

# 心灵鸡汤，还是精神毒药？

从杂志美文到励志图书，心灵鸡汤型文字流行了很多年。微博时代，心灵鸡汤变身为段子，流传更广泛迅捷。每天登录微博，满屏而来的，除了名博们的帖子，就是这些温情脉脉又积极向上的“金句”了。然而，这些鸡汤真的很有营养吗？它们是否只是精神的添加剂，并无实际益处，甚至反而是一种毒药呢？

■文 | 陈筠 ■图 | 资料



“一位教授演讲时拿出20美元，他问学生谁要这20美元，台下的人纷纷举手。教授将钱扔到地上用脚碾过，又问谁要，台下依旧有人举手。教授说：‘我如此对待这张钱币，你们依旧想要，是因为它没有因为我的践踏而贬值，人生亦是如此。人生的价值不在于他人的赞赏或批评，而是取决于我们自身。’”

看了这位教授的言论，你会觉得他说得很有道理吗？网友uitony说，看到类似的段子，他觉得很反胃。

微博时代，140字左右的心灵鸡汤式段子，常常成为转发和评论的主角。这些看似劝人向上、励志、努力、成功的言语，让一部分人深有感触。但也有越来越多的人，开始怀疑这些心灵鸡汤是否真正对人们的心理有益处。

有网友就对记者说，心灵鸡汤式的训导，古而有之，很多教化类的书籍中，都会讲大堆大堆的道理引人向善、向上。“比如，《弟子规》就讲‘亲爱我，孝何难，亲憎我，孝方贤’，讲究孝为先。但实际生活中，总有一些父母是不爱孩子，甚至是虐待孩子的，你一定让这样成长起来的孩子去爱父母，可能吗？”这位网友说，如果强求被虐待的孩子一定要发内心去爱父母，这不就是在扭曲他们，甚至是再一次伤害他们吗？

近些年成功学大行其道，努力向上成为大多数人的第一选择。心灵鸡汤的段子中，往往多为打破自身极限，向上奋斗的励志言语。反感这些段子的人说：“社会应该允许多元价值观，人生在世，为什么一定要追求世俗的成功，为何就不能享受寻常和普通呢？”

在网易微博的一个专题中，许多网友故意将心灵鸡汤式的段子异化。有网友“菜刀小

宝贝”写道：“人生最重要的不是努力，不是奋斗，而是抉择。当你走到人生的十字路口，不知如何辨别方向的时候，请停下来，好好想一想，你是什么星座。”这个嘲弄式的反“心灵鸡汤”段子，引起了不少网友共鸣。有网友说，影响人生的不是努力、奋斗，而在抉择，但影响抉择的因素就太多了，而一个抉择是否正确，往往到了人生的后面一步，甚至是结束时才能知道。“说星座决定抉择是一种嘲讽，因为心灵鸡汤式的段子中，它的答案往往与逻辑无关。”有网友这么对记者评说道。

心灵鸡汤到底是否有益呢？一般的观点认为，心灵鸡汤还是有着积极的作用的。但近年来，也有研究指出，心灵鸡汤式的励志，有可能反而会有一种反效果。来自加拿大滑铁卢大学心理学家Joanne Wood和J.Lee的研究说，对于自尊心很低的人来说，大声读出一些励志书中的句子如“我是一个讨人喜欢的人”、“我将会成功”等，然后再测量他们的情绪，会发现，这些人在读句之后自我感觉更加差，因为他们读完之后，对自己的能力更怀疑。

根据这个调查，研究人员再次容许这些人列出他们心中所有正、负面的想法，这提升了他们的情绪，令他们觉得好过一点。心理学家分析，一些过度的正面语句，例如“我完全可以接受我自己”，反而会激发人们心中对立矛盾的思想。而当人们勉强自己只容许有正面思想，设法避开负面想法但失败时，心中的罪咎感更大，那么更差的情绪便可能覆没原有的正面想法，到时候后果更加不堪设想。

按照这个实验的结论来说，心灵鸡汤对某些人来说，确实有可能反而成为一种精神的“毒药”。

## 观点

### View

## 毒药派

### “它有时真挺无聊的”

Bubble 专栏作者

在Bubble眼里，那些所谓的引人向上、励志、煽情的心灵鸡汤，还真挺无聊的。她认为，在当前这样一个被成功学洗脑的社会里，整个社会的规则，似乎就是赚更多钱做更高的职位，大多数的心灵鸡汤也是在鼓励这样一个方向的所谓积极心态，并宣扬达到这个过程的“术”。“从这一点来说，无论是所谓的人生导师、讲座、书籍，还是心理医生，当他们用这样的心灵鸡汤来劝慰人时，反而有可能在拿一种精神毒药害人。”Bubble说，因为他们并没有从心底去听某个个体内心的真实需要。“在我们的生活里，并不是每个人都适合做强者、赚大钱、做总经理的。”她说，心灵鸡汤式的训导在这种时候，极有可能反而会去扭曲一个人的内心。

“一个人不能倾听自己的声音，偏要扭着来，他肯定就不会舒服。”Bubble表示，甲之蜜糖，乙之砒霜，心灵鸡汤传播的所谓“正能量”对于那些本身并不符合当下成功学倡导的生活方式的人来说，可能是一种负面情绪，他们不一定就需要这样的能量输送，因为这样反而会对他们的人生“拔苗助长”。

## 营养派

### “对于情感受挫者，还是很有效的”

明丽 婚恋情感专家

对于常年从事情感开解和劝导工作的明丽来说，她认为“心灵鸡汤”是非常有效用的。“对于那些正在遭受着失恋、离婚、配偶出轨等情感问题的人们来说，往往短短的一句心灵鸡汤的慰藉，就能把他们从绝望中拉回来。我的许多客户在事后交流时和我说，正是听到了、收到了这样的言语，让他们大受启发。”

明丽的客户中，有人甚至将她发送的心灵鸡汤式的短信，整整保存了5年。“我们不经意的一个关心，对于正在情感伤痛中的人们来说，很有可能就是救命稻草。这些关爱和鼓励，是让他们走出人生低谷的良药。”

## 中立派

### “内容不同，效果因人而异”

李双龙 传播学学者

传播学学者李双龙认为，心灵鸡汤式的段子在微博时代流传更广，是由于它特殊的内容概括，以及微博的传播渠道拉近了受众之间的距离，使得接收者更为广泛，并容易被感应。

至于心灵鸡汤是否有益，李双龙认为很难界定。“这与传播的内容密切相关，也与传播目的是商业还是公益有关，最重要的一点在于受体本身。不同的接收者对同一个话题的反应不同，受影响的程度也因人而异，个体之间的差异很大。所以只能就具体的个体做分析，很难从广义的范围上，就心灵鸡汤是否是毒药做出回答。”

## 个性服务 婚礼邮票受追捧

现在年轻人结婚都追求个新奇、个性，并且新人们都想让自己的请柬、婚纱照等与众不同。近日在上海世博中心开幕的“2012中国婚礼博览会”上就有不少展商推出了个性化的服务内容。走进展厅，立刻被展厅内喜气洋洋的喜庆气氛所吸引，而展厅内一对对穿梭于各展位间的情侣们有的在选择婚纱影楼，有的在选择婚庆公司。而记者在现场也注意到，不少展商也是使出浑身解数推出个性化的婚礼服务来吸引情侣们的目光。在这家专门为新人制作个性化邮票的展位前就挤满了好奇的新人，不少新人都在询问如何申请制作个性化邮票。而不少新人在听了工作人员的介绍后觉得制作婚礼邮票很有纪念意义，当即就表示要预订。负责人同时也表示希望第三方类似婚庆公司前来合作。

## 灵动之美 犹钻闪耀 ——光耀犹天成，CPB亮采柔肤粉上市



肌肤灵动之美，在于感知光动向，时刻折射自我光采。淬炼30年的日本殿堂级美容品牌CPB，以领先业界的“灵动光感科技”技术打造CPB亮采柔肤粉，2012年6月登陆中国，揭开肌肤随光闪耀的美妆秘密。出自英国皇家珠宝设计师SHAUN LEANE之手的CPB亮采柔肤粉的外盒设计，独创的光采提亮柔珠令肌肤在强弱不定的光线中同样焕发柔美光彩；柔滑水润的微粒粉末与细密搅拌油分精密配比，以超高附着力和延展性，塑造平滑润泽的肌肤质感。CPB予你之美，光耀犹天成。

## 电商渠道正宗，消费者购买更放心

6月14日，红孩子与日本资生堂以及国内总代三方签署正式合作授权合约，红孩子公司旗下缤购网所销售的资生堂商品均为其直供商品，为正规渠道进货。自此，消费者所购买的护肤商品有了更强大的后盾保驾护航，作为电商企业的红孩子借此为消费者建立了一道诚信保障，为消费者对品牌的信任度打下坚实基础，喜爱资生堂品牌的用户可以放心到缤购网上去购买更优惠的正品化妆品了。

资生堂是日本著名化妆品品牌，缤购网定位女性受众，双方合作一拍即合。今夏是电商价格战正劲之时，品牌在积攒人气同时信誉也同样重要，保证渠道安全和物品质量才能从根本上赢取消费者的信任。电商与大品牌直接合作，是在营造良好的购物环境，网购者也更放心。

