

内 容 提 要

《影响力心理学》是社会心理学领域的一部经典著作，是本书第一作者津巴多教授继畅销书《心理学与生活》之后的又一力作。

本书系统地总结了心理学在态度形成和改变方面的研究理论和实践，从而帮助读者理解你是如何影响他人，反过来又是如何被他人和其他系统性力量所影响的。本书包括了社会影响的所有内容：说服，依从，从众，认知不协调和自我归因，条件反射，社会学习，态度与行为的关系，态度的卷入，偏见，非言语交流，甚至阈下影响。

本书因其深入浅出、生动有趣的写作风格，更因其主题鲜明、广泛的实践特点，所以非常适用于从事政治思想工作、教育、新闻、外交、管理、市场营销、文化、宣传等工作的人，还包括所有关注自己和社会的人。

出版说明

“影响力”是心理学研究的传统课题，也是现代社会心理学的重要研究领域，已积累和收获了一大批令人振奋的科学成果。美国心理学会前主席、社会心理学大家菲利普·津巴多和迈克尔·利佩对该领域做出了突出贡献，他们的《态度改变与社会影响》*一书是学术界公认的论述影响力的经典之作。

“影响力”问题为何如此受重视呢？因为当代社会鲜明的信息化、商业化、全球化、民主化等特点，强化了影响力在政治、经济、文化、社会以及人们日常生活中的重要性和价值。影响力涉及工作与生活的方方面面，关乎政治家、商人、学者、社会活动家、传媒人士、教师等每一个人。

读过菲利普·津巴多的经典著作《心理学与生活》**的读者都知道，“深入浅出、生动有趣、知识性与可读性融为一体”是津巴多的著述行文风格，这部《态度改变与社会影响》也不例外，但书中偏重学术研究的部分是普通读者所不需要的。于是，我们决定改编，再出一个简明版，取书名为《影响力心理学》。从某种角度看，似乎这个书名与原英文书名 *The Psychology of Attitude Change and Social Influence* 更为接近。在这个版本中，我们保留了与普通读者关系最紧密的7章内容，删去了原书的第8章（影响与司法过程）和第9章（健康与幸福服务中的社会影响），以及附录A、附录B和参考文献。因为这些部分更学术些，与普通读者的距离较远。如果有读者希望更深入地了解这个领域，可以参考阅读完整版的《态度改变与社会影响》。

* 此中译本已于2007年11月由人民邮电出版社出版。

** 此中译本由人民邮电出版社出版，至2008年8月，已25次印刷，销售140000余册。

中文版序



我非常高兴地得知中国读者有机会阅读《影响力心理学》一书的中文译本。本书中文版的出版和发行，对我而言有三重意义：首先，中国是一个具有悠久历史的文明大国，中国传统的儒教、道教和佛教一直就在为中国人提供欣赏自己生活的指导，这些古老的智慧与心理学的智慧有很多类似的地方，它们都试图对人性有更好的了解，从而帮助每个人最大程度地实现自己的潜能。不过据我所知，传统的科学心理学在中国的历史并不是很长，我猜测，这一延迟的发展可能与中国的文化传统有关。因为传统的心理学更多关注的是个人的思维、情感和行为，而传统的中国文化强调的则是集体、家庭和社会对个人行动的决定性作用。这就对传统心理学的个人主义倾向形成抵触。不过令人欣慰的是，现代科学心理学在世界范围内已经发生了天翻地覆的变化，尤其是社会心理学的兴起使得我们更关注个人和他所属的群体在各种社会情境中是如何行动的——这些情境就构成了人类行为的背景。此外，社会心理学家也开始讨论创造、维持和赋予情境合法性的社会系统的作用。在一定程度上，现代社会心理学家，包括本书的作者都在试图通过研究各种社会力量系统——包括经济的、政治的、文化的、法律的等等是如何影响社会情境，而情境又是如何与个体互动，来创造出结合了个人主义和集体主义的思维范式的新的社会心理学。

本书中文版出版的第二重意义是该书涉及的观念和研究可能对当前日益变化的中国社会具有应用的价值。世界上还从没有任何一个国家像中国这样经历着如此剧烈的生活方式、生活习惯以及价值观念的改变。随着中国逐渐地成为世界工业、商务、金融和政治中心，变化恐怕会成为中国人甚至世界人民每天都必须面对的问题。我所知的中国人所体会到的变化可能包括从农村到大城市的迁徙、家庭结构的改变、工作方式的调整、教育体制的革新，甚至文化价值体系的突变等等。世界各地的年轻人还通过互联网、电影和流行音乐形成了一个新的全球社会，他们的生活与几十年前他们的长辈所能体验到的生活可能有天壤之别。我可以大胆地说，**中国就意味着变化**（China is change）。

伴随这些社会巨变的是沟通方式的革命。在人与人之间，在普通人与控制着成为好的公民所需要的各种资源的人之间，交流和沟通尤为重要。为了社会、家

庭、公司、团队等各种群体的利益，我们就应该在行为、价值和态度上朝某个方向改变。本书系统地总结了心理学在态度形成和改变方面的研究理论和实践，能帮助你这一领域有更好的了解。它能使你明白你是如何影响他人的，反过来你又是如何被他人和其他系统性力量所影响的。了解社会影响的过程，起码会对你有两种影响结果：第一，这一知识会使你在希望成为改变社会的力量时，变得更有影响力；第二，这一知识也能帮助你抵制你不需要的从众、屈服和盲从的压力。

本书中文版的出版的第三重意义是，下一代中国的心理学家在了解西方心理学有关态度改变和社会影响的工作之后，能够从事新的研究，发展新的理论来改进和提高这一令人痴迷的研究领域的知识水平。它的根本问题就是要研究人性是如何受社会条件影响的。中国人的智慧应该能在这一最古老而又年轻的问题上有所作为，我希望能在自己的有生之年欣赏到中国学者在这一领域的研究成果。

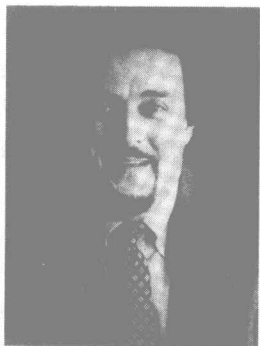
我很高兴应我的朋友加州大学伯克利分校的彭凯平教授的邀请，为本书的中文版作序。特此序之。

津巴多教授

美国斯坦福大学心理学系

2007年8月

作者简介



菲利普·津巴多 (Philip G. Zimbardo)，美国心理学会 (APA) 前主席。自 1968 年以来担任斯坦福大学的心理学教授。他于 20 世纪 50 年代末在耶鲁大学获得博士学位，师从卡尔·霍夫兰 (Carl Hovland) 在耶鲁大学“态度改变研究计划”中做研究工作，后来在纽约大学期间，他研究了认知不协调中的公开从众方式和社会影响。他独特的实验社会心理学的研究工作包括：归属感、去个人化、攻击及认知不协调的动机效果。除此之外，他还从事过匿名、破坏行为和害羞行为的现场观察、归因分析和相关变量研究。与他的纽约高中同学斯坦利·米尔格拉姆的贡献一样，津巴多最主要的工作是他的斯坦福模拟监狱实验，这个实验有效地证明了情境对人类行为的决定作用。

目前津巴多博士主要研究为什么正常人会对他们自己的有些行为做出病态的解释，以及研究时间概念是如何影响到个体和群体的行动的。津巴多所著的《心理学与生活》是心理学领域最经典的也是再版次数最多的最佳教科书之一。他在 1990 年为公共广播电台制作了“发现心理学”电视教育记录片系列。这是由津巴多本人创作和主持的以学生和大众为对象的科普电视片。这部长达 26 集的电视片探索了心理学的科学性，心理科学的重要性，以及利用心理学来提高我们生活质量的实用性等问题。



迈克尔·利佩 (Michael R. Leippe) 是阿德菲大学的心理学教授。他从 1982 年开始, 一直任教至今。利佩于 1979 年从俄亥俄州立大学获得博士学位。他亲自参与并受到俄亥俄州立大学在 20 世纪 70 年代所从事的影响方面研究的熏陶, 他的研究试图对社会影响的认知反应做出理论分析。迈克尔·利佩与安东尼·格林沃尔德合作研究了大众媒体说服的认知加工过程。他也与托马斯·奥斯特罗姆合作, 研究了如何应用社会心理学来解决法律心理学的问题, 例如目击者的证词等。从那以后, 利佩从事了很多有关说服, 认知不协调和法律情境中态度改变和影响的富有创造性的研究工作。

利佩博士发表了 25 篇以上的研究论文和著作。90 年代他从事了联邦政府资助的有关儿童目击证词可靠性的研究, 以及如何帮助陪审员和其他寻求事实真相的人区别准确或不准确的目击者的记忆。他同时还在研究说服情境的观众参与心理。

前言



现在是我们这些研究和思考态度改变和社会影响的人所认为的最令人振奋的时代。在过去的几十年里，有关人们是如何变化的研究和理论得到了空前的发展。始于20世纪70年代的对社会认知的强调，产生了一个研究传统上定义为是说服和依从行为的认知心理学研究。它主要是对认知过程和结构有了新的重要了解。如今，对于动机，情绪和卷入的研究兴趣，催生了一个可以将这些变量与态度、认知、行为和情感综合起来的一种全新的研究方向。在对基础研究和理论的发展的突破上，社会科学家也在运用影响的心理学去应对日常生活中的重要问题。社会影响因此变成许多重要社会问题研究的核心（比如提倡健康生活方式，提高环保意识，新闻审查的效果，政治中的“形象加工”，极端巧妙的广告和市场推销），这些都与社会影响有关，而且理论和实际的研究也越来越关注这些问题，以及这些问题产生的背景。

以上所述的研究发展推动了本书的问世。我们希望在本书里，综合来自于所有与社会影响有关的研究理论和实践，以产生一个综述性的报告。事实上，我们其中的一个目标就是要在一个相对较短的篇幅内将两本有代表性的关于说服和态度改变理论的好书结合起来，其中一本书就是理查德·佩蒂和约翰·卡乔波（Richard Petty & John Cacioppo）合著的《态度与说服：传统和当代的研究》（1981）。另一本同样是有关服从和从众的经典著作，也就是罗伯特·恰尔迪尼（Robert Cialdini）的《社会影响：科学和实践》（1988）。

结果这本书就包括了社会影响的所有内容：说服，依从，从众，认知不协调和自我归因，条件反射，社会学习，态度与行为的关系，态度的卷入，偏见，非言语交流，甚至阈下影响。因此本书所涵盖的内容是广泛的，这些覆盖面较广的内容均可被整合在本书中一再出现的态度系统这一主题中。在这个系统中，态度，认知，行为和意图都受到外在事物的影响，而同时也受到彼此间的影响。

我们用了两章的篇幅来谈社会影响原则的应用。我们觉得它是“正在成长的”领域，也是未来的领域。一个应用章节主要关注在法律系统中影响的作用，另一个主要章节是关于如何提高生活质量的问题，包括：环境，个人心理健康等。

我们主要的受众自然是阅读本书的学生。我们希望通过向他们报告社会影响科学研究中令人兴奋的进展从而让这些学生感到振奋，并产生兴趣。同时，意识

到这些知识对他们的个人生活和社会整体的意义。因此，我们希望以学生感兴趣的方式来写这本书。实践的问题，应用和日常生活的例子是心理学实验以及那些理论观点的一个自然的运用。我们的重点是要选择社会心理学的实验和现场研究（包括新的和传统研究，通过生动的方式表现出来，而且不断将它与大学生所感兴趣和所能理解的活动以及生活经历联系起来）。我们希望它是一本具有学术价值同时又能轻松阅读的好教科书。

这本书的主要阅读对象是本科生。心理学的基本知识可能会有助于阅读这本书，但是并不是阅读和欣赏本书的必要条件。这本书也可以作为一门关于社会心理学入门课程的阅读材料，也可以是一个大课程的主要阅读材料，或者社会心理学课程和研究生讨论课程，比如“说服与态度改变”、“社会影响”，甚至“心理控制”等课的阅读材料。那些教授社会心理学、传播学，以及商务课程的教授也可以考虑在“媒体环境”、“宣传和交流”、“大小团体的社会影响”以及“广告概论”等课程中使用本书。我们在本书中包括了与所有这些学科有关或来自这些学科的材料。

心理学，社会学和传播学的研究生应该也会认为这本书有意思、有内容。我们希望大量的例子和应用能扩展他们对其所希望研究的问题之间的关联和互动性的认识。如果有学生在阅读了本书后对本书所写的一些知识体系做出自己的贡献，我们会尤感欣慰。

目 录

中文版序	v
作者简介	vii
前 言	xiii
第1章 影响力无处不在，无孔不入	1
社会影响的过程和情境	2
关于影响——来自“名人堂”（“恶人堂”）的故事	4
人际影响：皈依和个人接触	4
交流与说服：“山姆，再说一遍”	10
大众媒体的影响	18
影响的ABC：态度、行为和认知	26
态度系统	27
一个正在形成的主题：变化导致变化	29
建立在态度中心角色基础上的其他主题	29
从社会心理学角度看影响	31
随后各章预览	32
小 结	33
第2章 直接的影响力：从众，服从，互惠和承诺	35
行为得以强化时的学习	36
工具性学习与列联强化	37
社会学习理论	38
侵犯行为的模仿	42
榜样的阴与阳	43
认可与不认可：社会奖赏的力量	45
从众：保全面子与赢得体面，获得知识	47
从众的成因	49
从众：好事还是坏事	55

服从：权威下的行为	56
米尔格拉姆的脚本：如果希特勒叫你电击一个陌生人，你会服从吗	56
从寻常人的角度来解释不寻常的行为	60
启动不服从的退出按钮	64
膝跳反射心理学：由直觉形成的影响	66
互惠规则	66
承诺规则	69
起点：当内部改变源于外部影响	73
小 结	73
第3章 先改变行为，后改变态度：当行为成为信念	75
归因与自我归因	77
归因理论	77
自我知觉与自我归因	82
自我说服与角色扮演	88
整个世界就是一个舞台……而我们只是演员	88
再论自我说服：电视是否施加了影响	90
自我辩解心理学：认知不协调理论	93
影响认知不协调程度的因素	94
认知不协调与理由不足效应：越少越好	95
降低认知不协调的模式	102
认知不协调与不道德的商业决策	105
认知不协调、自我归因以及自我肯定：相似性与独特性	106
过度合理化	106
不同过程的相似性	107
自尊的确认	108
结 论	108
小 结	108
第4章 请相信我：通过说服改变态度	111
寻求影响：社会比较过程	113
相关特征的相似性	114
观点的相似性	116
相异性作为比较的基础	116
成为影响的对象：说服诉求	117
说服过程的阶段	118

最初和最后的阶段	119
呈现与曝光	120
观念的过滤	120
媒体观点的管理	121
注 意	124
屏 蔽	125
接受和屏蔽	127
理 解	128
接受：最大的障碍	130
认知反应：有意义的思考	130
接受的捷径：使用直觉而不是系统分析	132
电视播送的形象	137
系统加工的客观性和偏差	141
通往持久性说服的暂时障碍	143
小 结	143
 第5章 如何使说服更持久	 145
播撒保持的种子：形成强烈、明确且极端的态度	147
适度的曝光	147
复杂信息的重复	153
保持：让说服经得起时间考验	155
再次一次，反复而更强烈地	155
系统分析：主动的头脑产生持久的态度	157
态度：自发的从属者	158
首因与近因：我第一还是我第二	162
将态度转化为行为：最终的说服	163
超越态度的情境力量	163
当态度屈从于行为：一致性的条件	166
对说服的奖赏来之不易	171
小 结	172
 第6章 小心！别被外界影响所左右	 174
顽固的头脑：抵制遵从和选择性遵从	175
结构的效力：坚定性的认知基础	176
卷入状态：抵制说服和接纳说服的动机基础	180
克服抵制：解放极权主义的自我	187

正视（可解释性）的作用	188
唱反调的人是无罪的	188
问题指向哪里，我们就跟到哪里——即使自相矛盾	190
击中适当的心弦	192
另一个极端：说服是轻而易举的事	194
缺乏抵制：相关的案例	195
形成抵制的能力	197
引导压力转向有利的方向	200
偏见：一种致命的态度	201
从现在来看	201
从历史来看	202
社会心理学对偏见的关注	203
偏见态度的起源	204
最后提示：做一个开放而不人云亦云的人	206
小 结	208
 第7章 有时你没有意识到的东西在改变你	210
对影响的觉察与意识	213
觉察、联想与情绪	214
觉察和“更高层次”的心理过程	220
向自动化转变	222
非言语（且不一定是有意意识的）信息	224
观看：通过声音和表情形成印象	227
情感与谎言的视觉与听觉	232
说服与非言语沟通	237
非言语行为的自我知觉：我点头了，因此我是同意的	238
阈下刺激：难以察觉的影响	239
利用阈下“视觉”改变心理的可能性	240
阈下音频信息与嵌入式印刷信息：不太可能的影响	244
影响的伦理道德——觉察之外和觉察以内	247
觉察与意识：结束语	248
小 结	249

第1章

影响力无处不在，无孔不入



社会影响的过程和情境 ◆ 关于影响——来自“名人堂”
(“恶人堂”)的故事 ◆ 影响的ABC规则：态度、行为和认知
◆ 从社会心理学角度看影响 ◆ 随后各章预览

每天清晨醒来，你的脑子里很可能想的都是这一天要做的事情。第一件事是这个，第二件事是那个，然后（千万别忘记）再是别的。也许你想和朋友共进午餐，但是要实现这个目的，你首先要早点溜出教室或是丢开工作。你得决定如何去做。也许你还必须计划这个晚上该怎样度过。晚上不必工作，所以你总算可以去欣赏那部朋友们极力推荐的影片了。或者，你还可以去参加那个被邀请的聚会。你得做出决定。但是，要事优先，你现在要决定的是：早餐吃什么？如果你在意胆固醇热量摄入的话，或者想到这个星期五已经吃了每周一次的熏肉和煎蛋，那么麦片粥和果汁要比吐司加咖啡更合适。总之，你自己决定。

想想看，每天都有这么多事情取决于你的选择。穿什么衣服，看什么电视节目，投什么人的选票，选读哪个专业，住什么地方合适，与谁结婚——选择简直是无休无止。对美国人及类似国家的人来说，生活就是一个充满选择的超级市场，任你选择。你可以决定你想过什么样的生活。

毫无疑问，我们对自己的生活有着相当大程度的控制权。可是，如此众多的人口拥有如此高度的自由，那么在追求个人目标和梦想的时候，我们如何做到在大多数情况下避免与他人的自由发生冲突呢？为什么在拥有这样无穷无尽的不同选择的同时，人们又会表现出如此多的相同之处呢？为什么在追求自己目标的时候，你常常可以让别人为你服务，而并不需要借助于法律、金钱、身体吸引力或特权的威力？而别人又是如何限制你的选择，培养你的好恶，引导你的行动方向呢？

你是否有这样的经历：服从权威的建议或命令，而这些建议或命令与

你个人的价值标准截然不同？可以肯定地说，你的行为举止屈从于你隶属的团体所施加于你的压力，而你事后恍然觉悟到这些表现不属于“真正的你”。你有没有买过某种广告产品，只是因为广告做得极富吸引力而实际上并不是你所需要的呢？

以上所涉及的就是所谓的社会影响——由他人行为所导致的个人变化。我们每个人自然有做决定的自主权，但是，生活在这样的社会环境中，每个人都会或多或少地被他人的观点所左右。实际上，我们往往愿意接受那些聪明、公正而且关心我们的人的影响。作为一名社会成员，一个不可避免的角色，是要参与有来有往的社会互动，融入赋予我们生活意义的社会环境中。当然，反过来讲，我们每个人作为影响者又会试图对他人施加影响——让别人做我们的朋友；让他们陪我们学习或看电影；让我们给我们工作；让他们分享我们的观点甚至我们的生活。

社会影响比比皆是，发生在任何地点、任何时间，这个世界本来如此。要想在这个社会中最有效地发挥作用，就需要知道何时何地以及如何利用这些影响。这样就有能力辨别可能施加于你的社会影响，同时有能力决定接受或拒绝某种特点的社会影响。本书旨在介绍社会影响的心理学，它将提供如何抵制不需要的影响源，如何成为更有效地发挥影响的一员等实用性的建议。以上观点是建立在社会心理学、政治心理学和大众传播领域中所做的大量有关说服和依从的研究。在这本书中我们要考察一下学术界的实验性研究和理论，并超越这些理论，综合从事影响行业的专业人士的观点和知识。这些人擅长的领域包括营销、广告、推销、民意调查、游说、筹款，甚至征兵以及为邪教组织招募成员。

社会影响的过程和情境

社会影响过程包括一个人影响或者试图影响另外一个人的行为、感觉，或是想法的行为过程。这种影响方面可以是政治问题（比如堕胎），产品（比如无糖饮料），或是某种活动（例如考试作弊）。于是，你可能会试图说服你的朋友在堕胎问题上同意你的立场；你可能劝说你另一个朋友尝试你喜欢的一种新型饮料。当一个崇拜你的朋友向你坦白想要作弊的念头，你自己的清白考试历史可能会给你的这位朋友树立一个榜样，使他排除要想作弊的杂念。在以上情况下，你扮演的角色就是社会影响者。

在上述情况下，你改变了或试图改变了某个人的行为、感情和对某个问题、事物及行动的想法。在其他情况下，刺激物是你自己：影响者。比如，你可能会通过潇洒的举止和迷人的微笑来赢得喜欢你的新朋友。还有

一种情形，刺激物可能是你影响的对象——比如，你和一个沮丧的朋友交谈，鼓励他提高自信心。咨询师和心理治疗师都是专业的影响者，其目的往往就是改变他们影响对象的自我意象。最后一种情形是，你自己本身既是影响者，又是影响对象。比如，决定采取一些改变自己的策略以实现减肥，结识新的朋友，按时完成工作等新年誓言。

社会影响的技巧多种多样，但是归根到底可以归结成几种基本的影响过程。这些过程依赖于人类如何思维、记忆、感觉和决策。在讨论做什么以及如何做从而最有效地达到影响的目的前，首先最关键的是要了解为什么这样做会产生社会影响，也就是说，懂得社会影响的心理学。

本书作者的意图即是如此。我们的学术目的是提供有关各种形式的社会影响的本质的信息基础。从应用角度讲，我们期望这些知识在你日常生活中体现出价值——使你成为更成功的社会影响者和更明智的公民——能够识别并拒绝不利的社会影响和不公正的权威。

但是首先我们以一些具体而且鲜明的社会影响的例子来拉开帷幕。这些例子发生于三种相当不同的情境下：人际之间，说服，以及大众媒体。这几种影响情境的第一个差别在于每种情境的个人化或个体化程度的大小；第二个差别在于所影响的大小、范围和目标听众的不同。

最具有个体化的影响情境是人际情境——直接参与的人数有限，而且影响者和被影响对象之间可以有一对一的交流。你的两个要好朋友试图说服你同他们（她们）一道去看电影便是一个很好的例子；以及母亲督促她忙碌的孩子收拾自己的房间，或者是一个销售商向你推销某一款汽车。

说服情境也很常见，在这种情况下，沟通者通常是演讲者，试图取得听众的赞同，或使他的倡议付诸实践。说服是指单一影响源试图同时影响很多人。传教士就是通过说服来改变听众的态度和行为的典型。说服情境不如人际影响情境那样具有个体性，但是，有些沟通者却能够以充满激情和感染力的演说，神奇有效地征服听众，因此被认为充满魅力。

在大众媒体情境中也有社会影响。各种信息和形象通过电视、广播、印刷品传及世界各地的亿万人口。从性质上讲，这种影响不具有什么个体性——不仅因为这种传播的设计是针对众多个体，而且交流方式也要通过某种媒介。传播者既不能身在现场，而且也不能明确地指定某个人或某种实体是被影响的对象。即便如此，通过大众媒体传播的影响可以相当深远。每年花费在无穷无尽的商业产品和政治候选人包装上的上百亿美元的资金便是这种影响之有效程度的极好见证。

在介绍三种主要的社会影响情境之前，首先我们先来看一下这些社会影响形式在当今社会及历史上的实例。对于人际影响情境，我们来考查一下下文鲜明统一教派信徒招募者用来征集年轻人加入他们的邪教组织的策略

技巧。对于交流和说服情境，我们来回顾一下那些富有魅力的沟通者：例如，马丁·路德·金、罗纳德·里根、阿道夫·希特勒以及人民圣殿的头领琼斯的号召力的来源。至于大众媒体影响，我们将着重于烟草公司，来看看它们采取何种策略和技巧来引诱不会吸烟的人开始吸烟，使已有烟瘾的人抵制戒烟宣传。这些实例和随后的理论综述将展现我们在后面章节加以详述的主题和原则。同时，这些例子来自实实在在的生活，而不是像某些学生所想象的那种抽象的学术练习。

关于影响——来自“名人堂”（“恶人堂”）的故事

人际影响：皈依和个人接触

你很可能听说过文鲜明统一教派，20世纪70年代一个极端的邪教组织的名称。这个组织是由一个自称为新救世主的韩国富商文鲜明发起的。文鲜明统一教派曾成为非传统宗教运动的先锋，它在大学校园和城市中心积极招募年轻成员，使上千人皈依旗下。接着读下去你会发现文鲜明统一教派在90年代仍兴盛不衰，很可能就在你的大学和中学招募成员。不同的是，这种招募是以一种新的比以往更为奏效和隐蔽的方式在进行。

以下是统一教派招募的典型过程。首先教会成员在街道上接近一个可能的被征对象，并交给他一个小册子。招募人可能解释说她代表一个由“关注世界未来的年轻人组成的国际学生组织”。他们聊了一会儿，她对年轻人的敏感性印象很好，于是邀请他参加当天晚上的免费便餐。年轻人可能会问“晚餐何人提供？”她便会回答：“是CARP原则研究大学联合会。”这个名称很好听，每个词或是整个名字都不让人反感。于是那个眉清目秀、着装整洁的年轻女性使你觉得这个聚会很有趣也充满意义，她在含蓄地暗示“如果你今晚没有什么特别的事情，为什么不参加呢？”

假如他接受了邀请，这个招募对象便会在那个晚上走进一个装饰优雅的“参观者服务中心”，同时到那里的有10~20个年轻人，其中大约六七个人是和他一样的受邀者，而其余的，则是训练有素的影响者。晚餐惬意可口，环境优雅欢快，而且令人感到“无条件被接纳”。这就意味着对于来客的公开的热情和对他所说的任何事情尊重。那些老会员——通常是大多数——则得心应手地引导着谈话的进程；描绘该组织如何行善世界以及现代生活中的不幸和苦恼；尽管这些社会、经济和政治问题错综复杂，但其解决方法却可能很简单。

晚餐过后，杯盘收尽，接下来是吉他表演，充满节日气氛的歌舞持续一个小时左右，一个笑容可掬的老会员才开始正式的演讲。受邀者需要回

答的问题诸如，你愿不愿意生活得更幸福，你所感受的目标渺茫和不满是不是由于你生活在一个被误导的不幸的社会环境中。如果他的回答正中这些人的下怀，他们的微笑和褒扬接踵而至。假如回答是否定或不确定，这些人便皱起眉头，目光移向别处，像是阴了天。有时候，受邀者可以意识到自己正被宗教运动的追随者们所包围，但这种感受很快消失，至少在此时此刻。幻灯片闪现得很快，上面出现的是快乐的人群在教会所拥有的美丽的农庄生活着。之后，他们便会邀请新来的人去那里度周末或是消遣一周。“我们有车今晚就启程！”大家彼此牵手，拥抱，一派亲密气氛。你究竟是想融入其中，还是拔脚离去，回到你自己那孤独寂寞、不受赏识、与世隔绝的处境中呢？这就是快乐的受影响者头脑中所能想到的问题。

如果我们的客人接受周末度假的邀请，就像一些其他客人一样，在驱车前往的路上，他们会很轻松地交谈宗教信仰的问题。接下来的两天则是从早晨八点钟到晚上十一点钟严格无间歇的日程安排。早晨被一群唱歌的成员唤醒，新来的客人和他们一起晨练，做清晨祷告，吃早餐，唱歌。接下来是两个关于统一教会的原则和信仰的讲座和午餐。午餐后是体育活动，歌曲练习，讲座，晚餐和晚上小组讨论。一切都进行得很快乐，就像重新回到从前最好的暑期野营，惟一不同的是没有私下交谈的机会。这是一种真正的快乐。在这里工作的正式成员们看起来都很心满意足，可是客人们也会在讲座或讨论会上听到严肃的话题——圣经、耶稣基督、人生的意义等等，强调的主题始终是爱、信任和道德；重点是这个社会已经走向歧途，而文鲜明式的哲学则可纠正这一切。

客人从来没有独处的时候，至少有一个教会成员——往往是颇具魅力的异性——会自始至终伴随。无论是小组讨论，还是进餐时，每个客人都至少会有一个会员陪同。如果细心观察，你会发现那些会员们在小心翼翼地引导人们的交谈会话——提出教会的信仰，尽量避免与主题无关的话题和意见，如果发现客人有消极迹象，会员则立即收起笑容；而对积极态度则大加褒议。总之，这些会员们会齐心协力地创造出一种和谐与睿智的表象，而客人则感到受到特殊待遇——被别人喜欢，成为“大家庭的一员”，参与分享重大事件。当周末即将结束的时候，他会被邀请多逗留一周或更长时间，以便“增进对我们的了解”，进一步探讨那些“我们还来不及谈及”的话题。

现在你可以看到整个过程有多么秘密。潜在的新会员与影响者进行长达几小时至几天的面对面接触，而后者的使命就是要改变前者的信仰和行为，使其加入到他们的组织中，成为异教的一分子。看起来似乎你正被邀