纳由此想到：如果团队中有人喜欢冒险或者不喜欢冒险，会不会影响人们做出更加冒险或更加保守的决策呢？为了找出答案，他设计了一个简单但是非常卓越的实验。

在实验的第一部分，斯特纳请人们扮演生活参谋的角色。他向人们展示了几种不同的有人处于困境的情况，然后请他们从提供的几个解决方案中找出最好的一个。斯特纳精心地设计了这些解决方案，以确保每个方案代表一种不同的风险水平。例如，有一种困境是一个名叫海伦的作家靠写廉价的恐怖小说为生，她最近有了一个新的小说创意，但要把这个创意写成一部小说，就得把廉价的恐怖小说暂时搁浅，而这会影响她的收入。好的话，这部小说会成为她写作生涯的一个重大突破，并为她带来丰厚的收入。不好的话，这部小说可能完全失败，导致她白白浪费那么多的时间和精力。实验参与者要对海伦的困境做出思考，然后帮忙出主意判断这部小说有多大可能获得成功，海伦是不是应该暂时搁浅平常以为生的廉价恐怖小说。

如果参与者非常保守，他们会建议海伦要做到 100% 的肯定才能放下恐怖小说。如果参与者乐于冒险，他们会建议哪怕只有 10% 的成功可能性，海伦也应该试一试。

接着，斯特纳把参与者分成五个小组，每个小组知道了情况之后，都要商讨得出一个结论。实验结果清晰地表明，集体讨论所得出的建

议比个人单独思考所提出的建议更富于冒险性。每个小组都建议海伦放下手头的一切，开始新小说的写作。但当作为个人来出谋划策时，他们却鼓励海伦继续写原来的恐怖小说。数百项的进一步研究表明，这与决定本身是否更富冒险精神无关，而是一种极化效应。在斯特纳的经典研究中，有各种各样的因素导致小组做出更冒险的决定，而在其他的实验中，小组比个人更趋保守。简言之，身处团队之中会使个人的观点得到夸大，从而导致他们做出比个人思考时更为极端的决策。而根据团队成员原本的倾向，团队最后做出的决策可能极端冒险，也可能极端保守。

这个奇怪的现象已经出现在很多不同的情况当中，并且通常带来令人担忧的结果。将一群有偏见的人组织起来进行讨论，他们做出的决策甚至会极端地偏激。② 安排一群愿意对失败的公司进行再投资的商人开讨论会，他们甚至愿意把钱往水里扔。③ 让富于攻击性的少年聚在一起讨论，他们会表现得更加暴力。具有强烈的宗教信仰或者政治意识形态的人聚在一起，会形成更为极端而且常常是激进的看法。这个效应甚至发生在网络上，人们在网上论坛和聊天室里往往发表比平常更为极端的观点和看法。

第 38 节：决策：对社会和谎言的判断力(3)

究竟是什么导致了这个奇怪而又高度一致的现象呢？观点态度相同的人聚在一起会从好几个方面加强你既有的信仰。首先，经过争论，你发现自己能公开表达自己以前只是模模糊糊地想过的观点。其次，你可能秘密地隐藏了自己的思想，因为你觉得这些思想是不同寻常的、极端的、不会被社会接受的。然而，和观点相同的人在一起，这些秘密的思想就找到了浮出水面的机会，这反过来也鼓励了其他人将他们极端的观点与你分享。

“团队思考”影响个人观点和看法的现象还不止极化。^④ 另外一些研究已经证明，和个人思考相比，团队思考更加独断，更倾向于将不合理的行为合理化，更可能将自己的行为视为道德模范，更容易对外人形成陈腐的偏见。此外，当意志强大的人领导团队讨论时，他们会压迫其他人顺从，会鼓励自我中心，并产生一种全体一致的幻想。

两个头脑并不一定比一个头脑强。五十多年的研究表明，不合理的思考通常发生在人们集体决策的时候，而这会导致形成极端的观点和对实际情况的强烈偏见。

那么，如果群策群力并不是一个好办法，决策的最好办法又是什么呢？根据研究，最好的办法是尽量避免各种可能遮蔽思考的错误。但困难在于，合理决策的大部分技巧都只是追求对可能性和逻辑做出透彻的理解。幸而，有些技巧还是可以只花几分钟就学会的。例如，怎样防范推销人员常使用的把戏？怎样判断一个人是不是在撒谎？怎样确保你对自己的决定永不后悔？

把脚插进门里，让门摔在脸上

让我们从一个简短的问题开始：想象有两份工作供你选择，从工作时间、工作责任、工作地点和事业发展空间来说，A 工作和 B 工作都是一样的。事实上，两份工作唯一不同的就是你和你未来同事的薪水不一样。A 工作给你的年薪是五万美元，而你未来同事的年薪是三万美元。B 工作给你的年薪是六万美元，而你未来同事的年薪是八万美元。你会选择 A 工作还是 B 工作呢？调查显示，大部分人都选择 A 工作。⑤

从纯粹的经济观点来看，这个决定是不合理的，因为 B 工作所提供的年薪比 A 工作高一万美元。但是，如果对人性的科学的研究告

诉了我们什么，那就是我们人类远远不是理性的动物。相反，我们是很容易被各种各样因素影响的社会性动物，这些因素包括我们怎样感觉、我们怎样看自己、以及别人怎么看我们，等等。尽管客观的说 B 工作比 A 工作薪水高，但 A 工作使我们比周围的人每年多挣两万美元，由此带给我们的优越感足以弥补 B 工作所能多给的那一万美元。

这个微妙但通常是无意识的效应，影响到我们的购物行为。

第 39 节：决策：对社会和谎言的判断力(4)

我至今还记得我第一次看见一个推销员在一家大型商场里面工作的情形。当时我八岁，我的父母带我去伦敦。我们在逛商场的时候，一个男人热情地向我们展示最新发明的厨房刀，那把刀不仅能做到所有你想用刀做的事情，而且还能做你可能不会想做的事情，比如把一个空可乐瓶切成两半。经过一番热情的展示，我完全被那把刀迷住了，而推销员很平静地告诉我们那把刀的零售价是 20 美元。

但接着，奇怪的事情发生了。就在我们的眼前，他像变戏法一样不断改变那把刀的零售价，他将以 16 美元，不，10 美元的价格卖给我们，接着，由于我们是难得一见的好主顾，他将以 6 美元的特惠价格卖给我们。就在我们简直不敢相信自己的好运气的时候，好比焰火晚会上精心设计的最后几个烟花一样，真正的好戏开始了。他又免费送给我们一把一模一样的刀以及五把更小一点的刀，并把这些刀装进通常要花二十多美元才能买到的人造皮礼盒内。他这些非同一般的慷慨壮举使我们既惊讶又高兴。更重要的是，这最终使我的父母买下了在走进商场时原本没打算买的刀。不过，这是一个教训，当我们回家以后，我刚刚试着用那把奇妙的刀切割一个空可乐罐，刀柄就“啪”的一声掉下来了。

我父母和我被现代研究者称为“不仅如此”的技巧给愚弄了。推销员不露痕迹地将交易条件越变越好，直到最终好到无法抗拒。即使是最小幅度的减价或优惠都会产生很有效的作用。一项研究表明，40% 的人愿意花 75 美分购买一个纸托蛋糕和两个小甜饼，但是当广告说

购买 75 美分一个的纸托蛋糕可以“免费”赠送两个小甜饼的时候，有 73% 的人愿意掏腰包。⑥

除了研究这些经常使用的劝诱方法以外，心理学家们还考察了其他一些更不寻常但是极其有效的技巧。例如，一个叫做“激发”的技巧，就是通过一个奇怪的要求激起人们更多的关注，从而提高人们顺从的可能。在加利福尼亚大学的迈克·桑图斯及其同事进行的一项研究中，一个乞丐（由一名研究者假扮）向过路人索要 15 或者 37 美分。⑦ 耐人寻味的是，面对这个不同寻常的要求，有更多的人愿意掏腰包。

与这一技巧相关的是“破坏然后重建”技巧，也就是先提出一个使人们感到震惊的要求，然后再提出一个正常的要求。在一项研究中，实验者挨家挨户地销售便笺簿，以筹集慈善基金。⑧ 他们采用了两种销售方式，一种是声明“便笺簿的价格是 3 美元，很便宜。”另一种是声明“便笺簿价格是 300 美分……也就是 3 美元，很便宜。”后者的说法很奇怪，但是却惊人地将销售量翻了两番。

第 40 节：决策：对社会和谎言的判断力(5)

但是，大部分对立竿见影的技巧进行的研究都集中在两条原则：
把脚插进门里，让门撞在脸上。

在 1960 年代早期，斯坦福大学的心理学家约翰逊?弗里德曼和斯科特?弗雷萨进行了一项突破性的关于劝诱的研究。^⑨ 研究者先是随机地打电话给 150 多名妇女，假装自己是加利福尼亚消费者协会的工作人员。研究者询问妇女们是否愿意参加一种名叫“指南者”的家用产品使用状况的调查。由于这种产品不同于其他产品，它需要彻底的调查，因此，研究者问道，是否愿意让一支由六个男人组成的检查队亲自登门，花几个小时对她们的橱柜进行彻底的检查？检查内容涉及每一个物品储存区，将能够摸到的所有肥皂、餐具洗涤剂、清洁剂和漂白剂进行分类放置。也许毫不奇怪，只有不到四分之一的妇女同意接受这种繁琐的检查。不过，这只是实验的一部分。研究者还给另一组

妇女打去了同样的电话，但是这次，研究者并没有一口气提出所有的请求，而是先询问妇女们是否愿意参加一项家用产品使用状况的电话调查，几乎每个接到电话的妇女都同意了。但是，三天以后，研究者给妇女们打去了第二次电话，询问她们是否愿意让六个男人组成的检查队登门检查她们的橱柜，结果，有一半以上的妇女表示同意。

在一项后续实验中，同样的研究团队又想看看他们是否能劝说人们在花园前面竖立一块大型告示牌，上面写着“小心驾驶”。尽管竖立这个告示牌显然是为了警示驾驶者在住宅区域内减速，但几乎没有住户接受这个请求。于是，研究者们劝说第二组住户竖立一块只有三平方英寸的小告示牌，几乎每个人都同意了。两周后，研究者回过头来询问这些住户是否愿意把小告示牌换成大告示牌，令人惊讶的是，竟然有 76% 的人表示没有异议而同意了。

这些实验证明了“把脚插进门里”这个技巧的力量。人们在已经答应小请求的情况下更容易答应大请求。四十多年来的研究已经表明，这一技巧在很多不同的领域都有效。^⑩ 比如，先让人们适量地捐款给慈善机构，接着就可以对他们提出更高的捐款额要求。先让员工同意工作条件做小幅度的改变，就更容易让他们接受更大的改变。先让人们使用节能型灯泡，就更可能让他们接受全方位的节能生活方式。

最后，研究者们有时并不急于把脚插进门里，而是先鼓励人们把门摔在他们脸上。把脚插进门里这个技巧旨在得寸进尺，把小请求逐渐升级为大请求。而让门摔在脸上这个技巧却是先提出一个令人难以

接受的请求，在得到人们坚定的拒绝之后，再转换成人们较能接受的更为温和的请求。

第 41 节：决策：对社会和谎言的判断力(6)

对这个技巧最著名的研宄，应该是亚利桑那大学的罗伯特?希阿迪尼及其同事进行的。^{11} 在这项经典研宄中，研宄者们假扮成乡村青少年咨询委员会的工作人员，询问学生们是否愿意带一群少年犯到动物园玩一天。毫不奇怪，只有不到 20% 的学生接受了这个要到动物园和动物待上一天的提议。

于是，研究者们不慌不忙地采取了另一个不同的策略。这一次，他们以更大的请求接近另一组学生，询问他们是否愿意在接下来的两年内每周花两个小时帮助劝告一些少年犯。不出所料，他们的请求遭到了普遍的拒绝。但是，等学生表示拒绝之后，研究者们提出了更为温和的请求，是的，你也许已经猜到了，这个请求就是：带一群少年犯到动物园玩一天如何？在这样的情形下，一半以上的学生都表示同意。

在另一个例子中，法国研究者们安排一名年轻女人不断假装在餐馆里发现自己忘带钱包了，因而不得不请求其他顾客帮她买单。^{12}当她提出只需要几法郎的时候，只有 10% 的人愿意给她。但是，当她先提出帮她支付整个账单，然后再退一步只要几法郎的时候，有 75% 的人愿意掏腰包。这个技巧再一次显示了它在不同情况下的法力无边。从房价的讨价还价到工作时间、工资和透支限度的谈判，你都可以使用这个技巧。

要说服别人，你可以先把脚插进门里，也可以先提出一个令人无法接受的要求，让门撞在你的脸上，然后再有策略地进行讨价还价。更重要的是，研究表明，这些技巧可以在 47 秒内学会。实际上，最多花 30 秒。

59 秒：让你的决策不受遮蔽

我们并不是自己所希望的那种理性动物，我们很容易被各种各样的快速有效的技巧摆弄。要小心那些运用“不仅如此”的技巧、以优惠折价等方式向你推销商品的人。同样的，也要小心那些先提小要求、逐步得寸进尺的人，或者那些先提出大要求然后很快转换成更为“合理的”要求的人。当然，你也可以使用同样的技巧来影响别人。那很好，但是正如奥比一万·肯勒比曾经指出的，你的力量可能对意志薄弱的人产生重大的影响，因此，请善待他人，不要滥用自己的力量。

怎样识别他人是不是在说谎

当别人对你撒谎的时候，他们会表现出哪些行为？看看下面表格中列出的行为，并在每个行为后面的“对”或“错”一栏中打勾。

当人们撒谎时，他们倾向于…… 对 错

1. 避免眼神接触。
2. 笑得更多。
3. 在座位上动来动去，或者，如果他们是站着的话，

第 42 节：决策：对社会和谎言的判断力(7)

重心会从一条腿换到另一条腿。□□

4. 手心和脸上会出汗。□□

5. 用手捂着嘴。□□

6. 回答问题时冗长而漫不经心。□□

7. 回答问题时语无伦次。□□

8. 更频繁地点头。□□

9. 更多地打手势。□□

10. 鼻子变长了。□□

令人震惊的是，人们常常撒谎。在我和每日电信合作进行的一项调查中，有四分之一的接受调查者承认自己在最近的 24 小时内撒过一个谎。其他的一些调查也显示，90% 的人说他们曾经在约会的时候撒过谎，而大约有 40% 的人对朋友撒过谎。撒谎在工作场合中也是一个主要问题，调查显示，大约 80% 的人在工作面试时撒过谎，而几乎 50% 的员工对他们的老板至少说过一次重大的谎话。<{19}

撒谎是如此流行，因此毫不奇怪，人们发明了各种各样的方法来辨别谎言。例如，在古代就流行用“烧得通红的拨火棍”来进行测试。这是一种可被称为人间地狱的方法，即把一根拨火棍放在大火中烧红，然后拿出来，强迫被控告的人用舌头舔它三次。当时人们相信，无辜的人会有充足的唾液来防止舌头被烫伤，而撒谎的人一般口干舌燥，因而会让舌头粘在拨火棍上。

根据历史记载，西班牙宗教裁判所也曾使用过一个类似的但没有这么野蛮的方法。他们强迫被告吃一些大麦面包和奶酪，而周围的人则祈祷天使加布里尔阻止被告成功地咽下食物，如果被告撒了谎的话。就我看来，这些方法没有一个经得起科学检验，因为只要略施小计就可以骗过那些祈祷者和天使加布里尔。但是，如果要进行这类研究的话，任何一个积极的发现都会支持最有名的关于撒谎的理论之一

——焦虑假设。

根据这一理论，人们在撒谎时会变得很紧张，因而产生了各种与焦虑有关的症状，包括口干，这就导致他们的舌头粘在拨火棍上，或者很难把大麦面包吞咽下去。尽管这个理论符合我们的直觉，但是要获取可靠的证据却不是一件容易的事，因为一些研究发现，撒谎者并不比说真话者面临更大的压力。

例如，在最近的一项研究中，南安普敦大学的理查德·格莱姆泽及其同事先让接受实验的学生们与一台测量心跳的机器相连，然后与他们逐一会谈，询问他们最近在考试中表现如何。^{20} 会谈内容包括让学生们描述他们历次的考试成绩，然后把自己的考试能力和技巧与同学做比较。学生们不知道，在会谈结束以后，实验者会真的去查证他们的真实成绩，以判明谁在说真话、谁在夸夸其谈。有趣的是，实验结果显示，一半的学生都夸大了自己的学习成绩。而更有趣的是，心跳率显示，那些夸大了自己成绩的学生并不比说真话的学生感受到更大的压力，他们中有人甚至还比较放松。

第43节：决策：对社会和谎言的判断力(8)

使用高科技的焦虑测量仪器得出的实验结果让人们备感困惑。然而，这并没有阻止人们认为撒谎的人会感到紧张。也许是因为在大量的电影电视中都有撒谎的人手心出汗、心跳加快的场景，所以大部分人仍然相信焦虑症状是判断一个人是否撒谎的最好信号。

很多研究者曾经花数小时仔细对比电影中撒谎者和说真话者的行为，训练有素的观察家则仔细研究每个微笑、眨眼和手势。几乎每分钟的电影胶片都要耗费一个小时来研究，但最后得出的数据可以使研究者对比撒谎者和说真话者的行为，并发现其中哪怕是非常细微的差别。老实说，这些发现真是令人着迷。

请再看一看这部分开头列出的调查问卷。你在“对”一栏下打了多少勾？问卷中列出的所有行为都是人们变得紧张时会产生行为。他们会避免眼神接触、坐立不安、出汗，而且说话语无伦次。然而，根

据对撒谎者和说真话者的行为做过的对比研究，这些行为没有一项必然与撒谎有关。事实上，撒谎者很有可能和说真话者一样直视你的眼睛，他们既不会紧张地挥动手，也不会坐立不安。

然而，由于很多人依然相信过去的理论，因而在判断别人是否在撒谎方面拙劣不堪。比如，给他们看撒谎者和说真话者的录像，请他们辨别出谁在撒谎，他们简直就是乱猜一气。给他们看孩子们描述真实事件和假事件的录像，他们也不能指出孰真孰假。^{21} 请他们多年的伴侣对他们说，某张其实很迷人的照片并不吸引人，居然也能成功。^{22} 即使是成群结队的律师、警察、心理学家和社会工作者也不能可靠地识别欺骗行为。^{23}

那么，究竟什么才能暴露出撒谎者呢？尽管撒谎并不一定使撒谎者感受到压力，但却使他们产生精神负担。如果你要撒谎，你就得思考别人已经知道什么或者会发现什么，需要辨别哪些是似是而非的，哪些谎言与自己以前说过的话一致。因此，撒谎者倾向于做一些就像在努力思考某个问题或事件的事情。他们会频繁地挥动手臂和腿，会减少打手势，会重复已经说过的话，会做出更加简短和模糊的回答，并且在回答前花较长时间思考，表现出较多的停顿和犹豫。此外，为了伪装自己，他们的语言会更加倾向于不带个人色彩。因此，撒谎者会减少使用“我”、“我的”这类词，并且不直接称呼别人的名字，而用“他”或“她的”来代替。

最后，撒谎者会更加倾向于推托或逃避，比如，通过转换话题或

者提问来回避某个问题。

要辨识撒谎者，请不要寻找那些表示紧张、焦虑的特征。实际上，撒谎者很可能看起来正在毫无必要地努力思考，或者突然转换成一种奇怪的不带个人色彩的语气，甚至使用一些让政客或者二手车推销员都会感到脸红的托辞。

第 44 节：决策：对社会和谎言的判断力(9)

59 秒：辨识撒谎者

身体语言:要成功地辨识撒谎者,就要抛弃焦虑假设之类的说法,而寻找说话者有没有显示出努力思考的痕迹。请忘掉撒谎者会手心出汗、坐立不安和避免眼神接触之类的说法,相反,请关注说话的人是不是变得更为安静,并减少了打手势。同时,学会倾听。当说话的人突然减少了具体描述,增加了停顿和犹豫,并且避免使用“我”、“我的”一类词而增加使用“他”、“她的”一类词的时候,你要提高警惕。如果对方突然变得闪烁其词,请直接要求他或她正面回答。<{24}

为了有助于发现可能存在的转换,试一试研究者们推荐的“诚实底线”。在提出可能遭致对方撒谎的问题之前,先提一些更可能让对方诚实回答的问题。然后,在他们回答可能引致谎言的问题时,观察他们是否出现了身体和语言上的行为转换。

同时,请记住,即使你看到了这些信号,也不能说明对方就一定在撒谎。以上提供的辨识信号只是表明了存在撒谎的可能,但并不足以让你刨根问底。

给我发 email: 康奈尔大学的交流专家杰夫?汉科克及其同事请学生们花一周的时间记录他们所有面对面的对话、电话聊天、作文和电子邮件,然后仔细研究了其中包含了哪些谎言。<{25} 结果显示,电子邮件中有 14% 是谎言,作文中有 21% 是谎言,而面对面的谈话中有 27% 是谎言,电话聊天中有 37% 是谎言。看来,根据汉科克的研究,人们不太愿意在电子邮件中撒谎,因为电子邮件一般会被存档记录下

来，里面的谎言迟早会让撒谎的人忐忑不安。因此，要降低别人对你撒谎的风险，你可以请他们给你发 email。

【心理学链接：估计某件事情要花多长时间】

劳里埃大学的罗杰·布赫勒对时间管理进行了一项富有洞见的研究，在实验中，他请学生们预计自己要花多长时间完成学期论文。^{26} 学生们普遍估计自己会在截止日期前十天交稿。但是，这一估计过于乐观，实际上，他们大多在截止日期前一天才完成。这种被称为“计划谬论”的效应不止出现在学生完成学期论文方面。研究表明，人们通常严重低估了一件事情要花费的时间，而集体工作的人尤其抱有不切实际的乐观估计。^{27} 即使人们努力试着现实一些，他们也倾向于想象一切都按计划进行，而不会想到可能会有意外发生或者出现没有预见到的问题来延误计划。

然而，布赫勒的研究也提出了一个快速有效的解决办法。当他告诉学生想一想过去完成类似任务所花的时间时，学生们的预计明显变得更接近现实。看来，要正确地估计完成某件事情所花费的时间，最好的办法就是回顾一下过去完成类似事情花费了多少时间。

第 45 节：决策：对社会和谎言的判断力(10)

如果这个办法对你不管用，你还可以试一试伊利诺伊大学贾士汀·克鲁格和迈特·伊凡斯调查研究过的一个方法。^{28} 在他们的实验中，参与者们估计了自己会花多长时间来进行一项相对困难的活动，比如为一次约会做好准备。第一组参与者只需要提出自己的估计，第二组参与者则需要在做出估计前把活动分解成各个步骤，比如，把约会前的准备分解成洗澡、换衣服、慌慌张张等。实验结果表明，在预估之前进行了分解步骤的人比其他人估计得更准确。因此，要知道某件事情需要花费你多长时间，你只需要在做出估计之前分解出各个步骤就可以了。

婚姻

家庭和夫妻间的粘合力

→“积极倾听”的危险

→ 为什么维可牢尼龙搭扣可以让夫妻合而为一？

→ 解读被女人认为最浪漫的十种行为

→ 为什么语言比行动更重要？

→ 一张照片能改变一切

爱的心理学

1980 年代后期，马萨诸塞州克拉克大学的研究者詹姆斯·莱尔德及其同事建议人们参加一项实验，以查明心灵感应是否存在。③ 互不相识的男人和女人们被安排同时来到实验室，并开展了一道不同寻常的程序。一位研究者解释道，在进行心灵感应测试之前，让两名参与者做一个旨在建立亲善关系的练习是非常重要的，于是，两名参与者被要求对视一会儿。然后分别被带到不同的房间，实验者向其中一个人展示一些简单的图片，而另一个人则对图片内容进行心理猜测。

实验结束以后，莱尔德未能从实验数据中发现任何显示存在心灵感应的证据。那么他对此失望了吗？根本没有。事实上，这项实验与

超感能力无关，而那个所谓的心灵感应测试只不过是一个精心制作的封面故事，旨在帮助研究团队进行一项突破性的爱的心理学研究。

很多人相信坠入爱河是一件高度复杂的事情，它取决于外貌、个性、化学反应和机遇等多种因素的综合。然而，莱尔德的看法与此不同。他想知道这种独特而神奇的感觉在一开始出现的时候是不是更为直接，以及有没有可能通过精心的人为安排来制造出这种感觉。

他的假设非常简单。显然，坠入爱河的双方常常会情不自禁地对视彼此的眼睛，而莱尔德想知道反过来是否也一样，也就是说，让人们花几分钟时间相互对视会不会制造出爱的感觉？

盯着陌生人看通常被认为是一种古怪的行为，搞不好还会被认为是一种冒犯。因此，莱尔德必须制造某种可信的借口，让素不相识的实验参与者长时间地对视，于是，上述心灵感应测试的故事就诞生了。在此对此不知情的情况下，参与者们按照实验要求对视彼此的眼睛，并且确实因此表现得有点喜欢对方，而莱尔德认为这种喜欢足以开启一段浪漫的爱情故事。

第 46 节：决策：对社会和谎言的判断力(11)

在心灵感应实验结束之后，所有参与者都被要求评分表明自己对实验伙伴产生的爱意，结果证明莱尔德是对的，很多参与者都表达了对新认识伙伴的真诚喜爱。

这个实验为人类行为研究提供了一个方法，人类行为研究最早是由现代心理学的奠基人之一威廉姆·詹姆斯提出的，根据他的观点，不仅我们的思想和感觉会影响我们的行动方式，反过来，我们的行动方式也会影响我们的思想和感觉。

莱尔德并不是唯一一个致力于研究这一领域的人，纽约州立大学的阿瑟·艾伦及其同事进行的另一项研究也表明，同样的方法可以使夫妻关系更为亲密。④

大部分罗曼蒂克关系，都是以人们与新伴侣共同经历新奇有趣、激动人心的时刻为开始的，但把时间快进到二十年后，就会呈现出完全不同的画面。到那时，夫妻彼此已经非常了解，生活变得按部就班，他们重复着同样的餐厅、同样的度假目的地、同样的对话。尽管相互熟悉带来了安慰和温暖，但也同时滋长了彼此的厌倦，使夫妻不大可能再有刚刚认识时的心跳感觉。

艾伦想知道，彼此对视的方法是否也会使夫妻重新发现彼此的魅力、重新点燃当初罗曼蒂克的爱火。尤其是，让他们打破千篇一律的婚姻生活，做一些新奇有趣的事情，会不会导致他们觉得彼此更有吸引力呢？于是，艾伦在报纸上刊登广告，招募一些夫妻参加他旨在考察“影响婚姻关系的因素”的实验。

当志愿者们来到实验室时，每一对夫妻都填了一张询问他们婚姻关系的问卷调查表，然后被随机地分成了两组。接着，实验者将桌子和椅子搬开，在地上铺开体操垫，开始进行实验的下一部分。

对其中一组夫妻，研究者们提供了一卷维可牢尼龙搭扣，并解释说他们将玩一个游戏。如果夫妇之间的眼睛一亮并交换了一个心领神会的眼神，研究者就会迅速地拿开维可牢并请他们离开。之所以使用维可牢，是为了确保夫妻一方的右手腕牵着另一方的左手腕，并把他们的右脚踝和左脚踝绑在一起。

看到夫妻们被绑在一起的滑稽样子，研究者们简直禁不住想哼唱莱昂纳尔?里奇的《被你迷住》这首歌。他们将一个一米高的泡沫塑料障碍放置在房间中间，并递给每一对夫妻一个巨大的枕头。每对夫妻必须手脚着地爬到障碍物面前，翻过它，爬到房间的另一头，然后转过身，重新爬到障碍物面前，翻过它，最后回到起初的位置。为了增添游戏的趣味性，夫妇们还被要求从始至终把枕头夹在两个人的身体之间（不许用手、臂膀或者牙齿帮忙），并且只有 60 秒种完成整个过程。为了避免参与者们失望，研究者们还借口“我们不想让你们在做游戏的时候把它弄坏”暂时拿走了参与者们的手表，并假装每对夫妻都在指定的时间里完成了任务。

第 47 节：决策：对社会和谎言的判断力(12)

另一组夫妻则被要求做更为平凡的事情。其中一方手脚着地，按照实验要求把一个球滚到房间中间的指定位置，另一方则站在一旁观看，当球被滚到指定位置时，他们相互交换位置，然后再把球滚回到起始的位置。

实验者们认为，大部分夫妻都很少做爬过一个大型泡沫塑料障碍这样的事情，所以这个游戏经历是新奇有趣、并且相对来说更激动人心的。这个游戏给夫妻们提供了一个机会来共同达到某个目标，并在达到目标的过程中对彼此产生新的不同寻常的感受。从概念上来说，这类似于他们初次见面时所产生的感觉和经历。与之相比，另一组夫妻作为对照组，则进行了更为平凡的游戏，而且这个游戏并不需要夫妻双方联合努力。

实验结束时，所有夫妻都填写了几张问卷调查表（包括名称一点也不浪漫的问卷“浪漫爱的征兆列表”），评分说明他们的伴侣在何种程度上使他们自己“兴奋起来”、“快乐起来”。不出研究者所料，玩征服大泡沫塑料障碍游戏的夫妻比另一组玩滚球游戏的夫妻表现出更为强烈的相互喜爱。看来，一个只要花几分钟的、需要夫妻联手参与的游戏创造了一个奇迹。

受到这个成果的鼓励，艾伦和他的团队重复进行了这项实验，但

是这一次他们使用了与上次实验后问卷调查不一样的衡量标准。在实验结束时，实验者们拍摄了每一对夫妇关于下一次度假计划或者他们将如何改善家庭的聊天，另一组研究者则观看了这些录像，并细心地计算聊天中夫妻任何一方做出某种不友善评论的次数。结果显示，被维可牢尼龙搭扣绑在一起玩游戏的夫妻明显比玩滚球游戏的夫妻做出了更多积极的评论。

艾伦的研究揭示了另一种使我们的行为对我们的思想和感觉产生巨大影响的方法。和对视陌生人的眼睛也能促成相互吸引一样，联手参加激动人心的游戏也能重新点燃逝去的激情。

根据这项研究，一卷维可牢尼龙搭扣、一个巨大的泡沫塑料障碍和敞开的心灵，可以增进任何一种婚姻关系。

59 秒

增进夫妻间吸引力

艾伦的研究表明，结婚多年的夫妻如果定期参加新奇有趣、激动人心的、需要夫妻双方联手共同完成的活动，会增进夫妻双方对彼此的吸引力。其他几项调查也证实了这一发现，这些调查显示，婚姻持久并且快乐的夫妻更可能参加需要双方联手合作的、充满新奇、激动人心的娱乐活动，而不是消极的娱乐活动。

因此，不论是运动、业余戏剧表演、攀岩、拜访新的地方，还是学习新舞蹈、到新奇的度假地旅行，一起面对人生的泡沫塑料障碍的夫妻都将粘在一起、永不分开。

第 48 节：决策：对社会和谎言的判断力(13)

【心理学链接：浪漫就是简单】

我最近进行了一项大规模的网上调查，以研究浪漫行为的心理学。在作家雷切尔·阿姆斯特朗的合作下，我制作了一张广泛涵盖各种浪漫行为的问卷调查表，包括“在她劳累一天回家后给她准备一个放松的泡沫浴”，“当她感觉冷的时候把自己的大衣脱下来给她”，以及“带她到激动人心的地方度周末”，等等。来自英国和美国的1500多人完成了调查问卷，其结果揭示了浪漫行为下蕴藏着的秘密心理学。女人通常抱怨男人不够浪漫，那么这项调查证实了她们的抱怨吗？

每一个接受调查的女人都说明了她们的丈夫是否实施过问卷里列举的浪漫行为，结果很令人沮丧，55%的女人声称他们的丈夫从来没有在她们劳累一天回家后给她们准备一个放松的泡沫浴，45%的女人在感觉冷的时候并没有得到丈夫脱下来的外衣，53%的女人从来没有被丈夫带到新奇的地方度周末。看来，客观的证据支持了女人们长期以来对男人不够浪漫的抱怨。但是，会不会有什么深层次的原因导致了这样糟糕的结果呢？

在这项调查的另一部分，每一个接受调查的男人也要用十分制来评估每一个浪漫行为对女人来说意味着多浪漫。作为对照，女人也要用十分制评估出如果丈夫做了每一个浪漫行为，自己会觉得有多浪漫。调查结果显示，男人们严重地低估了每一个简单行为的浪漫价值。

例如，只有11%的男人给“告诉她她是你遇到过的最美的女人”打出了最高分，与之相比，女人则有25%对之打出最高分。同样的，

8%的男人给“在她劳累一天回家后给她准备一个放松的泡沫浴”打了 10 分，而女人对之打 10 分的则有 22%。男女调查问卷的整个对比都显示出这种差异，这表明男人之所以不愿意做一两个浪漫的行为，不是因为他们懒惰或者不体贴，而是因为他们低估了这些行为会让女人觉得有多浪漫。

最后，这一问卷调查还可以帮助想博得女人芳心的男人了解哪些行为被女人认为最浪漫或者最不浪漫。以下列出了被女人认为最浪漫的十种行为，以及有多少比例的女人给它打出了最高分。

1. 蒙住她的眼睛，带她去看你给她的一个惊喜——40%
2. 突然带她去某个激动人心的地方度周末——40%
3. 为她写一首歌或者一首诗——28%
4. 告诉她她是你遇到过的最美的女人——25%
5. 在她劳累一天回家后给她准备一个放松的泡沫浴——22%
6. 给她写一封浪漫的信或者 email，或者在家里给她留一张便条——22%
7. 叫醒她并让她享用你做好的床上早餐——22%

8. 当她感觉冷的时候把自己的大衣脱下来给她——18%

第 49 节：决策：对社会和谎言的判断力(14)

9. 送她一大束鲜花或者一大盒巧克力到她工作的地方——16%

10. 为她编辑她最喜欢的音乐——12%

有趣的是，给她惊喜或者带她出游似乎被认为是最浪漫的行为，

其次是那些表现得周到体贴的行为，最后是那些用物质来表现爱意的行为。因此，科学证据显示了，对浪漫而言，真正重要的是体贴的心意。

五比一：当语言比行动更重要的时候

请在下面的插图中找出不快乐的脸。

对大多数人来说，这个任务相当简单，因为不快乐的脸似乎在人群中显得特别突出。研究表明，从概念上来讲，同样的效应也影响到你日常生活的很多方面。当我们思考和行动的时候，消极的事件和经历更加引人注目，而且比积极的事件和经历产生更大的影响。^⑤ 当人们处于坏情绪的时候，他们很容易记住一些负面的事件，比如婚姻破裂，被解雇了。但是当人们高兴起来的时候，他们却很难记起他们的初吻或者最美好的假期。一次撒谎或者不诚实通常会对人们的名誉产生不成比例的破坏作用，并且很快消解了人们多年以来树立积极形象的努力。

美国幽默家海伦?罗纳尔德曾经说过：“女人的一个奉承可以让男人的头脑膨胀一点，但是女人的批评却会直刺男人的内心，使男人再也无法像以往那么爱女人。”这个说法似乎符合我们的直觉，但它经得起现代科学的检验吗？

正如我们先前讨论过的，心理学家约翰?古特曼花了三十年时间

来研究预测促使夫妻关系稳定或破裂的关键因素。⑥ 他的大部分工作涉及研究夫妻双方在谈论他们之间的关系时对对方所做的评论。多年以来，他对积极评论（例如反省、赞同、理解或者原谅）和消极评论（例如敌意、批评或者轻蔑）所扮演的角色十分感兴趣。通过仔细地记录夫妻双方做出这些评论的频率，并追踪了解这些夫妇后来的婚姻状况，古特曼发现了能够预测婚姻发展的积极评论对消极评论的比率（这一发现肯定了卡耐基的有关观点），亦即要建立成功的婚姻关系，积极评论对消极评论的比率应该是五比一左右，也就是说，在夫妻之间，需要五个赞赏才能消解一个批评所带来的伤害。

遗憾的是，古特曼的研究还揭示出人们迫切需要的积极评论简直少得可怜。为什么会这样呢？分析一对夫妻的对话可以帮我们揭开谜底。当妻子赞美地说“领带不错”的时候，丈夫也积极地回应说“谢谢，你的裙子也很漂亮”。但是，当妻子发出一连串赞美（比如“领带不错，我喜欢你的衬衫，哦，你的内衣也很可爱”）的时候，却常常得不到相应的一连串积极回应。与之相比，对负面评论的回应则更容易预测，哪怕是小小的一个批评（“你真的觉得那个领带不错吗？”）也会遭到一连串强烈的反唇相讥（“我就是喜欢这个领带，不管你喜不喜欢。我为什么要在意你对我的领带有什么看法呢？好像你就穿着全世界最漂亮的裙子一样？我是说，你穿上那条裙子简直就像个稻草人。得了吧，我要走了。”）

第 50 节：决策：对社会和谎言的判断力(15)

古特曼的研究表明，婚姻关系的润滑需要夫妻双方相互的支持和赞美，哪怕只有一瞬间的痛苦也需要大量爱和关注来滋润抚慰。可惜的是，传统的对话模式并没有鼓励人们相互表达出如此重要的赞美和支持。

让夫妻双方在对话时相互监督和更正彼此的语言，这无疑是一件难度较大而且耗时费力的工作。但幸运的是，研究者们已经发现了一些更为简便易行的方法来改善夫妻关系。

奥斯丁德克萨斯大学的心理学家理查德·斯拉切和詹姆斯·本尼

贝克进行的研究^⑦ 就是一例。过去的研究表明，让经历过灾难事件的人把自己的想法和感觉写出来，有助于避免他们陷入绝望并增强他们的免疫系统。但是，斯拉切和本尼贝克很想知道，这种方法是否也能用来改善婚姻关系？为了找出答案，他们招募了 80 对刚刚确立恋爱关系的情侣，把他们随机分成两组。一组人按照实验要求连续三天每天花二十分钟时间写出自己对目前情侣关系的想法和感觉，作为对照组，另一组则花同样的时间写当天都发生了哪些事情。三个月后，研究者和所有实验参与者取得联系，询问他们是否仍在拍拖。结果显示，这种通过写作来表达自己对情侣的感觉的方法对人们产生了显著的影响。运用了这个简单方法的实验参与者有 77% 仍然在和情侣约会，而只记录当天发生过哪些事情的参与者只有 52% 仍在和情侣约会。

为了发现导致这一戏剧性差别的原因是什么，研究者们搜集分析了情侣们在为期三个月的实验期间相互传送的信件。通过仔细计算这些信件中所有积极和消极用词的数量，他们发现，那些通过写作来表达自己对情侣感觉的人比那些只记录当天发生了哪些事情的人运用了更多的积极词汇。简言之，研究结果使我们看到：一个看起来微不足道的举动可以对人们产生相当大的长期影响，它不仅改善了人们和情侣相互交流的语言，而且增进了彼此情投意合的感觉。

更好的是，有研究表明，还有更简单的方法可以用来改善婚姻关系。请看下面的图画。

你一定觉得左边的白圈看起来比右边的白圈大，但事实上，这两个白圈都一样大，它们之所以显得不一样大，是因为我们的大脑自动地把每一个圆圈与其背景做比较。左边的白圈被一些小圆圈包围，所以相对而言显得要大一些，而右边的白圈被一些大圆圈包围，所以相对而言显得要小一些。

荷兰格罗宁根大学的布拉姆·邦克及其同事想知道同样的“对比思维”是否可以用来增进人们对自身婚姻关系的看法。^⑧ 于是，他们招募了一些结婚多年的夫妻，请他们用两种方式之一来思考他们的伴侣。一组参与者只需要写出几个单词，解释他们为什么认为自己的婚姻关系很美满。作为对照组，另一组参与者则要先想一想他们所知道的其他的不成功的婚姻关系，然后再写出为什么自己的婚姻很美满。从概念上来说，第二组的任务类似于图画中左边的情况。不出所料，由于“比下有余”，第二组参与者对自己的伴侣明显更为满意。

最后，心理学家桑德拉·穆瑞和约翰·赫尔姆斯的研究表明，甚至只是一个词汇也可以使婚姻关系焕然一新。⑨ 研究者采访了很多人，请他们说出自己配偶的优点和缺点。接着，研究者跟踪调查了一年，观察这些人的婚姻状况，然后再对婚姻成功和不成功的夫妻所使用的语言进行了对比研究。令人惊奇的是，研究者们发现，有一个词的使用可以导致婚姻关系出现巨大的差异，这个词就是“但是”。当谈论自己配偶的最大缺点时，婚姻成功的人往往倾向于美化这种批评，比如，她的丈夫很懒，但是这给了他们夫妻俩大笑的理由；他的妻子厨艺糟糕，但是这意味着他们夫妻俩可以经常出去吃饭；他性格内向，但是他以其他的方式表达了爱；她有时候做事欠考虑，但是这是由她艰难的童年造成的，等等。“但是”这个简单的词有助于减轻评价配偶缺点时造成的负面效果，从而使婚姻关系更稳固。

教 养

养育和教育里的平衡力

→“莫扎特效应”的神话

→ 怎样为宝宝取个好名字？

→ 预测孩子命运的棉花糖

→ 为什么要表扬孩子的努力而非能力？

神童莫扎特出生于 1756 年，他创作了世界上最著名的一些古典乐曲，1791 年，他因罹患急性风湿热而逝世。莫扎特是个天才，有人认为他的音乐能够触及人们大脑的一些特殊部位（其他的音乐则不能），因而可以使人们变得更聪明。此外，他们确信，这个效果对小孩子敏感的大脑尤其明显，因而推荐所有的婴儿每天听一曲莫扎特以益智健脑。他们的这些观点广为流传，但是，莫扎特的音乐真的能创造开发孩子大脑的神话吗？

1993 年，加利福尼亚大学的研究者弗兰西斯·洛斯切和她的同事发表了一篇改变世界的论文。^① 他们请来了 36 名大学生，并随机把他们分成三组，每组都要执行一个各不相同的十分钟的练习。按照实验要求，第一组聆听两首钢琴弹奏的 D 大调的莫扎特奏鸣曲，第二组则聆听一般的放松音乐，第三组则是完全的静坐。练习过后，每个人都要完成标准的测试，以测试他们在某方面的智力，也就是他们操作空间信息的能力（见下图）。实验结果显示，聆听了莫扎特音乐的

学生明显比另两组学生得分高。但论文也指出，这个效果只是暂时的，只持续了十到十五分钟。

（测试说明：这是一个衡量人们操作空间信息的能力的测试。在第一行中，一张纸被折成两半，然后沿虚线把纸切掉。现在，参与者必须在第二行的四个形状中寻找并挑选出一个形状，符合折纸展开后的形状。）

两年后，同一批研究者开展了第二次实验，这次实验花费了好几天时间，请来了更多的学生。② 学生们再次被随机分成三组。在实验第一部分，第一组聆听莫扎特的音乐，第二组静坐，第三组聆听菲利浦·格拉斯的唱片（“千变万化的音乐”）。再一次，聆听莫扎特音乐的学生在折纸脑力测试中明显表现得比另两组好。在接下来几天的实验中，菲利浦·格拉斯的唱片被替换成了讲故事的录音磁带和迷幻音乐。现在，听莫扎特音乐和静坐的两组学生几乎得到了相同的分数，而听故事或迷幻音乐的学生只得了第三名。这些证据显示，莫扎特的音乐可能对智力的某个方面的的确有微小而短暂的影响。

第 52 节：决策：对社会和谎言的判断力(17)

记者们迅速报道了这些发现。《纽约时报》音乐评论家艾里克斯·罗斯提出（毫无疑问是语气坚定的）他们已经科学地证明了莫扎特是比贝多芬更为出色的作曲家。然而，一些作者很快开始夸张了这些实验结果，甚至宣称只要聆听几分钟的莫扎特音乐就会导致智力长期稳定的提升。

这个说法就像野火一样迅速蔓延，在 1990 年代后半期，这个故事甚至演变成了远远脱离初始研究的神话。而在此之前，还没有一个研究证明过莫扎特音乐对提高婴儿智力有帮助。但是，由于不愿意让这一事实扫了很多头版头条的兴，一些记者甚至报告说婴儿在听完莫扎特音乐后变得更聪明了。这些文章并不是浮夸新闻业的唯一例子。到 1990 年代末以前，大约有 40% 的关于莫扎特音乐效应的报告得到出版发行，并且提及了对婴儿智力开发的好处。^③ 媒体对“莫扎特效应”铺天盖地的宣传甚至影响了社会政策。1998 年，美国乔治亚州通过了一条将古典音乐 CD 免费赠送给新生儿母亲的政策。而弗洛里达

州通过了一项预算，让州基金支持的每日服务中心每天播放古典音乐。

所谓的“莫扎特效应”已经变成了一个城市神话，许多人都不明就里地相信莫扎特音乐有助于持久全面地提升大脑智力，婴儿尤其受益匪浅。但是，进入 21 世纪以后，情势逆转而下。

首先，哈佛大学的克里斯托夫·查布里斯搜集了所有其他模仿洛斯切实验的研究资料，并得出结论说，莫扎特效应即使真的存在，其效果也远比最初认为的要小。④

接着，其他研究也表明，即使莫扎特效应存在，其效果也不与钢琴演奏的 D 大调莫扎特奏鸣曲有关，而是与这类古典音乐所普遍引起的快乐感觉有关。例如，在一项研究中，研究者比较了莫扎特音乐和另一首更为悲伤的乐曲，结果再次发现莫扎特音乐比另一首乐曲更有效。⑤ 但是，当研究者进行了一个旨在发现莫扎特音乐在多大程度上使人感到快乐和振奋的对比实验时，所谓的莫扎特效应突然消失了。在这项研究中，心理学家们对比了聆听莫扎特音乐和聆听史蒂芬·金的悬疑小说磁带的效果。⑥ 当实验参与者更喜欢莫扎特而不是金的时候，他们在聆听钢琴协奏曲之后的智力测试得分较高。而当人们更喜欢金而不是莫扎特的时候，他们在听完故事之后的智力测试得分较高。

公众对莫扎特效应的信仰只是一个神话，几乎没有可信的科学证

据表明弹奏莫扎特的钢琴协奏曲会对婴儿智力产生持久的或者意味深长的影响。那么，我们是不是可以得出结论说音乐对提高孩子智力没有帮助呢？并非如此。科学研究显示，音乐确实对孩子的智力有好处，不过你完全可以扔掉莫扎特的 CD，而以更开放的态度选取多种音乐。

第 53 节：决策：对社会和谎言的判断力(18)

一些研究已经表明，参加音乐课程的孩子比其他孩子更聪明。但

是，很难说清其中的因果关系。有可能音乐课程使孩子变得更聪明，也有可能聪明或有天赋的孩子更喜欢上音乐课。几年前，心理学家格莱恩·切伦伯格决定进行一项研究来厘清这个关系。^⑦

切伦伯格在当地报纸上刊登了广告，向六岁的孩子提供每周一次的免费艺术课程。140 多个孩子的父母应征了广告，他们被随机分成四组。其中三组在多伦多的皇家音乐学校参加为期几个月的课程，第四组作为对照组则安排在研究结束后再参加课程。在参加课程的三组孩子中，一组学习键盘音乐，一组接受发声训练，一组参加戏剧课程。在参加课程之前和之后，所有的孩子都完成了一份标准的智力测试。

实验结果显示，学习键盘音乐和接受发声训练的孩子有明显的智力提高，而参加戏剧课程的孩子和对照组的孩子没有什么区别。为什么会这样呢？切伦伯格认为，在学习音乐的过程中，孩子们会学会几个有助于自律和思考的关键技巧，包括长时间地集中注意力、练习和记忆，等等。

不论如何解释，要提高孩子的智力，是时候把莫扎特的音乐 CD 放到一边，而让孩子更广泛地接触音乐，比如叮叮咚咚地弹钢琴了。

表扬

几乎每本指导父母如何教育孩子的小册子都提到了表扬，一些励志类书籍还建议你能给孩子最好的礼物就是通过经常的表扬来帮他

们建立自信。当孩子通过考试时，表扬他们是多么聪明；当孩子画出一幅可爱的画时，赞美他们多么具有艺术天赋。这一方法旨在消除孩子成长过程中出现的消极因素，而集中关注孩子取得的哪怕是很小的一点成功。

这个方法非常符合我们的直觉。总是告诉孩子他们有多棒，孩子当然就会成长为一个充满自信和快乐的人。到目前为止，这一切都进行得很顺利。但是，这个对人类心理的乌托邦式看法存在着一个问题。实际上，研究已经表明，表扬孩子聪明有天赋是一件很糟糕的事情。

在 1990 年代，哥伦比亚大学的克劳迪亚·穆勒和卡罗尔·德维克对表扬心理学进行了一项大规模的研究。^{14} 她们在实验中请来了 400 多名 10—12 岁的孩子，这些孩子都来自于不同的宗教文化、社会经济背景。实验者首先给孩子们做了一个典型的智力测试，即让孩子们看一排各不相同的形状，然后根据逻辑判断说出接下来的形状会是什么。在孩子们解答完这些问题后，实验者拿走了他们的答卷，给他们分别计分，但却不按真实成绩反馈给每个孩子，而是有策略地对不同组的孩子给予了不同的反馈。他们解释道，其实每个孩子都做得很好，平均正确地解答了 80% 的问题。

第 54 节：决策：对社会和谎言的判断力(19)

实验者表扬一组孩子说他们一定是非常聪明才能解答出这么多谜题，对第二组孩子则保持沉默。按照一些励志类书籍的说法，仅仅几秒钟的赞扬就会对孩子产生戏剧性的影响。实验结果也显示出的确如此，但并不是以他们所预期的方式。

在实验的第二阶段，研究者告诉孩子可以选择两个任务中的一个来完成。一个任务非常难，他们不大可能成功，但它具有挑战性，即使是失败了也能让你从中学到不少东西。与之相比，另一个任务容易得多，他们很可能成功，但可以从中学习的东西比较少。被表扬的那一组孩子大约有 65% 倾向于选择较容易的任务，而没有得到表扬的那一组孩子选择较容易任务的只有 45%。被表扬很聪明的孩子更倾向于逃

避挑战而选择容易的任务，这对宣扬“表扬法”的人来说不啻是一个打击。但是，更糟的还在后面。

在实验的第三阶段，研究者让孩子们解答更多的谜题。这一次的谜题比第一次的更难，因此大部分孩子都做得不太好。做完之后，每个孩子都被询问有多喜欢解答这些谜题，以及他们回家后还会不会继续做。结果，两组孩子表现出戏剧性的差异。得到表扬的那组孩子不如另一组孩子觉得谜题有趣，因而回家继续解答谜题的意愿也不如另一组孩子强烈。

实验的最后阶段给支持表扬法的人带来了更坏的消息。在做完较难的谜题解答之后，实验者让孩子们进行了最后一次测试。最后的这套谜题和实验开始时孩子们做的第一套谜题一样容易，虽然两组孩子在做第一套谜题时得到的分数不相上下，但最后这套谜题的得分却显示出较大的差异，其模式与很多励志类书籍所鼓吹的恰恰相反。被表扬很聪明的孩子的得分远远低于另一组孩子。

为什么表扬会对孩子产生如此违反人们一般直觉的破坏性影响呢？穆勒和德维克认为，这是由几个因素导致。告诉孩子他们很聪明可能会让他们感觉良好，但也促使他们害怕失败因而避免挑战，因为他们担心自己万一没有成功，就会显得很难堪。此外，告诉孩子他们很聪明无异于暗示他们无需努力就可以表现得很好。由此，孩子就会缺少动力来努力付出，因而更可能失败。遗憾的是，如果他们接下来得到了较低的分数，他们的动力甚至可能被完全摧毁，从而产生一种

无助的感觉。毕竟，低分数意味着他们不如被表扬的那么聪明，而他们对此是无能为力的，低分数产生的这种心理影响不可低估。穆勒和德维克的研究还发现了一个事实，当要求每个孩子告诉同学自己在测试中（包括解答那套较难的谜题）表现如何时，被表扬过的孩子几乎有 40%撒了谎，而没被表扬过的孩子只有 10%撒了谎。

第 55 节：决策：对社会和谎言的判断力(20)

那么，这是不是说所有的表扬都有害呢？到目前为止，我只描述了穆勒和德维克实验中三组孩子中两组的情况。实际上，还有一组孩子得到了真实的反馈“干得好，你答对了 80%”之后，也得到了一句简短的表扬。不过，这次实验者只是指出他们一定是很努力才取得了这么好的成绩，因而表扬的是他们的努力而非能力。这组孩子与其他两组孩子的表现很不一样。当让他们选择挑战性任务或容易的任务来做时，只有 10% 的孩子选择了容易的任务。和其他两组相比，这组孩子比较喜欢解答较难的谜题，并且更愿意在自己另外的时间里继续解答谜题。在做最后一套容易的题目时，这组孩子的得分明显高于第一次。

实验结果清晰地表明，表扬孩子的努力和表扬孩子的能力导致了迥然相异的结果。穆勒和德维克认为，因为努力而受到表扬的孩子会更有动力尝试挑战，而不会考虑尝试的结果，因而不会害怕失败。于是，对学习的渴望超过了对失败的害怕，因而他们更愿意选择挑战性的任务而不是容易的任务。同时，从定义上来看，这些孩子更有动力在未来的测试中继续努力，因而更有可能获得成功。而且，即便他们在未来失败了，他们也会很容易将自己的失败归咎于努力不够，而不会产生丧失自信的无助感。

尽管穆勒和德维克的研究是在中学里进行的，但其他一些研究在更小的孩子和青少年中也发现了类似的情形。^{15} 这些研究一致发现并不是所有的表扬都会产生同等的效果。有的表扬会摧毁孩子的动力，有的表扬则能帮助孩子做最好的自己。告诉孩子他们具有某种特征，比如聪明或者有天分，并不有益于孩子的心理健康，因为这会鼓励孩子逃避挑战而不是奋力一搏，并且使孩子在遇到挫折的时候丧失信心。相反，表扬孩子付出的努力则会鼓励孩子开发自己、努力工作，并且在困难面前坚持不懈。

59 秒：赞美孩子有方法

父母们很容易掉进夸奖孩子聪明有天分、从而使孩子感觉良好的陷阱。然而，研究表明，与其进行这类破坏性的表扬，不如表扬孩子的努力、专心和管理技巧。

例如，当你的女儿在考试中拿到好成绩的时候，你要认可她为之付出了多大努力，她将自己做家庭作业的时间安排得多么妥当，以及她在压力之下表现得多么优异。类似的，当你的儿子成为校足球队一员时，你要表扬他是如何刻苦训练以及友善地和他人相处。这类表扬有利于鼓励孩子在失败面前继续努力、达观从容和坚持不懈。

为了帮助孩子着眼于未来，你应该向孩子提出一些可以反映他们使用的技巧和策略的问题（比如“你最喜欢整个过程的哪一部分？”或者“问题出现时，你是怎么处理的？”），并且尽量说一些具体的表扬（比如，你可以说“你今天踢球踢得真好”，而不是“你很擅长踢球”）。

{16}
