

《揭穿3種常見的心理迷思》暨《駕馭「宜家作用」成為學生的動力》

駐波士頓辦事處教育組

《揭穿3種常見的心理迷思》

什麼是你聽過的一些常見心理迷思？

最近 CBS 早晨 (CBS Morning) 邀請我(美國心理學者安琪拉·李·達克沃斯)為來賓，談論關於《品格實驗室》(作者創立之非營利機構)及〈每周心得〉(該機構發行之科學理論生活實踐文章)，我們稍作研討：

迷思一：如果我自言自語，我一定是有問題。

大部分人會跟自己說話，無論嘴唇動或不動，不時有心裡獨白：「真不敢相信我把那事搞砸了」或是「沒有人喜歡我」。這樣的負面自我對話—心理學家伊森·克羅斯(Ethan Kross)稱呼為喋喋不休—其實對人非常沒有助益。

有一種我們可以幫助孩童讓心裡獨白更有助益的方式：教導他們「有點距離的自我對話」。意指就像跟朋友對話一樣跟自我說話。舉例來說，與其說「我經歷了糟糕的一天」，我可以說「安琪拉，你經歷了糟糕的一天，你可以做什麼來讓今天變得更好呢？」

伊森·克羅斯早先在《請教一個心理學家》專欄裡提到自我對話這個主題。

迷思二：當我有個糟糕的一天，發洩情緒會讓我好過一些。

我們都有被看見及聽見的需要，所以若你有糟糕的一天，會想要表達出自我感受。但可能發生的是你的憤怒一發不可收拾。發洩情緒不會治癒你的壞情緒，這會讓它變大，不是變小。

反之，在情緒困擾時需要的是新眼光。當下次察覺你的情緒讓你失去控制，選擇一個對的人去聊聊：一個冷靜且不會只煽風點火的人。

迷思三：更輕鬆總是比較好

我們都喜愛便利性。本能地，我們避免非必要的努力來達到相同的目標。但研究顯示，相較於讓別人幫你做，當人靠自我力量完成一件事會更珍惜它，這是一種心理學家稱呼為「宜家作用(IKEA effect)」

的現象。

如何駕馭「宜家作用」？可以請你的學生創作手工海報給課堂使用，也可以請他們幫忙下午的茶點。或者只是解釋「宜家作用」並請他們用自己的點子把它實踐。

請看我先前發表的一篇文章學習更多關於「宜家作用」。

《駕馭「宜家作用」成為學生的動力》

我如何讓學生在課堂上更加參與，並且投入更多的努力？

在全球疫情期間幫助學生在學校參與是特別困難的。我最近寫了一篇《品格實驗室》的〈每周心得〉文章，談到心理學家稱做「宜家作用」的現象：

一件有趣的事發生了，當我幫最近購入的宜家吧檯椅組裝起椅腳時：我愛上了它。

我丈夫回家時，我迫不及待地向他展示我的手工。「這不是很華麗嗎？」「怎能不愛上這些線條呢？」

他瞥了這把椅子大概只千分之一秒：「噢，當然，還不錯。」我糾正他：「不是還不錯，是『很·美·麗』。」

心理學家把我剛經歷的現象起了一個恰適的名稱「宜家作用」，意指當你親身參與創作一件事物時，你會更加珍惜它。舉例來說，在一個實驗中，參與者被隨機抽選來組裝一個宜家收納盒，這些人比起那些有機會買商店組裝好同款收納盒的人，更願意付 63% 的頭期款來帶它回家。

我猜想如果立場顛倒，而我丈夫是那個要將椅腳套上塑膠地板護墊並裝上白色椅座的人，他大概會呵護這把椅子就像它是個新生兒，而我會是那給它輕蔑一瞥的人。

什麼讓「宜家作用」如此有趣是因為在許多方面，人類被設計成避免非必要的勞力。所有的人按天性來說是懶惰的。如果我們網路購物可以只點選一個按鍵，那就比點選兩個按鍵還要好。如果我們找到比其他空位更近商店大門六尺的停車位，我們就會停在那裡。在這方面，我們跟任何動物並無兩樣，嘗試保存體力為了生存下來。

但是「宜家作用」顯示了努力的重大益處。畢竟，難道理想人生是所有事物都容易得來嗎？我們最好的日子難道是當我們無所事事

嗎？

這學期我決定使用「宜家作用」在我的教學上。當一堂課的開始和結尾時，我讓兩個學生團隊使用麥克風。開場的團隊準備四分鐘的互動式活動來與當天課程相呼應。結尾的團隊將會採訪一位客座講員，由團隊向課堂介紹講員、拋出第一個問題以及主持其他同學的提問。

這是繁瑣的工作。團隊們須事先多次開會－腦力激盪、做研究、設計方案並排演。

結果如何？一位學生評論：「特別是在虛擬的課堂環境，我想這幫助同學們更多參與課程和與彼此更加連結。」另一位說：「當我必須當小老師或發揮創意使用這些教材時，這幫助我更好地吸收這些資訊」，接著又說：「將麥克風傳給越多同學，很自然地增加課堂所有人心理上的安全感，這可能鼓勵更多平常不會發言的同學們參與發言。」

嘗試跟你生命中的年輕人分享責任感。不要問你能為他們做什麼，而是問他們為能為他們的家人、同學以及社區做些什麼？懶惰是人類的通性，但生產能力也是一並且喜愛享受我們勞力的果實，也是人類的通性。

撰稿人/譯稿人：Angela Duckworth/翁而真

資料來源：譯者註：此文乃合併同作者相呼應之二篇短文。

第 1 篇 EducationWeek(2022.02.23) 3 Common Psychology Myths Debunked.
Retrieved from:

<https://www.edweek.org/leadership/opinion-3-common-psychology-myths-debunked/2022/02>

第 2 篇 EducationWeek(2020.11.17) Harnessing the IKEA Effect for Student Motivation. Retrieved from:

<https://www.edweek.org/education/opinion-harnessing-the-ikea-effect-for-student-motivation/2020/11>