

r o l f



r e b e r

读好玩的 日常心理学

77个心理学技巧教你更好地理解生活

think like a
psychologist

77个心理学技巧，全方位助你：
更好地懂得自己
打造超受欢迎的自己
成为站上职场巅峰的自己
实现事业、爱情两得意的自己

[瑞士] 洛夫·雷伯 著
蔡慈哲 译



《明镜》周刊最受欢迎的心理学专栏！
覆盖生活中人人切身的心理学问题！
最轻松、最幽默、最实用的懒人心理学读本！
告诉你如何把人生变得更简单！

龍門書局

[瑞士] 洛夫·雷伯 著 蔡慈哲 译

读点好玩的 日常心理学

77个心理学技巧教你更好地理解生活

龍門書局

北 京

著作权登记号: 01-2010-5031

版权所有 翻印必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

邮购电话: 010-64034160

图书在版编目(CIP)数据

读点好玩的日常心理学: 77个心理学技巧教你更好地理解生活 / (瑞士) 雷伯著; 蔡慈哲译. —北京: 龙门书局, 2010

ISBN 978-7-5088-2702-5

I. ①读… II. ①雷… ②蔡… III. ①心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第205625号

责任编辑: 郝明慧 周伟 / 封面设计: 后声设计工作室

KLEINE PSYCHOLOGIE DES ALLTÄGLICHEN by Rolf Reber

Copyright © Verlag C.H. Beck oHG, München 2009

This Simplified Chinese edition published by arrangement with Science Press

Chinese language edition arranged through HERCULES Business & Culture GmbH, Germany

译本授权: (台湾) 英属维京群岛商高宝国际有限公司台湾分公司

龙 门 书 局 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

www.longmenbooks.com

中国科学院印刷厂印刷

科学出版社总发行 各地新华书店经销

*

2010年11月第 一 版 开本: 32 (900 × 1245)

2010年11月第一次印刷 印张: 7 3/4

字数: 102 200

定价: 29.80 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

序

该如何在恰当的时机说“不”？为什么流言总是让人百口莫辩？为什么我们常常将事情拖到最后一刻？如果知道人为什么会习惯拖拖拉拉，不立刻动手处理手上的事情，我们就可以弥补这个缺点，让大家在更小的压力之下，完成更多的事情。在这本书中，我尝试回答这类与心理学有关的日常生活小问题，并引用科学研究进行佐证。

科学实验与我们常常听到的说法有什么不同呢？以前念书的时候，我总想读遍应付大考的重要书籍与文章。但该从何开始，我根本毫无头绪，却反倒沉溺于《明镜》周刊（德国著名杂志——编注）中文情并茂的报道。我们只能靠意志力让自己静下心来，啃蚀艰涩难懂的文献，这些话都是老生常谈了。尽管我也下决心要身体力行，却一再发现我的意志力总是格外

软弱。科学实验会通过不同的研究变量进行比对，试图找出办法，来达成我们想做的事情。正如“越具体的计划越好”一章进一步的说明，康斯坦茨大学的研究人员发现，如果我们能精确具体地规划在哪个时间点做哪些事情，就更能够落实计划。光说“我今天下午要坐下来读书”是不够的，“今天下午两点要坐下来，研读关于幼儿时期发展的那个章节”，这才足以展现企图心。这个方法不会创造什么奇迹，但却比单凭我们的意志力能完成更多的事情。

本书中的一些研究，目的在于了解会对我们日常生活造成阻碍的思考模式、感受模式及行为模式。这份认知可以帮助我们以更有效的方式经营每一天。有别于其他著作承诺读者拥有全新的生活，本书谈的是一些能带来正面效应的小小改变。而不带偏见地看待研究结果则左右着我们对此的体认。可惜，就像我们在关于托儿所的研究中所看到的一样，当这些洞见与我们自身的信念背道而驰时，我们往往容易产生抗拒

的心理。然而，唯有我们好好去了解那些挑战我们信念的新发现，并抱持开放的态度，我们才能够体认到自身思考上的不足，进而改变我们的行为。

本书不以无谓的学术理论和技术论述来解释这些研究，而着重于日常生活的实例。借此由衷希望能以现代心理学为基础，与大家分享一些令人着迷的看法。最后，希望本书能给读者带来阅读乐趣。

CONTENTS | 目 录

序

1. 沟通心理学

1. 可以让我先印吗，因为我必须复印？ /3
2. 得寸进尺的“卡门”技巧 /6
3. 如何在冲突中减少损失？ /9
4. 不存在的关联 /12
5. 无可避免的偏见 /14
6. 偏见如何影响我们的行为？ /17
7. “揶揄”不是人人都能懂 /20
8. 我的笑话才不冷 /22

2. 爱情心理学

9. 焦虑是爱情的催化剂 /27
10. 恋爱的逻辑 /29
11. 第一印象为何令人难忘？ /31
12. 美女通常比较亲切？ /33

- 13. 我们的感觉可靠吗? /36
- 14. 一加一大于二? /39
- 15. 四种婚姻杀手 /41
- 16. 个人期望对记忆的影响 /44

3. 育儿心理学

- 17. 胎教真的有效? /49
- 18. 镜中身影与同理心 /52
- 19. 结束得漂亮, 一切就圆满 /54
- 20. 托儿所有益无害? /56
- 21. 战斗机飞行员的养成与儿童教养 /60
- 22. 奖赏的恶性循环 /63
- 23. 每次、偶尔或是从来不? /65
- 24. 有效的惩罚原则 /69
- 25. 由内在动机引导 /72
- 26. 目睹暴力就会变得暴力吗? /75
- 27. “大家都觉得酷!” /77

4. 学习(与忘记)的心理学

- 28. 遗忘的残酷 /83
- 29. 时间少, 次数多, 效果好! /86

- 30. 用阿基米德的方法学习，好吗？ /88
- 31. 人类与蟑螂的旁观者效应 /90
- 32. 垃圾资讯的影响 /92
- 33. 选择题的负面效应 /94
- 34. 想记下来就先理解 /96
- 35. 加油添醋的记忆 /100
- 36. 结束后就忘光了 /102

5. 工作场合的心理学

- 37. 请照我说的去做 /107
- 38. 别低估环境的影响力 /110
- 39. 流言飞语的生产过程 /112
- 40. 谣言的永久杀伤力 /115
- 41. 被偷走的想法 /118
- 42. 预言事业运：电脑比笔迹专家高竿 /120
- 43. 小组合作 = 太棒了！叫别人做 /122
- 44. 脑力激荡，但是要用对方法 /126

6. 商业心理学

- 45. 总是太过美好的计划 /131
- 46. 深思熟虑反而更不满意 /134

- 47. 选择多不一定好 /136
- 48. 天气好，股票涨？ /139
- 49. 事后诸葛的偏误 /142
- 50. 数字无能，画面无敌 /145
- 51. 安于现状的人性 /148
- 52. 自信流畅的谎话胜过吞吞吐吐的实话 /150

7. 宗教与道德的心理学

- 53. 相信上帝，划算吗？ /155
- 54. （不）仁慈的撒马利亚人 /158
- 55. 我以为你都知道 /161
- 56. 值得为之丢脸的公众利益 /164
- 57. 双手洗净了，罪恶感也消失了？ /167
- 58. 不曾到来的世界末日 /170
- 59. 面对死神，让人变得保守 /174

8. 运动、休闲与健康的心理学

- 60. 这样做就能成为世界第一 /179
- 61. 我们是因为开心而微笑吗？ /182
- 62. 让铜牌得主比银牌得主开心的“违实思考” /184
- 63. 封面人物的诅咒 /187

- 64. 比“假期”本身更美好的是？ /190
- 65. 无知之耻 /193
- 66. 谋杀、胃癌，哪个几率比较高？ /197
- 67. 如何与阿尔茨海默病患者相处？ /199

Q “我”的心理学

- 68. 星座专家的准确率 /203
- 69. 星座预言总是很准？ /205
- 70. 别再去想“白熊”！ /208
- 71. 别急着吃棉花糖 /211
- 72. 越具体的计划越好 /215
- 73. 说做就做的魔力 /217
- 74. 创造物品的新功用 /220
- 75. 别高估金钱带来的快乐 /222
- 76. 正向心理学的“秘密” /224
- 77. 长岁也长智？ /228

Von Mensch zu Mensch

沟通心理学

可以让我先印吗，因为我必须复印？

得寸进尺的“卡门”技巧

如何在冲突中减少损失？

不存在的关联

无可避免的偏见

偏见如何影响我们的行为？

“揶揄”不是人人都能懂

我的笑话才不冷

①. 可以让我先印吗，因为我必须复印？

念书的时候，我是国际象棋棋社的社员。当时，一个新进的社员赢得冠军，得以参加世界大赛。我和社里的一位成员聊到这件事，这位社友说：“他现在能够参加世界大赛，哪天搞不好还可以去参加‘银河大赛’呢。”我猛点头说：“对啊。”后来才想到自己那副煞有其事点头的样子有多蠢。那时我不自觉地想着，我大概是唯一一个这么漫不经心的人，这让我非常的懊恼。

一直到我偶然发现了哈佛大学心理学家兰格（Ellen Langer）的实验。她针对一个日常的生活情境进行了研究：每当有人走近复印机时，就会有一个人走过来问，他能不能先印几张。兰格的实验对象刚好都是想要复印的人，而且“很幸运地”为研究付出了贡献而不自知。兰格先对三组中的第一组实验对象提出她的请求，但没说明理由：“不好意思，我要印五张，能

不能让我先印？”

第一组至少有 60% 的实验对象善意地让询问者先印。第二组实验对象听到的理由陈述如下：“不好意思，我要印五张，急着要，能不能让我先印？”一般而言，赶时间是很正当的理由。所以，有 94% 的实验对象也答应了请求。接下来，兰格对第三组说：“不好意思，我要印五张，能不能让我先印，因为我必须复印？”以这句“因为我必须复印”来当理由当然毫无意义。尽管如此，仍然有 93% 的实验对象会让兰格先使用复印机，这和第二组的比例几乎相当。显然是“因为”这个词发挥了作用，实验对象普遍相信请求者会有一个好理由，所以没再仔细听下去。

复印五张需要的时间比较短，但如果将五张换成二十张，实验对象会有什么反应呢？20 世纪 70 年代的复印机运作还很耗时，复印的速度非常慢。所以，印二十张是很花时间的。实际上，在复印二十张的前提下，实验对象会比较注意听其表明理由。如果赶

时间，有 42% 的人会退让。如果没有说明理由或者只给出一个必须复印这类含糊的理由，就只有 24% 的实验对象愿意让。

如果一件事情对我们不怎么重要时，就特别容易出现这种漫不经心的情况。要从我们口袋里骗出一大笔钱似乎很不容易，但要骗我们花点小钱在根本就不想要的东西上却轻而易举。说话的时候，如果谈话的内容和我们没有直接的利害关系，我们通常都只用一只耳朵听。所以，难免会出现一听到人家说参加“银河大赛”就猛点头的情况。

2. 得寸进尺的“卡门”技巧

你的邻居赶着要去菜摊，但家里刚好没零钱，所以过来跟你借十欧元。你把钱借他，过两天邻居也还给你了。过了六个礼拜，这位邻居订了比萨必须付现金，又过来问你可不可以借二十欧元。三天后，他还了这笔钱。接着就是三十欧元、五十欧元。当他第五次跟你借钱的时候，你还是无法拒绝。这次的额度到了一百欧元。如果他从一开始就开口借一百欧元，你一定会拒绝。这就是手段，先从小钱开始，让对方无法说不，再慢慢将胃口放大。如果十欧元愿意借，又怎么会拒绝借二十欧元？如此一来会使对方更难以拒绝。到了第三次，金额变成三十欧元。慢慢会让人感觉不舒服，毕竟一般人都愿意在别人紧急时伸出援手，但可不想一再借钱。

这个手段叫做“卡门”技巧：如果一只脚已经卡