

排除心理陷阱84秘诀

[日] 多湖辉 著
(台) 吴正和 译



新雨出版社

世界图书出版公司

排除心理陷阱84秘诀

〔日〕多湖辉 著

(台) 吴正和 译

新 雨 出 版 社

世界图书出版公司

1 9 9 2

6000118

内 容 简 介

本书旨在从感情、欲望、态度、行为、意愿等各方面去探究人们在人际交往中容易产生心理弱点及在日常生活、工作、家庭、学校、朋友、异性关系等各种场合中容易发生的各种认知偏差，提请人们善于思考，看出破绽，采取对策，避免陷入一些人刻意制造的各种心理陷阱，以便在如此复杂的社会生活和人际关系中立于不败之地，稳操胜券。

排除心理陷阱84秘诀

〔日〕多湖辉 著

（台）吴正和 译

（简体字本）责任编辑 杨素珍

世界图书出版公司 出版

北京朝阳门内大街137号

三环印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

1992年5月 第 一 版

开本：787×1092 1/32

1992年5月 第一次印刷

印张：4.5

印数：0001—11000

字数：9.4千字

ISBN: 7-5062-1228-5/G·50

定价：4.10元

世界图书出版公司已向新雨出版社购得重印权，

限国内发行

序 言

近几年来，我一直担任民营电视台的广告宣传审查工作。由经验得知，通常在问到诸如“当前社会中，什么人最关心人类的心理？”之类的问题时，毋庸置疑地，被问者一定会答以“电视广告制作人”。因为最近的电视广告，在制作上无一不是直指人类心理的微妙处，因而才导致人们有此看法。

电视广告的目的当然在促销商品，不过近来有些电视广告的制作手法极为巧妙，让人乍一看几乎嗅不出一丝宣传的气息。不仅如此，他们还挖空心思使广告本身引人入胜，以期在潜移默化中达到促销的目的。事实上，广大的儿童观众宁愿看有趣的电视广告，而不愿看粗制滥造的电视节目。

其实，上述现象就隐含着对人类心理弱点的利用。经过精心设计的电视广告都具有耐看性。人们在重复观赏之余，会在不知不觉中对之产生亲切感，一旦产生亲切感，相对地便会减弱对它的批判力。于是，人们不会有被迫去买的感觉，反而会高高兴兴地自动购买其所促销的商品。

我们不妨检视近来号称销售量惊人的商品广告，从中的确可以发现到这种策略的运用。举例来说，近来最具代表性的广告型式，乃是起用欧美电影明星，制作出风景影片式的广告剧本。出现在画面上的人物只要微微一笑即可，有的根本不提商品名称，有的只在最后一语带过。

这一类型的电视广告，的确有其讨人喜爱之处。它不但能迅速刺激人们的情绪，且可以把人们引入欢乐的气氛中。

问题是，这一类广告往往使人在观赏之余，不知不觉中对隐舍于广告背后的制作者意图，和对相关事实之认知产生偏差。举例来说吧，委托由电视广告促销的企业，其规模之大小，在消费者的印象中与实际的情况之间，往往有着极大的差距。

不仅电视广告如此，在我们的日常生活之中到处都见得到这一类的认知偏差。如果不能认清这些偏差而妄自行动的话，就很可能在意想不到之处掉入泥淖而不可自拔。更糟的是，人们往往在掉入泥淖之后，仍未能觉察。因为，通常人的感情和行为是受隐藏于内心深处的主观意识所控制的。所以，若欲避免掉入危险的泥淖中，首先就该了解人类的心理基本结构。其中最成问题的，就是人际关系中的心灵活动。我们知道，人类的生活可以用人际关系涵盖之，因此，在了解自己与他人双方的思想结构之后，才能认清人类心理的弱点之所在，同时才能在如此复杂而又纠缠不清的现代社会中生存下去。

本书旨在从感情、欲望、态度、行为、意愿等各方面，去探究人类因疏忽所易产生的最具代表性的心理弱点，并尽可能一一举出对策来。同时尽量举例说明一些在工作、家庭、学校、朋友、异性关系等各种场合中所容易产生的对事实认知上的“偏差”，不论这些偏差之产生是有意或无意的，总之希望读者诸君在读了本书之后，都能随时注意避免陷入一些他人刻意造成的心理陷阱。

《论语》有云：“过而不改，是谓过矣”，希望贤明的读者从此都具有“不二过”、不落入同一陷阱的明智。

多湖辉

Vi

目 录

序言

第一章 感情的陷阱..... 1

为何人们总会有“情人眼里出西施”的感觉

1. 玩笑的陷阱..... 1
2. 预防线的陷阱..... 2
3. 迁怒的陷阱..... 4
4. 先否定再肯定的陷阱..... 5
5. 情绪表达的陷阱..... 7
6. 嫌恶的陷阱..... 8
7. 善意的陷阱..... 10
8. 认同感的陷阱..... 12
9. 满足的陷阱..... 13
10. 抽象性的陷阱..... 15
11. 部分批评的陷阱..... 16
12. 乐观的陷阱..... 17
13. 缺点认知的陷阱..... 19
14. 信赖的陷阱..... 21

第二章 欲望的陷阱 25

人为什么总是要隐藏自己的欲望呢

15. 改变身份的陷阱..... 25
16. 人称的陷阱..... 27

17. 禁止的陷阱 (1).....	28
18. 禁止的陷阱 (2).....	30
19. 控制欲的陷阱.....	31
20. 幻想的陷阱.....	33
21. 怀想的陷阱.....	34
22. 宠物的陷阱.....	36
23. 沉默不言的陷阱.....	37
24. 游戏的陷阱.....	39
25. 顺从的陷阱.....	40
26. 理想家的陷阱.....	41

第三章 态度的陷阱 45

人为何总是轻易地受欺瞒

27. 过于亲切的陷阱.....	45
28. 逻辑的陷阱.....	46
29. 服从的陷阱.....	48
30. 个人魅力的陷阱.....	50
31. 讽刺挖苦的陷阱.....	51
32. 面无表情的陷阱.....	53
33. 赞贬的陷阱.....	54
34. 地位的陷阱.....	56
35. 工作的陷阱.....	57
36. 紧张的陷阱.....	59
37. 距离的陷阱.....	60
38. 第一印象的陷阱.....	62
39. 团体一致的陷阱.....	63
40. 重复不改的陷阱.....	65

41. 报告的陷阱.....	66
42. 对立的陷阱.....	67
43. 曲解的陷阱.....	69
44. 感情关系的陷阱.....	70

第四章 行为的陷阱 74

人们为什么总是被流行牵着鼻子走

45. 生理兴奋的陷阱.....	74
46. 粗暴的陷阱.....	75
47. 正当化的陷阱.....	76
48. 记忆的陷阱.....	78
49. 传闻的陷阱.....	79
50. 妄加定义的陷阱.....	81
51. 谣言的陷阱.....	82
52. 惊慌莫名的陷阱.....	84
53. 流行的陷阱.....	85
54. 模仿的陷阱.....	86
55. 宣称的陷阱.....	88
56. 知之过甚的陷阱.....	89
57. 避难所的陷阱.....	91
58. 消愁解闷的陷阱.....	92
59. 乖僻的陷阱.....	94
60. 亲近的陷阱.....	95
61. 蒙混的陷阱.....	97
62. 千钧一发的陷阱.....	98
63. 同一步调的陷阱	100
64. 附和雷同的陷阱	101

65.领导的陷阱.....	102
66.参与的陷阱.....	104
67.同伴的陷阱.....	105
68.团结的陷阱.....	107
69.从头干起的陷阱.....	108
70.让步的陷阱.....	110
71.受瞩目的陷阱.....	111

第五章 意愿的陷阱..... 115

人们为什么会显得毫不起劲

72.赞同的陷阱.....	115
73.强迫同意的陷阱.....	116
74.目标的陷阱.....	118
75.命令的陷阱.....	119
76.认定的陷阱.....	121
77.习惯的陷阱.....	122
78.戒心的陷阱.....	123
79.犯错的陷阱.....	125
80.区别的陷阱.....	126
81.罪恶感的陷阱.....	127
82.信念的陷阱.....	129
83.广告的陷阱.....	130
84.恐吓的陷阱.....	131

第一章 感情的陷阱

——为何人们总会有“情人眼里出西施”的错觉

1. 玩笑的陷阱

如果老实地把笑话或俏皮话当成“玩笑”去接受它，你可能因疏忽了对方的强烈敌意或反感而遭受强力的反击。

大多数的读者应该还记得一件事：日本在位最久的前首相佐藤荣作，在卸任前所举行的最后一次记者招待会进行之际，竟把新闻记者从会场上赶出去，这事立即成为轰动一时的大话题。平日，首相对于记者在报导新闻时老是把自己的发言加以扭曲并恶意曲解的事，早就抱着反感。一般认为，首相此一驱逐记者之举，是其最后的“权力行使”。某记者在当日的新闻报导说，最初首相还对新闻记者大开玩笑，后来竟当了真，这真是谁也预想不到的事。总之，首相此一最后的雷霆之怒，真是惊人，比女人的歇斯底里还有过之而无不及。

其实，若就人类心理的结构观之，这不是什么不可思议

的事。因为，人人都有一种当反感与怒气越是增加，就越要把它们包藏起来的倾向。就佐藤氏的情形而言，他一定早已对新闻记者的态度憋了一肚子气。也许常常恨得牙痒痒的，巴不得即刻报以老拳，但以一国首相之尊，是不容许他这样做的。纵非如此，即使就一个人该有的修养而言，他必须把所有的不悦吞入肚里去。但这样的抑制自有个限度而以玩笑来岔开不悦的方式，可能就是突破此一限度前的一个临界点。所以，他在表面上虽然好象若无其事地开开玩笑（极具社会性的事情），其实在下意识之中，他极想揍人（极为反社会性的行为）。我想，在记者会上如果观察仔细的话，一定可以察觉到开着玩笑时的佐藤，其表情一定是僵硬的。

记得，日本江川卓棒球选手在利用“空白的一日”而决定加入巨人队之后，在记者招待会上也表现出与佐藤氏一样的态度。我在电视中看到，他在记者招待会上一开口就说些俏皮话，然后说：“好吧，今天彼此都要保持冷静。”果然，不一会儿，江川选手就神色不悦地离席而去。由日本佐藤前首相和江川选手的事例中，我们可以学习到一件事。那就是，玩笑、诙谐往往是强烈的敌意或反感的前奏。千万不要天真地掉入“如实接受玩笑”的陷阱。

2. 预防线的陷阱

对成功之可能性怀有不安时，预料失败并设下最后的预防线之举，有时反而使人远离成功。

宝冢歌剧团的台柱明星——凤兰小姐对某周刊杂志说过：“没想到我能有幸进入宝冢，跟我同期应考的人，每一

位不论歌或舞都很出色呢！”宝冢的入团考试竞争率极高，且极困难，这早已是公开的定论，然而连公认资质拔尖的凤小姐也说得这样没有自信，听起来真令人吃惊，更叫人难以相信。

我想凤小姐作此言时，心中一定是暗怀自信的，其所以有此言，也是可以理解的。因为，考试是很难说的事，即使实力雄厚的人，也有可能落榜。凤小姐如果满怀信心地去考，心中丝毫没有作好可能会失败的准备的话，万一不幸落选，那一记重击所造成的杀伤力将难以估算。所以，凤小姐才宁可抱着“反正是不行的……”或“落选是应该的……”的心理去应试。如此一来，果真不幸落选，所能产生的打击也可以降低至低。

由此可知，当人们对预期成功的可能性怀有不安时，为缓和遭遇失败之际所可能遭受的打击，乃有降低目标水准，以及预测失败的举措，这是一种避免使自己掉入不快状况的“防卫机制”。人不仅在应考时可能产生此种心理，在日常生活中，往往也能遇到这种经验。例如，人们在面对热烈期望的第一次约会时，心中的忐忑不安是在所难免的，在焦灼难安之际，当事者往往会生起一种“对方果真会来吗？”的念头。我们可以把这种念头解释为，要使自己能坦然面对万一期望落空时的一种心理准备。

不记得是哪一本小说中的主人翁，说过如下一句话：

“不对任何事物抱有期望的人是幸福的，因为他们不会有失望的痛苦。”这句话的意思也在说明：降低目标的水准，就可以减少失败的可能。有的父母为了避免因自己的过度期望而加重应考孩子的心理压力，乃对考试一事故意装出一付不关心的模样，甚至视那迫在眼前的考试为一种禁忌，提都不

去提它，这实在是过犹不及之举。为避免紧张，乃降低目标之水准——此种权宜之举有时会招致反效果。因为人的心情一旦松懈，也就失去鞭策上进的原动力，如此一来，人就可能随即怠惰下去。前面所引的那句话，其实是一种反讽。所以，过度地保护自己，反而会造成负面的效果。

不过，如果是自己特意去降低目标水准的话，那又另当别论。这种“尽人事而听天命”的态度，可使人不致因承受不了失败的压力而崩溃，其作用有如安全阀。

3. 迁怒的陷阱

不能适当地承受他人的愤怒或不悦的话，将会加深事态的严重性。

每当家庭主妇谈及她们对丈夫的不满时，常提到的一件事就是，做丈夫的老是把工作上的不愉快带回家来。譬如当丈夫被上司责备，或受部属的顶撞时，回到家来通常仍带着一肚子火。这时家中大小就成了丈夫的出气筒，稍不注意，便会惹得丈夫大发雷霆，要不然就会见到丈夫沉着脸闷声不响，家中气氛乃降至冰点。家庭主妇常慨叹，早上高高兴兴送丈夫出门，晚上却看着丈夫一肚子火回家来。人们常说：

“女人心海底针”，这是指女人的善变，谁知丈夫的心情才更善变呢！当然，这只是妻子们对丈夫的一种牢骚而已。其实心理上的微妙变化，岂有男女之别呢！

在人际关系上，人们有其不能任性而为之处，譬如当一方激起另一方的愤怒时，这被激怒的一方或因碍于情势，只好强忍下这口气来。但这口气憋在心中确实难受，所以，只

要能找到可以发泄的对象，便会一股脑地把它发泄出去。大致说来，关系最密切的夫妻，就是彼此发泄满腔不白之冤气的最好对象。在外面惹来的怒气如果能适当地在家中得以纾解的话，家庭的和谐就得以保持，此当非过言。如果不能让这一股无处宣泄的怒气在家中纾解的话，恐怕它只好在“外面”的别处去宣泄了。

现在我们言归正传，在心理学上，我们把当人不能将被激的怒气或憎恶之感直接发泄于对方，而必须将之压抑于下意识之中时，或转而向其他的人或物去寻求，以满足其不满的欲望，就称之为“替换”。简言之，这种心理上的作用，就是一种“迁怒”。譬如，做儿子的不敢表现出对父亲的愤恨，却借着对母亲的出言不逊来发泄其怒气。又如，做哥哥的在学校受人欺负，回到家中就不分青红皂白地欺负弟弟，这些都是典型的例子，据弗洛伊德的说法，人在梦中也会出现这种心理作用。譬如一个人平日极端恨一个长得象猪似的难看的女子，恨不得杀之而后快，而这个人在梦中便杀了一头猪。据解析，这是将其平日受压抑的憎恨情绪，以安全的方式加以替换，借之以纾解其郁结的情绪。

总之，这是一种事前回避的防卫机制，为了避免发生与对方直接冲突的危险，于是而有适当的迁怒行为。弗洛伊德认为，当暴力式的攻击受制止，于是转而用言语攻击的行为，也称为“替换”。力不能胜乃转而逞口舌之能，这也可以说是纾解郁结情绪的方法之一。

4. 先否定再肯定的陷阱

始而不赞成，继之才赞成，比一开始就赞成更

令对方印象深刻。

经常观看电视剧的话，就可以发现到电视剧的情节往往有大同小异之处。这些情节的模式之一就是，一开始就与主角立于敌对立场的人物，经种种波折之后，终于和主角和解了。这种模式最常见于恋爱剧中。例如，一开始就反对女儿婚事的父亲，到最后终于点头赞成。诸如此类的情节最受观众喜爱，人们几乎百看不厌。原因大概是它正好掌握住人性的症结所在吧！

这儿有一项有意思的心理学实验。实验者让四组人对某人各做不同的人物评语，然后看该人对哪一组人所下之评语最有好感。第一组人对此人始终极力称赞。第二组人则正好相反，对之只有否定的评语。第三组人一开始加以赞美，接着逐渐加以非难。第四组人则一开始给予否定的评语，最后才加以称赞。实验者用了好多人作为对象进行试验，所得的结果是，绝大多数的应试者，都对最后才给予自己好评的第四组人有好感。

换言之，一开始对自己不怀好意，以后才修正过来，接受自己，这种人比自始至终都对自己有好感的人，更能令我有好感。的确，一开始给予负面评价，接着才转为正面评价这件事，更具有一种强烈的再评估的魅力。因为它更能让人体会到评估本身的真正滋味。反之，始终称赞自己的人，总令人不由得有一种“葫芦中不知卖什么膏药”之感，总令人有一种不能置信的感觉。

戏剧中最喜欢运用这一项心理法则。当一个最初对主角不抱好感的人，最后终于改变观念去喜欢他时，会令观众有皆大欢喜之感，而这种角色也最具魅力。具有此等情节的戏

剧当然因之大受欢迎。

这是由负而正一反旧观心理，所以有皆大欢喜之感，反之，虽同属一反旧观的心理，却是由正而负之转变的话，结果又将如何呢？根据上述的实验得知，先受赞美，接着又受责难，这对人而言，毋宁是一种极大的打击。所以，第二组人和第三组人比较之下，前者比后者较不受人厌恶，亦即，人们宁愿自始至终受批评，也不愿意在嚼碎了糖衣之后，去尝那包裹在糖衣里的苦药。

总之，中途变卦的批评，总是比始终一贯的评估更能使人产生较大的喜悦或震惊。

5. 情绪表达的陷阱

哭或笑的情绪表达，有加强一个人原有的悲喜程度之倾向。

我们只要看看小孩子的情绪表达方式就可以明白的。举例来说吧：一个孩子因跌倒而哭了，也许他并没有疼得非哭不可，不过一旦哭出声来，他会被自己的哭声吓一跳似地，哭得更大声。哭着哭着，即使跌倒的吃惊和疼痛已经消失了，他还是会哭个不停。在大人之中也常可以见到类似的现象。譬如在向朋友倾吐自己的伤心事情时，往往越说越伤心，起先也许只是抽抽嗒嗒地呜咽着，越来越控制不住，终于象决了堤的河水一样地嚎泣不止。不仅哭的情形如此，笑的情形也一样，人一旦笑出声来，就会越笑越觉得好笑，以至于笑个不停。

有关人类此种心理倾向的研究，最早的有美国心理学家

兼哲学家威廉·詹姆斯，和丹麦病理学家兰德，他们的理论是取彼此的名字而命名的，称为詹姆斯—兰德学说。这项理论的大意是说：从前都以为先有情绪之产生，然后才有身体的表达，其实，情绪与身体变化的关系并非依上述的顺序而表现的。该理论主张，先有对事实的知觉，然后身体才产生变化，接着便对之有所感，此即情绪的发生顺序。根据此说的话，人并不是因悲而泣，因怕而逃，而是因泣而悲，因逃而怕。

后来此说受到甚多的检讨与批判。其实，就某方面而言，此说也不无道理。至少，就我们所经验的事实而言，如前所述一般，我们的确有越哭越伤心，越笑越好笑的情形发生，又如在遭受恐怖的事情时，越逃会越增加恐怖感，这些均非无的放矢的事。换言之，我们可以说，像悲、喜、惧之类的情绪，常有因哭、笑、逃等之情绪表达或情绪行为而更加强的倾向。

反之，我们也可以这样想，故意做出情绪表达或情绪性行为的话，会使情绪本身发生变化。换言之，一个人如果用心摆出一付愉快姿态的话，心情会不知不觉地随之变得愉快。步伐随着雄壮的进行曲前进的话，沉郁的心情也会立刻变得振奋起来。由行为可以造成对心理的影响，这是一个利于精神管理的理论。了解这一理论，不仅可使我们就客观上重新去认识自己的喜怒哀乐，而且，在实用方面，它还是一个有用的法则呢！

6. 嫌恶的陷阱

人即使在进行善良的行为时，也常会只因受到