

逻辑思考 的艺术

为什么我们越想得到的越得不到

THE ART OF
LOGICAL THINKING

利昂 / 著



为什么聪明人也犯傻？

教你用心理学的角度解析逻辑思维，帮你解决生活中的烦恼难题
教你像心理学家一样思考，有逻辑地看懂人生世事

中国华侨出版社

逻辑思考 的艺术

为什么我们越想得到的越得不到

THE ART OF
LOGICAL THINKING

利昂 / 著

中国华侨出版社

本书由“行行”整理，如果你不知道读什么书或者想获得更多免费电子书请加小编微信或QQ：2338856113
小编也和结交一些喜欢读书的朋友 或者关注小编个人微信公众号名称：幸福的味道 为了方便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网站的名称为：周读 网址：www.ireadweek.com

逻辑思考的艺术：为什么我们越想得到的越得不到 / 利昂著．—北京：中国华侨出版社，2014.1

ISBN 978-7-5113-4418-2

I. ①逻... II. ①利... III. ①逻辑思维—通俗读物 IV. ①B804.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第024677号

●逻辑思考的艺术：为什么我们越想得到的越得不到

著 者/利 昂

责任编辑/文 慧

责任校对/志 刚

经 销/新华书店

开 本/787×1092毫米 1/32 印张/7.5 字数/180千字

印 刷/北京中振源印务有限公司

版 次/2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷

书 号/ISBN 978-7-5113-4418-2

定 价/32.00元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦3层 邮编：100028

法律顾问：陈鹰律师事务所

编辑部：（010）64443056 传真：（010）64439708

发行部：（010）64443051

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

前言

在日常生活中，我们很容易按照自己的想法生活，几乎不会去思考自己为什么会以这样或那样的思维去考虑一件事情，而总是会习惯性地忽略一些重要的东西，而被忽略的东西往往决定了事情的结果。当我们在结果面前唉声叹气或者怨天尤人的时候，我们甚至都没有发现，其实真正的元凶并不在别处，它就隐藏在你的大脑里。

大脑是人类最精密的器官之一，但同样也有各种各样让人困惑的“思维”。思维错误、认知陷阱好像天生与人类为伴，细究起来无处不在，不经意之时又无迹可寻。很多时候，人们往往为思维错误所累，于是，就会出现以下纠结：

为什么我们常常不相信自己会犯错？

为什么美女和帅哥比普通人的机会要多些？

为什么女人的心思最难猜？

为什么自己的好总被别人遗忘？

为什么功成名就的时候反而遭到解雇？

为什么越是熟悉的人越看不懂？

为什么好女人有时会错过好姻缘？

为什么权威预测有时候并不权威？

.....

这些问题在你的身上发生过吗？如果其中有一个回答是“YES”，那么这本书就是你应该读的。

实际上，在我们的生活中，有很多事情我们想不到，主要是因为我们思考问题时运用了错误的逻辑，所以思维才会出现盲点，这些盲点与性别、年龄、智力、教育程度或者其他因素无关。

许多思维盲区是我们自己都意识不到的，马克·吐温曾说：“真正造成伤害的，不是我不知道的事，而是所有我已知道的事都是不真实的。”也就是说我们以为自己了解但实际却是错误的观念，这会给我们造成很大伤害。

难道我们注定要戴着无形的“有色眼镜”看世界吗？不，我们可以拒绝思考被污染，那怎么样才能做到呢？我们先来分析一下思维出现误区的原因。

◎很多时候，我们以自身固有的经验来判断一件事情。因为以前的经验已经被证明是正确的，当我们遇到类似的问题或表面看起来相同的问题，就会不由自主地依据自己的经验作出判断。过去经验的积累导致了我们在思维上的一种定势。所以有些成功的人士越加相信过去的经验，就越容易固执地认为自己是正确的。有一句话说得好：“过去的经验既是我们的财富，其实某种程度上又是我们的包袱。”

◎我们还会不自觉地陷入迷信的陷阱。比如，迷信权威、迷信书本。迷信会让人耳目失聪，对周围事物不敏感。迷信会愚弄人们，使人们思考问题头脑简单或对事物的性质得出错误认识。

◎没有批判地学习，没有自己的主见，这也是思维出错的一个重要原因。这就好比海绵吸水那样，无论是红颜色的水还是黑颜色的水都吸进去了，就不能形成自己独特的风格。所以，我们应当切忌没有批判地学习。当知识积累到一定程度，学习就应该有主见，有自己的观点和看法。否则，学来的东西就是一盘散沙，一无是处。除此之外，世界观、知识背景和生活环境都会影响到人们对事物的态度和思维方式。

一个人的思维如果被禁锢，就会想当然地认为事情会顺着自己想的方向发展，殊不知，到最后才发现错得离谱。而当思维一旦插上翅膀，任何事情都会迎刃而解。

因此，我们在思考问题时，不要一味地按照惯性思维决定自己的行为，更不要死钻牛角尖。要从多个角度看问题，打破自己固有的思维模式，这样才会有突破，才会让自己清晰思考。

本书中，以我们都曾亲身经历过的生活小事为例，用心理学的知识和模式分析了思维被禁锢的原因，以及提出了让自己不烦恼的思维方式，从而纠正了思维上的偏见，使读者更清楚地了解自己。当明白了错误的思维是如何发生以后，我们就有可能远离思维陷阱，就会犯错更少，从而能够理性思考，作出睿智的选择，就能离成功更近。

因此，清晰思考对我们来说尤为重要，它能帮助我们辨别那些伪专家与骗子不科学的说法，也能让我们免于陷入荒谬的困境或上当受骗。清晰思考不仅是一种有用的能力，它也是智者的明灯，可以指引我们朝着正确的方向前行。读完本书，您就可以从心理学的视角分析种种事情，进行清晰而客观的思考，您就能更辩证地看待人生，您之前的身心疲惫将会被愉悦所代替。

目 录

[前言](#)

[第一章 我们并不聪明——为什么我们越自以为精明，做事越离谱？](#)

[为什么我们常常不相信自己会犯错](#)
[为什么我们常常犯自己不想犯的错](#)
[为什么只买一件衣服就意味着要买一身行头](#)
[为什么不能相信家里书多的孩子就会读书](#)
[为什么教训孩子会使孩子越来越笨](#)
[为什么不要轻信“必经痛苦”之类的话](#)
[为什么越没问题时越要小心谨慎](#)

[趣味测试](#)

[第二章 失控的命运——为什么有人总是幸运，有人总是倒霉？](#)

[为什么美女和帅哥要比普通人更容易接近成功](#)
[为什么地铁车厢内靠边的座椅更受欢迎](#)
[为什么伤害一个人就等于伤害许多人](#)
[为什么要增加自己的曝光率](#)
[为什么越是满怀期望，越容易失望](#)
[如何在无成本投入的情况下赚到钱](#)

[趣味测试](#)

[第三章 人际交往的悖论——为什么越渴望被人重视，却越容易被人忽视？](#)

[为什么同样一句话可以说出不同的效果](#)
[为什么适当与异性搭配工作会更有效率](#)
[为什么女人的心思最难猜](#)
[为什么提要求的时候一定要先了解对方](#)
[为什么总感觉别人对自己不够好](#)
[为什么对再熟悉的人也要说声“谢谢你”](#)
[为什么别人对你的赞美眉头紧蹙](#)

[趣味测试](#)

[第四章 看不到的盲区——为什么大家都觉得好的事情，你也常会犯错误？](#)

[为什么口口相传的也不可靠](#)
[为什么权威预测有时候也并不是那么准确](#)
[为什么“走霉运”的说法只是一种谬论](#)
[为什么不要相信“女人应全身心投入家庭”](#)
[为什么别人喜欢的东西也常被认为我会喜欢](#)
[为什么有时候人多未必办成事](#)
[为什么有时大家会一致作出错误的决定](#)

[趣味测试](#)

[第五章 你所不了解的职场——为什么想要得到老板赏识，却被认为不忠实？](#)

[为什么有才能的人未必会升职](#)

[为什么有些看起来叛逆的人更合老板心意](#)
[为什么公司陷入困境时你仍要相信老板](#)
[为什么耐心劝导他不如称赞他的竞争者](#)
[为什么付出100%的努力也未必得到想要的结果](#)
[为什么老板会喜欢这样的人](#)
[为什么老板不喜欢情绪化的员工](#)

[趣味测试](#)

[第六章 容易受伤的爱情——为什么想要一份持久的爱，却只是三秒的热恋？](#)

[为什么恩爱的夫妻时间久了也会吵架](#)
[为什么好女人也会错过好姻缘](#)
[为什么有些人相爱以后就会束缚对方的自由](#)
[为什么不要相信爱情故事就一定会有好结局](#)
[为什么有时我们被欺骗也感到很开心](#)
[为什么越是熟悉的人越是看不懂](#)

[趣味测试](#)

[第七章 不理性的消费——为什么越想省钱，花的钱却越多？](#)

[“数量有限”的东西真的值得购买吗](#)
[为什么我们不能相信“一分钱一分货”](#)
[为什么我们会深陷于小成本投入的东西](#)
[为什么我们试过衣服后一般就会买下来](#)
[为什么我们不能相信“积分换购”](#)
[为什么推销员说出产品缺陷时，我们也须谨慎](#)
[为什么我们不要购买包装过于精美的产品](#)
[为什么我们常常买一些自己并不需要的产品](#)
[为什么有更多的选择并不是一件幸福的事](#)
[为什么广告宣传会让我们消费](#)
[为什么要忽略讨人喜欢的推销员](#)
[为什么我们常常会错误评估一件商品的价值](#)

[趣味测试](#)

[第八章 鱼和熊掌的取舍——为什么总有我们得不到的东西？](#)

[为什么东西到手后我们还是不满足](#)
[为什么自欺欺人会让我们麻痹](#)
[为什么我们煞费苦心的结果常常是白忙活](#)
[为什么别人常常和我们关注同一件东西](#)
[为什么朋友成为上司后，关系反而变得疏远了](#)
[为什么要根据对方的兴趣实施奖励](#)
[其实我们追求的并不是幸福](#)
[为什么追求完美的人与爱情渐行渐远](#)

[趣味测试](#)

[启示 被诅咒的潘多拉](#)

第一章 我们并不聪明——为什么我们越自以为精明，做事越离谱？

走向疯狂的第一步就是自以为聪明。

——费尔南多·德·罗哈斯

为什么我们常常不相信自己会犯错

读者来信：有一天，朋友让我帮忙买彩票，我帮他选了数字，他却说我选的数字肯定不会中奖，他本想自己选。而事实上他每次自己买的彩票都没有中过，为什么他认为不是自己亲自选择的就不会中奖呢？

Leon解疑：这可能是由于日常生活中他的主要行为都能靠自己的努力和训练加以控制，所以就将这种意识错误地推及所有事，他认为亲自选择数字能在某种程度上影响那些球，能为自己带来好的运气。

在日常生活中，有的事情明明是偶然的，但人们往往觉得凭自己的能力可以掌控一切，为什么人们会这样认为呢？我们先来看看下面这个小故事：

美国有一家投资公司，发行了一批头奖300万美元的彩票。然后，按照每张彩票1美元的价格卖给自己的职工。其中，一半彩票是职工自己挑选的，剩下的彩票则是卖票人随机挑选的。过了几天，抽奖的日期到了，这家投资公司专门派调查人员找到那些买彩票的人，他们对买彩票的人说自己的朋友想买彩票，希望买彩票的人可以将之前买到的彩票转让出来。他们会以多高的价格来出售自己的彩票呢？

最后的结果是：并非亲自挑选彩票的人平均每张彩票的售价是2美元，而自己挑选彩票的人平均每张彩票的售价则是8美元。为什么会有如此大的差别呢？原因就在于，自己选彩票的人相信自己的中奖率一定会比并非自己挑选的人的几率要高。

其实，这是一种控制错觉。那什么是控制错觉呢？控制错觉是指相信我们能够控制或影响某种我们客观上无法控制或影响的事物的倾向。比如，对于买彩票等非常偶然的事件，人们以为自己的能力可以支配，但客观上来讲，偶然性的事件是受到概率支配的。比如，你掷硬币100次，正面和反面的概率一定都非常接近50次。但是哪一次是正面，哪一次是背面，是偶然的，无法控制的。

现在，我们回到买彩票那个例子。实际上，无论是自己买还是别人给你买，从概率上看，中奖的可能性是完全一样的。尽管从理论上人们都明白这一点，但在实际操作中，我们往往还是认为自己“精心挑选”的彩票更有可能中大奖。这可能是由于日常生活中的主要行为都能靠我们的努力和训练加以控制，所以就将这种意识错误地推及所有事，包括那些偶然性事件。

心理学家曾做过这样一个实验：

他们找来一些大学生，给他们一些钱，让他们来做掷骰子的赌博游戏。结果发现，大多数学生都是在掷骰子之前下的赌注大。这是为什么呢？因为他们都觉得靠自己的努力能使骰子按自己的意愿转动。实际上，这只是人们的错觉而已，根本没有任何逻辑上的依据。明白了控制错觉定律，我们就会懂得为何赌博游戏会让不少人倾家荡产也难以自拔。

一位美国科学家调查人们对噪音的痛苦承受程度，他将人们关在A音响室和B音响室里，不断提高音量，直到受试者表示拒绝。这两个音响室一模一样，唯一不同的是，B音响室的墙上有个红色的紧急按钮。结果发现，B音响室里的人们承受噪音能力明显要比A音响室的人们大得多。可事实是，那个紧急按钮只是一个摆设，根本不管用。错觉本身足够提高人们承受痛苦的极限。

实际生活中，人们很容易产生各种各样的控制错觉。比如，有的电梯里的“开门、关门”按钮也是不起

任何作用的，它们与电梯控制器其实并不相连。科学里称它们为“安慰按钮”。又如，大办公室里的空调温度调节开关，有人觉得温度高，另一些人觉得温度低。工程师经常接到人们的投诉。为了减少投诉数量，聪明的工程师利用控制错觉，在每一层楼都安装一个假的温度调节按钮。这样一来，接到投诉的数量明显减少了。

了解了控制错觉，你控制了自己的生活吗？虽然日常生活中的主要行为都是通过我们自身的努力和训练来加以操控的，但是，并非所有的事情我们都能操控，如果我们错误地认为自己能够操控一切事情，就很可能由自信变为自负。所以，我们一定要看清楚事情的真相，不能被控制错觉所控制，更不能因此而迷失自我。

温馨提示

许多事情是偶然的，是我们无法控制的，而我们却错误地以为，对一切事情都可以通过努力加以掌控，其实这是一种执拗的控制错觉。

为什么我们常常犯自己不想犯的错

读者来信：我做部门主管有好多年了，阅人无数，在用人方面也有丰富的经验，基本上不会看错人，但是，我前阵子却放弃了一个本来可以为公司创造巨大利润的年轻人。以为自己不会犯这样的错误，可是却偏偏就这样错过了一个人才，这究竟为什么呢？

Leon解疑：要正确判断一个人，不能只停留在固有的经验上，因为任何事物都是发展变化的。过去经验的积累导致了我们在思维上的一种定势。所以越是成功的人士越会相信过去的经验，就越容易固执地认为自己是正确的。

在生活中，你有没有这样的经历：明明自己平时很擅长、很有把握的一件事，有时候也会事与愿违，出现失误，为什么会这样呢？

我们先来看下面的一则小故事：

初来公司应聘时，郭明凯只拿了一张很单薄的简历。他的简历实在无法引人注目，只有一张纸，简单叙述了一下对行业的理解，说了说自己的决心。

看完他的简历，又看到郭明凯一脸的谦和，没有丝毫的锐气和精明，于是人事部决定放弃他。可是不巧的是，人事部招聘来的几个业务员，面试时虽然都滔滔不绝、口若悬河，但刚工作一周，就不堪压力悄悄地走了。可公司又急需业务人员，在无奈之下，人事部只好给郭明凯打了电话。

李子文是业务部的主管，做业务十多年了，看到郭明凯的时候，他的心马上就沉了下去。李子文简单问了几个问题，他发现郭明凯问一句说一句，然后就一声不吭坐在那里，这是做业务员最忌讳的。接触过后，他断定郭明凯不适合做这个工作，于是打算暂时先让他工作个把月，等有了合适的业务员再定。

他把郭明凯安排到推销部门，去推销公司新代理的一款管理软件。李子文明白市场上同类软件多如牛毛，市场压力很大，这也是导致前几个业务员不辞而别的原因。公司能提供的只有一本厚厚的电信黄页，但上面的电话多是人事部或前台，所有接电话的人一听是推销软件的人员，马上“咔”的一声就挂了，这让很多业务员望而却步。

为了打开市场，李子文召集业务人员开了一个小会，征集大家的意见，郭明凯说：“不如就按黄页上的地址去找客户，说不定会有收获。”大家对此都不置可否，但郭明凯还是坚持去跑业务了。一个月过去了，业务员们的情绪越来越低，除了郭明凯之外，没有人再出去跑业务了。就在李子文发愁的时候，郭明凯带回了第一单生意。

那个客户是开发区的一家制造公司，新投产的一条生产线正好需要公司的产品。虽然郭明凯出单了，但李子文还是觉得他不成熟，认为他只不过运气好。他觉得自己不会看错人，就算目前取得了成绩，还应该再观察一段时间。所以，李子文还是迟迟没有给郭明凯转正。

终于有一天，也就是这个客户对郭明凯抛出了橄榄枝，高薪聘用他做业务，而他也欣然前往。仅仅半年的时间，郭明凯就帮助那家制造公司获得了巨大的利润，这让李子文后悔不已。

为什么业务主管李子文会错误地放弃本来可以为公司创造巨大利润的郭明凯呢？对李子文来说，正是因为他感觉自己有丰富的经验，不会看错人，所以在自己的头脑中形成这样一种思维定势，这种思维定势

会束缚人的思维，使思维按照固有的路径展开。有些人的知识和经验越多，就越容易形成思维定势，这其实是一种定势效应。

定势效应是俄国社会心理学家包达列夫提出的，是指人们因为局限于既有的信息或认识的现象，在一定的环境中工作和生活，时间长了就会形成一种固定的思维模式，使人们习惯于从固定的角度来观察、思考事物，以固定的方式来接受事物。

包达列夫做了这样一个实验。

实验者向两组大学生出示了同一个人的照片，在出示之前，对第一组参加测试的大学生说：“马上要给大家看的照片上的人，是个非常恐怖的罪犯。”而向另一组大学生说：“照片上的人是一位科学家。”

大学生们看过之后，他让两组大学生分别用文字描述照片上的人。第一组学生这样写道：此人深陷的双眼说明他内心仇恨这个世界，突出的下巴说明他和社会对抗到底的决心。第二组学生则写道：此人深陷的双眼表明其思想的深度，突出的下巴表明他在科学研究的路上不肯轻易放弃的决心。

实验有力地说明了思维定势的影响。这是否让你想起出现在一些影视作品中的人物呢？某些“大反派”在镜头前一出现，我们就觉得他会扮演一个坏人，这就是从长相产生的定势效应。有个成语叫“疑人偷斧”，说的也是这个意思。

从这个角度来看，人们的心理在很多时候都会受到固有观念的左右，以致不能作出正确的判断。我们再回到上面的故事，李子文因为过于相信自己的经验所以才会错失一个人才。一般情况下，有些自信心强的人比较容易犯下这样的错误。越觉得自己很老练、很有经验的人，有时候往往越容易被自己的经验欺骗。其实，这是一件危险的事情，信任了不该信任的人，放弃了不该放弃的人，都可能上演现代版“画地为牢”的悲剧。无论你手中有没有权力、有多大权力，在为人处事时都离不开对现实的分析，随着现实的变化，自己的观念、思想、行动及目标也必须随之进行调整，不然你就“OUT”了。

职场中人一定要避免定势效应，不能总迷信于自己的固有观念，要知道，就算你经验再丰富、观察力再敏锐，也不可能完全把别人看透，因为人是会变的。因此，要想一直笑傲职场，就要学会用发展的、辩证的眼光去看人。

温馨提示

能够把人限制住的，只有人自己。我们的思维空间是无限的，当你正被困在一个看似走投无路的境地时，你要明白的是，这种境遇只是因为自己固执的定势思维所致，只要勇于重新考虑，一定能够找到不止一条跳出困境的出路。

为什么只买一件衣服就意味着要买一身行头

读者来信：朋友家中挂着一只空鸟笼，所有见到鸟笼的人都会问鸟是怎么死的，可是朋友却告诉大家他根本就没有养过鸟。这是为什么呢？

Leon解疑：因为在人的大脑中，习惯认为鸟才会生活在鸟笼中，有鸟笼就证明养过鸟。

我们来看这样一则小故事：

甲对乙说：“如果我送你一只鸟笼，并且把它挂在你家中最显眼的地方，我保证你过不了多久就会去买一只鸟回来。”乙不以为然地说：“你别开玩笑，养鸟多麻烦啊，我可从来没有想过要养鸟啊。”于是，甲就去买了一只漂亮的鸟笼送给了乙。乙只当鸟笼是个工艺品，他把鸟笼挂在自己的书房里。

然而，没想到的是，来家中拜访他的客人只要看见那只鸟笼，就会问乙：“你养的鸟什么时候死的，你不要为此伤心难过。”乙一次次无奈地向客人解释，这只是朋友送给他的一只空鸟笼，自己从来就没有养过鸟。

不管怎么解释，客人还是不相信，都以为是乙因为爱鸟死了很伤心，但也没有必要逃避事实啊，如果不养鸟，为什么还要挂个鸟笼，所以依旧说了很多安慰的话。

为了避免跟客人一遍遍地解释而最终还是令客人感到莫名其妙，乙只好去买了一只鸟放进鸟笼里，这样比无休止地向大家解释要简单得多。

空鸟笼会让人感到很别扭，还会招来他人异样的眼光，让人困扰。为了解除他人质疑，只有让鸟笼不再空着，所以乙选择了买鸟放进鸟笼里。

这是习惯思维的逻辑推理误解，我们在生活中并不少见。

人们之所以看到鸟笼就想到鸟，是因为人们的惯性思维在发挥作用。当人们在遇到某一个问题时，一般都会先入为主地沿着自己所熟悉的某种方向或途径去联想，把自己遇到的问题纳入到自己比较熟悉的框架之内进行思考、分析，这样思维就形成了一种惯性，常会造成思考问题时出现盲点，并且没有创新或改变。

当某种思维惯性在人脑中形成之后，就好比是在大脑中筑起了一条思考某一类问题的惯性轨道。在遇到看似相似、其实迥异的新问题时，其思维活动便会凭着一种惯性，在这条轨道上滑行。

当然，因为袭用前人的思路和方法，鸟笼逻辑相对具有成熟性和稳定性，有其积极的一面，有助于人们进行类比思考，从而可以更加顺利和便捷地解决某些问题。但与此同时，我们也不能忽视其消极影响，即它容易使人们盲目运用特定经验和习惯的方法，对待一些看似相似其实不同的问题，结果费时费力，妨碍问题的解决。

在生活中，很多时候是我们先在自己心中挂上一只笼子，然后在“空鸟笼”的影响下不由自主地往笼子里放“小鸟儿”，使自己的生活复杂化。

比如，你买了一件自己并不是很需要的风衣，可是因为喜欢，并且价格便宜所以就出手了。当买回家

放了一段时间后，你打算穿着它去参加一个很要好的朋友的婚礼，这时才发现，没有色彩合适的裤子可以与之相搭配，怎么办呢？将衣服送人吧，自己又有点舍不得，于是，为了能够色彩搭配协调，你又买了一条裤子。可谁知，新的难题又来了，新衣服得搭配新鞋子看起来才会更好些，于是又花钱去买了一双新鞋。就这样，因为买了一件便宜的风衣，却给自己出了一道道难题，把自己整得心力疲惫。

所以，我们的追求和选择应该以符合自己的实际情况为前提。做人做事不可拘泥于惯性思维，为了达到良好的效果，按常理行事不能达到目的时，就需要你突破常规。只有这样才能够收获成功和快乐。

温馨提示

与实际情况不符的鸟笼，一旦进入我们的生活，就会引发一系列的烦恼，而避免这些后续麻烦的最好办法，就是从一开始，就不应该让“空鸟笼”进入自己的生活。

为什么不能相信家里书多的孩子就会读书

读者来信：我最近看到一篇研究报告，上面指出“冰激凌会导致犯罪”，为什么会得出这样的结论呢？

Leon解疑：因为我们生来就喜欢“见到”相互联系的事件，或者把“相继发生”的事件环环相扣、互为因果，然而，实际上这样思考问题，我们常常会大错特错。因为事物间有相关性并不能证明存在因果关系。

有这样一则故事：

一个爱问为什么的孩子注意到这样一个现象：太阳每天都会在早上升起，到晚上就看不到了，不知道晚上太阳藏到哪里去了。于是，这个孩子在每天太阳落山的时候都会盯着太阳认真观察，想弄明白太阳到底去了哪里。可是，不管他怎么观察，他还是不知道问题的答案。

后来，孩子注意到他家的保姆阿姨也是早上出现在他家，到晚上就不见了。孩子好奇地问阿姨去哪里了，阿姨说：“我回家了啊！”

于是，孩子将阿姨的来去和日夜的循环联系在一起，得出自己的结论：阿姨的离去导致太阳也回家了。

故事中的小男孩“见到”“相继发生”的事件，就将这些事件环环相扣、互为因果，于是对他观察到的现象给出了一个解释：太阳晚上下山是因为保姆阿姨回家了。这显然是不对的。

有人对国外的一座城市的消防行动进行调查证明，火灾损失与每次投入的消防人员的数量有密切关系：动用的消防人员越多，火灾损失就越大。于是该市市长立即宣布停止消防人员的招聘。

这一事例说明了因果的混淆，火势越大，投入的消防人员自然就越多。反过来，投入的消防人员越多，火灾损失越大，这显然是不成立的。

有研究报告指出“冰激凌会导致犯罪”。研究人员研究了美国十大城市过去五年冰激凌的销量和犯罪率的大小，结果发现犯罪率随着冰激凌销量的增长，也呈现出上升的趋势。他们由此推测，吃冰激凌会在人脑中诱发一种化学反应，激发了人们的犯罪倾向。

吃冰激凌的人根本无须担心他们自己会变成罪犯。因为有可能是夏天逐渐升高的气温是冰激凌销量和犯罪率二者间产生联系的原因。

有研究表明，家里书多的学生，学习成绩会更好。这导致家长们发疯似的买书。然而，事实的真相是：受过教育的家长更重视孩子的教育。家长受过教育的家庭，通常要比家长没有受过教育的家中书多。书的数量多少不是关键，关键是家长的受教育程度，以及他们的遗传基因。

我们听了这些故事可能会会心地笑笑，因为我们生来就喜欢“见到”相互联系的事件，或者把“相继发生”的事件环环相扣、互为因果，然而，实际上这样思考问题，我们常常会大错特错。因为事物间有相关性并不能证明存在因果关系。相关关系不等于因果关系。有时两者之间因果恰恰相反，有时两者之间根本就没有因果关系。

将因果关系和相关关系二者混淆起来，既可以理解，同时又非常危险。虽然原因确实先于结果出现，

但先于结果出现的还有很多种其他因素，而其中很多并不是引发结果的原因。

当有人指出两者的特征之间有联系来支持他的一种假设，记住要问一句“有没有其他原因可以解释这种联系呢？”这样我们就可以避免犯类似的错误。

温馨提示

事物间有相关性并不能证明存在因果关系，因此我们在分析事物时，一定要看仔细，不能将巧合的相关关系看作是因果关系，否则就会作出错误的判断。

为什么教训孩子会使孩子越来越笨

读者来信：我姐姐家的孩子本来很聪明，但在受到姐姐、姐夫的几次批评教训之后，最终使孩子变成了一个自卑的孩子，这到底是怎么一回事呢？

Leon解疑：小孩子还是需要多给予鼓励，因为有些不恰当的批评会让孩子对自己的能力产生怀疑，进而对自己失去信心。

通常，当一个人被贴上标签，他就会使自己的行为与所贴标签一致，也就是说，贴上什么标签就能做出什么事来。你有没有被别人贴上“标签”的经历呢？

国外的一名心理学家，想要知道医生诊断说一个人得了精神病，究竟是依据此人本身存在的特征来判断，还是由于医生看到病人所处的环境和场合从而作出这样的诊断结果，于是他做了一个实验。

心理学家派出了8个正常人冒充病人，任务是让这8个人分别进入不同的精神病院，他们被要求到精神病院时，只需要向医生描述自己不时能听到“轰的”、“砰砰”等声音即可。除了这个症状之外，他们的所有行为均表现正常。

入住精神病院后，这8个人被要求不再表现出任何古怪症状，完全恢复正常。

他们都想早点离开精神病院，所以非常积极地配合治疗，听医护人员的话，按时吃药。实际上，所有药物都被他们偷偷扔掉了。

最后，8个人先后都出院了。他们平均入院时间为15天，8个人从精神病院共得到了2100片药片。

在入住精神病院的这段期间，从没有任何一个医护人员怀疑他们不是真的患病，反倒是精神病院中的很多病人怀疑说他们没有病，一定是记者什么的，冒充进来采访的。当这个实验一经公布，所有的精神病院以及这方面的专家都觉得这个心理学家简直是疯了。

一切远没有结束，心理学家高调地对某家精神病院宣称，在以后三个月里，会不断往该院输送假病人，请这里的医护人员们判断出究竟哪些是假病人。

三个月过去了，所有在这个时间段入院的病人中，被确认为假病人的有193人，其中23人至少被一名精神病专家确定为假病人，19人被两个及以上的专家确定为假病人。

这时，心理学家说出了事情的真相：这三个月内，没有派出一名假病人！

他一直在试图揭开的真相就是，任何一个本身就很容易出错的诊断过程，是没有任何说服力的。

当“病人”被医生贴上了“不正常”的标签，就会把他的一切行为和举止视为反常。同样，如果提前告知有假病人会出现，那么医生的判断就会不自觉地倾向于怀疑他是真病还是假病。

一个人被别人下了某种结论，就像商品被贴上了某种标签。当一个人被贴上标签时，他自己就会做出印象管理，使自己的行为与所贴的标签内容相一致。这种现象是由于贴上标签后而引起的，所以称为“标签效应”。

在我们的生活中，有很多这样的案例。

一位年轻的妈妈在教孩子玩拼图，可是孩子却显得很吃力，不管怎么努力，都拼不对设计好的图形。性格急躁的妈妈开口训斥：“你怎么这么笨啊，这么简单的拼图都拼不好，还能干什么呢？”

第二天，这位年轻的妈妈依旧让孩子重新拼这个拼图。由于昨天刚刚经历妈妈的批评，孩子显得更加畏首畏尾，又没有拼出来，年轻的妈妈依旧像昨天那样，大骂孩子。

结果是，这个孩子不管碰到什么事情，都会先对自己说：“我太笨了，肯定做不好。”他终于变成了一个毫无创造力的自卑的孩子。

当一个孩子被贴上了“笨蛋”或者“坏孩子”等符合某个心理条件的标签时，那个标签将掩盖这个孩子所有的其他品质，包括其优点。无论孩子做什么，老师和家长都认为那个孩子“笨”、“坏”。这样会迫使孩子的心理和行为向着人们的偏见，也就是标签所指的方向发生偏转。他就会对自己的能力产生怀疑，进而对自己失去信心；在这种情况下，如果我们对孩子的“标签”态度不及时转变，可能会导致一个当初也许并不坏、并不差的孩子真的会成为一个“差生”或“坏”孩子。

又如，当一位员工被老板认为在某些方面能力不行，这位员工也一定会对自己这方面的能力产生怀疑，进而对自己失去信心，即使他有这方面的能力也不会再轻易表现出来了，因为他们会认为“老板都认为自己的能力不行，自己还有什么可表现的呢。”

再如，有学者对高血压患者和健康人进行了对照研究，发现高血压患者的“生活质量”明显不如健康人。其原因主要有两方面：一方面是高血压患者本身由疾病造成生活质量下降；另#方面，“标签效应”起了很大作用。当人们没有被诊断出高血压这一慢性疾病时，症状并不明显，患者也未感觉很不适。但是，一旦被确诊了，患者便被贴上“高血压病人”的标签而变得紧张起来，出现头痛、食欲下降、手脚麻木、睡眠不良等种种不适，这就是“标签效应”的结果。

之所以会出现“标签效应”，是因为“标签”具有定性导向的作用，它对一个人的“个性意识的自我认同”有强烈的影响作用。给一个人“贴标签”的结果，往往是使其向“标签”所喻示的方向发展。

综上所述，我们能够清晰地看到，“标签”误导了人们正确思考问题，当人们被贴上“标签”时都会不自觉被“标签”所困扰，当意识到这一点的时候，我们要做的是去掉标签而努力，而不要被消极的“标签”所误导。

温馨提示

给一个人“贴标签”的结果，往往是使其向“标签”所喻示的方向发展。所以我们不要被消极的“标签”所迷惑，而应该时刻保持一种积极向上的状态。

为什么不要轻信“必经痛苦”之类的话

读者来信：那天，我的一个好朋友跟我说，如果遇到困难，在请某些专业人士帮忙时，面对他们提出的“先经历痛苦才会好转”的建议时，不要轻易相信，这是为什么呢？

Leon解疑：有时候，这句说辞是他们骗人的伎俩，很容易让求助者沉浸在所谓的“专业人士”构造的一个支持他们的世界里。

当你在遇到问题的时候，请教一些所谓的专业人士时，如果他们建议你选择一条“先经历痛苦的道路”，这时候你应该要格外注意了，因为这里面很可能会是个陷阱。

有一年夏天，郭勇去旅游度假时生病了，他感觉浑身疼痛，并且疼痛还与日俱增，在朋友的陪同下，郭勇来到旅游区的诊所做检查。

一位年轻的医生开始对郭勇视触叩听，在他的肚子上按来按去，然后按肩、按膝。他一节椎骨一节椎骨地摸。郭勇当时觉得这个医生好像不是很专业，但自己又不懂医术，只好任由他折腾自己。检查结束后，年轻的医生说：“你需要吃抗生素，每日3次，每次1粒。但是在你的病情好转之前，会先经历一个恶化的过程。”郭勇在得知检查结果后，拿着医生给开的药，然后拖着疲惫的脚步返回了酒店房间。

果然如医生所说，疼痛加剧了。看来那位医生知道他的病情。当3天后疼痛症状依然得不到任何缓解时，郭勇又去请教医生，医生告诉他：“请将剂量提高到每日4次，但还会疼一阵的。”郭勇又按要求做了。

又过了两天，郭勇实在忍受不住疼痛，于是打电话给急救中心，到当地最有名的一家医院救治。医生检查的结果是郭勇患上了盲肠炎，立即给郭勇做了手术。

做完手术后，医生对郭勇说：“你应该早点来医院的，要是再晚来一天，后果将会很严重的。”郭勇无奈地笑了笑。他就是太信赖之前那位年轻医生的诊断，所以成了“在好转之前会先恶化”的陷阱的受害者了。

如果病情像年轻医生所说的那样恶化了，就证明了他的诊断是正确的。如果病情意外地出现了好转，求助的人就会感到非常开心，所谓的“专业人员”这时可以将这种意外的好转归功于他的能力。总之，不管怎样，他的判断都是正确的。

有一个电器公司，最近几个月公司的营业额一直都很不理想，公司员工的士气也很低落。电器公司老板在经过认真思考之后，聘请了一位专业顾问，请这位顾问分析自己公司的情况，具体该采取一些什么样的措施才能扭转这种局面。这位专业顾问的工资为每月1.5万元。

顾问在对公司进行一番了解后，得出这样一个结论：公司内部存在很多问题，首先公司的品牌定位不够明确，形势很严峻；其次，销售部门需要整顿，按区域对销售员的工作进行划分；还有就是需要在宣传方面加大力度。这些问题错综复杂。我可以为你一一纠正，但不可能一蹴而就。在好转之前，营业额还会下滑。半年之后，营业额果然继续下滑了。一年后也是。顾问一再强调，公司的发展正好符合他的预测。当一年半之后营业额依旧没有任何起色时，公司老板终于明白自己被骗了，于是解聘了这位专业顾问。

在日常生活中，类似的事例还有很多。如果有人说：“在好转之前会先恶化”，这时我们就需要提高警

惕了，不能一味地轻信别人。

不过在实际情况中，确实有先再次下滑然后回升的情形。有时候，事情的发展也确实需要一个过程，但是，在经过一段时间之后，人们就会清楚地看到事情的真相。这个过程是可以检测的。所以在转化过程中，我们要明确自己的目标，不能被“乌云”遮住了眼睛。

温馨提示

当别人给出自己建议时，我们不能一味轻信，应当善于不断检查其建议是否正确，及时地发现错误的信息，并及时加以修正或干脆放弃。

为什么越没问题时越要小心谨慎

读者来信：为什么当自己感觉学习或者工作上没有一点问题的时候，往往会出现相反的结果呢？

Leon解疑：没有问题就没有怀疑，没有自己的看法和观点，所以就不能清楚地看到事物的本质。

在美国的北卡布中学，教室、走廊里都贴满了类似标语的语句，其中有一幅写着“The biggest question is no question”。翻译过来就是“最大的问题是没有问题。”

在我们的传统观念中一直认为，如果没有问题了，就代表着达到了一个高度，完全了解和掌握了。而事实上，这种观念是错误的。

莎士比亚曾说过：“思维是从疑问和惊奇开始的。”科学史上的每一项重大发明都是从问题开始的，例如，牛顿发现万有引力是从“苹果为什么落地”问题出发的。

据史料记载，孔子曾到太庙参加鲁国国君祭祖的典礼。走进太庙后，孔子有许多不明白的事情，于是便向周围的人询问。对于孔子的询问，有人讥笑他，枉称什么懂得礼仪的“圣人”，简直是“盛名之下，其实难副”。听到了这样的讥讽，孔子诚恳地表白说，对于不明白的事情，我们一定要问清楚，这恰恰是我们要求知礼的表现！

圣人尚且如此，更何况我们普通人呢？在生活中，许多人没有意识到没有问题的安逸其实是很危险的，没有问题的状态就像没有引爆的地雷一样危险。比如，在一个几百人的单位中，一次、两次没有发现问题很正常，但是如果每次都没有问题，领导是不是会有所担心了呢？纵观许多企业，往往在事故发生后才“恍然大悟”。原来隐患一直存在，只是被大家的“没问题”所遮盖住了。

其实，问题不是个人发展中的障碍，相反，发现问题并解决问题才能让自己成长，很多时候，机会就在你身边，只是存在于各种各样的问题中，你若不能主动抓住，它就悄悄溜走了。

要做最好的自己，一方面要有谦虚的态度，另一方面要有勤学好问的精神。不要满足于自己的学问和地位，向不如自己、地位低下的人请教问题并不是耻辱，而是自我的进步。只有这样才能学习别人的长处，汲取别人的经验教训，让自己少走弯路。

温馨提示

我们一些人常常能发现问题，但是因为不善于思考以致视而不见，或者遇到难以解决的问题就逃避，这都是不可取的，小问题越积越多，最终就会变成大问题。

趣味测试

1. 你的思维模式属于哪种类型？

有一天当你在饭店吃饭的时候，听到柜台的服务生很惊慌地交头接耳，说有歹徒在饭店放了一颗炸弹，你认为歹徒会把炸弹放在什么地方？

- A. 厕所
- B. 餐厅门口
- C. 客人座位
- D. 厨房

答案：

A：你的思维缜密。因为你想事情的时候会考虑到很多细节，所以你思考的速度很慢，当大家已开始讨论下一个话题了，你才冒出一句没头没脑的话。但你的话都很有道理，所以所有人不得不重视、采纳你的意见。你有锲而不舍的精神，不会轻易放弃，会静心等待，一有机会就表达自己的看法。

B：你的思考模式很单纯。因为你总觉得别人都比你厉害，所以会先听完人家怎么说之后你才开口。你不会有有什么奇怪的想法，你谦逊的态度，让大家无论做什么都不会把你忘记，只是时间久了，会失去自己的个性，忽略内心的声音。

C：你的想法很实际。你做事方法很传统。一旦有一点偏离常规，就开始很紧张，担心别人会指出你的错误，所以你会用道德之尺衡量自己，也不时打量别人。渐渐地，自己的生活就变得十分规律。

D：你常常会想出一些馊主意。你的想法很诡异，你的馊主意常常令人大笑。但即使有人欣赏你的点子，也不太敢附议。你的点子其实都很新颖，所以不要有挫败的感觉，总有一天会派上用场。

2. 你的思考模式有什么不同？

你认为下面哪一个命题最合乎逻辑？

- A. 凡是下雨的地方，地上都会湿
- B. 先有鸡蛋，才有鸡
- C. 先有鸡，才有鸡蛋
- D. 只要是有钱人，都不会在意丢掉小钱

答案：

A：你的思考模式属于单行道式，因为你不能反向或是多向思考，所以很容易陷入一种刻板的模式当中，这样就封闭了你的创意。在日常生活中，你常常忘东忘西，在学习方面，比较擅长需要记忆的科目。

B：你的思考模式属于溯源型，你喜欢探究事物的本质，很多时候你会从一个原点去思考整个事件。你问得最多的问题可能是：这句话出自哪里？这个概念为什么是这样？

C: 你的思考模式偏重归纳, 你注重和相信结果, 在吸收新知识的同时, 过于依赖和相信现有的知识, 缺乏追根溯源的精神。对你来说, 比较适合学习需要吸取大量资料 and 知识性的科目, 比如语文、英语、历史、地理等。

D: 你的思考模式比较偏执, 容易走极端, 你经常会以偏概全, 主观臆断地下结论, 你不适合去学习需要客观冷静思考的科目。需要创意的科目或许更适合你, 比如艺术创作或者是科学实验。你适合在科研方面发展。

3. 你到底有多幼稚?

假设你是童话故事中想吃掉小猪的大野狼, 你会采用哪一种方法?

- A. 用烟把小猪熏到晕倒
- B. 等小猪没戒心自己出来
- C. 从烟囱偷偷爬进窗内
- D. 用槌子把门整个砸坏
- E. 模仿猪妈妈声音骗开门

答案:

A: 你的幼稚指数99%: 你活在童话世界中, 幼稚到了极点。你通常是凭着感觉走, 想要做什么就做什么。

B: 你的幼稚指数20%: 你并不幼稚, 而且成熟过了头。你对很多事情懂得放手, 你明白争取强求其实是没有用的, 因此不管是工作或者是爱情, 你会用等待的方式来对待。

C: 你的幼稚指数55%: 你知道自己不小了, 必须学会独立自主。所以你知道做事情要用正确的方法, 在人生路途中你会慢慢地让自己成长。

D: 你的幼稚指数80%: 你表面上看起来很成熟, 但内心是非常幼稚的, 比较大男人或大女人。直到伤痕累累, 你才会知道一定要长大。

E: 你的幼稚指数40%: 你的心智成熟, 都可以当别人的心灵导师了。你会用言语沟通跟人家做进一步交谈, 处理事情很有耐心而且能够抓住人性。

第二章 失控的命运——为什么有人总是幸运，有人总是倒霉？

谁是聪明人，谁就会到处成为有用的人。

——克拉夫斯诺夫斯基

为什么美女和帅哥要比普通人更容易接近成功

读者来信：我有件事一直想不明白，为什么美女和帅哥在事业上更容易接近成功呢？

Leon解疑：这是一种以偏概全的评价倾向。人们往往在无意识中夸大别人的优点，比如好的长相，一旦优点被夸大，其缺点也就退隐到光圈背后视而不见了，就会把一切好的品质都赋予他们，让他们看起来更出色。所以他们往往比普通人更容易接近成功。

生活中，有些人就有以貌取人的时候，这些人常常对于外表漂亮的人格外地照顾或者是赋予其理想的人格特征，并为他们设计美好的未来。不仅如此，如果一个人外表漂亮，人们还会觉得他聪明、自信、性格好、有能力……我们将这种倾向称之为“光环效应”。

光环效应是一种认知偏差，一种以偏概全的评价倾向，是在人们没有意识到的情况下发生作用的。它就像月晕的光环一样，向周围弥漫、扩散，所以人们就形象地称其为光环效应。我们通常所说的“情人眼中出西施”、爱屋及乌，正是光环效应的真实写照。由于光环效应的作用，一个人的优点（或缺点）一旦成为光圈被夸大，其缺点（或优点）也就退隐到光圈背后视而不见了，就会把一切好的品质都赋予他甚至是他的朋友和家人，可谓是一好百好。

李福民是一家儿童玩具生产厂家的老板。有一次，朋友介绍一位玩具经销商给李福民认识。朋友在电话里不断称赞这位经销商尽管是一位女士，但在经营方面，很有一套，其销售业绩也是数一数二的。李福民早就对这类称赞司空见惯了，所以对朋友的这些描述，他不以为然，答复朋友说等见面之后再说。

等到见面的时候，李福民不由自主地觉得这位女士完全符合朋友的描述。第一，这位女士长得很漂亮；第二，她的脸上一直带有微笑；第三，她的着装是柔和美丽的宝石蓝纯羊毛衫搭配一件黑色的小皮衣外套，下面搭配长过膝盖的直筒裙，整个着装尽显女人的成熟和自信。两个人谈得很愉快，双方很快达成了合作意向。

李福民之所以被女经销商征服，是因为他对女经销商的外表相当满意，给予了其很高的评价。因此，之前朋友的赞美之词就会不断扩散，让李福民感觉女经销商的其他品质都是优秀的，是可以信赖的合作伙伴。

一个人背后闪耀的光环会让他看起来更出色。所以他们往往比普通人更容易接近成功。其实，在我们的日常生活里，“光环效应”的例子随处可见，数不胜数。这一效应也并不局限于人的外貌。

一个作家一旦出名，以前压箱底的稿件都会变成“宝贝”，其著作权或者影视版权总有人抢着销售。

当某位老师看好某个学生时，会觉得这个学生一切都好。学生善于表现则老师会认为是表演能力强，学生说大话老师会认为是其口才好。即使犯了错误，老师都会解释为“人非圣贤，孰能无过！”

一提到名牌大学的毕业生，大家一般就会认为他们有学识，还会连带地认为其人格、能力等各方面都很优秀。

.....

然而，如果某人有一点缺点，我们通常会将他的缺点放大，就会觉得他一无是处。

由此可以看出，光环效应实际上是个人主观推断泛化和扩张的结果，是一种以偏概全的主观心理臆测。这就势必会存在其固有的错误，比如，把不相关的东西联系在一起，得出不科学的结论；存在受主观偏见支配的绝对化倾向，说别人好就全部肯定，说别人坏就全部否定；只抓事物的个别特征，以点带面等。

“光环效应”既然是一种错误的认识，也必然有一定的负面影响。如，往往对别人在不了解的情况下，就片面地给某人如何如何的评价。企业的管理者在选人用人时，偏听偏信，轻易下结论。在这种作用下，很容易影响我们正确的认识和判断，人们很难分辨出好与坏、真与伪，容易被人利用。

“光环效应”是一把双刃剑，所以我们在追求光环效应正面影响的同时，千万不能忽略了它的负面作用。因为，笼罩在光环之下的人或事物，一旦有问题，引起的后果将有可能不堪设想。

温馨提示

光环效应是人际交往中对人的心理影响很大的认知障碍，在人际交往中，我们应该注意告诫自己不要被别人的光环效应所影响，而陷入光环效应的误区，要尽量地避免和克服光环效应的副作用。

为什么地铁车厢内靠边的座椅更受欢迎

读者来信：在地铁始发站上车的乘客，面对空空的长条座椅，排在前面的一两位乘客，大多会选择最靠边的座位，接下来的乘客会坐在座椅的中间位置，这是为什么呢？

Leon解疑：每个人都想“保卫”自己身体周围的一定空间，如果有人进入这个空间，会产生一种压迫感，会感到浑身不自在，靠边的位置人相对要少些，不会感到特别拥挤。

在地铁始发站候车的乘客，等到车进站打开车门的一瞬间，很多人涌入空车厢，车厢座椅的两端先被人坐满，接下来的乘客坐在座椅正中间。后面上来的乘客才会一点点把座椅“填满”。如果座椅空间比较大的话，乘客都会选择和别人保持一定的距离。只有在没有空间的时候，才会人挨着人挤着坐。

大家为什么会选择这么坐呢？从这种行为中，我们可以看到人有一种想确保自己“领地”的心理。每个人都想“保卫”自己身体周围的一定空间，如果有人进入这个空间，我们就会产生压迫感，会感到浑身不自在，我们将这种“领地空间”称为私人空间。

研究表明，每个人私人空间的范围都不同。比如，性格比较外向、开放的人，私人空间比较小，别人在一定程度内接近自己，也不会觉得不自在。反之，性格中排他性比较强的人，私人空间的范围相对较大，如果有人进入他们的私人空间，他们就会很反感。

也许有人会产生疑问，在空的地铁车厢里，坐在座椅的中间不也能确保私人空间吗？反正两边都是空的。不过，地铁中会不断有乘客上车，虽然开始时左右两边是空的，但不久后就会被人“占领”。靠边的座位就不同了，至少可以保证单侧不会有人。因此，靠边的座位相对让人安心。

在人来人往的地铁里，尤其是上下班的高峰期，大家不可避免地要进入彼此的私人空间，甚至发生身体接触。因此，处于始发站候车的人相对较少，大家自然会优先选择靠边的座位，以保证自己的私人空间最大限度地不被“侵入”。

其实，在人际交往中同样需要彼此保留私人空间。实际上，这种距离是一种物理现象，更是一种人际学问，它是我们每个人都必须面对的问题。

美国心理学教授霍尔通过研究得出结论：人际关系中的距离相当于“度”，也就是说只有保持好交往的频率、距离和尺度等，才能拥有良好的人际关系。

周彩霞就很喜欢向同事倾吐心声。虽然刚参加工作没多久，但她觉得自己和周围的同事非常亲热，大家每天一块儿上班，说着笑着就把工作干了，中午一起到食堂吃饭，就像大学里的密友一般。于是，周彩霞单方面认定同事间彼此是知己。既然是朋友，自然无话不谈，特别是发牢骚的时候。

周彩霞逾越了同事之间的安全距离，经常和大家聊一些公司的事，如某某做事非常专断、某某假谦虚、某某处事不公正……谁人背后不说人，周彩霞不觉得自己是一个搬弄是非的人。然而，没多久，周彩霞的私密聊天内容从各个渠道有了反馈。那些她口中曾经谈论过的人，似乎都亲耳听到了周彩霞的那些评论，他们有的对她怒目而视，有的干脆把她当作透明人。

在惊诧、愤怒之后，周彩霞剩下的只有伤心，可她却发现自己连伤心的理由都找不到，同事是自己

的，同事也是大家的。她发现自己彻底错了。

为什么周彩霞身边的同事会对她产生各种不满呢？关键在于她没有给自己和对方留下私人空间。值得注意的是，办公室并不是个单纯的地方。同事和你既是共存的，又是互相竞争的，你私生活方面的事情，最好不要跟同事分享；你工作上的情绪，更不能轻易在同事面前表露出来。由此可以得出，合理的距离是保持双方良好关系的必要条件。

距离是人们维持关系的基本因素，但距离不是漠视、冷对他人，更不是时时刻刻怀有防备之心，而是在人际交往中寻找“自己”的价值。所以，适度地保持距离相当于为人际关系增加保障。事实上，真正拥有良好人际关系的人，往往是那些既能真诚对待他人，又能保持自身独立性的人，懂得和他人保持人际距离是他们的一大法宝。只有将距离的“力道”恰当拿捏，才能够探寻到成功交际的奥秘，那么你自然能在人际交往中轻松获胜。

温馨提示

人会在无意识中以自己为中心确立一块领地，当有人随意闯入自己的私人空间时，不管他的用心如何，都是不礼貌的，都会令自己感到强烈的不快，并提高警惕。所以，只有保持适度的空间距离，人与人之间才会产生心理上的吸引效应，如果空间距离过近或者过远的话，都会使人产生心理的排斥感。

为什么伤害一个人就等于伤害许多人

读者来信：我的一个朋友曾经对我说过，如果你赢得了一个朋友的好感，就意味着赢得了250个人的好感；反之，如果你得罪了一个朋友，也就意味着得罪了250个朋友。这是为什么呢？

Leon解疑：人人都有自己的人际关系网，这张网一旦张开，就会势不可当。

每个人周围都有一个250，别误会，这个“250”不是在骂人，也不是把你当傻帽儿，它只是一个单纯的数字，更确切地说，是一个群体，是我们所认识的朋友。

250定律是由美国著名推销员乔·吉拉德提出的。每位顾客都希望自己能够受到上帝般的优待，乔·吉拉德经过计算得出，在每位顾客的背后，都大约站着250个人，这是与他关系比较亲近的同事、邻居、亲戚、朋友等。如果赢得了一位顾客的好感，就意味着赢得了250个人的好感和信任；反之，如果得罪了一名顾客，就等于得罪了250名潜在顾客。由此，乔·吉拉德得出结论：在任何情况下，都不要得罪哪怕是一个顾客。

我们暂且不说这个有点二的数字是否准确，但有一点值得肯定的是，每个人身后那些潜在的消费者是必然存在的。

李文和王刚是同事，平时二人的关系还是不错的。李文是个心直口快的人，一天不小心把王刚给得罪了。王刚跟他理论，李文却一副满不在乎的样子说：“没有你，我一样可以完成这个工作。”王刚被李文气得说不出话来，自己发誓以后不会跟李文有往来。

一周以后，李文联系到一个大客户，如果这个客户能够跟公司签合同，李文将顺利升为部门经理。因此，李文对这个客户特别热情和诚恳，这个客户也被李文的热情感染了，对李文的服务很满意。大家都认为这个合作已经是板上钉钉了。

凑巧的是，这个客户是王刚的表哥，有一次两个人在吃饭的时候谈到工作上的事情，王刚的表哥才知道原来王刚和李文是一个单位的同事。王刚的表哥说：“你们公司有个叫李文的吧，我最近跟他谈生意上的事情。”

王刚一听表哥提到李文，不屑地说了一句：“他呀？”然后欲言又止。

“他怎么了，这个人是不是很不靠谱啊？”李文的表哥问道。

“也没有，就是这个人人品我个人认为有点问题……”

李文的生意就这样泡汤了，更不要提升职的事情了。王刚身边的“250军团”就这样让李文与成功失之交臂。

这样的事件在日常生活中经常碰到，李文在说话的时候根本没有考虑王刚的承受能力和心理感受。

也许你会说，我不是做销售的，所以根本没必要遵从“250定律”。你如果这样想的话就大错特错了。别忘了，即使你不卖东西，你所认识的每个人周围都有一个“250团队”。如果你跟某个人产生矛盾，那你在对方的圈子里的口碑必定不怎么样。

事实上，因为人类过的是一种群体生活，我们只要生活在这个社会上，就离不开与他人的交往，这就形成了一种特定的关系——人际关系。

在交际处事的时候，我们应该用理性的、发散的思维去思考问题。所谓发散思维，是大脑在思维时呈现的一种扩散状态的思维模式，它表现为思维视野广阔，思维呈现出多维发散状。当你认为自己只是伤害了一个人的时候，其实无形中已经伤害了一群人，尽管这些人你未必认识，未必看得到，也未必就是250个人，但是有这样一个事实是客观存在的——你伤害一个人的同时，给一群人留下了坏印象。

我们在日常生活中，可以利用“一题多解”、“一事多写”、“一物多用”等方式培养自己的发散思维能力。不少心理学家认为，发散思维是创造性思维的最主要的特点，是测定创造力的主要因素之一。此外，遇到事情，还要学会心胸开阔一点，在与人相处的过程中更要多一些宽容，这样才会为自己打造和谐的人际关系。

温馨提示

在与人相处时，请不要轻易去伤害一个人，因为每个人身后那些潜在的朋友是必然存在的。当你认为自己只是伤害了一个人的时候，其实无形中已经伤害了一群人。

为什么要增加自己的曝光率

读者来信：我第一次见到表弟家的小孩时，感觉这个小孩子长得一般，可是以后见的次数多了，就越来越觉得这个孩子长得好看了，这是为什么呢？

Leon解疑：某个事物出现的次数越多，人们就越有可能喜欢它。也就是说，人们对某种事物越熟悉就越喜欢。

你大概有过这样的经历，当你置身于一个陌生的环境中时，那个你接触多的人会让你留下深刻的印象，慢慢地，你的视线会被他所牵引，这时你是不是会觉得，这个人比别人更有吸引力呢？

雷军是一家公司的业务员，主要的工作是维系老客户，开发新客户。雷军有个与其他业务员不同的习惯，就是别的业务员到店里肯定是直接找到老板，然后谈业务内容，而雷军每次到一家客户那儿总是先和店里的营业人员热情打招呼，交谈几句，才去找老板谈生意。

有一天，雷军像往常一样走进店里，老板板着脸，严肃地告诉雷军以后不会用他们公司的产品了。雷军满脑子疑问，不明白自己到底什么地方做的不对得罪了老板，但是老板都已经这么说了，那只有选择离开。但抑制不住内心的疑问，走在路上的雷军决定返回去，就算是不合作了，也总得知道到底是什么原因让对方选择了放弃呢？

雷军返回去像往常一样，和店里的营业员热情地打招呼，而这时闻声出来的老板十分热情地接待了雷军，并且告诉雷军自己要订比平时多两倍的货。此时的雷军更是丈二和尚摸不着头脑，短短的时间内，究竟发生了什么，老板为什么变化如此之大。

老板笑着对雷军说：“你一定感到很奇怪吧，其实多亏了我们这儿的营业员小王，是他告诉我你是一个值得合作的人，你主动跟营业员打招呼，真诚、热情，别的业务员只会跟老板说好话、套近乎，可是做生意不是简单的买与卖。小王说你踏实肯干，是个不错的合作人。小王是我这儿的老员工了，他的话我信。”

由于雷军与营业员小王不自觉的熟悉以致获得小王的好感，使自己获得一笔大生意。这具体该怎样解释呢？我们先来看看下面的一则实验：

心理学家选取一系列测试者，把12个素不相识的人的照片给这些测试者看。照片分为6组，每组两张照片。第一组两张照片只看1次，第二组两张照片看2次，第三组照片看4次，第四组照片看6次，第五组照片看8次，第六组两张照片不予观看。被测试者看完照片后，要求按照自己的欣赏程度对照片给予评价。结果发现，参与实验的人看到某张照片的次数越多，就越喜欢这张照片上的人。

这就是所谓的曝光效应。简单地说，就是某个事物出现的次数越多，人们就越有可能喜欢它。即对某种事物越熟悉就越喜欢。回到上面的故事，雷军之所以能够获得这单大生意，就是因为他充分利用了这一点，赢得了小王的好感，而小王又是老板最信任的员工，所以自然而然拿到订单。

在生活中，我们身边时常会遇到这种现象。比如，亲朋好友之间多来往能进一步增进感情，否则可能会渐渐疏远。我们新认识的朋友中，有时难免会有相貌不佳的人。开始，我们可能会觉得这个人长得对不起观众，可是在多次见到此人之后，慢慢就不觉得他像之前那样难看了，有时甚至会觉得他在某些方面很有魅力……这些都是曝光效应在起作用。

很多明星们不断地曝光，就是为了赢得更多人气，尤其是那些尚未出名的新人们，他们总是想尽一切办法赢得曝光率。因为过高的曝光率会让更多人关注他们、喜欢他们。

对我们来说，也应该效仿明星提高自己的曝光率，增加自己在陌生人面前出现的几率。当然，我们不可能像明星那样有媒体的宣传，但我们可以依靠自己的智慧和技巧来扩大影响。

要想扩大自己的人际关系，就要尽可能出席所有别人邀请你出席的重要场合。在这些场合中，你不能只是听别人在那里发表意见，也不能只顾着自己吃喝。你要在合适的时候向对方敬酒，并且微笑着寒暄。而且在适合自己发挥才能的时候，你更要抓住机会表现自己，让更多人认识你、记住你。

除了出席重要的场合外，你也可以通过制造偶遇、巧遇这个办法。比如说你知道对方每天下午六点会出现在电梯里，你完全可以也在那个时候出现。在见到对方时，你可以微笑地打个招呼，顺便寒暄几句。

如果工作繁忙没有时间，还可以利用手机、邮件、微信、QQ等现代化工具去提醒别人你的存在。比如，你知道对方的手机号码或者微信号，就可以在节假日的时候发一条问候的信息；如果你知道他的邮箱地址，就可以在发现对对方有用的信息时，给对方发一封邮件告知；如果你知道对方的QQ，就可以利用他在线时，发去一条真诚的问候。

如果你想增强人际吸引，让更多的人注意到你，就要提高自己在别人面前的熟悉度，这样可以增加别人喜欢你的程度。别人见到你的次数越多，你被别人关注的几率就会越大。

温馨提示

曝光效应的前提是首次接触的印象必须是不讨厌，如果第一次就让人特别讨厌的话，估计以后频繁接触只会使不良印象强化。

为什么越是满怀期望，越容易失望

读者来信：现在社会上为什么剩男剩女越来越多呢？其中有不少不论是论相貌、论工作还是论家境都很不错的人，难道真的是他们整天忙于工作，交际范围狭窄吗？

Leon解疑：在众多的选择对象当中，有些人总觉得会有更好的人在等着自己。于是这些人就找来找去，结果却发现怎么一个不如一个。

在生活中，我们不难发现，这个社会上的剩男剩女越来越多，相应的相亲节目也相当火爆，为什么那么多男男女女明明条件很好却找不到合适的另一半？也许有人会说他们工作忙、交际范围小，所以把自己都耽误了。

没错，这些都是被剩下的原因。只不过还有一个最根本的原因，那就是在众多可供选择的人当中，有些人的眼光越来越高了。高能力、高学历、高收入的单身大龄青年越来越多，于是高眼光、高要求也就应运而生了。我们都认为在这么多人当中一定能够找到更好的人，更好地还在后面，于是我们就找来找去，结果却发现怎么一个不如一个呢？因为在众多的选择对象当中，我们往往不知道究竟自己想要找一个什么样的。

传说古希腊哲学家苏格拉底有三位学生，他们都想找到最适合自己的对象。但是他们又不知道怎样才能找到适合自己并能与自己相守到老的伴侣，于是三个弟子跑去请教自己的老师：“我们怎样才能找到称心如意的伴侣呢？”

苏格拉底并没有直接回答他们的问题，而是把三个学生带到了一大片麦田边，指着这大片的麦田说：“现在你们进去摘一个自己认为最大最好的麦穗给我。规则是你们只能从麦田的这一边走到另外一边，不准走回头路，只能摘一次，你们现在出发吧，我会在麦田的另一边等你们！”

三个学生都很相信自己的老师，认为老师是智者，他这么做肯定会有自己的道理，于是他们走进麦田去摘那个他们认为最大的麦穗。

然而同样是摘麦穗，这三个学生却有着不同的表现。第一个学生是个急性子，刚走几步就迫不及待地摘了自己认为最大的那个麦穗，结果越往前走越觉得后悔，因为他发现了前面有许多比手中更多更大更好的麦穗；第二个学生是个慢性子，一直在左顾右盼，东瞧瞧西看看，觉得这个很好那个也不错，但是又害怕自己错过最好的，所以一直也没有下手去摘，直到快走到终点的时候，才匆匆摘了一个自己其实并不满意的麦穗，因为他已经错过了之前几个更大的；第三个学生要比前两个学生稳重、成熟，只见他不慌不忙，他把麦田分为三份，在一开始的时候仔细观察身边的麦穗，走到中间的时候仔细对比，走到最后三分之一的时候摘下了经过反复比较后认为最大的那个麦穗。结果可想而知，第三个学生比前面两位弟子摘到的麦穗都更大更好。

很显然，第一个学生的盲目轻率和第二个学生的犹豫不决都是不可取的。第一个学生就好比早恋早婚的人，他们虽然没被剩下，可是对自己的爱情和婚姻过于草率，有时难免会面临离婚的危险。第二个学生总以为前面会有更好的，于是挑三拣四犹豫不决，不停地错过，最后只能随便找一个来将就。剩男剩女们显然属于第二种心态。当然，最值得学习的是第三个学生，他很理智，知道自己想要的是什么，于是目标明确，分析准确，下手正确，所以他找到了最合适的那个。作为老师，这正是苏格拉底要传达给学生们的

信息。

即便是感性的爱情，也得有理智地分析，如果你想要找到那个最适合自己的的人，就不能用之前的那种有更好的人在等着自己的错误思维来看待感情。要认真想清楚自己究竟想要找个什么样的人，然后朝着自己的目标寻找。世界上不乏好男人和好女人，适合自己的才是最重要的。

温馨提示

要想找到适合自己的另一半，一定要用正确的态度来看待感情，明确自己的目标，作出正确的选择。

如何在无成本投入的情况下赚到钱

读者来信：有人在没有钱的情况下也照样消费，将自己想要做的事情漂亮地完成，他到底是怎么做到的呢？

Leon解疑：这确实有一定的难度，不是所有的人都能够做到。但有一点需要注意，我们在遇到事情时应该善于思考，来实现思维的突破，全面联系地看问题。

在我们的观念中，只有付出了金钱或者同等价值的物品才能买到或者交换到自己想要的东西。如果我们没有成本，消费就无法进行，然而事实真的如此吗？

我们先来看看“酒店大王”希尔顿的故事。

一次，“酒店大王”希尔顿在盖一栋新酒店时，由于资金周转不开，盖了一半的酒店无法继续盖下去了，银行又贷不到款，希尔顿急得不知道怎么办才好。突然，他想到了一个好办法，让当初卖地皮给他的商人帮助自己，要他给自己“免费”盖酒店。

世界上难道有人傻到卖地皮给你，然后还把楼给你盖好的吗？也许这真的让人不能理解，但是希尔顿却成功地做到了！

希尔顿找到那个地产商坦言地对他说自己资金周转不开，没钱继续盖酒店了！地产商漫不经心地说：“那就先停工，等有钱了再盖吧！”

希尔顿回答道：“这个我当然知道，可是你有没有想过，假如我的酒店一直拖下去，恐怕你的损失比我还大呢。”

地产商感到很奇怪，你盖酒店与我有什么关系？希尔顿接着说：“你知道，自从我买你的地皮盖房子以来，周围的地价已经涨了好几倍。如果我的酒店突然不盖了，你的这些地皮的价格也就会因此受到很大影响！如果有人再对外宣传，说我的酒店停工是因为这个地方风水不好，准备另迁新址，到时候大家又会怎么想呢？”

“那你想要我做些什么呢？”地产商有点紧张地说道。

“很简单，你将房子盖好再卖给我，钱我当然会付给你的，但不是现在，而是从我的利润里分期支付。”

地产商尽管心里很不乐意，但是考虑到整体利益，还是答应了希尔顿的要求，决定帮他盖好这栋新酒店。

希尔顿在缺乏资金、无法继续将酒店盖下去的情况下，运用全面联系的思维方式从不同的角度分析了酒店不能完工对地产商可能造成的负面影响，终于克服困难，越过障碍，如愿地达到了目的。

世界上的一切事物都有着千丝万缕的联系，把握住它们的联系就能把握住问题的实质。所以我们在遇到问题时应该从整体来思考，全面联系地看问题。

在很多人眼里，希尔顿的打算简直是异想天开，是一件完全不可能做到的事情，而希尔顿却做得天衣

无缝又合情合理。同样是危机，他思路一改，问题就解决了！

因此我们应善于思考，来实现思路的突破，从而跨越人生中遇到的障碍。

温馨提示

没有做不到，只有想不到。变通思路就能找到出路，只要你肯思考，没有什么逾越不了的障碍。

趣味测试

1. 你的反应力和判断力如何？

一个假日的清晨，你和情人约了去晨跑，当你们在河边看到一位戴太阳镜、一身新潮打扮的美女站在树荫下，看见她打开手袋，东翻西找，你认为她在找什么？

- A. 面纸
- B. 化妆品
- C. 钱包
- D. 小镜子

答案：

A：你的反应能力不强，但是你十分注重礼仪，所以你的观察力不错，能根据对方的一些小动作，推断出他的企图及动机。

B：你有敏锐的观察力，猜测事情通常八九不离十，但你太爱探测他人隐私，却忽略了自己真正该关心的事物，这往往使你在做事时，会错失重点。

C：在人群中，最能发挥你的敏锐观察力了，大家一起吃饭时你很怕大家都不付账，所以你会一直注意别人是否有掏钱的行为，若没有，上厕所和去打个电话，就是你的借口。

D：因为你注重外表，所以你对他人的观察能力很差，对事物的反应力也同样很差，所以你最容易吃亏上当。

2. 你会见机行事吗？

现在很多人都乘坐飞机去旅行，当你选择航空公司时，除了最重要的安全性之外，还有什么是你最在意的？

- A. 空服员的素质和服务态度
- B. 飞机餐饮的品质
- C. 各种语言都可通晓
- D. 座位舒适，视听娱乐设备先进

答案：

A：你有着广泛的小道消息来源，所以能掌控所有的信息。当别人慌乱时，你表现得很沉稳，因为你已经做好一切准备了。就算遇到突发状况，你也能从容应对，可以顺利逃过劫难。

B：你对事情的敏感度不高，所以一旦发生事故时，你可能会呆立在原地。因为你周边的环境给你足够的安全感，所以很少受到磨练，对你来说，多经历几次考验，就会慢慢培养出危机意识。

C：你的生活平静而单纯，似乎没遇到过很麻烦的事情，但你只是在生活上享受这种安逸，一旦碰到问

题，会很聪明地把事情处理好。

D: 在危急事件面前，你不会太着急，因为你有着广泛的人脉关系，不愁找不到人帮忙，另外你也懂得维护好人际关系的重要性，所以平时早已做好了这些事情，遇事自然不会担心。

第三章 人际交往的悖论——为什么越渴望被人重视，却越容易被人忽视？

如果被误解，怪你自己，别怪听众。你才是传达信息的人。

——罗杰·艾尔斯

为什么同样一句话可以说出不同的效果

读者来信：为什么同样的一件事情，不同的表述方式，人们会对其做出不同的反应呢？

Leon解疑：同样的事情，不同的表述能够导致人们做出不同的决策判断，这与人们看问题的角度和自身的经验有直接关系。

同样的事情可以有多种表达方式。例如，你口渴了，想让同事帮忙倒杯水，你可以说：“嗨，给我倒杯水！”或：“亲爱的，我正在准备一会儿要开会的内容，会议快开始了，我还有部分资料没有整理好，麻烦你帮我倒杯水，OK？”同样的内容，不同的说法，效果完全不同，心理学中称为框架效应，即人们视表达方式的不同，对同样的事情会做出不同的反应。

有个吝啬鬼不小心掉进河里，好心人看到后立刻冲向岸边，喊道：“快把手给我，我救你上来！”但这吝啬鬼就是不肯伸出自己的手向好心人求助。好心人一时之间没有想明白这到底是怎么回事，后来突然醒悟，就冲着快要下沉的吝啬鬼大喊：“我把手给你，你快抓住我！”这个吝啬鬼毫不犹豫就抓住了好心人的手，安全上岸了。

“框架效应”告诉人们，在与人沟通时，关键不在于说什么，而在于怎么说。为什么会产生框架效应呢？我们可以从以下两个方面进行解释：

（1）不同的观察角度，导致框架效应的产生。对于同一种现象，人们从不同的视角出发，就会形成不同的判断，导致得出截然相反的结论。

（2）经验的不同，导致产生框架效应。在生活中，经验可以帮助我们理解不同的事物或现象，同时个体倾向于以固有经验形成的框架去选择和解读信息，所以这就为我们获取信息设定了某些局限性。

我们再看一个例子，研究人员拿出两种肉：99%无脂的和1%含脂的。请几个人作出选择，结果多数人认为第一种肉更健康，其实两种肉是一样的。即使让人们在95%无脂的和1%含脂的肉之间选择时，还是会有多数人选第一种肉。实际第一种肉的脂肪比第二种肉的多一倍甚至更多。

美化是框架效应常呈现的方式之一。股价下跌称为“回调”。支付过高的收购价被称作“善意”。出现的问题不是“问题”，而是“机会”。如果我们只关注整体的一个或少数方面，也是在顺从框架效应。比如，在买手机时，我们会将注意力集中在手机的外表而忽视了其内在的配置。因为我们不可能全面观察一个事物的所有方面。所以，生活中没有框架效应，我们什么也不能描述，因为每个事物都会受到框架效应的影响。

温馨提示

我们在日常生活中应该从多个角度看问题，不偏执一隅，多听取他人的意见，通过理智思考，努力避免框架效应造成的不良影响。

为什么适当与异性搭配工作会更有效率

读者来信：我们平时常说“男女搭配，干活不累”，事实也证明异性在一起合作，要比同性合作更有效率，为什么会是这样呢？

Leon解疑：这就是我们常说的同性相斥、异性相吸。随着性生理的急剧变化，人们的性心理也发生了微妙而复杂的变化。这种变化使得我们由对异性的疏远转变为对异性的亲近，并在以后发展为追求和爱慕，因此，异性之间相互吸引的好感使我们常常不由自主地将注意力转移到异性身上，渴望在情感上能与异性进行交流，体验到一定的情感依恋。同时，还希望得到异性的肯定，以增强自己的自信心和成人感。

在日常生活中，我们经常会看到异性相吸的现象，如在服务场所，很多时候，女营业员接待男顾客要比接待女顾客显得更热情。在工作中也是这样，与同性之间互助工作相比，异性之间彼此互助工作的效率往往更高一些。这到底是为什么呢？

李女士是某公司公关部经理，她的人脉颇广，出师必胜，为公司屡屡立下战功。有一次，公司的生产原料奇缺，材料科的同事四处奔走，却没有结果，而李女士出面联系，没过几天，问题就得到了解决。还有一次，公司因为启动一个新的项目需要一大笔资金，可公司目前资金周转有点困难，财务人员急得像热锅上的蚂蚁一样。又是李女士风尘仆仆，周旋于银行之间，竟获得银行贷款上百万元。李女士因此备受领导器重。

李女士外出办事多数要和男性打交道，由女性出面较为顺利，这也是李女士成功的原因。这种现象就是异性效应。

“异性效应”是指在人际关系中，异性接触会产生一种特殊的相互吸引力和激发力，并能从中体验到难以言表的感情追求，对人的活动和学习能够起到积极的作用。

俗话说“同性相斥，异性相吸”，事实的确如此。无论在生活中还是工作中，你与身边的某些异性朋友可能会在一些方面互补，能够在很多事情上达成共识，合作起来甚至会事半功倍。所以，如果在一个团队分配任务时，不要觉得男性在一起更能理智地处理问题，也不要认为女性在一起合作才能更认真、耐心地完成任务。如果同性太多且办事效率很低的情况下，不妨转换一下思路，男女搭配，也许会取得意想不到的效果。

异性效应现象在我们人类征服宇宙的过程中也曾发生。在宇宙飞行中，大约有60.6%的宇航员会产生头痛、眩晕、失眠、烦躁等“航天综合症”，而且一切药物均无济于事。这到底是为什么呢？经过调查研究，得出的结论竟是“没有男女搭配”，是性别比例失调严重，导致异性气味匮乏的结果。

人们常说“男女搭配，干活不累”，虽然这话多少有点调侃的味道，但适时地发挥一下“异性效应”也不错，对事情的进展也许大有帮助。

据有关专家统计分析，男女是可以在工作中互相补充的，尤其在以下几个方面：

（1）事业上可以互相帮助。在合作的过程中，双方得到的不仅仅是具体的帮助，还有异性的赏识和鼓励，这对提升个人的自信和动力大有帮助。

(2) 智力方面可以互相补充。男女搭配，可以综合男性的思维模式与女性的思维模式，从而最大限度地避免错误。

(3) 气质上可以互相补充。在共同工作中，男女双方的气质特性会潜移默化地影响对方，有利于集中双方的优势。

(4) 感情上可以互相安慰。女人感情细腻温柔，男人则感情热烈，如果能够在异性交往中遇到知己，这种感情的交流是微妙的，更是在同性身上无法得到的。

其实在我们的日常生活过程中也会发现，我们有时为了能使异性产生好感，希望自己在异性面前有一个好的表现，能给异性留下一个深刻的印象；当和异性在一起时，会更注意自己的言行举止，因而出现女孩的好打扮，男孩在女孩面前的“英雄行为”。

“异性效应”的产生有其生理学和心理学依据。

医学专家认为，人体能分泌出一种具有芳香气味的“外激素”，当异性共处时，“外激素”会通过空气传播并刺激异性，协调异性的血液循环、呼吸、内分泌等生理活动，进而对男女双方的生活、学习、工作、健康产生积极的影响。

心理学研究表明，随着性生理的急剧变化，人们的性心理也发生了微妙而复杂的变化。这种变化使得我们由对异性的疏远转变为对异性的亲近，并在以后发展为追求和爱慕。因此，异性之间相互吸引的好感使我们常常不由自主地将注意力转移到异性身上，渴望在情感上能与异性进行交流，体验到一定的情感依恋。同时，还希望得到异性的肯定，以增强自己的自信心和成人感。

懂得了这些知识，我们就知道在一个团体中怎样合理有效地分配人力资源，以取得最高的办事效率。

温馨提示

不是所有时候男性合作就能比女性一起更有优势，也不是所有时候，女性在一起协作办事效率会高于男性，只有合理地利用“异性效应”才能将事情更出色地完成。

为什么女人的心思最难猜

读者来信：有些女人有时候嘴上说的话和内心所想不一样，搞不懂这一点，常常会令异性之间产生误解。

Leon解疑：女人有时候会说一些违心的“假话”，这时候男性一定要引起高度注意。

有人说女人是一种含蓄的动物，她们往往表现出来的是心口不一。许多女人不太喜欢把自己的内心想直接告诉对方而是让对方去领悟，对男人来说，虽然男人很爱女人，但有时也会被女人的无理取闹弄得筋疲力尽，不知如何是好。

刘星和李灿是一对情侣，两个人已经交往了好几个月的时间。大概是在爱情的滋润下，李灿感到自己的体重有所增加，稍微有一点点发福了。作为李灿的男朋友刘星是真心喜欢李灿这个人，所以对于李灿的发福，他并不在意。

一个周末的上午，两个人去逛商场，李灿看到一件样式非常时尚的大衣，她对刘星说：“这件大衣真好看，可是我太胖了，穿不了。”接着，刘星随口回应道：“嗯。”结果，李灿很生气地一个人离开了商场。

“明明是她自己说自己胖，干吗还发那么大脾气？”对于李灿匪夷所思的行为，刘星感到一头雾水。

像李灿这样常以“我太胖了”、“我一点都不聪明”等故意自我贬低的女性在生活中到处可见。作为男性，如果女朋友或者爱人说出类似的话，我们不假思索就点头称是的话，恐怕要面临一场狂风暴雨。

实际上，女性说出那样自我贬低的话，有点小女人的撒娇行为，她是期待能够听到自己的另一半否定的回答“没有那回事！”这样能够让自己更加自信。女性在说那些话时，没有想到自己喜欢的人居然会做出肯定的回答。理想与现实发生冲突，自然会大发脾气。因为她们在意自己喜欢的人对自己的评价，他们的回答可以证明自己在对方心中的地位。

另外，嘴上说“我最近胖了很多”的女性，其实内心在想：“我虽然胖了一点，但只是一点而已。我的身材并没有改变呀，再说，比我胖的人有的是呢！”正因为她们对自己的身材充满自信，才会以否定的形式说话。通常情况下，女性以否定的形式说话是想确认自己的存在价值。

温馨提示

女人有时候会说一些“违心”的假话，其实是对男朋友的一种试探，所以男性朋友一定需要格外注意。

为什么提要求的时候一定要先了解对方

读者来信：在人际交往中，为什么有时候跟对方直接提出自己的要求却往往被拒绝呢？

Leon解疑：因为没有能够打动对方的心，没有能够让对方接受自己，也就是说，没有投其所好。

在与人沟通时，对于自己的真实目的有时候不需要直接点破，言外之意反而能更好地表达自己的意思，让对方接受自己的请求。

值得注意的是，找准对方的兴趣展开话题，往往能说到对方的心坎上，会让对方感到愉悦。

有一个房地产公司总裁的公关助理，受命去聘请一位特别著名的退休园林设计师，为公司的一个大型园林项目做设计顾问。

公关助理在第一次登门拜访时，跟设计师寒暄一阵后，公关助理很客气地表明了自己来访的目的，言辞真诚，但是设计师只是微笑着请公关经理喝茶，对于公关助理的要求，设计师说自己现在没有那么多的精力再去折腾。公关助理只好失望而归。

为了能够完成任务，公关助理回去之后对这位设计师做了详细的调查。这位老设计师性情孤傲，很少有人能请得动他。但他平时喜欢作画，公关助理便花心思读了一些美术方面的书籍。当他再次来到老设计师家中时，发现老设计师的画案上放着一张刚画完的国画，于是便赞叹道：“老先生的这幅丹青，景象新奇，意境宏深，真是一幅好画啊！”老设计师被公关经理的赞美之词稍稍地打动了。

接着，公关助理又说：“老先生，您是学清代山水名家石涛的风格吧？”老设计师的谈话兴趣一下子被公关助理激发了，接下来他的态度比第一次来时好多了，话也多了起来。最终，公关助理说服了老设计师，出任其公司的设计顾问。

所以在按照以前的思维行不通的时候，不妨转变一下思路，你要想走进别人的心里，还要学会投其所好，既要学会使用嘴巴，还得懂得用眼睛去观察。

有一对恋爱的年轻人，到了谈婚论嫁的地步。但是女孩的父亲因为男孩的家庭情况不符合自己的标准所以一直反对两个人交往。女孩深爱着这个男孩，所以她计划和自己的父母断绝关系，但男孩却劝她不要这样做，说自己有办法可以说服女孩的父亲不再反对他们的交往。当男孩从女孩嘴中知晓了女孩的父亲爱喝酒和下围棋后，男孩就让女孩先对她父亲说自己有了新的男友，其他的一切都不要提起。

男孩去女孩家时，特意去超市买了两瓶好酒，而且还特意买了一对精致的小酒杯。女孩的父亲一见男孩如此懂事，便很喜欢。之后男孩又跟女孩的父亲谈到了下围棋，两人还下了几盘。这次的拜访拉近了和女孩父亲的关系，以后男孩每次去女孩家时，都和女孩父亲下上几盘围棋。为了能够提高围棋技艺，男孩找了很多有关下围棋的资料学习研究。男孩的聪明令女孩的父亲觉得这个小伙子很对胃口，于是答应把女儿嫁给他。

要了解一个人，主要是要了解对方的价值取向和兴趣点，如果对方喜欢音乐，你却总是滔滔不绝地谈论美术，那么就会招致对方的厌烦。对此，卡耐基有着自己独到的见解。卡耐基经常去钓鱼，他说：“我喜欢吃香蕉，喜欢吃草莓，但我钓鱼的时候不会把香蕉和草莓放在鱼钩上，因为鱼喜欢吃蚯蚓。”由此可见，

投其所好是成功的法宝。

在人际交往中，如果不了解对方的兴趣点，盲目地进行感情投资，会让对方觉得你另有所图，不怀好意。关心对方的兴趣所在，这体现出你对对方的了解和尊重，而这动机本身就是一笔巨大的感情财富。

温馨提示

投其所好，而不是给己所要，是我们在人际交往中的基本原则。无论和谁，无论在什么情况下，我们都要学会看菜吃饭，量体裁衣。

为什么总感觉别人对自己不够好

读者来信：有时候，我会产生这样的疑惑，在与人相处的过程中，总是感觉别人对自己不够友好呢？

Leon解疑：人与人之间的友好是相互的，不要总想着别人对自己好，付出自己的真诚才能收获真诚。

在生活中，我们经常听到有些人愤愤不平地说：“别人为什么这样对我？我哪里得罪了他们？”如果你也曾经有过这样的想法，看完下面这则故事，你也许能够释然。

有一天，蜜蜂和黄蜂相遇了，于是它们闲聊起来。黄蜂委屈地说道：“我有个问题一直想不明白，咱们有很多相同之处，可是为什么人人都喜欢你，而他们却不喜欢我，还把我当作坏虫呢？论相貌，你没有我漂亮，我有一件天生的漂亮的黄色大衣，而你却成天脏兮兮地忙里忙外，我到底哪里不如你呢？”

蜜蜂和蔼地说：“我觉得人类之所以喜欢我，是因为我给他们创造了价值，可以给他们蜜吃，而你为他们做过什么呢？”

黄蜂不屑地说：“我跟他们又不是好朋友，为什么要为他们做事呢？”

蜜蜂叹了口气，接着说：“你希望别人怎样待你，你就得先怎样待人。”

回到生活中，你希望别人怎么对你呢？你一定不希望别人否定你、抱怨你，那你希望是怎样的呢？《圣经》中有这样一句话：“你待人当如人之待你。”也就是说，别人对待你的方式，其实是由你对待别人的方式决定的。

如果你有这样的疑惑：为什么我得不到朋友们的欢迎，他们看到我都不打招呼，不微笑着对我呢？你可以这样反问自己：“我跟他们打招呼吗？对他们微笑过吗？自己对待他们冷漠如冰，又怎么能要求他们待自己热情如火？”如果你认为自己的同事对你不怀好意，想和自己竞争，也不妨这样反问自己：“我想跟他们竞争吗？自己将他们看作劲敌，他们又怎么能把自己当作队友呢？”

有些人每天都在纠结着：鄙视不讲诚信者，自己却常失信于人；痛恨别人的欺骗，但却常拿别人取笑；讨厌别人背后说三道四，自己却常在背后说长道短，甚至造谣诋毁。

每个人都在无意识中教会别人如何对待自己，凡是你给别人所做的，就是对自己做的，你让他人经历什么，有一天你自己也将经历。比如，你看别人不顺眼，别人就会看不顺眼；你对别人冷淡，别人也会回以冷漠；如果你经常批评别人，那么你也会接收到许多的批评。力的作用是相互的，人们的态度也是相互的。你所给予的，都会回到你身上。

有个亲善大使去邻国考察，回来后，他对自己身边的人说那里的人一点都不友好：个个冷若冰霜，对客人有敌意。后来，他的朋友告诉他再去那里，先改变一下自己的态度。他第二次再去邻国考察时，改变了自己的态度，走到哪里都微笑着对每一个人，无论对谁都彬彬有礼。他发现了不一样的结果，这里所有的人个个面带笑容，他们都是那么亲切友善。他这才明白，之前这里的人们对自己不友善，是因为自己对他们的不友善造成的。

别人对你的态度，就是你对别人的态度，也是你做事情的结果，只有你先对别人好，别人才会对你

好。因此，要想得到别人的关心，先去关心别人；要想得到别人的赞美，先去赞美别人；要想别人对你微笑，先去对别人微笑；要想得到别人的拥抱，先去拥抱别人.....

温馨提示

人与人的相处，必须从自我做起，你改变了自己，就改变了别人，就改变了自己的世界。

为什么对再熟悉的人也要说声“谢谢你”

读者来信：我有个同事跟我同在一个办公室，有什么事情我总爱找他帮忙，每次他都很热心。可是最近不知怎么了，面对我的求助，他没有之前那样热心了？

Leon解疑：面对别人的帮助，我们一定要心怀感恩之心，让对方感受到自己的真诚。

在职场中，很多男同事经常主动地帮助女同事，比如搬重东西、给办公室的饮水机换水，有什么累活儿也总是抢在女同事前面。在部分女同事看来，这是男同事理所当然的绅士行为。要知道，世界上没有谁应该对谁付出，他们的绅士风度是自己的一种涵养，实际上，就算他们不帮忙，你也没有理由责怪他们，因为这些并不是男同事必须首当其冲去做的。

小吴和小张是同事，两人在同一个办公室。

小吴是电脑高手，谁的电脑出现故障，小吴总是能够用自己的聪明才智将故障排除，因此，为大家的电脑免费服务就成了小吴的业余工作。

“小吴，过来一下，我的电脑好像出了点问题。”小张说道。

“好的。”小吴极不情愿地从座位上走了过来。

小张以前因为电脑问题，没有少麻烦小吴。最初，小张跟小吴还挺客气的。每次小吴帮小张排除故障之后，小张都会说声谢谢，或者送上点好茶给小吴。可是，随着次数的增加，小张就渐渐没有之前那么客气了。每次有问题出现时，就把小吴招呼过来，修好之后，连谢谢都懒得说了，也可能在他看来，他们都太熟悉了，每天在同一个屋檐下生活。可是在小吴看来，自己好像就应该为小张服务似的。

以后的工作中，小张的电脑出现问题招呼小吴时，小吴不再像之前那样热心了，有时候还会说自己工作正忙，没有时间。小张思来想去，不知道自己究竟什么地方得罪了小吴，两人的关系越来越疏远了。

在小张看来，小吴跟自己同在一个办公室，又关系不错，每次说谢谢太客气了，所以时间久了，他也就懒得说了。其实小张的想法是错误的。因为即使两人之间的关系再好，小吴也没有为小张免费服务的义务。

别人帮助了自己，一句简单的谢谢，既是对对方付出的承认，也是对对方的一种尊重。人是需要感激的，“谢谢”两个字，远比给钱、送礼、请客更能表达自己的真诚，不管对方是否接受你的感激，最重要的是，你表达出来了，对方从你身上得到了尊重，从而产生一种人格上的满足，使得对方乐于与你共事，并且也更愿意与你做朋友。

人与人之间，接受与付出的平衡是彼此关系良性发展的前提，如果男同事帮助了女同事，女同事总是表现出不同形式的感谢，这对男同事们来说是一件很开心的事情，有一种受人尊重的感觉，以后女同事再找自己帮忙，自己也会更乐意伸出援助之手。

也许有人会说，对方是个热心肠，不会介意“帮”我点忙，如果我送东西给他，或者是请他吃饭，不就好像把彼此的交情看俗了吗？有的时候确实是这样，但是对对方的付出，感激的心情还是要表达的，一句

简单的“谢谢”，既能让对方感受到我们的心意，知道我们在乎他为自己的付出，又能让对方感觉你是个有情有义的人，也就会更愿意和你接触。

因此，在别人帮助自己后，请不要觉得别人帮助自己是理所当然的事情，因为人家没有为你免费服务的义务，向对方表达自己的一份感激之情，既是对别人的尊重，也能够让对方感受到你的真诚，从而下次在需要帮助的时候，能更好地为自己服务。

温馨提示

在接受别人的帮助后，请不要吝啬说“谢谢”，也许这两个字并没有多少含金量，但它可以让对方乐意“再一次帮助”你。

为什么别人对你的赞美眉头紧蹙

读者来信：每个人都喜欢被别人称赞，可是为什么有时候对别人的赞美反倒会加剧对方的防备心理，会让对方感到不快呢？

Leon解疑：赞美要发自一个人的内心，要体现真诚，要实事求是，而不是随心所欲、信口开河。赞美的尺度掌握得如何，直接影响赞美的效果。因此，恰如其分、点到为止的赞美才是真正的赞美。

人人都喜欢被别人赞美，赞美带给人的喜悦是无可比拟的。它能够有效地拉近人与人之间的心理距离，使人们产生沟通的愿望。渴望被赏识是人的天性。既然每个人都渴望被赞美，那工作中就应当学习和掌握好赞美的技巧，这将有助于自己在职场的发展。

不过，想让自己的赞美产生效果，也是需要有一定的技巧的。一个气球吹得太小，会不好看；吹得太大，很可能会吹破。同理，我们对他人的赞美也要真诚且恰到好处。否则，不但起不到赞美的效果，还会加剧对方的防备心理，会引起对方的厌恶与反感。

陈辉是一名刚刚被调入公司核心部门中的普通员工，由于想提高自己的业务水平，他一直都很努力地通过加班来弥补自己技术上的不足，希望能得到领导的信任。这一切都被他的部门主管看在眼里。

一天，部门主管加完班准备离开单位时，发现陈辉还在那里认真地工作，便走到陈辉旁边准备打个招呼，表示一下上级对下级的关心。他对陈辉说：“小陈啊，我听说你每天都加班到很晚，要注意休息啊！能进我们部门的都是公司精英中的精英，你也不例外，以你的技术水平，不用每天都这么辛苦，早点回家吧！”

陈辉听到这话，战战兢兢地关了电脑，和主管一起下班了。但是回到家里却一直琢磨着主管这几句话的意思，整个晚上都没有休息好。一周之后，他以现在的技术水平不适合现在的岗位为由主动向领导提出要求调到普通部门。私下里，他对朋友宣称，在核心组工作压力太大了，领导说核心部门只留精英，但是他觉得自己的技术水平算不上是精英，与精英相比，还差很多。

试想，如果你的直接领导夸奖你“你是公司里能力最强的人，将来一定能够独当一面”，如果自己不是充满自信或者真的实力超强，听到这些话，心中不免产生怀疑：我真有他说的那么好吗？他这话是什么意思呢？

假如领导单独找你谈话，谈话的内容为以下四种方式：

一直都在表扬你；

一直都在批评你；

开始是批评而后转为夸奖；

开始是表扬而后转为批评。

在上述四种方式中，哪种谈话方式是你比较容易接受的呢？一定是第三种“先批评后夸奖”。通常情况下，这种方式也是领导与下属谈话用得最多的方法。为什么会这样呢？

我们来逐个进行分析，如果领导从头到尾都在表扬你，你可能会怀疑他“别有用心”，甚至你会觉得“是不是领导不想让我在这干了”；如果领导从头到尾都在批评你，那是对你的否定，一定会严重打击你的自信心；开始表扬而后转为批评，领导先表扬一番下属，用“但是”作为转折，收敛赞美，这种方式更像是一种委婉的警告，所以你也不会觉得开心，由此看来，赞美的方式是很有讲究的。

赞美要发自一个人的内心，要体现真诚，要实事求是，而不是随心所欲、信口开河。假如在聚会上发现朋友唱歌唱得不错，你对他说：“你唱歌真是全世界最动听的。”这样赞美的结果只能使双方都难堪，但若换个说法：“你的歌儿唱得真不错，挺有韵味的。”朋友一定会为你的夸奖感到高兴。

在职场中，主动与同事打招呼、适当地赞美同事是很有必要的。但是，值得注意的是，一定要将赞美的“度”把握好，过度的赞美会让人不知所措，也会让人怀疑你的动机。另外，不适当的赞美、不合时宜的赞美、没来由的赞美都会让人心生疑虑，反而不利于建立良好的人际关系。

所以说，赞美的话也是有学问的，赞美的尺度掌握得如何，直接影响赞美的效果。因此，恰如其分、点到为止的赞美才是真正的赞美。一定要切忌过度地恭维或空洞地吹捧，这样只会使对方感到不舒服、不自在，其结果会适得其反。

温馨提示

尽管人人都喜欢赞美，却没有人喜欢被过分夸大的赞美。如果赞美过度，不但不会给人良好的感觉，还会加剧对方的防备心理。因此，在赞美别人的时候，一定要把握好赞美的“度”。

趣味测试

1. 你在乎朋友的指数有多高？

当你认识了一个人，很想跟他交朋友，那你会想了解朋友的哪些方面呢？

- A. 功课、成绩
- B. 星座、个人资料
- C. 家庭状况
- D. 兴趣、嗜好

答案：

A：你在乎朋友的指数是20%。你很现实，不怎么在乎自己的朋友。当你的朋友跟你说他成绩不好，你一定会对他很冷淡、不理他，所以你必须试着了解、关心自己的朋友。

B：在乎朋友指数是40%。你是一个很会照顾朋友的人。当朋友遇到困难，你会伸手援助，但缺点是当你眼前有利益时，你会把自己的朋友忽略掉。

C：在乎朋友指数是80%。你是一个非常在乎朋友的人，尤其是他的成长环境。你不想让自己的朋友遭受威胁。

D：在乎朋友指数是99%。你是一个难得一见的忠实好友，在你的心目中，对待朋友的态度是有难同当，正因为这样，你的朋友会越来越多。

2. 你的人际关系的优势在哪里？

你最好的朋友，即将移民到英国，过两天刚好他要过生日，你为他办了一场生日惜别会，到时候你最想对他说的话是什么？

- A. 你要常常和我联络喔
- B. 有空要常回来看我
- C. 有机会我一定会去找你
- D. 我会想念你的

答案：

A：你是一个乐天派，不管遇到什么情况，你都能从容地面对，给别人信心，和你在一起，不自觉地也会变得有自信，好像任何问题都会迎刃而解，像是具有神奇的力量一般。

B：你很聪明并且有主见，尽管有时候会让别人觉得你很主观。也很强势，但是当大家正为了一件事头痛不已、伤透脑筋的时候，你总是会运用智慧，为大家解决困难，帮大家渡过难关。

C：你是一个善解人意、温柔贴心的人，你的朋友跟你在一起，如沐春风，不但没有压力，在心灵受伤时，你还是一个很好的安慰者，你的人缘超级好，很受大家的欢迎。

D: 你很理智，不会因为别人的意见而随波逐流，或是犹豫不决。你头脑清晰，无论遇到什么麻烦问题，都能想到解决的方法，是大家心目中最佳的领导型人选。

3. 你是一个合群的人吗？

在充满艺术气息的秋天，你和朋友第一次去参观美术馆，进门后有左、中、右3个方向，你会从哪里开始参观呢？

- A. 进门后向右参观
- B. 进门后直行
- C. 进门后向左参观

答案：

A: 这种类型的人最常见。你不想引人注目，但能妥善处理个人的不平与不满。你能自然地融入大众认可的意见之中。你通常采取不求有功，但求无过的消极态度，所以，要注意调整你的态度。

B: 你是能够直截了当表达自己欲望的人，但是，你做事似乎缺乏计划性，往往抱着走一步算一步的心理，不在乎事情的过程，对细微末节毫不留意，总是少一根筋。

C: 你是极不合群的那种人，说好听点是“有个性”，但实际上你充满反抗情绪，因此，在跟别人交往时，你比常人更为敏感，有时还会表现出懦弱。概括地说，你不喜欢跟别人在一起，但是，你仍成不了能够开辟自己新天地的人。

第四章 看不到的盲区——为什么大家都觉得好的事情，你也常会犯错误？

我们以为自己是理性的，自己的一举一动都是有道理的，但事实上，我们的多数日常行为是自己无法了解的隐蔽动机的结果。

——勒庞

为什么口口相传的也不可靠

读者来信：我和朋友那天路过一家烤鸭店，看到很多人在那里排队，我朋友说这家的烤鸭一定很好吃，于是花了一两个小时去排队了，他为什么会乐意花那么久的时间去买自己并不确定是否好吃的东西呢？

Leon解疑：这就是我们平时所说的“随大流”的一种心理，觉得人人都在排队，自己也不想错过。所以不经考虑就做出相应的行为。

有些人气烤鸭店的生意非常火爆，店门前每天都会排起长龙。为了吃一只烤鸭，人们为什么会花一两个小时排队等候呢？

是因为烤鸭非常好吃还是因为对烤鸭店怀有好奇心呢？其实，这是一种从众心理在作怪，在人的心里，都想和多数人保持步调一致。

看到很多人排队，能刺激人脑内“多巴胺”的激素分泌，它具有让人兴奋的作用。喜欢排队的人，只要一看到队伍，脑内就开始分泌多巴胺，于是不自觉地加入到队伍中去了。

你要去参加一场演唱会，在路口遇见一群人，他们一个个仰望天空。这时，你也会不假思索，仰头观看；演唱会期间，当歌手唱到高潮部分时，一个人带头鼓起掌来，于是整个大厅里顿时掌声雷动，你也会跟着鼓掌；演唱会结束后大家纷纷去找歌手合影留念，你会怎么做呢？你也会像大家一样等机会跟歌手合影。当看到那么多人都在仰望、鼓掌、合影，自己也不想落单，和大家采取同样的行动你才会感到安心。其实，这也是一种很明显的从众心理。

“从众”是一种比较普遍的社会心理和行为现象。我们可以将其简单地解释为“人云亦云”、“随大流”；人们总是倾向于跟随大多数人的想法或态度，以证明自己并不是孤立的。别人都这么做，我也就跟着这么做就是正确的。换句话说，越多的人认为一个想法正确，这个想法就更加正确——这当然是荒谬的。

所罗门·阿希曾在1950年进行了一个实验，将不同长度的线条拿给被试者看，要求被试者说出线条比参照线条长、短还是一样长。倘若让被试者自己坐在房间里，他会正确说出答案，因为测试线条跟参照线条的长短差别是很明显的。现在让7个演员跟被试者一起来回答，那7个人相继说出一个错误答案，即测试线条比参照线条短。而实际上测试线条明显长于参照线条。现在轮到被试者回答了。受到了团队压力的影响，30%的试验者会说出与前面7个演员一样的错误答案。这个试验表明了人在社会压力下会说出明显错误的答案，团队压力会压倒健康的人类理性。

从众有时候也可以派上用场，比如你有一张陌生城市的游泳比赛的门票，但你不知道游泳馆在哪儿。此时，你只要跟在那些手中拿着游泳比赛门票的、看上去像是去观看比赛的人后面往前走就行了。

在日常生活中，我们要一分为二地看待“从众”现象。扬“从众”的积极面，避“从众”的消极面，努力培养和提高自己独立思考和明辨是非的能力；在遇事和分析问题时，为了使判断能够正确，既要慎重考虑多数人的意见和做法，也要有自己的思考和分析，并以此来决定自己的行动。任何事情都“从众”或都“反从众”都是不可取的。

温馨提示

在生活中，一个人不跟随别人的脚步并不等于被别人孤立，不依赖别人、不依赖某种东西或行为，能够让自己客观正确地认识自己，从而作出正确的判断。

为什么权威预测有时候也并不是那么准确

读者来信：在有些人心目中，权威专家的意见最值得信任、参考和借鉴，因为能够成为权威的人或机构，必定是该领域的专家，而且有着丰富的经验和远见卓识。但是，最近有个朋友告诉我，在必要的时候要藐视权威，因为权威也不是绝对可信。这是为什么呢？

Leon解疑：因为有很多所谓的权威和偶像，一味地相信他们，就会禁锢自己的头脑，束缚自己的手脚。

在生活中，一个人如果地位很高，在人们心目中威望很高，受人敬重，那他所说的话及所做的事就容易引起别人重视，并让人们相信其正确性，这就是我们通常所说的“人微言轻、人贵言重”。

我们在跟他人交换意见的时候，会经常听到：某某老师讲过、某某专家说过，事实上，即使是某个领域的专家，他们的认知也不一定百分百正确。他们所得出的结论往往是局限在某一个情景之中。我们可以用他的逻辑推理过程来论证自己的观点，而不是只用他的结论来定性结论。倘若盲目听信就会让自己的思维跟着专家走，从而就会因缺乏独立思考而对事物作出错误的判断。

美国心理学家们曾经做过一个实验：在给某大学的学生们讲课时，向学生介绍一位从外校请来的德籍教师，说这位德籍教师是德国的一位著名的化学家。之后这位化学家拿出了一个装有蒸馏水的瓶子，对同学们说这是自己新发现的一种化学物质，有些气味，请闻到气味的学生举手，结果发现多数学生都举起了手。

蒸馏水本来是没有气味的，可是多数同学由于这位“权威”学者的语言暗示都认为这个瓶子中的蒸馏水是有气味的。由此，我们可以发现人们总认为权威人物的思想、行为和语言往往是正确的，服从他们会使自己有种安全感。同时，人们还有一种“认可心理”，即人们总认为权威人物的要求往往和社会要求相一致，按照权威人物的要求去做，会得到各方面的认可。

然而，权威具有相对性、多元性和可变性，而且具有时效性，因此诉诸权威有时候就会出错。出错是人类的通病，但重要的是，面对专家意见时我们往往会比面对其他意见粗心许多。还有，我们会服从哪怕是在理性或道德上毫无意义的权威，这就是权威偏误。

比如，就广告来说，无论是电视上还是一些报纸、杂志等媒体，都不乏广告的存在。其中有很多明星、名人代言的产品，在一些普通老百姓看来，就容易对明星、名人等有权威的人产生信任感，而且，对他们代言的产品会不假思索地全盘接受。

就股市投资来说，由于股市本身充满着不确定性，市场上又经常充斥着以各种面目出现的权威理论、观点和方法，所以股市中有些投资者就会过于关注权威人士或所谓专家对市场走势的看法，自觉或不自觉地将掉入轻信与盲从的陷阱之中。

不可否认，有时候专家的观点会有一定参考价值，但任何观点的采纳，都要以不丧失投资人的独立性为前提。如果要想成为股市的真正赢家，就要保持自己判断的独立性，任何时候都不要轻信任何权威或所谓“专家”对市场走势的看法。

在我们的日常生活和工作中，权威也通常成为支持我们行动的理由，可是既然诉诸权威是一个逻辑谬

误，为什么又会被我们普遍地使用呢？难道之前用权威来支持自己行动的理由都是错的吗？会有错的，但也不尽然。

诉诸权威之所以是逻辑谬误，是因为在逻辑上没有对权威的论断进行充分的验证。然而在生活中，这种无法验证是普遍存在的，比如我是一个培训师，我必然无法对医生给出对我生病的诊断进行验证。而医生同样无法对培训师的教学方案进行验证。或许可以，但一定耗时耗力。所以在这种情况下，合理地诉诸权威就是一条方便、快捷的可行之道。

在日常生活中，大家一定要分清什么时候才应该诉诸权威，以此来减少损失，减少诉诸权威的谬误。我们应该时刻谨记：权威有用，但须慎用，更忌滥用。

温馨提示

对于权威，应该始终保持一种警醒的态度，切不可盲目迷信，否则，只会陷入权威的陷阱，成为权威的牺牲品。

为什么“走霉运”的说法只是一种谬论

读者来信：很多人喜欢在本命年穿红色的衣服，说是红色可以辟邪，真的是这样吗？

Leon解疑：通常人们钟爱红色，但并不是红色真的就能辟邪，这其实是一种迷信的观念。

在南北民俗中，都有在本命年挂红辟邪躲灾的传统。因此红色就成了人们在自己的本命年时的独爱。红袜子、红内衣、红内裤、红腰带……红色辟邪，这其实是一种迷信的观念。因为天灾人祸是我们无法预料到的。

有人从梯子下走过，一年后他死了。这能证明从梯子下走过会走霉运吗？除非我们忽视他是因酒醉驾车追尾而死，除非我们忘记他曾无数次从梯子下走过却安然无恙的事实，否则我们不可能认同这种荒谬的说法。

这里要告诉大家的是：“一切迷信都是荒谬的。”好吧，这句话的确属于陈词，因为迷信的定义就是毫无根据，彻底荒谬。迷信也是一种愚蠢的行为，正因为愚蠢，我们可称迷信为愚信。然而，迷信是怎样迷惑我们的思维的呢？

迷信使我们从思想上脱离现实，当我们应该关注真实事物时，迷信却让我们把时间浪费在思考虚假事物上。不要从梯子下走过，这种说法可能源于明显的危险：当你从梯子下走过时，可能会被掉下来的东西砸到头。这个危险是真实的，但不是我们所关注的。我们要谈的是迷信：觉得从梯子下走过，就会对人生与运气产生不好的影响。梯子会对你或你的命运产生某些副作用，这完全是胡扯。

很多人还认为黑猫不吉利，看到要躲开。其实，躲避黑猫有其宗教根源，早在中古时代，就有女巫会化身成黑猫的说法，因此只要看到黑猫，人们就认为那是女巫变的。你还在相信那些无中生有的迷信吗？忘了它吧，没必要为此浪费自己的时间与精力。

跟迷信密切相关的是奇迹信仰。奇迹信仰要更为普遍，而且有时源于“在此之后”的谬误。奇迹只是在特定的时间、地点，发生在合适的人身上的好事。有些奇迹听起来合理，却经不起理性无情的考验。通常，简单的自然现象很容易被解释成所谓的奇迹。

有一次特里莎修女上楼时，手里拿着点燃的蜡烛，“一阵冷风如猫掌般扑来，吹熄了蜡烛，但过了几秒，蜡烛又重燃了。”特里莎修女心里清楚，烛火昏暗无光是魔鬼的把戏，目的是要阻止她回房祈祷。魔鬼吹熄蜡烛，而耶稣则奇迹般地使蜡烛重燃。

比较可能的答案是，魔鬼和耶稣都跟烛火无关。事实不过是风吹灭了烛火，而烛火又再度燃起，没有魔鬼或耶稣的介入。我们小时候经常遇到的停电现象跟这个很相似。

我们再探讨一个问题，当烛光消失后，它去哪里了呢？

爱丽丝在梦游仙境时，想知道烛光到底去了哪里。你们知道吗？苏格拉底之前的哲学家也想破解这种问题，然而就我所知，他们并没有想出满意的答案。说烛光哪里都没去，听起来像是回避问题，其实不然，消失的烛光确实没去任何地方。在这个问题上，我们的思维被描述烛光熄灭的隐喻文字给误导了。有些语言隐含着约定俗成的意义，这些意义根深蒂固，所以人们很容易忽略它们，或被它们愚弄。忽略语言

中的隐含成分很容易造成头脑简单或对性质的错误认识。烛光问题是伪问题，伟大的思想家路德维格·维特根斯坦提出，这类哲学问题通常在“语言度假”时出现。假如我们说“烛光熄灭了”，就不需要作进一步的讨论，因为它不会产生问题。所以，如果有人问你：“烛光消失后，去哪里了？”你可以这样回答：“烛光哪里也没去。烛光加入了空集，这是由不存在的事物组成的集合，其中包括世俗的教会、方形的圆形、四边三角形与会飞的鲸鱼。”

如果想真正地测试诸如此类的问题，就要问，是否改变用语就可以解决争论，至于无法通过改变语言或从语言角度来解决问题，则它的困难点应该不仅在于语言学层次，可能需要提供相关证据才能解决。

尽管有些奇迹源自“在此之后”谬误，但也有奇迹源自其他形式的不完善的推理或错误认知，比如，自然现象的错误理解、公然欺诈。想象与记忆的混同等，我们只要记住一点，那些所谓的奇迹都是胡扯，不过是在浪费自己的时间罢了。

温馨提示

迷信和所谓的奇迹是人的一种思想意识，是对某事物或者思想不加思索，毫无根据地迷惘地信服，盲目地相信，所以我们应当摒弃迷信和所谓的奇迹。

为什么不要相信“女人应全身心投入家庭”

读者来信：我在结婚有了孩子之后，老公说女人就应该在家相夫教子，于是我听信了他的话，一心一意做起了全职太太，可是时间久了，我为什么感到不快乐呢？

Leon解疑：在婚姻生活中，你信服了家人“女人就应该在家相夫教子”的理念，所以为此放弃了自己曾经的拥有，比如，自己喜欢的工作，时间久了就感到不甘心，所以，难免会有情绪。

许多人轻易就被别人的话说服，是因为他们相信了别人提供的“真理”，按照别人给予的逻辑思考，在这种逻辑的支配下，他们无论怎么思考分析，都会觉得别人的“真理”是正确的。在婚姻生活中，就有不少女性犯过这样的错误。我们先来看下面的一则故事：

有一位女士自从有了孩子之后，她的丈夫就让她在家做全职太太，虽然他们的日子过得很富裕，但是在她的内心深处，隐隐地有种忧郁的情愫。

她被丈夫“锁”在家里，安静地当着一名任劳任怨的家庭主妇。带带孩子，做做家务，时间久了，她也不想出来找事情做了。但她觉得自己活得很不甘心，因为自己的丈夫和亲人告诉她，女人就要相夫教子，这才是女人们应该做的事情。

有一天，朋友到她家做客，她向自己的朋友倾诉：“我错过了人生中最美好的时光，现在想想自己以前的做法是错误的，可是一切都太晚了，我今年都40多岁了，还能做什么呢？”

朋友告诉她：“幸福的生活状态从来都不是只有一种。当你的丈夫或者家人让你相夫教子，待在家里准备一日三餐时，你完全可以从另一个角度思考：自己即使不放弃工作，也能够完成丈夫的期待。”

作为女人，在家里为家人准备一日三餐，让家人的饮食营养丰富，身体健健康康；精心照顾自己的孩子，让他茁壮成长，这既是家人的期待，也是我们很乐意做的事情，但是，重要的是我们不能因为这些而丢掉自我，不能因为别人告诉自己相夫教子才是女人该做的事情，就认为自己应该放弃一切，待在家里，尽职地做一名全职太太。我们轻易地相信了别人给我们提供的“事实”，按照他人的思路来安排自己的生活只会让自己失去快乐。错误的逻辑蛊惑我们的大脑作出错误的判断，并让我们毫不怀疑地深陷其中，自己却对此毫无察觉。

一切事实都表明，要按照正确的思维方式去思考问题，才会让自己的生活丰富多彩，才会多一份开心和快乐。

温馨提示

不要轻易相信别人的“真理”，别人的真理有可能是错误的逻辑，做最好的自己，需要自己学会思考。

为什么别人喜欢的东西也常被认为我会喜欢

读者来信：每天回到家，我的爱人必做的一件事是为我倒好水，她认为自己下班到家口渴需要喝水，我下班了到家肯定也口渴，所以每天为我准备好一杯水，实际上我刚到家并不想喝水。你说她为什么要把自己的思维也用在身上呢？

Leon解疑：她是把自己的这种特性投射到了你身上，认为你会和她有一样的特性，从而就有了你说的每天为你准备好一杯水的行为。

俗话说：“物以类聚，人以群分。”生活中这不仅仅是一句俗语，更是人们心理活动的一种折射。在大家眼中，同一个群体的人总会有某种共同的特征所以人们会习惯性地用自己的爱好去认识、评价他人，把自己的想法和意愿投射到别人身上，这到底是为什么呢？

心理学家罗斯曾经做过这样一个实验：

实验的对象为80名大学生，罗斯向这80名大学生提出这样一个问题：“你们是否愿意背上一块大牌子，在校园里走动？”实验结果表明，有48名大学生愿意背着牌子在校园内走动，并且他们认为绝大部分学生都不会排斥这件事；而拒绝背牌子在校园里走动的大学生则普遍认为根本没几个人愿意做这种蠢事。

这些参加实验的学生不自觉地将自己对待背牌子这件事的态度投射到了别的学生身上，而根本没有去实际调查别的学生是不是真的和自己的想法是一致的。他们为什么会这样认为呢？这实际上是心理学上的“投射效应”在发挥作用。

那什么是投射效应呢？投射效应是将自己的特点归因到其他人身上的倾向，具体指根据自身的情况来评定他人，认为自己拥有什么特性，其他人也定然会拥有和自己一样的特性，把自己的特性、意志以及感情投射到他人身上，并且不顾对方真实情况就强加于人，从而造成自己的认知障碍。

投射效应的表现主要有三种，包括情感投射、愿望投射和相同投射。

（1）情感投射。

就是人们对自己喜欢的人越看越喜欢，而对自己讨厌的人越看越不顺眼，所谓的“情人眼里出西施”就是这个道理。

（2）愿望投射。

就是把个人的主观愿望强加到对方身上。比如，有些父母总想要子女实现自己年轻的时候没机会实现的理想、愿望。诸如，自己没有上大学一定要让孩子上大学；自己喜欢音乐就强迫自己的孩子学音乐；自己觉得当教师有前途就强迫自己的孩子学师范专业等。

（3）相同投射。

通常容易发生在陌生人之间的交往之中。比如，自己喜欢喝什么饮料，就会认为这种饮料好喝，对方也一定喜欢；自己感觉天气寒冷，就会以为对方也一定觉得冻得慌；自己感到口渴，对方也一定口渴……从而忽略了对方的真实感受。

在人际交往和互相认知的过程中，人们通常会认为自己拥有的兴趣、特征或对事物的态度倾向等别人也会拥有，比如，一个疑心重重的人会认为他人也疑心重重；一个经常算计别人的人就会觉得别人也在算计他；自己好交际认为别人也好交际等。“以己度人”就是投射效应的最典型表现，我们往往认为自己的价值观和行为准则就是常规，一旦其他人的行为和自己的看法相悖，我们就会觉得别人是错的，然而这种自以为是看法是偏颇的、有失公正的。

投射效应使人们倾向于按照自己是什么样的人来知觉他人，而不是按照被观察者的真实情况进行知觉，这就会使人们对他人的评价失真。有这样一个故事：

我国宋代文学家苏东坡和佛印和尚是很要好的朋友，有一次苏东坡去寺院拜访佛印，两人在交谈中，苏东坡戏谑地对佛印说：“我看你就是一堆狗屎。”而佛印和尚并没有因为苏东坡的这句话而大发雷霆，反而微笑地对他说：“我看到的你是一尊金佛。”苏东坡以为自己占了便宜，乐滋滋地回到家里看到自己的妹妹后，就跟妹妹显摆此事。

苏小妹说：“哥，你被耍了。佛语说‘佛心自现’，你看见对方是什么，你自己就是什么。”苏东坡这才意识到自己实在太自以为是了，天下之大才子多得很，从此之后他更加尊重佛印了。

由于投射效应的存在，我们常常可以从一个人对别人的看法中推测这个人的真实想法或心理特征。由于人有一定的共同性，有相同的欲望和要求，所以，大多数情况下，我们对别人作出的推测都是比较正确的，但是，人与人之间毕竟有差异，不考虑个体差异，胡乱地投射一番，就会出现错误。所以我们应该辩证地、一分为二地去对待别人，变“以己度人”为“以人度人”，以己之心，度人之心，才能由己推人，得人心，这才是克服投射效应的良方。

温馨提示

投射效应是一种严重的认知心理偏差，它使我们对其他人的知觉产生失真，人们在对他形成印象时，有一种强烈的倾向就是假定对方与自己有相同之处，通俗地说就是“以己之心，度人之腹”。因此生活中我们应当有意识地避免出现这种错误的认知。

为什么有时候人多未必办成事

读者来信：我们常说人多力量大，可是为什么有的时候人多了，反而不如人少的时候做事情更有效率呢？

Leon解疑：任何事物都有其对立的一面，人多力量大也是有一定的前提条件的，没有前提条件的存在，自然就没有力量大的结果。

俗话说：“人多力量大，柴多火焰高。”没有一个人的才智和能力可以超过其他所有人的总和，即使神通广大，如孙悟空，也无法独自完成取经的大任。同样地，一个球员不可能在每场比赛中都是明星，荣耀辉煌的一刻是由整个团队中的成员共同配合得来的。

然而，任何事物都有其对立的一面。在一个群体中，力量的强大并不完全取决于群体中个体数量的多寡，组织内的成员如不能协调一致地行动，就会很容易产生内耗，必然无法产生整体大于部分之和的协同效应。换句话说，“人多力量大”这句话的成立有一个很重要的前提条件，那就是团结，如果没有这个前提，就不会实现“力量大”的结果。

德国心理学家林格曼曾经做过这样一个实验：

他找来一些人拉网，开始是几个人，后来人数增加到十几个。原本，我们认为人数的增加会发挥相乘效应，即每个人出的力会比之前有所增加，但实际上却恰恰相反。每当拉网的人数增加时，每个人出的力与之前相比就会减小一点。这是为什么呢？

当人数越多时，人们就会有一种偷懒的心理，就会感觉“我只不过是其中一分子”，即使我不用力拉，别人也会用力的，于是拉网的时候就没有之前那么卖力了。因为每个人心里都有自己的想法，没有朝着一个目标共同努力，所以用力才会一次次减小。

我们再来看下面的一个小故事：

一群猴子被关在一只笼子里面，猴子的主人有一个癖好：每隔一天他就会打开笼子，抓一只猴子出来，将它杀掉。

每当主人来到笼子旁边时，笼子里的每只猴子都异常紧张，它们不敢有任何举动，怕一不小心，引起主人的注意而被主人选中。当主人把目光落在某只猴子身上时，其余的猴子就希望主人赶快将那只猴子抓出去，当主人最终决定时，没被选中的猴子在心里暗自庆幸，那个被选中的猴子拼命反抗，其余的猴子则在一旁冷漠地、幸灾乐祸地观看，看着这只猴子被杀掉。

这样的过程每天都在重复进行着，最后，这群猴子被全部杀光了。

这群猴子是可怜的，同时也是可悲的，因为它们不懂得团结。如果这群猴子群起而攻之，这一群猴子有可能会逃掉。但每只猴子不知道其余的猴子是否会反抗，它怕自己的反抗会引起主人的注意而被主人杀掉。因此，这个故事告诉我们人多不一定力量大。只有团结起来，才会力量大。

同样，人类也是如此。假如能跟同伴齐心协力，就能够出色地完成某项任务，否则，即使人再多，也不会达到预期的效果。

某木材加工厂，抬木工人在抬木头时，有一种令人费解的现象：六个人一起抬一根木头，木头却没有被抬起来，撤下中间的两个人，留下四个人抬，反倒抬起来了。明明是人多力气大，如今这抬木头，六个人怎么会不如四个人呢？

原来，问题就出在中间多出的两个人身上，他们两个人一用力，前后的人都想着可以耍点“小聪明”，都想把重量让中间的两个人多承担一点，所以在起扛时，都有意晚半拍。因此，即使看着抬木头的人在那拼命发力，其实脊梁根本不往直里挺，木头自然就起不来了。撤掉了中间的两个人，前后的人都没了可借的力量，假如再不用力，他所在的这边木头就不离地，自然就会被人发现自己的“小聪明”。

抬木工人人数越多，木头就越抬不起来，因为在他们内心都想自己只是其中一分子，我不用力，别人也会用力的，所以人越多，反而木头却抬不起来。同时也说明他们缺乏团结精神。假如这几个人能够劲儿往一处使，木头就会轻松被抬起，各自都会省些力气。

人与人的合作不是力气的简单相加，而要微妙和复杂得多。因为人的合作不是静止的，它更像方向各异能量，大家一起努力时自然事半功倍，然而如果不能协调一致行动就会一事无成。所以，人多有时候并不能产生力量大的结果。只有团结协作才能够发挥最大力量。

因此，我们要清醒地认识到这一点，在分配任务的时候，不要盲目以为数量的多寡能够决定任务完成的快慢。只有让这个团体中的所有人都团结起来，朝着一个目标共同努力，才会收到应有的效果。

温馨提示

人多力量大的道理必须以团结为前提才得以实现，只有通过与他人精诚合作个人的能力在得到充分发挥的同时才能使集体发挥最大的力量，同时也使自己的利益最大化。

为什么有时大家会一致作出错误的决定

读者来信：有时候，大家在会上一致通过的意见也并不可靠，也会出现错误，这是为什么呢？

Leon解疑：大家同处在一个团体中，在此基础上形成的思维未必是自己的真实想法，可能会受到其他人的影响。迫于大家都意见一致，因此即便自己有不同意见，也不会说出来。

你有没有这样的经历，在公司召开的某次会议上明明自己有不同的想法但是却克制自己，没有说出自己的见解。因为在你看来，不想做个另类。或许是你对自己的异议没有把握，或许是其他同事全都意见一致，那就不做声吧。

在一个团体中，如果每个人都这样想、这样做，就会出现团体迷思。团体迷思是指团体成员在集体主义精神感召下，积极追求团体的和谐与共识，因而令整个团体缺乏不同的思考角度，从而忽略了团体的真实决策目的，无法进行准确判断的一种思考模式。团体迷思是从众心理的一种特殊情况。

1960年3月，美国情报机构为了对付卡斯特罗政权策划了一个秘密计划，他们组织反共的古巴流亡者，想利用他们来达到自己的目的。

1961年1月就职的肯尼迪总统，两天后从美国情报部门获悉占领古巴的秘密计划。1961年4月初白宫作出了重要决定，肯尼迪及其所有顾问都同意了这个入侵计划。

在美国海军、空军和中央情报局的帮助下，1961年4月17日，有着共同目标（推翻卡斯特罗政府）的1400名流亡古巴人组成的一个旅在古巴南海岸的猪湾登陆了。然而事情并没有按照计划那样顺利地进展。第一天，原计划的四艘补给船中，前两艘船被古巴空军击沉了，后两艘船掉头逃跑了。因此，没有一艘补给船抵达海岸。第二天，卡斯特的军队彻底包围了这个旅。第三天，幸存的1200名战士通通被俘，都被关进了战俘营。

这一事件被认为是美国外交政策的最大败笔之一。不是因为进攻失败，而是人们为这样一个荒谬的计划竟然能够得到执行而感到不可思议。总统肯尼迪及其所有顾问都是美国政府中最有智慧的人，怎么会犯这样低级的错误呢？实际上，支持这次进攻的全部假设都是错误的。比如，美方完全低估了古巴空军的实力，除此之外，美方预计这1400名流亡古巴人在紧急情形下可以藏进埃斯坎布雷群山，从那里煽动反对卡斯特的地下战斗。可是他们没有考虑到的是，躲藏的地点距离猪湾有150公里之远，并且还隔着一片不可逾越的沼泽地带，所以古巴人彻底粉碎了他们的理想计划。

通过归纳团体中失败的案例，我们不难看出，一个团体通过彼此间无限的信任不知不觉地就会形成一种“团体精神”。因为信任，成员相信群体所作出的决策是正确的，所以就会出现意见一致的错觉。如果其中有人感到自己有异议，迫于大家都意见一致，所以就会觉得自己的想法是错误的。另外，人们通常不想破坏大家的统一意见，因为有时候异议还可能将自己隔离在团体之外。

所以，在一个团体中，我们一定要敢于表达自己的真实看法，哪怕这个看法并不受欢迎。哪怕要甘冒被隔离在温暖团体之外的风险。如果你是一名领导，应鼓励自己的下属提出反对意见和怀疑；重视在工作中和自己唱反调的人，他可能不是团队里受欢迎的人，但对你来说，也许是最重要的人。因为他的坦率和勇气，也许能够对你的工作起到很大帮助，可以帮助你理性地看待问题，作出正确的决定。

温馨提示

有时候，团体中的每个成员的能力能够呈现为团体整体的能力。当团体中的成员建立起很强的团队精神，拥有了高度凝聚力的时候，他们会很在意不要分裂团体的向心力，所以就会表现为不愿意去挑战团体的决策。当这种压力变得让人们不愿意探究真相，较草率地作出价值判断时，就容易出现团体迷思。

趣味测试

1. 你的心理空间有多大？

当你和陌生人同乘一部电梯时，对眼前的陌生人你会有什么反应？

- A. 和对方搭讪
- B. 保持微笑，等对方开口
- C. 面无表情，盯着电梯楼层灯
- D. 双手抱胸，头朝下看着地板

答案：

A：你的私人心理空间比普通人大，很少对什么人产生恐惧。所以你会把对方当成客人一样来招待。你对人的信心比较强，很适合公关的性格。

B：你的私人心理空间是属于比较正常的范围，在自己身体周围50厘米以外。你不会扩展自己的心理空间，因此你不会去招惹你熟悉的领域外的人。

C：你的私人心理空间相对狭窄。你可能防卫距离比一般人大，但个人领域却比一般人小。因此你是自我安全领域很窄，自我防卫系统比较强烈和敏感的人，即使对方躲在角落，你也会觉得自己的安全受到威胁而为此感到不安，所以你会摆出一副很严肃的姿态，警告别人不要乱来。

D：你的私人心理空间很小，你很封闭自我，不想和外界沟通，也不想和任何人面对面，很不自信，而且常有不妥和恐惧感。

2. 你目前正在为什么烦恼？

请你想象自己正乘着热气球环游世界，突然因为重量过重，气球急速地下坠！此时你会最先抛下哪样东西呢？

- A. 照相机
- B. 大时钟
- C. 放行李的大皮箱
- D. 灯
- E. 猪大肠刺身多条

答案：

A：照相机是用来摄影的，你之所以会为它烦恼，表示你目前无法掌握周遭的环境，你急于知道自己的未来，所以正为自己的未来烦恼。

B：你的身体每一处，好比时钟规律的滴滴答答计时声，也随着时间正确运作着。所以，自己能够很好地活着。因此，可以将时钟看作是人的内脏。选择这个答案，可能表示你生病了，或者怀疑自己的健康状况出了问题。

C：皮箱是用来装东西的。这在潜意识中，代表着金钱；也就是说，选择这个答案，表示很可能在金钱上遭到问题。可能是收入不够；更可能是因为办理的分期付款，正在困扰自己。

D：灯通常代表厨房中的火和房间中的照明。我们可以由此想象一家人正快乐地生活着。所以，选择这个答案，很可能正为家族或家庭的问题烦恼，有可能因而走向离婚。

E：在食用前，必须要洗净，就像是脱掉身上的衣服，可以代表异性的情人。但在打开之后，我们还是要食用它，因此也可以代表“性”，选择这个答案的你，正为异性问题烦恼。可能是双方正相隔两地，或者正在失恋当中。

3. 你的事业功名究竟是成功还是失败？

除了看一个人的面相之外，我们还可以通过一个人的行为举止看出他的运程，即以脚步观形态，通过看一个人的脚步，我们就可以知道他的运程。

- A. 脚跟先着地
- B. 脚向内弯行
- C. 脚板着地
- D. 脚尖先着地

答案：

A：事业型，你做事充满信心，少年得志，不足之处是做事有点粗心大意。

B：失败型，你做事没有一点自信，为人懒散，如果不及时改正自己的缺点，会晚年孤独。你可以在家中东面方位摆放一粒圆形珍珠，可以帮助自己恢复信心。

C：成功型，你做事稳重，做事多，说话少，可望少年一飞冲天，也有贵人帮忙，但需要提醒的是，不要动脑过度，否则会有神经衰弱。

D：小人型，跟你合伙做生意必惨败收场，和你做亲密知己，后果只会留下惨痛教训，你可以选择佩戴一块玉器，此方法可助转坏为好。

第五章 你所不了解的职场——为什么想要得到老板赏识，却被认为不忠实？

你若想证实你的坚贞，首先证实你的忠诚。

——弥尔顿

为什么有才能的人未必会升职

读者来信：最近，我们公司的人事调动让我很伤心，明明我的能力在我们部门是最强的，结果上司却提拔了其他人，这到底是为什么呢？

Leon解疑：你不妨反省一下自己，是不是你说话不注意或者做事不小心，自视甚高，锋芒毕露，让人感到了威胁？

大多数人认为，只有处处比别人强，才能成为真正的强者，才能在工作中得到领导的赏识而被重用。难道只有把别人比下去，才可以成为真正的强者吗？

莉莉是公司市场部职员，她很聪明、自信但有点心高气傲。由于刚来公司不久，比她早来公司的同事似乎有着很强的优越感，总是支使她干些工作范围以外的事情。

莉莉暗暗在心里告诉自己，一定要做出成绩来，只要自己把业绩做好，就会得到领导的赏识。

同办公室还有一个女孩叫杨兰，也是刚来不久，因为刚刚大学毕业，没有工作经验，所以有很多不懂的问题，办公室的其他人大部分是各自忙各自的，懒得过问。唯有莉莉，每当杨兰遇到难题，她总是热情地帮忙解决。杨兰时常会在办公室说：“莉莉，你好厉害哦！”

因为业绩出色、聪明、勤奋，还肯乐于助人，渐渐地莉莉开始美名远扬。半年后几乎整个公司都知道市场部的莉莉，虽然来公司的时间不久，但工作能力很强。

在一次公司会议上，领导宣布市场部要有人事调整，莉莉自信地以为自己这次一定会被提拔。然而，莉莉的愿望落空了，杨兰荣升了经理助理，而自己原地踏步。

莉莉怎么也想不明白，她总是在心里问自己：我到底哪里做错了呢？

一天，办公室的一位同事主动约莉莉喝茶，莉莉趁机请同事指出自己工作中的不足。同事说：“你太强了，所以大家都觉得你不需要提升，而杨兰可爱，柔弱，人人都愿意帮她。”

莉莉这才明白，自己过去表现得过于强势，反而让别人觉得不安全。随后，她开始有意识地改变自己。在工作中遇到困难，她会主动向同事们请教。同时，她逐步改变自己独来独往的习惯，在工作之余，与同事接触得也多了，偶尔会将自己的弱点、缺点以及不为人知的“另一个自己”故意暴露给对方。

没过多久，莉莉跟同事之间的关系处得十分融洽。此后，她更是谦虚谨慎，不再凡事逞强。在第二年的综合评定中，她的员工互评，分数比所有人都高。一年后，她很顺利地提升为部门经理。

在职场，如果你总是强调自己的优势，处处表现得很强势，很容易引发对方的抵触情绪。处处争强未必能强在最后，这种争强的思维常常让人失去思考力和判断力，而最终因为让周围的人产生一种不安全感而导致落于人后。相反，如果你放低位置，降低姿态，自爆其短，往往能够消除对方的戒备心，甚而打动对方，获得对方的认同与支持。

生活中，凡是逞强好胜的人，往往碰得头破血流；而学会适当地示弱，倒是更容易被人们接受。“示弱”并不代表一个人真的是一个弱者。相反，会赢得别人的肯定。

俗话说：“会哭的孩子有奶吃。”婴儿的哭，有时候意味着他饿了，但更多的时候，婴儿的哭声代表着要大人抱他，和他一起玩，希望得到大人的爱抚。他以特殊的“示弱”方式告诉大人，他需要进食，需要抚爱和温暖。相反，不哭的孩子，大人对其投入的关注相对就少些，因为他不哭不闹、不让人烦，甚至偶尔会让人忽略了他。因此，爱哭的孩子也是被人抚爱最多的孩子。

作家沈从文虽然小说写得很好，但是他的授课水平很一般。对此，他颇有自知之明，一次，刚上课时他就跟学生说：“我的课讲得不精彩，你们要睡觉，我不反对，但请不要打呼噜，以免影响别人。”这么“示弱”地一说，反而赢得学生的掌声。

因此，我们做事情要懂得策略，必要时改变思维路径，变处处争强的正向逻辑为以弱示强的逆向思考，用主动示弱的方式避免成为出头的椽子，这是一种曲线制胜的方略。会让自己在职场中减少阻力，职场之路会走得更远。

温馨提示

生活中那些甘愿示弱的人，并不代表他真的是一个弱者。他们谦虚谨慎，喜欢为他人考虑，这恰恰说明他们已悟到了做人的真谛。这样的人，才是真正的强者！

为什么有些看起来叛逆的人更合老板心意

读者来信：在单位我们有个同事大胆地指出了老板的一个错误，大家都认为这个人肯定要倒霉了，然而，结果老板越来越欣赏他了，难道老板喜欢这样的“叛逆者”吗？

Leon解疑：对于听惯了阿谀奉承的老板，突然有一天来个胆大的、公然指出老板的些许不适，会让老板大吃一惊，相比那些唯命是从的人，老板会发现他的观点与众不同而更为欣赏或者重用他。

或许大多数人都有过这样的经历：在公司，因为想得到老板的喜欢，从而不敢说出自己真实的想法只是对老板的意见一味点头称是；因为不想得罪同事，从而违背自己内心的观点去附和别人的意见。然而，还会有一些“叛逆者”会真实地表达自己的看法而不管自己的意见是否会遭到老板的训斥或责难。

小菲去年研究生毕业，目前就职于一所科研单位，她是个聪明、自信、上进心也很强的女孩，跟同办公室的同事关系相处得还算融洽。但是年轻气盛，有些不谙世事。

有一天，小菲一个人在办公室核对一些数据，老板进去找另外一位同事，看到小菲正在认真地工作，就走到小菲桌旁，关心地问：“到这里工作感觉还习惯吧？”

“嗯，挺好的，来这里学到了不少的东西，同事们对我也很热情，遇到困难，都会告诉我该怎么去做，唯一一点就是感觉每天过得很紧张。”小菲答道。

老板问：“为什么会感到紧张呢？”

“担心自己对业务不够熟练会犯错误，担心时间不够用，担心……”小菲抬头看看老板，把到嘴边的话咽了下去。

“还担心什么？”老板显然看出了小菲的犹豫，追问道。

“担心……”支支吾吾了半天，小菲终于鼓足勇气说：“担心被您骂。不光是我，大家都觉得您太严厉了。”似乎怕老板怪自己，最后小菲又补了一句。

原来，老板属于实力派，才华横溢，学术成果丰厚，40刚出头便成为了学科带头人。然而，他对工作要求非常严格，下属犯了错误常厉声责骂下属，甚至为了工作，不让自己最得力的助手回家过年。

小菲话一说完就有些后悔，不料老板从旁边拉过一把椅子，坐了下来。令小菲感到意外的是，老板非但没有责骂她，反倒与她促膝谈心。小菲坦诚地谈了自己的工作感受，也谈了自己对老板某些做法的认识。

此后不久，同事们都惊异于老板的表现，因为老板对下属的态度变得像换了个人似的。而小菲，得到了老板的赏识与信任，有了更多的学习机会，业务能力得到了进一步提升。

小菲为什么会得到老板的赏识呢？其实，道理很简单，小菲说了大家不会说、不敢说的话。虽然大家对老板的态度有所不满，但是谁也不敢讲，因为得罪了老板无异于自讨苦吃，而小菲为什么敢把自己的想法说出来呢，因为她年轻率真。或许她比一般人有正义感、有勇气、好讲理。正是这样的品质与表现，赢得了老板的赞赏与信任。这就是改宗效应。

当一个问题对某人十分重要的时候，如果他能通过劝说使一个原先的“反对者”改变初衷而认同自己的观点，他就会更欣赏那个“反对者”，而非原先的赞同者。换句话说，人们更喜欢那些受到自己影响而改变观点的人，更甚于那些一向忠实于自己观点的人。

改宗效应说明了那些没有是非观念的“好好先生”会被人瞧不起，因为他们不能给别人一种挑战后的成就感；而那些敢于直言是非的人，最终会受到人们的喜爱，因为敢于直言是非者给人一种富有才能的感觉。

人心有时候就是很奇怪，每天生活在一片赞美声中，可能让自己越来越麻木，而这时如果突然有一个胆大的公然反驳你，指出你的不是，你就会大吃一惊，然后静静地听反驳你的人说出个一二来。如果反驳得有理有据，就事论事，你是不是会认为这个人“胆大、心细、有魄力，值得信任”？而且这样的反驳更能够激起你的征服欲，使自己想要说服他。如果成功说服了对方，自己的成就感就会大增，也因此会对这个人更有好感；反之，如果反被对方说服，你也会因为发现他的观点与众不同而更为欣赏或者重用他。

所以，之前因为害怕得罪老板而不敢表达自己的观点的人们，不要再按照你们以前的错误思维来考虑问题了，要知道，在老板面前，一味扮演唯唯诺诺、奉承的“好好先生”是不会得到老板的信任的，想增强自身的吸引力，就要在工作中，有独立想法，敢于坚持自己的观点，做胆大、心细之人，在必要时提出中肯而委婉的批评，这样可能会让老板认识你、赏识你、信任你。

温馨提示

越是成功的老板，也越有可能对那些敢于直言是非、敢于伸张正义的人给予欣赏或信任。

为什么公司陷入困境时你仍要相信老板

读者来信：我的叔叔在一家公司当总经理，他告诉我这样一句话，当老板遭受挫折甚至是大家都不听从他的时候，你要坚定地跟随甚至帮助自己的老板走出困境。为什么要这样做呢？

Leon解疑：老板陷入困境有时只是暂时的，在关键时候给予他帮助，一定比平时更能让老板记住自己。

职场好比是战场，因为这样或那样的原因，有可能今天还威风凛凛的上司到明天就成了同事避之惟恐不及的对象，如果有一天，你的上司也陷入了这样的境地。你选择怎么做呢？

在大家眼中，投资公司的李经理可谓是股市奇才，因为他对股市行情预测得非常准确，同办公室的人都把他奉为自己的摇钱树，因为他说哪股涨，哪股就真的涨了，这样的预测命中率在百分之九十五左右。

可最近这段时间，这棵摇钱树不知道怎的，发挥失常了。接连十天，李经理说哪只股涨，哪只股就跌。

办公室里几个同事，开始成立自救会，每个人分别上网查资料，做一些数据分析，第二天早上，发表自己的意见，再结合大多数人的分析，大家一起下单。

当然，李经理不是孤军作战，小马仍然跟李经理站在同一战线，依旧相信李经理的预测。每天李经理刚到办公室，小马就追上去问。然后再像挖到个宝贝似的，回来向大家宣布。

李经理的预测，跟自救会的结论每次都恰恰相反，开始时还有人追随李经理，可是接连几次赔下来，大家都不自觉地将目光投向自救会了。

可小马依旧相信李经理，当大家中午收盘欢呼开庆祝会的时候，坐在一角的小马从未参加过。

没过几个月，李经理因为欠了很多钱，他自己向公司递了辞呈。然而，李经理走了之后，小马却从角落的位子搬进了经理室。

大家怎么也想不明白，小马怎么就当上了经理呢？后来，据总经理的秘书私下透露，因为李经理向老总极力推荐小马，说小马对工作认真、踏实、有上进心，对业务也是最了解的。

李经理为什么会极力推荐小马？想想看，如果一个人飞黄腾达，身边的朋友就会不由自主地讨好他，为他做些事情，这时候，对别人的付出，他可能不会有感激之情。因为在他眼里，这些人为他所付出的，多数是醉翁之意不在酒。

突然有一天，这个人落难了，也许之前讨好他的人都会离开他。这时，如果有一个人仍旧对他好，或者一个之前与他并不很熟的人开始对他好，哪怕这样的好并不是很多，他也会深深感动。正所谓“雪中送炭”胜过“锦上添花”。诗人纪伯伦说过这样一句话：“你可以忘记与你一起笑过的人，但不能忘记与你一起哭过的人。”

在李经理眼中，小马便是与他同风雨、共患难的下属。在他的预测一次又一次失灵之时，办公室的下属都不再追随他，甚至可能在暗中嘲笑他，而小马，却始终与他站在一起，不离不弃，与他共同承受失败。甚至不惜拒绝参加同事们的庆祝会。

如果你是李经理，遇到小马这样的下属，一定也会为之感动，一旦有机会回报，必然会抓住机会不放。

也是如此，李经理在离开公司前，用自己特殊的办法回报了小马。

这也是为什么，作为上司，那些在他深陷逆境、孤立无援时仍给他帮助的下属，会被他视为最珍贵的伙伴。一旦他有机会东山再起，必定会回报给予自己帮助的人深情厚谊。

其实，上司陷入困境，并不意味着上司没有前途了，只要他还没有离开工作岗位，就有奋起的机会。即便最终没有机会，他也会像李经理那样牢记在自己落难时曾经给予自己帮助的人。

因此，在职场中遇到自己的上司陷入困境，一定要继续支持上司工作，私下里对上司表示慰问和鼓励，为上司出谋划策，与他一起共渡难关。

温馨提示

当自己的老上司遇到困境时，无论从私人情感角度还是从发展的角度，都不要轻视、怠慢此时遭受挫折的上司。

为什么耐心劝导他不如称赞他的竞争者

读者来信：有个同事因为工作中常出错，领导经常对他进行说教。可是效果甚微，有一次，领导不经意间表扬了另一位表现好的同事，这个工作中经常出错的同事竟然在以后工作变得特别认真了。你说这是为什么呢？

Leon解疑：每个人都不希望落在别人后面，这是人之常情，当竞争的对手被人称赞时，人们通常会感到好像别人在责备自己，于是便会不自觉地拿自己与对手比较。如果感觉自己确实不如对手，往往会自觉地改进自身的不足，以求提升、改善自己，超越对手。

在工作中，如果你身为领导，在对自己的下属所犯错误经常说教却没有效果的情况下，你不妨改变一下自己的方式，换个角度，也许会取得理想的效果。

小林就职于一家IT公司，他聪明灵活、有上进心，有着较强的工作能力，深得领导喜欢。但是小林也有个不好的习惯，那就是做事情总是马马虎虎。为此，部门经理经常把他叫到办公室讲一堆大道理。小林在当时答应说以后一定认真对待工作，然而每次都只有三分钟的热度。

有一天，部门经理看到同部门跟小林关系不错的小华正在认真地工作，忽然心里冒出了一个好主意。

在周一的例会上，经理向大家宣布了一条消息：年底的时候要在本部门选出一名最优秀的员工送去美国学习深造。所选员工既要工作能力出众，也要有对工作认真的态度。并且当场表扬了小华，说小华工作做得到位，而且认真负责，是大家学习的榜样。说到这儿时，经理下意识地朝小林的位置看了一眼，看到小林不好意思地低下了头。

从此以后，小林像变了个人似的，工作比之前认真多了，遇到不懂的问题，还经常找小华商量。看到小林的变化，经理欣慰地笑了。

为什么之前经理一次次地找小林谈话，却不见小林有所变化呢？这就不得不说到经理采取的方式。之前经理每次找小林谈话，都是采用讲大道理的方式，对小林来说，道理他比谁都懂，即使说上千遍，对他来说，不痛不痒。后来，经理转变了思路，通过表扬小华以此来激励小林，使小林将不良习惯逐渐去除。这是一种竞争的激励方式。

每个人都有竞争意识，都渴望自己能够强于竞争对手，即使不能比对手强，也不希望落后于对手。在我们生活中，竞争无处不在：从小一起长大的玩伴、年龄相差不大的兄弟姐妹、同班同学、同事、比赛场上的对手……这些人都是或即将是我们的竞争对手。就算你自己不去竞争，父母会拿邻居小孩和你比，学校老师也会拿成绩好的同学和你比，单位领导也会拿工作出色的同事和你比……因此，我们时时处在竞争之中。

当竞争的对手被人称赞时，人们通常会感到好像别人在责备自己，于是便会不自觉地拿自己与对手比较。如果感觉自己确实不如对手，往往会自觉地改进自身的不足，以求提升、改善自己，超越对手。

比如，当领导在你面前提及与你同职位的一位同事“那个人不错，聪明灵活、考虑问题还很周全”。你听完这话，是不是会想，这是领导在暗示我在这方面比较弱？是不是我的头脑不灵活、考虑问题欠周全？

于是，你开始有所行动，你会观察领导赞赏的那位同事，时不时会比较你与他的差距，一旦发现自己

的不足之处，就会想办法通过学习、努力等方式进行弥补，达到超过对方的目的。

正因为人们有这样的心理，不少领导不会再像之前那样以摆事实、讲道理的方式提高团队的效率，而是换作以赞赏竞争对手的方式去刺激下属，就他们所关心的工作能力、人际关系、学习能力等方面进行比较，唤起下属的竞争求胜之心，形成一种竞争的氛围。

竞争是一种非常重要的激励手段，也是促进心理健康的有效方法。竞争可以把一个人的潜力激发出来，一个好的竞争氛围能使胜利者继续前进，失败者奋起直追；最终使大家获得共同进步。但值得注意的是，一定要避免恶性竞争的产生，如果人们只关注结果，或竞争的考核标准，往往就会有人因为急功近利而采取过激的手段。所以在竞争过程中应设立多维度的考核标准，促进良性竞争。

因此，作为领导，对下属的表现有不满时，请不要再给他们灌输那些大道理了，不妨换个思维方式，采用竞争的激励方法，或许对员工改进自身的不足之处更有帮助。

温馨提示

竞争是一种非常重要的激励手段，值得注意的是，采取竞争激励要注意控制竞争沿着正确方向发展，保证竞争在公平基础上进行。

为什么付出**100%**的努力也未必得到想要的结果

读者来信：在工作中，都说个人的努力对自己未来的发展很重要，可是为什么我埋头苦干却无法达到想要的结果呢？

Leon解疑：努力固然很重要，但是有些事情不是只单靠努力就能够成功的。有些事情，除了需要自己努力外，还需要转换角度思考，比如，借助别人的帮忙，这样你就多了一个获胜的筹码。

职场上，我们往往强调个人努力对未来发展非常重要，强调个人必须付出**100%**的努力才可能有所提升，因为这样的观念，许多人只知埋头苦干、不知变通地使尽蛮力却无法达到自己想要的结果。这是为什么呢？其实，无论什么条件下，一个人的力量毕竟是有限的，仅靠个人力量想要有大成就都是困难的。

当人人都在强调个人努力的时候，我们的思维不可太僵化，个人的努力不仅仅限于使用自己的力量，要转换角度思考，个人的努力是否也包括努力找到可以借助的力量呢？一提到借，我们通常想到的是借钱借物，在这里还要提醒你，我们还可以向别人借力。

有个小孩跟爸爸在沙滩上玩儿，他想移走沙滩上的一块大石头，可是他使尽了全身力气也没有搬动石头。爸爸看到他的努力没有能够搬动石头，就走过来问他：“为什么你不用上所有的力量？”男孩哭着说：“我已经用尽了自己所有的力气了。”

爸爸蹲下来，跟小孩说：“孩子，你没有使尽全力。因为你没有请求我的帮助！”说完，爸爸弯下腰抱起石头，将石头扔到了远处。

很多时候就是这样，你解决不了的问题，到别人那里轻易就能够解决。既然这样，为何不借用一下呢？有时候，你觉得有些问题难，可能因为你只想到了依靠自己的努力去解决问题，而不懂得去获取别人的帮助。还有的人甚至为了突出自己，把本来可以帮助自己的人赶走了。与其自己苦苦努力而没有结果，不如将视线转换一下，呼唤你身边的朋友来帮忙。

在工作中，有些人不愿意向别人借力，认为那是对自己能力的一种否认，是一种无能的表现，那么我们反过来思考一下，到底是向别人求助显得无能，还是因为自己力量不足而失败更显得无能呢？事实证明，如果我们不懂得向领导和同事请教，借助他们的力量，只知自己埋头苦干，常常会“事倍功半”。因为在现代这个开放的社会，信息传播的速度越来越快，人与人之间的分工也越来越细。个人英雄主义的时代早已成为过去，哪怕是最杰出的人物和团体，也不可能独自完成一项伟业。只有借助更多人的力量，才能开拓自己的事业，获得成功。

当然，会“借力”不一定百分百就成功，但成功者大多是一些善“借力”之人。只要你善借，让别人心甘情愿帮你做事，你就多了一个获胜的筹码。

如果在工作中，我们能用好“借力”，那么它将会让我们少绕弯路。我们所说的借力，是在你遇到困难的时候，无法通过自己的努力解决或者必须付出极大代价的时候，不妨转变思维，靠借力的方式轻松将问题解决。

世界石油大王曾经说过：“永远不要靠自己一个人花**100%**的力量，而要靠**100**个人花每个人**1%**的力

量。”一个人的力量是有限的，有时哪怕用尽100%的力量也不能取得成功，若是众人分别贡献一点力量便可轻而易举获得成功。所以在职场中，我们要善于结交更多的朋友，只要他们在关键时刻付出1%的能力来帮助你足够了。巧于“借力”，精于借势，你才能成为职场达人。

温馨提示

要想获得最大的成功，就要学会“借力”，尤其对自己所欠缺的东西，更要多于巧借，把握好“借力”这一核心，就有可能将之前的失败转化为成功。

为什么老板会喜欢这样的人

读者来信：在工作中，有的人看到比自己资历浅、能力差的人深受老板的喜欢，就会认为别人是靠甜言蜜语巴结老板才取得成功的。而实际上，受老板喜欢的人本身有许多优点。为什么人们就看不到别人的优点反而认为是别人的甜言蜜语才让他们走向成功的呢？

Leon解疑：职场是个靠实力吃饭的地方，有真实才能的人才会被领导赏识，背后说风凉话的人将别人的成功错误地归因，有可能是妒忌的心理在作怪吧！

心理学家经过研究发现了一种普遍的心理现象，即在成功的时候，人们的正常心理反应是感到自己有能力；失败的时候，人们则都力图把责任推诿给外界和他人。在人的心理调节和自我防卫方面，这样的心理是有利的，因而无可厚非。但是，假如一味地让自己的认识和现实留有偏差，那就会形成个人发展的巨大漏洞，难以弥补。这就是所谓的归因偏差，一种在某些条件下必然出现的心理反应。

人们对他人行为目的的归因直接影响着我们对他人行为的反应，可是，要想准确识别他人行为的动机并不是一件容易的事。一旦理解不当，就会出现归因偏差，并对内心造成不良的影响。而在产生归因偏差的时候，一部分人往往不会把他人的动机归因为善意的，而是做出恶意归因，继而可能做出报复性的侵犯行为。

在职场同样如此，有些老员工业务过硬，为人也忠诚可靠，可多年来一直没有得到重用，看着那些比自己资历浅、能力差的人能够青云直上，就会产生愤懑，忍不住向同事发一些牢骚。千万别被妒忌迷了眼睛，这样只会害人害己。

李秀珠的心情糟糕透了，她觉得自己和对面的张语嫣差距太大了。在李秀珠看来，一旦老板喜欢谁，同事多半也会喜欢谁，这和本身的工作成果没有直接关系。

有很长一段时间，李秀珠心里都非常难受，甚至不愿意搭理对面那个人。李秀珠心想，不就是因为天天在老板跟前讨好才会这么滋润吗，有什么可炫耀的。更让李秀珠生气的是，有一次开会，很多人都讲工作体会，讲得大家都昏昏欲睡，轮到自己的时候，老板甚至打起了哈欠。但轮到张语嫣的时候，所有人都变得聚精会神。

十一放假回老家，见到在销售公司做主管的大哥，李秀珠讲了自己的遭遇，大哥说：“我手下有些女员工也有这样的心结，但作为一位领导，我比你要了解张语嫣为什么会讨老板喜欢。”

哥哥告诉秀珠：“女性最忌讳的就是乱设假想敌，而不去研究、发现别人的长处。特别是本来处于同一起跑线的女同事，出现高下之分的时候，弱的一方就容易忽略掉真正使同事成功的原因，如对方的努力和上进。那些落后的人，往往认为同事是靠甜言蜜语巴结领导才获得了成功。”秀珠问：“不是吗？”

哥哥回答道：“当然不是。一名女员工只有在工作上取得了成绩，才会一直让大家感觉到如沐春风。那些能干的优雅女同事，绝对不可小窥。”秀珠似乎明白了什么。

回到公司后，李秀珠开始仔细观察，她发现张语嫣确实有很多优点，有值得自己学习的地方。不管是业务上还是豁达的处世态度，她都有自己的长处。李秀珠开始了她的学习之路。

在李秀珠看来，张语嫣是凭借甜言蜜语赢得了老板和同事们的反感，却看不到张语嫣背后的努力和上进，是妒忌心左右了李秀珠的判断，使她不能以正确的思维去分析问题，她这是中了归因偏差的“毒”。

在职场中，我们知道，在以利润和社会效益为最高追求的公司里，一般来说，人事任命还是要看个人的业绩和能力，别的都是次要的。

不要一味妒忌别人，你应该让自己的心态先平和下来，职场是个靠实力说话的地方。职位与能力决定发言权，这已经是人尽皆知的真理。仔细观察那些超越你的人，用一双客观的眼睛去看看人家到底有哪些长处，只要你能发现有一点是人家比你做得好的，你就算有收获。接下来你要做的就是，拿出智慧把自己的业务做上去，做到让老板看到你的光彩，承认你的存在。

温馨提示

生活中，我们也经常出现归因偏差，如，就将成败归因于外在的神秘力量。一个受人们尊敬的人物，人们就习惯对他的行为作出好的归因。归因是一种错误的认知，我们应该有意识地加以防止。

为什么老板不喜欢情绪化的员工

读者来信：在办公室，一个人的工作方式会逐渐影响一群人的工作方式，一个人的工作状态会慢慢影响一群人的工作状态，这是为什么呢？难道办公室里也会患“感冒”？

Leon解疑：在一个团体中，如果成员共同存在某一种负面情绪，但又缺乏应对的手段和宣泄渠道，假如其中有一个人选择一种方式发泄，其他的人就会受到影响。

1774年，德国大文豪歌德发表了一部名为《少年维特之烦恼》的小说，该小说的内容为：一个青年因失恋而自杀的故事。小说发表后，引起极大的轰动，不仅使得歌德在欧洲名声大噪，而且整个欧洲引发了模仿维特自杀的风潮，“维特效应”也因此而得名。

沈洋是一家网络公司的部门经理，在他当职的几年时间内，有一件事对他影响非常大。

沈洋一直是一个很自信的人，同事们都能感觉到这一点。但是，他自己知道，到了公司的老板面前的时候，他会跟所有人一样，变得异常紧张，非常担心自己会说错话。因为老板太有威严了，几乎没有人敢在他面前放肆。

当时，如何建立一种自信的良性循环，是他一直苦恼的问题。有一天，机会来了。公司要进行改组，老板召集十多个人开会，要求每个人轮流发言。对于改组这个问题，沈洋的看法和老板不同，于是轮到他发言的时候，他作了大胆的发言，他说：“在我们这个公司里，员工智商都很高，但是我们的效率比谁都差，因为我们整天改组，而不顾及员工的感受和想法……”

沈洋说完之后，整个会议室鸦雀无声。会后，很多同事给他发电子邮件表示出了对他的自信和大胆的佩服。不可思议的是，老板并不像大家所想象的那样独断专行，他不但接受了沈洋的建议，改变了公司此次的改组方案，而且还与公司副总裁开会时引用了他的话，劝大家开始改变公司的文化，不要总是陷在改组中，以免造成公司的智商相减。

从此，公司的风气改变了，任何人都敢于在老板面前发言，大家的工作效率也大大提高了，而沈洋也成了老板的左膀右臂。

维特效应给职场人士的启示是：情绪是可以传染的。在办公室中，我们经常能够发现一些“跟风潮”，如一样的工作布景、相似的工作习惯、一致的工作进度……有些时候，职场甚至还会出现相近的情绪周期。如某一天，公司里的大部分人好像都不太顺心，以至于情绪失控、沟通不畅、互不相让，结果使得整个公司陷入“瘫痪”状态。

办公室里似乎存在一条反应链，一个人的工作方式会逐渐影响一群人的工作方式，一个人的工作状态会慢慢影响一群人的工作状态，一个人的情绪也会改变一群人的情绪。怎么会这样呢？有人施了魔法吗？最终你会发现，原来是特殊的“流行性感冒”，整个办公室都“感冒”了，只不过病毒侵入的是大家的心理。认识到这一点，我们就不会深陷其中，例如，故事中的沈洋就是一个典型。

治“感冒”很简单，当大家的工作思路都朝着一个方向进展，并陷入僵局时，你不妨改变一下思路，让工作有一个新的突破；当大家都受到不良情绪的困扰，并相互影响时，你不妨做个轻松的调适，及时把大

家从口舌之争中“解救”出来，将对“人”的攻击转移到对“问题”的解决和处理。

温馨提示

“维特效应”就像情绪上的“流感”。在生活中，我们不要被“流感”所传染。应当以积极、乐观的态度对待我们周围的一切事物。

趣味测试

1. 你的事业将会发展成什么样？

当你走进森林公园，你希望能够看到什么样的建筑物？

- A. 童话式的糖果屋
- B. 充满禅风的木屋
- C. 有牛有羊的牧场
- D. 人文气息的庙宇
- E. 豪华独栋的别墅

答案：

A：你不是一个不切实际的人，但你有时会有逃离现实的渴望，与其说你期待在事业上有所成就，不如说你更希望有一个人可以了解和成全你。

B：你不留恋于物质享受，但在自己的事业上，你对自己会有什么事情都一定要做好的期许。

C：你会把事业的理想与家庭幸福美满看得同等重要，对你来说，事业与家庭有一项不完满，都是莫大的缺憾。

D：你将不会按照别人设定好的规则走路，你有自己独特的风格，在事业上将有一番不同于社会现状的作为。

E：你理想高远，期待自己事业有成，希望能够提升社会地位，同时你也希望自己的经济能力能够高人一等。

2. 你在职场中容易满足吗？

一个寒冷的冬天，滑雪场上，有一个人正在斜坡上滑雪，前面的地上凹陷了一个洞，有一只大熊正在洞穴里冬眠……可是，这个滑雪者却对这一切浑然不知。请问，你觉得这个滑雪者的下场会如何？

- A. 掉到洞里遭熊攻击
- B. 轻松地跳过洞穴
- C. 有人告诉他有危险而转变方向
- D. 在到达洞穴之前突然滑倒

答案：

A：你的欲求不满度似乎很高，每当发生麻烦事情的时候，你就会把过错往别人身上推。而且，你总往不好的方面想，所以，即使有好转的迹象，也会变得非常糟糕而无法收拾。

B：你是一个勇敢果决的人，欲求不满度相当的低。你相信自己的努力与才能，越是遭遇到挫折你的战斗意志越强。

C: 你是那种有贵人相助的人。你有很多热心的朋友，只要你有困难，他们马上会伸出援手。因此，你的思考方式很乐观，因为即使有欲求不满，最终也能够很圆满地化解开来。

D: 你喜欢幻想，喜欢做美好的白日梦，你似乎对算命这一类的事情很感兴趣，很重视运势及运气这种东西，你会把自己的不顺利归结为运气不好惹的祸。

3. 你未来的职业方向如何？

有位父亲分别交给两个儿子一条20米长的绳子，告诉他们要把绳子围起来的土地分给他们，但围出来的只能是长方形。虽然绳子同长，可是弟弟围起来的土地仍比哥哥多10平方米，为什么呢？

- A. 哥哥很老实而弟弟做了手脚
- B. 不为什么，两兄弟按规定各用各的方法测量
- C. 不知道答案
- D. A、B、C以外的答案

答案：

A: 你工作认真，不炫耀才能，不受人敌视，人际关系良好，换句话说，你含蓄而善良，适合从事公司里的总务工作。

B: 你懂得怎样赚钱，在工作上，你适合当经理或担任业务方面的职务。不过，你也可以自己做生意，但在别人看来，你是个要加以防范的人。

C: 你能集中精神全力以赴去做自己喜爱的工作，你的人际关系仅限于工作上，所以，生活上相当孤寂，朋友较少。

D: 你的心境常随环境而改变，所以，请留意别人对你的影响。你能很好地胜任工作，但仍然有很大精力，希望能有两个以上的工作来发挥。

第六章 容易受伤的爱情——为什么想要一份持久的爱，却只是三秒的热恋？

人的一生中最要紧的是发现自己，而在婚姻中则是被人所发现。

——冉拉尔

为什么恩爱的夫妻时间久了也会吵架

读者来信：我的朋友和他老婆结婚三四年了，之前两个人感情好得让身边的人都为之羡慕，可是最近听说两个人动不动就吵架，甚至吵着要离婚。难道爱情也会像物品一样过了保质期就失去了原有的味道？

Leon解疑：两个人在一起久了，之前的那些浪漫就会被柴米油盐酱醋茶的平淡日子所代替。爱情也被时间侵蚀而变淡。

我们知道，商品都有一个保质期，一旦过了保质期，便不再有当初的那份美好。爱情也不例外，在一起久了总会产生矛盾，有腻烦心理。有专家说，对大多数人而言，爱情的保鲜期只有30个月左右。还有一些人提出所谓的“七年之痒”的说法。难道爱情就没有长久保鲜的吗？

热恋的激情过后，两人间的新鲜感就会慢慢消失，从充满浪漫的恋爱到实实在在的婚姻，人们往往会在柴米油盐酱醋茶的平淡生活中迷失自己。有的人脾气开始变得暴躁或者两人互不相让，你争我吵。恋爱时掩饰的缺点或双方在理念上的不同此时都已经充分地暴露出来。于是，情感的疲惫或厌倦使婚姻进入瓶颈。

如果两个人的世界没有充分的交流，厌倦就会像流行病一样扑来，使人无助、彷徨甚至伤痕累累。每天的生活被压抑和郁闷包围，爱情被时间侵蚀而变淡。难道那份美好的爱情就无法挽救了？

爱情只有换人才会保鲜吗？爱情非得常换常新吗？这绝对是个错误的思想。打个比方，我们在做红烧肉的时候，有时候做不好往往会觉得肉很肥腻，有没有办法解决呢？答案是肯定的。肉的肥腻我们加上佐料可以让它不腻，爱情也一样，适时地在生活中加入酸甜苦辣的调味品，爱情的味道就会变浓。

给爱情保鲜并没有人们想象中那么难，有的时候只要一个拥抱、一个微笑，一句暖心的话语或者一个电话就足够了。以下是“爱情保鲜秘方”，熟练运用，你的爱情会越陈越香。

（1）留足空间。结婚后，要保持正常的朋友圈子，不要将自己的爱人作为自己的唯一精神支柱。两人要保持适度的距离，最好是有点儿黏又不太黏。如果觉得日子过得平静腻烦，可以有意识地离开对方一段时间，比如，一个人出去旅游或者去自己父母家住上几天，能让对方增加对自己的思念。

（2）时不时来点小幽默。有了幽默，两个人的生活才不单调，不时地制造点儿小幽默，火药也变成笑药。例如：

妻子和丈夫因一点小事吵了一架。妻子就在丈夫的胳膊上狠狠地咬了一口。

丈夫说：“你这女人，干吗咬人呀？”

妻子说：“因为我是君子，俗话说君子动口不动手。”

（3）刻意制造些小浪漫。比如，在你们结婚周年纪念日的时候，可以和他（她）在家吃一顿烛光晚餐，然后再送上一份精美的小礼品；晚饭后，和爱人手挽手去公园散散步；情人节的时候，送上一朵鲜花或者一盒巧克力；在平时休息的时候，相约来到初次相识的老地方，重温一下当时你们认识的情景……浪漫可以让生活充满情趣，让人保持好心情。

(4) 女人需要哄，男人需要捧。男人要懂得“哄”好自己的妻子，爱情才会长青。女人也要学会捧自己的丈夫。要知道，人人都渴望被别人称赞，好老公是夸出来的。如果有一个女人时不时地告诉丈夫：“你是最棒的！”“你是最聪明的！”“你做的饭是最好吃的！”这种赞扬会使他心中充满干劲，他会以更多的爱来回报你。

(5) 每年至少要单独出去旅游一次。旅行是我们摆脱烦恼心情的转换器，同时也是医治婚姻问题的良药。面对优美的风景，之前的烦恼早就忘得一干二净，那时你看对方不再像以前那么不顺眼了，仿佛又重新回到你们之前的那段甜蜜时光。

在生活中，我们应该是爱情的厨师，给自己的爱情加上不同的佐料，就能够时刻让爱情保鲜。你们的爱情之花就会永不凋落。

温馨提示

每个人的婚姻随着时间的推移或多或少都难免会觉得有些乏味，所以我们需要在爱情里加上不同的佐料，让它保持新鲜，最终到达“我能想到最浪漫的事，就是和你一起慢慢变老”的理想状态。

为什么好女人也会错过好姻缘

读者来信：身边认识的一个女孩子，她深爱着自己的老公，能够为了这份爱牺牲自己的一切，然而最后两个人还是分手了，这究竟是因为什么呢？

Leon解疑：爱情需要两个人共同付出，如果只是一方无条件付出，爱情的天平就会发生倾斜。

爱情是美好的。有人认为，为爱牺牲得越多，对方就越爱你。尤其是有些女性，她们一旦坠入爱河，脑海里除了自己喜欢的人外再容不下别人的存在。只要是对方喜欢的，她们都努力实现。在她们眼中，牺牲是最崇高的爱，可以换回来感情的幸福、美满的婚姻。事实真的是这样吗？

有这样一个故事：

有一年春天，一只调皮的小猴子在树上跳来跳去，不经意间发现了一个鸟窝。小猴子高兴极了，伸手就去抓。受到惊吓的小鸟都逃走了，只有一只最小的鸟因为身体虚弱还留在鸟窝里。小鸟用惊恐的眼神看着小猴子，好像在说：“不要靠近我。”小猴子只顾自己开心，它捉住小鸟，把它带回家去。

幸运的是，小猴子特别喜欢这只娇小的小鸟，它将小鸟抱在胸前，不断地抚摸、亲吻，小猴子自言自语道：“多么可爱的小鸟啊！我好喜欢你！”

在接下来的日子里，小鸟饿了，小猴子给它找食物；天冷了，小猴子给它筑巢；在一个地方待烦了，小猴子还会带着它到各处去玩。

日子就这样一天天过去了，小鸟长大了，小猴子也变成老猴子走不动了。猴子希望每天跟自己朝夕相处的小鸟能叼来食物给自己吃，然而，让猴子想不到的是，习惯了被悉心照顾的小鸟觉得这只猴子变心了，不喜欢自己了，于是拍拍翅膀就飞走了。

人们常说为了深爱的人牺牲自我，抛下自己的全部才是世上最伟大的爱。然而结果却常常是，当你失去了自己原来所拥有独立自信的光彩之后，爱情也会随之离你而去。

懂爱的人一定要学会运用逆向思维，爱别人首先要爱自己，因为如果自己都不能很好地爱自己，还能指望别人如何地去爱你吗？所以，我们要明白，不能因为爱一个人而失去自我。

不可否认，爱情肯定会有牺牲，比如，异地的恋人为了能够在一起，其中一人就会作出牺牲。为爱牺牲的确伟大，但牺牲要有限度，有些牺牲是不值得的，你无怨无悔地为爱牺牲自己，结果，功成名就时心爱的人却离你而去。这样的例子我们在生活中也经常看到，比如一对情侣，一方因家境贫寒，交不起出国留学深造的学费，另一个拼命赚钱供对方上学。然而到头来，对方学业有成，就觉得原来的那个人配不上自己，于是便狠心地选择分手。

牺牲自我并不一定能守住爱情，委屈自己未必能换来幸福。当一个人为了爱情牺牲太多时，就渴望能够得到对方的回报，因为自己付出的越多，就越容易把自己全部的希望寄托在对方身上。这就让对方在心理上有了很大压力，最后，对方可能不堪重压选择离开。

在丹丹眼中，那种古典美的好女孩一般不会轻易和男孩子交往的，除非遇到自己特别深爱的人，所以

她觉得在与男孩交往的时候，言谈举止也要保持典雅、温柔的风范。一旦和男孩子建立了亲密的关系，就必须全心全意爱这个男孩。

于是，在恋爱中，丹丹在很短的时间内便将自己的情感倾情奉献，她可以为男友做任何自己能够做的事情，比如，自己不舍得花钱却买礼物给他；自己平时不做饭却为他亲自下厨；请男友看电影或者喝咖啡.....总之，她在男友面前是招之即来，挥之即去。

一些与丹丹交往过的男孩，刚开始的时候都觉得丹丹人很热情、真诚，都想与她有进一步的发展。可是令他们想不到的是，正当他们准备对她发起追求攻势时，丹丹自己已经表现出了迫不及待的阵势。所以，男孩对她也觉得兴味索然了，于是只有选择离开了。

丹丹对此一直非常不理解，为什么她全心全意付出了那么多，却得不到回报呢？

女人有着天生的母性，喜欢付出，喜欢照顾人，这本身并没有什么不对，然而，如果女人对男人太好，只知道一味地付出，反而会让对方轻视自己的感情。所以在丹丹看来，全身心为男友付出，对他们百依百顺就同样能够得到一份真感情，其实正是这种错误的思维方式才使得丹丹错失应该属于自己的感情。

通常人们对于太容易得到的东西，就不懂得如何珍惜。对方对你付出感情的不珍惜，反过来可能引起你的不满甚至怨恨，不利于两人感情的的发展。

真正懂爱的人会在爱对方的同时保有自己特有的个性，不会为了爱情迷失自我。爱情需要牺牲，但不需要牺牲所有，更不是牺牲的越多，对方爱你会越深。最好的爱是爱对方的同时也要爱自己，不要让爱的天平发生倾斜。

这是张梦第三次去医院做人流了，她不知该如何描述自己此时的心情，只感觉自己整个人都是麻木的，前途一片黑暗，心中那份痛苦与无助只有自己知道。这个从上大学自己便深爱的男人，到现在大学毕业都三年了从未给她一个确定的结婚期限。每次说到这个问题，他都说：“现在没房没车没事业，怎么结婚？”张梦理解作为一个男人的难处，可是，这个男人什么时候体谅过她？她根本不在乎这个男人是否有车有房。周围的同学一个个都步入了婚姻的殿堂，张梦只能用羡慕的眼神看着别人的幸福，原本平凡无奇的拥有，到现在竟是一个无助的奢求。多次的人流让张梦的身体每况愈下，可是这个男人却一点儿都不心疼。难道因为她爱他，就要为他牺牲，而把伤害都留给自己？

我们可以很明显地看到，陷入痛苦中的张梦错把自我牺牲当成了爱。可是，如果你遇到品质不好的人，就算付出自己的生命，他可能也无动于衷，还会找借口推卸他应该承担的责任。所以，爱情不是单方面的付出，也非单方面索取，它需要双方共同付出和经营。哪怕两人投入的时间、精力不均等。如果只是一方的给予，这样的爱情是不稳定的，是潜藏危机的。因为爱情不是一个必赢的赌局，只有你一个人下注是不安全的，必须两人都得付出。

改变一下爱的思路，爱别人时一定要保护好自己。有时候我们可以为爱牺牲，但牺牲的同时要保有自己的个性，不要以为牺牲越多，对方就爱你越深。有时候，你委屈了自己，对方也不一定会将你放在心里，所以，美满的爱情是需要两个人共同付出和用心经营的。

温馨提示

在爱情里，不要单纯地以为为爱牺牲得越多，对方就越爱你，爱情是两个人的事情，如果只有其中一方一味地去付出或者索取，这并不是真正的爱情。

为什么有些人相爱以后就会束缚对方的自由

读者来信：我男朋友非常爱我，在生活中处处关心我，可是有一点让我很不开心，那就是他会限制我的交往自由，他不喜欢我跟异性有交往，这难道也是因为爱我才会这样吗？

Leon解疑：也许在他看来是因为爱你才会这样的，但实际上这是他的一种自私的表现。

有些人在爱情当中，如果一个人深爱着另一个人时，嫉妒心会变得很强。我们身边经常能看到这样的例子。比如，看到对方手机中或者QQ上有异性朋友的名字就会将其删除；看到对方跟异性朋友在一起聊天就会生气；不允许对方跟异性有过多交往……这些表现都是在限制或剥夺他人的交往自由。有人说，嫉妒正是爱情的印证，果真如此吗？

张维良和赵晴是一对恩爱的情侣，两人交往的时间虽然不太长，但感情如胶似漆，两个人隔两日必定见面，否则彼此的思念便开始泛滥。然而，令赵晴感到烦恼的是张维良的嫉妒心非常强，他甚至要求赵晴把手机和QQ上所有男性的名字都删除。这个被爱情冲昏了头脑的赵晴因为深爱着张维良，尽管心中有一千个一万个不乐意，但最终还是答应了男朋友的要求。

都说恋爱中的女人可以为了爱情，不顾一切。可是作为旁观者，我们都觉得张维良的要求实在太过分了。他的这种嫉妒心，真的是对赵晴爱情的印证吗？事实并非如此这种嫉妒心体现了张维良的占有欲，为什么呢？

实际上，嫉妒心强的人，出轨的欲望也很强。因为人自己想做某件事时，也会感觉别人同样想做这件事。这是一种“投影”心理具体来说，因为张维良嫉妒心强，所以在他的内心会猜疑：“赵晴是不是想出轨？”而实际上背后隐藏的心理是“因为我想出轨，她肯定也在想同样的事情”。所以，尽管自己心爱的女朋友赵晴根本没有想出轨的想法，也没有做任何对不起他的事情，张维良还是不由地开始嫉妒了。特别是那种压抑自己欲望的人，嫉妒心会越强。这种情况下，赵晴一定要注意了。

另外，“投影”本人对自己内心深处隐藏的欲望几乎察觉不到。拿故事中的张维良来说，他自己根本不知道内心隐藏着想出轨的欲望，因此他也不清楚自己嫉妒心的真正起因，反而认为是因深爱自己的女朋友引起的。

在两人的相处中，不要错误地接受对方的嫉妒，认为那是爱情的证据，真正的爱不是嫉妒，也不是占有，而是相爱的人彼此心灵的相互契合，是彼此的理解与宽容。

温馨提示

在日常生活中，人的很多欲望当中都隐藏着“投影”。我们常常错误地将自己的想法和意愿投射到别人身上，比如，自己喜欢的人，以为别人也会喜欢。

为什么不要相信爱情故事就一定会有好结局

读者来信：都说爱情是美好的，可是为什么有些爱情往往爱的越深就令人心痛呢？

Leon解疑：美好的爱情需要建立在正确地对待爱情的基础之上，如果思想钻进死胡同，往往会令自己伤痕累累。

谈到爱情，人们通常认为它是人们的精神支柱，是浪漫温馨的温柔，甜蜜快乐的幸福。然而所有的爱情都是美好的吗？为什么有的人感情被欺骗过多次仍然毫不总结自己的愚蠢？因为在他的内心，始终相信爱情是美好的，这就是他的“逻辑”。

张先生以前是某IT公司的高管，五年之前，他拥有两栋别墅和四部豪车，然而现在，他贫困如洗，一无所有。为什么会这样呢？因为在五年的时间里，他被三个女人先后欺骗，这三个女人都与他结过婚，都曾与他甜甜蜜蜜，相约白头到老，结果呢，这三个女人骗走了他的全部财产，包括汽车和房子。

在张先生看来，爱情是世界上最美好的事物，就算一时受到挫折，他相信总会找到自己的甜美爱情，和一个相爱的女人结婚生子，白头到老，共同享受幸福的人生。

正是这个逻辑骗了他，他拥有了某种不可改变的思维模式，尽管不是每个女人都是骗子，但当他如此确信“美好爱情”时，我们相信，他一定会掉进某些特意为他挖好的陷阱。

一个男孩到了结婚的年龄，家里人给他介绍了一个女朋友。在和这个女孩见面后，男孩迷上了这个女孩，从此一发不可收。而女孩却觉得他并不是自己理想中的目标。

男孩坚决地对家人说：“非她不娶。”

看到男孩这样痴迷地喜欢这个女孩，而女孩却一次次拒绝，家人和身边的朋友纷纷劝他：“好女孩多得是，你为何只喜欢她呢？”

男孩回答道：“只有她才能给我带来幸福，我认为我们是天生的一对。”

所有的劝说都变得软弱无力，男孩得了很严重的相思病，他给女孩不停地打电话、发信息。在一次次遭到拒绝后，他慢慢地性情大变，沉默寡言，还患上了抑郁症，最后自杀了。

从故事中我们看到，这个得了相思病的男孩在相亲的过程中，看到女孩的第一眼就在大脑中确立了一个逻辑：没有她，我就不可能幸福。这是他得出后面的一切判断的思维基础，事实是他改变不了这个思维逻辑，因此所有人的劝说都不可能起到作用。

所以，在爱情面前，在你的大脑中植下思考的种子，运用正确的分析问题的逻辑和方法，才会让爱情按照自己的期待发展，进而收获美好的爱情。

爱情是件顺其自然的事情，得之我幸，失之我命，如果想强求，最后受伤的一定是自己。所以，不属于自己的不如相忘于江湖。相爱是幸运，不爱是命运。

温馨提示

有些人之所以找不到属于自己的真正爱情，是因为往往会陷入不太现实的爱河里不能自拔，因为太在乎，所以会感性战胜理性，使自己不能冷静地去判断，迷失了方向。

为什么有时我们被欺骗也感到很开心

读者来信：在我的爱情中，我认为他一向对我很坦诚，可是当有一天他告诉我，某件事他曾欺骗过我（其实只不过是一个善意的谎言），我怎么也不敢相信。可为什么面对这种不坦诚的爱情，我恨不起来？

Leon解疑：爱情的力量是伟大的，谎言经过包装，可以掩饰掉它不美的成分，让人感到的是爱意、理解与同情。

一个幼稚的谎言在四十年之后，即便最后被戳穿，受骗者也不会相信这就是事实，换句话说，他将完全接受谎言给予他的逻辑和意向。

他和她的相识是在一个晚会上，那时的她年轻漂亮，身边不乏追求者，而他却是一个普通得不能再普通的人。因此，当晚会结束之后，普通的他邀请美丽的她一块喝咖啡的时候，她很吃惊，可是出于礼貌，她答应了他的邀请。

坐在咖啡馆里，因为两个人没有什么共同的话题，所以气氛有点儿尴尬，她只想尽快离开这里。但是当服务员把咖啡端上来的时候，他却突然说：“麻烦你拿点盐过来，我喜欢喝加了盐的咖啡。”当时，她愣了，服务员也愣了，大家都吃惊地看着他，他的脸都有些红了。

当服务员把盐拿过来后，他便放了点进去，慢慢地喝着。出于好奇，她问他：“你为什么喜欢加盐的咖啡呢？”他沉默了一会儿，一字一顿地说：“我家住在海边，我在小时候经常去海里泡着，海浪打过来，海水涌进嘴里，又苦又咸。现在，很久没有回家了，咖啡里加盐，就算是想家吧。”她突然被这句话打动了，因为，她从来没有听过哪个男孩子会想家，想家的男人必定是顾家的男人，而顾家的男人必定是爱家的男人。她忽然有了一种倾诉的欲望，于是跟他说起了自己的故乡，说着说着，气氛渐渐变得融洽起来，两个人聊了很久，最后男孩提出送她回家，她没有拒绝。

从那以后，两个人频繁地约会，在约会中她发现他具备了所有的优秀男人应该具有的特性。细心、大度、体贴，完全符合她的标准。她暗自庆幸，幸亏当时的礼貌，才没有和他擦肩而过。她带他去遍了城里的每家咖啡馆，每次都是她说：“请拿些盐来好吗？我的朋友喜欢咖啡里加盐。”再后来，他们结婚了，从此过着幸福的生活。而且一过就是四十多年，直到他前不久得病去世。

故事似乎要结束了，如果没有那封信的话。

那封信是他临终前写给她的：“还记得第一次我们一起喝咖啡吗？当时我很紧张，尴尬的气氛令我很难受，不知怎么想的，竟然让服务员拿些盐来，其实我没有喝咖啡加盐的习惯，可是当时既然说出来了，只好将错就错。没想到竟然引起了你的好奇心，因为这，让我喝了半辈子的加盐的咖啡。有好多次，我都想告诉你事实的真相，可是我不敢，我怕你会因为生气离开我，现在我终于不怕了，死人总是很容易被原谅的，不是吗？今生得到你是我最大的幸福，如果有来生，我希望我们还能够在一起，只是，我可不想再喝加盐的咖啡了，咖啡里加盐，味道很难喝的！”

信的内容让她好吃惊，同时她有被欺骗的感觉。然而他不知道，她多想告诉他：“我是多么幸福，有人为了我，能够做出这样的一生一世的欺骗。”

爱情的力量是伟大的，明明是一个谎言，但最后成为了一个美丽的浪漫故事。谎言经过包装，可以掩饰掉它不美的成分，让人感到的是爱意、理解与同情。

在爱情和婚姻中，面对爱人善意的谎言，我们要做的是认真分析谎言背后隐藏的是什么样的动机。不能简单认为，谎言就是背叛。否则，自己失去的有可能是一份真爱。

温馨提示

爱情和婚姻里，大部分善意的、伪装的谎言只是想让另一方明白：我是因为爱你才说谎，只是我不忍心你生气所以才不想揭穿真相。

为什么越是熟悉的人越是看不懂

读者来信：我一向认为自己是一个比老公勇敢的人，因为在遇到事情的时候，我总是会比他先做出反应。可是有一次晚上，我们一起走夜路遇到了一个想抢我们钱的坏人，在这个时候，我老公趁坏人不注意，把坏人手中的刀夺了过来扔掉，然后跟坏人撕扯起来。一向胆小的他怎么会有这样勇敢的表现呢？

Leon解疑：恋爱中的一方常常根据对对方的基本印象就不加分析地推断其能力和品质，这种盲目的判断和推断，往往会对恋人的内在素质失去审察力，不能看到恋人的真实品质。

到了恋爱阶段的年轻人要么同时被多个异性追求，给自己过高的评价；要么自身在某方面有优势，对未来的伴侣格外挑剔；要么就是自己对某人有一种情感，那么，这个人的整体形象在自己眼中就会随着这种情感变化。“攻其一点，不及其余”这句话，可以说是对恋爱中的人模糊心理的最好写照。

有一名叫罗德的男孩生性懦弱，每次遇到自己不敢做的事就会对自己的女朋友萨拉说：“你先试试！”他们两个人相恋5年了，再过一个月就是他们的婚期，眼看婚期临近，萨拉突发奇想：听说出海旅行能锻炼一个人的性情，她想要通过这种方式彻底改变罗德的懦弱。她邀罗德一起出海。

几天后，他们结束出海准备返航，却发生了一场意外，他们的小艇被一股强大的飓风摧毁了。庆幸的是萨拉抓住了一块船板，这才使两个人保住了性命。他们无助地在海上漂泊着，期待能够得到救援。

萨拉问罗德：“你现在害怕吗？”

“有点。”罗德回答道。说完他从怀里掏出一把水果刀，接着说：“不过，你不用担心，我有这个，要是遇到鲨鱼，我就用这个对付。”

萨拉摇头苦笑，她认为罗德注定这辈子都这么懦弱了，她不再说话了。沉默之际，一艘大货轮出现在不远处的海面。终于看到了希望。萨拉用力挥动着自己的红衬衫，货轮上的人终于发现了他们。就在他们高兴的时候，一群鲨鱼却悄悄地出现在他们身后。

萨拉大声地对罗德说：“不要害怕，我们一起用力游，鲨鱼不会赶上来的。”此时罗德却突然用力一把将萨拉推进海里，自己趴在船板上向货轮游去，并大声喊着：“萨拉，这次我先试试！”萨拉怎么也没有想到会这样，她望着罗德的背影，绝望地哭了。

鲨鱼一步步逼近，可不知为什么，它们好像对萨拉没有兴趣，径直朝前面的罗德冲去。罗德被鲨鱼凶猛地撕咬着，在生命的最后时刻，他叫道：“萨拉，我爱你……”

萨拉得救了，甲板上的人在默哀，船长走到萨拉身边说：“姑娘，我不知道那个勇士和您是什么关系，但他是我见过的最勇敢的人，我们为他祈祷！”

“他是这世上最胆小懦弱的人！”萨拉冷冷地说。

“您为什么会这么说呢，刚才你们朝这边游的时候，我一直用望远镜观察你们，是那个男人把您推开后，用刀子割破了自己的手腕。您知道吗，鲨鱼对血腥味很敏感，如果他不这样来争取时间，恐怕您现在不会出现在这艘船上……”

被自己心爱的女朋友萨拉看作“生性懦弱”的罗德在最危急的时候用生命证明了自己的勇敢，证明了对萨拉的爱。

爱好摄影的朋友都知道，摄影学里有个叫“光晕”的名词，摄影成像是由于光线在底片的乳剂层上感光完成的。在曝光拍摄过程中，强光投射到胶片上时，透过胶片乳剂在片基表面进行反射，这样，在图像的周围就会出现一圈月晕一样的影像。

其实这种现象也存在于恋爱中。恋爱中的一方常常根据对对方的基本印象就不加分析地推断其能力和品质，这种盲目的判断和推断，往往会对恋人的内在素质失去审察力，不能看到恋人的真实品质，所以就会出现两人发生口角，有的甚至招致分手。

在上面的故事中，因为女朋友的模糊认识，本来应该踏入婚姻殿堂的一对情侣，却酿成了一部无法挽回的悲剧。我们每个人都渴望得到幸福，都在追求着幸福。但是要知道，每个人都有缺点，所以对自己的另一半要学会互相理解、互相包容，不能太苛刻。

所以，在选择爱情时，一定要树立正确的恋爱态度和恰当的择偶标准，让自己的主观判断不要与现实相差太远。如此做了，你就会得到自己的幸福。

温馨提示

在爱情面前，我们一定要弄清楚自己的内在追求，能够给对方以包容，相互间有内在吸引力，才会两情相悦，得到永久的爱情。

趣味测试

1. 现在你的幸福指数有多高？

当你不幸走进一间黑店，老板逼你从五杯饮料中挑选一杯，他告诉你这五杯饮料中只有一杯没有下毒，你认为会是哪一杯呢？

- A. 热咖啡
- B. 鲜牛奶
- C. 珍珠奶茶
- D. 乌龙茶
- E. 白开水

答案：

A：你目前的幸福指数是40%。你很自我，你跟他相亲相爱但却常常吵架，不过，与别人不同的是，你们越吵感情越好，所以彼此在对方心里还是有很有重的分量。

B：你目前的幸福指数是55%。你很单纯，所以很容易满足，在你看来只要你喜欢的人也喜欢你，你就会认为自己是幸福的人。

C：你目前的幸福指数是99%。“只羡鸳鸯不羡仙”就是你的真实写照。你和他心灵默契十足，你们的沟通只要对方一个眼神就能知道他在想什么。

D：你目前的幸福指数是80%。在你眼中，跟自己最爱的人在一起就是幸福，这种感觉就是很舒服，你目前的心境是非常成熟的，你能很平静地享受工作和生活。

E：你目前的幸福指数是20%。你是一个独立、聪明的人，你知道自己需要些什么。

2. 对于爱情，你是一种什么心态？

当你的爱人满心欢喜地要求你做一件你可能做不到的事情时，你会表现出怎样的态度呢？

- A. 满口答应且装出很愿意的样子
- B. 稍微迟疑但还是很高兴地答应
- C. 婉转地回绝请对方谅解
- D. 一口回绝表示做不到

答案：

A：你是个不敢坦白的人。也许是你太爱对方，怕他生气，也许是存心欺骗对方，假情假意也有可能。总之，你在爱情心态方面有问题。如果想要有健全完整的爱情，最好改掉这种不敢坦白的心态，坦诚对待对方，否则你将永远找不到真正的爱情和爱人。

B：你属于心思细密很会为对方着想的人。因为你不想让对方失望、伤心，也不想让对方有被欺骗的感

觉，于是稍有迟疑后，还是答应下来。你一旦答应了别人就会拼命地去完成任务，即使最后完成不了，也会真诚地告诉对方自己已经尽了力。你肯为对方牺牲，很伟大，但也是很辛苦的情人。

C：你是一个很理性的恋爱者，既不会抱有太多的幻想也不会太现实功利，有着健康的心态。只是少了一点点浪漫，因为浪漫这种东西多少要有非理性的情意。

D：你属于很现实的人。不会去做不切实际的事情，尤其是有损自己利益的事，所以即使是面对心爱的人也会毫不留情地拒绝。你太直率了，为此常常得罪人，甚至伤了爱人的心。

3. 你对爱情忠诚吗？

你的不远处站着他，你会以怎样的态度对他呢？

- A. 你会仿佛没有看见一般，从他身边走过。
- B. 你会想：他是一个人吗？是否在等人？
- C. 你会想：他是否有烦恼？看起来好可怜。
- D. 你会想：他一定是不受女人欢迎的大男人。

答案：

A：你不易有任何外遇，很满足于目前的爱人，除非你的爱人与你之间的转变，同时又有抢手的异性追求，在双重压力下才会有变化。你的忠诚度相当高，不易移情别恋，所以在结婚之前最好再确认你的他是否可以依靠一生。

B：你的爱情忠诚度相当不错，你比较善于观察别人，不会把自己的爱情交付给一个不靠谱的人。你不仅忠诚，也懂得掌握幸福婚姻的艺术，是个体贴又善解人意的人。

C：你充满同情心，对爱情也忠实，但难免因为同情心与多情，而卷入一些男女是非之中，可能使你不得不移情别恋。你是很好的朋友，所以当遇到机会时，爱情的忠诚度总会被打折扣。

D：你有防御之心，但却是来自潜意识里的好奇心。你对其他异性，仍充满好奇。即使你忠诚度很高，很爱目前的情人，但是当时间久了，爱情褪色而又有机会时，你不会选择放过。如果你的他是很理想的对象，一定要反省自己，收收心吧！

第七章 不理性的消费——为什么越想省钱，花的钱却越多？

人们买的不是东西，而是他们的期望。

——特德·莱维特

“数量有限”的东西真的值得购买吗

读者来信：我陪朋友逛商场的时候买了一件超值的大衣，原价1500元，我们只花了750元，因为商家五折销售，而且这件大衣是最后一件了，其实我们并没有打算买衣服的，但是为什么看到这样诱惑的条件就控制不住自己呢？

Leon解疑：这是一种稀缺原理，对人们来说，机会越少见，价值似乎就越高，所售商品就越受欢迎。商家正是利用了这一原理来促销，让顾客认为机不可失，失不再来。

你一定有过这样的经历：走进超市，看到一件打了很多折扣而并不是自己特别需要的物品，由于看到今天是折扣的最后一天，你便毫不犹豫地将它添加到自己的购物车里。等过了一段时间，自己开始后悔不该那么冲动，买了自己并不是很需要的东西。其实，吸引你的是要不赶紧下手，就没有机会了。

这是一种稀缺原理，对人们来说，机会越少见，价值似乎就越高，所售商品就越受欢迎。由于稀缺原理在我们确定商品价值时有极强的影响力，所以很多商家会打着“数量有限”的口号去促销其商品。“数量有限”的策略是让顾客相信一件东西很紧俏，从而提高它们在顾客眼中的价值。

一个周末，李磊陪朋友去商场买打印机，他们同时看中一款性价比很不错的打印机，他们两个在看中的打印机前左看右看，翻看与该商品相关的说明书，但他们还没有打算找销售人员进一步了解情况。销售人员看到他们对这款打印机表现出浓厚的兴趣后，走过去，热情地说道：“这款打印机是品牌的，质量好，价格也很合适，但是，遗憾的是一个小时之前，有一个顾客已经预定了这款打印机，而且，我如果没有记错的话，这个好像是最后一台了。”

两个人听完之后一脸失望。因为买不到了，所以这台打印机突然变得更具吸引力了。这时，李磊问道：“你们库房或者其他的分店是不是还有这一型号的机器呢？”销售人员说：“有可能，我帮您去查查，但是我可不可以这样认为：你们是真心想要这一型号的打印机，如果我能找到多余的一台，你们愿意按照这个价格买下来吗？”

这个时候，李磊的朋友立刻答应购买了。过了一会儿，销售员去库房转了一圈之后，带来了好消息，找到了额外的库存。而在得知有货源的消息后，两个人感觉物品没有之前那么有吸引力了。可是已经事先答应了销售人员肯定会购买，所以最后只好成交。

对失去某种东西的恐惧，似乎要比对获得同一物品的渴望，更能激发人们的行动力。我们都知道，难以得到的东西，一般都比能够轻松得到的东西好。这其实是商家常用的手段。商家站在不这么做就有可能损失什么的立场上宣传，效果明显要比强调这么做能带来什么要好得多。

根据稀缺原理，在一件商品最不可得的时候，也是其吸引力最大的时候。这时不断对顾客强调这是“最后的机会”，顾客就会感到紧张和利益即将缺失，从而快速下定购买的决心。

相似的手段还有：“这是最后一个，便宜卖了。”

“我知道您着急要买，所以就先给您打电话了，你要是不要，我就打电话给××先生，他也看中这款了。”

.....

和“数量有限”技巧相对应的是“最后期限”战术，是商家对顾客获得产品的机会做出时间上的规定。对顾客设置最后期限并广而告之，激起顾客本来并没有的兴趣。比如，我们经常会听到这样的促销宣传语——各位顾客您们好，为了迎接十一的到来，现在部分商品让利促销，时间有限，请各位抓紧抢购！”“名牌电压力锅，不粘内胆，电脑控制，今天是促销活动最后一天！”“名牌豆浆机，限时打折促销。”就连网店销售也经常标出“限时包邮、限时促销”“活动时间上午10：00～12：00，下午16：00～晚上20：00，原价399元，促销价299元，免费包邮。加10元限时送原价38元的水杯一个。”

如果你是顾客，看到这些极具诱惑的宣传，你恰好需要那个产品，你多半会选择购买。即使你根本没打算购买，也可能将其抱回家。为什么呢？因为客户受商家提出的“假如此时不购买我们的产品，您将会受到损失”的暗示。这些也说明，正面介绍商品往往不会引起顾客兴趣，向客户提出“假如此时不购买我们的产品，您将会受到损失”的暗示，反而更能触动和吸引顾客，促使他们在最短时间内作出购买决定。

某电器商场，在一个周末以“本店十周年店庆，真情回馈消费者”为宣传语，掀起了抢购热潮。他们先利用海报、电视、墙体广告等形式让更多的人知道了他们优惠活动的具体日期和内容。活动当天一大早，商场门外就站满了排队等候的人群。到了营业时间，工作人员打开店门，等候在门外的人如潮水般涌进来，让销售人员忙得不可开交。这时候，商场工作人员又稍微调整了销售方法。他们利用广播，告诉这些顾客们，现在5人一组，进室内预定家电产品，每人仅限五分钟考虑时间。

也许你会认为顾客会因此而转身离开，事实却恰恰相反，他们的抢购兴致更高了。因为这些人觉得自己买到了很划算的物品。在三小时内，这家商场竟然卖出了30台电视机和90台笔记本电脑。

稀少性谬误会使人丧失清醒思考的能力。所以我们今后再去购物时，不要在乎东西是否稀少，也不要在乎某人想要它，而要看自己是不是真的需要这件东西，要按价格和物品作用判断是否要购买某一物品。

温馨提示

数量有限和最后期限大都是商家的一种促销手段，我们要看清楚事情的真相，不要掉入稀少性谬误的陷阱。

为什么我们不能相信“一分钱一分货”

读者来信：我有个朋友在购物时有个习惯，总喜欢买同类商品中价位最高的，他一直认为价格越贵的东西质量就越好，事实真的是这样吗？

Leon解疑：人们在对物品的质量拿捏不准时，价格本身成了质量的评判标准。人们会受到“一分钱一分货”的评判标准影响，因此，人们通常就把这条规则提炼成了“价格贵=东西好”。不过有时候这一公式只是商家的一种策略而已！

一般来说，大家都会有这样的认识：商品的价格都会随着价值的增加而提高，价格越贵，质量就越好，价值就越高。所以，当人们在进行购物时，都会不由自主地想买质量好、价值高的商品，这就自然地运用了“昂贵等于优质”这种思维定式去判断商品的价值。

李洁在旅游景点附近开了一个卖旅游纪念品的小商店。在旅游旺季时，她进了一批玛瑙石珠宝，价位适中，虽然商店里顾客盈门，生意也还算不错，可是那批玛瑙石珠宝却不受顾客的欢迎，销量一直不好。李洁想了各种方法来吸引顾客对这些玛瑙石的注意，例如，让店员对它们进行大力推介，将它们摆放在最显眼的位置希望它们能够畅销，但是都收效甚微。

后来，李洁因家中有事要离开景区几天，临走时她给店员留了一个便条，告诉店员将那批玛瑙石珠宝以1/2的价格处理掉。因字迹潦草，店员误将便条上的“1/2”错看成了2。出乎意料的是，提价后的玛瑙石珠宝反而深受顾客的欢迎，很快这批以前积压的玛瑙石珠宝便全部卖完了。

几天后，李洁办完事情回来，看到那批玛瑙石珠宝全部售完，非常开心。不过，当她得知那批玛瑙石珠宝是以比原价高两倍价格售出的，她完全震惊了！她怎么也想不通这究竟是因为什么。

其实，这些顾客大多是生活富裕的度假客，对玛瑙石没有什么了解，他们用一套标准原则来指导自己买东西，即一分钱一分货，价格贵就等于东西好。因此，这些想买到好珠宝的顾客，在看到玛瑙石珠宝昂贵的价格之后，便认为这些珠宝值得拥有。绿宝石在渴望质量的买家中销量激增，正是价格暴涨这一因素带来的。

我们对药物疗效的评价也经常是这样。比如，有两种中性药物，它们不会起到止痛的效果。我们告知服用第一种药剂的病人这是刚上市的新药，对缓解疼痛有很好的效果，价格是每盒60元。有87%的服用者说自己的疼痛得到了明显缓解；我们告知服用第二种药剂的病人这是缓解疼痛的药，价格是每盒10元，结果只有50%的服用者说疼痛有所缓解。

有研究人员做过这样一个实验：他们找来10个人（非品酒专家）去品尝5种红酒，品尝完后对红酒做出评价。研究人员将这些红酒分别贴上不同的价位标签：50元、80元、100元、120元、150元。品尝完之后，价格高的红酒更受人们的喜欢。

实际上，150元的红酒出现了两次：一次标价150元，一次标价50元；120元的红酒也出现了两次：一次标价120元，一次标价80元。可是这10个人都没有能够品尝出来，大家都认为标价高的最好喝。

许多研究表明，有些人在对物品的质量拿捏不准时，经常会使用这一范式。价格本身成了质量的评判

标准。认为“一分钱一分货”，因此，人们通常就把这条规则提炼成了“价格贵＝东西好”。这一公式向来是管用的，因为一般而言，物品价值高，价格也会涨；较高的价格通常反映了较好的质量。

当人们在进行消费行为的时候，发现自己想要质量好的物品，但对物品没有太多了解的情况下，便很自然地用上了价格这个一贯准绳。

事实上，模式化的自动行为在大部分人类活动中相当普遍，因为我们没有足够的时间、精力和能力，将每天遇到的每一个人、每一件事相关的方方面面都辨识出来、分析出来。因此，我们会频繁地利用我们的范式或首选经验，根据少数关键特征把事情分类，一碰到这样那样的触发特征，就不假思索地作出反应。

有些时候，它是一种有效的行为方式。但是，有些时候模式化的自动行为并不适合所处的情境，因为即便是最准确的范式和触发特征都不可能每次都管用。因此，在进行消费时，一定要理性消费，不要被商品的价格给“忽悠”了。贵的不一定是最好的，便宜的也不一定是质量差的，关键是适合自己。

温馨提示

我们在日常生活中，购物时一定要不要被商品的价格迷惑了双眼，价格贵的，质量不一定是靠谱的，货真价实、实用、适合自己的商品就是好商品。

为什么我们会深陷于小成本投入的东西

读者来信：那天，我和朋友去看电影，电影很无聊，我想提前离开，我朋友说钱已经花了，不能浪费。可是看没意思的电影，这不是在浪费时间吗，他为什么会这么想呢？

Leon解疑：花掉的钱如果不将其服务享受完，就会有一种花了冤枉钱的心理，你的朋友正是为了避免损失带来的负面情绪而沉溺于过去的付出中。

在日常生活中，我们往往为了避免损失带来的负面情绪而沉溺于过去的付出中，选择了非理性的行为方式。

涛涛和女友去电影院看电影，电影很糟糕。40分钟之后，涛涛坐不住了。

涛涛对女友说：“亲爱的，你觉得这个电影怎么样啊？”

女友答道：“不太好看。”

“我也是这么认为的，那咱们回家吧。”涛涛说。

女友说：“那怎么行呢，我们已经花了80元买电影票啊！”

涛涛抗议道：“80元已经花掉了，咱们现在坐在这里看着自己不喜欢看的电影不是很难受吗？”

女友：“这……”

为什么涛涛的女友一直纠结于已经花了80元，不看完难免有些可惜呢？这其实是一种纠缠于沉没成本的错误思维在作怪。

所谓沉没成本，就是那些已经付出且不可收回的成本。具体来说，是人们在决定是否去做一件事情的时候，不仅是看这件事对自己有没有好处，而且也看过去是不是已经在这件事情上有过投入，把这些已经发生不可收回的支出，如时间、金钱、精力等称为沉没成本。

涛涛的女友因为已经花了钱不看完电影的话，感觉损失更大。这就是一个谬误了！因为无论如何，花出去的钱都收不回来了。这个谬误让她无法意识到，最好的选择是要在将来带给你更好的体验，而不是为了弥补你在过去的损失。涛涛女友对损失的憎恶让她陷入了沉没成本的陷阱。

在我们的工作当中，同样也有很多人抓住沉没成本不放手。我们来看下面的案例：

小王任公司销售部职员，有一次部门召开营销会议。公司为某产品所做的广告宣传的影响已经连续4个月远远低于预期了，小王建议领导停止广告。广告部负责人用下列理由进行反驳：“我们已经投入了这么多钱做宣传，要是现在停下来，之前的那些钱就全都打水漂了。”

现实中，像这样骑虎难下的投资项目到处都是，面对这种情况，到底是继续投资还是决然退出，总是令投资决策者左右为难。这也是典型的纠缠于沉没成本，实际上，对“沉没成本”过分眷恋，继续原来的错误，会造成更大的亏损。

在股市中，股市投资人经常成为沉没成本的受害者。他们通常以买入价作为是否出售股票时的参照。当股价高于买入价时，就卖掉股票；如果股价低于买入价，就不会出手。这是一种纠缠于沉没成本的不理智行为。

2006年股市复苏，让悲观的投资者看到了希望，被套牢的股民开始忙碌地抛掉股票，让现金重新回到手中。这其中的艰辛等待，只有亲身经历过的人才真正懂得。尽管这些被套牢的股民最后解套成功，甚至还获得一些收益，但他们的坚持却并不值得推崇或仿效。有时候，坚持并不一定就是胜利，因为沉没成本的存在。

在现实生活中，有好多人都不会不自觉地陷入沉没成本的陷阱中，比如，你想结束一份不被人看好的感情，但是你没有这么做，你继续着；你想辞掉工作换个新环境，但是你一直只是想想，并没有任何行动；你想在已经行驶了很远的路程后返回，但是你没这样做……忍受你的不理想的恋爱、工作和行程，不是因为它们能给你带来美好的人生体验，而只是因为你已经为它们投注了太多的感情、时间、经历、金钱或者别的什么，你想要避免损失和它们所必将带来的负面情绪。由此可以看出，人们是如此与沉没成本难舍难分。

每个决定，不管是来自哪方面的，都是人们在不确定的情况下作出的。我们作出的选择，有可能实现，也有可能落空。不管在什么时候，我们随时有可能离开最初的选择，并为此承担一定的后果，比如中断项目。这种不确定情形下的权衡属于理性行为。可是，大多数情况下当我们已经投入特别多的时间、金钱、感情等因素之后，沉没成本令人难以放手，于是已经投资的钱就成了继续做下去的理由，即使客观来看坚持下去已经没有什么意义。

人们为什么会产生纠缠于沉没成本的错误呢？因为人们想努力表现得坚韧，坚韧是我们发出的可信信号。我们害怕自己的前后行为矛盾。如果我们决定中断自己之前做的一件事情，就等于承认从前的想法与今天不同。而继续执行之前已经在做的事情是在推迟这一疼痛认识。那样我们看起来就显得更坚韧。

如果人们只是因为舍不得已经作出的投资而决定继续做某件事，那不妨来学学印度的“圣雄”——甘地吧。

有一天，印度的“圣雄”——甘地乘坐火车出行，当他刚刚踏上车门时，火车正好启动，他的一只鞋子不小心掉到了火车门外。就在他同行的朋友不知该怎么办的时候，甘地做出了一件令大家想不到的事情。只见他脱下了另一只鞋子，扔向了第一只鞋子掉下的方向。大家奇怪地问他为什么这么做，甘地说：“如果一个穷人正好从铁路旁经过，他就可以拾到一双鞋，这对他或许是个收获。”

无论是在工作中还是在生活中，当我们发现自己的行动背离了既定的方向时，必须立刻停止，予以纠正，不能延误，也不能心存侥幸。美国著名心理学家威廉·詹姆斯曾经说过：“承认既定事实，接受已经发生的事实，放弃应该放弃的，这是在困境中自救的先决条件。”

是的，该放弃时就不要再有所不舍，这样生命之舟才不会因为超重而沉没，才能行驶得更远。其实已经投资或者付出了什么并不重要，唯一重要的是现在的形势及自己对未来的评估。努力地改变那些可以改变的事情，勇敢地接受那些不可改变的事情，理智地分辨二者的不同，并作出取舍，这样我们才不会让沉没成本拖垮，才不致在困境中越陷越深，才能有更多的收获。

温馨提示

昨天的成本已经付出了，是赢是亏，都是昨天支出，从今天来看，这些成本是昨天的沉没成本。所以，我们要承认现实，勇敢地承认自己过去言行的对与错，这才是一种健康的、快乐的人生态度，才可能令自己有新的成功。

为什么我们试过衣服后一般就会买下来

读者来信：我那天去买水果，感觉卖水果的小贩所称水果重量明显不对劲，可是人家都给称好了，尽管我心里很不舒服，但又不好意思不要，你说我为什么宁愿让自己不舒服也要买下来呢？

Leon解疑：如果一个人作出了承诺，而这个承诺是他自由选择的结果，是公开的、经过自身努力作出的，那么他将会有一种维持这个承诺或者立场的压力，这种压力迫使他产生与过去的作为相一致的想法和行动。他们只能说服自己所作出的选择是正确的，而且对此感觉良好。

我们传统的道德观念就是教导人要言而有信，自己许下诺言，就要忠实地履行承诺。这样才是一个道德高尚的人，然而，言而有信是不是在所有的情况下都适用呢？

某天，小胡跟好朋友一起逛街时看到一件自己喜欢的衣服，她想先试试看是否适合自己，可是有点霸气的服务员说：“你必须先付钱才可以拿下来试。”由于特别喜欢这件衣服，小胡虽然心中很不乐意，但还是经不住衣服的诱惑，在犹豫中答应了。试过之后，才发现这件衣服的款式和颜色没有自己想象中那么好看，然而钱已付过了，后悔也没用。于是拿着并不合自己心意的衣服回家了，小胡一边埋怨自己冲动许诺，一边又安慰自己，或许跟别的衣服搭配着穿会好看些。

因为之前的许诺，小胡不想言而无信，所以使得小胡很被动地接受了不合自己心意的衣服。

或许你也在网上有过相同的经历，买了不喜欢的商品，但是鉴于自己已经作出的承诺而勉强接受下来；或许你准备付钱时售货员突然告诉你这套化妆品应该是566元而不是刚才说的466元，对着凭空多出来的100元，你想着售货员热情的服务，也只能大方地笑笑，交钱走人；或许你在已经过秤的水果上发现了所称重量要远远大于你所需重量，但是想着人家都给你称好了，不好意思说不要了……

以上所有的现象体现了承诺一致原理，这也是商家使用频率颇高的技巧。

承诺和一致原理，说的是当你决定了一件事情之后，你以后的行为就会自觉不自觉地按照这件事情来进行。如果一个人作出了承诺，而这个承诺是他自由选择的结果，是公开的、经过自身努力作出的，那么他将会有一种维持这个承诺或者立场的压力，这种压力迫使他产生与过去的作为相一致的想法和行动。他们只能说服自己所作出的选择是正确的，而且对此感觉良好。

因为推翻刚刚作出的承诺，对自己和他人都可能意味着言而无信、缺乏逻辑。另外，遵守承诺则是和坚强的个性和优越的智力联系在一起，是逻辑、稳定、理性和诚实的核心。有时候，违背了自己的承诺会让当事人有一种负罪感，这种负罪感常常超出了商品的瑕疵给你带来的不快。

这种社会行为会使我们一旦作了某种决定，就不再接受其他的信息，而是执着于以前的决定。这样不仅令大脑省却了思考过程的艰辛，而且省略了思考的严峻后果。因为有时候，深入思考就能得出一连串明显不受人欢迎的答案，所以自动与之前保持一致，会为我们提供一处安全的藏身之地。在这种情况下，承诺和一致原理就成为阻挡理性进攻的一堵高墙。

然而，对于商家来说，如果你能够让顾客作出承诺（即选择某种立场），你也就为他下一步机械地、无意识地保持一致的行为准备好了舞台，一旦顾客选择了某种立场，接下来他就会固执地坚持这一立场，

这正是商家利用顾客的这种心理赢得他们不知不觉地认同和采购的一种营销策略。所以再遇到类似情况时，一定不要被商家的这种伎俩所迷惑，不要再用之前承诺和一致的错误思维来指导自己行动了。

值得注意的是，正因为保持一致是人的普遍心理，使得我们容易养成无论在什么情况下都保持一致的习惯，即使当保持一致是在极不理智的情况下。我们必须警惕不假思索的保持一致，因为有时候它会带来严重的后果。所以，我们一定要理性看待。

温馨提示

每当一个人在公众场合选择了一种立场，他便会产生维持它的动机，这样才能显得前后一致。很多商家正是利用顾客这样的心理来诱导顾客进行消费的。我们在进行消费时，一定要认清商家的真面目，不要轻易作出自己的承诺。

为什么我们不能相信“积分换购”

读者来信：你有没有发现，我们在消费的时候为什么总喜欢被商家所谓的积分所吸引呢？有积分一定会享受到特定的某些优惠吗？

Leon解疑：积分有时候能有一定优惠，比如，积分满多少可以换购东西。但也要注意，有些积分是商家的一种策略，不一定会享受到优惠，对此，我们需要格外小心。

很多商家为怎样吸引、留住顾客想尽了一切办法。他们有的给顾客赠送精美的小礼品，有的提供免费服务，有的印制购物优惠券，其促销手段可以说是多种多样。现在，又有商家想出了一个将顾客锁定的新方法。这种方法不仅告诉我们怎样绑牢顾客，还告诉我们顾客对什么样的奖励有兴趣。这是怎样的一种方法呢？

某洗车店给100名顾客发了“洗车忠诚卡”。发卡的同时对顾客表示，他们每过来洗一次车，忠诚卡上就会盖一次章。忠诚卡分两种，一种是满6个章送一次免费洗车服务，这种卡上还未有印章；另一种是满8次送一次免费洗车服务，不过已经盖了两个章。实际上这两种卡都需要顾客消费6次才能有免费赠送，性质上是一样的，只是方式上有所区别，即后一种卡商家预先给了两个章。

接着，拿了忠诚卡的顾客开始来洗车了，他们每消费一次，工作人员就在卡上面盖一个章。几个月后，洗车店将两组顾客洗车的结果进行了对比，前一组中只有15%的顾客集齐了6个章，后一组拿到两个赠送章的顾客中，有35%集齐了另外6个章。

除此之外，后一组顾客集齐印章的速度与前一组相比，要快于前一组，平均3天光顾一次洗车店。

这个绑牢顾客的新方法就是：消费满多少就送各种优惠服务。它能让顾客对商家表现出较高的忠诚度，并且只要卖方先赠送部分消费积分，顾客就会更急于达到规定消费额。以消费积分换免费服务时，先赠送部分积分，比让顾客从零开始更能促进购买行为。另外，当顾客消费离规定积分越近，购买行为就越频繁。

由此我们可以看出，消费积分是商家常用的一种吸引顾客的促销手段。商家开展积分促销，向顾客发放消费积分卡，是锁定流动顾客的一种手段。

通过消费积分，把顾客的流动消费行为转变成固定消费行为，可以提高客户回头率。由于积分促销持续时间较长，因此它还能在一定程度上增加顾客的消费次数。

另外，城市里的很多居民随身都会带有好几家商场的VIP卡，习惯了在商场消费积分，然后用积分兑换礼品，乐此不疲。但是很多时候，当他们换完了礼品才发现，为了凑积分，不知不觉间就买了很多自己并不需要的东西。这同样是一种消费陷阱。

对我们来说，不要被这些所谓的积分给迷惑了，如果积分对我们以后的消费能够有一定优惠，则可以做出相应的消费行为；倘若像上面案例中的洗车忠诚卡，只是商家的一种吸引顾客的手段，我们就没有必要做出消费行为。所以进行消费时，一定要认清是否有消费陷阱存在，理性消费。

温馨提示

消费积分是商家吸引顾客的一种促销手段，在进行消费前，我们一定不要被所谓的积分所误导。以科学理性消费观念，作出合理的购买决策。

为什么推销员说出产品缺陷时，我们也须谨慎

读者来信：我发现人们在买东西的时候有这样一个规律：销售员越是向你热情推荐的产品，往往越是不想买，可是，当销售员不建议你买的时候，我们往往越想买，这是为什么呀？

Leon解疑：我们通常认为销售员热情推销的背后就是让我们买他的东西，诱导我们进行消费，就会对此产生心理防卫，而相反，他们站在我们的角度为我们考虑问题时，我们通常会认可销售人员的为人，从而因为信任所以做出购买行为。

不知你有没有发现，在销售产品时，越是推销员热情推荐的产品，有时消费者越是对其不感兴趣；把产品夸得天花乱坠，消费者越觉得产品是假的；而越是采用所谓的“不想卖”等方式，消费者越是喜欢挤破头来购买。这是为什么呢？

星期天，李东和女朋友小艾去一个楼盘看房，临出发前，两个人商量好要多看少说，多问少听，特别是不能轻易相信售楼小姐的“鬼话”。

庆幸的是，到达售楼处后，负责接待他们的是一个话不太多的小伙子。虽然他还算热情，但却不像其他楼盘销售员那样极力鼓吹房子有多好，只是随同李东和女朋友两人看了这里的样板间，适时地介绍一些房子的基本情况。

看过几个户型后，李东的女朋友看中了其中的一套户型很不错的房子并向这个小伙子咨询。但小伙子却说出了一番让他们大感吃惊的话：“大哥，大姐，你们还是考虑清楚，这个小区的房价虽然性价比比较高，但也有一些不便之处，比如离市中心比较远，而且配套设施也不是很完善。”听到这番话，本想再转转的他们又仔细地询问了一番，然后很快签下了购房合同。回去的路上，李东还感慨道，以前对售楼人员的看法存在偏见，这个售楼员说的话还是比较为顾客着想的，值得信任。

谁料，当真正入住后，两个人开始后悔当初的决定。由于交通不便，这个小区几乎家家有车，所以在高峰时段，堵车成了家常便饭。周边没有一个大的超市，几个小店的商品不但品种稀少而且价格昂贵。此外，那个售楼员说马上就会建好的停车场却迟迟未见动工、本来说是要安装免费健身器材的地方却变成了物业中心……这时两个人终于明白，自己还是上当了。

那个楼盘销售员的销售策略就在于他抢在李东和女朋友小艾之前说出了他们的顾虑，反而让他们觉得这个销售员十分坦诚，值得信任，从而忽略了房子的其他缺点和对已暴露缺点的深层次判断，盲目地签下了购买合同。假使这个小伙子跟其他楼盘销售员一样，一味地向他们宣传这个楼盘有多好，这符合两人对销售员的预期形象，但会让他们产生心理防卫，仔细分析判断，甚至取消购买计划。

崔先生的私家车已经使用好多年了，最近总发生故障，他决定购买一辆新车。一些汽车销售公司不知道从哪里得知了这一消息，很多销售人员都登门拜访，热情、主动地向崔先生推销自己公司所生产的轿车性能如何好，很适合崔先生使用。

有的销售人员甚至毫不客气地嘲笑崔先生的旧车：“你那辆车早该被淘汰了，现在没有几个人在用那辆车，有失身份啊！”崔先生虽然嘴上没说什么，但是心里很不高兴。

不久，又有一个汽车销售人员登门拜访。崔先生因为之前销售人员的那些话，已经毫无买车的兴致了。他这样想着：“不管这个人将自己公司的车夸得多好，我都不会买他的车。他之所以会夸自己公司的车性能如何好或者说我的车如何不好，都是为了刺激我尽快作买车的决定，我才不上当呢！”

让崔先生万万没想到的是，这位推销员有点与众不同，他在看过崔先生的车之后说：“我觉得您现在换车未免有点儿可惜，因为这部车还可以用一年半载的，我建议您过段时间再考虑买车吧！”说完留下一张名片就走了。

这位销售人员离开后，崔先生心想：“真奇怪啊，这推销员怎么这样？有点儿意思，其实我也不差这一一年半载的时间，不如现在就把车买了吧。”这样，崔先生的反感消失了，反而对这位销售员产生了一些信任和好奇。几天后，他主动给这个推销员打电话，从他那里订购了一辆新车。

为什么崔先生会从劝说自己暂不买车的销售人员那里订购车呢？其实，人在潜意识中会存在一种自我保护，消费者也是如此，他们同样怕作错决定。当销售人员与消费者初次接触时，消费者对销售人员常怀戒备之心，如果此时只是一味强调自己的产品如何如何好，如何如何实用，消费者因为害怕受骗反而会更加警惕，通常会拒绝接受。所以，销售员越说好的产品，消费者越是不信任，这种以反常的心理状态来显示自己的“高明”、“非凡”的行为，往往来自于顾客的逆反心理。

其实每个人都有逆反心理，你越是把商品说的好，消费者越不想买。所以，我们可以反过来利用这种心理，也就是你越不想卖，他可能就越想买。通常推销员应该是怀着满腔的热情给消费者解说，希望自己的产品能销售出去，而这种方法并不是不让你卖力推销。

回归到上面的那个故事中，为什么最后那个推销员并没有积极推销，却成功打动了客户呢？因为他反向利用了崔先生的逆反心理。推销员心里明白，崔先生很想买车，但之前的推销员，个个都是用热情推销的方法进行游说，自己再用这个方式，对客户肯定不起作用，与其这样，不如劝顾客先别买车。这样反倒让顾客听到你这话，认为你是个很诚实的人，不是单纯为推销东西而推销的，随即他的抵触心理就会消失，取而代之的便是信任，这样，促使他购车也就水到渠成了。

你越推销我越不买，你越不卖我越想买，这种特别的方式在销售中的应用是极具冲击力的。往往会产生“于无声处听惊雷”的奇异效果。但是，它毕竟是商家的一种促销手段，目的是吸引消费者做出购买行为。所以，这时就要认清他们所推销的产品是否真的是自己需要且必须要买的，否则就会钱花掉了，买回一堆不需要的东西，就是一种资源的浪费。

温馨提示

我们在进行消费时，当销售人员站在我们的角度为我们考虑而说服我们购买商品时，也要保持理性的思考，以免做出不必要的消费。

为什么我们不要购买包装过于精美的产品

读者来信：为什么我们通常会在商品精美包装的吸引下，作出购买决定，以为如此精美包装的物品一定是物有所值的商品呢？

Leon解疑：包装精美的商品能吸引人们的眼球，人人都喜欢，就会主观认为其内在的东西肯定也会很好，误导了人的判断。

在商品琳琅满目、应接不暇的商场里，包装精美的商品能够让人产生强烈的视觉冲击，消费者会为之怦然心动，从而不自觉地作出购买决定。然而，是不是包装精美的物品其内在质量或者使用价值就越高呢？

某洗衣粉生产厂家为了检验洗衣粉新的包装设计对产品销量的影响，他们将同一种洗衣粉分别放在普通、精美、高档三个不同的包装袋里，之后找来几个家庭主妇，免费发给了她们三袋不同包装的洗衣粉，让她们连续使用一段时间，然后告诉厂家哪种洗衣粉的洗涤效果最佳。

一个月后，洗衣粉生产厂家对家庭主妇们的试用结果进行了统计分析，结果发现：家庭主妇们认为三个袋子里的洗衣粉有着完全不同的清洁效果。多数人都表示包装最高档的那袋洗衣粉洗涤效果最佳，不会损伤衣物。

为什么同一种洗衣粉放在三种不同的包装袋中，就会使人产生不一样的感觉效果呢？这是由于产品的包装不同，往往会影响消费者对其品质和功能的判断，这种现象称为“人的非合理性倾向”。在消费时，人们通常会根据产品的包装来判断其品质，包装精美的产品往往比那些普通包装的产品更容易受到大家的欢迎。

包装是商品整体中的形式产品，是很重要的一部分内容。优美、精致的包装可以为商品增色添辉，为商品的销售鸣锣开道。通过它可以使消费者产生购买欲望，从而刺激消费。世界上最大的化学公司——杜邦公司的营销人员进行市场调查后，发现63%的消费者是根据商品的包装和装潢进行购买决策的，这就是著名的杜邦定律。

当消费者走进商场，有特色有创意的精美包装能从众多商品中牵引住顾客的双眼，引起他们注意，从而为消费该商品打下伏笔。研究表明，到超级市场购物的家庭主妇，由于精美包装和装潢的吸引，通常会超出购物计划，所购物品平均超过她们预计购买数量的45%。由此可以看出，包装作为商品的脸面和衣着，作为商品的“第一印象”进入消费者的眼帘，在很多时候左右着消费者是否购买。

其实，包装精美的商品是商家为了刺激消费者的购买欲而采用的一种促销策略。并不是所有包装精美的物品，其价值或者使用效果就越好。比如，上例中生产厂家生产的洗衣粉，同一种洗衣粉，换上不同的外衣，就误导了人的判断。另外，精美的包装还能够让我们在购物时超出自己的购物计划，有时候，钱包里的钱就是这样在不知不觉中被“掏空”的哟！

因此，我们在购物时，不要被商品漂亮的“外衣”所迷惑，依据商品包装来判断其商品的好坏，而要根据其使用价值来购买。此外，在购物时，最好列一个购物清单，要根据自己的实际需要，购买所需产品，避免被精美的包装吸引买了自己不需要的产品。

温馨提示

就像人人都喜欢美女帅哥一样，包装精美的商品总能抓住我们的眼球，但是，请记住，漂亮的包装有时候不一定是最好的，实用的、适合自己的才是最重要的。

为什么我们常常买一些自己并不需要的产品

读者来信：当销售人员不厌其烦地给我推介了一系列价格由高到低的商品后，我之前并没有对他介绍的产品有购物计划，可是最后却发现自己在不自觉中就被他们给说动了，这是为什么嘛？难道是他们的话就那么动听吗？

Leon解疑：不是他们的话动听，是他们有说服顾客的“灵丹妙药”，他们运用让步策略让顾客在不知不觉中做出购买行为。

在生活中，你有没有这样的经历：明明自己不想买东西，但是当销售人员不厌其烦地向你推介更多优惠的东西之后，你就不好意思拒绝了，直到最后决定购买。买完之后，才发现买到的东西自己根本不需要。

有个十一二岁的小女孩在热闹的街头卖玫瑰花，她见一个年轻人走过来，就急忙上前拦住他说：“大哥，您买一束玫瑰送给自己的女朋友吧，她肯定会很高兴的！而且一束玫瑰花只要50元，您也就是少抽几包烟就有买花的钱了。”小伙子不耐烦地摇摇头：“我现在还没有女朋友呢！”说着就要转身离开。

小女孩又拦住他：“那您肯定有自己心里面喜欢的女孩，买一朵送给她吧，一朵才5元！”小伙子笑着说：“可是我不知道那个她身在何方，我要急着去办事，你还是问问别人吧！”

小女孩丝毫没有放弃，她说：“您要是不想买玫瑰，也可以买几块巧克力，一元一块，好吃又便宜！”在小女孩的一再退让下，小伙子没办法了，他也觉得不好意思了，于是就买了几块巧克力。买完之后，他才发现，自己根本就不喜欢吃巧克力。

就像上例中的年轻人一样，我们可能对销售人员的推销具有极强的“抵触心理”，往往他们刚刚开口，我们就已经急不可耐地表示拒绝。可是销售人员并不理会我们的拒绝，他还会推荐其他的东西给我们，并不是我们开口说“不”，这单生意就没法谈下去了。他们会向顾客妥协，或是主动放弃推销某个商品，这其实是以退为进。销售人员主动退让，我们就不再那么坚定地拒绝，慢慢地会认可他们的东西，最后会回报他们所做出的牺牲。

在现实生活中，我们身边有好多类似的推销员，为了在能够获得客户认同，在推销产品的时候会表示出适度的让步，这样可以使客户感受到其诚意，他们在向我们推销时似乎告诉我们：我已经不再坚持之前的要求，已经对你做出了让步，难道你就不能也做些让步吗？这让我们产生一种心理负担，或称为心理愧疚。

在这种情况下，我们终会有所让步，不会拒绝到底。因为我们会认为耽误了对方很多时间，若是不购买一两件商品，实在过意不去。所以，我们在不知不觉中就中了销售人员的计。

对销售人员来说，让步是一种智慧，对顾客来说，有时候则会是一种陷阱。生活中，寸土不让是不可取的，往往会将自己逼入尴尬境地，而让步要分事情，人心是很微妙的，有时候，哪怕是你做出一点点的让步，也可取得很大的收益。而当在消费时遇到上述情况就要擦亮眼睛，即使对方的让步确很诱惑，如果自己不需要，也不要瞬间失去理智为销售人员的善意让步所动。

温馨提示

别人的主动让步也能够给我们造成压力，面对对方的退而求其次我们往往也就不好意思再坚持自己的观点，因而也会做出相应的退让。我们在做出退让时，一定不要盲目去退让，认真思考后再作出决定，以避免造成不必要的消费。

为什么有更多的选择并不是一件幸福的事

读者来信：为什么在只有少数可供选择的对象时，我们往往很容易就能作出选择，而在有众多可以选择的对象时，我们反而会感到迷茫呢？

Leon解疑：在选择时，选择对象太多反而可能影响人们的决定，也会增加心理负担，带来心理疲劳。

通常，大家都会觉得可供选择的对象越多就越能帮助我们作出明智的选择，可供选择的范围越广就越觉得很幸福，然而事实真的如此吗？

小金在前不久购买了一套毛坯现房，为了能早点入住，钥匙一拿到手，他就开始准备装修的材料了。从此他和自己的朋友都无法正常交谈了。因为每次在跟朋友聊天时，他的话题都离不开木板、门、陶瓷、卫生间的地砖、厨房的整体橱柜等。可供选择的材质多种多样让小金感到很痛苦，因为选择范围实在太大了，他一有空，就上网查询相关的资料，毕竟装修的材质关系到今后的身体健康，所以不能有半点马虎。

然而，有更多的选择是社会进步的标志。的确，有所选择令人幸福。比如，在市场经济中，消费者们因为可以在更多的商品中选择一样最适合自己使用的商品而感到幸福，在艺术鉴赏中，欣赏者们因为可以在更多的作品中选择出一样最能体现自己审美价值的作品而感到幸福。但这些也有一个“度”，因为过多的选择也会给人带来一些负面影响。用专业术语来表示即选择的悖论。

为什么说有太多选择也会让人们感到痛苦呢？原因有三：

第一，选择范围太大会导致人们更加疲惫和迷茫。有人做过这样的实验，在一家超市摆出了20种口味不同的甜品，顾客可以随意品尝并打折购买这些产品。实验第二天，超市只摆出5种口味甜品。结果发现，第二天卖出的甜品要比第一天多10倍。为什么差别如此之大呢？因为在第一天实验品种很多时，顾客不知道到底选择哪个比较好，于是就干脆哪种也不买。使用不同的产品重复进行这一实验，结果依然如此。在选择面前，人们需要对每个选项进行分析比较。即使是再简单的选择，也会增加心理负担，带来心理疲劳。事实证明，选择越多，需要付出的时间、精力等代价也就越多，甚至会达到身心疲惫的地步。

第二，选择范围太大会导致人们作出更差的决定。我们如果去问年轻人选择生活伴侣的标准是什么，他们一定会列出一大堆的标准：温柔、善良、智慧、善于沟通和交流、身材好、能力强等。然而在真正选择时他们真的是按照这些标准进行的吗？

以前，在选择伴侣时，人们通常是在自己周围有限的范围内作出选择，此时彼此还很了解。而今天，在网络时代，各种相亲节目如此火爆，各种通讯方式也越来越多，于是有数百万名潜在的异性伴侣可供选择。选择如此之多，以至于不知道哪个才是最好的，所以干脆就将各种复杂情况浓缩为一个标准——有能力。你对此可能很熟悉，甚至可能亲身体验过。

第三，选择越多，人们的幸福指数有时候越小。有专门的研究人员对人们的幸福指数进行不同的调查，得出的结论是：随着社会的不断发展、各种选择不断增多，人们的消极情绪比积极情绪的增加也多。

那我们在面对诸多选择时到底该怎么办呢？请你在这些所有的选项面前，仔细考虑你想要什么。然后定出你的标准，并遵守它们。你要明白，自己永远作不出最完美的选择。要想作出在事后看来无懈可击的

选择是非理性的，因为事物不是一成不变的，而是时刻在发展着，因此其发展也就有无数种可能性。我们不妨就满足于一个适合自己的“好答案”吧。适合自己的才是最好的。

温馨提示

我们无论是在消费时还是在进行其他选择时，一定要明确自己的目标，并不为周围的事物所左右，才能作出适合自己的选择。

为什么广告宣传会让我们消费

读者来信：有时候看到电视上对某种产品的广告表现得很让人感动，我们在购物时看到它，会不由自主地做出购买行为，这是为什么呢？

Leon解疑：对广告商来说，“诉诸感情”无疑是比较好的传播技巧，人是感情动物，广告商是以感情去打动消费者促使其做出购买行为，但有时候太注重感情往往会被感情所欺骗。

情感是人类永远不老的话题，也是维系人与人之间关系的基础。真实温暖的情感能够打动他人，正因为这样，情感诉求的广告诞生了。

目前，有些消费者购买和使用商品在很多情况下是为了追求一种情感上的满足，当消费者的这种情感得到满足时，某种商品在消费者心目中的价值可能远远超出商品本身。因此广告商在传达商品信息的同时带给消费者的附加值或情绪上的满足，使消费者形成积极的购买态度。大部分消费者更愿意在进行消费时，联想到一种美好的情感，比如爱情、亲情、友情等。因此，许多成功的广告都是在消费者的情感方面大做文章，从而脱颖而出的。

对广告商来说，“诉诸感情”无疑是比较好的传播技巧，尤其是对那些比较感性的顾客来说，诉诸感情的广告更能达到事半功倍的效果。而理性的消费者在购买商品的时候，考虑更多的是付出的钞票和商品的质量是否成正比，这类消费者一般不会轻易作出选择。在这种情况下，广告商通过对商品质量的分析，辅以严密的逻辑推理，使消费者从理性的角度认可商品的良好品质，进而作出理性的选择。

凡是成功的广告，都是在那些理性的辅助之下，以感情去打动消费者亲近消费者的广告。广告先通过感性诱导激起消费者的兴趣，然后以理性诱导精辟独到的分析，最后再用感性诱导巩固消费者的态度。如此一来，就算再广泛的人群都可以兼顾得到，并且收到较全面的效果。例如，有这样一则广告……

广告背景：因国企人员分流等造成部分人员的“下岗”现象。

年轻的妈妈下岗了，为找工作而四处奔波，天真、可爱、懂事的小女儿看到妈妈这么辛苦，主动帮妈妈洗衣服，用童音说出：“妈妈说这种洗衣粉只要一点点就能洗好多好多的衣服，可省钱了！”

当妈妈在外面奔波无果回到家的时候，看到熟睡的小女儿，想去亲吻她，这时看到女儿给自己的留言……“妈妈，我能帮你干活了！”年轻的妈妈不禁热泪盈眶……

这份母女相依为命的亲情与产品融合，成就了一个感人至深的产品故事，小女孩天真的童音在人们心头萦绕，久久挥之不去，产品形象深入到了消费者的心里。这个故事深深触动了消费者的心弦，不知让多少观者为其感动而落泪。

除此之外，还有很多诉诸感情的广告，比如，“第一次当父母，真希望把一切美好的东西都给他。”以母亲对孩子的感情来拉近商品与消费者的距离。“某某奶粉，富含多种营养，让妈妈的爱没有缺憾。”诸如此类的广告不胜枚举，都是在以感情打动消费者，是以“诉诸感情”的方法来增加产品的销量。

然而，一旦感情因素占了上风，理性就会被我们不自觉地隐藏起来。对广告感情用事，会让我们损失金钱。

诉诸感情是一种巧妙的谬误，感情是很好用的，大多数人往往怕被人认为冷漠，他们不希望呈现情感的缺陷，所以也会产生错觉。

温馨提示

人类的情感是微妙的东西，很多品牌是通过情感诉求打动消费者的心，取得成功的。对此，我们应当谨慎对待，不要被自己的感情欺骗了。

为什么要忽略讨人喜欢的推销员

读者来信：当有人向我们发出他觉得我们讨人喜欢的信号时，我们就倾向于也觉得他讨人喜欢。哪怕有时候并不是发自内心的喜欢，这是为什么呢？

Leon解疑：因为我们喜欢自己，所以同样喜欢跟自己相似的人。

在购物时，你会因为销售人员很讨人喜欢而买了自己本来没有计划购买的东西吗？通过下面的小故事，我们来反思一下自己是否也有过这样的经历呢？

李文杰在跟朋友一起去超市购物时，看到超市内的葡萄酒在搞促销活动。看到大家都在那里排队购买，好奇心让李文杰也想过去看看。

当他走到跟前时，一位相貌出众的促销人员便迎了上来。她热情地说道：“您好，先生，欢迎品尝我们的葡萄酒系列，今天我们的促销价是八五折。另外，买一箱酒还可以送您两只价值50元的高脚杯。在您心情好的时候，可以给自己的妻子安排一个美好的晚宴，做一桌好菜，点几根红色的蜡烛，然后开一瓶葡萄酒，这样浪漫的场景想必您的爱人一定会很感动的；假如您不喜欢喝葡萄酒也没有关系，您可以买来送给您的亲朋好友，既经济又实惠，礼轻情意重嘛！”

面对漂亮的促销人员的这番话，李文杰居然心动了。尽管他很少喝酒，但他觉得女促销员特别讨人喜欢，于是他买了一箱酒。

李文杰明明不喜欢喝酒，却因为女促销员的讨人喜欢而做出了消费行为，这就是讨喜偏误。我们很容易理解这个偏误，但是我们总会在不知不觉中重复犯这个错误。

我们觉得一个人讨人喜欢，主要包含以下三个方面：

- (1) 外表有吸引力；
- (2) 在出身、兴趣和个性上与我们有相似之处；
- (3) 他觉得我们讨人喜欢。

这三个因素是依次排列的。举例来说，通常我们会认为广告模特大多有着超强的魅力。而那些长相不太好看的人不适合做广告模特。但除了超级名模，广告模特也有“你我这样的普通人”。他们有着你我这样的背景、外貌、习惯，甚至连方言也相似。这时候，这些广告模特表达了对我们的喜欢。谁发出他觉得我们讨人喜欢的信号，我们就倾向于也觉得他讨人喜欢。这样的恭维具有神奇的效果，哪怕我们能够从中识别到一些错误的信息。

乔·吉拉德是举世公认的最成功的汽车销售商之一。连续12年荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座，他之所以取得如此辉煌的业绩，其重要的原因是他很会“说话”，他相信：“没有什么比让顾客相信你真心喜欢他更管用。”他每年都给他的所有客户（包括曾经的客户）寄一张小卡片，上面只写一句话：“我喜欢你。”

销售人员在向自己的顾客销售产品时，往往善于模仿对方的手势、语言和表情。如果买方总是微笑

着、说话又很温柔、语速适中，卖方也同样微笑温柔语速适中地讲话，这会让买方觉得销售人员讨人喜欢，所以，做成这单生意的可能性就越大。

所以，在日常生活中，当你判断是否要有购买行为时应该坚持不受卖方的影响，因为好感通常会误导人作出不够理智的选择。更好的办法是，请你暂时忽略他的存在。

温馨提示

在购物或者对外商务活动中，如果你面对的是一位讨人喜欢的对手，请提高警惕，不要误入讨喜偏误中，做出事后令自己后悔的行为。

为什么我们常常会错误评估一件商品的价值

读者来信：为什么当我们一旦拥有某件物品，我们对该物品价值的评价就会比未拥有之前大大增加呢？

Leon解疑：人们在决策过程中对利害的权衡是不均衡的，对“避害”的考虑远大于对“趋利”的考虑。人们正是出于对损失的畏惧，所以在出售商品时往往索要过高的价格。

心理学家丹·艾瑞里曾经做过这样一个实验：

实验的对象是他的学生。他从自己的学生中随机抽取了一部分人，分给他们一场重要的篮球比赛的门票，之后问那些没有得到票的学生愿意花多少钱买这张篮球比赛的门票。结果没有得到票的学生的平均出价在170美元左右。随后他问那些分到了门票的学生，愿意以多少钱出售他们得到的票。得出的结果是他们的平均售价为2400美元。我们拥有某件东西的事实显然赋予了这件东西额外的价值。这背后的思维错误是禀赋效应。那么，什么是禀赋效应呢？

禀赋效应是指当我们一旦拥有某种物品，我们对该物品价值的评价就会比没有拥有前大大增加。为什么会这样呢？我们可以用行为金融学中的“损失厌恶”理论来解释这一现象，该理论认为一定量的损失给人们带来的效用降低要多过相同的收益给人们带来的效用增加。因此人们在决策过程中对利害的权衡是不均衡的，对“避害”的考虑远大于对“趋利”的考虑。出于对损失的畏惧，人们在出售商品时往往要价很高。

王宇准备买一辆二手车，于是某个星期天的下午他自己去逛二手车市场。一辆宝马车正在二手车市场上闪闪发光。这辆车一下就吸引了王宇的目光。外观上看，这辆车大方、时尚，显得很有档次。虽然它已经行驶了一些里程，但看起来完好无损。于是，王宇跟车主就价格进行交涉。车主的报价是35万。可是依王宇对车的了解，这辆车最多值32万。他尝试着跟车主还价，但是车主没有丝毫让步的意思。王宇有点失望地离开这辆宝马车去看别的车了。

一个小时后，王宇逛完了整个市场，除了那辆宝马车外，别的车都觉得不合自己的心意。王宇准备回家时，从宝马车这里经过，这时车主松口了，他对王宇说如果他真心想要买这辆车就按照王宇之前说的价格成交。王宇当场就同意了，之后他们就去办理了过户手续。

第二天，王宇开着这辆车在加油站加油时，加油站老板与他搭讪，愿意出36万买这辆车。王宇谢绝了。等到事后才意识到自己的行为多么不理智。这辆在自己眼中最多值32万元的车，转到我手里后，价格一下子到了36万元，真后悔没有马上卖掉它。

我们感觉我们拥有的东西比我们没有拥有时更有价值。也可以这样理解，当我们出售某物时，我们要求的钱多于我们自己愿意为它支付的钱。或者说，同样一个东西，如果是我们本来就拥有的，那么卖价会较高；如果我们本来就没有，那么我们愿意支付的价钱会较低。

在生活中，很多人亲身经历过禀赋效应。比如，有一个酒店的老板，在自己的朋友提供给他一个利润特别丰厚的投资机会时，因为他当时手里没有流动资金。要进行新投资，他必须卖掉自己的酒店，因为酒店是自己苦心经营了好多年的心血，所以他没有这么做。禀赋效应阻止了他。就这样，这位老板与一笔300万元的丰厚利润失之交臂了。

再如，有一位老人想出售自己的房子，他总是将自己的房价估计得高于市场价格。在他看来，市场价格通常会有失公正。是的，因为卖房老人对自己的房子有一种特殊的感情。他认为可能的买方应该一同支付这份情感的价值，这自然是荒谬的。

事实表明，让我们放弃某种东西要比让我们囤积难得多。这不仅解释了为什么我们屋子里堆满了东西，也说明了为什么艺术品的爱好者、集邮爱好者等很少将他们的收藏拿出来交换或出售。

出于对损失的畏惧，每个人都不想让自己吃亏，所以在出售商品时往往索要过高的价格，导致买卖双方的心理价格出现偏差。这种非理性行为常会导致市场效率的降低，但这种现象并不会随着交易者交易经验的增加而消除。

禀赋效应不仅神化了我们目前已经拥有的财产，甚至还会神化我们可能会拥有的财产。比如拍卖公司就是以此来生存的。参与拍卖的买主参与出价到最后，就感觉这件艺术品可能会属于自己了。因此，拍卖物品对买主就具有了额外的价值。他突然愿意支付比他原计划出的更高的价格了，退出竞价则会被当成损失。这当然是不理智的。因此拍卖会上，有些拍卖的赢家反而是经济上的输家。

所以，请不要死抱着某种东西不放，该出手时就出手，将自己拥有的看作是“老天”临时留给你的某种东西吧，因为你要知道你拥有的一切随时可能会被拿走。

温馨提示

生活中，由于禀赋效应的存在，人们要避免失去所拥有的东西，容易产生“安于现状情结”。害怕改变可能给自己带来损失。当某种事物有改变时，那些可能利益受损的群体为了避免损失就会不惜付出很大的代价来维持原有的状态，哪怕是积极的、进步的改变，因此我们需要做的是要有意识地克服这种惰性。

趣味测试

1. 你对花钱持有怎样的态度？

你跟好朋友去饭店用餐，当服务员把一条鲜美甘醇的大石斑鱼摆在面前时，你不由自主赶快拿起筷子，享受美食。这时，你会从哪个地方下手呢？

- A. 鱼头
- B. 鱼腹（中间）
- C. 鱼尾
- D. 没有特定地方，到处乱吃

答案：

A：对于自己喜欢的东西，你若是不得手便誓不罢休。平时虽然也节俭，但仍会有大量采买的可能，但因为能让你中意的东西并不是很多，所以这种情形发生的频率并不高。

B：你热衷于商场的各种打折促销，是一个盲目购物者，尤其在吃穿方面从不吝啬，只要喜欢就掏钱买，所以，常常会负债累累。

C：你是标准的铁公鸡，你小气到即使买碗泡面都要考虑半天，因为你拿不准到底是买碗装（较贵，但不需洗碗），还是纸包装（较便宜，但是需要用洗洁剂洗涤）的。

D：你是那种特别勤奋但仍会一事无成的人。因为做事没有目标，在对待花钱的态度上表现得无所谓，所以，常把钱交给别人处理。

2. 你为什么缺钱？

现在有七个不同颜色的信封，凭你的直觉，你认为哪个信封里会有10000元？

- A. 红色
- B. 绿色
- C. 紫色
- D. 蓝色
- E. 褐色
- F. 黑色
- G. 白色

答案：

A：你很好强，也很爱面子。对你来说，千金可散，面子不可丢，所以自己的生活中有很多次这样的撑场面情景，你就缺钱了。

B：你心地善良，而且心很软。如果亲朋好友有金钱方面的需求，你会毫不犹豫地尽己所能地去帮助，所以会因为讲义气和太善良而缺钱。

C: 你觉得人生在世, 不能苛待自己, 如果自己都不对自己好点, 那生活就没劲了。所以你通常按自己的想法来花钱, 让自己开心, 然后钱包就会扁了。

D: 你会为了理想而不顾一切, 对你来说为了梦想可以倾尽自己所有的积蓄。

E: 你很保守, 有了钱, 喜欢紧紧捏在自己手中。你不善理财, 所以常常会因为投资不当而缺钱。唯一会让你通过投资获得收益的可能, 就是因为自己好朋友建议, 为了朋友间的信任你会拿钱去投资。

F: 你的欲望很重, 且骨子里有一股不服输的劲头, 很容易为了争一口气而破财。对女士来说, 如果在商场看上一样喜欢的东西, 但售货员服务态度不好, 你就会立即刷卡买下。对男性来说, 如果女朋友喜欢什么, 他也会立即买下, 以表示自己有足够的经济能力。

G: 你是一个很负责的人, 特别是对于家庭重任。但是, 当你为别人考虑得太多时, 自己的钱就攒不住, 因为衣食住行哪样都不能离开钱。

3. 你有什么样的消费观念?

你通常会在什么情况下买新衣服?

A. 我不轻易买衣服, 要买就买质量好的

B. 我经常逛街买新衣服, 所以价钱不要太高但样式一定要好看

C. 我买一件衣服要穿很久, 即使买了新衣服以前的也舍不得扔掉

D. 我喜欢买名牌时装, 所以我的衣服基本上都是很上档次的

答案:

A: 你的消费观念很理性。你总是合理规划你的钱财用度, 从来不会盲目去购物, 该花的毫不犹豫, 不该花的一分也不乱花。不过你可以偶尔感受一下疯狂购物的满足感, 会带给你别样的体验。

B: 你喜欢赶潮流, 爱追求新鲜感。你喜欢漂亮的东西, 讨厌一成不变, 是一个会打扮自己的人, 喜欢被人关注; 你的消费观念也很实在, 不会因为面子而去买很贵的东西。

C: 你很节俭而且比较念旧。你一向勤俭节约, 认为钱应该用在更需要的地方。而且你对自己用得越久的东西越有感情, 用得越久感情也越深。所以, 你在某天会发现, 家里怎么这么多没有用又舍不得扔的东西呢。

D: 你喜欢精致的生活, 是一个很注重生活品质的人。如果你的经济情况允许的话可以这样生活, 但如果你出现经济危机而你的消费习惯还一时改不过来的话就会比较棘手。

第八章 鱼和熊掌的取舍——为什么总有我们得不到的东西？

动物如果需要某样东西，它知道自己需要的程度和数量，而人类则不然。

——德谟克利特

为什么东西到手后我们还是不满意

读者来信：我们在商场购物的时候，明明已经买下一件东西，但是看到同类的产品我们还是会不自觉地想问问这件产品的价格；我们在选择自己的另一半时，即使心里明白对方就是自己要找的至爱，还是会下意识地与自己的亲朋好友比较一下他们的另一半……这究竟是怎么回事呢？

Leon解疑：这是我们的比较心理在作怪。通常人们都会认为有对比才会使自己作出相对正确的选择，但值得注意的是，人们往往有时候会错误地进行对比！

在日常生活中，人人都有比较的心理，人们认识一切事物都是通过比较来实现的。我们去超市买东西，通常会将要买的東西的同类品种加以对比，看看哪个质量更好，价格更优惠；我们在商场购物的时候，明明已经买下一件东西，但是看到同类的产品我们还是会不自觉地想问问这件产品的价格。当面临一项新的选择时，我们总是会在心里进行比较。

在教学中，对比作用同样发挥作用。对于听惯批评的学生来说，老师偶尔的一次表扬，更会激起他们强烈要求进步的愿望，有可能还会改变他们的人生；而对于经常受到表扬的学生来讲，偶尔一次批评，将会比表扬的激励作用更大、更深刻。由此可以看出，教师对差生吝啬表扬、一味批评，或对优秀生不加批评、廉价表扬的做法都是违背“对比效应”的心理规律的。

没有对比效应，商家的打折促销手段便不会起到相应的作用。一种从200元降到150元的产品，会显得比一直就卖150元的产品更便宜。而事实上最初的价格根本无关紧要。

既然人人都有这种比较的心理，在日常工作、生活与交际中，当我们需要说服一个人时，可以有意地拿一件事情与同类的另一件事情做比较，以增强我们对他人的说服力。那么，这种比较心理是不是在任何时候都能发挥正面作用呢？我们先来看这样一个故事：

兄弟两人经营一家服装店。哥哥负责上货、打理店内的一些事情，弟弟则主要负责销售。每当弟弟发现有顾客是真心喜欢自己店的衣服时，他就会耍点小聪明，假装有点耳聋。当顾客询问价格时，弟弟就会问哥哥：“这套衣服多少钱？”哥哥抬头看了一下说道：“268元。”这个价格相对于他们的小店已经是很高的了。弟弟假装自己没听清楚似的又问：“多少钱？”哥哥重复着刚才的价格：“268元。”弟弟听完后向他的顾客转过身来说：“他说168元。”那位顾客听到后就赶紧拿出168元放到桌上，抢在店主没有发觉“错误”之前，带着昂贵的衣服匆匆离去。

哥哥和弟弟经营服装店的故事是建立在对比效应的基础上：当我们同时面对某种难看、便宜、小的东西时，我们会判断出另一种东西更漂亮、更贵、更大。我们很难不根据任何参照物作出绝对的判断。

对比效应是常见的思维错误之一。比如，买车的人会为自己的新车订购真皮车座，因为他觉得1000元的车座相对于20多万元的车来说只不过是笔小钱。

对比效应有时能够毁掉一个人的生活，我们试想一下，为什么一个漂亮女人会嫁给一个普通得不能再普通的男人呢？因为这个女人的父母觉得普通男人更好，更有安全感，而实际上他们看中的这个普通男人并没有那么好。因此，如果你是女人，想找一个合适的男人结婚，你千万不要让长相比你好的朋友陪你一起去相亲。因为在对比之下，有可能对方会将更多的心思放在你长相漂亮的朋友身上而发觉不到你的真实

魅力。你最好的办法是带上一个比你难看的朋友一起去。

认识到对比效应不利的一面后，我们在生活中就要有意识地避免自己犯这样的错误。当然，对比效应也有其积极的一面，例如，我们可以学习比自己出色的人的长处，取人之长，补己之短，不断完善、提高自己，让自己越来越优秀。

温馨提示

人们认识一切事物都是通过比较来实现的，但我们在运用对比效应的时候，一定要擦亮眼睛，分清什么时候运用对比效应才是最合理的，不要凡事都进行对比，否则，就会在不知不觉中犯错误。

为什么自欺欺人会让我们麻痹

读者来信：我的一个朋友本来这次有希望被提升部门经理的，结果领导却提拔了别人。我朋友这样安慰自己：这样也好。当领导有当领导的痛苦，职位越高，责任越重，还不如现在工作轻松，完成自己的本职工作就行。他为什么还不反省一下自己反而还会安慰自己？

Leon解疑：你的朋友明显是有“吃不到葡萄就说葡萄酸”这样的心理！不过，有时候能够有这样的一个心态也未尝不是件好事，但任何事情都这样可就要注意啦！

《伊索寓言》中记载了这样一则故事：

有一只狐狸已经好几天没有找到食物了，就在它又饿又渴之时，忽然，它看见远处院子里的架子上挂满了一串串熟得发紫的葡萄。它偷偷靠近葡萄架，迫不及待地跳起来用爪子去抓，可是架子太高了，它恼怒地想再次试试运气，可是当它纵身跃起时，还是扑了个空。就这样反复几次后，狐狸摔倒在地上，可是葡萄却怎么抓也抓不到。

狐狸急得围着葡萄架转来转去，不过什么办法也没有想到，这时它耸耸肩安慰自己说：“那葡萄没有熟，吃起来一定很酸，肯定不好吃。”然后它大摇大摆地离开了。

这则寓言描述了最常见的思维错误之一。简单地说，就是狐狸的期望与结果不符。狐狸有三种方法可以缓和这个令它头疼的矛盾：

第一种方式，狐狸承认自己能力不足而摘不到葡萄；第二种方式，狐狸通过想办法最终摘到了葡萄；第三种方式，对自己摘不到葡萄做出别的解释。我们将最后一种情况称之为认知失调。

认知失调，即指人们因为自己真正的需求无法得到满足而产生挫败感时，为了解除这种不舒适感或不愉快的情绪，会编造一些“理由”来自我安慰，使自己从不满、不安等消极心理状态中解脱出来，保护自己免受伤害。

黄佳明最近刚刚购买了一辆新轿车，但没过多久，他就发现了这辆车有很多毛病，比如车座坐着不舒服，发动机太响等。这时，黄佳明没有选择将轿车退回去，因为退回去就意味着自己当时在试车的时候没有发现这些问题。而且汽车经销商也不一定给自己退。于是，他这样安慰自己道：“座位不舒服、马达响正好可以避免自己在开车的时候睡觉，从这个角度来说，自己买了一辆特别安全的车。”这样的自我安慰让他感觉心里舒服了很多。

生活中这类行为随处可见。当个体所追求的目标因某种原因受到阻碍而无法实现时，为了保护自己的感受不受外界威胁，维护心理的平衡，通常当事人都会强调自己既得的利益，以减轻失望和痛苦。换句话说是在自己不小心尝到生活中那些“酸葡萄”时，总会看到人们给自己一个“甜柠檬”来自我安慰。比如，一个公司职员很想得到部门主管的职位，但是却总也得不到领导的提升。为了保持内心平衡，他会这样自我安慰：当领导有当领导的痛苦，职位越高，责任越重，还不如现在工作轻松，完成自己的本职工作就行。又如，某学生没有考上自己理想中的重点高中，而考取了一所普通高中，于是他就对自己说，没考上重点高中也好，重点高中竞争激烈，真要进去了说不定学习要非常努力才能跟上，而在普通高中，我可以轻轻松松就名列前茅。

这种自圆其说的自我安慰从某个角度来看，是一种好心态的表现，在某种程度上可以起到缓解消极情绪的作用，能够帮助我们更好地适应生活、适应社会，然而沉溺其间就不可取了。比如，鲁迅先生笔下的阿Q，总是为酸葡萄心理和甜柠檬心理找理由为其受到的侮辱或遇到的不公待遇开脱，这就有些可悲了。

其实，真正应对挫折不能只停留在自圆其说，而是当情绪稳定后，应该冷静、客观地分析达不到目标的原因，找出问题所在，然后重新选择目标，或改进努力方式，只有这样，才有可能接近成功，将自己的人生之路走得更远。

温馨提示

“酸葡萄心理”是一种“自欺欺人”式的自我安慰，能起到暂缓心理压力作用，使心理得以平衡。但是，在失败面前，更重要的是学会思考，思考才会使人进步。

为什么我们煞费苦心的结果常常是白忙活

读者来信：有些时候，为什么我们煞费苦心、竭尽全力想办法，却还是难以如愿？是我们想得不够到位吗？

Leon解疑：通常，我们在思考时，大脑常常容易在“神秘”或“深奥”的区域中徘徊，有时候这种思维模式会阻碍自己朝着正确的方向前进。

在现实生活中，很多情况下，人们容易把自己置身于思维的复杂化之中，究其原因，最主要的因素正是大脑常常容易在“神秘”或“深奥”的区域中徘徊。实际上许多事情并不是我们想象中那么复杂。

有一个木匠，手艺精湛，造得一手好门。他花了很长时间给自家造了一个门，他想这门用料是最好的、做工精良，一定会经久耐用。

后来，门上的钉子锈了，其中有块木板掉下来了，木匠找出一个新钉子补上，门又完好如初。后来，有一块木板朽了，木匠就又找出一块木板换上；后来，门栓坏了，木匠就换了门栓；再后来门轴坏了，木匠就又换上一个门轴……就这样过了好多年，这个门虽然无数次破损，但都被木匠精心修理好了，仍坚固耐用。木匠对此甚是自豪，心想幸好有这门手艺。忽然有一天朋友去他家做客，对他说：“你是木匠，你看看你们家这门，你再看看邻居家的门？”木匠这时才发觉邻居家的门一个个样式新颖、质地优良，而自己家的门却长满了补丁，破旧不堪。于是木匠想了想，禁不住笑了：“是自己的这门手艺阻碍了自己家门的发展。”木匠自言自语道，“学一门手艺很重要，但换一种思维更重要，行业上的造诣是一笔财富，但也是一扇门，能关住自己。”

事实上，我们在很多时候，往往都陷入一个误区——把简单的事情复杂化了。为什么我们煞费苦心、竭尽全力想办法，却还是难以如愿，关键就在于我们把原本简单的问题复杂化了。而且恰恰是这种复杂化束缚或阻碍了人的思维进步。

有一位老师在课上向同学们提了这样一个问题：“空中两只鸟儿一前一后地飞着，我们怎样一下子把它们同时抓住？”

学生们纷纷发表自己的意见：用气枪、用大网、用麻袋……大家倒是说了很多方法，但这些方法都难以实现。

这时，大家把目光投向了老师，老师微笑着告诉同学们：“用照相机，用拍照的方法，瞬间就能留下永恒。”

看着大家疑惑的眼神，老师解释说：“这道题需要打破常规，换个角度去思考。题目要求把飞着的两只鸟一下子都抓住，并没有说要都抓在手中或其他什么工具中，因此，只要用照相机拍摄，一下子就能‘抓住’，既省时又省力，而且可以永久留念。”大家顿时恍然大悟。

最伟大的真理常常也是最简单的真理。因为任何基本的东西都是简单的。宏伟事业的核心是简单的，人类文明的根基是简单的，人性的本原是简单的，宇宙的出发点是简单的，一切创造的起点也是简单的。

要使一个人的工作和生活变得简单非常不容易。但反过来，把复杂的事简单化，一定会有很多方法，其中一定有一个方法最简单、实用。就好比我要让生鸡蛋直立在桌子上，最快最简单的办法就是轻轻敲破

鸡蛋壳。

我们所说的简单不是“四肢发达，头脑简单”中的“简单”，简单不是浅薄、粗放，它是深刻、丰富、精美，是一种先进的成功理念。所以，我们若能深刻地认识到简单的重要性，并将其运用到实践中，那么，简单就是我们的杀手锏，成功自然也就变得简单了。

因此，我们在生活中审慎地运用智慧，不能固执己见，死守一成不变的思维模式。遇到事情时，要学会认真思考，丰富看问题的视角，学会用照相机抓住空中一前一后飞着的两只鸟。不要人为地将简单的事情复杂化，否则难以达到如愿的境地。

温馨提示

简单思维视角要求我们在看问题时，不仅将简单的事情视为简单，也要把复杂的事情视为简单。由简单到复杂是自然进化之道，由复杂到简单是智慧进化之道。

为什么别人常常和我们关注同一件东西

读者来信：早就想买一个LV，那天终于下定决心买了一个。当我沉浸在拥有新包的快乐中时，发现大街上好多人背的都是LV，这是为什么呢？难道是人们的消费档次都提升了吗？

Leon解疑：不是人们的消费档次都提升了，是你看问题的眼光发生了变化的缘故哦！当我们自己拥有一件东西或一项特征时，我们会比平常人更加注意到别人是否跟我们一样具备这种特征。

在日常生活中，我们经常会发现这样一种现象：当你买了一部褐色的汽车，认为自己的选择很独特，而且又很有品位，正在为自己能买到一部与众不同的车而沾沾自喜时，突然发现不论是在停车场、马路上，还是自己居住的小区里，总能看到许多褐色的轿车；当你刚买了一件黄色的帽衫，就发现满大街都是穿这种衣服的人；当你拎个LV就发现满大街都是LV；当你毕业之后参加工作，就发现自己周围都是上班族；当你成为一名孕妇时就会发现大街上到处都是孕妇……这是为什么呢？实际上这是“视网膜效应”在作祟。

什么是视网膜效应呢？心理学上普遍认为，当我们自己拥有一件东西或一项特征时，我们会比平常人更加注意到别人是否跟我们一样具备这种特征。简单地说，一个人自身的情况会影响其看待外界的眼光。

世界著名成功学大师卡耐基先生很久以前就提出一个论点，即每个人的特质中大约有80%是长处或优点，20%左右是缺点。如果一个人只看到自己的缺点，而看不到自己的优点时，“视网膜效应”就会使这个人发现他身边有许多人和自己一样拥有类似的缺点，进而使得他的人际关系得不到改善，生活也很痛苦，你有没有发现那些常常说别人脾气暴躁的人，其实自己脾气也不太好？这就是“视网膜效应”的影响力。

反过来，如果一个人能够积极发现自己的优点，那么他也会看到身边许多人和自己一样有相同的优点，从而他的生活态度也会变得乐观而积极。正如英国文学家萨克雷先生所言：生活好比一面镜子，你对它哭，它就对你哭；你对它笑，它就对你笑！只有当我们以微笑面对这个世界时，这个世界才能笑着面对我们。所以，包容自己的缺点、肯定自己的优点，以一种欣赏的眼光面对周围的一切，我们的生活才能更快乐！

在现实生活中，视网膜效应往往会导致人们的视野狭窄、思维狭隘，使人们不能客观公正地看待问题，甚至钻牛角尖、走死胡同，比如，有的人因为小时候饱尝了贫穷的苦处，因此他就认定钱是世界上最重要的东西，直至沦为金钱的奴隶；有些已婚女人因为自己的丈夫出轨，因此就认为男人没一个是好东西，从而把自己关在了幸福的门外；有的人很悲观，他一出门就摔跤，一开车就被警察罚款，一投资就赔本，因此他甚至认为整个世界都在刁难他，进而轻生……因此在现实生活中，我们要不断地警示自己，既不能够因为别人与自己的缺点相同就忽视了他的优点，也不能因为别人与自己的优点相同就忽视他的缺点。

一个人如果希望受人欢迎，一定要懂得欣赏自己与肯定自己。因为一个看到自己优点的人，才会看到他人的可取之处。“金无足赤，人无完人”，“尺有所短，寸有所长”，人与人之间的相处，应该更多地关注别人的优点与长处，能用积极的态度看待他人，可以有效促进良好人际关系的形成。

温馨提示

眼睛是心灵的窗户，你用什么样的“视网膜”看世界，你看到的就是什么样的世界。当你用积极进取的目光来看生活的时候，你就会觉得世界如此美丽；与之相反，当你用消极懈怠、狭隘自私的目光来看生活的时候，你看到的自然是丑恶和绝望的世界。

为什么朋友成为上司后，关系反而变得疏远了

读者来信：最近我有个关系要好的同事升职了，但自从他升职后，我感觉自己跟他说话再也不像从前那样轻松了，这是为什么呢？

Leon解疑：角色行为由角色规范了“导演”，有时候需要遵守一些约定俗成的规范。

我们知道，在社会的大舞台上，每个人都扮演着一定的角色。那么，我们每一个人所显现的角色行为，又是由什么所“导演”的呢？作为办公室的一员，你是不是也有着属于自己的脚本呢？是否也是一个正在被“导演”着的角色呢？除了办公室的墙上和电脑共享盘里的那些条条框框之外，你还要遵守一些约定俗成的潜规则。

小李和小张在同一个部门上班，是一对非常好的朋友。在小张没有升职之前，两人几乎同吃同睡。自从小张晋升为部门经理后，两人的关系发生了变化。小李以前上班想“逃班”的时候，一般都还要跟小张一起商量，看找什么借口。现在，小李当然不能同小张说了。

小张也越来越厌烦听到小李像以前一样开玩笑。假如小李像以前一样对小张说：“糟糕，你变得更笨了。”小张就会打心眼里感觉气愤。

有一次，单位同事聚餐，大家商议要不要喝酒。这时，活跃的小张就说：“难得这次取得这么好的业绩，干脆我们开瓶红酒庆祝一下吧！”

没想到，离他最近的小李就接过话：“你酒量不行，还喝酒？你还记得吗，以前有一次，领导请咱俩喝酒，结果你喝了大半瓶的红酒，开始的时候还很正常，后来，你喝醉了就又哭又笑……”一抬头，小李发现小张的脸色明显变了，他没有往下说。小张火气很大地说：“服务员，上红酒，大家聚在一起挺开心的，说那些没劲的事多无聊！”

在小李看来，小张当了经理以后开始有了官架子，对老朋友不屑了。

其实不然，小李没有意识到，在朋友成了经理之后，彼此之间就有了新的心理距离，理应适当尊重。是因为他没有注意这一点，所以两个人之间才产生了隔阂。这就是我们要说的“答布效应”。

“答布”，原意是指存在于原始社会的一种传统的习惯和禁律，在史学家那里，“答布”被通称为“法律诞生前的公共的规范”。在原始社会，科学文化水平非常低，所以人们对于所谓的神怪有一种禁忌心理，认为如果触犯了禁忌，世人就要承受灾害和惩罚。因此，必须对禁忌心存敬畏，并躲避它们。由这种信念所形成的习俗，就是所谓的“答布”。

从社会心理学的角度来看，每个社会都有一套其所有成员必须遵守的约定俗成的行为规范。而“答布效应”，就是指那些不随人的主观意愿而改变，而且必须遵守的隐性社会“脚本”。它给职场人的启示是：要在办公室生存下去，除了遵守规则，还要遵守潜规则。

最常见的五条“答布”：

（1）保持面带微笑。笑不仅是给同事、上司或是下属看，还有你自己。当你把微笑当作一种习惯时，

你自己就真的会觉得这份工作很开心。

(2) 办公室里千万别尽力去显示自己有多聪明，那样你会发现其实最傻的就是你。

(3) 懂得尊重老同事的规则。

(4) 在任何时候，都要对上司表示尊敬。

(5) 永远以第二名为奋斗目标。你就会看起来既上进又务实。

温馨提示

职场中，请别忘了，“导演”就站在自己身边。关键是要理解他的意图、落实他的要求。

为什么要根据对方的兴趣实施奖励

读者来信：为什么当一个企业在对员工进行奖励时，奖励却不能让员工满意，也就是说奖励与期待的行为相背离呢？

Leon解疑：奖励固然是好事，但是适合的奖励才是最有效的奖励。

激励是现代管理中最重要、最基本的职能。什么是激励呢？一切内心要争取的条件、希望、愿望、动力都构成了对人的激励，它是人类活动的一种内心状态。人的一切行动都是由某种动机引起的，动机是一种精神状态，它对人的行动起激发、推动、加强的作用。

我们先来看这样的一则故事：

有个老人在家里养了几只猴子。这些猴子既不喜欢吃桃子，也不喜欢吃香蕉，它们最喜欢吃的食物是栗子。

这是一帮贪吃的猴子，它们对栗子总也吃不够，并且常常为争吃栗子打得头破血流。眼看栗子快被它们吃光了，老人决定跟猴子们商量一下怎么分配剩下的栗子。

老人问猴子：“家里剩的栗子没有多少了，以后你们每天每只猴吃7颗栗子，好不好？”猴子们一听，每天都有7颗栗子吃，于是都表现得很开心。

老人继续说：“早上给你们分3颗，晚上吃4颗，可以吗？”

早上比晚上少吃了一颗，猴子们纷纷反对。

老人想了一想说：“那我们换种方式，要不早晨吃4颗，晚上吃3颗，好不好？”

早上比晚上多吃一颗，猴子们都很高兴，纷纷说：“太好了！太好了！”

老人一看猴子们挺满意的，就哈哈大笑：“好啊！就按这个方法分配吧！”

读完这个故事，人们纷纷认为猴子是愚蠢的，但是很少有人思考猴子为什么会有这样的思维，为什么等量的东西换种分配方式就往往容易被接受？

猴子本来很喜欢吃香蕉和桃子的，这两样东西也可以给猴子很好的长期生活保障，但所有猴子心目中都对栗子认同程度最高，因此便成为了最令它们高兴的食物。

有一些企业在奖励员工的时候投入大量的资源，可最后却得不到员工的满意，这又是为什么呢？

道理其实很简单，因为每个人的价值观不同，对奖励的需求不同，侧重点也有所不同。所以经常会出现相同的奖励对部分人起不到激励作用的情况。那怎么样才能使奖励起到最大作用呢？这就要求领导者区别对待员工的需求，找到每个人不同的关注点，做出最适合每个人的奖励才是最有效的奖励，同时也要注意奖励方式的灵活多样。

有一个渔夫，他打渔时在自己的船边发现了一条蛇，蛇的口中衔着一只青蛙。善良的渔夫觉得垂死挣

扎的青蛙很可怜，便从蛇的口中救出了青蛙，将它放走了。但是渔夫又想对挨饿的蛇做出补偿，想给蛇找点东西吃。由于自己身边只有酒，渔夫便滴了几滴在蛇的口中，蛇高兴地离开了。当渔夫正在为自己的善举感到开心之时，那条蛇又回来了，而且嘴里衔着两只青蛙，它等着渔夫再次奖赏它酒喝。

渔夫的行为是愚昧的，但这种行为在某些人力资源的管理实践中也很常见。管理者期望通过奖励有突出表现的员工，督促表现一般的员工能够重视业绩，但是奖励的时候却又因为其中某人业绩没有那么突出而给予奖励；期望增强团队凝聚力，却只奖励业绩突出者；希望大家提高工作效率，却又奖励了一些看起来最忙、最喜欢加班而业绩一般的人.....

那么管理者如何才能避免奖励与期望的行为相背离呢？

首先，企业要明白想要通过激励行为产生什么样的结果。明确什么样的行为是应该受到奖励的，什么样的行为应该被惩罚，这种激励并没有标准统一的模式，没有绝对的好坏判定，每个企业都应当根据自身实际需要来确定，要保证其激励是对企业的发展有利的，而非盲目追求最新的管理理念。

其次，设立合理的目标。目标要与企业的激励导向一致，这是最重要的，其次才是目标本身。例如，如果企业希望激励市场人员开发新的客户，那么在设立目标的时候，就不能只关注总的销售额，而应该重点考察新客户销售收入的增长幅度或者其收入的比例。

最后，把企业的激励导向和员工工作行为二者有机地联系起来，这也是激励能够产生最终作用的最关键的一个步骤。

激励是现代管理中最重要、最基本的职能。什么是激励呢？一切内心要争取的条件、希望、愿望、动力都构成了对人的激励，它是人类活动的一种内心状态。人的一切行动都是由某种动机引起的，动机是一种精神状态，它对人的行动起激发、推动、加强的作用。

温馨提示

在一个企业中，重要的不是采用何种激励方式，而是如何把奖励与导向的结果联系起来，形成一个合理的激励模式，从而快速有效地实现奖惩的目的。

其实我们追求的并不是幸福

读者来信：最近不知怎么了，总是觉得自己的婚姻生活过得不如意，跟别人一比，感觉失败极了。为什么会有这样的想法呢？

Leon解疑：我们总希望比别人幸福，所以目光往往就盯在比自己强的人身上，越比越难过，可是通常大家忽视了比较的对象中还有另外一部分比自己过得更糟糕的人。

很多人结婚之后，在时间的流逝中，对婚姻生活渐渐感到平淡，慢慢地发现自己像那困在死水里的游鱼，奄奄一息。而再看看别人的婚姻那么富有生机，于是郁郁寡欢。好友聚会之时，总是大吐苦水：老公不求上进，老婆不温柔体贴；公婆不明事理，岳父母太挑剔……之后，又大发一番感慨：要是找个有钱人多好，要是娶初恋女友就好了……于是，在对比之中，就发现自己万事不如人，羡慕甚至嫉妒比自己过得好的人。

人们常说，人与人不能进行对比，越比较越难过。思想家孟德斯鸠说过：“假如一个人只是希望幸福，这很容易达到，然而我们总是希望比别人幸福，这就是困难所在，因为我们总是相信别人比自己幸福。”

这固然有一定的道理，但有时候幸福感却正是从比较中得来的。不比较，你就会觉得自己是世界上最命苦，活得最累的人。为什么这么说呢？因为我们的思维习惯决定了人总是朝着前方看，而不回头看后方，尤其在婚姻中，我们难以达成的欲望决定我们一直缺少幸福感。我们总是会不自觉地看向看起来比我们拥有更多的人看齐，这便使得我们越来越觉得自己一点儿都不幸福。

幸福是什么呢？英国媒体对市民做了一个问卷调查之后，得出的最佳答案是“幸福是对比之后的优越感”。当你心态失衡时，请转变思路，转变自己比较的对象，就会发现，你并不是最悲惨的那一个。

张国强和王琳琳是一对普通的工人，两个人的收入并不高，所以日子也过得紧巴巴的。王琳琳一直埋怨丈夫不能挣钱，一点上进心都没有，感觉自己的日子过得不如意。

有一天中午，王琳琳下班时，看到一对捡破烂的夫妇推着沉重的三轮车在路上行走。他们衣着邋遢，脸上刻满了沧桑。顿时王琳琳觉得自己的生活条件比他们不知要好多少倍。这件事让王琳琳突然意识到，在对比之下，自己的生活其实也没那么糟糕。

人生在对比中，除了得到痛苦，也能获取幸福。与人比较是我们的思维常态，我们无法去控制。要想找到幸福，刻意去控制比较心是行不通的，相反，我们还是要从比较中寻找幸福感。但值得注意的是，我们要选对比较对象。我们习惯跟站在自己前边的那个人比，却很少看一眼身后的那个人，跟自己前面的人比，他比你拥有的多，于是你痛苦了：你身后的那个人却比你拥有的少，跟他一比，你是否有幸福感呢？哲学家说：“没有鞋的人在看到没有脚的人之前，认为自己是世上最不幸的人。”因此，对比时，选对比较对象最为关键。

所以，我们在生活中，钱少时，就想想世界上还有连基本的温饱问题都解决不了的人群，自己的心理就会平衡了。房子不够好时，与街头那些流浪汉对比，也就能释然了。昨天身体不适，无精打采，今天如若能平安健康，便是幸福的。要知道，你永远不会是那个生活最糟糕的人。

每个人都有自己的幸福，让自己幸福，就要走出不恰当比较的误区。幸福并不是来自金钱、地位和名誉，如果你把幸福定位成奢侈的生活，那么这样的幸福离开了金钱就像鱼儿离开了水一样。但是，如果你认为幸福是亲人之间彼此的依赖和关怀，那么，金钱就不重要了。

其实，很多时候我们觉得不快乐，是因为我们追求的不是幸福，而是比别人幸福，幸福的比较不是比别人更幸福，而是更豁达。

温馨提示

婚姻生活需要平静，不要总拿自己的不如意和别人的如意之处对比，那你一定比不过对方，如果你多看看自己还有比别人优越的地方，心情自然不会那么郁闷了。

为什么追求完美的人与爱情渐行渐远

读者来信：我一直是一个追求完美的人，在爱情方面依然如此，可是交往的朋友当中没有一个适合我，难道真的是我的审美能力出现了问题？

Leon解疑：完美是一个美丽的陷阱，每个人都不是完美的人，只有接受不完美的对方和自己，接受不完美的生活，学会包容和珍惜，学会把握快乐，你才会真正感到幸福。

在爱情里，完美是一个美丽的陷阱，人一旦陷进去，不仅对自己糟糕的处境毫无觉察，而且还会心甘情愿地去为完美付出，折磨自己，让自己痛苦，幸福感就会荡然无存。所以，在爱情面前，我们不要过分追求完美，把自己应该做的事情做好，未尝不是一种幸福。

有一个人去海边度假非常幸运地获得了一颗硕大而美丽的珍珠，然而他并没有感到满足，因为他发现在那颗珍珠上面有一个小小的斑点。

他是一个追求完美的人，他想如果能够将这个小小的斑点剔除，这颗珍珠肯定会成为世界上最珍贵的宝物。想到这里，他就下狠心削去了珍珠的表层，可是那个令人讨厌的斑点还在。

他特别不甘心，一心想把这颗珍珠变成最珍贵的宝物，于是他剥了一层又一层，直到最后，那个斑点没有了，可是，握在他手中的珍珠，已经不复存在了。

那个人心痛不已，但为时晚矣，从此他一病不起。临终前，他十分后悔地对家人说：“如果我当时不去计较那一个斑点，现在我还会拥有那一颗美丽的珍珠啊。”

这颗珍珠就是我们生活中的投影，生活中的一些小遗憾、小缺点不正是珍珠上面的那个斑点吗？

不可否认，我们都想追求完美的婚姻、完美的家庭，但要知道，有时候完美往往只是一种奢求，人们苦苦追求好多年，到头来不过是一场徒劳。其实，珍珠即使有点瑕疵依然是宝物，不完美的生活即便有种种挫折，依然是有意义的。当你懂得了珍惜和拥有，你就会得到属于自己的幸福。

每个人都不是完美的人，所以，在感情世界，不要试图剔除对方身上微不足道的瑕疵，接受不完美的对方和自己，接受不完美的生活，学会包容和珍惜，学会把握快乐，你才会真正感到幸福。

在生活中，我们有时感觉自己像一只疲倦的蜗牛，驮着自己沉重的壳爬了许久，还没有找到一个温暖的家。在遗憾面前，我们开始质疑自己，怪罪他人，怨天尤人……

其实，你认真考虑过吗？有些事情过去了就不再有之前的痛了，所以，当你换一个角度思考问题时，你就会有意外的收获。

真正的幸福，不是要求我们刻意追求完美，而是要我们实实在在把握属于自己的那颗珍珠，懂得包容和珍惜！因为世界本来就是没有真正的完美，完美只是人们心中一种虚幻的假想，或是一个目标或是一种追求，或是一种向往。所以幸福不是两个人刻意追求的完美。

幸福并非遥不可及，那幸福在哪里，它就在你的手中！

温馨提示

一些人喜欢追求完美，可是世界上没有十全十美的人，当恋爱的两个人走在一起时，不可能没有一点摩擦，所以恋爱中的双方只能是相对完美的，太过完美的恋爱可能很难实现。

趣味测试

1. 在这个社会上立足，你缺少什么？

假设有一天，你看到剧院的宣传海报中有一张黑色电话的剧照，你认为这张剧照有什么含义呢？

- A. 电话会牵引出影片中的一段重要情节
- B. 电影开演时，首先出现的画面，由电话铃声展开剧情
- C. 电影要结束前的最后一个画面，以电话的镜头来暗示某种启示

答案：

A：勇气可嘉，判断不足。你有接受挑战的勇气，虽然也很努力，但判断力不足，所以在这方面你极需加强。

B：信心充沛，缺乏经验。你對自己很有信心，认为自己想做的事一定可以成功，但由于经验不足，所以需要多听听别人的建议。

C：逃避责任，害怕失败。你对现实生活很迷茫，因此对待事情，往往采取逃避的态度，害怕一旦失败会遭到他人的嘲笑，所以你需要多学习别人的长处。

2. 你最接受老板的哪一面？

假设你是编剧，让你设计一段浪漫爱情剧的开头，你会选择让男女主角在下述哪种场景中邂逅？

- A. 突然遇到暴雨，两人拦下并共搭同一辆计程车
- B. 两人开车时不小心发生剐蹭，然后下车吵架
- C. 女主角不小心开车撞到男主角
- D. 女主角的车抛锚在路旁，男主角正好路过帮忙修理

答案：

A：你是很重情义的人，凡事都很看重情义，你很讨厌没有人情味的老板，如果自己的老板看起来很慈善，对员工嘘寒问暖，一副关爱体贴的样子，你就会心甘情愿地替他卖命。换句话说，只要老板对你好，你就会愿意为他做牛做马。

B：你最能接受老板是他能给你规划远大宏图。你是一个理想主义者，很容易崇拜有才华的人，所以你会对看起来很聪明的人有好感，如果自己的老板看起来很有远见并且时不时地规划一下公司的宏伟蓝图，你就会觉得跟着他一起打拼准没错。

C：你最接受老板的是他驾驭有方的气势。你是一个缺乏自我肯定的人，所以比较欣赏有威信、有霸气，能教你很多东西的老板，跟这样的老板在一起，你觉得钱挣得多少无所谓，主要是能学习到很多东西。

D：你最接受老板的是他慷慨的一面。你是个很干脆、务实的人，对你来说，工作做事就是为了赚钱

的，你给我多少钱我干多少活儿，其余的都无关紧要。做老板的没必要虚伪作态。

3. 你会因为什么而错过属于自己的那份真爱？

当你走在下班的路上，路过一条繁华的商业街时，什么东西会吸引你的眼球，令你停下回家的脚步呢？

- A. 换季而打折扣的名牌服装
- B. 在街头卖艺的人
- C. 新开张的小吃一条街
- D. 偶遇了前男（女）朋友

答案：

A：你的贪心会让你错过真爱。在爱情方面，你常常这山望着那山高，贪婪地霸占着别人的爱恋，不能安定在一份感情上，总觉得有更适合自己的人。所以不能给对方一种稳定和安全感。你总抱着下一个才是真爱人选的态度，会让自己忽略其实已经在身边的真爱。

B：你会因为自我而错过真爱。在你的眼中，事业、朋友、家庭.....远比爱情来得重要。有时候，在你给自己制定的计划中，“爱情计划”总是被自己忽略掉。当有人提醒你，是结束自己单身生活的时候了，你才发现原来身边的朋友都已经结婚生子。真爱需要自己去追寻，而不是迷迷糊糊地去等。所以暂时抛开一切，去寻觅一份自己的真爱，和心爱的人共同走过以后的旅程吧。

C：你会因为舆论错过真爱。也就是说，身边人对你的爱情所持有的态度影响着你。你经常会被大家的言论左右自己对爱情的判断，却从不听从自己内心的声音。时间久了，真爱就悄悄地从身边溜走了。所以你需要做的是在爱情中做自己的主人，向真爱迈进自己勇敢而坚实的步伐，把握住自己的幸福。

D：你会因为旧爱而错过真爱，你是一个念旧的人，你有着种种恋旧的表现，比如，喜欢听老歌，舍不得丢弃旧日的纪念品，身上总是带着过时的小饰物.....尤其是前男（女）朋友，仍然让你无法忘却。过去的爱恋让你不想再去接受新的恋情。其实，让你放不下的不是那个旧爱，而是那份真挚的情怀，只要你放下过去，开始新的爱情，你会发现，真爱一直在等待着你。

启示

被诅咒的潘多拉

希腊神话中的普罗米修斯为人类盗得天火后，宙斯为了惩罚人类想出了一个办法：他命令以巧妙著称的火神赫淮斯托斯派遣了一个美丽的少女，神使赫尔墨斯赠予她迷惑人心的语言技能，爱情女神赋予她无限的魅力……她被取名为潘多拉。在古希腊语中，“潘”是“一切”的意思，“多拉”是“礼物”的意思，她是一个被赐予一切礼物的女人。

宙斯把潘多拉许配给普罗米修斯的弟弟耶比米修斯为妻，给予潘多拉一个密封的盒子，并叮嘱她绝对不能打开。起初潘多拉还谨记宙斯的告诫，不打开盒子。但过了一段时间之后，潘多拉越发地想要知道盒子里究竟是什么。在强烈的好奇心的驱使下，她终于忍不住打开了那个盒子。于是，藏在里面的一大群灾害飞了出来，从此，各种疾病和灾难就悄然降临世间。

宙斯利用潘多拉无法压抑的好奇心成功地借潘多拉之手惩罚了人类。

这个故事所说的就是心理学上的一个定律，由于被禁止而更加激发起人们的（好奇）欲望，导致出现“不禁不为，愈禁愈为”的现象。通俗地说，就是人们对越是得不到的东西，就越想得到；越是不好接触的东西，就越觉得有诱惑力；越是不让知道的东西，就越想知道。这就是“潘多拉效应”。

心理学大量的经典研究表明，探究周围世界的未知事物，是人类普遍的行为反应，是人在长期生物进化中形成的具有生物意义的稳定需要。对一件事物作不说明原因的简单禁止，会使这件事物具有更甚于其他事物的特殊吸引力，使人自然地将更多的注意转移到这件事物上。另外，没有得到解释的禁止会引发各种推测和假设。当人们对禁止感到理由不充分时，人们就找不到充分理由来遏止自己的探究欲望，从而心理平衡会朝违反禁止的方面倾斜，使人倾向于做出偷食禁果的行为。

在日常生活和工作中，我们除了被动地受“潘多拉效应”的影响，还可以主动地运用“潘多拉效应”来达到自己的目的，或是避开“潘多拉效应”，以免出现事与愿违的结果。

一是“假禁”，即自己的原本意图并非如此。就是利用对方的欲望，采用欲擒故纵的手段，对方想做，而你偏偏阻止他这样做，从而激发对方的好奇欲和探究欲，最后成功地将对方引导到自己所期待的活动中来。

二是“真禁”，即自己的原本意图确实如此。我们为了防止“潘多拉效应”的作用，导致事与愿违，就要充分做好相应的防范措施。比如，合理的解释，认真地疏导，确保对方不再疑虑和揣测，明白不可为的真正原因，从而不再尝试。或者，使用“火炉法则”，使用高温一样的禁令，不管谁去碰都会被烫伤，使人充分认识到违反禁令的危害性、严重性，从而达到令行禁止的效果。

本书由“行行”整理，如果你不知道读什么书或者想获得更多免费电子书请加小编微信或QQ：2338856113 小编也和结交一些喜欢读书的朋友 或者关注小编个人微信公众号名称：幸福的味道 为了方便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网站的名称为：周读 网址：www.ireadweek.com

如果你不知道读什么书，
就关注这个微信号。



微信公众号名称：幸福的味道
加小编微信一起读书
小编微信号：2338856113

【幸福的味道】已提供200个不同类型的书单

- 1、 历届茅盾文学奖获奖作品
- 2、 每年豆瓣，当当，亚马逊年度图书销售排行榜
- 3、 25岁前一定要读的25本书
- 4、 有生之年，你一定要看的25部外国纯文学名著
- 5、 有生之年，你一定要看的20部中国现当代名著
- 6、 美国亚马逊编辑推荐的一生必读书单100本
- 7、 30个领域30本不容错过的入门书
- 8、 这20本书，是各领域的巅峰之作
- 9、 这7本书，教你如何高效读书
- 10、 80万书虫力荐的“给五星都不够”的30本书

关注“幸福的味道”微信公众号，即可查看对应书单和得到电子书

也可以在我的网站（周读）www.ireadweek.com 自行下载

更多书单，请关注微信公众号：一种思路



如果你不知道读什么书，
就关注这个微信号。



微信公众号名称：幸福的味道
加小编微信一起读书
小编微信号：2338856113

【幸福的味道】已提供200个不同类型的书单

- 1、 历届茅盾文学奖获奖作品
- 2、 每年豆瓣，当当，亚马逊年度图书销售排行榜
- 3、 25岁前一定要读的25本书
- 4、 有生之年，你一定要看的25部外国纯文学名著
- 5、 有生之年，你一定要看的20部中国现当代名著
- 6、 美国亚马逊编辑推荐的一生必读书单100本
- 7、 30个领域30本不容错过的入门书
- 8、 这20本书，是各领域的巅峰之作
- 9、 这7本书，教你如何高效读书
- 10、 80万书虫力荐的“给五星都不够”的30本书

关注“幸福的味道”微信公众号，即可查看对应书单和得到电子书
也可以在我的网站（周读）www.ireadweek.com 自行下载

更多书单，请关注微信公众号：一种思路

