

经典
收藏版

The Butterfly Effect



你从未正视却可能改变你一生的心理学法则
我们的生命里没有哪一次意外，不在蝴蝶效应的影响范围之内……

雅外借

古吴轩出版社

中国·苏州

经典
收藏版

The Butterfly Effect

蝴蝶效应

志晶 著

古吴轩出版社

中国·苏州

图书在版编目(CIP)数据

蝴蝶效应 / 志晶著. — 苏州: 古吴轩出版社,
2018.8

ISBN 978-7-5546-1174-6

I. ①蝴… II. ①志… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第146796号

责任编辑: 蒋丽华
见习编辑: 薛芳
策 划: 张历
装帧设计: 平平

书 名: 蝴蝶效应

著 者: 志晶

出版发行: 古吴轩出版社

地址: 苏州市十梓街458号

Http: //www.guwuxuancbs.com

电话: 0512-65233679

邮编: 215006

E-mail: gwxcbs@126.com

传真: 0512-65220750

出 版 人: 钱经纬

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市春园印刷有限公司

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 8.5

版 次: 2018年8月第1版 第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5546-1174-6

定 价: 36.00元

目录

第一章

拆屋效应：聪明人的心理博弈技巧

拆屋效应：一旦破例即成习惯 / 002

米格-25效应：合作、互惠与共赢 / 006

蜕皮效应：打破困扰自身的樊笼 / 010

高斯假说：找到生命的坐标 / 014

秃头悖论：即使身处顺境，也要心怀忧惧 / 018

第二章

蝴蝶效应：透过表象看到事物的发展趋势

蝴蝶效应：微小的事物之下潜藏着的未来 / 022

波特法则：独特的定位，造就独特的竞争优势 / 026

投射效应：理性地看待周围的人与事 / 030

飞轮效应：从优秀到卓越，源于足够的坚持 / 033

翁格玛丽效应：内外兼修，成就最好的自己 / 037

第三章

迪斯忠告：充分利用好每一个“今天”

迪斯忠告：当下的你，塑造着未来的你 / 042

艾森豪威尔法则：优先去做最紧要的事 / 045

杜根定律：相信你是最好的，你就可以是最好的 / 049

费斯法则：你的态度，决定你的高度 / 053

费斯诺定理：少说多听的力量 / 057

第四章

二八法则：那些支配事物发展的关键因素

二八法则：把握起主导作用的关键点 / 062

阿罗定理：让所有人满意是不可能的 / 066

犯人船理论：好的制度，才能克制不好的人性 / 070

弗洛斯特法则：明确自身选择的边界 / 073

本尼斯第一定律：周全规划，成就不平凡的事业 / 076

第五章

史密斯原则：合作，让智者借力而行

史密斯原则：如果不能战胜对方，不如加入对方 / 080

边际递减效应：当投入与付出不成正比时 / 084

沉没成本效应：不愿割舍的代价是失去更多 / 087

杜嘉法则：“无声”的管理 / 091

德尼摩定律：把合适的人放在合适的位置 / 094

第六章

链状效应：不一样的心态，不一样的人生

链状效应：你的心态，决定你的生活 / 100

心理摆效应：别让他人左右你的情绪 / 104

相关定律：万事万物皆有关联 / 108

皮尔斯定理：知道的前提，是意识到无知 / 112

杜利奥定理：驾驭生命，还是被命运驾驭 / 116

第七章

期望定律：贴什么样的标签，就会造就什么样的人

期望定律：希望的神奇力量 / 122

卡瑞尔公式：接受最坏的，追求最好的 / 126

改宗效应：倾听反对者的声音 / 130

恶魔效应：全面而准确地认识他人 / 134

麦穗理论：不求最好，只求最适合 / 138

第八章

多米诺骨牌效应：失败或成功都是连锁发生的

多米诺骨牌效应：牵一发而动全身的连锁反应 / 144

赫勒尔法则：没有监督，就没有动力 / 148

刺猬法则：保持距离，才更有美感 / 152

多看效应：要想别人记住你，就在人前多露脸 / 156

艾奇布恩定理：做聪明的管理者 / 159

第九章

权威效应：以理性的态度面对世界

权威效应：打破盲从的幻象 / 164

情感宣泄定律：优秀的人从来不会输给情绪 / 168

权变理论：看问题不止一种角度 / 172

前景理论：先人一步的决断力 / 176

半途效应：坚持到最后，才能笑到最后 / 180

第十章

罗伯特定理：成功，从相信自己开始

罗伯特定理：除了你自己，没人能够打倒你 / 184

比较优势原理：让优势发挥最大的作用 / 187

鲇鱼效应：外来的压力，也是最好的动力 / 192

肥皂水效应：适当的赞美，让人际关系更美好 / 195

青蛙法则：你的气度，决定你的格局 / 199

第十一章

达维多夫定律：做别人做不到的事情

达维多夫定律：敢为人先，终能成就自我 / 204

贝勃定律：尺度的重要性 / 208

杜利奥定律：保持热情，主动选择生活的方向 / 212

华盛顿合作定律：重视合作，避免内耗 / 216

情绪定律：情绪，看不见的隐性能量 / 221

第十二章

答布效应：找准自己的人生定位

答布效应：规范自己的角色，才能找准自己的位置 / 226

冷热水效应：预设伏笔，为人际沟通加分 / 230

刚柔定律：过分执着，往往失之于偏执 / 233

特里法则：承认错误是一个人最大的力量源泉 / 237

韦奇定律：尊重内心深处的真正选择 / 240

第十三章

过度理由效应：深入发掘内因，才能发现事物的本质

过度理由效应：深入发掘内因，才能发现事物的本质 / 244

关系场效应：群体与个体的博弈 / 247

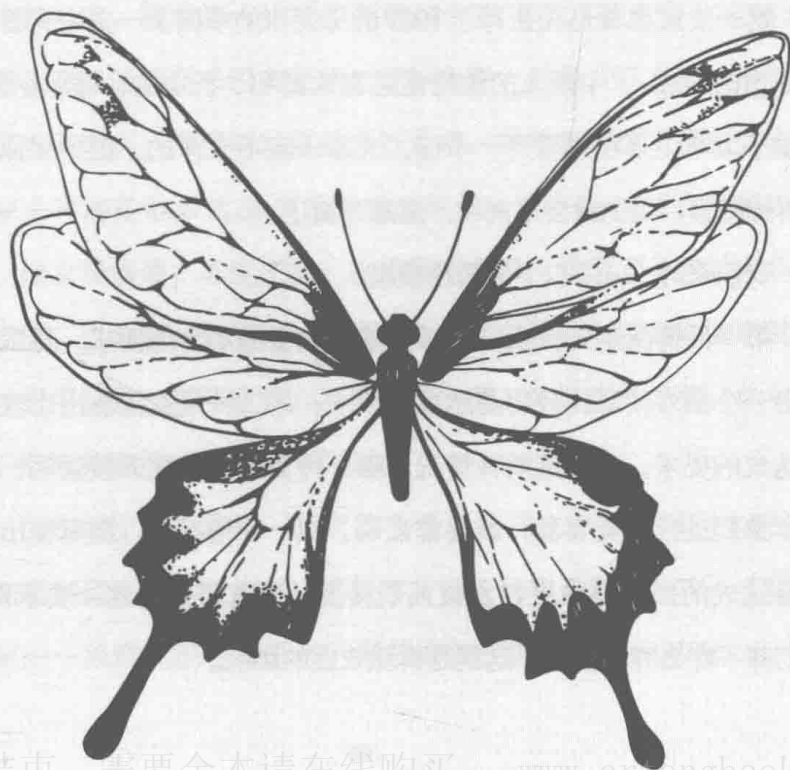
海格力斯效应：和谐的人际关系利他更利己 / 250

竞争优势效应：让有效沟通成为竞争中的润滑剂 / 253

鲁尼恩定律：谨言慎行，方能成为人生赢家 / 256

第一章

拆屋效应： 聪明人的心理博弈技巧



拆屋效应：

一旦破例即成习惯

所谓拆屋效应，是指在谈判过程中，先提出一个很大的、对方难以接受的要求，然后再降低条件，提出较小的、对方能够接受的要求，如此一来，对方从心理上更容易接受，也更容易达成目的。

这一效应在鲁迅先生写于1927的《无声的中国》一文中有着极为贴切的描述：“中国人的性情是总喜欢调和、折中的，譬如你说，这屋子太暗，须在这里开一个窗，大家一定不允许的，但如果你主张拆掉屋顶，他们就会来调和，愿意开窗了。”

我们来对比一下以下的两种情况：

第一种情况是先提出一个对方难以接受的不合理要求，然后再提出一个相对而言比较容易达成的要求；第二种是直接提出比较容易达成的要求。对于这两种情况，哪一种更容易被别人接受呢？心理学家们进行各类实验，最终都证明，第一种情况下，随后提出的容易达成的那个要求更容易被人们接受，而直接提出这一要求时，人们却不那么容易接受。这就是拆屋效应的影响。

这一效应隐含着双方的心理博弈。当你提出一个不合理的高要求时，对方会马上权衡得失，进而开始调整自己的心理预期，做出最坏的打算；而此时出现一个更为合理的要求，对方为了防止更坏的情况出现，同时也因为拒绝了前一个要求而对你有所愧疚，不愿意两次连续地拒绝同一个人，会尽量满足你的要求，做出适当的妥协，从而达成你最初想达成的目的。

正如著名管理学家罗杰斯所说的，“每个人都有折中思想，你要善于利用这种思想迫使别人让步，继而达到自己的目的”。在现实的商界博弈中，很多谈判高手就非常有效地利用了拆屋效应。

美国大富豪霍华德·休斯是一位非常成功的企业家，而比他的成功更出名的，无疑是他暴躁的脾气和执拗的性格。

有一次，霍华德·休斯想要购买一批飞机，数量多，金额大，这对于飞机制造商来说实在是一笔好生意。但是，双方初始的接触过程很不顺利，甚至可以说是波折重重。霍华德·休斯提出，要在协议上写清楚他多达34项的要求，而且，其中的11项必须得到满足。他立场强硬，态度蛮横，言语简单粗暴，丝毫不考虑对方是否能接受，也没有一点可以转圜的余地，这也使得飞机制造商非常愤怒，拒不让步，甚至宣布，不再与霍华德·休斯进行谈判。如此一来，双方的谈判一下子陷入了僵局。

而实际上，霍华德·休斯满心希望这批飞机得以顺利地制造，而飞机制造商也不想放弃这笔生意所带来的丰厚利益，有一点确定无疑——虽然此前存在分歧，但双方仍然存在着合作基础。于是，

霍华德·休斯派出了自己的私人代表进行第二次谈判。

霍华德·休斯给这位私人代表的底线是，只要能满足他提出的那11项基本要求，就可以与对方签订协议。

结果是令人惊喜的。这位私人代表最终取得的成绩是——将其中的30项要求写进了协议中，远远超过了那11项基本要求。

霍华德·休斯感到非常吃惊，问他为什么能取得这样辉煌的成绩。

这位私人代表非常幽默地说：“老板，这很简单，每逢双方谈不拢时，我就问对方，你到底是希望和我来磋商解决这一问题，还是留待于霍华德·休斯先生来解决呢？”

这位私人代表运用的方法中就蕴含了拆屋效应的原理：在希望彼此达成合作的前提下，对方自然是不愿意与霍华德·休斯这样令人挠头的“麻烦制造者”来进行谈判的。所以，他们选择退而求其次，更倾向于与这位“比较好说话”的代表进行协商，进而逐项谈妥具体事宜。

这样的方法在商务谈判中经常被人使用。在谈判开始时，先提出一个难度较大的、看似无理的、对方难以接受的要求，这并不意味着我们不想继续谈下去，而只是一种谈判的策略，能让自己占据比较主动的地位，这就是“拆屋”；为了让谈判能真正有效地进行下去，此时要慢慢让步，记得“开天窗”；最终“逼迫”对方满足自己的预期和要求。

正如鲁迅先生所说的，开天窗是目的，而拆屋顶则是底线，只

要不拆屋顶，其他都好说，那么，开天窗这一初始的目的自然是能达成的，而拆屋顶这一底线只是用于迫使对方应允的手段。

这一折中心理，其实是人人都具有的。这就是所谓的“讨价还价”——让你的要求乐于被对方接受。在生活或工作中，如果你想提出一个别人难以接受的要求，不妨先试着提出一个令其更加无法接受的要求，或许，你能够得到意外收获。

米格-25效应： 合作、互惠与共赢

苏联研制生产的米格-25喷气式战斗机，是曾经创造过航空界神话的传奇战机。它曾创造过8项飞行速度、9项飞行高度和6项爬高的世界纪录，以优越的性能广受世界各国关注。然而，众多飞机制造专家却发现一个令人称奇的事实：米格-25喷气式战斗机所使用的很多零件要比美国的战机落后很多，但是，其整体性能却达到甚至超过了美国和其他国家同时期生产的战斗机。

其原因何在？原来，米格公司在设计制造时，注重从整体考虑，对各个零件进行了更为协调的组合设计，从而在升降、速度、应急反应等许多方面都远超其他机型。

可以说，米格-25喷气式战斗机的成功，在于成功运用了系统理论的整体功能原理，将并非最先进的众多零件进行高效有机组合，进而产生了惊人的聚合效果。我们称之为米格-25效应，即其内涵为整体大于简单的部分总和，关键则在于事物内部结构是否合理。如果结构合理，就能够产生“整体大于部分之和”的效果；如果结

构不合理，就会出现“整体小于部分之和”的结果。

那么，如何才能更好地发挥整体的作用呢？以下这则有关阿基米德的寓言故事，就很好地说明了通过不断优化资源组合，加上组织内部良好的沟通机制，将让每个人都找到适当的位置，并最大限度地发挥团队协作的力量。

传说中，在古希腊时期的塞浦路斯，曾经有7个小矮人受到诅咒，被关在一座与世隔绝的城堡里。他们住在地下室里，没有粮食和水，也找不到人帮助。渐渐地，他们变得越来越沮丧，感觉逃生无望。

有一天，大科学家阿基米德等七人也来到了这座城堡。在梦中，阿基米德受到了守护神雅典娜的嘱托。女神说，这个城堡里除了小矮人们所在的这个地下室外，还有25个房间。其中1个房间里有蜂蜜和水，另外24个房间里有240块玫红色灵石，找到灵石并排列成圈，咒语就能解除，小矮人们就能逃出去。

第二天，阿基米德就把这个梦告诉了其他伙伴，除了爱丽丝和苏格拉底，其他四人都不同意相信。于是，阿基米德等三人不再试着取得其他人的帮助，转而着手努力靠着自己的力量解救小矮人。然而，他们三人之间的意见无法统一：苏格拉底想先去找食物；爱丽丝想先去找木材生火，让屋子里暖和起来并且照亮视野；阿基米德则想快点把灵石找出来，然后解除咒语。三个人决定各干各的，但是几天下来毫无成果，累得筋疲力尽。

失败让他们意识到，应该团结起来，以集体的智慧脱离困境。