

人性弱點

避免落入陷阱的
84 條金科玉律

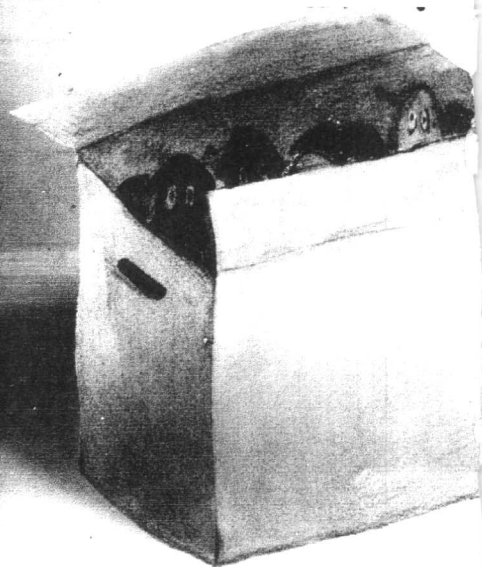


拆開精心設計的假性包裝
自衛、自主又自在！

多湖輝◆著 吳正和◆譯

人性弱點

避免落入陷阱的
84條金科玉律



拆開精心設計的假性包裝
自衛、自主又自在！

多湖輝◆著 吳正和◆譯

人性弱點

作 者	多湖輝
譯 者	吳正和
發 行 者	新路出版有限公司
發 行 人	王紹庭
出 版 者	園丁生活房
	台北縣三重市重安街 102 號 8 樓
	電話：(02)2978-9528 · (02)2978-9529
	傳真：(02)2978-9518
郵撥帳號	18939001 新路出版有限公司
出版登記	局版台省業字第 301 號
總 經 銷	旭昇圖書有限公司
	台北縣中和市中山路二段 352 號 2 樓
	電話：(02)2245-1480
	傳真：(02)2245-1479
印 刷	久裕印刷事業股份有限公司
出 版	2001 年 7 月初版
定 價	170 元

本書如有缺頁、誤裝，請寄回更換

序言

多湖輝

近數年來，我一直擔任民營電視台的廣告宣傳審查工作。由經驗得知，通常在問到諸如「當前社會中，什麼人最關心人類的心理？」之類的問題時，毋庸置疑地，被問者一定會答以「電視廣告製作人」。因為最近的電視廣告，製作上無一不是直指著人類心理的微妙處，因而才導致人們有此看法。

電視廣告的目的當然在促銷商品，不過近來有些電視廣告的製作手法極為巧妙，讓人在乍見初聞之下，幾乎嗅不出一點宣傳的氣息。不僅如此，他們還挖空心思使廣告本身引人入勝，以期在潛移默化中達到促銷的目的。事實上，廣大的兒童觀眾群寧願看有趣的電視廣告，而不願看粗製濫造的電視節目。

序言

其實，上述的現象就隱含有對人類心理弱點的利用，經過精心設計的電視廣告都具有很耐看性。人們在重覆觀賞之餘，會在不知不覺中對之產生親切感，一旦產生親切感，

相對地便會減弱對它的批判力。於是，人們不會有被迫去買的感覺，反而會高高興興地自動購買其所促銷的商品。

我們不妨檢視近來號稱銷售量驚人的商品廣告，從中的確可以發現到這種策略的運用。舉例來說，近來最具代表性的廣告型態，乃是起用歐美電影明星，製作出風景影片式的廣告劇本。出現在畫面上的人物現出微微一笑即可，有的根本不提商品名稱，有的只在最後一語帶過。

這一類型的電視廣告，的確有其討人喜愛之處。它不但能迅速刺激人們的情緒，且可以把人帶入歡樂的氣氛中。問題是，這一類的廣告往往使人在觀賞之餘，不知不覺中對隱含於廣告背後的製作者意圖，和對相關事實之認知等產生偏差，舉例來說吧，委由電視廣告促銷的企業，其規模之大小，在消費者的印象中與實際的情況之間，往往有著極大的差距。

不僅電視廣告如此，在我們的日常生活之中，到處都見到這一類的認知偏差。如果不能認清這些偏差而妄自行動的話，就很可能在意想不到之處掉入泥淖而不克自拔。更糟的是，我們往往在掉入泥淖之後，仍未能自覺。因為，通常人的感情和行為是受隱藏於內心深處的主觀意識所控制的。所以，若欲避免掉入危險的泥淖中，首先就該瞭解

人類的心理基本結構。

其中最成問題的，就是人際關係中的心靈活動。我們知道，人類的生活可以用人際關係涵蓋之，因此，在瞭解自己與他人雙方的思想結構之後，才能認清人類心理的弱點所在，同時才能在如此複雜而又糾纏不清的現代社會中生存下去。

本書旨在由感情、慾望、態度、行爲、意願等各方面，去探究人類因疏忽所易產生的最具代表性心理弱點，並儘可能一一舉出對策來。同時儘量就近舉例說明一些在工作、家庭、學校、朋友、異性關係等各種場合中，所容易產生的對事實認知上的「偏差」，不論這些偏差之產生是有意或無意的，總之希望讀者諸君在讀了本書之後，都能隨時注意避免陷入一些他人刻意造成的心理陷阱。

「論語」有云：「過而不改，是謂過矣」，希望賢明的讀者從此都具有「不二過」、不落入同一陷阱的睿智。

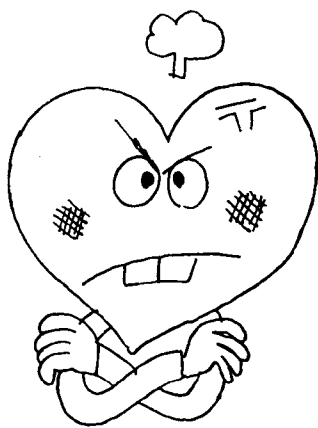
目錄

序言

第一章	感情的陷阱	1
	爲何人們總會有“情人眼裏出西施”的錯覺	
第二章	慾望的陷阱	33
	人爲什麼總是要隱藏自己的慾望呢	
第三章	態度的陷阱	61
	人爲何總是輕易地受欺瞞	
第四章	行爲的陷阱	101
	人們爲什麼總是被流行牽著鼻子走	
第五章	意願的陷阱	155
	人們爲什麼會顯得毫不起勁	

一 感情的陷阱

——爲何人們總會有“情人眼裏出西施”的錯覺



1. 如果老實地把笑話或俏皮話當成「玩笑」去接受它，你可能因疏忽了對方的強烈敵意或反感，而遭受強力的反擊。

《玩笑的陷阱》

大多數的讀者應該還記得一件事：日本在位最久的前首相佐藤榮作，在卸任前所舉行的最後一次記者招待會進行之際，竟把新聞記者由會場上趕出去，這事一時成為轟動的大話題。平日，首相對於記者於報導新聞時，老是對自己的發言加以扭曲，惡意曲解的事，早就抱著反感。一般認為，首相此一驅逐記者之舉，是其最後的「權力行使」。某記者在當日的新聞中報導說，最初首相還對新聞記者大開玩笑，後來竟當了真，這真是誰也預想不到的事。總之，首相此一最後的雷霆之怒，真是驚人，比女人的歇斯底里還有過之而無不及。

其實，若就人類心理的結構觀之，這不是什麼不可思議的事。因為，人人都有一種當反感與怒氣越是增加，就越要把它們包藏起來的傾向。就佐藤氏的情形而言，他一定早已對新聞記者的態度，憋了一肚子氣。也許常常恨得牙癢癢地，巴不得即刻饗以老拳，但以一國首相之尊，是不容許他這樣做的。縱非如此，即使就一個人該有的修養而言

，他必須把所有的不悅吞入肚裏去。但這樣的抑制自有個限度，而以玩笑來岔開不悅的方式，可能就是突破此一限度前的一個臨界點。所以，他在表面上雖然好像若無其事地開玩笑（極具社會性的事情），其實在下意識之中，他極欲毆人（極爲反社會性的行爲）。我想，在記者會上如果觀察仔細的話，一定可以察覺到開著玩笑時的佐藤，其表情必透著些僵硬的。

記得，日本江川卓棒球選手於利用「空白的一日」而決定加入巨人隊之後，在記者招待會上，也表現出與佐藤氏一樣的態度。我在電視中看到，他在記者招待會上一開口就說些俏皮話，然後說：「好吧，今天彼此都要保持冷靜」。果然，不一會兒，江川選手就神色不悅地離席而去。由日本佐藤前首相和江川選手的事例中，我們可以學習到一件事。那就是，玩笑、談諧往往是強烈的敵意或反感的前奏。千萬不要天真地掉入「如實接受玩笑」的陷阱。

2. 對成功之可能性懷有不安時，預料失敗並設下最後的預防線之舉，有時反而使人遠離成功。

《預防線的陷阱》

寶塚歌劇團的台柱明星——鳳蘭小姐曾對某週刊雜誌說過：「沒想到我能有幸進入寶塚，跟我同期應考的人，每一位不論歌或舞都很出色呢！」寶塚的入團考試競爭率極高，且極困難，這早已是公開的定論，然而連公認資質頂尖的鳳小姐也說得這樣沒有自信，聽起來真令人吃驚，更叫人難以相信。

我想鳳小姐作此言時，心中一定是暗懷自信的，其所以有此言，也是可以理解的。因爲，考試是很難說的事，即使實力雄厚的人，也有可能落榜。鳳小姐如果自信滿滿去考，心中絲毫沒有可能失敗的準備的話，萬一不幸落選，那一記重擊所造成的殺傷力將難以估算。所以，鳳小姐才寧可抱著「反正是不行的……」或「落選是應該的……」的心理去應試，如此一來，果真不幸落選，所能產生的打擊也可以降低至最低。

由此可知，當人們對預期成功的可能性懷有不安時，爲緩和遭遇失敗之際所可能遭受的打擊，乃有降低目標水準，以及預測失敗的舉措，這是一種避免使自己掉入不快狀況的「防衛機制」。人不僅於應考時可能產生此種心理，在日常生活中，往往也能遭遇到這種經驗。例如，人們在面對熱烈期盼的第一次約會時，心中的忐忑不安是在所難免的，在焦灼難安之際，當事者往往會生起一種「對方果真會來嗎？」的念頭。我們可以把這種念頭解釋爲，要使自己能坦然面對萬一期盼落空時的一種心理準備。

不記得是那一本小說中的主人翁，說過如下一句話：「不對任何事物抱有期望的人是幸福的，因為他們不會有失望的痛苦。」這句話的意思也在說明：降低目標的水準，將可以減少失敗的可能。有的父母爲了避免因自己的過度期盼加重應考孩子的心理壓力，乃對考試一事故意裝出一付不關心的模樣，甚至視那迫在眼前的考試爲一種禁忌，提都不去提它，這實在是過猶不及之舉，爲避免緊張，乃降低目標之水準——此種權宜舉措有時會招致反效果。因爲人的心情一旦鬆懈，也就失去鞭策上進的原動力，如此一來，人就可能隨即怠惰下去。前面所引的那句話，其實是一種反諷。所以，過度的保護自己，反而會造成負面的效果。

不過，如果是自己特意去降低目標水準的話，那又另當別論。這種「盡人事而聽天命」的態度，可使人不致因承受不了失敗的壓力而崩潰，其作用有如安全閥。

3. 不能適當地承受他人的憤怒或不悅的話，將會加深事態的嚴重性。

《遷怒的陷阱》

每當家庭主婦談及她們對丈夫的不滿時，常提到的一件事就是，做丈夫的老是把工作上的不愉快帶回家來。譬如當丈夫被上司責備，或受部屬的頂撞時，回到家來通常仍

帶著一肚子火，這時家中大小就成了丈夫的出氣筒，稍不注意，便會惹得丈夫大發雷霆，要不然就會見到丈夫沉著臉悶聲不響，家中氣氛乃降至冰點。家庭主婦常慨嘆，早上高高興興送丈夫出門，晚上却看著丈夫一肚子火回家來。人們常說：「女人心海底針」，這是指女人的善變，誰知丈夫的心情才更善變呢！當然，這只是妻子們對丈夫的一種牢騷而已。其實心理上的微妙變化，豈有男女之別呢！

在人際關係上，人們有其不能率性而爲之處，譬如當一方激起另一方的憤怒時，這被激怒的一方或因礙於情勢，只好強忍下這口氣來。但這口氣憋在心中確實難受，所以，只要能找到可以發洩的對象，便會一股腦地把它發洩出去，大致說來，關係最密切的夫妻，就是彼此發洩滿腔不白冤氣的最好對象。在外面惹來的怒氣如果能適當地在家中得以紓解的話，家庭的和諧就得以保持，此當非過言。如果不能讓這一股無處宣洩的怒氣在家中紓解的話，恐怕它只好在「外面」的別處去宣洩了。

現在我們言歸正傳，在心理學上，我們把當人不能將被激的怒氣或憎惡之感直接發洩於對方，而必須將之壓抑於下意識之中時，會轉而向其他的人或物去尋求，以滿足其不滿的慾望，就稱之爲「替換」。簡言之，這種心理上的作用，就是一種「遷怒」。譬如，做兒子的不敢表現出對父親的憤恨，却藉著對母親的出言不遜來發洩其怒氣。又如

，做哥哥的在學校受人欺負，回到家中就分青紅皂白地欺負弟弟，這些都是典型的例子，據弗海依德的說法人在夢中也會出現這種心理作用。譬如一個人平日極端恨一個長得像豬似難看的女子，恨不得殺之而後快，而這個人在夢中便殺了一頭豬。據解析，這是將其平日受壓抑的憎惡情緒，以安全的方式加以替換，藉之以紓解其鬱結的情緒。

總之，這是一種事前迴避的防衛機制，爲了避免發生與對方直接衝突的危險，於是而有適當的遷怒行爲。弗洛伊德認爲，當暴力式的攻擊受制止，於是轉而用言語攻擊的行爲，也稱爲「替換」。力不能勝乃轉而逞口舌之能，這也可以說是紓解鬱結情緒的方法之一。

4. 始而不贊成，繼之才贊成，比一開始就贊成更令對方印象深刻。

《再評估的陷阱》

經常觀看電視劇的話，就可以發現到電視劇的情節往往有大同小異之處。這些情節的模式之一就是，一開始就與主角立於敵對立場的人物，經種種波折之後，終於和主角和解了。這種模式最常見於戀愛劇中。例如，一開始就反對女兒婚事的父親，到最後終於點頭贊成。諸如此類的情節最受觀眾喜愛，人們幾乎百看不厭。原因大概是它正好掌

握住人性的癥結所在吧！

這兒有一項有意思的心理學實驗。實驗者讓四組人對某人各做不同的人物評語，然後看該人對那一組人所下之評語最有好感。第一組人對此人始終極力稱讚。第二組人則正好相反，對之只有否定的評語。第三組人一開始加以讚美，接著逐漸加以非難。第四組人則一開始給予否定的評語，最後才加以稱讚。實驗者用了好多人爲對象進行試驗，所得的結果是，絕大多數的應試者，都對最後才給予自己好評的第四組人有好感。

換言之，一開始對自己不懷好意，以後才修正過來，接受自己，這種人比自始至終都對自己有好感的人，更能令我有好感。的確，一開始給予負面評價，接著才轉爲正面評價這件事，更具有一種強烈的再評估的魅力，因爲它更能讓人體會到評估本身的真正滋味。反之，始終稱讚自己的人，總令人不由得有一種「葫蘆中不知賣什麼膏藥」之感，總使人有一種不能置信的感覺。

戲劇中最喜歡運用這一項心理法則。當一個最初對主角不抱好感的人，最後終於改變觀念去喜歡他時，會令觀眾有皆大歡喜之感，而這種角色也最具魅力。具有此等情節的戲劇當然因之而大受歡迎。

這是由負而正的一反舊觀心理，所以有皆大歡喜之感，反之，雖同屬一反舊觀的心

理，却是由正而負之轉變的話，結果又將如何呢？根據上述的實驗得知，先受讚美，接著又受責難，這對人而言，毋寧是一種極大的打擊。所以，第二組人和第三組人比較之下，前者比後者較不受人厭惡，亦即，人們寧願自始至終受批評，也不願在嚼碎了糖衣之後，去嚐那包裹在糖衣裏的苦藥。

總之，中途變卦的批評，總是比始終一貫的評估更能使人產生較大的喜悅或震驚。

5. 哭或笑的情緒表達，有加強一個人原有的悲喜程度之傾向。

《情緒表達的陷阱》

我們只要看看小孩子的情緒表達方式就可以明白的。舉例來說吧！一個孩子因跌倒而哭了，也許他並沒有疼得非哭不可，不過一旦哭出聲來，他會被自己的哭聲嚇一跳似地，哭得更大聲。哭著哭著，即使跌倒的吃驚和疼痛已經消失了，他還是會哭個不停。在大人之中也常可以見到類似的現象。譬如在向朋友傾吐自己的傷心事時，往往越說越傷心，起先也許只是抽抽嗒嗒地嗚咽著，越來越控制不住，終於像決了堤的河水一樣地號泣不止。不僅哭的情形如此，笑的情形也一樣，人一旦笑出聲來，就會越笑越覺得好笑，以致於笑個不停。