

目錄

前言	3
----------	---

第一章 認知思維：發現你的優點和缺點

01 巴納姆效應 • Barnum effect 人貴自知卻難自知	14
02 達克效應 • Dunning - Kruger effect 別將你的無知當聰明	18
03 瓦拉赫效應 • Wallach effect 發現自己的優勢點並充分放大	22
04 聚光燈效應 • Spotlight effect 別把自己看得太重要	26
05 霍布森選擇效應 • Hobson's choice effect 沒有對比的選擇寧可扔掉	30
06 布里丹之驢效應 • Buridan's ass 影響你發展的 <u>不是運氣，是猶豫</u>	34
07 糖果效應 • Delayed gratification <u>延遲滿足的人都是人生大贏家</u>	38
08 木桶原理 • Cannikin Law <u>克服人生「短板」，你就是強者</u>	42

第二章 目標思維：決定你走多遠的關鍵指標

09 目標效應 • Target effect <u>知道自己去哪兒，全世界都會為你讓路</u>	48
10 洛克定律 • Locke's Law <u>目標重要，實施目標的步驟更重要</u>	53
11 跳蚤效應 • Fleas effect <u>不盡地為牢，你可以跳得更高</u>	58
12 蔡加尼克效應 • Zeigarnik effect <u>增強目標感，別讓你的努力半途而廢</u>	62
13 布利斯定律 • Bliss's Law <u>有計劃的行動更容易到達終點</u>	66
14 二八定律 • Pareto principle <u>把時間和精力用在 20% 的關鍵事情上</u>	70
15 不值得定律 • Unworthy Law <u>學會改變，讓不值得的事情變得值得</u>	76
16 目標置換效應 • Goals replacement effect <u>不要讓高明的手段迷惑了目標</u>	80

第三章 團隊思維：一棵樹長成一片森林的秘密

17 安泰效應 • Aetna effect <u>離開了團隊，你或許甚麼都不是</u>	86
---	----

18	苛希納定律 • Krishna Harsh Law 極簡思維，用最少的人做最多的事	90
19	共生效應 • Symbiotic effect 與優秀的人合作，你會變得更優秀	94
20	非零和效應 • Non - zero - sum Effect 良好的團隊合作以雙贏為目的	97
21	旁觀者效應 • Bystander effect 責任不清的團隊永遠沒有競爭力	101
22	波克定理 • Paucker Theory 無摩擦便無磨合，從爭辯中實現無障礙溝通	105
23	史密斯原則 • Smith's rule 與競爭對手除了硬碰，還有合作	108

第四章 情緒思維：別讓負面心態影響你的未來

24	野馬結局 自控情緒，是幫你實現目標的綜合能力	114
25	羅森塔爾效應 • Pygmalion effect 優秀的人士都會不斷給自己積極的期望和暗示	119
26	詹森效應 • Jansen effect 別讓焦慮、緊張情緒在關鍵時刻成為絆腳石	124
27	拍球效應 • Bounce ball effect 成長需要壓力，但也要懂得解壓	128
28	卡瑞爾公式 接受最壞的情況，追求最好的結果	133
29	情緒 ABC 理論 • ABC Theory of Emotion 從積極的角度看問題，收穫不一樣的心情	137

第五章 格局思維：決定你上限的不僅是能力

30	瓦倫達效應 • Karl Wallenda Effect 成功者都是能笑看成敗的內心強大者	144
31	韋奇定律 非凡成就，離不開正確而堅定不移的信念	149
32	態度效應 • Effect of attitude 像善待自己一樣善待生活	154
33	轉換理論 • Conversion Theory 做「反對者」，不做老好人	158
34	南風效應 • South Wind Law 優秀人士都具備「溫性」思維	163
35	隧道視野效應 • Tunnel Vision 目光放遠，才能看到更好的自己	166
36	福克蘭定律 • Falkland's Law 靜待時機，風車從不跑去找風	170

第六章 互惠思維：良好的人際關係從互惠互利開始

37	首因效應 • Primacy effect 初次見面，用技巧讓人深深記住你	176
38	蹺蹺板效應 • Seesaw Effect 想保持關係穩固、和諧的關係，就要你來我往、互惠互利	181

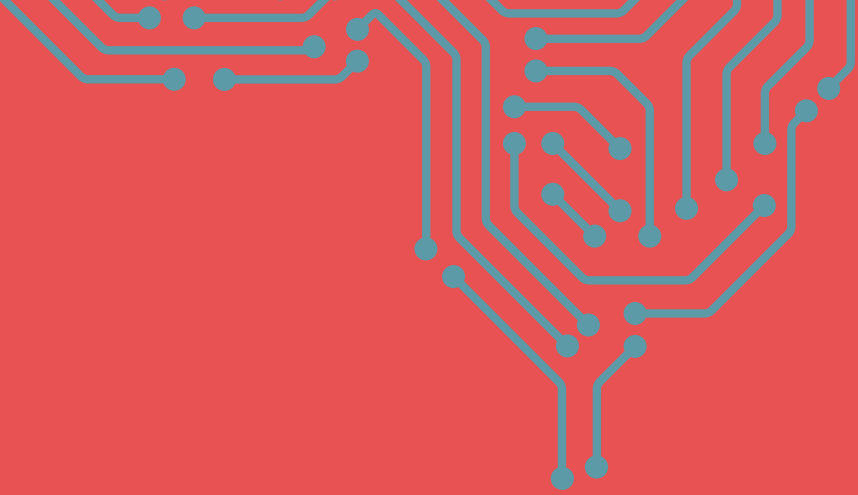
39	刺蝟效應 • Hedgehog Effect 再好的關係也要保持適當距離	185
40	出醜效應 • Pratfall effect 偶爾犯犯錯 更讓人喜歡	189
41	互悅機制 你喜歡他，他就喜歡你	194
42	斯坦納定理 • Stainer Theory 與人正確溝通的打開方式是少說多聽	198

第七章 發展思維：不變的唯一結果是出局

43	避雷針效應 • Lightning Conductor 決定你人生高度的是變通	204
44	累積效應 • Cumulative effects 小優勢積累成大優勢，你就是脫穎而出的「異類」	207
45	內捲化效應 • Involution 要努力，但不要和比你優秀的人拼努力	211
46	重複定律 • Law of Repetition 做有效的重複，讓人生進階	214
47	蛻皮效應 • Molting effect 走出舒適區，活出你想要的樣子	218
48	凡伯倫效應 • Veblen Effect 提升個人價值，讓自己變得「搶手」	222
49	煮蛙效應 • Boiling frog 沒有危機意識，就要面臨「殺機」	226

第八章 突破思維：創造總是從打破常規開始

50	定勢效應 • Einstellung effect 突破常規，到處都是機會	232
51	鳥籠效應 • Birdcage Effect 不在鳥籠中盲目前行，要在鳥籠外歡脫快活	236
52	馬太效應 • Matthew effect 掙脫「強者愈強，弱者愈弱」，實現人生逆襲	239
53	威特利法則 • Waitley's rule 所謂成功，就是別人不願做的你做了	243
54	里德定理 • Reed's law 適時改變，遇見最好的自己	247
55	毛毛蟲效應 • Caterpillar Effect 扔掉「輕車熟路」，學會「正確地」犯錯	251



從心理學角度來說，對自我的洞察和理解，對自我行為和心理狀態的認知，被認為是自我認知。歌德說：「一個目光敏銳、見識深刻的人，倘又能承認自己有局限性，那他離完人就不遠了。」對自己有清晰的自我認知，也就是有自知之明，就能明白自己的能力到底可以完成多大目標。在個人成長中，心中要有夢想、有目標，但是首先要對自己的能力有一個清醒的認知，畢竟實現目標、理想需要具體的行動和步驟，如果對自己沒有清晰的認知，沒有具體的行動步驟，那夢想最終也僅是「夢」和「想」。

第一章

認知思維

發現你的優點和缺點



01 人貴自知卻難自知

巴納姆效應 • Barnum effect

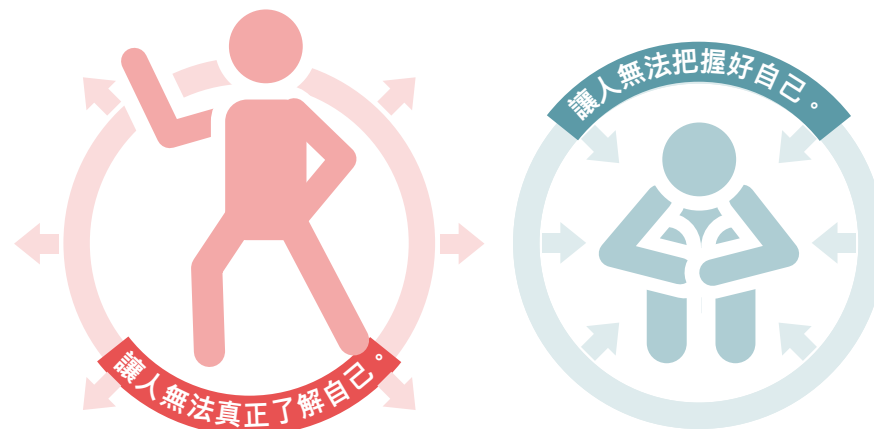
著名雜技師泰勒·巴納姆說：「人在認識自己的時候，很容易受到來自外界訊息的暗示，從而出現自我知覺的偏差。」人們通常會認為籠統的、一般性的人格描述，十分準確地揭示了自己的特點。

心理學上將這種現象稱為「巴納姆效應」。

生活中，常有這種現象：本身沒甚麼能力的人，在他人的吹捧下，會覺得自己無所不能；而本身能力很強的人，在他人的再打擊下，反倒覺得自己一無是處。不管哪種人，都很大程度地受到了外界或他人的影響，而且非常嚴重，以至於最終完全迷失了自己。生活中的這種現象也正印證了「巴納姆效應」。

很顯然，巴納姆效應對於人們的自身成長是不利的，這主要體現在以下兩個方面（圖 1-1）。

圖 1-1 巴納姆效應的不利之處



不清楚自己的能力、潛力、目標等，只從別人口中了解自己。

做事過於在乎別人的看法，只要別人不肯定自己，就會覺得自己做的是錯的。

巴納姆效應影響着很多人，就像下面這個案例中的凱瑟琳。

凱瑟琳是一個非常優秀的會計師，專業能力在公司中是最好的。然而，自從她和男朋友相處後，一直有諸如「刻板」、「過於保守」等詞灌入她的耳朵，那些大多是她男朋友的朋友說給她男朋友聽的。

一開始，凱瑟琳還非常生氣，但聽得多了，她便覺得他們說的是對的，於是便學着一些看起來非常時尚、前衛的人的樣子，將自己打扮得看上去不那麼刻板。她開始頻繁地與男朋友出入一些魚龍混雜的場所，聽着周圍人對她的讚美，她很開心，也很享受。漸漸地，她的注意力更多地偏向如何將自己打扮得更時尚，結果工作方面頻頻出錯，最終因為給公司造成了極大損失而被開除了。

找不到自我，不清楚自己能做甚麼、該做甚麼，沒有是非觀，僅是從別人的眼中來判斷自己是對是錯，每天都要琢磨別人是怎麼想的，這樣的生活不僅讓人感到疲憊，更嚴重的是，它會阻滯一個

人前進的腳步，就像上面提及的凱瑟琳，不進反退。因此，生活中要盡可能遠離巴納姆效應。那要如何遠離呢？這就需要做好以下幾個方面。

正視自己

遠離巴納姆效應對自己的影響，首先要敢於直面自己，正視自己的優點和缺點，接受這些客觀存在於我們身上的現實情況。

很多人面對自身缺點的第一反應就是將缺點藏起來，這就像那個測情商的問題：

比如人落水後，被救起時發現自己一絲不掛，第一反應除了大叫，一定是趕緊用雙手捂住雙眼。不管是將缺點藏起來，還是用雙手捂眼，無疑都是在掩耳盜鈴。

而從心理學角度來說，這一行為就是不願直面自己的典型例子。人一旦有缺陷，想方設法都要將它掩飾起來。

又如有的人牙齒長得不好看，他們在說話時就特別注意掩飾自己的牙齒，或者人多的時候乾脆閉口不言。

但自我認知最重要的就是發現自己的缺點並改正它，否則它將一直阻礙自我成長。

若一時難以找到自身的優點，不妨選擇一個條件與我們差不多的參照對象作比較，當然，相比較的重點還要看內涵，比如技能、品德等方面。

培養敏銳的判斷力

培養敏銳的判斷力也要首先從認識自身開始。可以通過旁邊人的提醒等途徑發現自身的優缺點，由家裏人或其他親近的朋友直截了當地指出你自身存在的問題或具備的優勢，從這些訊息中逐漸培養敏銳的判斷力。比如以下一些訊息（圖 1-2）。

圖 1-2 培養敏銳判斷力需收集的訊息



判斷力原本就是在收集訊息的基礎上做出決策的能力；因此，不管是家人還是親朋好友提出的有關你的訊息，你都要有所重視，當然不能又回到巴納姆效應狀態中。

通過重大事件映照自己

成功的巔峰和失敗的低谷都能反映一個人的真實性格，從中獲得的經驗和教訓能提供自身的個性、能力等訊息，還能看到自身的長處和優點、不足與缺陷。因此要把握這些，時刻重新認識自己。

人貴有自知之明，但難自知，這是很多人面臨的困惑；可是，如果連自己都無法了解，又怎麼能獲得成長、成就呢？因此，別太在意別人的看法，靜下心來好好審視自己、認識自己，活出一個精彩的自己。

02 別將你的無知當聰明

達克效應 • Dunning - Kruger effect

康奈爾大學的 Kruger 和 David Dunning 做了一項實驗，他們想知道在某方面技能缺失的人，是不是能認識到自己這個問題。首先他們測試了幽默感水平。他們先找了 30 個笑話，然後又請來專業的喜劇演員為這些笑話的有趣程度進行評級，並以此作為參考，讓 65 名本科生繼續為這些笑話評級。結果顯示：

幽默感比平均水平略高的人預測的成績相當準確；

幽默感很強的人認為自己的水平也就僅夠平均水平；

缺失幽默感的人卻認為自己的水平高出平均水平很多。

實驗還沒有結束，研究者又分別對測試者進行了邏輯推理能力及語法水平的測試，結果依然是能

力最差的人認為自己的水平遠高於平均水平。

在接下來的一系列實驗中，閱讀、駕駛、下棋、球類競賽等，都表明能力愈差的人，對自己的能力評估愈高。

這一系列的實驗結果表明：能力差的人更容易高估自己的能力，而能力高的人又容易高估他人的能力。

這種對自己的能力認知缺失的現象，被心理學家稱為達克效應。之所以會產生這種現象，是因為能力的高低會影響自我認知。一個人只有真的具備某種能力，才會真正了解這項能力，才能對這項能力做出最精準的評估。而當不具備這項能力，也不了解這項能力到底是怎麼回事時，也就無法認識到自身對這項能力有所欠缺。

其實，這種現象在芸芸眾生中比比皆是，比如一些自我感覺良好的人，他們自認為自己很聰明、很幽默、很有學識等，但其真實能力可能要差得多。在生活 and 工作中，我們是不是也有這種時候呢？在自我營造的優勢中「自我放飛」，本身能力不高，卻自我感覺能力很強，無法客觀地對自身形成明確的認知。說這麼多，並不是要你妄自菲薄，而是讓你正視自己、真正了解自己，進而更好地提升自己。當然，提升自己，還要對自己有一個清晰的認知，然後加以學習和訓練。

自我認知的三大要素

自我認知通常由以下三大要素構成。

基礎認知

包括身份、身體狀況、情緒狀況等自身基礎狀態的認知。

能力認知

正確認識自己能做甚麼、擅長甚麼、不擅長甚麼。

價值認知

正確認識自身的價值。

在基礎認知中，比如不了解自己的情緒狀況，就很難有效地與人共情，有效地溝通和交際。對身份的認知也非常重要，這是一個涉及精神層面的認知，在不同的場合、不同的領域中，需要不斷地變換角色，這就需要我們對身份轉變有明確的認知。

能力認知是最動態、最難把握的，這是因為能力可以下降、提高，並且是通過比較產生的，認知的過程比較複雜。往往自認為能力不足的部分，很少去拓展，所以就會越來越差；認為自己能力突出的地方，不斷實踐、展示，就會越來越好。

價值認知是自我認知的最高級部分，很容易產生認知偏差，這是因為它常常受環境的影響，比如基於社會、組織或他人的期望體現出來的價值，往往並不是自我的真實價值觀，這種價值往往讓人失去了自我前進的方向和動力。

提升自我認知

經常自省、突破自我「不知不覺」的狀態是提升自我認知的關鍵。以下一些提升自我認知的我們不妨借鑑一下。

▪ 刻意練習 ▪

學習和精進是提升自我認知和能力的重要途徑。重點從以下幾點進行學習：

首先，明確要掌握的核心技能，通過專業書籍、行業領袖的意見等學習掌握。

其次，制訂計劃和目標，在完成計劃、達到目標的過程中保持專注。

再次，獲得持續反饋，將身邊及行業優秀的人，作為反饋系統，及時得到反饋。

最後，要長期堅持，既然想要提升，就不能一蹴而就，須長期堅持。

▪ 適當停一停 ▪

在生活和工作，對自我進行規範，並不時地停下來想想自己為甚麼這樣做、這樣思考，並不斷檢驗和監督自己，控制和引導心智和認知過程。

▪ 藉助符號 ▪

將每天的情緒、身體狀況等用不同的符號表示出來，不但能時刻提醒自己留意自身狀態，還能對基礎認知有清晰的了解。

▪ 接觸挑戰性工作 ▪

有意去接觸一些具有挑戰性的工作，認識到不一樣的自己，這樣有助於將隱藏的能力激發出來。

達爾文說過：「無知比博學更容易給人帶來自信。」希望追求成長的你，別被無知蒙蔽了雙眼，要記得正確認識自己。

瓦拉赫效應 • Wallach effect

03 發現自己的優勢點 並充分放大

諾貝爾化學獎獲得者奧托·瓦拉赫的成才經歷可以用「傳奇」來形容。中學時，父母為瓦拉赫選擇了文學。然而，非常用功的瓦拉赫在經過了一個學期的文學學習之後，老師卻給了他「很用功，但過分拘泥，即使擁有完美人格，也絕對不可能在文字上表達出來」的結論。文學路不通，父母又為他選擇了油畫。可他不善於構圖，不懂調色，即使很用功，依然無法理解藝術，以至於成績墊底，老師的評語更是簡單粗暴：瓦拉赫在繪畫藝術方面不可造就！父母對他很無奈，老師也基本持放棄態度，只有化學老師認為他做事嚴謹，適合做化學實驗，於是便建議他學化學。在接觸化學後，瓦拉赫的智慧開始迸發，就這樣，他一路走上了諾貝爾化學獎的領獎台。

瓦拉赫成功的現象，在人才心理學中被稱為「瓦拉赫效應」，它告訴了我們一個非常簡單的道理：我們每個人都有自己的優勢和劣勢，找到自己的優勢，將之充分發揮，便能在人生路上飛快前進。

瓦拉赫最終找到了自己的優勢，因此他成了舉世聞名的成功人士。然而，生活中，總有一些人不懂如何去發現自己的優勢，總揪着自己的劣勢不放，習慣貶低自己，認為自己一無是處，所做的一切都是徒勞的，尤其是在遭遇挫折或困難時，這種心理更強烈。

人最怕的就是自暴自棄，無視自己的能力，受消極、錯誤的心理影響，渾渾噩噩地生活。這樣的人自然無法突破自己，無法獲得成功。因此，我們就要學習瓦拉赫效應，做到以下兩點。

正視自己，找到自己的優勢點。

肯定自己的優勢點，並將優勢點不斷放大。

想要正視自己，找到優勢，並將優勢無限放大，還需要我們做好以下幾點。

發現先天優勢

有些人先天就具備一定的優勢，主要體現在以下兩種情況。

第一種情況，雖然沒有接觸到，但內心具有強烈的渴望去接觸，可以說是特別着迷。比如從小就喜歡音樂的男孩，成長之路與音樂絲毫不沾邊，大學更是就讀護理專業。然而他對音樂的渴望讓他在大學期間就參加了校園歌手比賽，並最終成為了知名的職業歌手。

第二種情況，接觸的時候，發現自己比別人更擅長，領悟更透、更深，學得更快，於是想要繼續投入，這種情況也很常見。比如一個人喜歡發明，在一次嘗試性發明成功後，便將自己大量的時間和精力放在自主研發上，並且獲得了許多專利。

通過以上兩種情況，同時結合在不需要任何理由的情況下，完成一件事的過程和完成後的感覺都特別良好，就能發現先天優勢所在。

持續的興趣便是優勢

能夠一直持續下去的興趣，最終的歸宿就是優勢。

曾經有一個保險推銷員，她有一個很大的興趣，就是喜歡跟人搭訕，不管是熟人還是陌生人，她很快便能獲得對方的好感。這是因為在不斷與人接觸中，她總結出了一套「見甚麼人說甚麼話」的經驗方法。正因如此，自從踏入保險行業，她就經常拿到銷售冠軍的頭銜。

興趣中藏着優勢，這是很多人所認同的。尤其是像上面提及的推銷員，她的興趣正是她的核心優勢。生活中的我們也可以發現自己的興趣所在，並長期持續下去，最終會演進成最有競爭力的核心優勢。

充分發揮優勢

在發現自身優勢之後，想要突破自我，快速成長，還要讓優勢得以充分發揮。不妨從以下幾個方面來實現。

■ 積極實踐，形成正向反饋 ■

在發現自身優勢後，還需要通過外界的反饋，確認自己是不是真的具備這些優勢，同時可以通過自己的認知，來感受這些是不是自身的優勢所在。接下來，就是強化優勢了，此時需要提升自身技能，搭建系統理論與知識體系，最終形成能將優勢最大限度強化的思維和能力。

■ 改變思維方式，自我激勵 ■

很多人在發現自己優勢之後的成長，是改變了思維方式，而這種思維我們可以將它稱為「主場思維」，即不管是在工作中還是學習中，都以主人翁思維進行思考，為的就是讓明天的自己更強大。這樣的人會為自己設定目標，包括短期、中期及長期目標，每完成一個目標，都會讓他的優勢放大，進而能讓自己持續優秀，最終獲得精彩人生。

■ 為優勢匹配行業、企業 ■

首先要匹配行業。行業的選擇受個人的價值觀影響。一個全心為群眾服務的人是不會追求個人利益的，他可能會將自己奉獻於為國為民服務的，幾年、十幾年甚至幾十年也不見報酬的行業，但如果一個全心追求經濟報酬的人，定會想去利潤高的行業。

其次是匹配企業。對職業的期待和訴求是一個人對企業進行選擇的關鍵。是想過風生水起的人生還是平平穩穩的人生，是渴望高風險、高回報的生活還是渴望簡單的生活？

匹配好了行業和企業，就可以將自己的優勢充分發揮出來，在實現自己的價值的同時，讓自身得以快速成長。

無論你以前如何瞧不上自己，請千萬記住一句話：你再不濟，總有一樣是可以的，找到這一點，它就是你的優勢，放大你的優勢，你就是生活的強者。