

人类社会千百年思想和智慧的结晶

超值白金版

29.80

murphy's law

# 墨菲定律

世界上最有趣最有用的定律

李原 编著



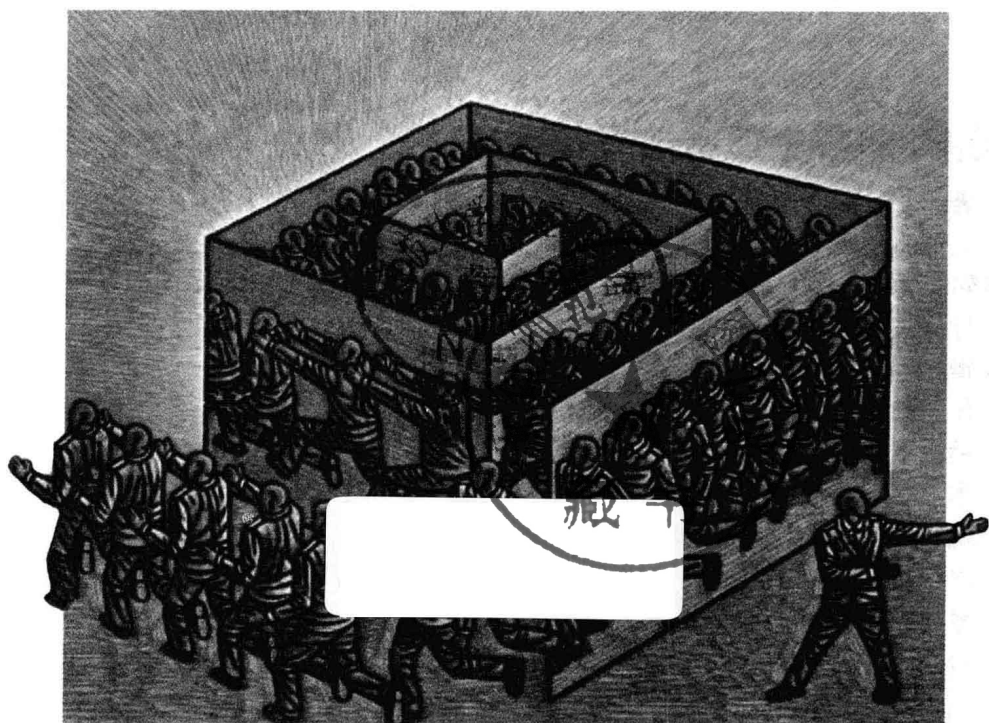
隐藏在事物表象之下的定律像一扇扇智慧的窗户，帮助我们看清楚复杂世界背后的真相，更深刻地认识人性和社会的本质，洞悉成功人生的方略，从而顺势而为，收到事半功倍之效；它们又像人生道路上的一盏盏明灯，指引我们在黑暗中顺利前进，无须再遭受不必要的挫折和走不必要的弯路。

中国华侨出版社

# 墨菲定律

世界上最有趣最有用的定律

李原 编著



中國華僑出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

墨菲定律：世界上最有趣最有用的定律/李原编著. —北京：中国  
华侨出版社，2013.5

ISBN 978-7-5113-3577-7

I. ①墨… II. ①李… III. ①成功心理—通俗读物 IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 094346 号

## 墨菲定律：世界上最有趣最有用的定律

---

编 著：李 原

出 版 人：方 鸣

责任编辑：茶 靡

封面设计：凌 云

文字编辑：李 鹏

图文制作：北京东方视点数据技术有限公司

经 销：新华书店

开 本：1020mm×1200mm 1/10 印张：44 字数：704 千字

印 刷：北京嘉业印刷厂

版 次：2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5113-3577-7

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

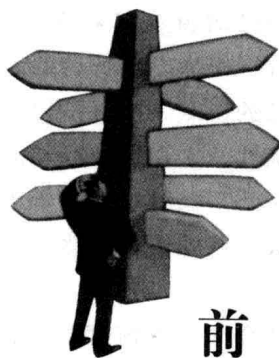
发 行 部：(010)58815875 传 真：(010)58815857

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。



## 前言

世界是纷繁复杂的，很多事情我们虽然习以为常，但并不了解其真相，我们需要用一些理论来揭示事物运行的逻辑规律，推演命运发展的因果关系。我们更需要用一些理论来指导我们的生活和工作，以使我们的生活更加美好，工作更加顺利。

世界上有许多神奇的人生定律、法则、效应，运用这些神奇的理论，我们能洞悉世事，解释人生的诸多现象，更重要的是，这些理论能指导我们如何去做，如何去改变我们的命运。不管你是否知道这些定律法则，这些法则和定律都在起着决定性的作用——只是我们很少去关注它们。古今中外，那些伟大的成功者，都深谙这些法则与定律的奥妙所在。无论我们是谁，无论我们从事什么职业，我们都需要知道这些法则和定律。

为什么很多人感觉自己工作很尽力，却没有达到预期的效果或者收效甚微？这个问题可以用二八法则来解释：通常我们所做的工作 80% 都是无用功，只有 20% 是产生收效的。如何避免这种情况的发生？二八法则告诉我们，要把主要精力放在 20% 的工作上，让其产生 80% 的收效。

此外，我们还可以用奥卡姆剃刀定律来分析和解决这个问题。奥卡姆剃刀定律认为，在我们做过的事情中，可能绝大部分是毫无意义的，真正有效的活动只是其中的一小部分，而它们通常隐含于繁杂的事物中。找到关键的部分，去掉多余的活动，成功就由复杂变得简单了。

为什么很多人情绪低迷，毫无斗志，乃至平庸一生？这个问题可以用马蝇效应来解释和解决。马蝇效应认为，没有马蝇叮咬，马就会慢慢腾腾，走走停停；如果有马蝇叮咬，马就不敢怠慢，跑得飞快。也就是说，人是需要一根鞭子的，只有被不停地抽打，才不会松懈，才会努力拼搏，不断进步。这根鞭子是压力，是挫折和困难，是危机意识。这一解释不仅适用于个人，同样也适用于企业管理。

为什么同样的两件商品放在一起，一件标价 100 元，另一件标价 1000 元，反而 1000 元的那件商品畅销？这个问题可以用凡勃伦效应来解释。凡勃伦效应认为，一件商品的价格定得越高，就越能受到消费者的注意与青睐。其实，消费者购买这类商品的目的，并不仅仅是为了获得直接的物质满足和享受，更大程度上是为了获得心理上的满足。凡勃伦效



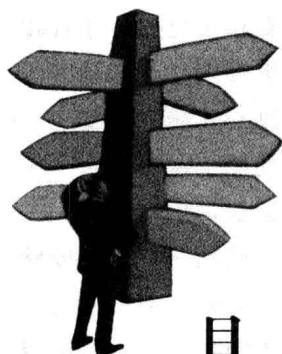
应同时告诉我们：不要被事物的外表所蒙蔽，要警惕事物的华而不实，防止花费与收益出现严重偏差。

为什么算命先生有时说得那么准？难道他们真的有未卜先知的能力吗？当然不是。这个问题可以用巴纳姆效应来解释：人常常迷失在自我当中，很容易受到周围信息的暗示，并把他人的言行作为自己行动的参照，常常认为一种笼统的、一般性的人格描述十分准确地揭示了自己的特点。也就是说，算命先生所说的话一般是共性的，即这些话对谁说都能有一定的准确性。人在那种特殊的情况下，就会在无形中把被说中的部分扩大了，所以会感觉很准。对此，巴纳姆效应告诉我们：要认识你自己，要相信你自己，树立科学的人生观，才不会被一些骗子所迷惑。

.....

本书中共介绍了破窗理论、彼得原理、手表定律、羊群效应、二八法则、木桶定律、凡勃伦效应、蝴蝶效应等 200 多个最经典的人生定律、法则、效应。在简单地介绍了每个法则或定律的来源和基本理论后，就如何运用其解释人生中的现象并指导我们的工作和生活等进行了重点阐述，是一部可以启迪智慧、改变命运的人生枕边书。

这些定律、法则、效应风靡全世界，无论是做人还是做事，都是成功人士所必知的。只要认真阅读此书，相信你一定会有所收获。你也可以利用这些神奇的法则、定理来驾驭你的一生，它将助你改变命运。



# 目 录

## 第一章 人性的弱点和优点

皮尔斯定理：意识到无知，是知道的开始 .....	1
晕轮效应：不要像看“日晕”一样看世界 .....	2
控制错觉定律：我们总是会“自信地犯错” .....	4
不值得定律：别样的心态，别样的选择 .....	5
权威效应：人微则言轻，人贵则言重 .....	7
情绪定律：情绪影响一切 .....	9
心理摆效应：人心也会像钟摆一样 .....	10
情感宣泄定律：请给情感一个宣泄的窗口 .....	12
禁果效应：越“禁”越“禁不掉”的心理 .....	13
情绪转移定律：小心，坏情绪会传染 .....	15
眼不见为净定律：只要看不见，就是干净的 .....	17
自我宽恕定律：自己的错误总是可以原谅的 .....	18
虚假同感偏差：“以己度人”未必可靠 .....	20
周哈里窗理论：人心是一扇“窗” .....	22
补偿作用：弱点也是一种力量源 .....	24
马斯洛理论：人是一种有欲求的动物 .....	25

## 第二章 成功学的秘密

王安论断：成功，始于果敢的决策 .....	28
洛克定律：确定目标，专注行动 .....	30
瓦拉赫效应：成功，要懂得经营自己的长处 .....	32
木桶定律：抓最“长”的，不如抓最“短”的 .....	34
艾森豪威尔法则：分清主次，高效成事 .....	36
相关定律：条条大路通罗马，万事万物皆联系 .....	38
奥卡姆剃刀定律：把握关键，化繁为简 .....	40
墨菲定律：与错误共生，迎接成功 .....	42
酝酿效应：灵感来自偶然，有时不期而至 .....	44
基利定理：失败是成功之母 .....	46





韦特莱法则：先有超人之想，才有超人之举 .....	48
布利斯定理：凡事预则立，不预则废 .....	49
吉格勒定理：有雄心才能成就梦想 .....	51
保龄球效应：成功始于定位 .....	53
培哥效应：高效记忆，事半功倍 .....	54
杰奎斯法则：不要试图一口气吃成胖子 .....	56
登门槛效应：步步为营，借力使力 .....	57
借口定律：不为失败找借口，只为成功找方法 .....	59

### 第三章 职场行为学准则

蘑菇定律：新人，想成蝶先破茧 .....	63
自信心定律：出色工作，先点亮心中的自信明灯 .....	65
青蛙法则：居安思危，让你的职场永远精彩 .....	66
鸟笼效应：埋头苦干要远离引人联想的“鸟笼” .....	68
鲁尼恩定律：戒骄戒躁，做笑到最后的大赢家 .....	71
链状效应：想叹气时就微笑 .....	74
反馈效应：你的沉默，会让他人很不安 .....	76
拆屋效应：不要拒绝自以为不可能完成的任务 .....	78

### 第四章 生存竞争法则

零和游戏定律：“大家好才是真的好” .....	81
马蝇效应：激励自己，跑得更快 .....	83
波特法则：有独特的定位，才会有独特的成功 .....	85
权变理论：随具体情境而变，依具体情况而定 .....	87
达维多定律：及时淘汰，不断创新 .....	88
儒佛尔定律：有效预测，才能英明决策 .....	91
费斯法则：步步为营，方可百战百胜 .....	94
史密斯原则：竞争中前进，合作中获利 .....	96
卡贝定律：放弃是创新的钥匙 .....	98
罗杰斯论断：未雨绸缪，主宰命运 .....	100

### 第五章 人际关系学定律

首因效应：先入为主的第一印象 .....	103
刺猬法则：与人相处，距离产生美 .....	105
投射效应：人心各不同，不要以己度人 .....	107
自我暴露定律：适当暴露，让你们的关系更加亲密 .....	109
刻板效应：别让记忆中的刻板挡住你的人脉 .....	110
互惠定律：你来我往，人情互惠 .....	112



换位思考定律：将心比心，换位思考 .....	114
古德曼定律：没有沉默，就没有沟通 .....	116
需求定律：欲取先予，以退为进 .....	118
相悦定律：喜欢是一个互逆的过程 .....	119
钥匙理论：真心交往才有共鸣 .....	121
沉默的螺旋：如何有效表达自己不离群 .....	123
海格力斯效应：冤冤相报不如以德报怨 .....	125
完美笑话公式：笑话是种救世主式的力量 .....	126

## 第六章 经济学效应

公地悲剧：都是“公共”惹的祸 .....	130
马太效应：富者越来越富，穷者越来越穷 .....	132
经济过热理论：繁荣背后藏隐患 .....	133
泡沫经济：上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂 .....	136
集聚效应：集群发展，经济更上一层楼 .....	138
测不准定律：越是“测不准”越有创造性 .....	141
口红效应：经济危机中逆势上扬的商机 .....	143
乘数效应：一次投入，拉动一系列反应 .....	144
拉动效应：经济在于“拉动” .....	146
外部效应：政府为什么发补贴 .....	149
阿罗定理：少数服从多数不一定是民主 .....	151
政府干预理论：“挖坑”可以带动经济发展 .....	153
金融管制理论：管制是预防风险的重要途径 .....	155
挤出效应：“挤进”、“挤出”由财政政策决定 .....	156

## 第七章 决策中的学问

机会成本：鱼和熊掌不能兼得 .....	160
羊群效应：别被潮流牵着鼻子走 .....	162
沉没成本：难以割舍已经失去的，只会失去更多 .....	165
最大笨蛋理论：你会成为那个最大的傻瓜吗 .....	168
消费者剩余效应：在花钱中学会省钱 .....	170
前景理论：“患得患失”是一种纠结 .....	172
棘轮效应：由俭入奢易，由奢入俭难 .....	174
配套效应：有一种“和谐”叫“配套” .....	177
长尾理论：今天的“冷门”将是明天的“热门” .....	179
小数法则：以“小”见“大”需理性 .....	181





## 第八章 信息决定成败

格雷欣法则：劣币驱逐良币与信息不对称 .....	184
啤酒效应：信号在传递过程中被无限放大或缩小 .....	187
蝴蝶效应：用“微小”信息成就高营业额 .....	189
囚徒困境：信息不足，决策就会迷惘 .....	192
名人效应：借名人信息扩大商品知名度 .....	196
沉锚效应：成败就在于第一印象 .....	197
逆向选择：非对称信息下的次优决策 .....	200
沃尔森法则：能得到多少，取决于你知道多少 .....	202
信息处理定律：不会处理信息就不会生存 .....	205
冰山理论：实际存在的很多，而我们可见的太少 .....	208
沸腾效应：临门一脚至关重要 .....	210
霍布森选择效应：让人无可奈何的“假选择” .....	213
传播扭曲效应：信息传播的链条越长，信息越失真 .....	216

4

## 第九章 创造财富的秘诀

内卷化效应：不断创新，避免原地踏步 .....	218
比较优势原理：把优势发挥到极致 .....	220
蜕皮效应：勇于挑战，不断超越 .....	223
尼伦伯格原则：谈判，“损人利己”不如“利人利己” .....	227
72 法则：找对时机，让资产翻倍 .....	230
多米诺骨牌效应：莫让一次失败套走你所有的财富 .....	233
250 定律：每一位顾客都是上帝 .....	237
王永庆法则：富翁是省出来的 .....	239
雅格布斯定理：质量过硬，脚跟才站得稳 .....	241
布里特定律：要推而广之，先广而告之 .....	242
阿尔巴德定理：抓住顾客需求，才能赚到钱 .....	244

## 第十章 效用理论

杠杆效应：找到支点，以小撬大 .....	247
米格-25 效应：牌不在好坏，关键看你怎么打 .....	249
边际效益递减：投入与付出未必成正比 .....	253
人力资本理论：累积资本，做强自己 .....	255
需要层次定律：需求是无止境的 .....	257
幸福定律：幸福，就是别让欲望超出效用的范围 .....	260
套裁效应：统筹兼顾，效用最大化 .....	263



## 第十一章 管理学原理

二八法则：抓住起主宰作用的“关键” .....	265
分粥规则：利己并不妨碍公平 .....	268
犯人船理论：制度比人治更有效 .....	270
公平理论：绝对公平是乌托邦 .....	271
鲑鱼效应：让外来“鲑鱼”助你越游越快 .....	273
X效率理论：总有一份难以言说的“X”在发挥效力 .....	275
艾奇布恩定理：不要把摊子铺得过大 .....	277
格乌司原理：在竞争中找准自己的“生态位” .....	280
诚信法则：人无信不立 .....	283
古狄逊定理：聪明主管和笨主管的距离 .....	285
拜伦法则：塑造“罗文”，把信送给“加西亚” .....	287

## 第十二章 经营学法则

破窗效应：千里之堤，溃于蚁穴 .....	290
华盛顿合作定律：团队合作不是简单的人力相加 .....	292
彼得原理：晋级升迁，不是爬不完的梯子 .....	293
帕金森定律：组织机构的死敌 .....	296
酒与污水定律：莫让“害群之马”影响团队发展 .....	298
雷尼尔效应：用“心”留人，胜过用“薪”留人 .....	300
赫勒法则：有监督才有动力 .....	302
例外定律：该放手时放手，该授权时授权 .....	304
乔治定理：杰出的团队离不开顺畅的沟通 .....	306
奥格威法则：善用强人，成就伟业 .....	308
苛希纳定律：用人之妙不在多，而在精 .....	310
南风法则：管理，温暖胜于严寒 .....	311
横山法则：触发个人内在的自发控制，才是最有效的管理 .....	313
表率效应：以身作则，一呼百应 .....	315
吉尔伯特定律：人们喜欢为他们喜欢的人做事 .....	316
参与定律：参与是支持的前提 .....	318
德尼摩定律：先“知人”，再“善任” .....	320
鲑鱼效应：火车跑得快，全靠车头带 .....	322

## 第十三章 两性关系的秘密

吸引力法则：指引丘比特之箭的神奇力量 .....	325
互补定律：各有所长，互相吸引 .....	327
布里丹毛驴效应：真爱一个人，就不要优柔寡断 .....	329
视觉定律：女人远看才美，男人近看才识 .....	331



麦穗理论：不求最好的他（她），但求最适合的他（她） .....	333
虚人效应：爱就要勇敢地“乘虚而入” .....	334

## 第十四章 家庭教育定律

期望定律：寄予什么样的期望，培养什么样的孩子 .....	337
自尊定律：孩子也有自尊心 .....	339
超限效应：再美妙的赞扬，久了也会腻 .....	340
热炉法则：惩罚是孩子进步的阶梯 .....	344
蔡加尼克效应：调动孩子渴求度，让孩子念念不忘 .....	346
心理疲劳定理：孩子有时也会“心累” .....	348
跨栏定理：不经历风雨，怎能见彩虹 .....	349
动机适度定律：给角色压力一个出口 .....	352
詹森效应：教会孩子用平常心对待得失 .....	355
情绪判断优先原则：“打是亲，骂是爱”是最大的谎言 .....	357
角色效应：孩子，应扮演他自己的角色 .....	359
德西效应：可以用奖励，但不可滥用奖励 .....	361

## 第十五章 消费与价格的规律

钻石与水悖论：商品价值与稀缺有关 .....	363
凡勃伦效应：只买贵的，不买对的 .....	365
价格战理论：价格竞争是一把双刃剑 .....	367
供需定律：游走于短缺与过剩之间 .....	370
偏好理论：不同的偏好，不同的选择 .....	372
替代效应：“稀缺”才能“稀罕” .....	374
价值规律：价值支配着价格的波动 .....	376
首位效应：“首位”具有决定权 .....	378
吉芬反论：越是涨价，越是需求 .....	380
蛛网理论：跳不出的旋涡 .....	382
收入效应：别让降价成为你购买的理由 .....	384
折扣效应：低折扣背后，藏着高门槛 .....	388
选择性供给效应：“最低消费”未必消费最低 .....	390
价格歧视效应：价格“因人而异” .....	392
买单诡计论：理性消费，才是明智消费 .....	394
奢侈品效应：享受有差别的生活 .....	396

## 第十六章 生活法则

酸葡萄甜柠檬定律：只要你愿意，总有理由幸福 .....	399
因果定律：种下“幸福”，收获“幸福” .....	401



史华兹论断：“幸”与“不幸”，全在于你 .....	403
罗伯特定理：走出消极漩涡，不要被自己打败 .....	404
幸福递减定律：知足才能常乐 .....	406
贝勃定律：珍惜多少，才真正拥有多少 .....	408
杜利奥定律：拥抱热情，拥有快乐 .....	411
古特雷定理：有希望，一切皆有可能 .....	413
迪斯忠告：活在当下最重要 .....	415
野马结局：不生气是一种修行 .....	417
卡瑞尔公式：“绝处”可“逢生” .....	420
右脑幸福定律：幸福在“右脑” .....	422



## 第一章

# 人性的弱点和优点

### 皮尔斯定理：意识到无知，是知道的开始

#### 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，为的是什么呢？”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

### 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”

### 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

### “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