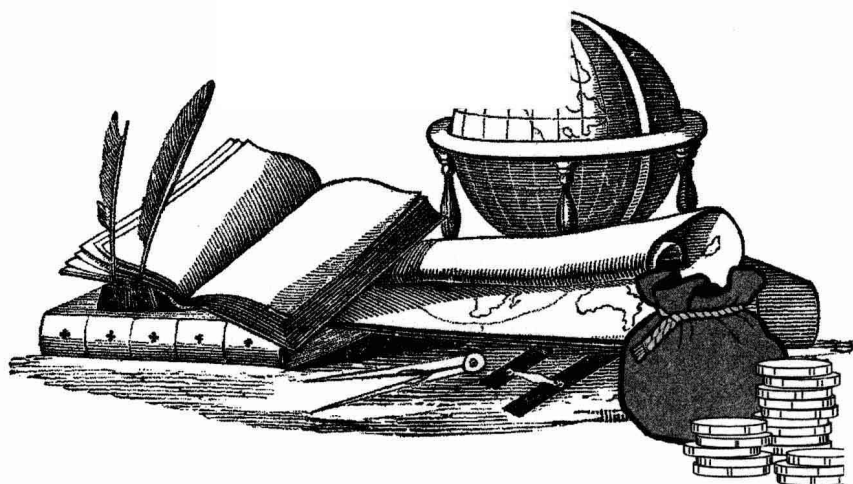


读懂人性和社会的第一本书

心理学定律与 经济学定律 大全集



叶枫 编著



中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

心理学定律与经济学定律大全集 / 叶枫编著. —北京: 中国华侨出版社, 2011.10

ISBN 978-7-5113-1755-1

I. ①心… II. ①叶… III. ①心理学—通俗读物 ②经济学—通俗读物
IV. ① B84-49 ② F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 192533 号

心理学定律与经济学定律大全集

编 著: 叶 枫

出 版 人: 方 鸣

责任编辑: 文 艾

封面设计: 李艾红

文字编辑: 胡宝林

美术编辑: 刘欣梅

经 销: 新华书店

开 本: 1020mm × 1200mm 1/10 印张: 44 字数: 750 千字

印 刷: 北京中创彩色印刷有限公司

版 次: 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 3 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-1755-1

定 价: 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发 行 部: (010) 58815875 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



庸的低速、低效率的状态中运转。经济学定律犹如一根“魔法棒”，指向哪里，哪里就会出现奇迹。

基于上述思想，本书分别从心理学和经济学角度着手，共辑选了近200个神奇而经典的定律，包括晕轮效应、洛克定律、木桶定律、奥卡姆剃刀定律、墨菲定律、互惠定律、马太效应、奥肯定律、测不准定律、羊群效应等。其中的每个定律都是千百年来世界最优秀心理学家、经济学家的思想和智慧的结晶，是经过千锤百炼、被实践反复验证的绝妙真理，也是我们必备的生存利器和成功法则。它们像一扇扇人类智慧的窗户，帮助我们看清复杂世界背后的真相，更深刻地认识人性和社会的本质，洞悉成功人生的方略，然后顺势而为，收到事半功倍之效；它们像人生道路上的一盏盏明灯，指引我们在黑暗中顺利前进，无须再遭受不必要的挫折和走不必要的弯路。总之，你会为拿到这本书而庆幸不已，它曾经改变过无数人的命运，如今，也将让你告别昨日乏味的生活，让你真正成为自己命运的主宰者。





上篇 心智成就梦想

——你不可不知的心理学定律

第一章 自我：从“心”开始，遇见未知的自己

皮尔斯定理：意识到无知，是知道的开始	3
晕轮效应：不要像看“日晕”一样看世界	5
控制错觉定律：我们总是会“自信地犯错”	6
不值得定律：别样的心态，别样的选择	8
权威效应：人微则言轻，人贵则言重	10
情绪定律：情绪影响一切	11
心理摆效应：人心也会像钟摆一样	13
情感宣泄定律：请给情感一个宣泄的窗口	15
禁果效应：越“禁”越“禁不掉”的心理	16
情绪转移定律：小心，坏情绪会传染	18
眼不见为净定律：只要看不见，就是干净的	20
自我宽恕定律：自己的错误总是可以原谅的	21
虚假同感偏差：“以己度人”未必可靠	23
周哈里窗理论：人心是一扇“窗”	25
补偿作用：弱点也是一种力量源	27
马斯洛理论：人是一种有欲求的动物	29

第二章 成功：“心法”才是真正的“方法”

王安论断：成功，始于果敢的决策	31
洛克定律：确定目标，专注行动	33
瓦拉赫效应：成功，要懂得经营自己的长处	35
木桶定律：抓最“长”的，不如抓最“短”的	37
艾森豪威尔法则：分清主次，高效成事	39
相关定律：条条大路通罗马，万事万物皆联系	41
奥卡姆剃刀定律：把握关键，化繁为简	43
墨菲定律：与错误共生，迎接成功	45
酝酿效应：灵感来自偶然，有时不期而至	47
基利定理：失败是成功之母	49
韦特莱法则：先有超人之想，才有超人之举	50
布利斯定理：凡事预则立，不预则废	52
吉格勒定理：有雄心才能成就梦想	54

南风法则：管理，温暖胜于严寒	130
横山法则：触发个人内在的自发控制，才是最有效的管理	132
表率效应：以身作则，一呼百应	134
吉尔伯特定律：人们喜欢为他们喜欢的人做事	136
参与定律：参与是支持的前提	137
德尼摩定律：先“知人”，再“善任”	139
鲑鱼效应：火车跑得快，全靠车头带	141

第六章 竞争：心战比力战更有效

零和游戏定律：“大家好才是真的好”	144
马蝇效应：激励自己，跑得更快	146
波特法则：有独特的定位，才会有独特的成功	148
权变理论：随具体情境而变，依具体情况而定	150
达维多定律：及时淘汰，不断创新	151
儒佛尔定律：有效预测，才能英明决策	154
费斯法则：步步为营，方可百战百胜	157
史密斯原则：竞争中前进，合作中获利	159
卡贝定律：放弃是创新的钥匙	161
罗杰斯论断：未雨绸缪，主宰命运	163

第七章 教育：教子有“心”，自然有“方”

期望定律：寄予什么样的期望，培养什么样的孩子	165
厚脸皮定律：孩子也有自己的“面子”	167
超限效应：再美妙的赞扬，久了也会腻	169
热炉法则：惩罚是孩子进步的阶梯	172
蔡加尼克效应：调动孩子渴求度，让孩子念念不忘	174
心理疲劳定理：孩子有时也会“心累”	176
跨栏定理：不经历风雨，怎能见彩虹	178
动机适度定律：给角色压力一个出口	181
詹森效应：教会孩子用平常心对待得失	183
情绪判断优先原则：“打是亲，骂是爱”是最大的谎言	185
角色效应：孩子，应扮演他自己的角色	188
德西效应：可以用奖励，但不可滥用奖励	190

第八章 两性：爱能否天长地久，心知道答案

吸引力法则：指引丘比特之箭的神奇力量	192
互补定律：各有所长，互相吸引	194
布里丹毛驴效应：真爱一个人，就不要优柔寡断	196
视觉定律：女人远看才美，男人近看才识	198
麦穗理论：不求最好的他（她），但求最适合的他（她）	200
虚人效应：爱就要勇敢地“乘虚而入”	202



第九章 生活：叩开心门，幸福其实并不难

酸葡萄甜柠檬定律：只要你愿意，总有理由幸福	204
因果定律：种下“幸福”，收获“幸福”	206
史华兹论断：“幸”与“不幸”，全在于你	208
罗伯特定理：走出消极漩涡，不要被自己打败	210
幸福递减定律：知足才能常乐	211
贝勃定律：珍惜多少，才真正拥有多少	214
杜利奥定律：拥抱热情，拥有快乐	217
古特雷定理：有希望，一切皆有可能	219
迪斯忠告：活在当下最重要	221
野马结局：不生气是一种修行	223
卡瑞尔公式：“绝处”可“逢生”	226
右脑幸福定律：幸福在“右脑”	228

下篇 经济就是生计

——你不可不知的经济学定律

第一章 经济：经济学是门经世致用的学问

公地悲剧：都是“公共”惹的祸	233
马太效应：富者越来越富，穷者越来越穷	235
经济过热理论：繁荣背后藏隐患	237
泡沫经济：上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂	239
集聚效应：集群发展，经济更上一层楼	242
测不准定律：越是“测不准”越有创造性	244
口红效应：经济危机中逆势上扬的商机	246

第二章 价值：“值不值”与“贵不贵”

钻石与水悖论：商品价值与稀缺有关	248
凡勃伦效应：只买贵的，不买对的	250
价格战理论：价格竞争是一把双刃剑	252
供需定律：游走于短缺与过剩之间	255
偏好理论：不同的偏好，不同的选择	257
替代效应：“稀缺”才能“稀罕”	259
价值规律：价值支配着价格的波动	261
首位效应：“首位”具有决定权	263
吉芬反论：越是涨价，越是需求	265
蛛网理论：跳不出的漩涡	267

第三章 决策：像经济学家一样思考

机会成本：鱼和熊掌不能兼得	270
羊群效应：别被潮流牵着鼻子走	272

沉没成本：难以割舍已经失去的，只会失去更多	275
最大笨蛋理论：你会成为那个最大的傻瓜吗	278
消费者剩余效应：在花钱中学会省钱	280
前景理论：“患得患失”是一种纠结	282
棘轮效应：由俭入奢易，由奢入俭难	284
配套效应：有一种“和谐”叫“配套”	287
长尾理论：今天的“冷门”将是明天的“热门”	289
小数法则：以“小”见“大”需理性	291

第四章 信息：“不懂信息，赶不上行市”

格雷欣法则：劣币驱逐良币与信息不对称	293
啤酒效应：信号在传递过程中被无限放大或缩小	296
蝴蝶效应：用“微小”信息成就高营业额	298
囚徒困境：信息不足，决策就会迷惘	301
名人效应：借名人信息扩大商品知名度	304
沉锚效应：成败就在于第一印象	306
逆向选择：非对称信息下的次优决策	309
沃尔森法则：能得到多少，取决于你知道多少	311
信息处理定律：不会处理信息就不会生存	314
冰山理论：实际存在的很多，而我们可见的太少	317
沸腾效应：临门一脚至关重要	319
霍布森选择效应：让人无可奈何的“假选择”	321
传播扭曲效应：信息传播的链条越长，信息越失真	324

第五章 效用：满意价值千金，效用因人而异

杠杆效应：找到支点，以小撬大	326
米格-25 效应：牌不在好坏，关键看你怎么打	328
边际效益递减：投入与付出未必成正比	332
人力资本理论：累积资本，做强自己	334
需要层次定律：需求是无止境的	336
幸福定律：幸福，就是别让欲望超出效用的范围	339
面子效应：面子不只是人情，也是经济效益	341
套裁效应：统筹兼顾，效用最大化	343

第六章 调控：操纵经济发展的看不见的手

乘数效应：一次投入，拉动一系列反应	345
拉动效应：经济在于“拉动”	347
外部效应：政府为什么发补贴	350
阿罗定理：少数服从多数不一定是民主	351
政府干预理论：“挖坑”可以带动经济发展	354
金融管制理论：管制是预防风险的重要途径	356
挤出效应：“挤进”、“挤出”由财政政策决定	357



第七章 经营：经营就是让价值最大化

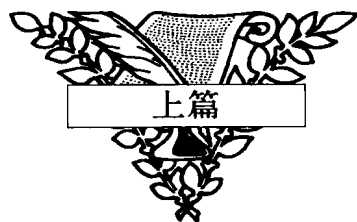
二八法则：抓住起主宰作用的“关键”	360
分粥规则：自私并不妨碍公平	363
犯人船理论：制度比人治更有效	365
公平理论：绝对公平是乌托邦	366
鲑鱼效应：让外来“鲑鱼”助你越游越快	368
X效率理论：总有一份难以言说的“X”在发挥效力	370
艾奇布恩定理：不要把摊子铺得过大	372
格乌司原理：在竞争中找准自己的“生态位”	375
诚信法则：人无信不立	378
古狄逊定理：聪明主管和笨主管的距离	380
拜伦法则：塑造“罗文”，把信送给“加西亚”	382

第八章 赚钱：富脑袋才有富口袋

内卷化效应：不断创新，避免原地踏步	385
比较优势原理：把优势发挥到极致	387
蜕皮效应：勇于挑战，不断超越	390
尼伦伯格原则：谈判，“损人利己”不如“利人利己”	394
72法则：找对时机，让资产翻倍	397
多米诺骨牌效应：莫让一次失败套走你所有的财富	399
250定律：每一位顾客都是上帝	403
王永庆法则：富翁是省出来的	405
雅格布斯定理：质量过硬，脚跟才站得稳	406
布里特定律：要推而广之，先广而告之	408
阿尔巴德定理：抓住顾客需求，才能赚到钱	410

第九章 消费：消费有讲究，否则被消费

收入效应：别让降价成为你购买的理由	413
折扣效应：低折扣背后，藏着高门槛	416
选择性供给效应：“最低消费”未必消费最低	419
价格歧视效应：价格“因人而异”	421
买单诡计论：理性消费，才是明智消费	423
奢侈品效应：享受有差别的生活	425



心智成就梦想

——你不可不知的心理学定律

第一章

自我：从“心”开始，遇见未知的自己



皮尔斯定理： 意识到无知，是知道的开始

【定律阐释】意识到自己的无知，才能进步。美国贝尔电话电报公司实验室著名科学家、“卫星通讯之父”约翰·皮尔斯说过：“意识到无知才使我们充满活力。”做人贵有自知之明，能看到自己的不足，才能弥补这一不足。

最大的智慧是看到自己的无知

在古希腊雅典的一个神庙里，有一道神谕，说世界上最聪明的人是苏格拉底。而苏格拉底却说：“我唯一知道的事，就是我什么也不知道。”之所以说苏格拉底是世界上最聪明的人，是因为他意识到了自己的无知。天下最大的智慧就是能意识到自己的无知。

这个世界上从不缺少妄自尊大的人，却缺少那些真正意识到自己无知的人。越是有智慧的人，越能看到自己的无知。一个自以为无所不知的人，却往往是个真正一无所知的人。

我国古代大思想家孔子曾说：“三人行，必有我师焉。”想想看，孔子本身就是一位老师，是一位智者，但他却并不认为自己无所不知，反而谦虚地认为自己还有很多不知道的东西，遇到的人中肯定会有自己的老师。不仅如此，孔子还说要“不耻下问”，意识到自己的无知是进步的起点，要真正取得进步就要靠不耻下问来填补自己的无知。大家都知道孔子一生收了不少徒弟，却不知他也拜了不少老师，只要他有不懂的问题就立刻向别人请教。也许，正是意识到自己的无知和拥有不耻下问的精神成就了孔子。

美国历史上颇有作为的总统——林肯也是如此。林肯的父亲是一个目不识丁的木匠，母亲是一位平庸的家庭主妇。而林肯却有着超凡的文笔、极强的处理事务和管理的能力。更让人吃惊的是，他一生中进学校的时间还不满一年。那他是如何获得那些学识和能力的呢？原来，林肯从小就能看到自己的无知，无论是农夫、商人、律师还是村儒学究，他都能从其身上学到很多知识和道理。他说：“每个人都可能做我的教师。”正是这种态度，让他不断积累知识，让他不断增强能力，最终成为美国的总统。

为人应谦虚。真正的谦虚，是在对自我进行清晰剖析后，意识到自己的无知而流露出



来的真实态度，而不是表面上做做样子。只有真正谦虚的人，才会得到别人真诚的建议，促进自己改正不足。

学海无涯，没有人是无所不知的。意识到自己的无知，并没有什么好丢脸的，反而是促进自己弥补无知的前提。无论你的人生的追求是什么，雄心壮志是什么，在达成这些之前，首先要把自己做好了。换句话说，只有先把自己做好了，才能达成你的人生追求、雄心壮志。

古语云：“修身、齐家、治国、平天下。”把修身放在最前面，就是因为这是以下几项的前提和根本。只有先修好身，才可达到齐家、治国、平天下的目标。修身修什么？首要的就是要意识到自己的不足，然后不断地去完善自己；意识到自己的无知，然后不断地去填补空白。如何修？就是要不断地自省。只有不断地进行自我反省，才能意识到自己的无知与不足。慎独，讲的也是这个道理。

人常说，活到老学到老，学无止境。不要让自大阻挡你前进的步伐。又有言曰：“大智若愚。”那些真正有大智慧的人，从不自以为是，而是处处都以“无知”的面目示人，能意识到自己的无知，谦虚待人，不耻下问。

人贵有自知之明

老子云：“知人者智，自知者明。”《孙子兵法》中有：“知己知彼，百战不殆。”说的都是一个道理：人要懂得看清自己，人贵有自知之明。那些有所作为的人，大多是有自知之明的人。如果你不想虚度自己的人生，就先从看清自己做起吧。

春秋时期，有一段时间越国政治混乱，兵力疲弱。作为“五霸”之一的楚庄王认为，这正是攻打越国的好机会，于是就要出兵讨伐越国。这时，有一个名叫杜子的人前来劝阻。他问楚庄王：“大王要攻打越国，为的是为什么？”楚庄王答：“因为越国现在政治混乱，兵力疲弱！”杜子听后，意味深长地说道：“一个人的智慧就好比人的眼睛，能够看清楚很远的地方，却始终无法看见自己的眼睫毛。自从大王的军队被秦国打败，楚国已经丧失了许多的国土，这是兵力疲弱；有人在国内造反，官吏却无法制止，这是政治混乱。目前，楚国兵弱政乱的情况与越国不相上下，而您还要出兵攻打越国，难道您就看不到自己的不足吗？”听了这一席话后，楚庄王立即取消了攻打越国的计划。

有很多人都像楚庄王一样，只看到别人的不足，却看不到自己的缺点。这样是很危险的，不自知的人很可能在战争中送命，在生活工作中失败。所以，无论何时都要谨记中国的那句古训：人贵有自知之明。

有一只乌鸦，看到老鹰总是能抓到羊吃，而自己也一样长着翅膀、尖嘴和爪子，于是它就想自己肯定也能抓到羊吃。可是，当它扑向羊的时候，不但没有抓到羊，还被羊角给扎死了。

不难看出，这只乌鸦犯的就是不自知的错，它并没有清楚地认识到自己和鹰的差别，只是想当然地认为鹰能做到的它也能做到，结果白白地送掉了性命。

其实，人无论在何时，处于何等的高位，都要做到有自知之明。应该说，越是处于高位，越要有自知之明，不要被别人的恭维蒙蔽了神志。

晕轮效应： 不要像看“日晕”一样看世界

【定律阐释】 晕轮效应，又称“光环效应”，由美国心理学家凯利提出，指人们看问题时，像日晕一样，由一个中心点逐步向外扩散成越来越大的圆圈，是一种在突出这一晕轮或光环的影响下而产生的以点带面、以偏概全的社会心理效应。

为什么我们会“爱屋及乌”

中国有句古话叫“爱屋及乌”，意思是如果爱一个人，连他家屋上的乌鸦都会喜爱。要知道，依我国传统文化，乌鸦是“不祥之鸟”，那么，为什么还会有“爱屋及乌”的现象呢？

其实，这就是晕轮效应的典型表现。无论在人际交往，还是认识事物时，人们常从对方所具有的某个特性而泛化到其他有关的一系列特性上，从局部信息形成一个完整的印象，即根据最少量的情况对别人或其他事物做出全面的结论。这实际上是个人主观推断泛化和扩张的结果。在晕轮效应影响下，一个人或事物的优点或缺点一旦变为光圈被扩大，其缺点或优点也就隐退到光圈的背后，被别人视而不见了。

下面，我们来看看博达列夫实验，亦证明同样的道理。

苏联学者博达列夫曾做过一个有趣的实验：在课堂上，他向两批学生出示同一张照片，告诉第一批学生这是一名罪犯，因杀人而入狱；告诉另一批学生这是一个物理学家，曾得过诺贝尔物理学奖。然后，他要求学生根据其形象描述其可能具有的性格。结果，第一批学生的评价都是贬义的，而第二批几乎全是赞美的。

再有，中国民间有句俗语：“情人眼里出西施”，说的是为爱慕之情所迷惑，觉得所爱女子无处不美。黄庭坚的诗“草茅多奇士，蓬华有秀色。西施逐人眼，称心最相得”，便是由这句古话而来的。情人在相恋的时候，很难找到对方的缺点，认为他（她）的一切都是好的，做的事都是对的，就连别人认为是缺点的地方，在双方看来也是无所谓的。这也是晕轮效应的表现。

心理学家认为，这种效应是由知觉者的情感引起的、对他人的一种主观倾向。由于我们在知觉他人时有一种情感效应，我们对他人的评价就容易出现偏差。这一偏差表现为当某人或某物被我们赋予了一个肯定的、令我们喜欢的特征之后，那么这个人就可能被我们赋予许多其他好的特征。反之，如果某人或某物存在某些不良的特征，那么，我们就会认为他其他的一切都是坏的。后者被称为“坏光环效应”，也被形象地叫做“扫帚星效应”。正所谓“一好百好，一恶百恶”，在生活中，“晕轮效应”与“扫帚星效应”经常发生，这些都是人类一种奇妙的内心反应。

理性人生，辩证对待心中的“光环”

客观上讲，晕轮效应是一把双刃剑，在实际应用中，我们要辩证地对待这顶“光环”。

既然我们知道晕轮效应是一种以偏概全的评价倾向，是个人主观推断泛化和扩张的结果。那么，在实际生活中，我们就要注意在评价自己的时候，要实事求是，考虑全面。当别人称赞你的时候，要保持头脑冷静，知道自己还有不足之处；当别人贬低你的时候，也不要自暴自弃，要知道自己还有可取之处，真实客观地看待自己，避免出现以偏概全而导致的错误。

同时，我们可以利用晕轮效应为自己创造有利条件。下面，我们先来看一下麦哲伦是



如何利用晕轮效应成功地获得西班牙国王卡洛尔罗斯的帮助的。

在哥伦布航海成功后，为表明自己与投机者或骗子不同，麦哲伦在觐见国王时特地邀请了当时著名的地理学家路易·帕雷伊洛同往。帕雷伊洛将地球仪摆在国王面前，历数了麦哲伦航海的必要性及种种好处。结果，卡洛尔罗斯国王果然被说服了，麦哲伦成功地得到资助，进行了环绕地球一周的航行。然而，在麦哲伦等人结束航海后，人们发现了他对世界地理的认识及他所计算的经纬度有诸多偏差。

可见，卡洛尔罗斯国王之所以资助麦哲伦，并不是因为麦哲伦本人或帕雷伊洛的劝说内容，只是因为他认为帕雷伊洛作为专家，其建议一定值得信赖。所以，适当地运用晕轮效应，有助于我们积极地发展。

此外，在认识或接触其他人和事物的时候，晕轮效应的负面影响会给人的心理带来很大的障碍。

普希金是俄国著名诗人，当他遇到被公认为“莫斯科第一美人”的娜坦丽时，为她的美丽而心动，以至于疯狂地爱上了她。在普希金眼里，一个漂亮的女人也必然有非凡的智慧和高贵的品格。然而，事实并非如此。他们结婚后，普希金每次把自己的诗读给娜坦丽听时，她总是不耐烦地捂着耳朵说：“不听！不听！”相反，她总是要普希金陪她游玩，参加晚会、舞会。普希金为了她放弃了诗歌创作，弄得债台高筑，甚至还为了她与别人决斗而牺牲了生命。

通过普希金的故事，我们要明白，在现实生活中，千万不能让“一俊遮百丑”蒙蔽了我们的双眼和理智。对一个人或事物，不要急于下判断，不要以偏概全，要做全面的了解，避免“晕轮效应”的偏差。

正如著名文学家陀思妥耶夫斯基所言：“倘若你想征服全世界，你就得先征服自己。”请辩证地对待我们心中的“光环”，理性地走出精彩的人生！

控制错觉定律： 我们总是会“自信地犯错”

【定律阐释】 控制错觉定律，由于人们平常的生活都可以用自己的能力来支配，所以把这种错觉扩展到偶然性的事件上。

彩票真的是自己选就容易中吗

日本有一家保险公司，发了一批头奖500万美元的彩票。然后，每张彩票以1美元的价格卖给自己的职工。其中，一半彩票是买主自己挑选的，另一半彩票则是卖票人挑选的。到了抽奖那天的早晨，公司专门派调查人员找那些买彩票的人，并对他们说自己的朋友想买彩票，希望他们能转让出来。那么，他们会以多高的价格来出售自己的彩票呢？

关于前面的彩票问题，很多朋友会觉得两者的售价肯定不一样。没错，最后的结果是：不是自己挑选彩票的人平均每张彩票的售价是1.96美元，而自己挑选彩票的人平均每张彩票的售价则是8.16美元。原因就在于，自己选彩票的人相信自己的中奖率一定较高。

其实，这就涉及心理学上的控制错觉定律，即对于彩票等非常偶然的事件，人们也以为自己的能力可以支配。但客观上来讲，偶然性的事件是受到概率支配的。比如，你扔硬币1000次，正面和反面的概率一定都非常接近50%。但是哪一次是正面，哪一次是背面，是偶然的、不可预测的。



那么，回到最前面买彩票那个例子。实际上，别人给你买和你自己买，从概率上看，中奖的可能性是完全一样的。尽管从理论上人们都应该知道这个道理，可是到了实际操作中，大家往往还是认为自己“精心挑选”的彩票中奖的可能性更高一些。这可能是由于日常生活中的主要行为都能靠我们的努力和训练加以控制，所以就将这种意识错误地推及所有事，包括那些偶然性事件。

再如，我们掷骰子时，胜负完全是偶然的，与自己的技术和能力毫无关系。当有人想掷出“双六”的时候，心中就在想“六、六、六”，随之口中也小声地唠叨出来，甚至不知不觉地用手逐渐加力捏骰子。可事实上，结果完全是偶然的，与这些附加的动作毫无关系。只是人们潜意识里觉得自己越努力，结果越容易如愿。

心理学家曾做过这样一个实验：他们给大学生一些钱，让他们来做掷骰子的赌博。结果发现，大多数学生都是在掷骰子之前下的赌注大。这是为什么呢？因为学生们都觉得靠自己的努力能使骰子按自己的意愿转动。不过，这根本没有任何逻辑上的依据，只是人们的错觉而已。

了解了控制错觉定律，我们便不难理解：为何赌博游戏会吸引很多人，甚至不少人为此倾家荡产也难以自拔。这些，都需要我们在日常生活中提高警惕。

错觉：该克服时要克服，该运用时要运用

实际生活中，人们很容易产生各种各样的错觉。我国古书《列子》中曾有这样一个有趣的记载：

孔子东游，见两儿辩斗，问其故。一儿曰：“我以日始出时去人近，而日中时远也。一儿以日初出远，而日中时近也。”一儿曰：“日初出时大如车盖，及日中则如盘盂，此不为远者小而近者大乎？”一儿曰：“日初出沧沧凉凉，及其日中如探汤，此不为近者热而远者凉乎？”孔子不能决也。两小儿笑曰：“孰谓汝多知乎？”

这里所讲的近如“车盖”，远似“盘盂”，就是错觉现象。简单地说，错觉是指不符合刺激本身特征的错误的知觉经验。它与幻觉或想象不一样，因为它是对应于客观的和可靠的物理刺激的，只是似乎我们的感觉器官在捉弄我们，尽管这样的捉弄自有其道理。再如，飞行员在海上飞行时，海天一色，找不到地标，经验不够丰富者往往因分不清上下方位，产生“倒飞错觉”，造成飞入海中的事故，亦是同理。此外，在一定心理状态下也会产生错觉，如惶恐不安时的“杯弓蛇影”、惊慌失措时的“草木皆兵”等。

关于错觉产生的原因虽有多种解释，但迄今都没有完全令人满意的答案。客观上，错觉的产生大多是在知觉对象所处的客观环境有了某种变化的情况下发生的；主观上，错觉的产生可能与过去经验、情绪以及各种感觉相互作用等因素有关。

同时，外在因素也会引起我们的错觉。曾有一个实验，有人分别从富裕家庭和贫困家庭挑选10个孩子，让他们估计从1分到50分（美元）硬币的大小。实验发现，来自贫困家庭的孩子比来自富裕家庭的孩子要高估硬币的大小，尤其是5分、10分和25分值硬币。而当硬币不在眼前只靠记忆估测或者把硬币换成相同大小的硬纸板时，则高估情况会急速降低。这个实验形象地证实了在不同家庭环境中形成的态度和价值观对知觉有不可忽略的影响力。

不过，错觉虽然奇怪，但不神秘，研究错觉的成因有助于揭示客观世界的规律。

一方面，可以通过控制消除错觉对人类实践活动的不利影响。例如前述的“倒飞错觉”，研究其成因，在训练飞行员时增加相关的训练，便可有助于消除错觉，避免事故的发生。

另一方面，我们还可以利用某些错觉为人类服务。人们能够通过控制错觉来获得期望的效果。建筑师和室内设计师常利用人们的错觉来创造空间中比其自身看起来更大或更小的物体。例如一个较小的房间，如果墙壁涂上浅颜色，在屋中央使用一些较低的沙发、椅

子和桌子，房间会看起来更宽敞。美国宇航局为航天项目工作的心理学家们设计的太空舱内部的环境，使之在知觉上产生一种愉快的感觉。电影院和剧场中的布景和光线方向也常被有意地设计，以产生电影和舞台上的错觉。

不值得定律： 别样的心态，别样的选择

【定律阐释】 不值得定律，指不值得做的事情，就不值得做好。一个人如果在做一件自认为不值得做的事情，往往会抱着冷嘲热讽、敷衍了事的态度，不仅成功率低，而且即使成功，也不觉得有多大的成就感；如果在做自认为值得做的事情，就会感到快乐，并认为每一个进展都很有意义。

“值得”与“不值得”，都是心的距离

世界著名指挥家伦纳德·伯恩斯坦，年轻时向美国最有名的作曲家、音乐理论家柯普兰学习作曲，附带学习指挥技巧。可就在作曲方面的造诣炉火纯青的时候，他的指挥才能被当时纽约爱乐乐团指挥发现，他被力荐担任纽约爱乐乐团常任指挥。结果，他一举成名，在近30年的指挥生涯中，几乎成了爱乐乐团的名片。然而，他并不认为自己非常成功，始终受着“我喜欢创作，却在做指挥”矛盾的折磨……

从伯恩斯坦的事例可以看出，在人们的眼中，他是出色的，成功的；但在自己的眼里，他并不是成功的。因为他的大半辈子都活在苦恼和矛盾之中，甚至最后还带着深深的遗憾告别了人世。

这就给予我们一个深深的启示：“值得”与“不值得”，距离有多远，就在于我们的内心如何衡量。正如心理学中不值得定律所阐述的那样，一个人如果在做一件自认为不值得做的事情，即使成功，也不觉得有多大的成就感；如果在做自认为值得做的事情，则会认为每一个进展都很有意义。

如今，不少年轻人得到一份工作后，都渴望证实自己的优秀，但因认为简单小事不值得做，从而失去了很多展示自己价值和走向成功的契机。

美国通用电气公司前总裁杰克·韦尔奇曾说：一旦你产生了一个简单而坚定的想法，只要你不停地重复它，终会将之变为现实。年轻人本来就心高气盛，认为自己一开始工作就应该得到重用，就应该得到丰厚的报酬，因此往往会对手头上的琐碎工作不满，动不动就兴起“拂袖而去”的念头。一位先知说过：“无知和好高骛远是年轻人最容易犯的错误，也是导致频繁失败的主要原因。”其实，小事也好，大事也好，都是我们内心价值观的一种判断，我们不妨听听比尔·盖茨的劝告：“年轻人，从小事做起吧，不要在日复一日的幻想中浪费年华。”

还有，李嘉诚当初为了开创自己的大事业，离开舅舅的钟表公司独自闯荡。然而，他并不像如今很多年轻人那样浮躁，而是从小事做起，在打工中循序渐进，一点一点地开创事业的新局面，终于，成就了一代富豪的庞大产业。

那么，究竟哪些事值得做呢？通常，这要取决于3个因素。

第一，价值观。一般来说，只有符合我们价值观的事，我们才会满怀热情去做。

第二，现实的处境。同样一份工作，在不同的处境下去做，给我们的感受也是不同的。例如，在一家大公司，如果你最初做的是打杂跑腿的工作，你很可能认为是不值得的。可是，一旦你被提升为领班或部门经理，你就不会这样认为了。



第三，个性和气质。比如，在企业中，让成就欲较强的员工单独或牵头完成具有一定风险和难度的工作，并在其完成时给予及时的肯定和赞扬；让依附欲较强的员工更多地参与到某个团体中共同工作；让权力欲较强的员工担任一个与之能力相适应的主管。同时要加强对企业目标的认同感，让员工感觉到自己所做的工作是值得的，这样才能激发员工的热情。

明白了这个道理，做事或作选择时，我们会理性地对待内心的“值得”与“不值得”。

选择要理性，面对要积极

不值得定律让我们明白：智者，应理性地对待心里的那把尺子，在众多选择中，要认清哪些事情是最重要的、值得做的，然后竭尽全力，把这些值得做的事情做好；反之，那些没有意义、不值得做的事情，干脆不要做。

世界著名编剧家贝尔西蒙的每部剧作都堪称经典，很多人都认为他有着过人的才能或智慧。其实，在写每一个剧本之前，他都会先问自己：若能将这个剧本中每一个角色都表现得淋漓尽致，又保持故事的原则性，那这个剧本究竟会有多好呢？说白了，答案只有3种：一是“很好”，值得花费2年的心血去深入构思创作；二是“还行吧”，但是像鸡肋，没太大意思，不值得耗费太多的精力；最后则是“垃圾、俗套”，根本不值得一写。也正是因为这种做事前认真考虑是否值得做的习惯，贝尔西蒙才能不为不值得做的事浪费时间，从而将有限的精力全部投入值得做的事业中，最终取得成功。

还有，20世纪著名的探险家约翰·戈达德的传奇经历，也是来自一幅他认为值得实践的世界地图。

在约翰8岁生日那天，慈爱的爷爷送给了他一生中最宝贵的财富：一幅被翻得卷了边的世界地图。正是因为这张地图，他的灵魂找到了归宿。

在15岁时，少年约翰·戈达德写了一本励志的自勉书《一生的志愿》。他宏大的愿望令人叹为观止：要去尼罗河、亚马逊河与刚果河探险；驾驭骆驼、野马、大象与鸵鸟；读完柏拉图、亚里士多德与莎士比亚的所有著作；写一本书；谱一首乐曲；为非洲的孩子们筹集100万美元的捐款；拥有一项发明专利……

这本包含了作者127项目标的书，让大部分人看得热血沸腾，可真要说到实践，人们往往会望而却步。可约翰·戈达德不同，他一生的宏愿也像少年时的誓言一样笃定不变。随着这本书的出版，他开始了把梦想变成现实的漫长旅途。尼罗河、乞力马扎罗山……这些梦想的地方一次次在他脚下展开。40年后，年老的他完成了《一生的志愿》中的106个愿望。这本《一生的志愿》成了他“一生的成就”。

所以，在生活中，我们要明确自己的人生目标和价值观，找到我们在社会中的坐标，找到心中的那把标尺，遇到那些“芝麻绿豆”的小事，就没必要大动干戈，以免浪费生命；当遇到了真正值得做的事，就应该像贝尔西蒙和约翰·戈达德那样，坚持下去，尽全力去实现它，只有这样才能取得伟大的成功。