

任顺元 著

XINLI XIAOYING XUESHUO

心理效应学说

—— 新课程下“导学育人”新对策

浙江大學出版社

XINLI XIAOYING XUESHUO

心理效应学说

—— 新课程下“导学育人”新对策

任顺元 著

浙江大學出版社

图书在版编

心理效应学说：新课程下“导学育人”新对策 / 任顺元著. —杭州：浙江大学出版社，2004. 7

ISBN 7-308-03734-7

I. 心... II. 任... III. 中小学—教师心理学—研究 IV. G443

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 061943 号

G443
8

责任编辑：田 华

出版发行：浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址：<http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版：浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷：浙江上虞印刷厂

经 销：浙江省新华书店

开 本：787mm×960mm 1/16

印 张：24.75

字 数：431 千

版 印 次：2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

印 数：0001—6000

书 号：ISBN 7-308-03734-7/G·711

定 价：35.00 元

前 言

心理效应学说是研究心理效应现象及其规律的一门科学,是研究人、物、境诸因素相互作用下人们心理所产生的效应与引起人们心理反应方面的理论。心理效应在日常生活中可以说司空见惯,但常常为人们所忽视。近年来,由于教育界、新闻界、广告界、文艺界诸领域对这一问题的广泛重视,而且被大量地加以应用,从而名声鹊起,引人注目。但对其产生的原因、作用,及其与中小学导学育人的关系诸方面均很少进行系统而深入的研究,即使有,也是比较零碎而散乱的,是在研究其他问题时附带研究的。因此,从系统性上说心理效应学说,是一门崭新的科学,是一项理论的创新活动。

心理效应在日常生活中有着不可估量的作用,在中小学导学育人中也是如此。导学育人是指中小学教师指导学生如何学会学习、学会创新、学会发展、学会做人。我们教师应了解心理效应特点及其作用,以克服导学育人中的盲目性,增强自觉性,有意识地利用和发挥各种心理效应的积极作用,克服其消极作用,从而提高教师导学育人的水平。

心理效应,从笔者目前收集到的情况来看,共有 200 余条。其中许多颇为经典,很有影响,譬如马太效应、皮格马利翁效应、首因效应等;也有许多被实验证明了的,其原理揭示得较为深刻的,譬如阿希效应、霍桑效应、第三人效应等;也有许多颇为形象化的,启发意义颇大的,譬如乡村维纳斯效应、飞去来器效应、多米诺效应等;也有颇为奇特,令人捧腹大笑的,譬如蝴蝶效应、猴子效应、狐狸博士效应等;也有颇为令人深思,令人醒悟的,譬如阿伦森效应、可口可乐效应、名片效应等;还有一些鲜为人知,颇具新意的,譬如青蛙效应、21 天效应、巴纳姆效应等。这些效应各有各的特点,在不同领域发挥着特有的作用。根据这些心理效应的特点与作用方式,笔者把它相应地分为十一章,分别为认知效应与导学育人对策、情感效应与导学育人对策、角色效应与导学育人对策、态度效应与导学育人对策、行为效应与导学育人

对策、人格效应与导学育人对策、言语效应与导学育人对策、人群效应与导学育人对策、时空效应与导学育人对策、管理效应与导学育人对策,以及其他效应与导学育人对策。每一效应基本上按照心理效应的概念、来源、产生原因、利害关系以及运用的对策来进行论述。笔者对这些效应及其对策作了较为深入而系统的梳理与研究,力图进行深入浅出、通俗易懂的阐述,尽量使心理效应学说及其运用对策的脉络清晰一点,这也是本书的旨意所在。

心理效应的产生颇为复杂,研究起来也有一定的难度,但这些心理效应是客观存在的,而且对我们成就事业、开创新局面具有不可忽视的作用。本书只是作了一些开创性的尝试研究,有更多的后续研究,如各效应间的关联性,效应产生因素间的内在机制,效应的强度、频度等,均有待于进一步的探索。即使本书已探讨过的效应内容,其科学性也有待于进一步探讨。

心理效应学说的每一个效应均有其哲理性,也很有启迪意义。只要细细品味,一定会得益匪浅,获得颇多灵感,为中小学教师导学育人之舟扬起风帆,到达成功的彼岸,成就辉煌事业,起到重要的指导作用。同时,也为中小学教师个人生活带来无穷乐趣。

《心理效应学说》是在笔者《奇妙的教育心理效应》一书的启发下进行研究和撰写的,其研究内容、范围和写法上均是另起炉灶。与笔者《奇妙的教育心理效应》一书相比,本书研究更加突出了心理效应学说的原创性、系统性、应用性、对策性与具体性。每一章虽然论述的都是心理效应与导学育人对策,实际上其他领域,诸如学校管理、学校教育、学校教学以及企业管理、行政管理、人事管理、科技管理等都可以举一反三,灵活地加以应用。本书是作者十余年来长期研究的成果,特别是近两三年来潜心钻研的结果,有许多观点仅是一家之言,有些论点还很不成熟和完备,有些论据也还不够充分与丰富,疏漏差错之处在所难免。为了能起到抛砖引玉的作用,拙著不想再搁在竺溪斋了。有误之处,敬请指出,以便再版时纠正之用。

本书在撰写过程中得到了许多学术界专家、学者的支持,也参考了不少学术文献中的理论观点与实验结论,在书中有的已一一注明,但仍有一些由于种种原因一时未能标明,在此一并表示衷心的感谢,并敬请谅解。

作 者

2004年3月18日

目 录

第一章 认知效应与导学育人对策.....	1
1 离画面远些反而看得更清晰——论阿斯伯内多效应	1
2 外面的世界更精彩——论乡村维纳斯效应	3
3 管中窥豹,豹成何样? ——论月晕效应.....	5
4 刻舟求剑剑能觅? ——论刻板效应	8
5 士别三日,怎能用老眼光看人 ——论成见效应	10
6 “第一把火”该烧 ——论首因效应.....	12
7 打一巴掌后的揉揉——论近因效应.....	14
8 请试一试算命先生的法宝——论暗示效应.....	16
9 以点代面易偏,以面代点易浅——论盆景效应	18
10 事先多反思,事后少烦事——论反刍效应.....	20
11 另一种形式的坐井观天——论隧道视野效应	22
12 且听下回分解的诱惑力——论等待效应	23
13 别小看价值观的促进作用——论锐化效应	25
14 音乐有了颜色——论联觉效应	27
15 不妨用用形象的“倒计时”法——论视觉化效应	29
第二章 情感效应与导学育人对策	31
1 手心手背都是自己的肉——论马太效应.....	31
2 把他视为第二自我——论自己人效应.....	34
3 警惕:强制灌输的反效果——论飞去来器效应	37
4 何不当回皮格马利翁——论罗森塔尔效应.....	39
5 远离那张硬邦邦冷冰冰的脸——论扑克脸效应.....	42
6 牢骚是解决问题的催化剂——论牢骚效应.....	44
7 尤人者,自我反省吧! ——论尤人效应	46
8 别戴有色眼镜了! ——论爱憎增减效应.....	49

9	有怨须诉,有气须泄——论安全阀效应	51
10	心理控制的一种妙法——论心理距离效应	53
11	家庭观念的固着作用——论德尔塔效应	56
12	你向东来我偏向西——论逆反效应	58
13	木讷是一种超凡的自我表现——论木鸡效应	60
14	心心相通,行易相从——论连通器效应	62
15	不可忽视的“焦虑曲线”——论压力效应	64
16	乐极生悲,祸福相随——论心理摆效应	67
17	南风与北风比威力——论南风效应	69
18	抱怨像空气一样无处不在——论抱怨效应	71
19	想哭就哭出来吧!——论哭泣效应	74
第三章 角色效应与导学育人对策		76
1	莫把自己当“圣人”——论犯错误效应	76
2	将心比心出奇效——论角色置换效应	78
3	慈母要做,严父也要做!——论白脸红脸效应	81
4	无权不揽,有事必废——论印加效应	83
5	这也是一种先入为主——论定位效应	85
6	人微言轻与位高言重——论地位效应	87
7	请管住你的“猴子”——论格丘纳斯效应	89
8	这是一种什么浪费?——论错位效应	91
9	库利的“镜中我”理论——论镜像效应	93
10	真正的对手难以预料——论黑马效应	96
11	思丹雷的“朝礼”——论上朝效应	97
12	圣人思因,凡人思果——论瓦伦达效应	99
13	“我是拿破仑的孙子!”——论亨利效应	101
第四章 态度效应与导学育人对策		104
1	惊奇的“进门槛技术”——论进门槛效应	104
2	漫天要价后的降价:双赢——论让步效应	108
3	有“疫苗”还怕“病菌”侵袭?——论接种效应	111
4	无奈时,不妨试试强刺激的攻心术——论震慑效应	113
5	并非虚招,信则灵!——论安慰剂效应	116

6	你用过“心理名片”吗?——论名片效应	119
7	一百个好为何抵不上一个恼?——论烂瓜子效应	121
8	其实狐狸是真心想吃葡萄的——论酸葡萄效应	123
9	这真的是狐狸想吃的吗?——论甜柠檬效应	124
10	激流勇退:大智者的行为——论顶峰效应	126
11	你的意思我懂!可是……——论可是效应	128
12	为什么你的态度难以始终?——论韦奇效应	130
13	为什么人们更喜欢先持批评后持肯定态度的人? ——论阿伦森效应	132
14	“凡事都佐以可口可乐”——论可口可乐效应	135
15	背后鞠躬也不错!——论第三人效应	137
第五章 行为效应与导学育人对策		140
1	一哄而起为了什么?——论阿希效应	140
2	该禁则禁,否则要闯祸——论潘多拉效应	142
3	别去干扰他!——论斯特鲁效应	144
4	走出魔点圈住的思维框框——论定势效应	146
5	僵则不灵,滞则不活——论板结效应	148
6	新习惯的形成需多久?——论 21 天效应	150
7	安逸忘忧难成事——论青蛙效应	153
8	三分长相七分打扮——论包装效应	154
9	不要掉入失败的陷阱——论误区效应	157
10	“我们用不到这东西吗?”——论钓鱼效应	159
11	硬化的后遗症——论软化效应	161
12	摇号的为什么总是“香”的?——论稀缺效应	163
13	好记性不如烂笔头——论备忘录效应	165
14	首先要找到缓冲物——论缓冲效应	167
15	拉拉队的惊奇作用——论助燃效应	169
16	快乐基金——论易发久效应	171
17	这也是引起误差的因素——论练习效应	173
18	中庸之道——论平均化效应	175
19	美对伊战争为何很难改弦易辙——论锁定效应	177

第六章 人格效应与导学育人对策	180
1 必要时就放点毒气——论毒气效应	180
2 不要以为自己的话属下一定听——论信任效应	182
3 民主决策的大敌——论优势个人效应	185
4 有磁性的教师才能磁化学生——论磁化效应	187
5 王婆卖瓜,何需自夸——论阿瓜约效应	189
6 为何让人难以忘怀?——论莱斯托夫效应	191
7 自己的命运自己来紧握——论托付效应	194
8 有趣的“闻气味”实验——论权威效应	196
9 巨额广告费为什么要给他们?——论明星效应	199
10 就是与人不一样——论斯诺勃效应	200
11 心理场犹如物理场——论场化效应	202
12 能进能退,可屈可伸——论范性效应	205
13 是金子总会闪光——论萃取效应	207
14 大智若愚的瓦拉赫——论瓦拉赫效应	209
15 拿诺贝尔奖还是做伯乐——论贝尔效应	212
16 天体引力的作用——论海潮效应	214
17 谁戴都合适的帽子——论巴纳姆效应	215
第七章 言语效应与导学育人对策	219
1 “好!打倒了七个!”——论保龄球效应	219
2 怎样让人听得入迷?——论黄金分割效应	221
3 拍马讨好总得利——论马屁精效应	223
4 白的更白,黑的更黑——论对比效应	226
5 难以承受的“感觉剥夺”实验——论无声效应	229
6 随口说出的绰号,危险!——论标签效应	231
7 泼出去的水难收回——论合法化效应	234
8 别瞧不起“嗯—嗯”之声——论格林斯潘效应	236
9 这样的批评真有效——论三明治效应	238
10 何不再增加几个头衔?——论头衔效应	240
11 有时“废话”真管用——论调味品效应	242
12 街头卖艺者的噱头——论狐狸博士效应	244
13 自生的心理包袱——论反弹琵琶效应	247

14	意见箱里有真话吗?——论匿名效应·····	250
15	鸡尾酒会上的谈话为何听得清楚?——论鸡尾酒会效应·····	252
16	马路边的长舌妇——论流言效应·····	254
第八章 人群效应与导学育人对策·····		256
1	能意会就别言传——论保留面子效应·····	257
2	爱哭的孩子有奶吃——论乞讨效应·····	259
3	趋之若鹜的奇因——论乐车队效应·····	262
4	一倒皆倒——论多米诺效应·····	264
5	失败因坐向而起——论坐向效应·····	267
6	为什么“要么冒险,要么保守”?——论组极化效应·····	269
7	小团体意识可以休矣!——论山头效应·····	272
8	男女搭配,干活不累——论异性效应·····	274
9	有鲶鱼在,其他鱼就不会死!——论鲶鱼效应·····	277
10	安泰力大无比靠的是大地——论安泰效应·····	279
11	上行沟通的理解率为何只有10%?——论位差效应·····	281
12	独行能行远吗?——论游离效应·····	283
13	重要的是个体的最佳整合——论米格-25效应·····	285
14	要契合,双方总要有所割舍——论磨合效应·····	287
15	互动才相识,相识才成友——论耦合效应·····	289
16	“狼”是一种有效的激活剂——论狼鹿效应·····	291
17	令心理学家不解的事——论霍桑效应·····	294
18	好主意的催化剂:异质交流——论发酵效应·····	296
19	双赢俱进——论零和效应·····	298
20	学会“与刺头共舞”——论刺猬效应·····	300
21	疯狂的抢购风——论贝特凡根效应·····	303
22	最佳的领导班子成员数——论 7 ± 2 效应·····	304
23	“一台沙松冰箱爆炸”的影响——论轰动效应·····	306
24	人际和谐太重要——论热平衡效应·····	308
25	有争议才有高论——论波克效应·····	310
26	为何非要你死我活不可呢?——论双赢效应·····	312
27	给予至高无上的地位——论倒金字塔效应·····	314
28	背景力量:不可忽视的影响因素——论社会背景效应·····	315

第九章 时空效应与导学育人对策·····	318
1 谁活到最后,谁活得最好?——论熬年头效应·····	319
2 不要太努力了!——论攸勒加效应·····	321
3 在你的管理中有过“打盹”现象吗?——论睡眠者效应·····	323
4 “拖堂”为何效果不佳呢?——论超限效应·····	325
5 何必滔滔不绝地批评——论蔡加尼克效应·····	328
6 人有一分耗,事有十分糟——论内耗效应·····	330
7 泯灭创新的祸根——论疲钝效应·····	332
8 砍柴别忘磨磨刀——论预热效应·····	334
9 再烧夹生饭:难为巧妇也!——论夹生效应·····	336
10 功亏一篑:惋惜矣!——论沸腾效应·····	337
11 休息后的星期一问题多——论月曜效应·····	339
12 从100写到2000给你1800元——论注意极限效应·····	341
13 三十年河东,三十年河西——论间歇效应·····	343
14 可悲的马后炮——论滞后效应·····	345
15 为何只是昙花一现呢?——论短期效应·····	347
16 白布浸染缸还能白吗?——论拱道效应·····	349
17 他处真能“出人头地”吗?——论分离效应·····	351
18 少埋怨一些大气候——论小气候效应·····	354
19 一枚铁钉与一个帝国的灭亡——论蝴蝶效应·····	356
20 生长在边行的蔬菜为何长得特别好?——论边际效应·····	358
第十章 管理效应与导学育人对策·····	361
1 外加报酬管用吗?——论德西效应·····	361
2 有时个别就成了决定者——论短板效应·····	364
3 臃肿怎能不迟钝?——论恐龙效应·····	365
4 回火:抵抗——论罗密欧与朱丽叶效应·····	367
5 为什么大家都无动于衷——论旁观者效应·····	370
第十一章 其他心理效应简介·····	372
主要参考文献·····	386
后 记·····	387

第一章 认知效应与导学育人对策

认知又称认识,它包括知觉、注意、表象、学习记忆、思维和言语及其发展过程。认知效应是指由于认知因素而引起的某种特异的心理变化现象。在认知领域中,特别是社会认知中,这种心理效应比较多,譬如阿斯伯内多效应、乡村维纳斯效应、月晕效应等。认识这种效应,既可以避免其消极作用,又可以发挥其积极的效应,对提高教师导学育人水平大有裨益。本章对认知效应与导学育人对策作深入浅出的阐述,以助教师提高导学育人水平。

1 离画面远些反而看得更清晰

——论阿斯伯内多效应

人们在看油画时,一般站在画的近处难以看清画面,而站在画的适当远处反而看得更清晰,油画的逼真效果即刻凸现出来。这种离开画面较远,图像反而看得较清晰的现象,被称为“阿斯伯内多效应”。这一现象首先是由阿斯伯内多提出的,因此以他的名字命名。

阿斯伯内多效应在日常生活中也常常发生,譬如谚语中说的“当局者迷,旁观者清”即是。这是因为当事人往往卷入太深,心情过于紧张,认识过于狭窄,因而看不到问题的全部与本质;而旁观者与事无个人利害关系,思想放得开,视野自然就宽广,观察时既能看到问题的全部,又能进行冷静的考虑,因而就能看到问题的本质。

在导学育人活动中,这种现象有没有?也是有的。有的学生戏称教师“当事者迷”即是。指的是教师身处复杂的导学育人活动中,被教学的诸多琐

事缠身,以致无法或很少全面地去审视导学育人中的主要问题,造成头痛医头脚痛医脚的导学育人局面。分析其原因不外乎如下三点:

一是站位点有误。观察画面也罢,审视导学育人现象也罢,有没有找到一个合适的观察、审视的站位点是很重要的。观察的站位点不好,看到的画面就模糊,看到的现象就表面。上述教师就是站位点没有选好,他理应站在教师这个“导学育人”的站位点上看问题,抓导学育人,这样才不会被教学的诸多表面现象所迷惑。

二是卷入太深。一个人如果对某事卷入太深的话,往往就会被迷住,行为上会不经考虑就作出反应。这样做,极易被表面现象所左右。上述教师就是对有些教学小事卷入太深,精疲力竭,疲于奔命,到最后不知所措,忘了自己该做的导学育人的要事,从而使教学小事更多,直至导学育人活动紊乱。

三是私心缠身。一个教师如果把导学育人当成扬名、评职称等的工具,那么,导学育人就会复杂化,就会变得十分困难。上述教师之所以被戏称为“当事者迷”,除了其他原因外,与其有私心是相关的。平时所说的“心中无私办事爽”、“无欲则刚”就是这个道理。

因此,作为一名教师一定要知道阿斯伯内多效应的原理,充分发挥阿斯伯内多效应的积极作用。具体应注意如下导学育人策略的应用:

首先,要选择好站位点。教师的站位点可以很多,具体问题要具体分析,具体对象有特定的站位点。一般而言,教师最重要的站位点应是心理指导。也就是说,通过教师的心理指导,不仅使学生乐意去学习,而且使他们充满热情并信心十足地去认真学习。这里必须处理好三方面的问题:一是这种心理指导是一种人际关系的指导;二是这种心理指导是一种施加心理影响的活动;三是这种心理指导是一种致力于实现学习目标的行为活动。这个站位点解决好了,学生的发展就会大踏步前进,教师也不会被小事缠身。

第二,要学会轻装上阵。事务缠得太多,事情卷入太深,就无法轻装前进。轻装上阵就是做自己该做之事,丢掉一切自己不该做之事。严格按照教育学中所说的教学原则与导学育人原则办事。作为教师千万不要去做学生所做之事,免得他们无事可做,生出是非,而自己则被杂事缠身,无暇顾及学生发展与导学育人之大事。

第三,要真正做到心中无私心杂念。心中有私念就无法辨别是非。因为,有私心者无法集中全心观察事物,即使全心观察,也会偏心反应,无法真正达到“清”的水平。这就好像戴上了有色眼镜,尽管再用心看,也无法看清一

样。因此,看任何事情,都不要先戴上有色眼镜(即私心或成见)。

第四,要掌握变焦式的观察方式。看画面时,离得远些就清楚一些,离得近些就不清楚一些,这说明观察事物是有焦距的。导学育人活动当中,也有该类现象。教师要学会变焦式的观察方式,采取应变性心理指导。因为,导学育人中除了某些程序性、清晰性和固定性特点很强的活动外,还有大量的非程序性、非清晰性和非固定性的活动,这些活动只能依赖于变焦式的观察方法与应变性的心理指导。否则,教师就不能成为一个真正的好教师。

2 外面的世界更精彩

——论乡村维纳斯效应

人们在认识世界时,一旦接受了一个与事实相符的解释,由于受到自我满足思维的约束,往往就无法想象还会有其他更好的解释。这种现象,英国心理学家德·波诺形象化地称其为“乡村维纳斯效应”^①。

他说,在偏僻的乡村,村里最漂亮的姑娘会被村民当作世界上最美的人(维纳斯),在未看到更漂亮的姑娘之前,村里人谁也想象不出还有比她更美的人。

为什么会产生乡村维纳斯效应呢?其产生的原因主要有如下几点:

一是自我满足的心态。人们在认识世界时,往往以为对某个问题有了合乎逻辑的解释,就把它当作了正确的解释。因此,就产生了自我满足感,就不想再去寻找别的更符合逻辑的解释。事实上,很可能还存在着一种与它一样好,甚至更好的解释。这种自我满足的心态,禁锢了人们的思维,使人们的认识局限于既定的范围内,因此无法有新的突破、超越。

二是缺乏想象。人们在感知事物时,往往会受到已有的经验与知识的影响,无法想象认知结构之外的未见事物。因此,只好满足于现状,满足于自我欣赏。

三是乡村维纳斯的魅力。上述所说的貌似合乎逻辑的解释有相当的吸引力,特别是在未出现新的更合乎逻辑的解释之前更是如此。人们常常会被它所陶醉、所满足,因此就缺少了向村外寻找维纳斯的兴致和欲望。

① [英]德·波诺著,何道宽等译. 思维的训练. 北京:生活·读书·新知三联书店,1987. 73.

导学育人活动中有没有发生过乡村维纳斯效应?事实表明,是有的。例如,某校王老师为了改变传统教法,自编教材,教学内容既有鲁迅散文也有崔健摇滚,教学方法既有辩论又有小品演出,学生兴趣盎然,家长赞不绝口。但是,18年任教生涯不仅未能获得任何荣誉,而且险些下岗。为什么学生当他是宝,同行说他不行呢?^①其原因可谓颇多,但其中一个重要原因是许多教师都发生了乡村维纳斯效应。学校领导不敢冲破传统教学势力,教学改革不敢动真格,还是死抱住乡村维纳斯不放。因此,乡村的维纳斯就越来越多,似乎这样还是挺好的。以致王老师这样积极履行教育改革的教师被逼近下岗边缘,愤然辞职。

自我满足的乡村维纳斯效应显然与当前的学校教育改革、素质教育的要求相去甚远,教师要自觉地克服这一效应的消极影响。为此,教师在导学活动中要注意运用如下对策:

首先,教师要克服自我满足的心态。谚语说得好:“山外有山,天外有天。”优秀之中还有更优秀的,能人背后还会有能人。这是告诫人们,不要自满。怎样预防自我满足的心态呢?一要多与其他教师交往、沟通、讨论,避免夜郎自大现象发生。二要不满足于现有的乡村维纳斯而去寻求村外的维纳斯,也就是不要仅满足于现有的导学育人成绩,还要去创造未来更辉煌的导学育人业绩。这一点要向科学家学习,他们始终不满足于现有的科学结论而是不断地去寻求更好的科学解释,他们不会被“是错的但一点也不像错的错误”与“貌似很合乎逻辑的处理方式”所迷惑,而是不断地追寻真理。正因为这样,科学才得到了不断的发展与进步。教师的发展与进步又何尝不是如此呢?三要有创新意识。有创新意识就不会固步自封,就不会满足于现状,就不会只是自我欣赏。

其次,要不断体验新事物,接受新理念。教师是否具有开放的心态,是否善于走出校门体验新教育、接受新理念,直接关系到能否避免乡村维纳斯效应的消极影响。教师不要借口教学忙、走不出,如果真的很忙走不出去,那么,新鲜的血液就无法进入学校,教学就无法得到大的改观。这里还需特别提醒的是,体验新事物,不仅仅限于教育领域,接受新理念也不仅仅是接受教育新理念。学校是一个学习型组织,培养的人才是全方位的,因此,教师就要放眼社会各界,感受各方面的体验,不要囿于教育这个乡村维纳斯,这样

① 都市快报,2002-11-29.

就可以避免这一效应的消极影响。这也就是题目所说的“外面的世界更精彩”的寓意了。

第三,教师要自觉克服乡村维纳斯效应的消极作用。教师在导学育人改革实验中常常会犯乡村维纳斯效应。例如,进行“导学育人”的实验,学生的学习潜能得到了开发,学习兴趣得到了提高,就得出“导学育人”实验可以提高学生的学习素质的结论。其实,这个结论也许是错的。学生学习素质的提高有可能是“导学育人”本身的实验情境和氛围造成的,而不是“导学育人”本身的实验处理造成的。因此,在导学育人改革实验中,不要匆匆下结论,而要自觉、全面、客观地分析实验结果,并科学地得出结论。同时,也要避免在教改实验中,实验班学习成绩低于非实验班,就马上得出貌似很合乎逻辑的结论:实验降低了学习质量,应该立即停止,否则,差距会更大,还是按照老办法教比较稳妥。^①事实上,是否是实验因子真的出问题还没有作进一步的新实验,也许实验时间太短效果一时显示不出来,等等。总之,未全面分析实验不见成效的原因就马上作出很肯定的结论,这是犯了乡村维纳斯效应的思维错误。因此,教师要自觉地意识到这种思维错误,并且更有信心地再从事教改实验,而不能因此放弃教改实验。

3 管中窥豹,豹成何样?

——论月晕效应

在认识一个人时,由于对这个人的某些品质或特点有清晰的知觉,印象深刻、突出,从而掩盖了对这个人的其他品质或特点的印象。这种强烈的品质或特点,就像月亮所形成的光晕一样,向四周弥漫、扩散,从而掩盖了其他品质或特点,人们形象地称之为月晕效应。^②

这一效应由苏联学者色烈达夫首先提出,后得到美国心理学家戴恩、兰德等人的实验证实。戴恩的实验是:让被试看一些照片,照片上的人有的显得很有魅力,有的无魅力,有的一般。然后,让被试在与魅力无关的特点方面进行评定。结果表明,有魅力的人在各方面得到的评分都很高,无魅力的人

① 朱士鸣,《学生心理引导技巧》,上海:上海辞书出版社,2001,227。

② 任顺元,《奇妙的教育心理效应》,北京:教育科学出版社,1990,3。

则最低。换言之,有魅力也就有了好品质。这一实验充分证明了月晕效应的存在。^①

兰德等人的实验是:让一些男人看几篇有关电视对社会的作用和有影响的论文,所有论文假设是由一个女性写的,她的照片贴在每篇论文上。贴在论文上的照片有漂亮的,也有不漂亮的。此外,有些论文写得很好(清楚、合乎语法、组织得很好),有些写得不好(不合乎语法、拼写有误、观点陈旧)。与此同时,让另一些男人也读这些论文,但没有看那些贴上去的照片。结果无论文章在客观上如何,有魅力的女性被认为写了很好的论文。^②

上述两个实验都充分证明了魅力所起的积极的月晕效应,事实上它也会起消极的月晕效应,俗称“扫帚星”作用。这被美国心理学家塞格尔等人的实验所证实^③。

其实,除了上述的美貌引起的魅力会引起月晕效应外,其他许多品质都会产生如此的效应。譬如美国心理学家阿希的实验就表明,热情、冷酷的品质在人际知觉中会起到以点概全的月晕效应。^④

为什么会产生上述的月晕效应?其主要原因有如下几个方面:

一是品质的吸引力。譬如天生的外貌之美与后天修养的心灵之美均能产生极强的吸引力,而这种吸引力就会让人的其他品质退居为知觉的背景,产生模糊的认知,上述的实验结果充分说明了这一点。

二是中心性品质的泛化作用。中心性品质是指那种与许多其他品质有着密切联系的品质。这种联系极易产生品质的泛化作用,上述的阿希实验便是一个例证。

三是社会期望性品质的促进作用。如果一个人的某种品质是社会所期望的那种品质,那么这个人的其他品质就会得到肯定,或会赋予他社会所喜欢的其他品质。

四是引起月晕效应的品质强度。一般来说,引起月晕效应的品质强度越强,月晕效应的作用越大,强度越弱,其效应作用越小。

① [美]弗里德曼等著,高地等译. 社会心理学. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,1984. 99.

② [美]弗里德曼等著,高地等译. 社会心理学. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,1984. 187.

③ [美]弗里德曼等著,高地等译. 社会心理学. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,188.

④ [美]弗里德曼等著,高地等译. 社会心理学. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,1984. 85--86.