

禁忌等于共有
透视人性丛书

梁 良

从众

主编 章震宇
策划 张 晶

从众

弗洛伊德：强烈的禁忌之所以被严格设定，正是因为那是人性中最深层的冲动。人类的最高秘密——最不愿意与人分享的事情是如此惊人的相似。

梁 良 / 著

东方出版中心

图书在版编目 (CIP) 数据

从众 / 梁良著. —上海: 东方出版中心, 2007. 8

(禁忌等于共有: 透视人性丛书 / 章震宇主编)

ISBN 978-7-80186-709-4

I. 从… II. 梁… III. 从众行为—研究

IV. C912.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 116055 号

从众——禁忌等于共有: 透视人性丛书

作 者: 梁 良

原创插画: 王 琳

出 品 人: 祝君波

主 编: 章震宇

策 划: 张 晶

责任编辑: 张 晶

特约编辑: 钱丽明

装帧设计: 袁银昌

版面制作: 郭建荣

责任印制: 周 勇

出版发行: 东方出版中心

地 址: 上海市仙霞路 345 号

电 话: 62417400

邮政编码: 200336

经 销: 新华书店上海发行所

印 刷: 昆山市亭林印刷有限责任公司

开 本: 700×1000 1/16

字 数: 163 千

印 张: 11.75

版 次: 2007 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-80186-709-4

定 价: 28.00 元

版权所有, 侵权必究。

丛书序言

在人类的历史上，曾经出现过三次严重损害人类尊严的事件：

第一次要追溯到文艺复兴时期，天文学家哥白尼发现了太阳是世界的中心，我们世代居住的地球不再是世界的中心，人类的自尊心第一次受到了严重损害，为了宣泄强烈的愤怒情绪，人们将日心学说的热情传播者布鲁诺残忍地烧死在火刑柱上；第二次要追溯到工业革命时期，生物学家达尔文发现了人类与猴子居然是同一祖先，人类的自尊心再次受到严重损害，衣冠楚楚的人类难以接受毛脸红臀的猴子是自己祖先的事实；第三次要追溯到殖民时期，心理学家弗洛伊德发现自诩为理性动物的人类，在大多数情况下的行为是受潜意识主宰的，第三次触及了人类自尊的底线。在21世纪的今天，一群年轻的心理学者怀揣着对心理科学的无限热忱，用科学精神和人文底蕴编著了《禁忌等于共有——透视人性丛书》，有可能第四次触摸人类自尊心的敏感神经，“从众”、“偏见”、“偷窥”、“攻击”、“抑郁”、“失衡”无一不是人性中最常见，却难以接纳的真实。

我们有幸站在巨人的肩膀上来探索心灵世界的奥秘。

弗洛伊德曾经一针见血地指出：强烈的禁忌之所以被严格设定，正是因为那是人性中最深层次的冲动、人

类的“最高秘密”——最不愿意与人分享的事情是如此惊人的相似。

这就是在我们生活的时空中，无时无刻、无地无处不在的社会心理规律，其影响力在人与人之间、人与群体之间、人与社会之间无孔不入，无形莫测，却又不容置疑。正如古诗所云：“随风潜入夜，润物细无声。”无论我们主动还是被动，自愿还是被迫，承认还是否认，有意识还是潜意识，都时不时地在震撼和涤荡着人性幽谷里潜藏的真我。

21世纪注定是一个不平凡的世纪：9·11恐怖袭击、非典肆虐横行、北大学子卖肉、著名艺人自杀、针孔摄像偷拍、国际赌场包围；时代在飞速进步，社会在深刻变化，高新技术的普遍使用，传统理念的重新审视，使我们的身心不由自主地受到冲击和震撼。

在感受震撼之余，我们试图用心理学的独特视角，以《流言》、《暗示》、《从众》、《偏见》、《偷窥》、《博彩》、《攻击》、《抑郁》、《失衡》为题，来洞察和解析社会热点心理现象背后的人性共有的禁忌。我们编写丛书的目的不是要揭露人性的阴暗和丑陋，而是希望告诉人们，我们对自身弱点的恐惧和排斥，是因为我们放大了对自己问题的独特感。社会心理学有一个照镜子技术，日常生

活中我们通过照镜子来完成自我认识，在社会生活中，我们通过别人的反馈更好地认识自己，别人是我们的镜子。别人通过我们的反馈更好地认识自己，我们是别人的镜子。我们在这里提供几面折射人性的镜子，帮助人们更理性地认识自己，从而让大家发现自己并不孤单，在自我探索中达到自我觉悟，进而如释重负。

在本套丛书的编写方案中，设想首先从有轰动效应的热点事件率先唤起读者的共鸣，仿佛是音乐会的开幕序曲；接着将节奏放到舒缓，对心理现象的历史渊源娓娓道来，犹如曲径通幽；紧接着五彩斑斓，呈现出心理现象在各种生活领域的诸多变身，好似一桌满汉全席的盛宴；然后从实证的角度，借助心理实验、心理调查、科学事实揭示和印证心理现象背后的规律原理；最后，从应用的角度，帮助读者观察评估自己，找到生活和工作的借鉴。

长久以来，在我们的心中一直蛰伏着一个梦想——与大家一起来分享心理学的魅力。每当看到朋友们谈到心理学，脸上神采飞扬，眼神熠熠生辉的时候，想编写关于透视人性丛书的冲动就会从心底涌起。非常高兴有机会能与宗月琴、徐浙宁、张磊、鲍立铤、梁良、李淑臻、王小晔、陈林、李君春诸位俊才合作，他们是一群才华出众的心理学博士和硕士，也是我的挚友；他们既有专业的心理学功

底，又有隽永的文笔，更有敏锐的时代触角。我们一起尝试用《禁忌等于共有：透视人性丛书》分享心理学的魅力，在心理学的象牙塔和社会热点现象之间构建一条彩虹。

好事多磨，这套丛书在出版过程中几经曲折，辗转反复，如今终于与心理学爱好者见面。我体味其间，感触良多，正如智者所云：凡事都有两个方面，英文中也有“A coin has two sides”的名言，这套丛书由于经历时间的磨砺，几经修改，反复酝酿，因此也更多地吸纳了最新的研究成果，也更多地沉淀了作者的真知灼见，越发凸显出丛书追求和倡导的科学精神和人文底蕴。

现在其中的《从众》、《偏见》、《偷窥》、《攻击》、《抑郁》、《失衡》率先要与读者见面了，我们非常高兴。值此之际，尤其要感谢东方出版中心和策划编辑张晶，正因为他们的慧眼独具，才避免了《禁忌等于共有：透视人性丛书》的明珠暗投。

章震宇

于海上问天阁

2007年5月11日午夜

本书使用说明

人——孑然独立。

从——互为参考。

众——群言群策。

“从众”与“众从”不仅是文字互换的游戏，更多是两种心理、两种观念的冲撞与交织，在人类社会的发展进程中、在人类生活的每个方面都可以感受到它们的存在，甚至社会前进的本身也是由它们推动和激励的。

这本小书试图沿着人类的历史、文化、艺术、经济等脉络，梳理、展现从众与众从对于我们的影响，也从实验心理学、社会心理学、社会学、传播学等理论角度，来分析、阐述从众与众从的根源与本质。下面是本书的大致框架结构，希望对您选择阅读有所帮助。

第一章：从众——也许您并未注意（选取热点事件，透视从众心理）；

第二章：从众——遵从、流行、狂热与反叛的历史（梳理历史文化脉络，跨越悠悠时间长河）；

第三章：从众——一个分析的视角（借助分析视角，解析各类层面）；

第四章：从众——作为现象、原因的探讨和验证（心理社会传媒，不同学科聚焦）；

第五章：从众——我们如何做得更好（选择没有对错，轻松悦纳自我）。

从众或是众从、是我们自己的选择。也希望通过本书，可以帮助您更好地了解自己，也在这样一个纷繁多变、后现代的社会中，寻找属于您自己的生活方式和生命体验。

第一章 从众——也许你并未注意

- 一 馒头血案与自杀兔——一夜成名 ----- 003
- 二 SK-II的小姐哭了——退货大潮 ----- 005
- 三 菊花教与芙蓉教——网络教派 ----- 007
- 四 白醋180元? ——抢购风潮 ----- 009
- 五 以布莱尔为鉴——房地产中的羊群效应 ----- 011
- 六 牛市熊市大博弈——股市中的从众投资 ----- 015
- 七 “我想要宋惠乔的嘴唇”——追星整容 ----- 018
- 八 小资快跑，波波来了——话说流行 ----- 021

第二章 从众——遵从、流行、狂热与反叛的历史

- 一 追溯 ----- 027
 - 从词源学中寻找
 - 相惊伯有，众口铄金
 - 魏晋男子的阴柔美
 - 西奈山上的叛变
- 二 遵从——在权威的影响下 ----- 033
 - 环肥燕瘦皆相宜
 - 挑战者号登天的前夜
 - 服饰与上行下效
- 三 范形——科学史中一次次的从众与反叛 ----- 040
 - 亚里士多德的阴影
 - 300年的旷世争论
 - 精神分析的叛徒
- 四 缪斯的神殿 ----- 046
 - 浪漫主义的肺结核意象

阳光下的背叛

十二平均律是永恒的吗?

由和谐完美到世俗奔放

五 狂热——丧失理智的群体 ----- 057

第三帝国的演说家

为了效忠的屠杀

“天堂”的荣光

西西里阳光下的德比黑影

第三章 从众——一个分析的视角

一 群体——一张无形的网 ----- 069

群体约束力

群体无意识

旁观者效应

二 个体——无形网中鱼 ----- 078

依从、认同和内化

模仿、感染和习俗

领袖凝聚群体

三 生活——文化与传媒 ----- 092

流行时尚

消费行为

大众传媒与广告神话

第四章 从众——作为现象、原因的探讨和验证

一 鼻祖——谢里夫的光点游动错觉 ----- 119

二 从众——给自己找一个参照	121
“众”与“从”——群体的影响	
当你处在这样的环境——情境的影响	
从众具有差异性吗——个体因素	
为什么不去帮助她——对旁观者效应的研究	
三 服从——个人的退让	136
权威的压力——米尔格拉姆的实验	
“请将标语贴在门上”	
文化的差异	
四 众从与反从众——如果箭头指向另一方	143
少数派报告——莫斯科维奇的实验	
五 电灯泡理论——现象解释	144
六 未必疯狂——从众也是理性行为	146

第五章 从众——我们如何做得更好

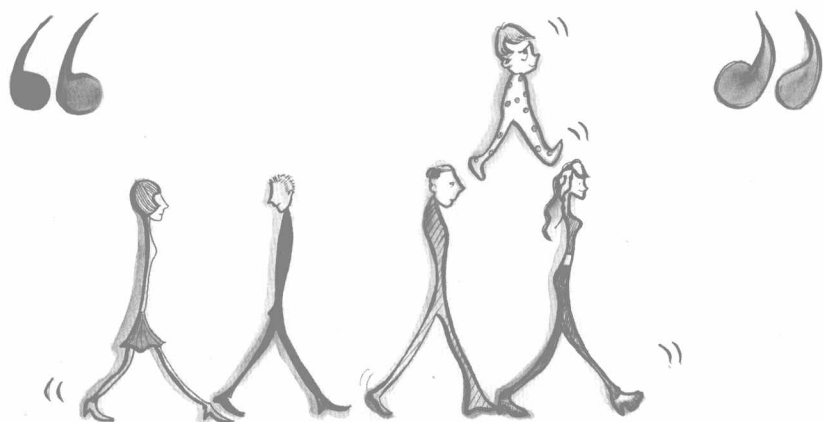
一 宣传——沉默螺旋	151
二 管理——领导和团队	155
三 消费——降低风险	162
四 明星——塑造典范	163
五 反从众——个性与张扬	166
六 标准化与个性化——微软VS苹果	169
七 慎独与慎从——自己选择	173

参考书目	176
------	-----

后记	
----	--

第一章

从众——也许你并未注意



从众，单从字面来看，给人的第一印象便是“人”之众多，可能在汉语词汇中再难找到一词可拥有如此多的“人”字。

心理学中，从众则是一种群体的规范形式。它指的是在社会群体的压力下，个人放弃自己的意见而采取与大多数人一致的行为。社会性的人是以群体的方式生活的，在群体中，为了维护群体的稳定，保护群体中大多数人的共同利益，协调人际关系，群体会形成一定的行为规范。这种群体的舆论、风气和规范等能形成一股催人行动的心理压力。

这种群体压力与权威命令不同，它不是由上而下强制性地改变个体行为，而是由于多数人一致的意见，造成了一种无形的压力，从而改变了个体的行为。这种压力虽然不具有强制性的性质，但使个体在心理上很难违抗。因此，其改变个体行为的效果，有时反比强制命令来得大。

广义上的从众不一定单指个体迫于群体压力且难以违抗而放弃自己的初衷，我们日常中的“随大流”、“跟潮流”等都可归入从众范畴。社会中从众现象无处不在，它在你我的身边不经意地发生，改变着我们的行为，影响着我们的思想。

一 馒头血案与自杀兔 ——一夜成名

没看过《无极》不要紧，没看过《一个馒头引发的血案》，那可真是落伍得厉害。

几乎已经淡出中国人书面语的“馒头”，在2006年新年后出尽了风头，成为一个新的网络流行词。

始作俑者是现居上海的自由创作人胡戈。他在看完陈凯歌的新片《无极》后，一时兴起，将其改编为“搞笑指数”极高的网络短片《一个馒头引发的血案》，结果引起了网民的疯狂追捧。网上人人争睹“馒头血案”；胡戈也因此获得了“06网络第一红人”、“馒头血案之父”等称号。甚至有很多的网民，原本对于《无极》没多大兴趣，也因为看了“馒头”而再去观看《无极》。而此后，陈凯歌对于胡戈的恶搞，也声言以状告来了断。这一决定又引起了广大网民的强烈反对，陈凯歌的那句“人不能无耻到这样的地步”，也成为2006年的第一句网络流行语。

继《无极》遭到网络恶搞之后，冯小刚执导的电影《夜宴》也不可避免地遭遇了同样的尴尬。一部名为《真相大揭秘》（又名《晚饭》）的视频短片在《夜宴》上映前后流传。

借助网络成名的不仅有名人大腕，连虚拟世界中的角色也可以大红大紫。2006年年末，天涯论坛上出现了一个名为《中国版自杀兔》的帖子。一石激起千层浪，这个借用国外漫画创意创作的中国式漫画横空出世，扼杀了网络无数眼球。在十天中，单帖点击量已经超过22万人次，回复逼近3000条。而后，随着转帖，自杀兔在猫扑网、新浪论坛、大旗网等火爆的网络社区，相继登上首版位置，并成为最受追捧的网络明星，围绕它的话题也成为最热门的话题之一。甚至连《青年报》等传统媒体也用整版的篇幅报道这只明星兔。

《中国版自杀兔》是作者借用英国漫画家安迪·莱利作品《小白兔自杀手册》中的自杀兔创意，让这个兔子来到中国各类新闻现场，以一种幽默有趣的方式死去。如台风“桑美”给沿海地区造成巨大损失，政府正组织人把最危险的大幅广告牌拆除，作者由此让小白兔站在危险的广告牌上，拿着喇叭朝台风喊了一句“我顶你个肺！”此外，还有小白兔被郭敬明粉丝揍死、被狩猎者打死、注射欣弗惨死等场景。

登陆各大网站，打开报纸电视，我们每天都会被众多的资讯所包围。而其中一些资讯、消息、传闻、流言如何从千军万马中杀出一条血路，成为瞩目的焦点，善于把握和利用大众的心理特征是必胜的前提。而这些心理特征中，就不可缺少从众。

每个人都渴望成名，特别是草根的平民小百姓。而成名的秘诀就是人气。要让人知道你，追捧你，就要灌水、赚点击率、占排行榜、杀进头版头条。靠着出名，引发更多的关注，带动更多人的从众行为。

简而言之，从众就是跟着学。我们每天会接触各类新鲜事物，不一定所有的内容都能够引起关注和侧目。而当面临选择的时候，我们的标准常常受到大众眼光的影响。比如，当你打开一个新的网页的时候，最容易点击的就是人气指数高的信息，因为这代表了大众的意愿和喜好。它的点击率高，说明它新奇，说明它够有趣，因此我也要尝试。大家看《馒头血案》，我也去看，大家都在说郭德刚的德云社，我也要了解……大家说好才算好，大家选的一定错不了。

更有甚者，我们不能容忍自己的落后和被时代抛弃。如果你身边所有的人都看过张钰的录像带了，而你根本不知道张钰何许人也；如果你身边所有的人都在说“我顶你个肺”，而你却误以为此话有语病；如果你没见过芙蓉姐姐“S”造型，那等待你的结局很可能就是被嘲笑为落伍和古董。这样被群体成员孤立，不仅会导致人际交往的障碍，还会影响到我们自身对于安全感的需要，让个体出现焦虑、担心的情绪体验，并且尽可能努力与群体保持一致。

媒体是聪明的，想出名的人也是聪明的。他们很好地利用着人们的从众心态，制造点击率，赢取知名度。而民众因为好奇而跟着别人学，也是为了不落后于群体，更倾向于那些引起众人关注的内容，如此循环，明星草根们粉墨登场，占据着大众的视线焦点。

二 SK-II 的小姐哭了 ——退货大潮

一提到 SK-II 事件，想必还在我们的脑海中留有印记。2006 年 9 月到 10 月，SK-II 的地位从天堂跌入了地狱。

事件起于 2006 年 9 月中旬，广东出入境检验检疫机构报告出 SK-II 品牌系列化妆品中检出禁用物质铬和钹。之后，宝洁公司宣布停售，进而接受顾客退货。而谁也没有料到，SK-II 事件后来会愈演愈烈。

最初，宝洁坚持其商品没有质量问题，而国家检疫机构的进一步结果也未出来，社会上弥漫着一种观望、担忧、无所措的紧张气氛，而广大消费者更是在没有确切答复的情况下焦灼等待。当宝洁宣布可以退货后，记者赶到现场采访，见到现场非常混乱和拥挤。记者随即采访一位宝洁员工。据她说，公司当天只安排了 6 个工作人员负责退货，却没想到上午就来了这么多人。楼道里和会议中心内人声鼎沸，粗略估算，不会少于 200 人。退货者或三五成群交流退货经过，或围堵工作人员。随后的一小时内，源源不断涌进前来退货的消费者。12 时 30 分时，拥挤的人群中有人在议论：“刚刚在这里敲章的宝洁公司小姑娘受不了大家的‘围攻’，哭了起来，现在已经被拉走了，又新过来了一个负责敲章的女孩。”下午 2 时半，记者再次来到退货现场，发现近百人的座位依然座无虚席，走廊、过道里的人群仍是摩肩接踵。随着时间推移，消费者与工作人员的冲突不断

升级，甚至有动手打架的趋势。工作人员不得已拨打了110，警察过来维持了一会儿秩序，情况才算好转。

从事出纳工作的杨小姐，带来了21瓶SK-II产品，其中就包括此次被查出问题的9种化妆品。杨小姐说：“产品是在徐家汇太平洋百货买的，一个月前感觉到自己脸上长痘痘，当时还以为是自己饮食的问题，看到新闻后就赶快来退货了。”

不但是退货现场十分混乱，宝洁公司在国内一些城市的分公司或者办事处还遭到了群众的攻击，甚至宝洁中国的网站也被黑客入侵导致瘫痪。

虽然SK-II事件经过了一个月的时间，最后尘埃落定，得到正名，然而这一品牌也许要经过一段寒冬才能够重新占据市场。很多业内人士将其当作一个“经典”的危机公关案例来剖析，似也无错。而抛开经济不说，从这次事件中，我们也能够发现人的盲从行为，也就是盲目的从众。

当初检结果公布后，人们并不是先等待进一步的检验结果出台，也不理会SK-II在香港或者新加坡等地区仍然获准销售的报道，而是跟从大多数人的做法——退货。即使是原先的忠实顾客，也不顾之前使用是否有效果，也不论是不是SK-II的FANS或拥趸，纷纷加入退货大潮。而媒体亦起着煽风的作用。各大媒体纷纷聚焦在宝洁公司的不合作、不理睬态度上，舆论的倾向十分明显，而这给本来就缺乏理性思考和透明消息的消费者火上浇油，对于商家的傲慢态度更加不满，甚至产生仇视的态度，最终导致网站被黑，办公场所被砸，员工被殴打等事件的发生。

人们对于负面消息有着天生的关注度和灵敏度，尤其是在局势不明的情况下，很容易跟风走，随着舆论的导向而进行判断。一方面是可了解的资源有限，另一方面也是因为从众的心态。既然自己搞不清楚状况，那干脆随大流，别人说什么就是什么。

从众是把双刃剑。大家的吹捧可以造就品牌的神话，众口铄金也会消灭品牌于无形。