

海波◆编著

# 你 其实不懂 心理学

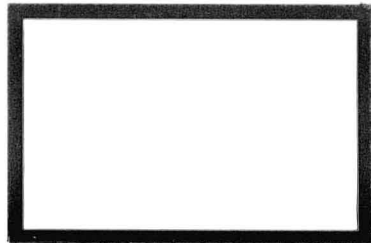
DON'T TELL ME YOU  
KNOW PSYCHOLOGY

南方出版社

罗密欧是为爱情牺牲的？

为什么流传百年的经典演讲都是短小精悍的？为什么广告宣传每次只能强调一个卖点？

**不！其实你不懂心理学！现在让我告诉你什么是心理学！**



DON'T TELL ME YOU  
KNOW PSYCHOLOGY

# 你其实不懂 心理学

海波 ◆ 编著

## 图书在版编目 (CIP) 数据

你其实不懂心理学/海波编著. —海口: 南方出版社, 2011.9

ISBN 978-7-5501-0367-2

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第 176977号

书 名: 你其实不懂心理学

编 者: 海波

出 版 人: 赵云鹤

出版发行: 南方出版社

地 址: 海南省海口市和平大道70号

邮 编: 570208

电 话: (0898) 66160822

传 真: (0898) 66160830

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

开 本: 690×960 1/16

印 张: 13

字 数: 150千字

版 次: 2011年10月第1版 2011年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5501-0367-2

定 价: 29.80元

该书如出现印装质量问题, 请与本社北京图书中心联系调换  
电话: (010) 65068303-622

## >>> 前言

人心就像海底针，相比那些我们看得见摸得着的事物，人心的确是世界上最难懂的东西之一。因为它时时刻刻都在变化，即便是自诩最了解自己人，有时候也不知道自己的这种情绪和那种心态是从何而来。所以我们经常用“莫名其妙”、“无从解释”等词语来形容难以琢磨的内心世界。

虽然人心难懂，可是就是有人不死心，他们开始研究人心，这些人就是我们所说的心理学家。他们认为人心是可以掌握的，任何一种情绪的波动和心理的产生都是有缘由、有根据、可查找的。他们致力于心理学的研究，而且取得了丰硕的成果，他们用最简练也是最难懂的数据和术语，将人类变幻莫测的心总结成一条条的规律，他们无疑是伟大的。

可是，我们又要说可是了，我们可不是什么心理学家啊，对于心理学甚至是一窍不通，它看上去是那样玄妙、难懂，却又与我们的生活有着密切联系。我们情不自禁地想要了解它，因为我们太想知道自己究竟在想什么，为什么要这样做，也太想知道别人在想什么，为什么要这样做了！然而，对于身为心理学“门外汉”的我们来说，那些枯燥难懂的心理学术语和数据着实让我们头大。

怎么办？就此放弃吗？要跟神秘的心理学 Say Goodbye 吗？当然不！你大可不必灰心失望，既然复杂的部分我们无法驾驭，那就来点简单的吧，深入浅出的语言就可以让那些乏味的专业名词和吓人的术语变得生动可爱起来。不相信？那就不妨翻开这本书看看吧。《你其实不懂心理学》？没错，但是看了之后，你就会完全懂了。你不懂心理学，是因为你觉得它很难懂，觉得它离你很远。现在，它完完全全以一个邻家小妹的姿态在冲着你微笑和召唤，你又怎么好意思拒绝呢？

你会发现，在这本书里，那些“定律”、“效应”、“法则”完全都是唬人的东西，它们其实非常简单，它们就是你生活中的那些事，是你完全可以理解的道理。这就是本书最大的特点——深入浅出，并且生动活泼。我们绝对不用难懂的知识吓唬人，心理学其实真的没什么，谁没有心啊？有自己的心也就能了解别人的心，在发现自己、了解自己的同时，摸透别人到底在想些什么，将心比心，心心相印！

在这本书里，你会了解自己究竟为什么会有这样或那样天马行空的奇思妙想；你会跳出自己的身体看清自己的内心；你会发现生活和交际中那些小小的心理黑洞；你会明白为什么有人成功而有人失败；你会懂得为什么自己经常觉得不幸；你会了解为什么你会一不小心变得平庸。交际心理学、成功心理学、爱情心理学、幸福心理学、社会心理学……原来我们要学的东西还真不少，但是请千万别担心，你想要的这里都有，而且绝对是剥皮去瓤打理好的，你只要做好准备将它幸福地“吃掉”就可以啦！

## 前言

### 第一章 心理魔术师：心理学是我们看清自己的眼睛

酝酿效应——遇到难题放一放 .....	3
超限效应——世上有太多孙悟空 .....	5
重叠效应——“熟视”容易“无睹” .....	7
定势效应——你看别人用“老眼光”了吗？ .....	9
首位效应——第一次一定要干好 .....	11
期望定律——做自己的皮格马利翁 .....	13
情绪定律——世界上根本没有理性可言 .....	15
吸引定律——专注的人才有魅力 .....	17
辐射定律——辐射的不仅是射线 .....	19
暗示效应——孩子总是容易受骗 .....	21
巴纳姆效应——每一分钟都有上当者 .....	23

过度理由效应——我们可以让任何事都变得“合理”	25
墨菲定律——为什么你总是在犯错？	28
霍布森选择效应——你不需要一条道走到黑	30
乞讨效应——你是爱哭的孩子吗？	32

## 第二章 交际心理学：小心生活里的心理黑洞

拆屋效应——想开天窗就要先拆房顶	37
登门槛效应——得寸进尺有人爱	39
刺猬法则——关系再“铁”，也要留点私人空间	41
等待效应——欲知后事，且听下回分解	43
多看效应——看得越多就越喜欢	45
飞去来器效应——迂回带来的胜利	47
改宗效应——好好先生做不得	49
野马结局——暴脾气，气死你	51
华盛顿合作定律——三个和尚真的没水吃	53
结伴效应——结伴干活就没那么累	55
视网膜效应——我们总是更容易发现自己的同类	57
投射效应——人人都爱“自以为是”	59
阿伦森效应——想改变谁，就奖励他	62
反映法则——生活是一面镜子	65
瀑布效应——你让别人有落差，别人就让你有落差	67
冷热水效应——别把冷热的顺序搞反了	69
250定律——每个人都有一个“250”	71

### 第三章 爱情心理学：爱情就是把自己弄瞎

古烈治效应——男人花心的理论基础·····	75
黑暗效应——黑夜让我们如此亲近·····	77
禁果效应——罗密欧本来不该死·····	79
边际效应——爱情蜜糖要少吃·····	81
淬火效应——火热爱情冷处理·····	83
泰坦尼克效应——换个地方你还会爱上他吗？·····	85
延迟满足定律——得不到的就更加爱·····	87
麦穗效应——剩男剩女是这样炼成的·····	90
博萨德定律——距离越远，爱情越浅·····	93
示弱效应——爱情里没有对错输赢·····	96
“皮肤饥饿”现象——别让爱人太“饥渴”·····	98
沉没成本效应——爱得起，放得下·····	100

### 第四章 成功心理学：成功学其实都是心理技巧

成败效应——失败根本不是成功他妈·····	105
布里丹毛驴效应——不要让自己变成一头“蠢驴”·····	107
坚信定律——信仰的力量是无穷的·····	109
重复定律——重复就是现实·····	111
光环效应——我是明星我怕谁·····	113
角色效应——每个人都是戏子·····	115
手表效应——选你所爱，爱你所选·····	117
塞利格曼效应——没有绝望的事，只有绝望的人·····	119



半途效应——平庸不是个人的问题·····	122
冰激凌哲学——逆境里的磨炼·····	125
韦奇定律——耳根子别那么软·····	127
蜕皮效应——把旧皮蜕掉才能长大·····	129
懒蚂蚁效应——傻干没用，你得先学会思考·····	132
马太效应——损不足以奉有余·····	134

## 第五章 幸福心理学：幸福其实是一种心理

蝴蝶效应——让情绪的翅膀飞·····	139
狄德罗效应——高级睡袍绑架了谁？·····	141
海格力斯效应——别跟那个“仇恨袋”较劲·····	143
顺序效应——顺序不同，感受不同·····	146
杜利奥定律——用热情为生活开一扇窗·····	149
酸葡萄效应——阿Q从不羡慕嫉妒恨·····	151
马蝇效应——别让自己过得太“自在”·····	153
霍桑效应——有了不满就得说·····	155
情绪效应——活得好不好，心情最重要·····	157
青蛙效应——太“安乐”就容易“死”·····	159
鳄鱼法则——当断不断，反受其乱·····	161
齐加尼克效应——给你的情绪松松绑·····	163
辛普森效应——围观犀利哥的忧伤·····	166
拍球效应——压力要有，但也别太多·····	169
安慰剂效应——安慰不只是安慰·····	171

## 第六章 大众心理学：心理总是拉扯着我们走向平庸

从众效应——我们都害怕被孤立 .....	175
波纹效应——宣传为什么这么重要? .....	177
地位效应——阿谀奉承是种“本能” .....	179
搭便车效应——为什么共产主义这么难实现? .....	181
答布效应——角色行为的导演 .....	183
棘轮效应——我们从不吝惜欺骗自己 .....	185
控制错觉定律——我们能控制全世界吗? .....	187
鸟笼效应——我们被惯性的笼子套住了 .....	189
破窗效应——墙倒就被众人推 .....	191
泡菜效应——人是环境之子 .....	193

## 第一章

# 心理魔术师：心理学是我们看清自己的眼睛

我们以为自己才是最了解自己人，其实我们错了，从某个角度来说，我们也是最不了解自己的人。因为人的眼睛总是朝外的，所以看到的都是别人，对自我的评价也大多是从观察别人得出的，这样当然很难做到客观和理智。如果你想要真正了解自己，洞悉自己的内心，审视为什么自己会这样、会那样，那么心理学将会是一个非常好的帮手。它可以让你明白自己内心那些看似荒谬的想法究竟是怎么产生的，找到了问题的根源才能更好地解决问题，因为你已经看清了自己，所以想要改变也就轻松多了！





## 酝酿效应——遇到难题放一放

心理学看似玄奥神秘，实际上却是每个人时时刻刻都在接触的一门学问。比如，接下来所要论述的“酝酿效应”，就是每个已产生思维能力的人都曾经体验过的。所谓酝酿效应，又被称为直觉思维，是指反复探索一个问题的解决方法而毫无结果时，把问题暂时搁置几小时、几天或几个星期，由于某种机缘新想法突然浮现了出来，百思不得其解的问题竟然一下子找到了解决办法。

当我们决定做某件事但又未做之时，常说，正在酝酿当中。酝酿阶段就是尚未执行，正在为执行积蓄力量的阶段，这个阶段是保证最后执行顺利的重要阶段。大多数人都知道行动需酝酿，却不知道思维同样需要酝酿。而实际上，有很多令我们挠头的难题正是在直觉思维的酝酿效应中被神奇地解决掉的。

心理学家证明酝酿效应时，最常使用的例子就是阿基米德发现浮力定律的故事。在阿基米德生活的古希腊，为国王解决问题是无法推辞且要冒巨大风险的事。作为古希腊著名的数学家，阿基米德就曾被赋予一项“史无前例”当然也非常棘手的任务。

国王怀疑负责给他做王冠的工匠用银子偷换了金子，但王冠与他当时交给工匠的金子一样重。于是国王将证明王冠里是否被灌了银子的难题交给了阿基米德。这个史无前例的证明题即使让号称能翘起地球的阿基米德来解也是颇为困难的，不能把王冠切开，甚至挖个小洞都是死

罪呀！阿基米德绞尽脑汁，不眠不休地想了几天几夜，依然毫无头绪。一向不怕死的阿基米德放弃了。“是福不是祸，是祸躲不过”，阿基米德决定先好好洗个澡，睡个觉，一切后果等睡醒了再说。

阿基米德回到家，放好洗澡水，躺进浴盆里，全身放松，准备慢慢下沉。不对，他发现自己没有下沉，而是在上浮。而且，浴盆里的水在不停地往外溢。忽然灵光一现，阿基米德想到，同等重量的金子与同等重量的“金+银”，体积是不同的，所以它们所能溢出的水当然也有区别。难题被解决了，他的名声也更加响亮，而他通过“灵光一现”解决问题的故事则被心理学家们用来证明酝酿效应的存在。

其实，酝酿效应就是我们每个人在日常生活中常常遇到的所谓“灵光一现”。当我们苦苦思索某个问题而无法解决时，往往在放弃后的某个时间点，突然得到灵感，找到解决办法。而这种所谓的“灵光一现”在心理学上是有科学依据的。

因为从心理学上讲，此时我们的大脑并未真正休息，而是在潜意识层面中进行创造性思维，摒弃意识中的错误思路，用正确的方法寻找答案，这就是酝酿阶段。当我们处于酝酿阶段之时，潜意识虽然无法被我们把握，却正在为解决问题做积极准备，以致我们最终能够绽放“思维之花”，结出“答案之果”。

所以，当你面临难题而百思不得其解时，心理学告诉你，不要苦恼，因为任何人都会面临这种困境。此时不妨放下问题，做些放松的事情，也许答案会“踏破铁鞋无觅处，得来全不费工夫”呢。



## 超限效应——世上有太多孙悟空

所谓“超限效应”，顾名思义，就是超出了限度而造成的效应。心理学上的超限效应指的就是人们的语言或行为频度过快或过慢，超出了人们心理上感觉美好的限度，从而造成的反面效果。

著名的美国作家马克·吐温有一次去教堂听牧师演讲。开始几分钟，他觉得牧师讲得太好了，令他大受感动，因而准备捐一笔巨款。十几分钟后，牧师还在讲，马克·吐温觉得有些烦躁了，于是决定只捐一些零钱就算了。半个小时后，牧师依然口若悬河、滔滔不绝，马克·吐温决定一分钱也不捐了。终于，在两个小时后，牧师结束了他冗长的演讲。马克·吐温耐着性子听完演讲，早就气不打一处来了，结果他不但没有捐一分钱，还从盘子里偷了两元钱。

世事往往如此，牧师可能永远也不知道，如果他把自己的演讲缩短一些，反而会得到更多的捐款。

刺激过多、过强和作用时间过久而引起心理极不耐烦或反抗的心理现象，就是超限效应。最有意思的超限效应案例，恐怕要属电影《大话西游》中的唐僧了。他把孙悟空“折磨”得想杀他，把小妖怪们“折磨”得自杀，形象地表现了超限效应。当然，在我们的生活中，《大话西游》中的案例基本不会有，但马克·吐温式的反应恐怕为数不少。

当今世界，无论是演讲、商谈，甚至聊天，都讲究关键三分钟。即需在三分钟内将自己的主要信息传达给对方，让对方在精力最集中、

心情最“愉悦”的时候接收到你的信息，千万不要冗长拖沓。

比如，世界上最著名的演讲之一，已流传百年之久的林肯葛底斯堡演讲，它只有短短不到五分钟的时间，却被人们传诵至今。如果这次演讲是一次长达几个小时的冗长演讲，恐怕也早已湮没在了历史的长河中。所以，要想让你的演讲取得成功，那么就应在三分钟以内完全展现自己的魅力，并以自己的魅力抓住听众。

不仅演讲如此，两个人的交谈同样如此。在与人交流时，一定要注意节奏、控制时间，重要的内容一定要在尽量短的时间内完整传达出去。如果谈话时间过长，根据超限效应，必定会使对方成为不耐烦的“孙悟空”，恨不得拎起金箍棒一棍子砸死你这个唠叨的“师父”。当你在与对方交流中，发现对方已经开始看表，注意力开始分散，甚至东张西望时，无论事情有没有说完，都请停止吧，因为接下来你说的话都将是白白浪费口水，对方已经连一个字都听不进去了。

不仅拖沓是交流的天敌，过于频繁的交流同样会造成超限效应。比如当今很多广告都有播放频率过高的问题。商家以为花大钱，多播放广告，就能使受众更深刻地记住自己的产品。从心理学上的确如此，但商家却忘记了过高的频率会造成超限效应，引起受众的逆反心理。尽管广告宣传是需要有一定的密度，从多维度刺激消费者的感官，但是一定要适可而止。这就和你对某个人反复强调一个问题一样，强调会令人印象深刻，但三番五次地强调就会让人想变成“孙悟空”。

如果你想取得成功，就记住无论与任何人以任何方式交流或传达信息，都必须注意“度”的问题，把握时间上的度和频率上的度，只有这样，才更能给人留下良好的印象，避免超限效应带来的尴尬后果。





## 重叠效应——“熟视”容易“无睹”

我们都知道，识记两种相似的事物，很容易将其混淆，甚至会将二者遗忘。这是为什么呢？心理学家柯勒把这种现象命名为“重叠效应”。他认为：“内容相同的东西重复出现时，因为这些东西的性质相同，就会产生互相抑制的反应，从而互相干涉，让人容易遗忘。”

“老总，对不起，对不起”，Lisa 一个劲地向上司道歉。是什么引起上司的“暴怒”呢？这一切源于 Lisa 犯了由心理学上所说的“重叠效应”引发的大忌。文件 A 和文件 B 相似却不同，虽然有前辈告诫 Lisa 不要同时整理这两份文件，但是 Lisa 信心满满地说：“只要我认真些，仔细点，肯定出不了差错。”结果呢？事情并没有向 Lisa 预期的方向发展，只是短短的一个小时，文件 A 和文件 B 就“混熟”了，两份文件“如胶似漆”地黏在一起，难舍难分……最终，老总望着这个难以收拾的“烂摊子”愤怒异常。与其说 Lisa 是重叠效应的受害者，不如说她被上司“狠批”是因为她不懂心理学。

美国纽约州立大学心理学教授理查德·格里格曾说：“心理学是一门与人类幸福密切相关的科学。”正如查德·格里格所言，心理学就像一面镜子，它能够折射出一个人潜意识里深藏的秘密和外在表象。如果将心理学比喻成为“智慧的旅行”，那么选择适当了解并运用心理学，一定能够让自己不虚此行。

以重叠效应为例，它是人们在认识客观事物的过程中，或者在对