

既好看又有用 心理学其实

路西 / 编著

中国华侨出版社

心理学

其实既好看又有用

路西 / 编著

中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

心理学其实既好看又有用 / 路西编著. — 北京:
中国华侨出版社, 2017.4

ISBN 978-7-5113-6784-6

I. ①心… II. ①路… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 089077 号

心理学其实既好看又有用

编 著: 路 西

出 版 人: 方 鸣

责任编辑: 芑 霓

封面设计: 施凌云

文字编辑: 贾 娟 黎 娜

美术编辑: 吴秀侠

插图绘制: 朱 杰

经 销: 新华书店

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 8 字数: 160 千字

印 刷: 北京鑫海达印刷有限公司

版 次: 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-6784-6

定 价: 32.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发 行 部: (010) 58815874 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



PREFACE 前言

每个人都喜欢看故事、读故事，因为它能带给我们无穷的知识
和无尽智慧；它能使我们在轻松的阅读中得到有益的启迪，更深刻
地理解和把握人生；它能使我们的意志更加坚强，人格越发健全；
它是我们迷失时的灯塔，也是我们春风得意时的镇静剂。正如罗斯·斯
图特所说：“一个故事能改善与他人之间的关系，怡人性情，使人恍
然大悟；一个故事可以使我们沉思生存之意义；一个故事可以使我
们接受新的真理，或给我们以新的视野和方式去体察大千世界，芸
芸众生。”

心理学家弗洛伊德曾说，古今中外最有智慧的人，也是最会应
用心理学知识和技巧的人。他们能在纷繁的事物中，看到事物的主流；
能从复杂的现象中，发现事物的规律；能从曲折的过程中，看到光
明的前景；能从微小的变化中，感受到即将掀起的风暴。对于个体
而言，心理学在任何时候都能派上用场，我们为人处世、求职经商、
工作生活，等等，不仅仅要凭自己的诚意和能力，还要有眼力和智慧。

生存靠能力，发展靠谋略，成功靠智慧。

当今社会是一个瞬息万变、竞争激烈的社会，在竞争中，不是光凭一腔热血就能取得成功，还需要具备一定的心理学智慧。从古至今，从战场到商场，从工作到生活，处处充满着竞争，心理学的各种智慧也就应运而生并影响着我们人生的每个阶段。而一旦在生活的各个领域都能将心理学用得游刃有余，你就能在人生的博弈中永立于不败之地。因此，掌握并能够应用一定的心理学知识就显得尤为重要。

乔治·斯格密说：“如果说人生的成功是珍藏在宝塔顶层的桂冠，那么，健康的心理就是握在我们手中的一柄利剑，只有磨砺好这柄利剑，才能一路披荆斩棘，最终夺取成功的桂冠。”那么，怎样的心理才算健康？怎样才能拥有健康的心理，健全的人格？怎样才能不抱怨，积极面对人生？为了帮助大家更多地了解心理学，了解自我的心理困境和他人的心理谜题，我们编撰了这本书。本书精选了近百个具有启发性、指导意义、有价值的经典心理学故事，剥去了心理学复杂的外衣，用通俗易懂的文字剖析心理学的原理、规律和方法，揭秘了心理学的奥秘。

希望你可以在轻松的心境下，和我们一起，听听故事，悟悟人生，为心灵打开尘封的锁，给心灵找个歇脚的地方，从而超越自我，体味人生的真谛。





目录

CONTENTS

第一章 生活要懂点心理学

寻回遗失的手表——听觉 / 2

“和尚在，我去哪儿了”——自我认知 / 5

猩猩的惊人智慧——顿悟 / 8

女王与妻子——角色转换 / 10

漂亮的优势——光环效应 / 13

孩子们受到的不公平待遇——过度理由效应 / 17

“被精神分裂”的心理学家——刻板印象 / 20

给总统送书——名人效应 / 23

曾参杀人——从众效应 / 25

第二章 用健康心态构筑快乐人生

大臣开悟国王——乐观 / 30

只需一根柱子——自信 / 33

丘吉尔的妙答——幽默 / 35

不食嗟来之食——自尊 / 38

跌跤的福特总统——豁达 / 40

法师与小沙弥——平常心 / 43

“先生，你掉了钱”——善良 / 46

第三章 交往的艺术

两个人的不同结局——留有余地 / 50

受委屈的邓肯——灵活应对 / 52

卡耐基谨记的教训——避免争论 / 55

能言善辩的口才家优孟——实话巧说 / 57

史考伯的经验之谈——学会赞美 / 60

揣摩他人心意的安平侯——善于倾听 / 63

经理与科长的差距——转换立场 / 65

柯伦泰的忠诚和才干——红白脸战略 / 67

被一块面包打动的德国兵——互惠互利 / 70



第四章 我们的身体在“说话”

皇后与妃子的不同命运——表情 / 74

一双“死鱼般”的手——握手 / 78

熊抱过后——拥抱 / 80

颤腿的小伙子——站姿 / 82

被看出心理的客人——坐姿 / 85

大学毕业前的最后一顿饭——手势 / 87

蕨菜和它的小花朋友——距离 / 91



第五章 让人成为人

给孩子更大的空间——鱼缸法则 / 96

有梦想就有动力——目标效应 / 98

安徒生的童年——重视环境影响 / 102

勤奋读书的欧阳修——养成好习惯 / 106

荣誉就像玩具——情商教育 / 110

不知疲倦“问一生”——学会学习 / 113

快乐在哪里——确立目标 / 115

斯坦福大学诞生记——懂得尊重 / 117

请为你的冷漠付费——关爱他人 / 119

给孩子贴上正面标签——标签效应 / 122

期望能产生奇迹——罗森塔尔效应 / 125

均衡发展最重要——木桶定律 / 128

望远镜的发明——培养创造力 / 131

卡耐基与比西奇——夸奖教育 / 133



第六章 管理在人，管人在心

杜邦公司的三驾马车——集权与分权 / 138

微软的英明之处——果断决策 / 141

修网还是找出破网原因——二八法则 / 143

买回短吻鳄的海因茨——快乐管理 / 146

三洋公司的“鲶鱼策略”——竞争意识 / 148

福布斯的用人策略——人尽其才 / 151

松下的用人制度——用人不疑 / 153

索尼公司的内部跳槽——鼓励竞争 / 157

为一个人才买下一家公司——留住人才 / 159

第七章 经商有风险，心态是关键

从天堂到地狱和旅鼠现象——勿盲目跟风 / 164

猴子偷食——勿贪婪 / 167

普洱“地震”——勿投机 / 169

看清“市场先生”的游戏——远离市场 / 173

亚历山大的鞋店——产品人性化 / 176

福特公司的抽奖活动——活动促销 / 179

航空公司的客户满意度——客户投诉 / 183



争与不争有差别——合作态度 / 185

第八章 要懂得应对之策

销售顾问的技巧——预先设局 / 190

在行家面前弄巧成拙——巧妙报价 / 193

谈判专家的策略——后亮底牌 / 196

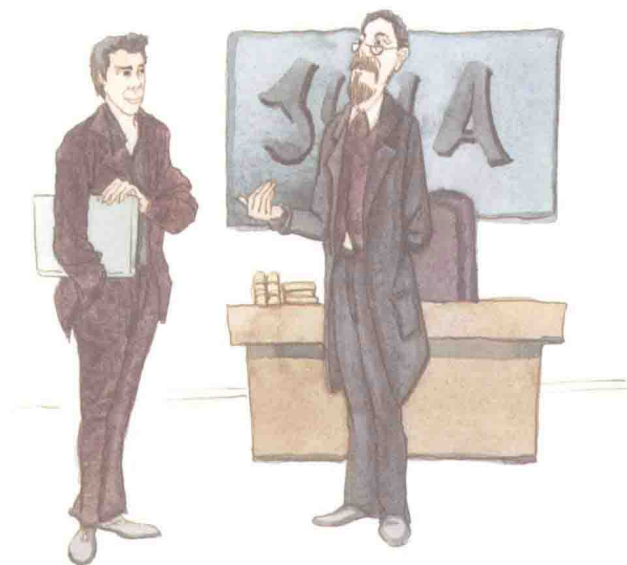
机智的克林顿——制造悬念 / 198

销售过程中的技巧——以诚动人 / 202

推销的失败与成功——洞察关注点 / 204

会听客户话外音的大卫——窥探心理动向 / 211

一件“减价”的貂皮大衣——把握价格策略 / 214



客户的担心——安全感 / 216

电话销售人员的哀兵策略——利用同情心 / 220

第九章 用心经营自己的事业

三选二怎么选——团结意识 / 224

喜欢红色的女士——投其所好 / 226

总统的交流艺术——一见如故 / 229

按规矩办事——遵守规则 / 232

父子与驴——勿求面面俱到 / 234

要“不耻下问”——多请教 / 237

表扬过后——拿捏分寸 / 239

毛毛虫实验——不盲从 / 241



第一章

生活要懂点心理学



寻回遗失的手表——听觉

黑夜使眼睛失去它的作用，却使耳朵的听觉更为灵敏，它虽然妨碍了视觉的活动，却给予了听觉加倍的补偿。

——（英国）莎士比亚

听觉是人类感知世界的一个重要途径，是人们接受外界刺激的第二个最主要通道。人类生活在充满声音的世界里，我们几乎每时每刻都在接受外界声音的刺激。听觉使我们能够享受到美妙的音乐和小鸟的歌唱，它使我们能与家人和朋友们交谈。电话铃声、敲门声和汽车的喇叭声能对我们进行提醒告诫，通过听觉人们可获得声音所传递的各式各样的信息，得以通往来，传授知识，交流思想。听觉影响到人们实际生活的许多方面，也是认识外界的重要信息源。

和视觉一样，听觉也需要听觉刺激。它是由物体振动产生的。例如，悠扬的琴声是由琴弦的振动产生的，婉转的鸟鸣是由鸟儿声带的振动产生的。物体振动时对周围的空气产生压力，使空气分子做疏密相间的运动，就形成了声波。声波再通过空气传递到人耳，使之在耳中产生了听觉。



一个声音传来，我们一般能听出声音来自哪里，这种现象就是听觉的空间定位，听觉对我们进行空间定位是很重要的。盲人判断事物，主要靠听觉，但就听觉而言，单靠一只耳朵进行空间定位时，不能十分有效地判断声源的方位，却可以有效地判断声源的远近。

我们要准确地判断声源的方位，两只耳朵必须协同作用。由于我们的双耳位于头部左右不同的位置上，因而当声音从左右不同的方向传过来到达我们双耳时就会有一个先后的时间差，这一短暂的时间差就成为我们对声源左或右定位的重要线索；而当声波同时到达我们双耳时，我们就会对声源进行定位。

在一间安静的房间内，我们可以听到钟表的“滴答”声、暖气管中的水流声、窗外的流水声，但是如果室内人声嘈杂，上面的那些声音马上就会听不到了。这种现象被称为声音的掩蔽。下面这则故事中的小孩就充分利用了声音掩蔽的现象。

一位富有的农夫在巡视谷仓时，不慎将一只名贵的手表遗失在谷仓里，他在偌大的谷仓内遍寻不到，便定下赏金，要农场上的小孩到谷仓帮忙，谁能找到手表，便给他 50 美元。

重赏之下，小孩们都卖力地四处翻找。只有一个小孩在众人都忙着寻找手表的时候，坐在那里不为所动。谷仓内尽是成堆的谷粒以及散置的大批稻草，要在这当中找寻小小的一只手表，实是在大海捞针。

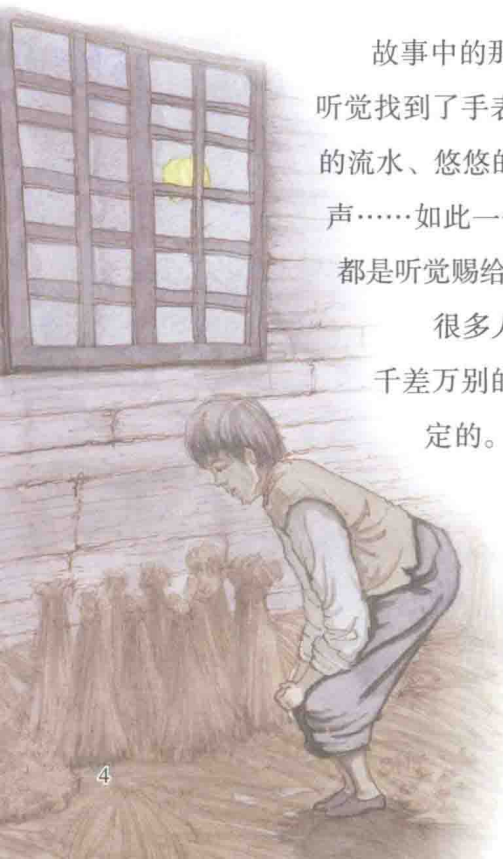
小孩们忙到太阳下山仍无所获，一个接着一个放弃了 50 美

元的诱惑，都回家吃饭去了。那个小孩在众人都离开之后，才开始努力寻找那只手表，原来他早就有了主意，手表在谷粒中肯定会发出声音，那么多人一起寻找，吵吵嚷嚷，手表发出的声音肯定听不到，若天色晚了，没人的时候，就一定可以听到手表的“滴答”声，这样就能找到手表了。

谷仓中慢慢变得漆黑，小孩虽然害怕，但他仍然凝声屏气，默默寻找。突然他发现在人声静下来之后，出现了一个奇特的声音。那声音“滴答、滴答”不停地响着，小孩立刻停下所有动作，谷仓内更安静了，“滴答”声十分清晰。小孩循着声音，终于在偌大的漆黑谷仓中找到了那只名贵的手表。

故事中的那个小孩非常聪明，巧妙地利用听觉找到了手表。事实上，萧瑟的风声、潺潺的流水、悠悠的琴声、啾啾的鸟鸣、优美的歌声……如此一个优美动听、充满生机的世界，都是听觉赐给我们的珍贵礼物。

很多人好奇，为什么世界上会有上述千差万别的声音呢？其实，这是由音调决定的。音调主要是由声波频率决定的听觉特性。声波的频率不同，人耳听到的音调高低也不同。音乐的音调一般为50 ~ 5000 赫兹，言语的



音调一般为 300 ~ 5000 赫兹，人的听觉频率范围为 16 ~ 20000 赫兹。其中 1000 ~ 4000 赫兹是人耳最敏感的区域。

飞机的轰隆声、火车的呼啸声、刺耳的电锯声，人耳在听到这些声音的时候会感觉非常难受，这其实和声音的音响有关。音响是由声音强度决定的一种听觉特性。强度大，听起来响度就高，反之则响度低。测量音响的单位为贝尔或分贝尔。

“和尚在，我去哪儿了”——自我认知

认识你自己。

——希腊箴言

自我认知也叫自我意识，或叫自我，是个体对自己存在的觉察，包括对自己的行为和心理状态的认知。如果一个人不能正确地认识自我，看不到自我的不足，觉得处处不如别人，就会产生自卑，丧失信心，做事畏缩不前……相反，如果一个人过高地估计自己，也会骄傲自大、盲目乐观，导致工作的失误。因此，恰当地认识自我，实事求是地评价自己，是自我调节和人格完善的重要前提。

从前有个解差，押送一名和尚去服役，途中解差为避免出现闪失，就每天早晨把所有重要的东西全部清点一遍。他先摸摸包袱，自言自语地说：“包袱在。”又摸摸押解和尚的官府文书，告诉自己说：“文书在。”然后再摸摸和尚的光头和系在和尚身上的绳子，说道：“和尚在。”最后他摸摸自己的脑袋说：“我也在。”

解差每天早晨都这样清点一遍，什么都不缺才放心上路。那个和尚把解差的一举一动都看在眼里，突然灵机一动，想出了一个逃跑的好办法。

一天晚上，他们俩照例在一家客栈里住了下来。吃晚饭的时候，和尚一个劲儿地给解差劝酒：“长官，多喝几杯，没有关系的。顶多再有一两天，我们就该到了。您回去以后，因为押送我有功，一定会被上级提拔，这不是值得庆贺的事吗？应该多喝几杯！”解差听得心花怒放，喝了一杯又一杯，最后酩酊大醉，躺在床上鼾声如雷。

和尚赶快去找了一把剃刀来，三两下把解差的头发剃得干干净净，又解下自己身上的绳子系在解差身上，然后就连夜逃跑了。

第二天早晨，解差酒醒了，他迷迷糊糊地睁开眼睛，就开始例行公事地清点。先摸摸包袱：“包袱在。”又摸摸文书：“文书在。”“和尚……咦，和尚呢？”解差大惊失色。忽然，他瞅见面前的一面镜子，看见了自己的光头，再摸摸身上系的绳子，就高兴了：“嗯，和尚在。”不过，他马上又迷惑不解了：“和尚在，那么我跑哪儿去了？”

