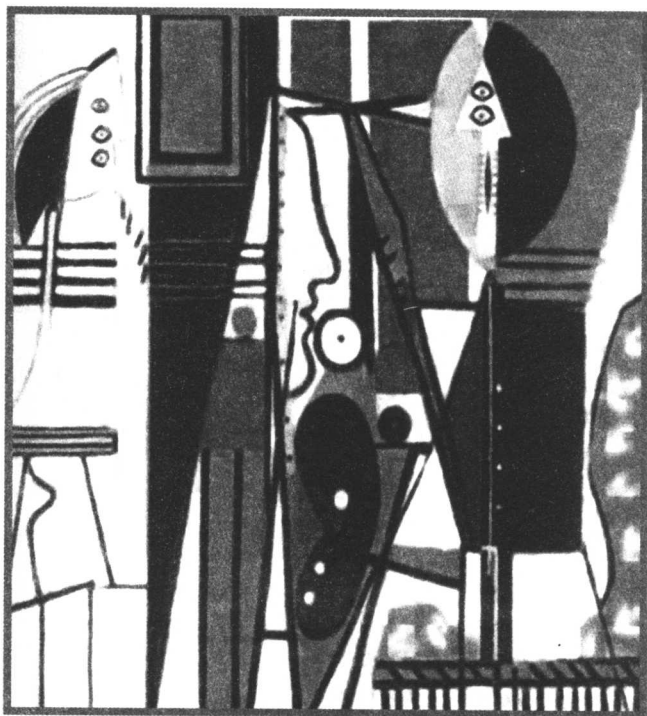


日常生活中的心理学

朱彤著



金城出版社
GOLD WALL PRESS



PSYCHOLOGY IN EVERYDAY LIFE

本书力图不拘泥于心理学的理论体系，不是从纯理论的角度探究人类心理活动的奥秘，而是从人们的日常生活和工作实际出发，选择了一些重要而有意味的问题，作了一些介绍和说明，使读者对心理学及其主要分支能够有一个比较粗略的了解。

作者简介

朱彤，出生于70年代，大学毕业后先后从事记者、编辑、营销策划等工作，曾任职HILTON HOTEL市场调研员、美国MING TREE企业中国区代表，现为个人职业设计师和心理咨询师。主要作品有《你身边的心理学》、《如何掌控自己的情绪与生活》、《做自己的人生设计师》、《你值多少钱——个人形象与影响力》、《新职业风暴》等，其多部作品被推广到港、澳、台及东南亚地区，深受读者好评，畅销不衰。

策划编辑：徐宪江

责任编辑：陆建伟

封面设计：艾博堂文化

前 言

心理学的知识与人们的生活、学习、工作都有着非常密切的关系。人们对心理现象虽然都很熟悉，但并非都能有科学的理解，有时甚至感到很神秘。

我们需要一种日常生活的心理学来解释生活中发生的难以理解的事，比如：为什么有的人痴迷买彩票？为什么会有“远亲不如近邻”的说法？为什么恋人相处会看不到对方的缺点？为什么我们购物或是消费时总是受广告的影响等等，只要你留心观察身边的一切事物，其实事事充满戏剧化，因此，我们迫切需要一种以日常生活经验为基础的心理学的心理学。

本书力图不拘泥于心理学的理论体系，不是从纯理论的角度探究人类心理活动的奥秘，而是从人们的日常生活和工作实际出发，选择了一些重要而有意味的问题，作了一些介绍和说明，使读者对心理学中涉及日常生活的概念能够有一个比较粗略的了解。

了解人的心理特点，可以帮助你研究了解自己周围各种人的心理状态，恰如其分地处理好复杂的人事关系，创造良好的学习、工作与家庭环境，既理解别人，又让别人理解自己，与同事、亲友和大众和谐相处，互相体谅、彼此帮助。



CONTENTS

1. 定势思维：不要被老眼光束缚 /1
2. 心理暗示：小品《卖拐》的启示 /5
3. 皮格马利翁效应：期待的巨大力量 /10
4. 逆反心理：他为什么就是“不听话” /16
5. 应激反应：拥有良好的心理素质 /21
6. 尊重的需求：人人渴望尊重 /26
7. 态度的神奇力量：心之所愿，无事不成 /31
8. 心理疏导：用宣泄解除郁闷 /36
9. 心理防卫机制：精神胜利法获得的心理平衡 /41
10. 无穷的权力欲：美军虐囚事件的启示 /46
11. 好感的来源：相似、互补与相知 /51
12. 互惠原理：人际关系的跷跷板 /57
13. 首因效应：不可小觑的第一印象 /62
14. 近因效应：喜新厌旧是人的本性 /65
15. 晕环效应：为何情人眼里出西施 /70
16. 投射效应：以己之心，度人之腹 /75
17. 邻里效应：为何远亲不如近邻 /80
18. 身体语言：身体会透露你的内心世界 /85
19. “美”与“好”的关系：为什么漂亮的容貌能给人好印象 /91

20. 个人空间理论：注意保持适当的距离 /97
21. 从众心理：人为什么会随大流 /103
22. 社会促进与社会促退：旁观者在场对效率的影响 /109
23. 见义勇为的背后：乐于助人在何时发生 /113
24. 模仿心理：一柄双刃剑 /118
25. 社会感染：人多为什么胆大 /124
26. 权威效应与名人效应：他们的影响力为何更大？ /129
27. 小世界理论：人脉资源的获得 /135
28. 社会角色：把握做事的场合与时机 /140
29. 马太效应：你拥有的越多，就给你越多 /145
30. 竞争优势效应：如何获得“双赢” /150
31. 感觉不可剥夺：生活需要各种刺激 /155
32. 注意力的作用：专注更容易获得成功 /159
33. 记忆规律：练就过目不忘的本领 /165
34. 灵感的酝酿：思维卡壳时，可以先放一放 /171
35. 紫格尼克效应：调节你的心理张力 /176
36. 心与身的关联：情绪如何影响健康 /182
37. 成瘾心理：当我们被外物所控制 /187
38. 环境与心理：环境会影响你的表现 /193
39. 说服的奥秘：好的说服力从哪里来？ /198

1 定势思维：

不要被老眼光束缚

有这样一个问题：一位公安局长在路边同一位老人谈话，这时跑过来一位小孩，急促地对公安局长说：“你爸爸和我爸爸吵起来了！”老人问：“这孩子是你什么人？”公安局长说：“是我儿子。”请你回答：这两个吵架的人和公安局长是什么关系？

这一问题，在 100 名被试中只有两人答对！后来对一个三口之家问这个问题，父母没答对，孩子却很快答了出来：“局长是个女的，吵架的一个是局长的丈夫，就是孩子的爸爸；另一个是局长的爸爸，就是孩子的外公。”

为什么那么多成年人对如此简单的问题解答反而不如孩子呢？这就是心理定势效应造成的：按照成人的经验，公安局长应该是男的，从男局长这个心理定势去推想，自然找不到答案；而小孩子没有这方面的经验，也就没有心理定势的限制，因而一下子就找到了正

确答案。

在心理学上，心理定势指的是对某一特定活动的准备状态，它使人以一种已有的固定看法为根据去认知一个新的事物。

心理定势具有两方面的作用：

一方面是积极作用。定势效应能使人在客观事物、客观环境相对不变的情况下，对人和事物知觉的更迅速、更有效。个体在认识新的事物时，头脑里并不是一张白纸，而是已经积累了一定的知识、经验，正是凭借这些知识、经验，才使个体对新事物认识的迅速、有效，而不至于需要长时期的摸索。知识、经验的可贵正是在这里。特别是人们对事物规律性的认识所产生的定势效应，其积极作用更是明显。见月晕而知风、见础润而知雨，就是例证。刑侦警察能一眼辨认出小偷、逃犯、走私分子，能从蛛丝马迹中察觉作察人员的多方面的具体情况，也是定势效应的积极作用。

另一方面，定势效应也能产生消极作用。客观事物千差万别，情况又总在不断变化，因此仅仅凭借已有的经验、知识、认识去认知新的事物，又往往容易使人在认识上出现偏差。“刻舟求剑”就是对这种错误思维方式的比喻。俗话说：“老眼光看人”，“想当然”，“按老皇历办事”，讲的也是定势效应的消极作用。

在学习、工作和生活中，我们应该有意识地克服思维定势，使思维更开阔，更深刻，更灵活，更敏捷。

日本的东芝电气公司曾经一度积压了大量的电扇卖不出去，7万多名职工为了打开销路，费尽心机地想了不少办法，依然进展不大。有一天，一个小职员向当时的董事长石坂提出了改变电扇颜色的建议。在当时，全世界的电扇都是黑色的，东芝公司生产的电扇自然也

不例外。而这个职员建议把黑色改为浅色。这一建议引起了石坂董事长的重视。经过研究，公司采纳了这个建议。第二年夏天东芝公司推出了一批浅蓝色电扇，大受顾客欢迎，市场上还掀起了一阵抢购热潮，几个月之内就卖出了几十万台。从此以后，在日本，以及在全世界，电扇就不再都是一副统一的黑色面孔了。

这一改变颜色的设想，效益竟如此巨大。而提出它，既不需要有渊博的科技知识，也不需要有丰富的商业经验，为什么东芝公司其他的几万名职工就没人想到、提出来？为什么日本以及其他国家的成千上万的电气公司，以前都没人想到、没人提出来？这显然是因为，自有电扇以来都是黑色的。虽然谁也没有规定过电扇必须是黑色的，而彼此仿效，代代相袭，渐渐地就形成了一种惯例、一种传统，似乎电扇都只能是黑色的，不是黑色的就不成其为电扇。东芝公司这位小职员提出的建议，从思考方法的角度来看，其可贵之处就在于突破了“电扇只能漆成黑色”这一思维定势的束缚。

进行创新思考，必须警惕和摆脱思维定势的束缚作用。无论是在创新思考的开始，还是在它的其他某个环节上，当我们的思考陷入了困境时，往往都有必要检查一下是否被某种思维定势捆住了手脚。一个人的创新思考陷入了某种思维定势大都是不自觉的，而跳出一种思维定势，则常常都需要自觉地作出努力。

心理定势还有一个常见的表现是：一个人看到他人时，常常会不自觉地按其年龄、性别、职业、民族等特性对其进行归类，并根据已有的关于这类人的固定形象，作为判断其个性的依据。这样形成的印象，就是“刻板印象”。

有这样一个小笑话：如果你的前面是一位发怒的重庆女孩，后面是

万丈深渊，那么，奉劝你还是往后跳吧！这是因为重庆女孩的泼辣“盛名远播”，一提到重庆女孩，首先浮上脑海的就是“泼辣”二字。还有我们经常听人说的“长沙妹子不可交，面如桃花心似刀”，东北姑娘“宁可饿着，也要靓着”，实际上都是一种“刻板印象”。

刻板印象的形成，主要是由于我们在人际交往过程中，没有时间和精力去和某个群体中的每一成员都进行深入的交往，而只能与其中的一部分成员交往，因此，我们只能“由部分推知全部”，由我们所接触到的部分，去推知这个群体的“全体”。

“物以类聚，人以群分”，居住在同一个地区、从事同一种职业、属于同一个种族的人总会有一些共同的特征，因此，刻板印象是有一定道理的。

因此，在日常生活中，我们经常要考虑到它的影响。比如，市场调查公司在招聘入户调查的访员时，一般都应该选择女性，而不应该选择男性。因为在人们心目中，女性一般比较善良、较少攻击性、力量也比较单薄，因而入户访问对主人的威胁较小；而男性，尤其是身强力壮的男性如果要求登门访问，则很容易被拒绝，因为他们更容易使人联想到暴力、攻击，使人增强防卫心理。

但是，从另一方面来讲，“人心不同，各如其面”，刻板印象毕竟只是一种概括而笼统的看法，并不能代替活生生的个体，因而“以偏概全”的错误总是在所难免。如果不明白这一点，在与人交往时，“唯刻板印象是瞻”，像“削足适履”的郑人那样，宁可相信作为“尺寸”的刻板印象，也不相信自己的切身经验，就会出现错误，导致人际交往的失败。

2 心理暗示：

小品《卖拐》的启示

二战时，纳粹在一个战俘身上做了一个残酷的实验：将战俘四肢捆绑，蒙上双眼，搬动器械，告诉战俘：现在对你进行抽血！被蒙上双眼的战俘只听到血滴进器皿的嗒嗒声。战俘哀号一阵之后气绝而终。其实，纳粹并没有抽该战俘的血，滴血之声乃是模拟的自来水声。

导致战俘死亡的，其实他以为自己气死的念头：耳听血滴之声，想着血液行将流尽——死亡的恐惧，瞬时导致肾上腺素急剧分泌，心血管发生障碍，心功能衰竭。从心理学上说，所以说，杀死这个战俘的不是抽血，而是抽血的声音，或者说是一种心理的暗示。

所谓心理暗示，是在无对抗的条件下，通过语言、行动、表情或某种特殊符号，对他人的心理和行为发生影响，使他人接受暗示者的某一观点、意见，或按暗示的方式活动。

暗示只要求受暗示者接受一些现成的信息，并以无批判地接受为基础。暗示不需要讲道理，而靠直接的提示。美国有一种戒烟电话，当一个人烟瘾上来难以抑制时，就可以拨打一个特定的号码，接通后话筒里就会传来叫人难以忍受的气喘声和咳嗽声。这便是使用暗示方法帮助人打消烟瘾，最后得以戒烟。

暗示可以是语言的、行动的、表情的，也可以是某些符号。如商场的橱窗里经常摆放一些穿着时令服装的塑料模特，你看到了，这就是对你的符号暗示，暗示你“这件衣服多漂亮啊，快来买吧”；当你看到一些人在商场里选购这些衣服，你又获得了行为暗示；某人买完衣服后喜形于色，对你又形成了表情暗示；而有人买完衣服后还赞不绝口，说是物美价廉，这又给你传递了语言暗示。这些符号、行动、表情和语言，虽然没有直接地“号召”你去买衣服，但是通过含蓄的间接的暗示方法可能会达到这种目的。

心理暗示现象在人的日常生活中非常普遍，每天都在不同程度地影响着每个人的生活。

比如：一道新菜上来，初品还没有什么特殊滋味，待主人细细介绍之后，似乎才能体会到菜的新奇和特殊来。或者，有一天同事突然说：“你怎么这么瘦弱，是不是病了？”这句不经意的话你起初还不太注意，但是，不知不觉地，你真的会觉得头重脚轻，浑身不舒服。如果上医院检查，可能什么毛病都检查不出来。

在小品《卖拐》中，赵本山反复对范伟说他的腿一长一短，让范伟受到心理暗示，真的觉得自己的腿有问题。这种心理暗示正是骗子常用的伎俩。

而医学领域则可以利用暗示为病人治病。某人到医院，说身体难

受，日渐消瘦，什么药也没用。医生经过检查，发现他患的是“疑病症”，也就是一种心病，而不是身体的病。医生就对他说：“你患的是某某综合症，刚巧有一种新药，专治你这种病，注射一支，三天就痊愈。”打针三天后，“病人”果然痊愈出院了，其实医生为他打的只是葡萄糖。

那么，人为什么会不自觉地接受别人的暗示呢？

从心理学上讲，人的判断和决策过程，是由人格中的“自我”部分，在综合了个人需要和环境限制之后做出的。这样的决定和判断，我们称其为“主见”。一个“自我”比较发达、健康的人，通常就是我们所说的“有主见”、“有自我”的人。

但是，人不是神，没有万能的自我、更没有完美的自我，这样一来，“自我”并不是任何时候都是对的，也并不总是“有主见”的。“自我”的不完美或是“自我”的部分缺陷，就给外来影响留出了空间，给别人的暗示提供了机会。

暗示往往发生在被暗示者感到自卑的情况，就是觉得自己不如暗示者、觉得暗示者比自己高明、自己必须接受他的判断、自己必须接受暗示者的影响。其实，这样的暗示本质上就是用自认为比自己强的别人的智能、代替或者干脆取代自己的思维和判断。当然，这样的自卑、自贬，以及对于暗示者的崇拜和能力的夸大，很少能被受暗示者意识到，这些心理过程通常都发生在潜意识。

对于来自他人的心理暗示，我们特别要注意的一点是要提防受到别人的操纵、控制。我们说过，心理暗示发挥作用的前提是自我的不完善和缺陷。那么如果一个人的自我非常虚弱、幼稚的话，这个人的自我很容易被别人的“暗示”占领和统治。这种人的人格本身，就存

在着严重的依赖倾向，甚至可以说，在潜意识中就存在着接受暗示、接受控制、接受操纵的渴望和需要。这样的心态往往和外来的暗示一拍即合，很容易接受不良暗示，从而上当受骗。

暗示可以分为他人暗示和自我暗示。他人暗示可分为两类，一类是直接暗示，是有意识地向他人发出刺激，使之迅速地不假思索地接受，望梅止渴就是典型的例子；另一类是间接暗示，是暗示者向他人发出刺激，使之接受，但又不显露动机或不明确指明含义，需要他人从事物和行为本身来理解。自我暗示是依靠思想、语言，自己向自己发出刺激，以影响自己的情绪、情感和意志。自信心就是一种自我暗示，当一个人面临挑战时，如果充满自信，就会鼓起勇气，奋力完成任务。

其实一个人的意识或潜意识就像一块肥沃的土地，如果不在上面播下成功意识的良种，就会野草丛生，一片荒芜。自我暗示就是播撒什么样的种子的控制媒介，一个人可以经由积极的心理暗示，自动地把成功的种子和创造性的思想灌输进入潜意识的大片沃土。相反，也可以灌输消极的种子或破坏性的思想，而使潜意识这块肥沃的土地野草丛生。坚持心理上积极的自我暗示，对于获得成功是非常重要的。

佛家密宗认为，一切话语都具有咒语的力量。每一句话都会沉淀在自己或他人心里，甚至深入潜意识，也就是说，具有神奇的暗示力量。那么我们该怎样利用这种力量呢？

打字员王小姐工作很忙，有一天副经理让她打一封长信，她不耐烦地说改一改就行了，不一定要重打。经理沉着脸说：“如果你不爱干，我可以找到爱干的人！”王小姐明白经理是在威胁她，感到

很生气。但转念一想，人家说的也对。自己拿钱，就应该好好干事。

本来她很讨厌这个工作，但是从现在开始，她决定开始喜欢这个工作，就在心里对自己说：“我是喜欢这个工作的！”她不断地这样说，过了一段时间，就发现自己真的喜欢这个工作了，效率也得到了提高。这就是因为她对自己说的话，对自己形成了一种积极的心理暗示，从而改变了自己对工作的态度。

语言的暗示作用实在不可低估，因此我们要尽量说些积极的话来激励自己，比如“我能行，我有能力，我一定会把它做好”等等。有一本书叫做《告诉孩子，你真棒！》，就是要用积极的暗示来激励孩子。这种积极的自我暗示也是许多成功励志学的精髓所在。

我们要尽量避免说“丧气话”，比如：“事情弄糟了，完蛋了，我太笨了，干什么干不好，什么用也没有……”等等，因为这些话会使你真的成为那个样子。



3 皮格马利翁效应：

期待的巨大力量

战国时候，齐国的丞相管仲在做宰相前曾经负责押送过犯人。但是，与别的押解官不同的是，管仲并没有亲自押送犯人，而是让他们按自己的喜好安排行程，只要在预定日期赶到就可以了。结果犯人们一个也没有中途逃走，全部如期赶到了预定地点。

在现代社会，也有一个类似的例子。有个教育专家曾找了个有偷盗恶习的孩子，委托他把一包东西送到某地。其间要走很长一段路。途中，这个孩子打开了包裹，发现里面有许多钱。但是，这个孩子没有动这些钱，而是如数把钱送到了目的地。

这两个事件的原因是什么呢？是什么心理使得惯于作恶的人，在没有人监督的情况下，自动地放弃恶行，改恶从善呢？

心理学家告诉我们，作恶的人之所以这样做，也就是对他们的善行的期待，感到了别人对他的信任和尊重，为了不辜负别人对他的信

任，而自动放弃了恶行。

这在心理学上，用“皮格马利翁效应”很好解释，也就是：热切的期望会使被你期望的人达到你的要求。

这个效应的名字是来自于古希腊的一个神话：在古希腊塞浦路斯有一位年轻的王子，名叫皮格马利翁，他很喜欢雕塑。有一次，他用一块洁白无瑕的象牙雕刻了一个美丽的少女。王子的雕刻非常成功，他的作品实在太美丽了：身材婀娜多姿，眼睛充满希望之光。王子爱不释手，每天都以怜爱的目光深切地注视着象牙雕像，热切地希望“她”有血有肉会说话，能够跟他谈心。王子每天都在深切地体验着痛苦的煎熬——他是那样爱“她”，可是“她”却只是块象牙，这使王子每天茶不思饭不想，坐在“她”面前，呼唤着“她”，梦想着她能够成为真正的少女。最后，王子的爱情感动了天神，天神使这位象牙少女拥有了真正的生命，成为了真正的少女。

这里讲的故事仅仅是个神话，但古人也许正是想通过这样一个神话故事说明一个现象：我们的热切期望，会使被我们期望的人达到我们的要求。这种现象，心理学家就把它叫做“皮格马利翁效应”。

心理学家发现，在教育实践中，皮格马利翁效应对孩子的成长有巨大的影响。心理学家做过这样一个有名的实验。他们在一所小学里对一至六年级的18个班的学生进行了一次所谓的“发展测验”，等测验结束后，他们给每个班级的教师发了一份学生名单，并告知教师说，根据本次发展测验的结果，这名单上列出的全班学生的20%是班上最有优异发展可能的学生。

教师们看了看名单，发现有些学生的成绩是很优异的，而有些学生则不然，甚至成绩很差。两个心理学家便解释道，“请你们注意，我