

陈璐◎编著

人的所有行为都在偷偷泄密
教你看穿行为的动机，发现潜藏在内心深处真实的人性！

微行为心理学

洞悉行为背后的真相 挖掘人性深处的隐秘

Microbehavior Psychology

比微反应更神奇，比微表情更彻底！
由外到里一层层剖析，参透行为动机，破解人性密码！
了解自己的心理，控制自己的行为，让你在社交场合如鱼得水。



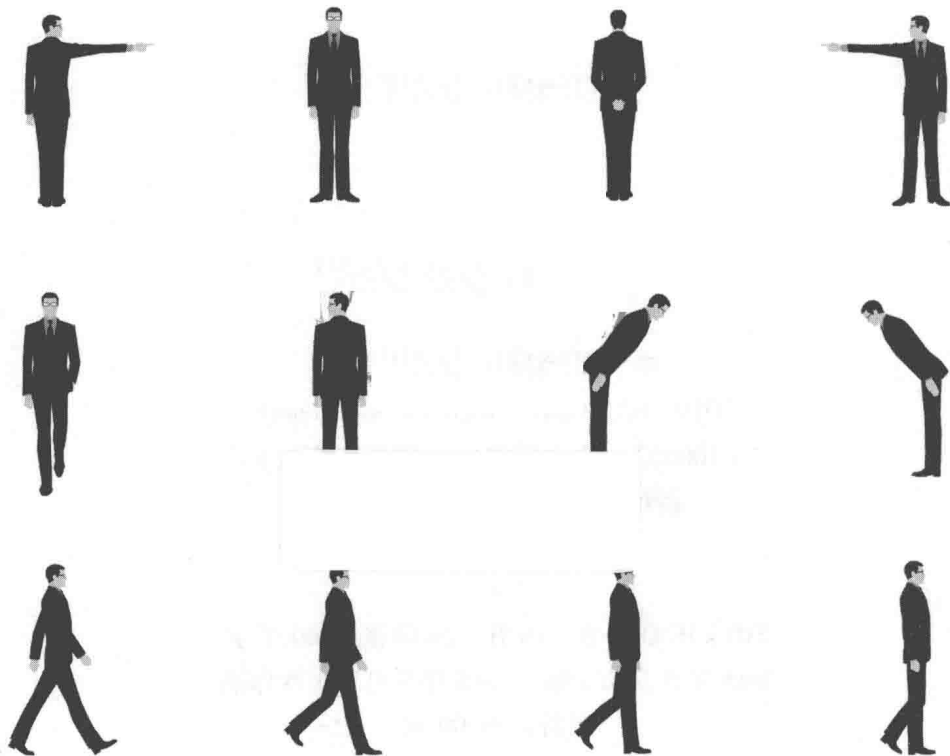
中国商业出版社

微行为心理学

洞悉行为背后的真相 挖掘人性深处的隐秘

Microbehavior Psychology

陈路◎编著



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微行为心理学 / 陈璐编著. —北京: 中国商业出版社, 2015. 3

ISBN 978 - 7 - 5044 - 8857 - 2

I. ①微… II. ①陈… III. ①心理学 - 通俗读物
IV. ①B84 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 030928 号

责任编辑: 侯燕平

中国商业出版社出版发行

(010 - 63180647 www. c-book. com)

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京嘉业印刷厂印刷

*

710 × 1000 毫米 16 开 20 印张 260 千字
2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

定价: 36.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前言

PREFACE

读过《福尔摩斯探案故事》的人，都深深地为福尔摩斯那敏锐的洞察力和高超的逻辑推理思维所折服。他经常能够通过观察人们经常忽视的一些微小细节、微妙行为、微妙表情等来发现案情的线索。福尔摩斯为什么能拥有如此敏锐的洞察力呢？他又是如何做到的呢？

在错综复杂的社交关系中，我们每个人都极其渴望能够得到像福尔摩斯的这种于细微之处洞察人心的能力，但是很多人却始终都不得其法。

其实，在生活中，我们之所以无法有效地影响和改变别人，主要是因为我们不知道别人内心的真实想法。那么我们该如何去探寻别人内心的真实想法呢？心理学的开山鼻祖弗洛伊德曾经说过一句话，一语道破了天机，他说：“任何人都无法保守他内心的秘密。即使他的嘴巴保持沉默，但他的指尖却喋喋不休，甚至他的每一个毛孔都会背叛他。”意思是说，人们内心的秘密常常会通过一些不经意的微行为而体现出来。我们通过观察这些微行为，便可以推断出对方的真实意图，这便是本书主要要讲述的内容——微行为心理学。

微行为心理学是20世纪初起源于美国的一个心理学流派，创建人是美国的心理学家华生。微行为心理学从心理学的角度来解释人的行为，是心理学与行为学的有机结合。相较传统心理学，微行为心理学对人的行为和心理的关系解释得更微妙、更复杂，也更直接、更露骨。微行为心理学的观点认为，心理学不应该只研究意识，更应该研究行为。所谓行为，就是有机体用以适应环境变化的各种身体反应的组合，这些反应不外是肌肉收缩和腺体分泌，它们有的表现在身体外部，有的隐藏在身体内部，强度有大有小。

乍一看，似乎微行为心理学深不可测，事实上，它没有你想象的那么难。

19世纪末，加拿大心理学家盖伊兹·罗布斯·高登乘船从约克法克特里到莱克里弗途中，自己随身携带的一枚黄金钻石戒指遭窃。高登随即通报了钻石戒指失窃事件，并要求所有船员在甲板上集合。高登逐一询问了所有的船员，仍未发现任何线索，经过短暂的思考之后，高登做了一件奇怪的事

情——他决定去猜测究竟谁是窃贼，即便高登自己也不知道要怎么去做。在做出猜测之后，高登通过观察船员的表情和细微的小动作，之后他深信自己已经找出了那个窃贼，他写道：“不到一分钟的时间里，我转了一圈，当我再次转向这些船员的时候，所有的疑惑都消失了。”

高登信心满满地走向他所认定的疑犯，但是疑犯对控告予以否认，由于高登的指控没有任何证据或者合理的理由，高登无计可施，直到船停靠岸。靠岸之后，高登立即打车到当地私家侦探公司，雇了一个私家侦探进行调查。私家侦探第二天在一家当铺内发现了高登的钻石戒指，在高登的要求下，当铺主人对典当钻石戒指的窃贼做了详细描述，毫无疑问，正是当初高登所怀疑的人。

高登是通过观察某船员的异常动作而判断窃贼的，这便是微行为心理学的实际应用。其实在我们的身边，只要我们注意观察周围的人，也不难发现，某些人无意识的行为动作，会体现出他们不同的心理。比如：有的人无论在什么场合都喜欢戴着墨镜；有的人在与交流时漫不经心，眼神飘忽不定；有的人莫名其妙地对异性的服饰产生浓厚的兴趣；有的人在公共场合会惶恐不安、手足无措；有的人在公交、地铁上会旁若无人地大声讲话。再比如，在一个小小的咖啡厅里，我们就能看懂许多形形色色的人：有的人喜欢坐在僻静的角落审视周围的一切；有的人习惯在最显眼的位置，却表现出一副事不关己的态度；有的男人喜欢坐在吧台跟来来往往的女人搭讪；有的女人穿着保守，却不由自主地搔首弄姿……这些身边日常生活中常见的一些有趣的现象，都算是微行为的范畴之内。微行为心理学认为，这些无意识的行为和人们无意识的心理活动存在着紧密的联系。肢体语言专家亚伦·皮斯就曾为我们总结了各种肢体动作所蕴含的心理意义，心理学家保罗·埃克曼也曾为我们揭示了谎言背后的微表情信号。换句话说，如果我们能了解身体动作行为所代表的含义，便能读懂别人隐藏的内心想法。

本书对有关微行为心理学的基本问题做了详尽的阐述，系统地讲述了微行为背后的各种心理特征，以及微行为心理学的基本知识和日常应用。在撰写方式上，本书作者力求将一门严肃的学科赋予生动活泼的表达，并通过理论结合实际案例的形式，用心理学的知识和思维模式加以探讨，详细分析人们日常生活中各种行为背后的心理暗示，让普通的大众读者更加容易学会微行为心理学，更有助于我们在社交场上左右逢源、游刃有余。

目录

CONTENT

第一章 认知行为——识人就要准到骨子里 / 1

认知就是我们认识外界事物的过程，这是人最基本的心理过程。它包括感觉、知觉、记忆、想象、思维和语言等。古往今来，每个人都在不断摸索和认知着自己身边的万物，人类的心理也便从认知万物的过程中表现出来。

认知失调：一致与冲突的博弈	3
认知疗法：大部分痛苦都可以避免	6
安慰疗法：心理暗示能够产生奇迹	8
归因理论：成功归自己，失败归环境	11
定位效应：人们为什么会先入为主？	14
投射效应：以小人之心度君子之腹	16
信手涂鸦：随手画画透露你的心思	19

第二章 情绪行为——你的喜怒哀乐由什么决定 / 23

你为什么发怒，又为什么高兴？为什么有时会感到焦虑，有时又会感到忧心忡忡？这些情绪背后反映了人们怎样的心理呢？掌握了情绪心理学，就能透过人的情绪，更为清楚地认识自我，从而作出最正确的应对。

自卑情结：优秀源自对自卑感的超越	25
------------------------	----



踢猫效应：坏心情是怎样传染的	27
健忘效应：忘记并不是因为记性不好	29
焦虑效应：无缘无故就日夜煎熬的焦虑	32
内心抑郁：无休无止而又黑暗无边的阴霾	35
愤怒反应：怎样也压不住的熊熊怒火	37
阴影效应：心底里永不消逝的伤与痛	39

第三章 性格行为——你的性格因何而扭曲 / 43

每一个人都有其独立的性格，其感觉、思考及表现方式都是独一无二的。但是，人的性格总是会有不完美的方面，有些人的性格会很容易被外界的因素所影响。性格心理学是针对一个人最基础的性格进行研究，进而分析其心理，对其行为进行预判的一门学科。

约拿情结：渴望成功却又甘于平庸	45
墨镜效应：戴墨镜会让内心变得冷酷	47
自尊原理：人敬我一尺，我敬人一丈	50
过度自信：每个人都觉得自己比别人强	52
去个性化效应：为什么老实人也会变疯狂	55
童年阴影：影响一生的那些人和那些事	57
完美心理：喜欢追求完美，过度注意细节	59
双向性格：一会向左走，一会向右走	62

第四章 说谎行为——每个谎言都有其蛛丝马迹 / 65

在人来人往的社会，是否有人带着伪善的面具跟你谈笑风生，却在背后掏出置人于死地的尖刀？是否有人对你百般恭维，却当面一套背后一套？当然，说谎不是一个好行为，我们可以不



说谎，但是我们一定要看出是否有人对我们说谎。

表情语言：从真笑假笑中看出端倪	67
动作语言：下意识的动作是内心紧张的体现	69
肢体语言：不由自主的肢体语言可能成为告密者	71
情绪状态：生理反应会揭开情绪的伪装	74
说话方式：前言不搭后语，是无准备的说谎	76
人际互动：对你的质问表示轻蔑，表明你所质问的是真的 ...	79
逃跑反应：手心出汗并做好逃跑准备是缘于恐慌	81

第五章 偏见行为——能让看似理性的人变疯狂 / 85

在心理学家的眼中，我们每一个人都是疯子，每个人的骨子里面都存在疯狂的基因。这主要原因就是，在我们大脑的思维中，存在着各种各样的偏见，而这些偏见就像是一只看不见的魔术师，在影响和指挥着我们做出一些在他人看起来难以理解的疯狂的事。

确定性偏见：人有时往往比虎鲸还固执	87
框架偏见：思维框架也会受外界影响	89
探索性偏见：我们为什么总喜欢自找麻烦	92
认可性偏见：明知魔术是假的却还相信它的神奇	94
选择性偏见：你总是在关注“人群里的猩猩”	96
后视偏见：事后诸葛亮，事前猪一样	99
死钻牛角尖：固执己见，撞了南墙也不回头	101

第六章 决策行为——理性行为背后的非理性根源 / 105

人的行为是外在表现，而心理才是内在支撑，有什么样的心

理就会有怎样的行为，心理学家正是掌握了这一点，能够通过人们对人们日常行为的观察研究，反方向推断出人们的心理，发掘行为背后的心理根源。

互惠原理：你对我好，我就对你好	107
喜好原理：为什么人们会爱屋及乌？	110
斯坦福监狱实验：弄假成真的角色扮演	112
自我求证心理：教你看破算命师的把戏	115
锚定效应：在哪里抛锚，就会在哪里停下	118
诱饵效应：怎样发现别人设置的诱饵	120
行为陷阱：一旦陷进去，就难以自拔	123
损失规避：得到的快乐没有失去的痛苦强烈	125
搭便车效应：人人都想不劳而获	128

第七章 荒诞行为——看似荒诞不经，却又合情合理 / 131

为什么我们总是会在不知不觉中做出一些违反常规的事？为什么我们明明知道不可能，心中却依然充满了质疑？我们所表现出来的不可思议、近似荒诞的行为太多。我们是不是精神上出现了问题，是不是成了人们眼中的精神病了呢？

巧合现象：为何说曹操，曹操就到	133
赌徒谬误：错误理解了概率论	136
意向立场：肚子痛就埋怨“灶王爷”	138
合取谬误：咖啡到底能否提高注意力和记忆力	141
强迫思维：明知世上没有鬼，路过坟地依然恐惧	143
神经性贪食：贪吃是为了满足精神欲望	145
压力释放：为什么爆粗口会让人感觉很爽？	148



第八章 怪癖行为——发现潜伏在身体里的怪物 / 151

“我不是我！”怎么可能，我不就是我么？但是你知道你的内心的真实想法么？你是否有些时候自己都不知道自己为什么会做某一件事，为什么会喜欢某个东西，为什么会产生某种想法，为什么会患上某种怪癖呢？你还是你，不过你的内心还有另外一个你！

自恋症：爱上自己其实是爱上了虚荣	153
施虐狂：家庭暴力如同吸毒一样也会上瘾	155
马索克现象：受虐的快感	158
依赖症：戒不掉的烟酒	160
洁癖症：“整个世界都是病毒啊！”	162
偷窃癖：盗窃并非为了钱财？	165
偷窥癖：通过窃取隐私来满足自己	167
恋物癖：女生宿舍为什么会丢内衣？	170
异装癖：对异性服饰的变态渴望	172
裸露癖：裸睡、裸聊、裸奔，这是行为艺术？	175

第九章 群体行为——群体比个体更容易被操控 / 179

合群还是不合群，这是个问题。合群能够给人带人诸如归属感、安全感等好处，但也能给人带来诸如盲目感、无知无畏感等坏处。不合群也有其好处和坏处，标新立异、独立自主是赞赏，但一意孤行、孤僻却是批评。群体的特征不是由个体特征累加而成，群体由人体形成却脱离个体产生了其独有的特征，有利有弊，要看群体受到什么样影响。但通常而言管理一个群体比管理一个个独立的人来得更容易一些。

从众原理：被人孤立的滋味不好受	181
乌合之众：百口莫辩的集体幻觉	184
旁观者效应：围观的人越多，能帮忙的人就越少	187
斯德哥尔摩效应：当美女爱上绑架她的匪徒	190
群体压力：“大我”面前只能放弃“小我”	192
服从权威：权威拥有强迫他人服从的权力	195
替罪羊效应：群体会把过错推卸给别人	197
社会懈怠效应：人多不一定力量大	200
社会促进效应：有人关注，我就做得好？	202

第十章 经济行为——你的算计逃不出别人的算计 / 207

为什么有的人腰缠万贯，资本充足却在商海中输得一文不剩？为什么有的人囊中羞涩却能够获取令人咋舌的利润……在这个世界上有着许多我们看不懂的事，神秘的事，为什么会这样呢？当我们剥开那些迷惑我们双眼的一些经验、法则之后，便会愕然发现，一切皆在于人们内心的那些微妙行为。

沉没成本：有时候坚持到底并不明智	209
机会成本：价廉费时和省时费钱，你选哪一个？	211
比较优势：即使你没有绝对优势，却可以有比较优势	214
道德风险：贪图安逸是人的天性吗	217
格雷欣法则：去伪存真才是硬道理	219
价格歧视：盯紧的是顾客的腰包	221
套利交易：低价买入高价卖出的赚钱手段	224
囚徒困境：握手合作还是“以牙还牙”	226
真相的幻影：广告的内容往往都夸大其词	229
公地悲剧：人人都关心自己那一亩三分地	231



第十一章 销售行为——洗脑是销售的至高境界 / 235

说到销售行为，其实并没有我们看上去的那么简单，一买一卖，也不是我们想象的那么容易。如何吸引更多的客户，如何抓住手上的时机，这其实都是有着许许多多的“小技巧”的。作为一个销售员，我们应当掌握客户的心理活动，影响别人的心理变化，通过心理上的吸引和注意，来得到销售上面的成功和胜利！

- 默认选择：设置好“陷阱”等着顾客往里跳 237
- 二选一定律：别让客户掌握了主动权 240
- 奥美定律：把客户当做上帝，客户就会关照你 243
- 哈默定律：只要人有需求，就会有销售 246
- 好奇心效应：标新立异吸引客户的好奇心 249
- 投其所好效应：对症下药才是最有效的销售 252
- 斯通定律：客户的拒绝千万不要放在心上 255
- 伯内特定律：客户对产品的第一印象尤为重要 258
- 权威效应：客户往往喜欢跟着“行家”走 260

第十二章 职场行为——内心越强大，前途越光明 / 265

对我们很多人来说，职场便如丛林，稍稍有一个不留意，就可能会成为职场的“剩儿”。我们究竟应该如何去面对职场中的人和事，又怎样才能够确保在职场中不断地得到发展呢？倘若我们从心理学的角度去看待各种职场行为时，会发现原来是如此有趣，又是那么的简单。

- 竞争效应：资源越是短缺，人们争夺得越激烈 267
- 竞争负效应：竞争的人多，会影响到你真正的实力 269

快乐竞争力：积极快乐会让我们更成功	272
俄罗斯方块效应：积极与消极都可以积累	275
逆境成长：绊脚石还是垫脚石？	277
危机意识：怀有忧患意识才能更加努力	280
社会资本：人际关系会爆发出几何倍的能量	282

第十三章 婚恋行为——感情优先还是理智优先 / 287

两个素不相识的人走到一起，产生最亲密的关系甚至可能相伴终生。为什么他选择了她，她又爱上了他？爱情如此复杂而奇妙，难道真的是有月老的红线还是丘比特的弓箭？从心理学的角度来分析不同的婚恋行为，这一切都是那么合理而又诡秘！

首因效应：一见钟情的情侣屡见不鲜	289
吊桥效应：心动只是因为心跳过快	291
契可尼效应：一生都难以忘记的是初恋	294
爱情麦穗原理：不求最好，但求更好	296
刺猬理论：相爱但不能靠近	299
相似原理：她和他越来越像	301
交互记忆：伴侣间可以夫唱妇随	304
婚后沉默症：热恋如胶似漆，婚后少言寡语	306



第一章

认知行为——识人就要准到骨子里

认知就是我们认识外界事物的过程，这是人最基本的心理过程。它包括感觉、知觉、记忆、想象、思维和语言等。古往今来，每个人都在不断摸索和认知着自己身边的万物，人类的心理也便从认知万物的过程中表现出来。



认知失调：一致与冲突的博弈

微行为关键词：当人们的态度、思想、信念、理念或者一直秉持的逻辑思维与行为不一致时，就会产生认知失调。随着认知失调程度的加重，人们的精神压力也就会越来越大。认知失调理论是20世纪西方社会心理学研究领域最具影响力、最令人瞩目的理论之一。

人有保持认知一致性的倾向。一旦认知无法一致，就产生了认知失调，也叫认知不和谐。互相失调的认知因素会引起心理上的紧张，并产生不愉快的体验，这就是失调感。这种失调感往往并不能持久，它会转而促使人们重新构建自己的认知，从而改变认知失调的状态。

汪军是一位问题学生，一贯我行我素，不遵守课堂纪律。一次，赵老师决定剑走偏锋，他对汪军说：“老师经过了解，决定把维护课堂纪律的重任托付给你。以后，希望你帮助老师监督同学们上课和自习。”汪军简直不敢相信，他一向是个差等生，在老师眼中并不受欢迎，现在自己居然摇身一变，成了“班干部”。“老师，我不是做梦吧？您真的派我维持纪律？”赵老师说：“汪军同学，其实你本质是好的。可能以前大家对你有些误会。我想，你会很好地胜任这份工作的。”赵老师对汪军交代了自习课学习的内容，要求他当晚就走马上任。

自习课开始了，汪军走向讲台，心里“怦怦怦”地跳得厉害。他壮起胆子扫视了一下课堂，像个小老师似的，先是布置了自修内容，然后再三强调了课堂纪律。这一次自习课，汪军一反常态，没有高谈阔论，老老实实地拿起书来。在他的带动下，其他同学也没有乱走动或者讲话的。课后，赵老师及时表扬了汪军。如此坚持了一个学期，汪军竟然从一个差等生变成了好学生，考试成绩进入了中上游。

心理学家认为，汪军一向不守纪律，是个散漫的人，赵老师忽然让他管理课堂纪律，这就破坏了他的心理平衡，在心里产生了震荡，即认知失调（cognitive dissonance）。为了减轻矛盾，汪军调整了态度及行为，使之重新符合认知。

1956年，美国心理学家利昂·费斯汀格（Leon Festinger）在《当预言失灵》一书中提出了认知失调这一概念。1957年，他又在《认知失调理论》中作了详细阐释。人们由于做了某项与态度不一致的行为而引发的不舒服的感觉，或者说两个认知元素之间不一致，就是认知失调。它指一个人的行为和先前的认知产生分歧，从一个认知过渡到另一个对立的认知时产生的不舒适感、不愉快情绪等。

20世纪50年代，末日教派的信徒们认为世界末日在12月21日来临。教派领袖玛丽安·科琪预言，她的信徒将会在12月20日夜里被一架外星飞船接走，飞到安全的地方。许多信徒因此放弃了工作，舍弃了家业，等待着世界末日的到来。费斯汀格认为，一旦世界末日没有来临，信徒将会失去对科琪女士的信任。到了午夜，信徒们集合起来，等待着飞船的降临。结果飞船毫无踪影，信徒们有点紧张。凌晨2点，信徒们开始惶惶不安。凌晨4点45分，科琪女士抛出了一个新版本。她说，由于他们的虔诚，世界已经被救赎了。等待飞船的信徒们不但没有因为科琪的预言失灵而质疑她，反而对她更加崇拜了，他们跑到大街上向别人兜售他们的宗教，说外星人因为他们而饶恕了这个星球。

在这个例子中，“预期落空”导致了认知失调。没有心理准备的信徒们，为了消除这种失调不得不接受新的预言。相互冲突的认知是一种原动力，人们会强迫自己接受或者寻求新的观念，以降低认知间的冲突。

1959年，费斯汀格做了一个著名的心理学实验，让参加实验者重复一些单调的工作，事后问他们的态度。费斯汀格发现在导致态度改变方面，20美元的报酬反而不如1美元的报酬有效。他得出结论说：“如果某个人被诱惑去做同他本身的观点相矛盾的事情，或者去说些他并不认可的话，则个体会产生一种改变自己原来观点的倾向，以达到言行的一致……用于引发个体的这种行为的压力越小，态度改变的可能性越大；压力越大，态度改变的可能性反而越小。”